

POLITIQUE STRATEGIQUE ET QUALITE

SPL OFFICE DE TOURISME DE LA TRANCHE SUR MER

L'Office de Tourisme de la Tranche sur Mer est un organisme qui a été créé en 1928. Au fil des ans, et au travers d'une structure associative régie par la loi de 1901 dans un premier temps et d'un EPIC par la suite, le syndicat d'initiative d'abord, l'Office de Tourisme 2 étoiles puis 3 étoiles et l'Office de Tourisme Catégorie I actuellement, ont assuré la promotion touristique et contribué à façonner l'image actuelle de la station. Depuis 2013, l'établissement était certifié Afnor NF-Services et, par équivalence par la Marque Qualité Tourisme. Cette dernière est désormais l'unique démarche qualité conservée par l'établissement depuis le 1er janvier 2020.

Depuis le 13 août 2014, il a le statut d'une Société Publique Locale (SPL).

Le territoire de compétence de l'Office de Tourisme de la Tranche sur Mer se limite à la commune seule comprenant son centre-ville, ses villages et quartiers de la Terrière, la Grière et le Phare.

L'Office de Tourisme, de la Tranche-sur-Mer, géré par un Directeur, est composé d'un établissement principal.

La SPL est dirigée par un Président Directeur Général et un Conseil d'Administration.

Sous la direction et présidence de Monsