ANGLET TOURISME

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017



ANGLET TOURISME

1 Avenue de la Chambre d'Amour 64 600 Anglet

Tél. +33 (0)5 59 03 77 01

information@anglet-tourisme.com www.anglet-tourisme.com



SOMMAIRE

| ACC | U | El | L |
|-----|---|----|---|
| | | | |

| l. | FREQUENTATION DES DEUX BUREAUX D'ANGLET TOURISME | 1 |
|-------------|---|-----------|
| II. | L'ACCUEIL HORS LES MURS | 2 |
| III. | STATISTIQUES LIEES A L'ACTIVITE DE L'ACCUEIL | 3 |
| | 1. Les demandes de renseignements | |
| | 2. Fréquentation & demandes de renseignements sur l'année | |
| | 3. Origine des visiteurs renseignés | |
| IV. | BILAN DE SAISON | 5 |
| | 1. Fréquentation estivale | |
| | 2. Origine des visiteurs renseignés durant l'été | |
| | 3. Les succès de la saison | |
| | 4. La billetterie | |
| | 5. L'activité de la centrale de réservation | |
| ٧. | LA DEMARCHE QUALITE TOURISME | 10 |
| | | |
| CENTRA | ALE DE RESERVATION | |
| | | |
| l. | L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA CENTRALE | 1 |
| | Les locations de vacances | |
| | 2. L'hôtellerie et les activités | |
| | 3. L'achat de la passerelle Citybreak / Availpro | _ |
| II. | LES CHIFFRES 2017 | 3 |
| | 1. L'origine des visiteurs de la centrale de réservation | |
| | 2. Commentaires et tendances | |
| III. | TAUX D'OCCUPATION MOYEN DES HEBERGEMENTS | 4 |
| MARKE | TING / PROMOTION / COMMUNICATION | |
| | THIS / I ROMOTION / COMMISSION | |
| I. | PARTENARIAT PROMOTION & COMMUNICATION AVEC L'AADT64 | 3 |
| 1. | Partenariat AADT64 x Anglet Tourisme 2017 | 3 |
| | Les opération sur le marché Français | |
| | Les opérations sur le marché international | |
| II. | PARTENARIAT PROMOTION & COMMUNICATION AVEC ATOUT FRANCE | 13 |
| 11. | Salon Rendez-vous en France Rouen | 13 |
| | Collaboration au contrat de destination « Biarritz Destination Golf » | |
| | 3. Cluster Tourisme Littoral | |
| III. | PROMOTION ANGLET TOURISME | 20 |
| III. IV. | COMMUNICATION | 22 |
| IV. | Les supports de communication | 44 |
| | Les supports de communication Autres supports de communication | |
| | Autres supports de communication Les actions de communication | |
| | 4. Le partenariat avec Pauline Ado | |
| | | |
| | | |
| | 6. Réseaux sociaux | |

| ٧. | INTERNET : SITES, OUTILS ET ACTIONS | 51 |
|-------------------|---|------------------|
| | 1. www.anglet-tourisme.com | |
| | 2. www.espacedelocean-anglet.com | |
| | 3. www.groupes.anglet-tourisme.com | |
| | 4. Vidéos | |
| | 5. Référencement | |
| | 6. Campagne d'e-mailing | |
| | 7. Réservation sur citybreak | |
| | | |
| | | |
| ESPA | CE DE L'OCEAN | |
| | | |
| l. | CHIFFRES CLEFS DE L'ESPACE DE L'OCEAN | 1 |
| II. | COMPTE DE RESULTATS ET TENDANCES | 2 |
| III. | COMMUNICATION ET PROMOTION DE L'ESPACE DE L'OCEAN | 3 |
| | | |
| | | |
| | | |
| CON 4 | | FC |
| сом | PTABILITE – SECRETARIAT – RESSOURCES HUMAIN | ES |
| | | |
| l. | QUALITE TOURISME | 2 |
| I. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES | 2 2 |
| l. | QUALITE TOURISME | 2 |
| I. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES | 2 2 |
| I. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES | 2 2 |
| I. II. III. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES RESSOURCES HUMAINES | 2 2 |
| I. II. III. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES | 2 2 |
| I. II. III. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES RESSOURCES HUMAINES | 2 2 |
| I. II. III. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES RESSOURCES HUMAINES IERS & PROJETS SPECIAUX EN 2017 | 2 2 |
| I. II. III. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES RESSOURCES HUMAINES IERS & PROJETS SPECIAUX EN 2017 SEMINAIRE D'EQUIPE | 2 2 3 3 |
| I. II. III. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES RESSOURCES HUMAINES IERS & PROJETS SPECIAUX EN 2017 SEMINAIRE D'EQUIPE GROUPE LOCAL QUALITE DES EAUX DE BAIGNADE | 2 2 3 3 |
| I. II. III. | QUALITE TOURISME ADMINISTRATION – GESTION - FINANCES RESSOURCES HUMAINES IERS & PROJETS SPECIAUX EN 2017 SEMINAIRE D'EQUIPE | 2 2 3 3 |

ANGLET TOURISME

ACCUEIL



ANGLET TOURISME

1 Avenue de la Chambre d'Amour 64 600 Anglet

Tél. +33 (0)5 59 03 77 01

information@anglet-tourisme.com www.anglet-tourisme.com



ACCUEIL

RAPPEL DES OBJCTIFS DU PLAN D'ACTION 2017

| ACCUEIL DANS LES MURS | REALISE 2017 | SUIVI EN 2018 |
|--|-----------------|------------------|
| Renforcer l'accueil pour tous : clients en situation de handicap et clientèles étrangères. | Х | |
| Réfléchir sur la création d'un « corner » avec des produits de créateurs angloys ou locaux | Х | Х |
| Animer l'espace Accueil | Х | Х |
| ACCUEIL HORS LES MURS | | |
| Poursuivre les démarches d'accueil hors les murs (marché de Quintaou, accueil en segway, opérations extérieures de communication,) | Х | Х |
| Installer un stand d'Anglet Tourisme durant une des manifestations les plus fréquentées : le surf de nuit. | X | |
| Mettre en place une documentation touristique à la Nouvelle Agence postale de Blancpignon et sensibiliser le personnel aux missions de L'ot. | Х | |
| SATISFAIRE LES VISITEURS | | |
| Veiller à la satisfaction des visiteurs en respectant les procédures de la marque qualité et en s'adaptant aux grilles du nouveau référentiel. | Х | X |
| ACCUEIL VIRTUEL | | |
| Etre disponible, répondre et traiter les demandes sur Messenger Facebook / Instagram / Twitter | Х | Х |
| BILLETTERIE | | |
| Augmenter le nombre de billetteries en vente à l'OT | Х | Х |
| Faire mieux savoir que l'OT est doté d'un service Billetterie | Х | Х |
| Améliorer la visibilité du service Billetterie dans nos locaux | Х | Х |

I. FREQUENTATION DES BUREAUX D'ACCUEIL

L'accueil est une des missions de base d'Anglet Tourisme. Cette fonction est assurée par 3 conseillers en séjours à l'année, 1 conseiller en séjours d'avril à octobre et par 2 conseillers en séjours saisonniers.

Anglet Tourisme dispose de 2 bureaux localisés dans des endroits stratégiques d'Anglet : le bureau des Cinq Cantons (ouvert à l'année) et le bureau de la Chambre d'Amour (ouvert 10 mois/ 12 environ).

Le bureau principal des Cinq Cantons : 48 135 visiteurs en 2017

Horaires d'ouverture sur l'année : ouvert du lundi au vendredi de 9h à 12h30 et de 14h à 18h; le samedi matin de 9h à 12h30.

En saison (juillet-août) : de 9h à 19h du lundi au samedi.

Le bureau de la Chambre d'Amour : 42 145 visiteurs en 2017

Ouverture durant les vacances de février, d'avril à juin et de septembre à mi-novembre de 10h à 12h30 et de 14h30 à 18h.

En saison (juillet/août): 10h/19h tous les jours.

NOMBRE DE VISITEURS (compteurs électroniques)

| MOIS | 5 Cantons | Chambre d'Amour |
|-----------|-----------|-----------------|
| JANVIER | 1376 | FERME |
| FEVRIER | 1944 | 1054 |
| MARS | 2354 | 252 |
| AVRIL | 3266 | 3669 |
| MAI | 3849 | 3395 |
| JUIN | 3812 | 3847 |
| JUILLET | 9259 | 11717 |
| AOUT | 10742 | 11427 |
| SEPTEMBRE | 4674 | 3652 |
| OCTOBRE | 3229 | 2897 |
| NOVEMBRE | 2006 | 235 |
| DECEMBRE | 1624 | FERME |
| TOTAL | 48 135 | 42 145 |

II. L'ACCUEIL HORS LES MURS

Dans le cadre de notre stratégie d'accueil, plusieurs initiatives d'accueil hors les murs ont été renouvelées et de nouvelles actions ont été mises en place :

L'accueil « Anglet Tourisme » en giropode le long de la promenade littorale le mardi après-midi. Tous les mardis après-midis en saison, une conseillère en séjour arpentait la promenade littorale en giropode afin d'informer les visiteurs.

Un stand d'Anglet Tourisme sur le marché de Quintaou en saison. Pour la 3^{ième} année consécutive, un point d'accueil assuré par le personnel d'Anglet Tourisme a été mis en place les jeudis matins de 10h à 12h sur le marché de Quintaou.

Nouveautés 2017

Installation d'un stand d'Anglet Tourisme durant une des manifestations les plus fréquentées de la saison : le surf de nuit. Mise en place d'un accueil durant le surf de nuit avec notre ambassadrice Pauline Ado. Séance dédicace de Pauline, jeu concours avec tirage au sort sur place.

Distribution de la documentation d'Anglet Tourisme à l'agence postale des 5 Cantons. Sensibilisation du personnel de l'agence postale aux missions de l'Office de Tourisme.

III. STATISTIQUES LIEES A L'ACCUEIL

1. LES DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS

Donnant lieu à l'envoi de brochures / courrier - Source : Tourinsoft 2017

| 2017 | TOTAL |
|---|------------|
| Total demandes | 822 |
| Mode de contact | |
| Téléphone | 64 % |
| E-mail | 30 % |
| Courrier | 5 % |
| Guichet | 0,8 % |
| Top 5 des départements (origine des demandes) | CLASSEMENT |
| Pyrénées-Atlantiques | 1 |
| Loire-Atlantique | 2 |
| Gironde | 3 |
| Nord | 4 |
| Yvelines | 5 |

2. FREQUENTATION & DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS

Bureau des 5 Cantons & Bureau de la Chambre d'Amour

| VISITEURS | 5 CANTONS | CHAMBRE D'AMOUR | TOTAL |
|---|-----------|-----------------|--------|
| Locaux (64) | 1 419 | 1 145 | 2564 |
| Français | 3 670 | 3 979 | 7 649 |
| Etrangers | 338 | 858 | 1 196 |
| Total visiteurs comptabilisés et renseignés par les conseillers | 4 008 | 4 837 | 8 845 |
| Compteur visiteurs | 48 135 | 42 145 | 90 280 |
| % visiteurs renseignés | 8,30% | 11,48% | |

3. ORIGINE DES VISITEURS RENSEIGNES

Bureau des 5 Cantons

- Pyrénées Atlantiques : 36,60 % des visiteurs

Haute Garonne (31): 2,90%
 Paris: 2,57%
 Gironde: 2,40%
 Seine Maritime: 1,92%

Les visiteurs du département 64 représentent 36,6 % des personnes renseignées de l'Ot. Principaux motifs de leurs visites : information sur les billetteries, sur les animations et sur les prêts de vélo. Ces visiteurs viennent également acheter des disques bleus pour stationner sur les parkings.

Bureau de la Chambre d'Amour

- Pyrénées Atlantiques : 33% des visiteurs

- Paris (75): 11,40% des visiteurs

Haute Garonne : 6,10%Gironde (33) : 3,70%Finistère : 3,50%

IV. BILAN DE SAISON / ETE 2017

1. LA FREQUANTATION ESTIVALE

Cette saison 2017, Fabienne, Ainhoa et Camille ont été épaulées par Maeva, Charlotte et Emma pour tenir les deux points d'accueil d'Anglet Tourisme.

• La fréquentation estivale de l'office de tourisme des Cinq Cantons (compteur visiteur)

| | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------|--------|-------|--------|
| Juillet | 9273 | 9401 | 9259 |
| Août | 11 006 | 11018 | 10742 |
| Total | 20 279 | 20419 | 20 001 |

Comparativement à la saison 2016, une très légère diminution sur juillet (-1,52%) et sur août (-2,51%).

• La fréquentation estivale de l'office de tourisme des Sables d'or (compteur visiteur)

| | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------|--------|--------|--------|
| Juillet | 11236 | 11381 | 11717 |
| Août | 13588 | 13031 | 11427 |
| Total | 24 824 | 24 412 | 23 144 |

Comparativement à la saison 2016 une très légère augmentation sur juillet (+2,87%) et une baisse sur août (-12,31%).

• La fréquentation estivale des 2 bureaux (compteur visiteur)

| | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------|--------|--------|--------|
| Juillet | 20509 | 20782 | 20976 |
| Août | 24594 | 24049 | 22169 |
| Total | 45 103 | 44 831 | 43 145 |

43 145 visiteurs ont franchis les portes des 2 bureaux d'Anglet Tourisme durant les 2 mois d'été. Comparativement à la saison 2016, une très légère augmentation sur juillet et une baisse de 8% environ sur le mois d'août.

Dimanche 6 août :Pic de fréquentation
757 visiteurs jour à l'annexe

43 145 visiteurs En juillet et août 2017

2. L'ORIGINE DES VISITEURS RENSEIGNES DURANT L'ETE

Le bureau de la Chambre d'Amour Origine des visiteurs renseignés :

89,60 % de visiteurs français 10,40 % de visiteurs étrangers

Tableau des 4 régions les plus présentes dans les visiteurs renseignés :

| REGION | Juillet / Août |
|------------------------|----------------|
| Nouvelle Aquitaine | 40,60 % |
| Ile de France | 22,42 % |
| Occitanie | 9,80 % |
| Auvergne – Rhône Alpes | 6,20 % |

Tableau des 5 départements les plus représentés :

| DEPARTEMENT | Juillet / Août |
|----------------------|----------------|
| Pyrénées Atlantiques | 32,12 % |
| Paris | 17,30 % |
| Hautes Garonne | 6,60 % |
| Rhône | 3,40 % |
| Bouche du Rhône | 2,90 % |

• Origine des visiteurs étrangers

Top 5 des pays les plus représentés :

| Pays |
|-------------|
| Espagne |
| Royaume Uni |
| Allemagne |
| Belgique |
| Italie |

Le bureau des Cinq Cantons Origine des visiteurs renseignés

<u>Tableau des 4 régions les plus présentes dans les visiteurs renseignés :</u>

| REGION | Juillet / Août |
|------------------------|----------------|
| Nouvelle Aquitaine | 25,70 % |
| lle de France | 18,10 % |
| Auvergne / Rhône Alpes | 12,20 % |
| Occitanie | 7,5 % |

Tableau des 5 départements les plus représentés :

| DEPARTEMENT | Juillet / Août |
|---------------------------|----------------|
| Pyrénées Atlantiques | 18,30 % |
| Paris | 6,40 % |
| Seine Maritime | 4,80 % |
| Hauts de Seine | 4 % |
| Herault /Loire Atlantique | 3% |

• Origine des visiteurs étrangers

Tableau des 5 pays les plus représentés :

| Pays | |
|-------------|---|
| Espagne | Ī |
| Royaume Uni | |
| Belgique | |
| Allemagne | |
| Italie | |

3. LES SUCCES DE LA SAISON 2017

- Les sorties en segway le long de la promenade littoral tous les mardis après-midi (2^{ème} saison) et le stand Anglet Tourisme sur le Marché de Quintaou. (3^{ème} saison).
- Le succès confirmé des prêts de vélos.
 La Ville d'Anglet met gratuitement à disposition cent quatre-vingt-cinq vélos. Plusieurs points de prêt sont en place en saison et l'Office de Tourisme des Cinq Cantons dispose de 5 vélos à l'année. Un service simple et pratique pour circuler sans contraintes en juillet août. Ce service est proposé en partenariat avec le Syndicat des Transports de l'Agglomération Côte basque-Adour et la société Cyclocom.
- Les ambassadeurs du Tri devant les deux bureaux d'Anglet Tourisme.
 Pour la cinquième année consécutive, une permanence assurée par le personnel de Bil ta Garbi a été mis en place les lundis matins dans les 2 bureaux d'Anglet Tourisme. Les angloys et les visiteurs sont ainsi sensibilisés au tri des déchets.
- Le succès des nombreux évènements et animations gratuits proposé par le Service Animation de la Ville d'Anglet : Festival du Film de surf très grosse fréquentation cette année (semaine du 14 juillet), Beach rugby, marché nocturne, les plages musicales, Monciné à la plage, animations Zumba gratuite tous les lundis à la Barre... Mais aussi : L'Anglet Park Session Fise Xperience (Skate et BMX professionnels) Espaces verts La Barre, le Spectacle Son Lumière et Pyrotechnie sur le thème de la Conquête de l'Espace, le Surf de Nuit, Le Pro Anglet et La Nuit de la Chambre d'Amour
- La Navette Océane pour se rendre sur les plages d'Anglet en été : service gratuit très attendu, comme les vélos par les locaux et les vacanciers. Initiative de la ville en partenariat avec le Syndicat de transport de l'agglomération et Chronoplus.
- La bibliothèque des plages, service gratuit (initiative de la ville depuis 2014).

4. LA BILLETTERIE

L'Office de Tourisme propose à ses visiteurs un service de billetterie avec les conseils assurés par les conseillers en séjours : Gant d'or, corridas, Festival Piano Classique...

| | Chiffre d'affaires Saison 2017 |
|---|--------------------------------|
| Corridas | 19 341 € |
| Spectacles divers (Baroja, concerts etc) | 53 023 € |
| Excursions | 3 437 € |
| Chronoplus | 1 723 € |
| Pelote Biarritz | 580 € |
| Musique en Côte Basque | 1 288 € |
| Entracte Organisation | 16 038 € |
| Le Temps d'aimer | 3 010 € |
| Malandain Ballet Biarritz | 1503 € |
| Amis du Théâtre | 488€ |
| Festival Piano Classique – Musique en Scène | 1 342.56€ |

5. L'ACTIVITE DE LA CENTRALE DE RESERVATION – SAISON 2017

A souligner cette saison:

- Un service et des conseils personnalisés qui ont une vraie valeur ajoutée auprès des clients. Des clients VIP se tournent vers les services de la centrale car la connaissance des agents de réservation est une valeur sûre. aucun litige clients
- Des avis clients très positifs
- Des réservations toujours plus tardives. Il a été fréquent d'avoir un stock de disponibilités une semaine avant même durant le mois d'août qui était habituellement complet plusieurs semaines avant.
- Les 2 atouts du service :
 - o L'assurance annulation séjour qui protège les clients en cas de souci de santé et changements dans les dates de congé.
 - o Les chèques vacances acceptés.

Les chiffres de la centrale au niveau locatif :

| ETE 2017 | Nbre de dossiers | Chiffre d'affaires |
|------------------------|---------------------|--------------------|
| 04/07/17 | 12 | 14 648,00 |
| 11/07/17 | 17 | 22 017,10 |
| 18/07/17 | 27 | 24 150,90 |
| 25/07/17 | 33 | 42 865,05 |
| 01/08/17 | 42 | 47 110,24 |
| 08/08/17 | 43 | 42 705,00 |
| 15/08/17 | 28 | 20 182,65 |
| 22/08/17 | 11 | 9 542,00 |
| Total séjours locatifs | 213 | 223040,84€ |

ETE 2017

Moyenne du panier moyen **en juillet** : 1164.96 €

Moyenne du panier moyen **en août** : 964,03 €

Les chiffres de la centrale au niveau hôteliers & activités :

| FTF 2047 | Nbre de | 01:00 |
|--------------------------|----------|--------------------|
| ETE 2017 | dossiers | Chiffre d'affaires |
| 04/07/17 | 13 | 1752,86 |
| 11/07/17 | 13 | 795,90 |
| 18/07/17 | 20 | 1479,30 |
| 25/07/17 | 21 | 616,60 |
| 01/08/17 | 9 | 353,50 |
| 08/08/17 | 15 | 1383,20 |
| 15/08/17 | 27 | 1062,60 |
| 22/08/17 | 25 | 931 |
| Total hôtels & activités | 143 | 8374,96€ |

ETE 2017 143 réservations 8374,96 € de chiffre d'affaires

Constat:

- Le mois de juillet a démarré calmement cette année avec une fréquentation des bureaux de l'Office de Tourisme relativement en baisse la première semaine. Les Fêtes de Bayonne sont aussi pour la destination un atout majeur. Elles donnent un coup d'accélérateur sur les réservations du mois de juillet Globalement nous avons observé une baisse de fréquentation de nos bureaux en Juillet/Août.
- Nous avons eu une très belle semaine du 14 juillet avec une très grosse fréquentation sur le weekend du 14, 15 et 16 juillet. En effet les établissements hôteliers affichaient tous complet. (court séjour). C'est une tendance qui se confirme depuis plusieurs saisons. La clientèle proche (Région Nouvelle Aquitaine, lle de France -1h en avion et maintenant 4h par le train- La région Midi Pyrénées, l'Espagne...) part pour des courts séjours mais plusieurs fois dans l'année.
- ⇒ A savoir : Nous sommes passés de 1% de consultation de notre site internet sur mobile en 2014 à 58% en 2017 !

- ⇒ En revanche, tous les établissements ont affiché complet à compter du samedi 5 août jusqu'au samedi 19 août.
- Les réservations de dernière minute attendues n'ont pas été au rendez-vous contrairement à 2016. Une tendance également observée auprès de nos hébergeurs, partenaires et prestataires. La météo capricieuse de juillet et la tempête du 28/06/17 ont influencé la prise de décision de la clientèle.

V. LA DEMARCHE QUALITE A ANGLET TOURISME

QUESTIONNAIRES SATISFACTION

Dans le cadre de la démarche qualité suivie par Anglet Tourisme, 184 questionnaires ont étaient administrés aux visiteurs de l'OT en 2017 : 72 aux Cinq Cantons + 112 à l'annexe.

Le profil des visiteurs ayants répondus aux questionnaires satisfaction :

- La majorité des vacanciers interrogés logent à Anglet ((85% des visiteurs interrogés aux 5 cantons et 81,4% des visiteurs interrogés à l'annexe)
- Il s'agit du 1^{er} séjour pour la majorité d'entre eux.
- Durée moyenne du séjour : 1 semaine.
- La location d'appartements et l'hôtellerie sont les 2 premiers modes d'hébergements cités par les personnes interrogées.
- INTERNET demeure le principal mode de réservation utilisé par les visiteurs interrogés ; le réseau personnel vient en 2^{ème} position (amis et famille).

Concernant l'origine géographique des visiteurs enquêtés, la Nouvelle Aquitaine est la région la plus représentée :

- 51,6% aux 5 Cantons dont 74% d'Angloys , 36,5 % à l'annexe dont 50% d'Angloys

GESTION DES RECLAMATIONS

Dans le cadre de la démarche Qualité, des fiches réclamations sont à disposition des visiteurs dans les 2 bureaux d'Anglet Tourisme.

16 fiches de réclamations ont été traitées dans l'année et transmises pour suivi aux services concernés :

- 13 concernaient les services Mairie (sujets relevés : la signalétique, les animations, la propreté des plages...).
- 3 concernaient les hébergements et les prestataires divers (propreté des hébergements et souhait d'installation d'abris bus supplémentaires).

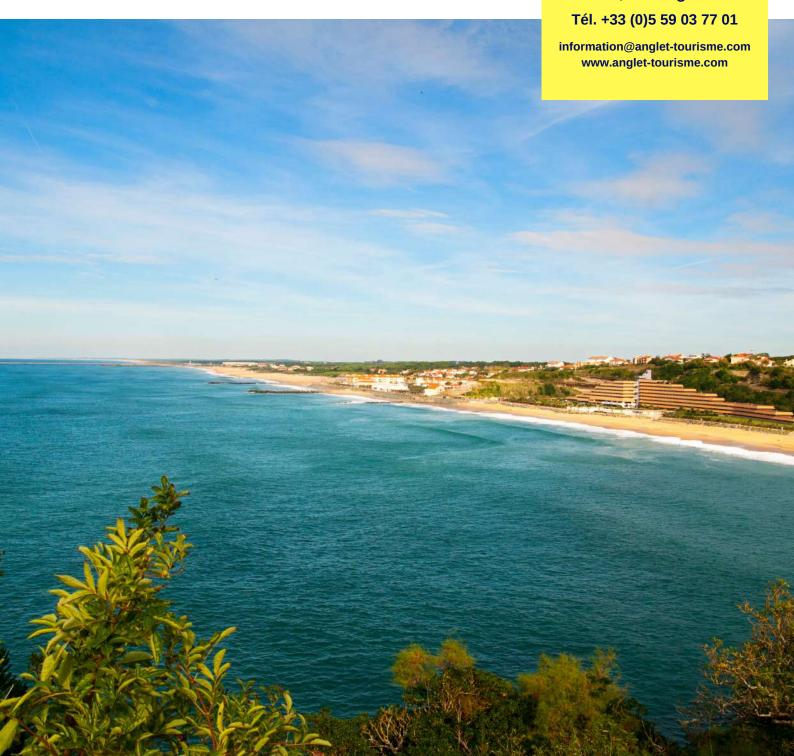
ANGLET TOURISME

CENTRALE DE RESERVATION



ANGLET TOURISME

1 Avenue de la Chambre d'Amour 64 600 Anglet



CENTRALE DE RESERVATION

RAPPEL DES OBJECTIFS DU PLAN D'ACTION 2017

| RESERVATION | REALISE 2017 | SUIVI EN 2018 |
|---|-----------------|------------------|
| Augmenter le chiffre d'affaires de la centrale de réservation par rapport à l'année 2016. | Х | |
| Valoriser le service réservation et déclencher la réservation par la qualification de l'offre : poursuivre le travail sur le classement des meublés. | Х | |
| Proposer des offres attractives avant et après saison | Χ | Х |
| Optimiser la commercialisation par la réservation depuis un mobile. | Х | |
| Améliorer l'accueil par téléphone des clients étrangers de la centrale de réservation. | Х | х |
| Acheter la passerelle Availpro/ Citybreak afin d'avoir plus d'offres hôtelières sur le site de l'ot et des offres plus sûres. | Х | |
| ANIMATION SOCIO-PROS ET ACTEURS EN LIEN AVEC LE TOURISME | | |
| S'équiper et faire le suivi technique de la passerelle Availpro / Citybreak afin d'avoir plus d'offres hôtelières sur le site de l'OT et éviter aux hôteliers de gérer plusieurs plannings. | х | |
| Echanger avec les propriétaires de meublé sur la concurrence et sur les attentes des clients. | Х | |
| Inviter les Socio-pro | Х | Х |
| Informer les Socio-pro sur l'actualité de l'OT | Х | Х |

Anglet Tourisme assure la mission de commercialisation au travers de sa centrale de réservation. Elle assure la commercialisation d'hébergements secs (locations de vacances, hôtels, résidences de tourisme) mais également celle de produits packagés et celle de produits touristiques.

Cette mission est intégrée dans le plan d'action de stratégie globale d'Anglet Tourisme. Elle en est l'un de ces principaux outils. Pour cela, Anglet Tourisme est inscrit au registre des agents de voyages tenu par Atout France.

I. <u>L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA CENTRALE</u>

LES LOCATIONS DE VACANCES

La centrale de réservation dispose de 75 propriétaires inscrits à la centrale de réservation en 2017.

Ainsi la répartition des produits est la suivante :

| | 2015 | 2014 | 2016 | 2017 |
|---|------|------|------|------|
| Nombre de villas | 11 | 10 | 10 | 11 |
| Nombre d'appartements | 50 | 50 | 43 | 47 |
| Nombre de studio | 17 | 17 | 17 | 17 |
| Nombre total de locations sur Citybreak | 78 | 77 | 70 | 75 |

Principes de fonctionnement de la centrale de réservation en 2017 :

* Cotisation annuelle de 130 € comprenant le savoir-faire de l'équipe de réservation, les frais de brochure avec photo, la présence sur le site internet :

www.anglet-tourisme.com et la communication.

2 principes de fonctionnement de la centrale de réservation :

- 3 semaines obligatoires confiées à la centrale de réservation correspondant aux 3 premières semaines du mois d'août
- Choix d'une formule II proposée aux propriétaires qui le souhaite : cette formule consiste à permettre au propriétaire de gérer lui-même son planning afin de pouvoir faire figurer son meublé sur différents canaux de vente.

Obligations pour les loueurs inscrits à Anglet Tourisme :

- Classement payant obligatoire de tous les meublés de tourisme inscrits à l'office. Coût de la visite : 160 €. Classement valable pour une durée de 5^{ans}.
- Obligation d'être déclaré en mairie.

L'HOTELLERIE & LES ACTIVITES

Deux possibilités de vente :

- Vente au comptoir : 7 jours/7 dans les 2 bureaux,
- Vente en ligne 7 jours/7, 24h/24h.

Depuis 2011 :

- Revente des hôtels de Biarritz, de Bayonne, et de Terres et Côte basque par Anglet Tourisme.
- Revente des hôtels d'Anglet par les offices de tourisme de Bayonne, Biarritz et par Terres et Côte basque.
- Commission : commission unifiée dans toutes les villes de l'agglomération à 8% (6,22% entre OT = 8% moins taux de commission Citybreak)

Afin d'adhérer à la centrale de réservation d'Anglet Tourisme, les prestataires doivent répondre à un cahier des charges précis élaboré par le service commercial.

La valeur ajoutée de la centrale de réservation porte aujourd'hui sur la qualité des services et des offres contrôlées. De plus, tous les clients reçoivent un questionnaire satisfaction qui leur donne la possibilité de mettre un avis sur la prestation réservée et de la noter.

^{*} Commission à régler par le propriétaire à la centrale : 12%

3. L'ACHAT DE LA PASSERELLE CITYBREAK / AVAILPRO

AVAILPRO est une solution d'e-réservation clé en main permettant aux hôteliers d'augmenter leur taux d'occupation et leur chiffre d'affaires tout en gagnant du temps. C'est le leader européen sur le marché de l'hôtellerie. Availpro offre la possibilité de gérer depuis son extranet plus de 150 sites de distribution dont : Booking.com, Expedia, Lastminute.com, HRS, Venere, Very chic, Ebookers.com Et maintenant CITYBREAK!

Intérêt pour les hôteliers angloys qu'Anglet Tourisme s'équipe de la passerelle avec Citybreak :

- Réaliser un gain de temps, il n'a plus de mise à jour sur le planning de Citybreak à faire.
- Augmenter ses ventes.

Intérêt pour Anglet Tourisme :

- Avoir davantage d'offres et de disponibilité en temps réel sur son site internet, son site mobile et sur son back office.
- Ne plus avoir de « double réservation » et un service plus qualitatif et plus sûr pour nos clients.

Quels sont les hôteliers angloys utilisateurs d'Availpro ? Chiberta & Golf Hôtel & Resort , Atlanthal, Les Terrasses d'Atlanthal, Villa Clara, Belambra, Altica et Le Domaine du Pignada.

- En cours de négociation & réflexion : le Château de Brindos, Anglet Biarritz Parme, le groupe Azureva et Quick Palace.

II. LES CHIFFRES 2017

| Année | Nombre dossiers Locations | CA Locations (€) | Nombre dossiers Hôtellerie OT Anglet + OT voisins | CA Hôtellerie OT Anglet + OT voisins |
|-------|---------------------------------|---------------------|---|--|
| 2013 | 413 | 355 445 | 411 | 57 413 € |
| 2014 | 397 | 318 125 | 373 | 52 080 € |
| 2015 | 382 | 310 410 | 394* | 50 300 €* |
| 2016 | 337 | 270 974 | 410* | 42 270 €* |
| 2017 | 333 | 296 525 € | 381 | 30094,81 €* |

^{*} Dont 9 dossiers (2440,50 €) réalisés par Biarritz Tourisme, par Bayonne et par Terres et côte basques.

CONSTAT 2017 A SOULIGNER:

C'est la première année, depuis la création de la centrale de réservation que le chiffre d'affaires des séjours en locations de vacances est supérieur à celui de l'année précédente.

Une augmentation de + 25 551 € par rapport à l'année 2016.

TAUX D'OCCUPATION MOYEN DES HEBERGEMENTS

(hors locations de vacances)

Année 2017 en comparaison avec les résultats 2016, 2014, 2013. (données 2015 non disponibles)

| | | | | | | | | | | | | | TO moyen / |
|---------------------------------|---------|------------|------------|--------------|------------|--------|---------|---------|-----------|---------|----------|----------|---------------------|
| Taux d'occupation 2017 | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | ouverture & réponse |
| Château de Brindos | 28% | 34% | 55% | 63% | 60% | 78% | 70% | 89% | 67% | 60% | 55% | 60% | 1 |
| Hôtel de Chiberta | 21,61% | 29,92% | 32,07% | 46,41% | 49,94% | 62,18% | 71,93% | 89,32% | 68,97% | 58,81% | 24,67% | 30,74% | 0 |
| Novotel | 27,61 | 37,81 | 38,74 | 51,35 | 48,6 | 64,1 | 84,71 | 94,79 | 79,26 | 63,21 | 42,56 | 45,78 | 68 |
| Atlanthal | 71% | 81% | 80% | 71% | 78% | 86,00% | 84,00% | 97,00% | 91% | 83,00% | 72% | 63% | 1 |
| Les Terrasses d'Atlanthal | 66% | 84% | 80% | 81 | 80 | 87,00% | 91,00% | 99,00% | 97% | 85,00% | 78% | 64% | 14 |
| Ibis | 38,48% | 47,87% | 50,23% | 63,85% | 53,96% | 60,48% | 78,15% | 97,93% | 75% | 58,99% | 45,16% | 52,76% | 1 |
| Altica | 19% | 34% | 48% | 71% | 52% | 67,00% | 79,00% | 97,00% | 72% | 53,00% | Х | X | 0 |
| Ibis budget | 31,34% | 50,55% | 52,69% | 67,02% | 46,58% | 65,48% | 85,37% | 97,08% | 73,93% | 53,19% | 51,90% | 57,95% | 1 |
| Quick Palace | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Villa Clara | X | X | 50% | 70% | 43% | 70,00% | 72,00% | 88,00% | 71% | 66,00% | 40,00% | 52,00% | 1 |
| Résidence Anglet-Biarritz-Parme | 28% | 34% | 55% | 63% | 60% | 78% | 70% | 89% | 67% | 60% | 55% | 60% | 1 |
| Résidence Néméa La Croisière | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Les Villas d'Anadara | X | X | X | 74 | 26 | 29,00% | 82,00% | 100,00% | 100% | 49,00% | X | X | 9 |
| Belambra club | X | 32 | 62 | 85 | 92 | 91,00% | 99,00% | 99,00% | 95% | 87,00% | X | X | 23 |
| Azureva | X | X | X | 42% | 39% | 47,00% | 84,00% | 97,00% | 73% | 70,00% | X | X | 0 |
| Domaine du Pignada | X | FERME | 14% | 55% | 50% | 49% | 75% | 69% | 28% | 44% | X | X | 0 |
| Résidence Mer & Golf | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Arenui | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Fine | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Arguia | X | X | X | | | | | | | | Х | X | 0 |
| Beñat | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Camping de Parme | X | X | X | 16,01% | 21,57% | 39,90% | 67,17% | 93,61% | 40,17% | 2,28% | X | X | 0 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| LEGENDE | X | période de | e fermetur | e (F) ou Tra | vaux | | | | | | | | |
| | | absence d | le réponse | | | | | | | | | | |
| | | réponse ir | mprobable | ou non sigr | nificative | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |

ANGLET TOURISME

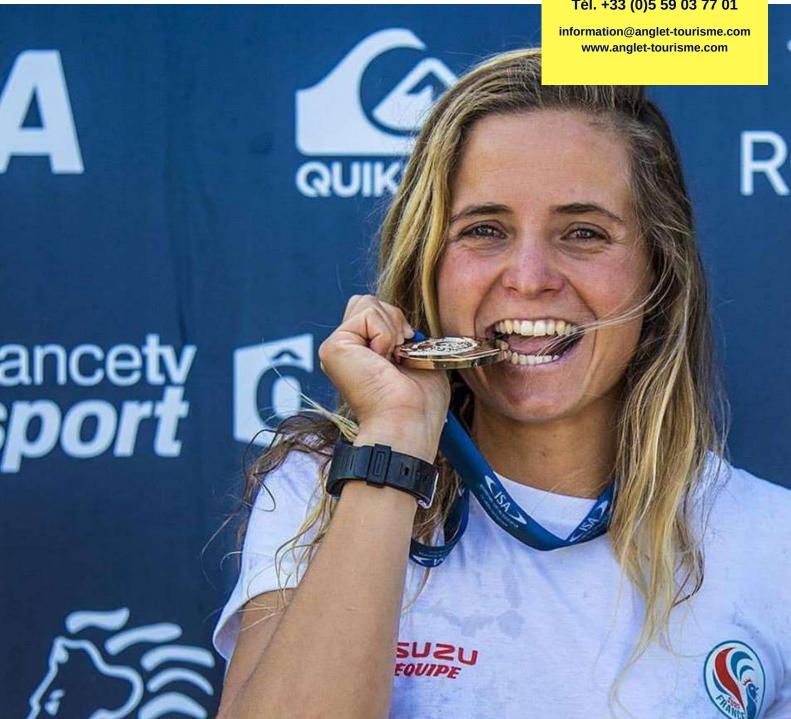
MARKETING PROMOTION COMMUNICATION



ANGLET TOURISME

1 Avenue de la Chambre d'Amour 64 600 Anglet

Tél. +33 (0)5 59 03 77 01



MARKETING / PROMOTION / COMMUNICATION

RAPPEL DES OBJECTIFS DU PLAN D'ACTION 2017

| MARKETING | REALISE 2017 | SUIVI EN 2018 |
|---|-----------------|------------------|
| - Actualiser le Plan d'Action 2017 dans le respect de la Stratégie Touristique d'Anglet 2015-2020 et selon les préconisations du Séminaire d'équipe. | х | |
| - Travailler sur le cahier des charges et le suivi de l'étude FLUX VISION | Х | |
| - Travailler sur le cahier des charges de l'Etude d'un nouveau Schéma de Développement Touristique | х | х |
| - Mettre en place la Politique Qualité en analysant les indicateurs de chaque service et apporter les actions correctives nécessaires. | х | х |
| - Travailler sur le nouveau Plan d'Action pour 2018 | Х | |
| - Elaborer le Rapport d'Activité de l'année 2016 | Х | |
| PROMOTION / COMMUNICATION | | |
| Poursuivre les actions de promotion avec Atout France et les actions de promotion collectives en particulier avec les OT de la Côte basque, l'AADT64 et la Marque Biarritz Pays Basque. | х | х |
| - Accompagner et développer les actions autour du partenariat avec Pauline Ado | Х | х |
| - Créer nos propres actions de promotion sur Anglet pour les vacanciers (animations originales, jeux concours,) | Х | х |
| - Accompagner les services « Accueil » et « Commercial » | Х | Х |
| - Rafraichir les éditions des brochures 2018 | Х | Х |
| - Répondre aux demandes journalistes / Accueil presse / eductour / | Х | Х |
| - Poursuivre la veille média | Х | Х |
| INTERNET / MOBILE / RESEAUX SOCIAUX | | |
| - Développer le site internet anglet-tourisme.com | Х | Х |
| - Poursuivre le développement de la fréquentation du site internet | Х | Х |
| Actualiser et gérer les outils mobiles en collaboration avec les OT de la Côte basque.* | Х | Х |
| Développer la présence d'Anglet Tourisme sur les réseaux sociaux, notamment Facebook, Instagram et Twitter | Х | Х |
| - Poursuivre l'actualisation de la Chaine Youtube | X | X |
| - Actualiser notre Chaine info / Réfléchir au développement de l'outil | Х | Х |
| - Actualiser les données TOURINSOFT | Х | Х |
| - Actualiser le site internet anglet-tourisme.com | Х | Х |
| - Assurer la maintenance des outils numériques | Х | Х |

NOUVEAUTES 2017:

- Adhésion au Cluster tourisme Littoral
- Participation aux Rencontres des Acteurs Institutionnels du Tourisme avec la CAPB
- Participation à la première édition de Paris en Mode Basque
- Participation à Bordeaux Fête le Fleuve
- Participation au lancement d'un nouveau Contrat de Destination : Surf Biarritz Pays Basque

A RETENIR DE L'ANNEE 2017 :

- Changement dans le service : Départ de Katia PUYOU Arrivée Aurore COSNIER
- Le changement de nom du CDT64 : AADT64 (Agence d'Attractivité et de Développement Touristique 64)
- La mise en ligne de la version responsive du site internet anglet-tourisme.com
- Le passage en HTTPS du site internet y compris la partie e-commerce anglet-tourisme.com
- La campagne de communication « Passez en mode basque » de l'AADT64
- Le développement de la marque Biarritz Pays Basque à l'international
- La publication de nouvelles vidéos thématiques sur Anglet : Festivals et Evénements / Gastronomie / Tout Naturellement / Saveur de plage
- Le Lancement d'animations spéciales « Anglet Tourisme » pour les visiteurs et abonnés « En Mode Fêtes de Bayonne » / « En Mode Fêtes de Fin d'Année » / ...
- Notre Ambassadrice Pauline Ado est devenue Championne du Monde de Surf en juin 2017!
- Le premier anniversaire de partenariat avec notre ambassadrice Pauline Ado (Juillet 2017) avec la création d'une silhouette à son effigie
- Le jeu concours de l'été avec Lov Organic : Un weekend à gagner sur Anglet et initiation surf avec Pauline Ado, en partenariat avec Atlanthal et la Beach House
- La notoriété d'Anglet tourisme grandissante sur nos réseaux sociaux et site internet

CHIFFRES CLEFS:

| 497 342 sessions sur le site anglet-tourisme.com en 2017 | +05,42% (N-1) |
|---|----------------------|
| 14 888 fans sur la page Facebook Anglet Tourisme en 2017 | +29,84% (N-1) |
| 2 439 abonnés sur le compte Intagram @iloveanglet en 2017 | +90,25% (N-1) |
| 1 800 abonnés sur le compte Twitter @OT_Anglet en 2017 | +21,79% (N-1) |
| 18 000 abonnés à la Newsletter Anglet Tourisme en 2017 | +33,82% (N-1) |

BUGET GLOBAL EN 2017 : 135 000 € /135 000 € (N-1) BUDGET DEPENSE EN 2017 : 113 521,13 € /103 276,75 € (N-1)

I. PARTENARIAT PROMOTION & COMMUNICATION AVEC L'AADT64

1. PARTENARIAT AAD64 x ANGLET TOURISME 2017

Le partenariat 2017 avec l'AADT 64 comprend, pour Anglet Tourisme, la participation aux opérations marketing-promotion-communication concernant le Pays Basque.

Anglet Tourisme a participé à toutes les réunions du Comité de Pilotage, à celles des groupe de travail « positionnement », « Marque Biarritz Pays Basque », « Contrat de Destination Golf », « Contrat de Destination Surf », et du Conseil de Destination Pays Basque.

PARTENARIAT 2017: AADT64 X ANGLET TOURISME: 5 000€

2. LES OPERATIONS SUR LE MARCHE FRANÇAIS

MARCHE ILE DE FRANCE

Une stratégie multi-canal

CAMPAGNE DE COMMUNICATION SUR PARIS-ILE DE FRANCE

Campagne de publicité digitale et print mise en place sur Paris-Ile de France avec pour double objectif : la notoriété de la destination Pays Basque et le trafic sur l'événement « Paris en Mode Basque »

Campagne « Passez en mode basque »

Mise en place début mars 2017



AFFICHAGE METRO du 11 au 18 mars 2017 + sur les écrans de la Maison de la Nouvelle Aquitaine

10 écrans station franklin Roosevelt

1 grand écran à la Défense



PRESSE: encart pub du 8 au 15 mars Dossier rédactionnel spécial basques à Paris 179 619 exemplaires 1 270 000 lecteurs

DIGITALE: campagne de publicité Mobile Du 6 au 18 mars : **1 100 000** impressions délivrées et **+ de 4 200** connexions sur le site paysbasquetourisme.com







OPERATION EVENEMENTIELLE « PARIS EN MODE BASQUE »



Paris en Mode Basque

Mairie du 13^{ème} arrondissement de Paris

Du 16, 17, 18 mars 2017

Organisateurs: Atlantica + PopUp

Partenaires sur le volet touristique : AADT64

Fréquentation: 8 000 visiteurs

Cette première édition met en avant auprès du grand public, des entreprises et de la presse, l'ensemble des atouts du Pays Basque : économiques, touristiques, créatifs et culturels.

Anglet Tourisme a participé aux différentes réunions de préparation et d'organisation pour l'espace tourisme.



L'espace Tourisme a été pensé par thématiques :

- Surf
- Art de vivre
- Patrimoine
- Outdoor
- Golf
- Bien-être.

Anglet tourisme était présent sur l'événement en compagnie de 10 autres offices de tourisme et était en charge avec l'office de Tourisme de Cambo de la thématique « Bien-être » au Pays Basque.

Les temps forts de l'événement pour les professionnels du tourisme :

- Workshop presse les 16 et 17 mars
 56 journalistes accueillis sur les deux jours (8 pour Anglet)
- Workshop affaire le 16 mars
 55 entreprises accueillis (12 pour l'Espace de l'Océan)

Les temps forts pour le grand public :

Jeu concours « Gagnez des vacances en mode basque » - 8 dotations séjours à Anglet
 1 000 participants

780 contacts

342 nouveaux abonnés newsletter PB dont 55% des participants viennent du 75

Relations Presse sur Paris en Mode Basque

8 communiqués de presse pour annoncer l'événement entre le 1^{er} décembre 2016 et le 10 mars 2017 **55** journalistes accueillis au workshop presse sur les deux jours

Retombées nationales : 9 articles presse : VSD, Le Figaro, Guide des Gourmands, FlyAndGo.fr, petitfute.com

Retombées lle de France: 5 articles presse « sorties parisiennes » : A nous Paris, Figaroscope, sortiraparis.com, lebonbon.fr, paris-frivole.com / 2 IT radio : France bleu IDF et radio Latina

Retombées locales 64 : 5 articles de presse Pays Basque : SudOuest, Press-Lib, les Petits Affiches / 3 sujets TV : France 3, EITB

Retombées professionnelles : 2 articles de presse : Gazette officielle du Tourisme / Wetourisme.

Bilan Paris en Mode Basque:

- ✓ Bonne organisation générale. Pour une première édition, le choix du site et sa fonctionnalité sont satisfaisants, tout comme la variété et la qualité des créateurs et de l'offre gastronomique. Une affluence constante particulièrement le samedi.
- ✓ Les partenaires se montrent globalement contents d'avoir participé. La présentation en pôles thématiques pourrait être retravaillée.
- ✓ La fréquentation a été satisfaisante. Le constat est plus nuancé quant à la qualité et au volume de contacts. Les perceptions sont très différentes pour les partenaires.

Pistes d'amélioration pour 2018 :

- ✓ La visibilité, la signalétique devant et autour de la mairie. La scénographie générale
- ✓ Réinventer les rencontres avec la presse....
- ✓ Travailler les influenceurs
- ✓ Journées grand public le samedi et le dimanche // Ouvrir le dimanche
- ✓ Communiquer pour capter de nouveaux clients
- ✓ Aller plus loin dans la dynamique de transversalité

BUDGET: 3 153 €

(4 JOURS - 2 PERS. : KATIA PUYOU ET AURORE COSNIER)

MARCHE BORDEAUX-NANTES

CAMPAGNE DE COMMUNICATION GRAND-OUEST

Campagne de publicité digitale et presse mise en place sur la zone grand-ouest pour mettre en avant des offres de séjours avec un objectif de trafic de venue sur la période juin – début juillet.

Campagne « Passez en mode basque »

Mise en place début mai 2017



Mise en avant de séjours et weekends thématiques ou liés à des événements, invitant les clients à passer en mode basque.

=>Page d'atterrissage de la campagne

Anglet Tourisme s'est rapproché de ses hôteliers pour créer des produits thématiques ou en promo sur Anglet pour cette campagne :

2 produits ont été sélectionnés par l'AADT 64 pour créer leur mur digital avec 15 produits d'appel.

«Une escapade sportive surf à Anglet» avec Azureva et Ter'Atlantik

«Coup de cœur chic à prix choc» avec Château de Brindos









OPERATION EVENEMENTIELLE «BORDEAUX FÊTE LE FLEUVE »

Plan médias :



PASSEZ EN MODE BASQUE : WWW.PAYSBASQUE-TOURISME.COM

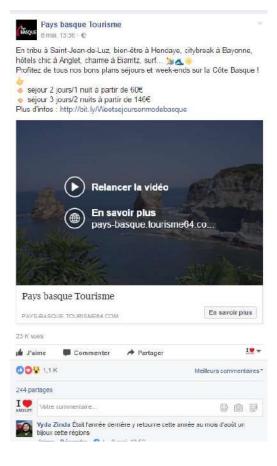
½ page dans Elle – Edition Aquitaine 42 814 exemplaires 159 000 lecteurs

½ page dans Elle – Edition Pays de Loire 27 456 exemplaires 110 000 lecteurs

Autres médias :

½ page dans le mag de Sud-Ouest 266 000 exemplaires 1 060 000 lecteurs hebdo

Cahier 4 pages dans Femme Actuelle (24-33-40-47-64-16-17-79-86-44-49-53-72-85) 114 011 exemplaires 533 000 lecteurs hedbo























- Bannières
 Display Google
- Spots « passez en mode basque « - Campagne vidéo Youtube
- Annonces (séjours / weekends / vacances)
 Campagne adwords
- Jeu concours et campagne
 Facebook

OPERATION EVENEMENTIELLE «BORDEAUX FÊTE LE FLEUVE »



Bordeaux Fête le Fleuve Quais de Bordeaux Du 26 mai au 4 juin 2017

Fréquentation: 350 000 visiteurs (selon les organisateurs)

Dans le cadre de notre partenariat avec l'AADT 64, nous avons eu l'opportunité de participer à la 10^{ème} édition de Bordeaux Fête le Fleuve du 26 mai au 4 juin 2017.

Objectifs de notre participation :

- Toucher une clientèle de proximité
- Prospecter auprès d'une clientèle attachée à l'événement
- Profiter des animations de la Maison Basque de Bordeaux pour promouvoir la destination Pays Basque
- Etre présent (car d'autres destinations avaient fait le déplacement également : Charente Maritime, Lot, Tarn-et-Garonne, Gers, Gironde et même la Turquie)

Présence sur le stand « Pays Basque » en relais de 2j / Office de Tourisme samedi 3 et dimanche 4 juin pour Anglet Tourisme.

BUDGET: 169€

(2JOURS - 1 PERS. : AURORE COSNIER)

3. LES OPERATIONS SUR LE MARCHE INTERNATIONAL

Une promotion unifiée par l'AADT64 autour de la marque Biarritz Pays Basque sur les marchés étrangers.



« La marque Biarritz Pays Basque a été reconnue par le Ministère des Affaires Etrangères parmi 20 marques pour faire rayonner la France à l'international

Biarritz Tourisme, l'AADT64 et la CCI de Bayonne se mobilisent pour fédérer des entreprises et des acteurs du tourisme du Pays Basque autour de cette marque.

Pour en savoir + : http://www.marque-biarritzpaysbasque.com/

Anglet Tourisme a participé à l'ensemble des comités techniques de la marque en compagnie d'autres offices de tourisme et a contribué à l'élaboration d'un plan d'actions 2018-2020. »

Il a été convenu avec l'ensemble des parties prenantes et voté par le COPIL de la Marque que « Biarritz Pays Basque » serait utilisé sur l'ensemble des campagnes de promotion-communication à l'étranger.

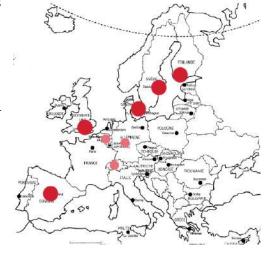
Objectif: Installer l'image de la destination Pays Basque sur les marchés étrangers suivants

3 marchés prioritaires :

- Espagne (Madrid)
- Royaume-Uni (Londres)
- Les bouts de ligne (Nord Europe Scandinavie)

4 Marchés secondaires :

- Allemagne
- Belgique
- USA
- Suisse



En 2017, plusieurs actions ont été menées pour promouvoir la destination Pays Basque à travers la marque « Biarritz Pays Basque »

CREATION D'UN SITE VITRINE « BIARRITZ PAYS BASQUE » EN ANGLAIS ET EN ESPAGNOL https://www.biarritz-pays-basque.com/







MARCHE ANGLAIS

CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Campagne Feel France Biarritz Pays Basque à Londres

Co-financement AADT64 x Biarritz Tourisme x CRTNA



FEEL FRANCE IN NEW-AQUITAINE WITH Brittany Ferries

AFFICHAGE METRO à Londres et sur le réseau des trains Londres/banlieue en plusieurs vagues (mars-avril-mai)

PRESSE: 1 page Biarritz Pays Basque dans un supplément Nouvelle-Aquitaine dans le «Saturday Telegraph »

593076 exemplaires diffusés le 1^{er} avril 2017 **DIGITAL**: Entrée spécifique « Destination Biarritz Pays Basque » sur Atout France.

Cette même campagne a pu être déployée également au Pays-Bas

AFFICHAGE PANNEAUX de Gare dans les grandes villes pendant 2 semaines à partir du 16 mars 2017. **DIGITAL** : Entrée spécifique « Destination Biarritz Pays Basque » sur le site d'Atout France

MARCHE ESPAGNOL

WORKSHOP PRESSE ORGANISE PAR ATOUT FRANCE A MADRID

Biarritz Tourisme représenté la marque sur place en compagnie de Christiane BONNAT de l'AADT64 en charge des RP.

Madrid, le 2 février 2017

- 20 exposants France (surtout Sud France) dont Biarritz Pays Basque
- **60** journalistes présents
- 20 contacts
- 2 accueils programmés au printemps : El MUNDO, 2^{ème} quotidien local / El HEDONISTA, site lifestyle haut de gamme

MARCHE SCANDINAVE BOUT DE LIGNE

TOURNEE MEDIA ORGANISEE PAR ATOUT France A HELSINKI

Biarritz Tourisme représenté la marque sur place en compagnie de Christiane BONNAT de l'AADT64 en charge des RP.

Helsinki, le 5 et 6 avril 2017

- Rendez-vous presse dans les rédactions du Groupe Otavamedia (38 magazines)
- Conférence de presse à l'ambassade pour présenter la destination Pays Basque

AUTRES ACTIONS

MARCHE ALLEMAND

L'AADT64 participe activement à l'action collective menée des Pays-de-Loire au Pays Basque sur la conquête du marché Allemand.

- Actions de promotion, achats d'espace presse et digital, dispositif sur les réseaux sociaux et les relations presse.
- Dispositif observatoire : Observatoire, veille et analyse.
- Hausse de fréquentation de la clientèle allemande constatée.

- Edition d'un guide pour accueillir et fidéliser la clientèle allemande.

4. FILLIERE SURF — CONSTRUCTION D'UN NOUVEAU CONTRAT DE DESTINATION SURF



L'AADT64 et Biarritz Tourisme se sont associés pour répondre à l'appel à projet du Conseil départemental pour monter un nouveau contrat de destination sur la thématique du Surf.

Ils ont remporté l'appel avec le projet « Biarritz Pays Basque et le surf » regroupant l'ensemble de l'offre surf de la Côte Basque d'Anglet à Hendaye »

Objectifs:

- Fédérer les acteurs de la filière surf
- Augmenter le nombre de nuitées sur le territoire basque,
- Explorer une nouvelle clientèle nationale mais aussi internationale
- Conquérir des parts de marché hors saison,
- Promouvoir une destination globale surf

2017 était une année « surf » sur la côte basque avec 2 événements majeurs : les 60 ans du surf et les Championnats du monde International Surfing Association.

Dans le cadre des Championnats du monde de surf ISA, l'AADT s'est mobilisé autour de l'événement pour promouvoir la destination Surf Biarritz Pays Basque au travers d'actions spécifiques :

- Conférence de presse pour lancer officiellement « Surf Biarritz Pays Basque »
- 5 instagrameurs locaux influents accueillis dans le cadre d'un « instameet »
- Etude et analyse détaillée de la fréquentation de l'événement avec Flux Vision Tourisme. Partage de l'analyse avec le FFS (porteur de l'organisation).
- Stand Pays Basque : **636** nouveaux contacts obtenus dans le cadre du jeu concours organisé sur place. (Anglet Tourisme avait fourni un lot pour ce jeu concours dont l'objet était de recruter du contact « surf ».

Anglet Tourisme a participé à l'ensemble des réunions du Comité Technique « Surf Biarritz Pays Basque » et a contribué à l'ensemble des outils de communication en créant du contenu sur Anglet et en mobilisant les acteurs angloys.



Fédérer les acteurs de la filière surf

Une « Charte d'engagement » a été créée pour les écoles de surf souhaitant adhérer à la démarche.

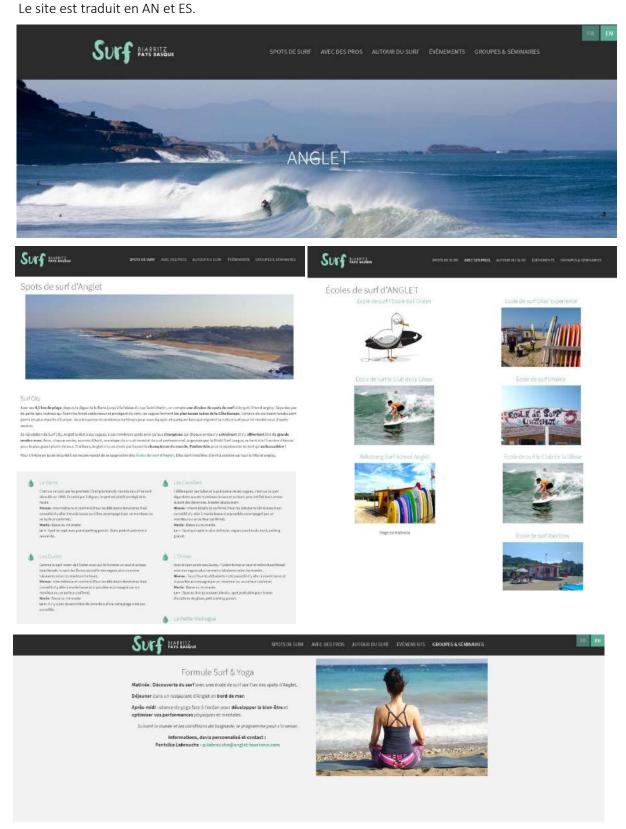
Les écoles signataires seront mises en avant dans les actions de promotion et sur les outils de communication.

Organisation d'une réunion d'information et d bilan de saison en octobre 2017.

11 écoles signataires sur Anglet : Gliss Expérience / Club de la Glise / Billabong Surf School Anglet / Uhaina / ES64 / John et Tim Surf School / Madrague Surf School / Ecole de l'Océan / Anglet Surf Spirit / Ecole Rainbow / Ter Atlantik.

Promouvoir une destination globale surf

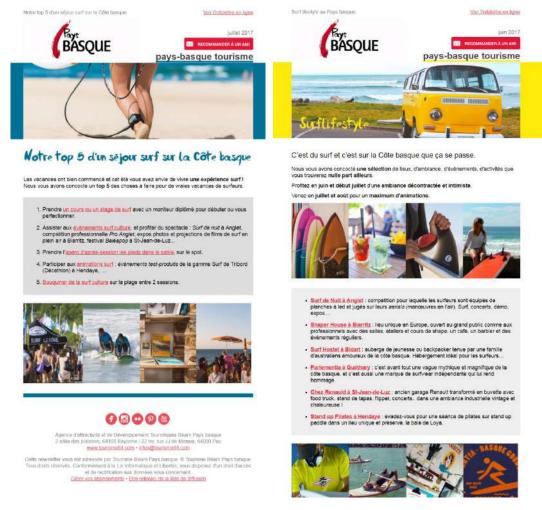
• CREATION D'UN SITE INTERNET DEDIE : http://surf-biarritz-paysbasque.com/



Offices de Tourisme de la côte basque à votre service pour organiser votre séminaire, incentive, séjour en groupe...

NEWSLETTERS

Envoi de 5 newsletters dédiées avec mise en avant d'offres thématiques « surf »



RETOMBEES PRESSE SUR ANGLET

CULTURE TRIP: « WHY BIARRITZ IS AN ABSOLUTE MUST FOR SURFERS"

https://theculturetrip.com/europe/france/articles/why-biarritz-is-an-absolute-must-for-surfers/ "11 TOP HANGOUTS FOR SURFERS IN BIARRITZ"

https://theculturetrip.com/europe/france/articles/11-top-hangouts-for-surfers-in-biarritz/

LE PARISIEN ECO: "L'ETE, UNE VAGUE A NE PAS RATER"

http://www.leparisien.fr/economie/business-du-surf-l-ete-une-vague-a-ne-pas-rater-03-07-2017-7105701.php

LE PARISIEN: « TOURISME: LE PAYS BASQUE, NOTRE CALIFORNIE »

 $\frac{\text{http://www.leparisien.fr/magazine/envies/tourisme-le-pays-basque-notre-californie-07-07-2017-7112979.php}$

PARIS MATCH: "BIARRITZ, BERCEAU DU SURF EN EUROPE"

https://www.parismatch.com/Vivre/Voyage/Biarritz-berceau-du-surf-en-Europe-1322111

NOUVEL OBS: « PAYS BASQUE, TERRE DE SURF »

https://o.nouvelobs.com/voyage/20170712.0BS2013/pays-basque-terre-de-surf.html

II. PARTENARIAT PROMOTION & COMMUNICATION AVEC ATOUT France

ADHESION GIE ATOUT FRANCE: 1740€

1. SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE A ROUEN



Salon Rendez-vous en France à Rouen les 28 et 29 mars 2017 Participation au plus grand rendez-vous professionnel invitant les tours opérateurs et les agences de voyage qui programment la France dans le monde.

Quelques infos : Un lieu d'échange unique, **13** régions partenaires, **70** pays représentés, près de **500** voyagistes étrangers en éductour à travers la France le weekend précédent le salon.

Anglet Tourisme a une nouvelle fois partagé son stand avec Bayonne Tourisme pour cet événement et a honoré **24** rendez-vous préprogrammés sur 2 journées de workshop : Grande-Bretagne – Espagne – Allemagne – Scandinavie – Canada. Une aussi bonne édition qu'en 2016.





Pour valoriser au mieux notre participation à cette édition 2016, nous transmettons aux hôteliers qui le souhaitaient nos codes d'accès à la plateforme dédiée afin d'accéder au catalogue en ligne complet des visiteurs (fiches techniques et contacts) et de constituer leur catalogue personnalisé en fonction de leurs marchés et cibles prioritaires. Lorsque l'accès à cette plateforme n'est plus autorisé, nous pouvons toujours mettre le catalogue papier de l'édition à leur disposition.

Connexion au site : www.rendezvousenfrance.pro Nom d'utilisateur : k.puyou@anglet-tourisme.com

Mot de passe : RDVF3578

BUDGET (hors adhésion) : 2 193 €

(2 JOURS - 1 PERS. : PANTXIKA LABROUCHE DONT 1 632 € DE STAND)

COLLABORATION AU CONTRAT DE DESTINATION « BIARRITZ DESTINATION GOLF »



Anglet Tourisme et le Golf de Chiberta sont partenaires de ce contrat aux côtés de Biarritz Tourisme et en collaboration avec les CDT 64 et 40.

Objectifs du contrat destination golf :

- Positionnement et identification de la destination sur le marché international golfique (en amont de la Ryder Cup 2018)
- Fédération des partenaires privés et publics
- Identité et offres communes
- 3 volets d'actions déployées : INGENIERIE / PROMOTION-COMMUNICATION ET MARKETING / QUALITE DE L'ACCUEIL

Retour sur 2017:

>> Prospections marchés prioritaires + USA et Canada / accueils presse

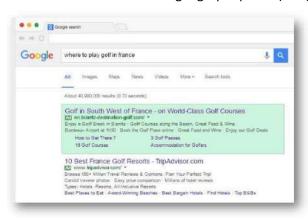
>> DIGITAL:

- Réservation en ligne « golf pass 8 parcours » via le site internet Biarritz destination Golf (20 000€ de CA)
- 1048 Fans Facebook
- Site internet : www.biarritz-destination-golf.com

800 visites / mois équilibrées entre la version FR et An

Nouveaux contenus version FR pour amélioration référencement naturel (AN en cours d'optimisation)

La version FR récupère plus d'une visite sur deux des moteurs de recherche tandis que la version AN tire **80%** de son trafic des campagnes menées sur google **(2/3)** et Facebook **(15%)** La version FR est optimisée pour le référencement et se positionne d'ailleurs en page 1 sur de nombreux mot-clés « géographiques » (ex : golf Biarritz / golf pays basque)





>> + de 450 000€ de retombées directs hôtels-transferts-green fees (35 dossier confirmés via Biarritz tourisme)

- >> TO Golf AN (Source Golfbreaks et your Golf Travel) : -15% sur toute la France (Causes : Attentats, migrants)
 - ⇒ Concernant Biarritz Destination Golf: arrêt de la ligne direct « British Airways Londres Heathrow-Biarritz » qui amené une clientèle anglaise plus haut de gamme.
 - Mais à fin 2017, les ventes pour 2018 sont déjà supérieures à l'ensemble de 2017.

- >> Reconnaissance et positionnement de Biarritz Destination Golf en tant que destination golfique auprès- des TO Européens et Américains entière mais nécessité de travailler l'effet « Ryder Cup 2018 » :
 - Biarritz Destination Golf est présent dans la vidéo officielle de la Ryder Cup 2018
 - Le planning des rendez-vous était complet lors du « North America Golf Tourism Convention »
 - IGTM à Cannes : 60% de prospects Australie, USA, Asie et même Amérique du Sud.
- >> Insertion dans le Golf Worl
- >> Intérêt grandissant du Golf Pass de la part des TO : facilite les réservations et le paiement
- >> Etonnement des TO concernant les tarifs peu chers des Golf et du Golf Pass pour une qualité et une diversité importantes de parcours.

Pour rappel, Le Golf de Chiberta ne fait pas partie du Golf Pass.

Bilan 2015-2017 du contrat de destination golf :

PRESSE



40 journalistes accueillis (France, USA, Finlande, Russie, Allemagne, Danemark, Pays Bas, Belgique, Suisse, Japon, UK, Canada)



12 nationalités



43 supports - 80 pages



400 000 € de CVP

TOURS OPERATEURS



41 TO accueillis



13 Nationalités accueillies France, USA, Argentine, Colombie, Chine, Australie, Rep Tchèque, Canada, Nouvelle-Zélande, Allemagne, Suisse, UK, Espagne



281 TO Golf rencontrés (87 TO en base de données avant 2015) soit + 223 %



Biarritz Destination Golf programmée chez plus de 60 TO et agences soit + 50 % par rapport au début du contrat

SALONS



500 Rendez-Vous Professionnels en Europe et USA



15 prospections (Europe, USA et Canada)



12 salons Pros et Grand Public / Workshops (Europe et USA)



Présence sur le Stand France (Fed. Française de Golf) : plus de 3000 américains intéressés (communication e-neswletters)

RETOMBEES GOLF



Accueils de journalistes « GOLF » en 2017



GOLFPERLEN IM SÜDWESTEN FRANKREICHS,

ABSCHLAGEN IN DER GOLFREGION BIARRITZ

18 janvier 2017

Journaliste : Kai Wunner https://www.stuttgart-golfcommunity.de/2016/12/01/golfperlen-im-s%C3%BCdwestenfrankreichs/

« VIVE LE GOLF! »

85 983 exemplaires plus 4 700 visiteurs uniques / jour Journaliste : Raphael TANNENBAUM

« LONG DRIVE ON THE GOLF COAST »

110 000 lecteurs, 8650 € CVP Juillet 2017

Journaliste : Adam Ruck

Autres retours presse pour Chiberta

■ « J'IRAI GOLFER A CHIBERTA »

Journal du Golf Novembre 2017

Journaliste: Jean Lamaison

3. CLUSTER TOURISME LITTORAL

ADHESION CLUSTER TOURISME LITTORAL : 2 160 €



En 2015, il avait été décidé de mettre entre parenthèse la participation d'Anglet Tourisme au Cluster Littoral afin de dégager du temps et du budget (environ 5 000€) pour travailler sur d'autres actions et/ou dossiers prioritaires. En 2016, Anglet Tourisme a participé à une partie du

séminaire annuel du cluster suite à l'invitation reçue par Atout France et Biarritz Tourisme.

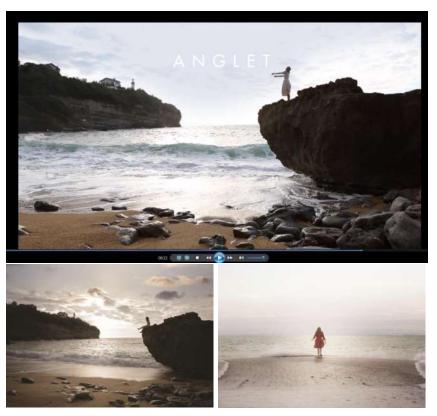
Nous avons pu re(nouer) le contact avec les membres du cluster et prendre connaissance des projets/actions en cours et à venir du cluster.

Cette année, nous avons décidé de rejoindre de nouveau le Cluster Tourisme Littoral.

L'objectif de ce Cluster est de promouvoir la notoriété et la diversité du littoral français en tant que destination touristique sur le marché international.

Nous avons pu participer au Séminaire de Bastia du 10 au 13 mai 2017. (19 stations présentes) Ce séminaire a permis de ré-acter sur la nécessité de conforter les actions du cluster sur les marchés européens (Belgique, Grande Bretagne, Suisse, Allemagne) et de conquérir de nouvelles clientèles sur des marchés lointains à fort potentiel comme le Brésil et la Corée du Sud.

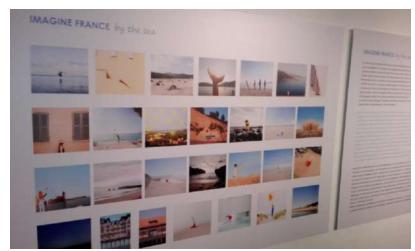
Arrivé en cours d'année, Anglet Tourisme a, dans un premier temps, rattrapé son retard en contribuant à la nouvelle campagne de communication du Cluster « IMAGINE France EN BORD DE MER », en réalisant des images sur Anglet avec l'artiste missionnée sur ce projet artistique : Maia Flore.



L'artiste a réalisé des prises de vue pour la réalisation d'une capsule vidéo de 30 secondes (qui sera intégrée au film de promotion des littoraux français) et des photos pour leur banque d'images.

Cette vidéo et ces photos sont sorties juste à temps pour l'exposition « IMAGINE France EN BORD DE MER » au Musée BOZAR de Bruxelles en Belgique.

Date: du 18 octobre au 5 novembre.





Des dos de cartes postales ont été réalisés pour décrire les différentes stations prises en photo.

Vernissage de l'exposition le 18 octobre :

- Visite de l'expo commentée par l'artiste
- 4 blogueurs présents
- 30 invités
- 4 stations présentes (Le Touquet, Hendaye, Cassis, le Lavandou)

3 jours d'exposition : 14 508 visiteurs

BILAN COMMUNICATION DEPLOYEE SUR LE MARCHE BELGE

PRINT



CUISTAX : Carnet de médiation à destination des familles / enfants **1 000** exemplaires distribués au BOZAR

BRUZZ : journal hebdomadaire d'actualité 62 000 exemplaires / 148 lecteurs 1/3 de page dans l'agenda expo du 11 octobre.

THE WORD : magazine gratuit orientation : art et innovation 15 000 exemplaires / 45 000 lecteurs

1 page de publicité (septembre-octobre)

DIGITAL

8 718 visites sur le site de la page France.fr

E-news France.fr du 15/10: taux de clic sur l'article :14,65 %; article du 19/09: taux de clic sur

l'article **4,45%**

Campagne de CPC: un coût au clic de 0,196 %

Posts sur Facebook Rendez vous en France : 360 vues pour les vidéos

Nous avons participé également au projet de co-investisement pour démarcher le marché coréen.

MARCHE COREEN

OBJECTIFS:

- Sensibiliser les professionnels aux destinations littorales vers cette nouvelle clientèle porteuse
- Capitaliser sur l'opportunité du fonds d'urgence de relance touristique
- Valoriser une image différente de ces destinations au travers du regard de l'artiste Maia Flore auprès d'une cible sensible à l'art.

■ DESCRIPTIF DE L'OPERATION :

Du 12 au 17 octobre organisation d'une exposition sur le workshop France / Séoul-Busan.

CONTENU

- Mise en avant lors de la soirée France : Le Cluster Tourisme Littoral était invité d'honneur de la soirée. (présence de deux stations : Biarritz et Deauville)
- Exposition des 38 photos de l'exposition « Imagine France en bord de mer »
- Discours de la présidente du Cluster
- Projection du film global reprenant l'ensemble des stations en boucle pendant la soirée.
- Sessions de workshops à Séoul et Busan
- Réalisation et diffusion d'un catalogue sur l'ensemble des stations.







IMAGINE FRANCE by the sea 파악차 등효료의 작업은 표현스 메인의 목본인 지정이나인의 개최으로 예정을 때문에 전용하는 시민은 등에는 위한 경소는 하나다는 것이 만분을 약하는데, 다른 가격이 전면을 용하죠?

IMAGINE FRANCE by the sea 3





MAGINE FRANCE by the see

BILAN DE L'OPERATION

+ de 12 retombées en ligne

50 participants à la soirée VIP (influenceurs, présidents, directeurs et managers d'agences de voyages)

Très bon accueil des professionnels et journalistes (intérêt pour les destinations) Leurs motivations :

- Nature et paysage
- L'expérience et la découverte des traditions
- Shopping
- Gastronomie
- Sites culturels et historiques
- Romantisme
- Golf

BUDGET (hors adhésion): 3 598 €

III. PROMOTION ANGLET TOURISME

Du 19 au 22 janvier : EDUCTOUR sur BAYONNE-BIARRITZ-ANGLET au profit des 8 agences sportives britanniques avec lesquelles TOUREA Sport travaille le plus depuis des années.



- GULLIVERS Sports Travel (https://gulliverstravel.co.uk/) / M. Neil RAYER Managing Director
- INSPIRE SPORT (http://www.inspiresport.com/) / M. Sean BISHOP Sales Manager
- TOURS 4' SPORT (http://www.tours4sport.com/) / Mme Kate MARTIN Sales Manager
- HALSBURY Travel (https://www.halsbury.com/) / Mme Lisa MITCHELL Sales Manager
- VENA-TOUR (http://www.venatour.co.uk/) / M. Ian BARTON Managing Director
- COMPLETE SPORTS SOLUTIONS (http://www.completesportssolutions.co.uk/) / M. Tom SHOREY – Sales Manager
- EDWIN DORAN Sports Tours (http://www.edwindoran.com/) / M. Andrew LOUGHLIN Sales Manager
- ACTIV'4 (http://www.activ4.com/) / M. Steve SCOTT Managing Director

Responsables / accompagnants pour TOUREA Sports : M. Frédéric CAMBOURS et Mme Marie FLEURY

Contacts / accueil à Anglet : Laurence LABAIGT, ATLANTHAL-BTR et Katia PUYOU, ANGLET TOURISME

Programme à ANGLET, le samedi 21 janvier 2017 :

- 19h30 20h: rendez-vous à Atlanthal dans une salle de réunion pour une rapide présentation de la destination ANGLET par Katia, diffusion d'une vidéo de promotion « Anglet, la sportive » et échanges avec les agences / Présentation et visite du complexe Atlanthal par Laurence.
- 20h30 : dîner au restaurant La Concha (à proximité de l'hôtel à pied et avec vue sur la patinoire où se déroulera pendant le dîner un match de Hockey des -de 17 ans Anglet–Strasbourg.

Commentaires:

- Tourea est un excellent contact ainsi que les agences spécialisées « sport » invitées.
- La destination et ses offres : nature / sport / loisirs / bien-être ont semble-t-il séduit
- Gros bémol sur le restaurant « La Concha » en dépit de la qualité toujours régulière des assiettes : l'emplacement demandé (vue sur la piste de la patinoire pour voir le match) n'a pas été respecté; accueil désagréable et service vraiment pas à la hauteur. Difficile de recommander cet établissement pour un accueil de groupe... britannique de surcroît tant il a été difficile d'obtenir les quelques bières commandées. Aucun effort de la part de l'équipe de service ce soir-là dans cette institution angloye.

NB : le responsable était absent. Le groupe a toutefois apprécié la qualité et la variété des produits locaux proposés, dans une ambiance conviviale, presque amicale.

Retour:

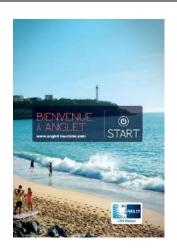
Cet éductour a porté ses fruits puisque TOUREASPORT nous a recontacté en avril pour nous confirmer l'organisation d'un séjour «stage/séjour d'entrainement rugby » à Anglet au mois d'Août pour **46** jeunes Irlandais de **TERENURE RUGBY COLLEGE** (www.terenurecollege.ie).

TOUREASPORT a réservé au Domaine du Pignada et nous les avons accompagnés dans leurs demandes d'accès aux installations sportives d'OROK BAT. (Courriers + emails avec les services des sports : contact : Sylvie Vaquero)

IV. COMMUNICATION

1. LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

LES EDITIONS 2017



LE DOCUMENT D'APPEL: PRESENTATION DE LA STATION (8 PAGES)

Edition non millésimée pour une meilleure gestion des stocks

Versions: français / anglais / espagnol / allemand



LE GUIDE DES HEBERGEMENTS 2017 (32 PAGES)

Tirage / Version: 6 000 exemplaires en français

Contenu:

- Présentation du Service de Réservation (séjours à thème)
- Plan d'Anglet simplifié
- Hébergements en centrale de réservation (descriptif + photo)
- Hébergements hors centrale (descriptif / format tableau)
- Conditions de vente
- Encarts publicitaires partenaires **soit 844€** -36.92% (N-1) de recettes (Agence Adour et Nettoyage&Services)



LE PLAN D'ANGLET 2017

<u>Tirage</u>: 50 000 exemplaires + réassort 7 000 exemplaires (nov.)

Régie publicitaire : Régie Pub 64

♥ Cf. Note ci-dessous

Ce document est principalement distribué à l'accueil, il est joint aux courriers et il est distribué chez les hôteliers et à l'aéroport.





LE GUIDE LOISIRS & ACTIVITES 2017

Version / Tirage:

30 000 exemplaires en français 10 000 exemplaires en anglais

Contenu rédactionnel:

- Histoire d'Anglet
- Les plages et le surf
- Les balades à Anglet
- Idées balades aux alentours
- Les loisirs
- Les sorties
- Les temps forts (animations)
- Culture
- Infos pratiques

Régie publicitaire : Régie Pub 64

♥ Cf. Note ci-dessous

Ce document est principalement distribué à l'accueil, il est joint aux courriers et il est distribué chez les hôteliers, les principaux sites / points touristiques d'Anglet et à l'aéroport.

A NOTER - Régie publicitaire 2017 :

Comme en 2016, C'est Régie Pub 64 / Claire Fadat qui a assuré cette mission pour le compte d'Anglet Tourisme en 2017. Tous les engagements ont été respectés et les recettes perçues.

Montant de la redevance (65%) = 25 526 €

10 020 €/Guide Loisirs & Activités + 1.98% (N-1)

15 506 € /Plan d'Anglet -1.67% (N-1)

Note pour 2018 : Un très gros travail de rafraîchissement des éditions pour 2018 a été entamé dès septembre 2017.

AUTRES EDITIONS

En 2016, 2 nouvelles éditions ont vu le jour, communes aux 5 villes de l'agglomération – ACBA : Elles ont été reconduites en 2017.

- LE CALENDRIER DES MAREES

Il a remplacé le Calendrier des Marées précédemment édité par Anglet Tourisme.

- LE PLAN ANGLET-BAYONNE-BIARRITZ-BIDART-BOUCAU

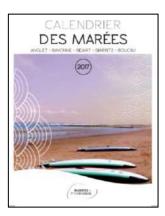
Il a remplacé le Plan du BAB précédemment édité par Supports Promotion (la société a été liquidée).

Investissement pour les villes / OT partenaires :

- 0€
- Temps passé (réunions de coordination et mise à jour des contenus)

LE CALENDRIER DES MAREES 2017

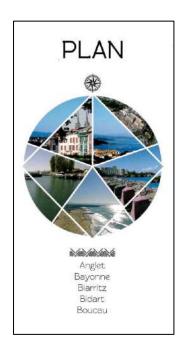
7 200 exemplaires pour Anglet Tourisme



Droits de reproduction / SHOM : 100 € TTC

LE PLAN DE L'AGGLOMERATION ANGLET-BAYONNE-BIARRITZ-BIDART-BOUCAU

25 000 exemplaires pour Anglet Tourisme



BUDGET EDITIONS 2017

→ Exécution PAO / Agence O-One : **8 736 €** TTC

→ Impression :

* Document d'appel en Français / Mendiboure (réassort) : 806 € TTC

* Guide Hébergements / IBT : 2 659 € TTC

* Guide Loisirs&Activités x 2 langues / Mendiboure : 6 570 € TTC

* Plan d'Anglet - Conception et Impression / IBT : 12 551 € TTC

<u>Rappel</u>: en 2007 un appel public à la concurrence (procédure MAPA) avait été lancé et avait permis de sélectionner l'agence Inoxia (33) pour la conception des brochures ; les imprimeurs sont choisis chaque année après consultation de plusieurs entreprises locales.



→ La documentation touristique est parfois encartée dans des chemises cartonnée (groupes, séminaires, réunions, conférences, presse...).

Un réassort de **1 500** exemplaires a été commandé en 2017 au fournisseur Proformats

= 1 098 € TTC.

Les documents de correspondance (en-tête de lettre, enveloppes, cartons de correspondance et carte de visite) ont fait l'objet d'une commande de réassort en 2017 chez l'imprimeur Mendiboure : 1 174 €

2. AUTRES SUPPORTS DE COMMUNICATION

■ CHAINE D'INFORMATION « ANGLET TOURISME »

2 grands écrans TV sont installés dans le bureau d'accueil :

- 1 écran à l'intérieur
- 1 écran tourné vers l'extérieur (en vitrine) diffusant des informations 24h/24

Type d'informations diffusées : Météo - Horaires d'ouverture – Agenda – Billetterie...

En 2017, notre chaine info est diffusée auprès de 9 Partenaires + nos 2 bureaux d'information. Listing des partenaires : Altica / Azureva / Belambra / Bela Basque / Chiberta & Golf Hôtel / Ibis Budget La Croisière / Villa Clara / Théâtre Quintaou
\$\times\$ Cf. Accueil « Hors les murs ».

DISQUE DE STATIONNEMENT

Depuis 2013, dans le but de rendre service aux usagers (touristes et locaux) de la Place du Général Leclerc (5 Cantons), et des autres espaces de stationnement en zone bleue, Anglet Tourisme a édité et distribué des disques de stationnement, aux conditions suivantes : gratuité / 1 disque par personne.

A partir de 2015, les disques étaient disponibles mais à la vente à Anglet Tourisme au prix de 1 €.



Depuis 2016, à la demande de la municipalité, ils sont à nouveau **distribués gratuitement** aux visiteurs de l'OT et sur le stand d'Anglet Tourisme au marché de Quintaou.

Ces disques de stationnement disposent d'une face aux normes européennes et d'une face personnalisée « Anglet Tourisme » rappelant les informations basiques de l'Office de Tourisme.

Nouveau visuel en 2017 avec intégration de la signature I love Anglet.

Budget 2017 pour l'achat de 3 000 disques / Asdirect = 1 584 € TTC

LES AUTRES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- Les sites internet : <u>www.anglet-tourisme.com</u> et <u>www.espacedelocean-anglet.com</u> (dédié à la présentation de la salle de réception gérée par Anglet Tourisme)
- La page pro Facebook « I love Anglet », les comptes Instagram et Twitter d'Anglet Tourisme.
- Le site mobile Macotebasque et les applications Iphone et Androïd
- Le site mobile <u>www.plagescotebasque.com</u>; les applications Iphone et Androïd; la page pro Facebook « Plages Côte basque » administrée par les OT de la Côte basque. Anglet Tourisme publie le lundi.

Ces supports font l'objet d'un rapport détaillé dans les chapitres suivants.

3. LES ACTIONS DE COMMUNICATION

PUBLICITES

Guide « BASQUE COUNTRY » 2017

Cible : visiteurs anglophones du Pays-Basque

Encart(s): 9 pages quadri Coût: 1 080 € TTC Création: Brian Hegarty

Programme « TOURNEES CHARLES BARET » 2017

Cible : clients pour billetterie de spectacles sur le B.A.B

Encart(s): 1 page quadri Coût: 1 200 € TTC Création: Haritza

Réalisation : Entractes Organisation

France Télécom « PAGES JAUNES » 2017

Supports: annuaire papier et Internet

Coût: 808 € TTC

Guide « Bienvenue au Pays basque » 2017

Cible : visiteurs du Pays-Basque Encart(s) : 1 double page quadri

Coût : **540** € TTC Création : JA Création

Guidedupaysbasque.com 2017

Cible : visiteurs du Pays-Basque

Encart(s): 1 encart sur le portail internet / rubrique destination

Coût : 119 € TTC Création : Negocom

Achat d'espaces sur des sites Internet spécialisés dans les locations de vacances :

Vacances.com: 1890€

Guide et Séminaire Sud-Ouest 2017 [NEW]

Cible : Entreprises
Encart : ½ page
Coût : 680 €
Création : Sud Ouest

CAMPAGNE DE PROMOTION ET COMMUNICATION DIGITALE

Prestataire / Produit : Hi-Media / Quantum Native Solutions

Budget: 5 000 € Modèle : CPC

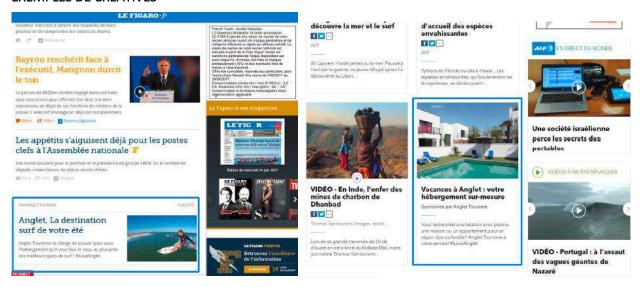
Objectif: Trafic qualifié

Détail de la campagne

Objectifs de la campagne menée du 12/06 au 09/07/2017 :

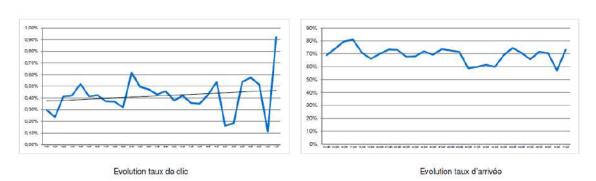
- Améliorer la notoriété de la destination via la dynamisation de la fréquentation du site = achat de **8 391 clics** (affichage complet des pages au clic)
- promotion des services d'Anglet Tourisme « L'office de tourisme s'occupe de vous ! », des offres hôtelières et des locations de vacances commercialisées par la centrale de réservation pour déclencher des ventes de séjours en début d'été.

EXEMPLES DE CREATIVES



PERFORMANCE DE LA CAPAGNE





Commentaires:

Une campagne d'un mois dont les performances sont bonnes et hétérogènes sur l'nsemble de la campagne, il y a eu plus de variation de celles-ci sur les derniers jours de la campagne ou le taux de clic a varié.

Taux d'arrivée moyen à 68% - constant durant toute la campagne ECPV bas de 0,92 €, correct pour ce type de campagne

Publicités performantes – classement top 3 :

1. ANGLET, LA DESTINATION SURF DE VOTRE ETE

Taux de clic 0,60% = excellent taux de clic Taux d'arrivée de 78%



2. PREPAREZ L'ETE EN DOUCEUR SUR LA COTE BASQUE

Taux de clic 0,52% Taux d'arrivée 70%



3. VACANCES A ANGLET: VOTRE HEBERGEMENT SUR MESURE

Taux de clic 0.41% Taux d'arrivée 68%



Top 5 des sites les plus performants en nombre de cliks :

- 1. Leboncoin.fr
- 2. Programme-tv.net
- 3. Bouyguestelecom.fr
- 4. Cdiscount.com
- 5. Valeursactuelles.com

■ LA SEMAINE DES RESTAURANTS

L'objectif de cette opération est double :

- Animer le réseau des restaurateurs,
- Proposer des offres gastronomiques au public à des périodes creuses.

Les restaurants partenaires s'engagent à proposer – sur réservation – des formules (entrée-platdessert / hors boissons) à 19 € au déjeuner et 29 € au dîner.





C'est une opération privée organisée par M. Roger-Paul Despesailles / CD+ Organisation qui a été, depuis son démarrage il y a 5 ans, soutenue par Biarritz Tourisme et l'UMIH Pays basque.

Fort du succès de cette opération à Biarritz auprès des clients et des restaurateurs partenaires (à des périodes creuses : 1 semaine en mars et 1 semaine en novembre), l'organisateur a souhaité, depuis 2015, la développer en l'étendant au Pays basque, avec le relais des offices de tourisme partenaires, parmi lesquels Anglet Tourisme.

Dans le cadre de ce partenariat, Anglet Tourisme s'engage à être un relais de communication de l'opération :

- Envoi du courrier d'information et de la fiche d'inscription aux restaurateurs d'Anglet (le 07/01/2017 pour l'édition de Printemps et le 12/09/17 pour l'édition d'Automne) - sont exclus des destinataires les adresses fast food, à emporter, sandwicheries et saladeries, cafétérias... la restauration rapide en général et dont les tarifs moyens sont inférieurs à ceux de l'opération qui doivent être promotionnels ;
- Relais de l'opération sur son site internet et sa page Facebook ;
- Diffusion des brochures dédiées à la présentation des menus des restaurateurs partenaires à l'accueil.

Une présentation de l'opération est proposée aux médias locaux en présence des partenaires la semaine qui précède chaque édition.



10 W

OPERATIONS DE COMMUNICATION SPECIALES ANGLET TOURISME [NEW]

Dans le cadre de notre politique qualité, Anglet tourisme s'engage à mettre en place une stratégie d'accueil physique « dans et hors les murs » tous en intégrant la promotion de nos hôtelier, prestataires d'activités et partenaires sur le territoire.

Dans ce cadre, nous souhaitons mettre en place des animations tout au long de l'année afin de dynamiser le bureau d'accueil afin d'attirer encore plus de visiteurs.

Anglet Tourisme en Mode Fêtes de Bayonne #17









Date: du 24/07/2017 au 30/07/2017

Cible : visiteurs des bureaux d'information et abonnés newsletter et réseaux sociaux

Objectif : Profiter d'un événement local incontournable comme les Fêtes de Bayonne pour faire parler

d'Anglet.

Budget : 239 €

Actions:

- Création d'un foulard spécial Anglet avec notre signature I love Anglet pour l'équipe d'Anglet Tourisme à porter pendant les Fêtes.
- Décoration des deux bureaux d'information aux Cinq-Cantons et à la Chambre d'Amour avec création d'un corner spécial Fêtes de Bayonne pour faciliter l'information des visiteurs.
- Création d'une newsletter spéciale où se loger à Anglet pendant les Fêtes de Bayonne avec mise en avant des bons plans de dernières minutes
- Réalisation d'un article de blog « 5 raisons pour laquelle Anglet est la ville idéale pour séjourner pendant les Fêtes de Bayonne ».
- Animation sur les réseaux sociaux : diffusion du live sur notre page Facebook de la Foulée du Festayre le mercredi 26 juillet.



Pauline Ado, ambassadrice Anglet Tourisme, un an déjà!



En savoir plus

Les 5 raisons pour lesquelles Anglet est LA ville idéale pour séjourner pendant les Fêtes de Bayonne



En savoir plus

Amis vacanciers, pourquoi choisir Anglet pour vos vacances ou vos week-ends?







Bilan:

Une opération de communication peu couteuse et qui donne une belle image d'Anglet. Les foulards ont eu beaucoup de succès!

Peut-être pourrons-nous en produire pour le grand public l'année prochaine ?



Date: du 1^{er} au 31 décembre 2017

Cible : Visiteurs des bureaux d'information et abonnés newsletter et réseaux sociaux Objectif :

- Créer une ambiance chaleureuse pour nos visiteurs
- Inciter nos abonnés à nous rendre visite même en hiver
- Créer une synergie avec nos voisins commerçants
- Faire parler d'Anglet Tourisme en hiver
- Mettre en avant les services d'Anglet Tourisme

Budget : 217 €

A l'occasion des fêtes de fin d'année Anglet Tourisme a revêtu les couleurs de Noël et a mené une opération spéciale 1 jour = 1 cadeau !

Du 1^{er} au 31 décembre 2017 l'Office de Tourisme des Cinq-Cantons a proposé, chaque jour, au 25ème visiteur d'ouvrir l'une des enveloppes du GRAND CALENDRIER DE FIN D'ANNEE (sauf les dimanches et jours fériés) leur permettant de remporter l'un des lots inscrits sur la carte cadeau.

En tout 25 cadeaux ont été attribués tout au long du mois : soins, détente, objets déco et gourmandises !

Cette opération a été menée en partenariat avec les Hôtels d'Anglet Atlanthal et Novotel Resort & Spa, les Chocolatiers d'Anglet ainsi qu'avec nos voisins commerçants de la Place des Cinq-Cantons.

Durant tout le mois de décembre tous les visiteurs ont été accueillis dans une ambiance chaleureuse avec un petit thé de Noël et quelques gourmandises. Un autre jeu concours leur était proposé pour tenter de remporter le fameux panier garni offert par les Halles des 5 Cantons. Un cadeau idéal pour

passer un Réveillon de fin d'année des plus gourmands! Le tirage a été effectué le vendredi 30 décembre au matin.

COMMERÇANTS PARTENAIRES: Anglet Tourisme, Thalassothérapie d'Atlanthal, O Spa du Novotel Resort & Spa, Les Halles des 5 Cantons, Polett Bazar, Vanda Fleuriste, Duniya Soin et Massage du Monde, Aqua Terra, Camille Albane, Thierry Bamas, Henriet, Mandion, Petit Casino, Boulangeries Elie et Jérôme, Soares, Ogi Xoko, Optique des Cinq-Cantons et la Maison de la presse des Cinq-Cantons.

Toute l'opération a été relayée sur nos réseaux sociaux.

EN MODE FÊTES DE FIN D'ANNEE

- Investissement dans de la nouvelle décoration spéciale « noël »
- Décoration de l'accueil du bureau des Cinq-Cantons
- Mise en place d'un petit corner d'accueil pour les visiteurs avec boisson chaude : thé de noël
 + gourmandises
- Création d'un livret « idées cadeaux » sur Anglet avec mise en avant des produits et services
 Anglet Tourisme mais pas que ... suggestions d'idée cadeaux chez nos partenaires et prestataires partenaires.



Création d'un livret spécial repas « Réveillon de la St Sylvestre »



OPERATION 1 JOUR = 1 CADEAU

- Création d'un calendrier de fin d'année géant du 1er au 31 décembre.
- Mise en place d'une charte des animations pour les partenariats avec les commerçants.





- 15 partenaires, prestataires et commerçants mobilisés 25 cadeaux collectés pour notre calendrier de fin d'année
- Création de carte cadeaux avec mise en avant du partenaire / prestataire / commerçant



Chaque gagnant était pris en photo et affiché à la place du jour où ils ont gagné.
 Leur photo était ensuite diffusée sur nos réseaux sociaux
 25 gagnants



- 1 grand jeu sur tout le mois de décembre pour remporter un panier garni aux Halles des Cinq-Cantons
 - 82 participants
 - 40 nouveaux abonnés à la newsletter
 - 7 demandes de documentation sur Anglet (hébergements et activités)
 - **1** gagnant

Bilan:

Une belle opération réalisées collectivement avec les services accueil-réservation et promotion-communication.

Nous avons reçu de jolis retours de la part de nos visiteurs qui ont apprécié notre démarche d'accueil dans nos murs.

Belle image d'Anglet Tourisme

Bon rapport avec nos voisins commerçants, prestataires et partenaires

| TENTEZ DE GAGNER UN PANIER GARNI |
|---|
| Nom*: Prénom*: Adresse: Adresse: Code postal*: Eliphone*: Do 13-14-13-3-3-7 Email*: Année de naissance*: Par quel biais avez-vous eu connaissance de l'événement ?* Par les réseaux Sociaux Par le bouche à oreille "Esur place, à l'office de tourisme |
| Aimeriez-vous que l'opération « Spéciale Noël d'Anglet tourisme » soit reconduite ? |
| Newsleter d'Anglet Tourisme? Ou) non *Critères à remair obligataires The dademark And a lor of the |
| |

4. LE PARTENARIAT AVEC PAULINE ADO

Cette année nous avons décidé de mettre un coup d'accélérateur concernant le partenariat avec la surfeuse professionnelle Pauline Ado.

LE PARTENARIAT S'ARTICULE AUTOUR DE 4 GRANDS AXES :

- Développer la notoriété et la visibilité d'Anglet
- Renforcer l'activité digitale et le trafic sur nos réseaux sociaux et notre site internet
- (Il faut savoir que Pauline est connectée à une communauté de plus de 100 000 personnes dans le monde à travers ses réseaux-sociaux).
- Créer du contenu immersif sur la ville avec son propre regard
- (à travers des vidéos, des interviews, des articles sur ses endroits préférés, ses spots de surf, ses bons plans resto et balades)
- Et enfin Participer à la vie de la cité.

REALISATIONS 2017



Silhouette Pauline Ado

Création de trois silhouettes à son effigie pour nos 2 bureaux d'accueil et une 3^{ème} pour les salons, accueil « hors les murs »

Organisation d'une réception pour célébrer la première année de partenariat et le titre de Championne du Monde de Surf de Pauline Ado.

Retombées : Article dans le Sud Ouest ; Article blog ; Posts facebook, twitter et instagram et reportage photos/vidéos

« Nous avons la chance à présent d'avoir une Championne du Monde de Surf comme Ambassadrice, nous allons pouvoir poursuivre nos actions à ses côtés et profiter de cette nouvelle notoriété. »

Extrait prise de parole Aurore COSNIER lors de la réception.

Partenariat avec Lov Organic



Pauline mobilise autour d'elle de nombreuses marques nationale ou internationale comme la première marque Française de thé et infusion entièrement bio, Lov Organic.

Ils ont pris contact avec nous en mai 2017 pour monter une ou plusieurs actions en commun autour de Pauline pour l'été, ainsi que des vidéos promotionnelles pour leur maque.

Un jeu concours pour gagner un weekend sur Anglet pour le mois de septembre avec initiation surf avec Pauline a été organisé sur toute la période mi-juin-juillet-août.

Envoi d'une Newsletter sur le jeu concours aux abonnés non-résidents sur Anglet ; Posts facebook, twitter et instagram et Reportage photos/vidéos

PAULINE ADO, CHAMPIONNE DU MONDE DE SURF ET AMBASSADRICE LØV

Pauline Ado, nouvelle ambassadrice <u>Løy Organic,</u> vient d'être sacrée **championne du monde de surf** le 22 Mai dernier à Biarritz! BRAVO PAULINE!

Lag vous offre un superbe weekend à Anglet en Septembre pour prolonger l'été et partir à sa rencontre. Au programme : deux nuits dans <u>l'hôrel Atlanthal</u>, un brunch à la <u>Beach House</u> et un cours de surf avec la championne du monde ! Et oul, ça se passe par lei : <u>www.lov-organic.com</u>

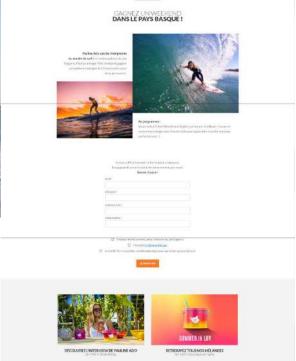


Hébergement du jeu concours sur le site Lov Organic: http://skandiblog.lovorganic.com/fr/pauline-ado-championne-du-monde-

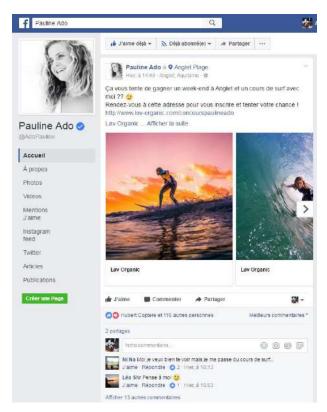
de-surf/



Diffusion du jeu concours sur les réseaux de Pauline Ado / Lov Organic et Anglet Tourisme : Facebook, Twitter et Instagram



LØV



Newsletter





- 2 nuits de rêve à l'hôtel Atlanthal ****
- 2 accès aux espaces Club Fitness et Lagon Atlanthal
- 2 forfaits 3 soins "Instant Plaisir" Atlanthal
- 1 matinée surf avec Pauline Ado
- 1 brunch pour 2 personnes à la Beach House Anglet

O POUR TENTER VOTRE CHANCE

C'est très simple, il vous suffit de remplir le formulaire sur le site Løv Organic en cliquant <u>ici</u>



Løv Organic c'est quoi?

Lav Organic propose une ligne de thés et infusions bió aussi beaux que bons; fruit de la combinaison de recettes innovantes et de séduisants packs éconocus

En savoir plus



4 000 participants

1 gagnante : Lydie Bordenave,

Retour sur son weekend à Anglet : stories instagram iloveanglet







Anglet Tourisme / Rapport d'Activité #2017













Article de blog réalisé par la gagnante : https://pteapotes.wordpress.com/tag/gagnant/





ou dans le monde l

Opération sur le Surf de Nuit

Organisation d'une séance de dédicace à l'occasion du Surf de Nuit + Partenariat avec le sponsor Rip Curl pour faire gagner une combinaison bombshell.

Article dans le Sud Ouest; Article blog; Posts facebook, twitter et instagram; Photos/vidéos

Création d'un questionnaire pour le jeu concours Création de carte pour la séance de dédicace de notre Ambassadrice



120 cartes distribuées

50 à 55 signatures

30 participants au jeu concours sur place au stand Anglet Tourisme dans le village partenaire de l'événement.



Zoom Audience Pauline Ado:

Facebook : 47 967 fans +9.02% (N-1) Instagram : 65 000 abonnés +91,18% (N-1) Twitter : 11 600 abonnés +36,67% (N-1)

RAPPEL DES GRANDES LIGNES DE LA CONVENTION DE PARTENARIAT 2017 : Ambassadrice

Participer à trois (3) événements minimum d'opération de relations publiques d'une durée d'une demi-journée maximum.

Poster neuf (9) fois minimum par plateforme ((Facebook, Twitter, Instagram) un message sur les réseaux sociaux en citant **ANGLET TOURISME**, afin de mettre en avant **l'OT**, la ville, les évènements, et actions mises en place (jeu concours, blog...). Utiliser

autant que possible les #ILOVEANGLET et #ANGLET sur les RS.

Création de contenu vidéo et photo mettant en avant **ANGLET TOURISME** et la ville d'Anglet, et diffusion de ce contenu sur les réseaux sociaux.

Apposer le logo de I LOVE ANGLET sur ses planches de surf lors de l'ensemble des compétitions sur toute la durée du présent accord.

Répondre à cinq (5) interviews pour **ANGLET TOURISME.**

Utiliser les supports de communication **ANGLET TOURISME** mis à disposition, sans les modifier et ne pas apposer des marques, noms, signes ou emblèmes concurrents.

Envoyer en début de période contractuelle le planning sportif, le planning des déplacements, ainsi que le palmarès à jour du **PORTE PAROLE.**

Mentionner **ANGLET TOURISME**, dans la mesure du possible, et valoriser l'image de la ville, par ses déclarations à la presse écrite ou aux médias.

Être abonné de tout réseau social lié à **ANGLET TOURISME** (TWITTER, Instagram...).

Convention signée pour 2017 : **12 000 € TTC**Contact Agence : O2 Management / Martin Leroy



5. RELATIONS PRESSE - MEDIA

RELATION AVEC LA PRESSE LOCALE

Les contacts avec la presse locale sont essentiellement concentrés sur le printemps et la période estivale : Animations, événements, actualités-nouveautés et tendances de l'activité touristique locale.

En juillet-août, 2 fois par semaine (le mardi et le jeudi matin) sur France Bleu Pays Basque : interview de 3 minutes environ en direct de l'Office de tourisme pour annoncer le programme des animation d la semaine.

GUIDES TOURISTIQUES ACTUALISES



Journaliste : Lucie FONTAINE Guide : **Guide Michelin**

Titre: UN WEEK-END: Bayonne – Anglet – Biarritz 2018

Couverture: Petite Chambre d'Amour à Anglet

>>> Actualisation des informations et photos sur la partie d'Anglet.



Journaliste: Benoit LUCCHINI et Dimitri LEFEVRE

Guide: Le Routard

Titre: Pays Basque / Béarn 2018-2019

>>> Actualisation des informations et photos d'Anglet



Journaliste: Frédérique MOREAU

Guide : **Petit Futé**

Titre: Pays Basque **2018**

>>> Actualisation des informations et photos d'Anglet

Autres guides:

- Bienvenue au Pays Basque 2018
- Basque Country 2018

RELATION PRESSE EN PARTENARIAT AVEC L'AADT64

Nous travaillons régulièrement avec l'AADT64 et/ou le CRT Nouvelle Aquitaine pour cette partie « relation presse ». Anglet Tourisme ne fait pas appel à une agence de presse comme peuvent le faire certain OT. Nous répondons aux sollicitations des journalistes que nous transfère Christiane BONNAT de l'AADT64 en charge des RP pour le Pays Basque.

Nous saisissons les opportunités qui se présentent à nous pour faire parler d'Anglet.

Peut-être faudra-t-il, un jour, mettre plus de moyen sur cette partie pour développer notre présence dans les médias, en nous associant avec une agence de presse spécialisée.

Sollicitations presse-médias

Journaliste: Pauline BOYER

Magazine: ELLE MAGAZINE (Bordeaux)

Articles : Les bons spots de plage ; les meilleurs glaciers ; Un apéritif les pieds dans l'eau ; Nouvelles

adresses; Esprit guinguette; ...

Journaliste : Léon MAZZELLA Magazine : L'EXPRESS (nationale)

Numéros de l'été 2017

Journaliste: Guillaume MONTARON

Magazine: BOUDU

Article : Match Méditerranée / Atlantique

Journaliste: Vincent FRRANDON

Journal: Sud-Ouest

Article : les marchés de Noël

Accueil presse – bloggeurs à Anglet

Journaliste : David MORONI Guide Italien Morellini

Objet de la visite : Bons plans au Pays Basque

Bloggeuse : Céline AMORAVIN Blog blogtrekkeuse.com

Objet de la visite : Activités et découverte du Pays Basque avec un enfant de 2 ans

Lien article blog : http://www.globetrekkeuse.com/3-jours-au-pays-basque-anglet-biarritz/

Invités : Daniel MARGNES

Directeur de la Maison de la Nouvelle Aquitaine à Paris

Objet de la visite : Visite d'Anglet et rencontre avec les responsable Pomo-Com de chaque Office de

Tourisme

Journaliste : Evelyn PSCHAK

Guide Allemand EMONS - 111 ÖRTE" 2018 (Découverte insolite du Pays Basque)

Date: Le 29 spetmbre 2017

Objet : Visite de la Fabrique de Chistera à Anglet

Autres sollicitations presse gérées en direct par Anglet Tourisme

Journaliste: Malika GUILLEMAIN

Magazine : SUD OUEST MAG « Un été en Pays Basque »

Objet: Evénements / nouveautés 2017

Journaliste : Jean-Pierre TAMISIER Journal : Sud Ouest Page Anglet

Article: Pauline Ado, Ambassadrice Anglet Tourisme, un an déjà;

Journaliste : Félix DUFOUR Journal : Sud Ouest Anglet

Article: « La saison n'a vraiment commencé que mi-juillet »

Journaliste: Félix DUFOUR

Journal: Sud Ouest + article sur aqui.fr

Articles : Location de vélos gratuits/ Anglet la station balnéaire en Aquitaine du Tout gratuit

Journaliste: Jean-Pierre TAMISIER

Journal : Sud Ouest

Article : Pauline Ado, une première au Surf de Nuit

Autres articles Sud Ouest : intervention Anglet Tourisme

Impact des fêtes de Bayonne sur l'hébergement à Anglet; Bilan mi-saison; Arnaques Airbnb/Booking



Journaliste: Marie-Pierre COURTELLEMONT

TV: FRANCE 3 NATIONAL

Sujet : Fréquentation du mois de juillet 2017

Autre sujets TV : France 3 Aquitaine

Le prêt de vélo gratuit à Anglet ; le sauvetage côtier

TVPI

Reportage sur les Plages d'Anglet



ACCES DATA PRESSE PRO

Ce service permet d'avoir accès, via internet à une base de données regroupant les contacts des médias nationaux et européens.

C'est un outil très performant, qui mériterait une attention particulière mais qui faute de temps n'est pas exploitée pleinement.

Peut-être faudra-t-il revoir cet abonnement dans le cas où nous envisagerions de travailler avec une agence de presse.

Coût en 2017 : **768 €** TTC

VEILLE MEDIA ET REVUE DE PRESSE 2017

La veille relative à la presse écrite (locale et nationale) est confiée à la société Kantar Media Intelligence. Les articles, brèves ou citations nous sont adressés par mail dès leur diffusion.

→ Presse écrite nationale uniquement

La veille porte sur les toutes les informations concernant Anglet, sauf les faits divers.

Budget 2017 (abonnement annuel + forfaits d'alertes e-mails) : 3 629 € TTC

\$ L'intégralité de la revue de presse 2016 est disponible à l'Office de Tourisme

6. RESEAUX SOCIAUX

Si 2016 a été une année de lancement et même de décollage en matière de réseaux sociaux pour Anglet Tourisme, 2017 aura été une année de stabilisation voire de consolidation au niveau des résultats et de mutation au niveau de l'équipe.

PAGE FACEBOOK ANGLET TOURISME :



Objectifs nombre de fans: 15 000

Décembre 2016 : 11 466 fans

Décembre 2017 : 14 580 fans +29.84% (N-1)

Objectifs

- 1. Promouvoir la destination Anglet
- 2. Informer sur l'actualité, les animations et les bons plans
- 3. Développer la notoriété d'Anglet
- 4. Echanger et partager des expériences vécues à Anglet
- 5. Fidéliser les utilisateurs facebook en leur apportant de l'information régulière toute l'année.

Pendant La période d'avril à Octobre :

1 à 3 posts par jour

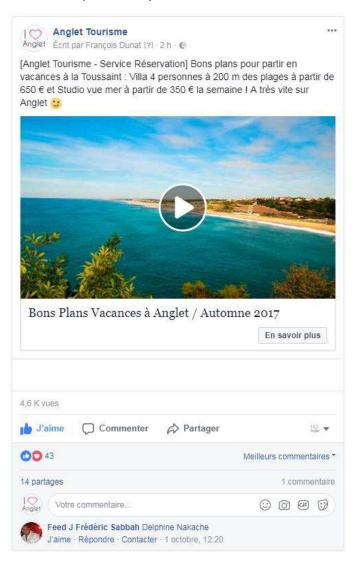
Faire des lives pour certains grands temps forts sur Anglet

Budget publicité Facebook : notoriété + promotion des offres de la centrale de réservation

Zoom sur les pubs

2 « hébergements »

Avec un lien pour renvoyer vers la centrale de réservation.



Pub hébergement printemps : Du 15 au 20 juin 2017 1 219 clics sur le lien 70 687 vues de la vidéo Coût par clic = 0.18€

Budget: 220€

Pub hébergement automne : Du 1^{er} au 15

octobre 2017

1 445 clics sur le lien81 296 vues de la vidéoCoût par clic = 0.15€

Budget : 220€

1 pub « notoriété » pour gagner en visibilité pour la page officielle d'Anglet Tourisme début août pendant la saison.

Du 2 au 9 août 18 397 j'aime 22 526 vues pour la vidéo 0.21€ par j'aime

Budget:84€

TWITTER OT_ANGLET



Objectif nombre d'abonnés : 2 000

Décembre 2016 : 1 478 abonnés

Décembre 2017 : 1800 abonnés +21,79% (N-1)

Missions du compte Twitter :

Les missions du compte Twitter sont proches de celles de la page Facebook. Nous utilisons le réseau Twitter comme canal de distribution d'information en partageant principalement ce que nous publions sur Facebook et Instagram.

Pendant La période d'avril à Octobre :

1 tweet ou 1 retweet minimum par jour

INSTAGRAM ILOVEANGLET



Objectif nombre d'abonnés : 2 000

Décembre 2016 : 1 282 abonnés

Décembre 2017 : 2439 abonnés +90.25%

(N-1)

Missions de la Page Anglet Tourisme :

Les missions du compte instagram @iloveanglet sont similaires à celle de la page facebook d'Anglet Tourisme et permet comme le compte Twitter de toucher des utilisateurs différents ou non connectés à Facebook.

Pendant La période d'avril à Octobre :

1 post par jour ou tous les deux jours minimum

EN BREF

Cette année nous avons porté une attention toute particulière au suivi des animations sur les réseaux sociaux. (Facebook, Instagram et Twitter)

FOOTING GASTRONOMIQUE : Participation à la course (vidéos et photos réalisées pendant le parcours, interviews de coureurs, ... sur instagram)
Live Facebook pour le départ de la course **2 900** vues

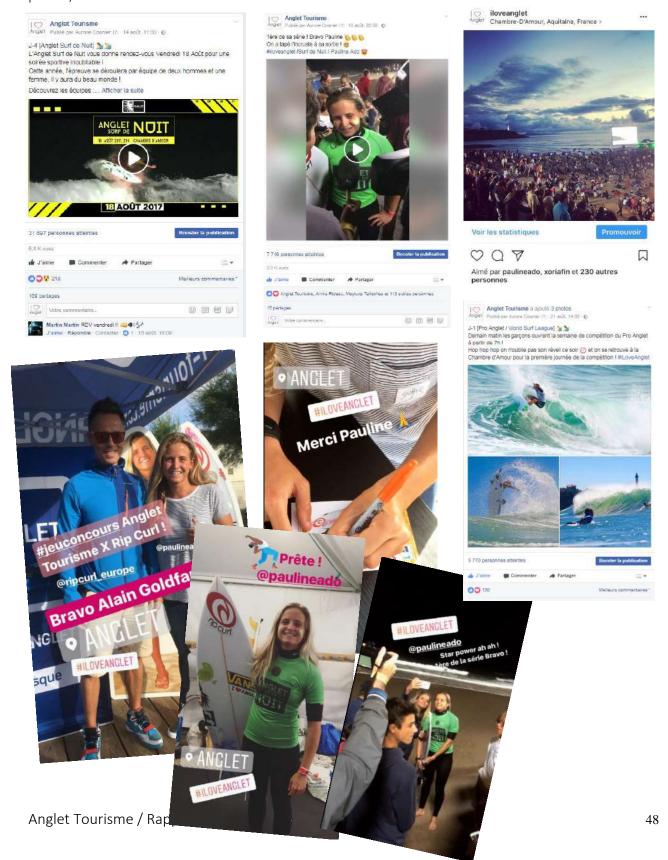
NOCTURNES DE LA CHAMBRE D'AMOUR : Live Facebook des quatre concerts **2 500** vues en moyenne par vidéo + Reportage photos/vidéos de l'ambiance pendant les concerts



SURF DE NUIT : Photos/vidéos et contact avec la presse locale + 3 500 vues pour l'interview de Pauline Ado

PRO ANGLET: Photos/vidéos et contact avec la presse local + Live pour les ½ finales filles

LES CABANAS ; INTERNATIONAL SURF FILM FESTIVAL ; MONCINE A LA PLAGE : Reportage photos/vidéos



ZOOM SUR LE BLOG

Le blog d'Anglet Tourisme est hébergé sur le site internet anglet-tourisme.com : https://www.anglet-tourisme.com/fr/a-voir-a-faire/agenda/blog-anglet-tourisme.php

Il a pour objet de dynamiser nos réseaux sociaux : Nous créons du contenu sur la station pouvant être utile et recherché par les visiteurs du site internet et nos abonnés.

9 articles de blog en 2017



Anglet Tourisme se met...
"En mode Noël"!
Chaque jour 1 cadeau à
gagner!



C'est signé! Le Pro Anglet et le Surf de Nuit en 2018, 2019 et 2020 sur les plages angloyes!



La plus belle saison pour séjourner à Anglet est sûrement la période automnale

En savoir plus



En savoir plus



Anglet Surf de Nuit Séance de dédicaces avec Pauline Ado!



Le Top 5 des événements à ne pas rater à Anglet au mois d'août!



Pauline Ado, ambassadrice Anglet Tourisme, un an déjà!

En savoir plus



Les 5 raisons pour lesquelles Anglet est LA ville idéale pour séjourner pendant les Fêtes de Bayonne

En savoir plus



Amis vacanciers, pourquoi choisir Anglet pour vos vacances ou vos week-ends?

En savoir plus



Pauline Ado, une angloye en or !

Angle

En savoir plus

En savoir plus

En savoir plus

Pauline Ado, une angloye en or!

Nombre de vue : 219 vues

Amis vacanciers, pourquoi choisir Anglet pour vos vacances ou vos weekends?

Nombre de vue : 238 vues

Les 5 raisons pour lesquelles Anglet est LA ville idéale pour séjourner pendant les fêtes de Bayonne

Nombre de vue : 482 vues

Pauline Ado, ambassadrice Anglet Tourisme, un an déjà!

Nombre de vue : 117 vues

Le Top 5 des événements à ne pas rater à Anglet au mois d'Août!

Nombre de vue : 280 vues

Anglet Surf de Nuit, séance de dédicaces avec Pauline Ado!

Nombre de vue : 88 vues

La plus belle saison pour séjourner à Anglet est surement la période automnale

Nombre de vue : 142 vues

C'est signé! Le Pro anglet et le Surf de Nuit en 2018, 2019 et 2020 sur les plages angloyes!

Nombre de vue : 164 vues

Anglet Tourisme se met « en mode Noël! » Chaque jour 1 cadeau à gagner!

Nombre de vue : 196 vues

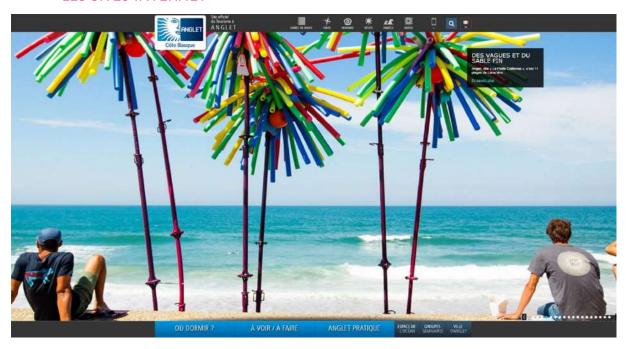
■ BILAN ET PRECONISATIONS POUR 2018

L'équipe ayant progressé dans la manipulation des différents outils « social media », et l'animation de l'ensemble des différentes communautés, les principaux axes de travail pour 2018 devront porter sur la création de contenu pour la destination, l'amélioration de la présentation des posts : accroche, émoticônes, texte descriptif (où, quand, comment, objet) et surtout qualité des photos et des vidéos.

Il semblerait intéressant de dynamiser et d'améliorer la visibilité et le contenu du blog.

V. INTERNET: SITES, OUTILS ET ACTIONS

LES SITES INTERNET



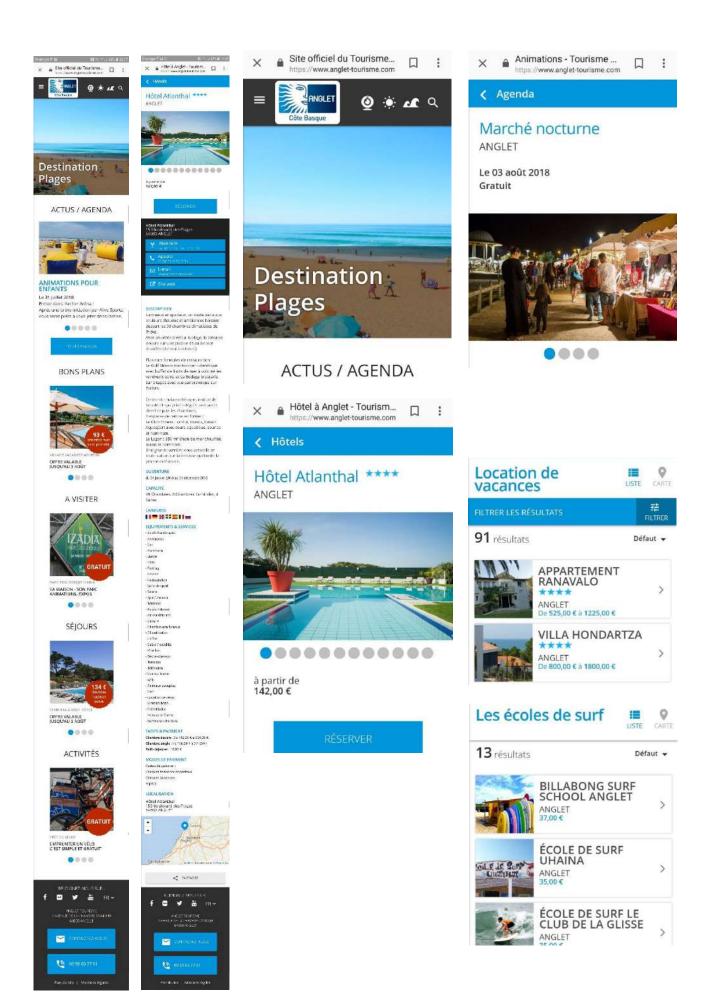
1. WWW.ANGLET-TOURISME.COM

- 2000 : création d'un site internet (V1)
- 2001 : nouvelle charte graphique + rédactionnel (V2)
- Traductions: anglais (2001) + espagnol et allemand (2002)
- 2004 : nouvelle charte graphique (V3)
- Mai 2008 : mise en ligne d'un nouveau site internet + anglais, espagnol et allemand (V4)
- Juin 2012 : mise en ligne du site actuel (V5) en français uniquement
- 1^{er} semestre 2013 : mise ligne des versions anglaise et espagnole
- 1^{er} trimestre 2014 : mise en ligne de la version allemande
- <u>Juillet 2015</u>: modifications / adaptations graphiques du site internet et des 3 versions étrangères
- Octobre 2015 : mise en ligne d'un mini-site « Groupes »
- Printemps 2016 : ajout d'une rubrique « Blog »
- Printemps 2017 : mise en ligne d'une version adaptée aux smartphones
- <u>Printemps 2017</u>: passage du site en « https » garantissant la confidentialité et l'intégrité des données, grâce à un certificat d'authentification émis par une autorité tierce

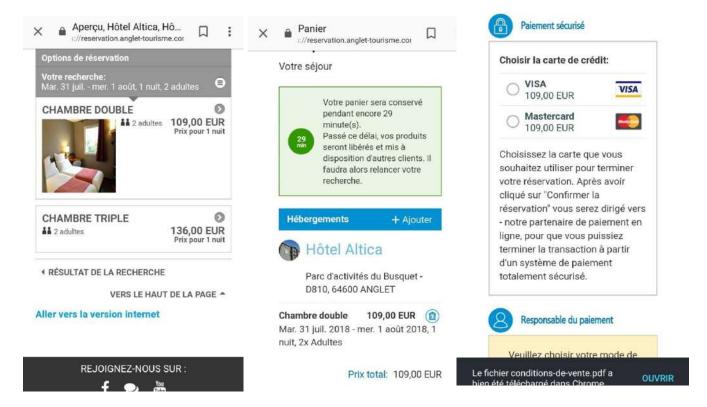
Les consultations du site internet depuis les smartphones ayant dépassé les consultations depuis les ordinateurs (en particulier en juillet et août) il était indispensable de se doter d'un site complètement adapté aux mobiles.

C'est le cas depuis le printemps 2017.

Réalisation de cette version du site avec la société Laetis.



2017 : Mise en ligne d'une version adaptée aux smartphones de la réservation en ligne, avec la société Visit Technology.



VERSIONS ETRANGERES

VERSION ANGLAISE

www.anglet-tourisme.com/en/index.php

- Mise en ligne au cours du premier trimestre 2013
- <u>Juillet 2015</u>: modifications / adaptations graphiques
- Printemps 2017 : mise en ligne d'une version adaptée aux smartphones

Syndication des données depuis la base régionale Tourinsoft

Seuls les descriptifs en anglais des hébergements sont issus de la base de données Tourinsoft.

Version simplifiée

La version anglaise est une version simplifiée de la version française, afin de limiter les traductions et les mises à jour.

Ex : seuls les principaux temps forts sont affichés et non tout le programme des animations.

Réservation en ligne via Citybreak

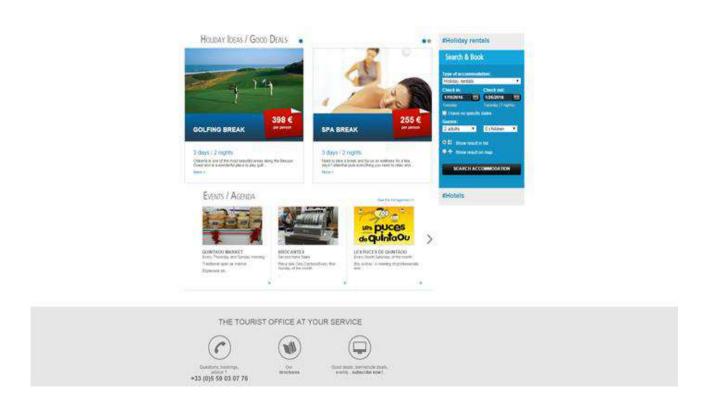
La réservation en ligne est intégralement traduite en anglais :

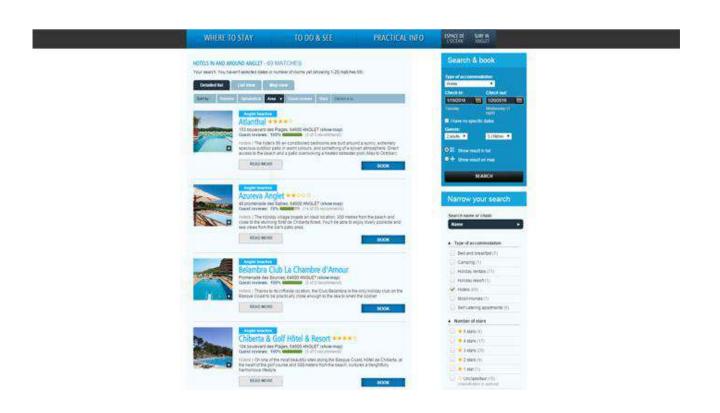
- Locations de vacances

http://booking-holiday-rentals.anglet-tourisme.com/accommodation

- Hôtels

http://booking.anglet-tourisme.com/en/accommodation





VERSION ESPAGNOLE

www.anglet-tourisme.com/es/index.php

- Mise en ligne au cours du premier trimestre 2013
- Juillet 2015 : modifications / adaptations graphiques
- Printemps 2017 : mise en ligne d'une version adaptée aux smartphones

Syndication des données depuis la base régionale Tourinsoft

Seuls les descriptifs en espagnol des hébergements sont issus de la base de données Tourinsoft.

Version simplifiée

La version espagnole est une version simplifiée de la version française, afin de limiter les traductions et les mises à jour.

Ex : seuls les principaux temps forts sont affichés et non tout le programme des animations.

Réservation en ligne via Citybreak

La réservation en ligne n'est pas traduite en espagnol. Elle est proposée par défaut en anglais

VERSION ALLEMANDE

www.anglet-tourisme.com/de/index.php

- Mise en ligne au cours du premier trimestre 2014
- <u>Juillet 2015</u>: modifications / adaptations graphiques
- <u>Printemps 2017</u>: mise en ligne d'une version adaptée aux smartphones

Syndication des données depuis la base régionale Tourinsoft

Seuls les descriptifs en allemand des hébergements sont issus de la base de données Tourinsoft.

Version simplifiée

La version allemande est une version simplifiée de la version française, afin de limiter les traductions et les mises à jour.

Ex : seuls les principaux temps forts sont affichés et non tout le programme des animations.

Réservation en ligne via Citybreak

La réservation en ligne n'est pas traduite en allemand.

Elle est proposée par défaut en anglais.

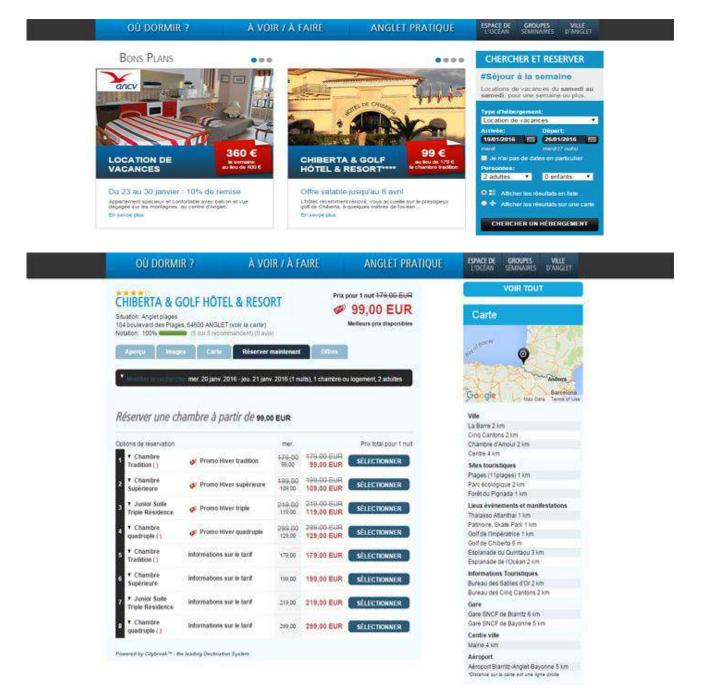
III. LES BONS PLANS

Affichage de plusieurs « bons plans » hebdomadaires sur la page d'accueil du site internet :

- promotions en locations de vacances
- tarifs attractifs ou promotions en hôtellerie

Ces bons plans sont « négociés » à l'avance par le Service Réservation, avec les propriétaires de meublés et les hôteliers.

213 bons plans « locations de vacances » publiés en 2017. 89 bons plans « hôtels » publiés en 2017.

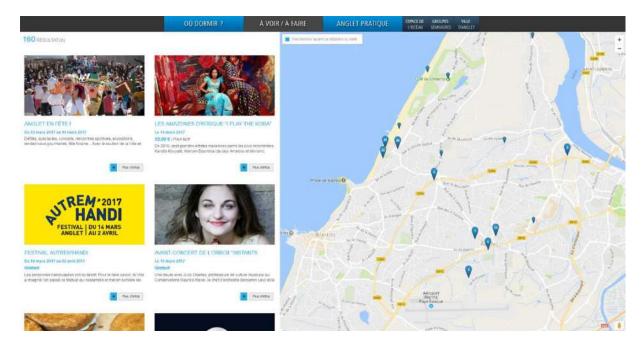


■ L'AGENDA

La majorité des animations se déroulant à Anglet sont saisies dans la base de données Tourinsoft, afin d'être affichées automatiquement sur le site internet :

743 animations / événements publiés en 2017 (697 en 2016).





STATISTIQUES

www.anglet-tourisme.com

En 2017:

- 1 484 293 pages vues +8.11% (N-1)
- 2,98 pages / session

Sessions par catégories d'appareils :

Smartphones: 244 043 sessions (49,07%)
Ordinateurs: 190 012 sessions (38,21%)
Tablettes: 63 287 sessions (12,73%)

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------|----------------------|----------------------|----------------------|
| JANVIER | 12420 | 13773 | 22940 | 20827 | 18882 | 21464 | 18278 |
| FEVRIER | 13999 | 15899 | 26706 | 40328 | 25667 | 25941 | 24378 |
| MARS | 15966 | 18920 | 29727 | 34981 | 30310 | 28798 | 25812 |
| AVRIL | 24464 | 17236 | 38830 | 36117 | 36109 | 34803 | 30624 |
| MAI | 18415 | 18474 | 29643 | 30605 | 39274 | 40234 | 31689 |
| JUIN | 23084 | 31038 | 33354 | 31465 | 44350 | 41206 | 43378 |
| JUILLET | 33841 | 40816 | 56615 | 46364 | 78629 | 77674 | 80158 |
| AOUT | 36449 | 41323 | 48637 | 46503 | 85790 | 94841 | 113169 |
| SEPTEMBRE | 18008 | 16869 | 22582 | 22690 | 28026 | 36939 | 41109 |
| OCTOBRE | 17978 | 16135 | 21197 | 21092 | 26850 | 34158 | 43562 |
| NOVEMBRE | 10838 | 12744 | 15030 | 14641 | 17390 | 17900 | 22575 |
| DECEMBRE | 10625 | 12867 | 15633 | 14204 | 19125 | 17825 | 22610 |
| TOTAL SESSIONS | <mark>236 087</mark> | <mark>256 094</mark> | <mark>360 894</mark> | 359 817 | <mark>450 402</mark> | <mark>471 783</mark> | <mark>497 342</mark> |

• Augmentation de 34,33% des consultations du site depuis les smartphones par rapport à 2016.

D'où l'importance du développement et de la mise en ligne au printemps 2017, d'une version adaptée aux smartphones.=

En juillet et août, 60,95% des consultations sont réalisées à partir des smartphones.

Pour la première fois, les consultations depuis les smartphones sont supérieures aux consultations depuis ordinateurs et tablettes.

Top 10 des « pays » en 2017 :

| Pay | /s | Utilisateurs | % Utilisateurs |
|--------|----------------|--------------|----------------|
| 1. | France | 291 812 | 90,38 % |
| 2. 🚾 | Spain | 9 310 | 2,88 % |
| 3. 💻 | Germany | 3 737 | 1,16% |
| 4. | United States | 2 384 | 0,74 % |
| 5. | United Kingdom | 2 167 | 0,67 % |
| 6. 🚺 | Belgium | 1 998 | 0,62 % |
| 7. 🖸 | Switzerland | 1 637 | 0,51 % |
| 8. | Italy | 975 | 0,30 % |
| 9. 🚞 | Netherlands | 714 | 0,22 % |
| 10. (r | not set) | 660 | 0,20 % |

Top 10 des « villes » en 2017 :

| Î | Ville | Utilisateurs | % Utilisateurs |
|-----|-----------|--------------|----------------|
| 1. | Paris | 72 844 | 20,78 % |
| 2. | Anglet | 36 022 | 10,27 % |
| 3. | Bordeaux | 26 043 | 7,43 % |
| 4. | Bayonne | 24 864 | 7,09 % |
| 5. | (not set) | 24 688 | 7,04 % |
| 6. | Toulouse | 14 308 | 4,08 % |
| 7. | Biarritz | 11 036 | 3,15% |
| 8. | Lyon | 4 652 | 1,33 % |
| 9. | Pau | 4 612 | 1,32 % |
| 10. | Ustaritz | 2 753 | 0,79 % |

Top 10 des pages les plus consultées en 2017 :

| | Titre de page | Pages vues | % Pages vues |
|----|---|------------|--------------|
| 1. | Animations - Tourisme Anglet (64) | 178 594 | 12,03 % |
| 2. | Webcams - Tourisme Anglet (64) | 101 636 | 6,85% |
| 3. | Site officiel du Tourisme à Anglet, Côte Basque (64600) | 83 346 | 5,62 % |
| 4. | Location de vacances à Anglet - Tourisme Anglet (64) | 48 413 | 3,26 % |
| 5. | A voir, à faire - Tourisme Anglet (64) | 38 317 | 2,58 % |
| 6. | Hébergements, Anglet | 36 227 | 2,44 % |
| 7. | Les incontournables - Tourisme Anglet (64) | 32 135 | 2,17 % |
| 8. | Spécial enfants - Tourisme Anglet (64) | 25 625 | 1,73 % |
| 9. | Idées balades - Tourisme Anglet (64) | 23 619 | 1,59 % |
| 10 |), Recherche d'hébergement | 22 191 | 1,50 % |

2. WWW.ESPACEDELOCEAN-ANGLET.COM

• Mai 2008 : mise en ligne du site de l'Espace de l'Océan + anglais



2012 : intégration en page d'accueil d'une vidéo consacrée à l'Espace de l'Océan. Refonte totale du site dédié à l'Espace de l'Océan programmée au premier semestre 2018, afin de pouvoir proposer une version adaptée aux smartphones.

En 2017:

- 18 777 pages vues
- 1,78 pages vues / session

Diminution des sessions de 15,85 % par rapport à 2016.

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| JANVIER | 773 | 578 | 1026 | 966 | 886 | 1105 | 868 |
| FEVRIER | 744 | 669 | 972 | 934 | 1063 | 903 | 1048 |
| MARS | 965 | 838 | 1101 | 1041 | 1134 | 1011 | 997 |
| AVRIL | 1019 | 772 | 1039 | 836 | 1103 | 1087 | 852 |
| MAI | 996 | 918 | 1045 | 952 | 1168 | 1241 | 1052 |
| JUIN | 938 | 1293 | 1175 | 1022 | 1173 | 1368 | 1074 |
| JUILLET | 1003 | 1515 | 1531 | 1458 | 1587 | 1565 | 970 |
| AOUT | 1075 | 1564 | 1403 | 1363 | 1792 | 1446 | 1002 |
| SEPTEMBRE | 896 | 852 | 946 | 1034 | 987 | 866 | 860 |
| OCTOBRE | 660 | 746 | 810 | 968 | 1002 | 789 | 709 |
| NOVEMBRE | 581 | 719 | 790 | 886 | 819 | 631 | 597 |
| DECEMBRE | 449 | 520 | 592 | 728 | 662 | 558 | 549 |
| Total | <mark>10 099</mark> | <mark>10 984</mark> | <mark>12 430</mark> | <mark>12 188</mark> | <mark>13 376</mark> | <mark>12 570</mark> | <mark>10 578</mark> |

Top 10 des « villes » en 2017 :

| | Ville | Utilisateurs | % Utilisateurs |
|----|---------------------|--------------|----------------|
| 1. | Paris | 1 355 | 14,33 % |
| 2. | Anglet | 1 020 | 10,78 % |
| 3. | (not set) | 832 | 8,80 % |
| 4. | Bayonne | 795 | 8,41 % |
| 5. | Bordeaux | 428 | 4,53 % |
| 6. | Biarritz | 333 | 3,52 % |
| 7. | Toulouse | 279 | 2,95 % |
| 8. | Pau | 216 | 2,28 % |
| 9. | Tarnos | 93 | 0,98 % |
| 10 | . Saint-Jean-de-Luz | 91 | 0,96 % |

^{=&}gt; Refonte totale du site dédié à l'Espace de l'Océan prévue au premier semestre 2018.

3. GROUPES.ANGLET-TOURISME.COM

Ce mini-site est destiné aux organisateurs de séjours pour des groupes.





En 2017:

- 1 040 sessions
- 3 000 pages vues
- 2,88 pages vues / session

OUTILS 4. VIDEOS

Anglet Tourisme a mis en ligne en 2012, 10 vidéos thématiques réalisées par Frank Delage / société Ridemotion :

1. Incomparable Anglet

Nombre de vues : 33 478

2. Espace de l'Océan

Nombre de vues : 14 803

3. Les plages

Nombre de vues : 8 805

4. La forêt

Nombre de vues : 3 337

5. Le vélo

Nombre de vues : 3 426

6. Le golf

Nombre de vues : 2 110

7. Les marchés

Nombre de vues : 2 870

8. Les soirées

Nombre de vues : 1 579

9. Les balades

Nombre de vues : 4 779

10. Le surf

Nombre de vues : 4 197

En 2017, 4 nouvelles vidéos thématiques ont été réalisées et mises en ligne :

1. Saveurs de plages

Mise en ligne le : 14 avril 2017 Nombre de vues : 1 886

2. Tout naturellement

Mise en ligne le : 14 avril 2017

Nombre de vues : 95

3. Gastronomie et art de vivre

Mise en ligne le : 14 avril 2017

Nombre de vues : 144

4. Festivals & événements

Mise en ligne le : 14 avril 2017

Nombre de vues : 94

5. REFERENCEMENT

Anglet Tourisme a réalisé en 2017 des campagnes de référencement payant (Google Adwords), afin d'être présent dans les premières positions du moteur de recherche GOOGLE.

Toute l'année, Anglet Tourisme achète des mots (ou combinaisons de mots) afin de positionner la Centrale de Réservation sur la première page de résultats de Google.

En pratique:

Des mots clés en rapport avec la vente de nuits d'hôtels ou de séjours en locations de vacances sont choisis.

A ces mots sont attribués un coût au clic et une position de présence sur la page de résultat des moteurs de recherche.

Lorsqu'un internaute saisit un de ces mots clés sur Google, le Service de Réservation de l'Office de Tourisme s'affiche en première page de résultats.

L'internaute peut alors cliquer sur le lien qui ouvre une page spécifique du site Internet : <u>www.anglet</u>-tourisme.com

Le compte Google d'Anglet Tourisme est décrémenté de la valeur du mot clé à chaque clic.

Tous Maps Actualités Images Vidéos Plus → Outils de recherche

Environ 397 000 résultats (0,62 secondes)

Anglet Tourisme

Annonce www.anglet-tourisme.com/ *

Vacances au Pays Basque. Promos ! Locations sur la Côte Basque.

Site officiel du Tourisme à Anglet, Côte Basque (64600)

www.anglet-tourisme.com/ >

Hébergements, activités et bons plans à Anglet - Côte Basque. Office de Tourisme d'Anglet.

Vous avez consulté cette page de nombreuses fois. Date de la dernière visite : 30/12/15

Hébergements

Consultez et réservez les hébergements touristiques d ...

Animations

Consultez les animations d'Anglet à l'aide du moteur de recherche.

A voir, à faire

Agenda - Animations - Les incontournables - ...

Office de tourisme

L'Office de tourisme d'Anglet, à votre service, à chaque étape ...

Webcams

Visualisez les webcams HD en temps réel des plages d'Anglet ...

Location de vacances

Locations de vacances à l'ombre des pins de Chiberta, près de la ...

6. CAMPAGNE D'E-MAILING

13 451 adresses actives dans la base de données, abonnées aux newsletters d'Anglet Tourisme.

La base de données est composée des :

- abonnés depuis le site internet : https://www.anglet-tourisme.com/fr/pratique/newsletter.php
- clients de la Centrale de Réservation
- demandes d'infos à l'accueil

17 envois réalisés en 2017 :

11/01/2017 LOCATION ESPACE EVENEMENTIEL COTE BASQUE - OFFRE SPECIALE 2017 Nb. d'emails envoyés : 1 121 01/02/2017 Envie d'air pur et d'océan – Choisissez la Côte basque cet hiver! Nb. d'emails envoyés : 10 143 04/04/2017

L'océan au printemps c'est vivifiant! Choisissez Anglet pour vos vacances sur la Côte basque

Nb. d'emails envoyés : 10 027

12/06/2017

AGENDA: Les temps forts de l'été 2017 à

Anglet - Côte Basque

Nb. d'emails envoyés: 11 004

14/06/2017

Offre spéciale 2017 - Espace de l'Océan -

Anglet Côte Basque

Nb. d'emails envoyés : 978

29/06/2017

Animations du 1 au 9 juillet à Anglet - Côte

Basque

Nb. d'emails envoyés : 4 140

06/07/2017

Animations du 8 au 16 juillet à Anglet - Côte

oasque

Nb. d'emails envoyés : 4 088

13/07/2017

Animations du 15 au 23 juillet à Anglet - Côte

basque

Nb. d'emails envoyés : 4 043

20/07/2017

Animations du 22 au 30 juillet à Anglet - Côte

oasque

Nb. d'emails envoyés : 4 043

27/07/2017

Animations du 29 juillet au 6 août à Anglet -

Côte basque

Nb. d'emails envoyés : 4 041

02/08/2017

Tentez de gagner un week-end à Anglet - Côte

Basque

Nb. d'emails envoyés : 9 774

03/08/2017

Animations du 5 au 13 août à Anglet - Côte

basque

Nb. d'emails envoyés : 4 015

10/08/2017

Animations du 12 au 20 août à Anglet - Côte

pasque

Nb. d'emails envoyés : 3 975

17/08/2017

Animations du 19 au 27 août à Anglet - Côte

basque

Nb. d'emails envoyés : 3 953

24/08/2017

Animations du 26 août au 3 septembre à

Anglet - Côte basque

Nb. d'emails envoyés : 3 948

06/10/2017

Cet automne faites escale à Anglet sur la Côte

basque

Nb. d'emails envoyés : 9 602

06/12/2017

Vivez la magie de Noël sur la Côte basque

Nb. d'emails envoyés : 10 165

7. RESERVATION SUR CITYBREAK

Citybreak est le logiciel de gestion, de réservation et de vente des hébergements gérés par le service de réservation d'Anglet Tourisme.

Depuis juin 2012, la version Online3 de Citybreak est utilisée sur le site internet <u>www.anglet</u>-tourisme.com.

Il est développé en Suède et commercialisé par la société Visit Technology France (Nantes). L'Assistance Technique est assurée par Visit Technology France.

Vente en ligne:

C'est la partie visible par les internautes, qui désirent réserver en ligne une location de vacances ou une formule hôtelière.

L'internaute peut ainsi faire une recherche à partir de critères standards (dates, capacité...). Si des locations ou des hôtels sont disponibles à partir des critères sélectionnés par le client, une liste d'hébergements s'affiche, avec accès au descriptif.

L'internaute peut réserver en ligne avec paiement par carte bancaire.

<u>En 2017</u>: passage du site de vente en ligne en « https » garantissant la confidentialité et l'intégrité des données, grâce à un certificat d'authentification émis par une autorité tierce



Réservez en ligne





Ventes en ligne réalisées ces 5 dernières années, par la centrale de réservation :

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Locations de | | | | | |
| vacances + hôtels | 272 | 204 | 278 | 335 | 318 |
| Evolution % | +20,35 | -25,00 | +36,27 | +9.71 | -5,07 |
| Logiciel de vente | Citybreak | Citybreak | Citybreak | Citybreak | Citybreak |
| | Online3 | Online3 | Online3 | Online3 | Online3 |

ANGLET TOURISME

ESPACE DE L'OCEAN



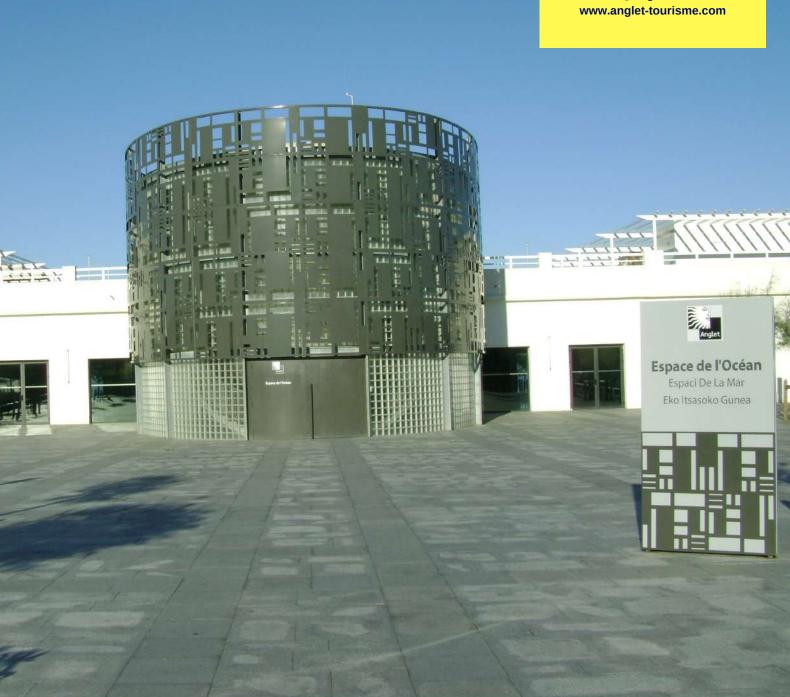


ANGLET TOURISME

1 Avenue de la Chambre d'Amour 64 600 Anglet

Tél. +33 (0)5 59 03 77 01

information@anglet-tourisme.com



ESPACE DE L'OCEAN

RAPPEL DES OBJECTIFS DU PLAN D'ACTION 2017

| ESPACE DE L'OCEAN | REALISE 2017 | SUIVI EN 2018 |
|--|-----------------|------------------|
| Maintenir le niveau de qualité des prestations proposées et de | Х | X |
| l'accompagnement commercial. | Α | ^ |
| Maintenir un CA permettant l'équilibre de l'exploitation (170 K€ minimum). | Х | Х |
| Renforcer les conditions de sécurité du travail du personnel et de l'accueil | V | |
| des clients/visiteurs. | X | |
| Créer d'un produit d'appel mariage et séminaire en commun avec la | V | V |
| réservation. | Х | X |

I. CHIFFRES CLEFS 2017

| | MAIRIE | SEMINAIRE | EVENEMENTIEL | REUNION | MARIAGE FETE | TOTAL |
|-----------|--------|-----------|--------------|---------|-----------------|-------|
| JANVIER | 4 | | | | | 4 |
| FÉVRIER | 1 | 1 | 2 | | | 4 |
| MARS | 4 | | | 2 | 1 | 7 |
| AVRIL | 1 | | 2 | | | 3 |
| MAI | 3 | | 4 | | 2 | 9 |
| JUIN | 5 | | 6 | 1 | 4 | 16 |
| JUILLET | 2 | | 1 | | 3 | 6 |
| AOÛT | | | | | 2 | 2 |
| SEPTEMBRE | 4 | 3 | 4 | | 3 | 14 |
| OCTOBRE | 5 | 1 | | 1 | 1 | 8 |
| NOVEMBRE | 2 | | 2 | | | 4 |
| DÉCEMBRE | 7 | | 3 | 1 | | 1 |
| TOTAL | 38 | 5 | 24 | 5 | 16 | 88 |

| | DATES OCCUPEES GRATUITEMENT | |
|----------|-----------------------------------|----|
| | | |
| AVRIL | Epreuves Bac Surf | 1 |
| JUIN | Conférence de Presse Film de Surf | 1 |
| JUILLET | Festival du Film de Surf | 7 |
| NOVEMBRE | Réunion Propriétaires de Meublés | 1 |
| TOTAL | | 10 |

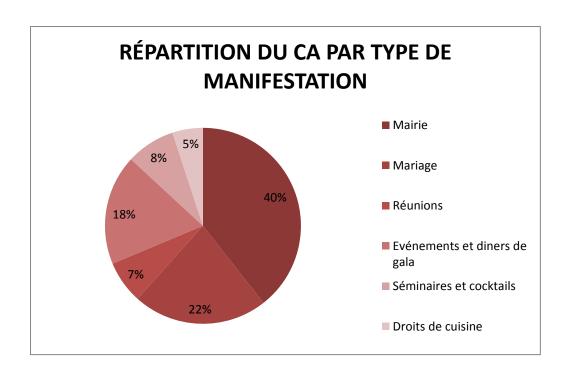
• Nombre de jours d'occupation de la salle: 98

• Nombre de Contacts clients traités (Mails - Appels - Visites sur site) : **543**

• Nombre de personnes accueillies à l'Espace de l'Océan : 24045

| 13. Bos Japont Compted | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------|--|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------|--|-----------------------|-----------------------|---|---|
| | - 11 682 | 4 977 | 2 160 | 16 570 | 6 620 | 389 | 19 538 | 2 751 | 7 540 | 2 594 | 5 625 | 22 370 | RESULTATIVET |
| 28 378 | 1 | 13 372 | 13 123 | 13 308 | 12 957 | 16 015 | 16 072 | 14 834 | 13 426 | 13 759 | 13 812 | 27 425 | TOTAL CHARGES EXPLOITATION |
| 7471 74 102 102 102 102 102 102 102 102 102 102 | 1885 | | 165 | 3222 | 100 | 22.458 | 2990 | 4 223 | 1480 | 2 678 | 7,67 | 2 995 | - Livers Total des danges verlables |
| 60 | | | 946 | | 31/ | | | 0.00 | 377 | 97.4 | 1 2 | 212 | Nettoyage des rocaux Commissions agence |
| 535 535 | | 872 279 | 1 (35 469 | 1 431 | 287 | 1 075 475 | 2 323 | 1 570 | 796 356 | 1 341 590 | | 284 | Changes variations - Salairas vacatairas - Changes sociales s/salairas vacatairas |
| 25748 16088 | 龖 | 100 May 100 Ma | E 1031 201 201 201 201 201 201 201 201 201 20 | 10 086 | 11.480 | 12562 | 3 70 678 | 10.671 | S-10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 1 | 180081 | 10 318 | 24 430 | Total charges trees 24450 |
| P R R | | 1 079 | | | | | | | | 590 | | | - Déplacements Salon |
| 109 | | 109 | 109 | 109 | 109 | 106 | 106 | 108 | 158 | 3 | 131 | 131 632 | Maintenance hotte Maintenance eanitain Télésurveilance |
| 2 | | 8 | | | | è | | | | | | 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 2 | Polt material Maintenance Polt material Maintenance of finite |
| | , | 221 | | 221 | | | | 12 | | 223 | | 800 | Internet |
| | | 3 | | | | | | | | 1 | | | - Informatique |
| | | | | | | | | | | | | 9 097 | Ger Eau |
| 8 730 4 207 547 | | 6 229 3 217 537 | 6 375 3 255 731 | 8 423 3 272 81 | 7 131 3 553 687 | 6 260 3 205 980 | 6 477 3 294 801 | 8 347 3 240 697 | 6728 3.495 973 | 6 182 3 170 787 | 8 125 3 142 920 | 5 930 2 975 988 | Salaires permanents Charges s/salaires permanents EDF |
| | | | | | | | | | | | | | CHARGES D'EXPLOITATION Charges fixes |
| 16 696 | - 16 - 16 | 828 | 15 283 | 29 878 | 6 337 | 15 404 | 35 610 | 17 585 | 2 338 | 16 353 | 8 187 | 5 055 | CHIFFRE D'AFFAIRE NET |
| | | | | | | | | | | | | | - Pauses travail - Rembt Arrêt de travail |
| 12 867 486 | | 3 075 520 | 7 350 548 | 7 350 1 354 | | 3 675 747 | 11 025 1 863 | 5 512 690 | 1 837 900 | 7 350 886 | 5 5 1 2 50 | 4 725 330 | Locations Meirie Locations droits de culsine |
| | | | N | | 5 845 | | | 2 825 5 425 | 3 149 | 2 100 | | | Locations diners gala Locations mariage |
| - 5 | | | 2 100 | 3 412 | | | | 2000 | | 3 292 | | | - Locations réunions |
| 4 | | 4 300 | 2 625 | 4 725 | | 1 837 | 2 625 8 175 | 9 | | 2 625 | 2 625 | | RECETTES - Locations séminaires + cocktaits |
| 17 TOTAL | déc17 | nov17 | oct17 | sept17 | août-17 | juil17 | juin-17 | mai-17 | avr17 | mars-17 | févr17 | janv17 | COMPTE DE RESULTAT |
| | | | | | į | | The Personal Property lies | THE R. P. LEWIS CO., Land | | | | | |

OWT ANGLET



Commentaires:

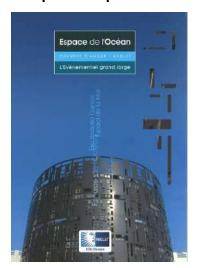
Résultats assez constants malgré un net recul des mariages.

Il semblerait que la salle attire moins. Certainement, en raison du site souvent saturé l'été et aussi le toit terrasse qui ne séduit plus comme avant. Trop de vis-à-vis avec les terrasses voisines, pas de privatisation possible, pas d'intimité familiale.

L'Evénementiel est en augmentation avec notamment plusieurs salons (Salon du Bien Etre, Salon de l'Apprentissage, Salon du Vinyle, Salons Quartier Moderne (Printemps et Hiver)...

Supports de communication (idem 2017)

→ Plaquette de présentation et fiches techniques



→ Site Internet dédié <u>www.espacedelocean-anglet.com</u>



Statistiques 2017: 10 578 visites.

Actions 2017

Publicité

- Guide annuel « L'Evènementiel » : annuaire professionnel
- Présence sur les sites internet professionnels de lieux de réceptions, congrès, séminaires : abonnements annuels . **abc salles** . **1001 salles**
- **▶** Evénements Professionnels

Workshop à Paris en partenariat avec Biarritz Tourisme

le 16 mars 2017 « Paris en Mode Basque » Hôtel de Ville du 13ième Afterwork 50 clients + Fête Basque

- Salon du Mariage
 Les 25 26 Novembre 2017 Casino de Biarritz
- ▶ Participation à des soirées, cocktails et autres rendez-vous professionnels pour activer le réseau.

ANGLET TOURISME

COMPTABILITÉ SECRÉTARIAT RH



ANGLET TOURISME

1 Avenue de la Chambre d'Amour 64 600 Anglet

Tél. +33 (0)5 59 03 77 01



GESTION / FINANCES / QUALITE TOURISME / RESSOURCES HUMAINES

RAPPEL DES OBJECTIFS DU PLAN D'ACTION 2017

| QUALITE TOURISME | REALISE 2017 | SUIVI EN 2018 |
|--|-----------------|------------------|
| Remplacer Katia Puyou suite à son départ - Binôme qualité. | Χ | |
| Poursuivre la démarche engagée conformément au nouveau référentiel qualité et travailler le renouvellement de la marque prévu en 2018. | X | Х |
| Fédérer et harmoniser le travail entre les différents services d'Anglet Tourisme au travers du référentiel. | X | Х |
| Informer nos visiteurs de la démarche (Faire savoir) | Χ | X |
| Participer au Groupe Local Qualité des Eaux de Baignade. | Χ | X |
| Actualiser tous les documents qualité : manuels, procédures, modes opératoires, documents applicables et annexes. | X | Х |
| ADMINISTRATION / GESTION / FINANCES | | |
| Gérer et tenir les 5 comptes bancaires (suivi quotidien) | Х | Х |
| Suivre les différents budgets des services de l'Office de Tourisme : | V | ., |
| Engagements, mandats, titres, | X | X |
| Facturer les clients de l'Office de Tourisme (prestataires et producteurs de | Х | Х |
| spectacles) | ^ | ^ |
| Tenir la comptabilité de la Centrale de Réservation (suivi hebdomadaire) : | | |
| encaissements, paiement des propriétaires et hôteliers, re-facturation | Χ | X |
| Offices de Tourisme voisins. | | |
| Suivre la fiscalité : TVA et Taxe sur les salaires | Χ | X |
| Suivre les 2 régies de dépenses (suivi mensuel) | Χ | X |
| RESSOURCES HUMAINES | | |
| Déclarer le personnel entrant (accueil, promotion et espace de l'océan) | Χ | Х |
| Rédiger les contrats de travail du personnel d'accueil saisonnier et ceux des | X | Х |
| vacataires de l'Espace de l'Océan. | ^ | Λ |
| Tenir le tableau des congés de l'ensemble du personnel. | Χ | Х |
| Actualiser le DUERP (Document Unique d'Evaluation des Risques | Х | Х |
| Professionnels) | ^ | ^ |
| Confier des missions complémentaires confiées aux conseillères en séjour | Х | |
| en lien avec les autres services de l'OT (travail collaboratif et transversal) | | |
| Organiser des moments de convivialité pour le personnel | Х | X |

I. QUALITE TOURISME

En 2017,

Suite au départ de Mme PUYOU (Avril 2017), une ré-organisation du travail et des services a été mise en place, c'est-à-dire qu'une partie des dossiers dont Mme PUYOU avait la charge, a été répartie entre Mr IRIARTE, Mme LABROUCHE, Mme COSNIER (remplaçante de Mme PUYOU sur la partie « Promotion-Communication ») et Mme CASTAINGS.

Mme CASTAINGS a rejoint Mme LABROUCHE dans le suivi et le montage du dossier de renouvellement de la marque Qualité Tourisme.

Entre Mai et Novembre, préparation de l'audit blanc qui a eu lieu en Novembre et bien sûr, de l'audit définitif en Janvier 2018 ; ce dernier a conduit à l'obtention du renouvellement de la marque Qualité Tourisme pour 3 ans.

II. <u>ADMINISTRATION - GESTION - FINANCE</u>

En 2017,

Au total, 5 968 écritures comptables enregistrées (6009 en 2016), dont

- Nombre de mandats de paiement émis : 1 103 (1031 en 2016)
- Nombre de titres de recettes émis : 970 (971 en 2016) Les écritures restantes, soit 3 895, représentent essentiellement les écritures des journaux :
 - de banque (5 comptes bancaires courants)
 - d'engagements
 - de facturation
 - les écritures de régies.
 - Les ordres de paiement
 - Les ordres de recettes
 - Les Opérations d'ordre

Flux financiers traités par le bureau de la comptabilité en 2017 :

Régies de recettes de billetterie: 77 932 € (84 019 € en 2016)
 Centrale de Réservation : 324 180 € (307 294 € en 2016)
 Flux des recettes des socio-pro éditions : 48 195 € (48 263 € en 2016)
 Espace de l'Océan : 180 669 € (174 281 € en 2016)
 Régie de meublés : 12 360 € (12 080 € en 2016)
 Produits touristiques : 1 096 € (1 307 € en 2016)

Total = 644 432 € (627 244 € en 2016 soit une augmentation

des flux financiers de 3% par rapport à 2016)

III. <u>RESSOURCES HUMAINES :</u>

77 déclarations à l'URSSAF et autant de contrats de travail rédigés.

• Formations suivies :

- 14 Mars : Journée Technique Qualité Tourisme à Toulouse

- 20 Juin : Séminaire d'équipe à Anglet

- 24 Mai : Web Séminaire référentiel Qualité Tourisme

Soit 16H de formation au total

ANGLET TOURISME DOSSIERS & PROJETS SPÉCIAUX



ANGLET TOURISME

1 Avenue de la Chambre d'Amour 64 600 Anglet

Tél. +33 (0)5 59 03 77 01



DOSSIERS & PROJETS SPECIAUX TRAITES EN 2017

- SEMINAIRE D'EQUIPE ANGLET TOURISME
- GROUPE LOCAL QUALITE DES EAUX DE BAIGNADE
- PARTICIPATION A LA COMMISSION DE SELECTION DES EMPLACEMENTS SAISONNIERS (SAISON 2018)

SEMINAIRE D'EQUIPE ANGLET TOURISME

Les années 2016 et 2017 ont été mouvementées pour Anglet Tourisme entre les changements internes avec le transfert de la compétence animation à la Mairie et l'évolution du paysage touristique local avec le transfert de la compétence tourisme à l'agglomération pour 153 communes et le maintien de la compétence tourisme pour 5 communes du Pays Basque : Anglet, Biarritz, Bidart, Cambo et Hendaye.

Les missions d'Anglet Tourisme ont été directement impactées par ces évolutions.

Il a été convenu de réunir l'ensemble des agents de l'Office de Tourisme pour une journée de réflexion sur les missions de l'Office de Tourisme.

Le 20/06/17 – au Novotel à Anglet

1- Motivation de la tenue de ce séminaire

- Repositionner les services suite au départ du service événementiel, considéré comme un moteur au sein de l'OT (équipe de 14 permanents, désormais 11 suite au départ d'une Adjointe de direction non remplacée)
- Digérer le départ des collègues, revoir les missions au sein des services, notamment celles directement liées aux événements et animations.
- Ecrire une nouvelle histoire pour l'office de tourisme en prenant en compte les éléments de contexte.

2- <u>Ce qu'il faut retenir de cette journée de séminaire</u>

- Renforcer le lien fonctionnel entre les services avec la mise en place de réunions bimensuelles
- Partager un tableau des indicateurs pour l'ensemble des services qui doit être évoqué en réunion bimensuelle afin que chacun sache ce qui se passe dans la structure. Cela permettra également de fixer des objectifs et de valoriser les travaux de l'OT en interne et en externe.
- Réfléchir sur l'après événementiel et sur le potentiel « destination affaire » en mettant en commun les services espace de l'océan et réservation (réflexion sur un nouvel organigramme avec un servie commercialisation)
- D'une manière générale, l'équipe doit travailler sur le « faire savoir » et valoriser les compétences à la fois en interne (fluidité de la communication) et en externe (valorisation des actions)
- Aujourd'hui il y a des compétences avérées dans la structure mais qui ne sont pas assez valorisées en externe. Une réflexion doit être menée sur l'utilité des actions et des indicateurs liés.

Ce séminaire a permis de redéfinir des éléments de stratégie pour élaborer un plan d'action en adéquation avec les missions de l'Office de Tourisme et les attentes des socio-professionnels, mais aussi de resserrer les liens de l'équipe.

Les rapports sont archivés à l'emplacement suivant :

F:\TRAVAIL\MARKETING\MKTG_2017/SéminairedEquipe_Juin2017

GROUPE LOCAL QUALITE DES EAUX DE BAIGNADE

RAPPEL DU CONTEXTE

Lors du bilan de la saison estivale 2013, Anglet Tourisme révélait certaines inquiétudes sur la qualité des eaux de baignade de la part de nos visiteurs. (Vacanciers et locaux).

Le littoral est un atout majeur d'Anglet, en particulier à cette période (baignade, activités nautiques...). La Mairie d'Anglet a organisé une réunion avec les différentes partie-prenantes en vue d'améliorer la communication sur la gestion de la qualité des eaux de baignade à Anglet.

Il s'agit donc, au vu d'évènements qui ont une certaine probabilité de se reproduire, d'améliorer notre réactivité en optimisant notre gestion et nos méthodes/moyens de communication.

L'OT a été associé à la démarche collective lors de la réunion du 23 janvier 2014.

Depuis, Anglet Tourisme est toujours partie-prenante de cette démarche qualité.

ZOOM SUR L'ANNEE 2017

En 2017, la Démarche Qualité des Eaux de Baignade a passé un cap en souhaitant obtenir la certification de système gestion de la qualité des Eaux de Baignade suite au travail collaboratif et qualitatif entrepris depuis plusieurs années.

Pour se faire, la responsable de la démarche Qualité des Eaux de Baignade, Anne-Francine Laffonttas et l'Adjointe en charge de l'environnement, Valérie Dequeker ont présenté à tous les partenaires concernés lors de la réunion de pré-saison du 3 mai 2017, le projet et le cahier des charges pour l'obtention du label « Démarche Qualité Eaux de Baignade ».

L'ensemble des partenaires de la Démarche ont répondu présent et se sont inscrits pour être audités. L'audit a eu lieu sur Anglet les 29 et 30 Mai 2017.

L'OT a été audité avec le Service Communication de la Ville d'Anglet sur les moyens de communication, la maitrise documentaire et l'amélioration continue de l'information des usagers à la Démarche Qualité eaux de Baignade. (site internet, formation, infos plage, ...)

A la fin des deux jours d'Audit, la Mairie a reçu un avis favorable.

Le 22 juin 2017, la Ville d'Anglet a appris officiellement l'obtention du label « Démarche Qualité Eaux de Baignade ». Anglet Tourisme a affiché le logo du label à l'entrée des deux bureaux d'accueil.

L'ensemble des partenaires de la Démarche Qualité Eaux de Baignade se sont réunis le 19 octobre en réunion de bilan de saison et pour se pencher sur des points d'amélioration pour la saison et l'audit 2018. Les fiches réclamations et suggestions des visiteurs de l'OT ont été transmises comme chaque fin de saison lors du Copil.

Participation et suivi : Aurore COSNIER / François IRIARTE / Pantxika LABROUCHE

Dates des différentes réunions et audit : 03/05 17/05 18/05 30/05 19/10

Les rapports sont archivés à l'emplacement suivant :

F:\TRAVAIL\QUALITE TOURISME/GROUPE LOCALQUALITE/QUALITE DES EAUX DE BAIGNADE

COMMISSION DE SELECTION DES EMPLACEMENTS SAISONNIERS (SAISON 2018)

En 2017, LA VILLE D'ANGLET lance un avis d'appel à candidatures concernant divers emplacements saisonniers (domaine public communal) :

1°) Sur le secteur littoral, il est fait appel aux candidatures, pour la location saisonnière d'un bâtiment et de divers emplacements communaux :

- 8 écoles de surf : Plage Marinella x2 / Plage des Corsaires / Plage de la Madrague x2 / Plage de l'Océan / Plage des Cavaliers
- 1 Parcours de vente de beignets sur l'ensemble des plages
- Location de voiturette électrique sur le deck de La Barre
- Les Kiosque de presse des Sables d'Or et de l'Avenue de Bayonne.
- Le Club de plage de Marinella
- Restaurants-Snack : Plage Marinella / Plage des Corsaires / Plage des Cavaliers

Participation d'Aurore COSNIER aux réunions de la commission pour les sélections sur dossier, l'audition des candidats et l'émission des avis sur les candidatures soumis à M. le Maire :

- 13 Septembre
- 17, 28 et 29 Novembre
- 5 Décembre

Membres de la commission :

- élus : MM CHASSERIAUD, BLEUZE, DE PAREDES, GOURGUES, BOURRICAUD, Mme CAZAUX, Mme HADIDI
- services: Mme COSNIER, MM. ETCHEVERRY et DIRIBARNE

Le rapport des auditions est archivé à l'emplacement suivant : F:\TRAVAIL\DIRECTION\Commission spécifique emplacements saisonniers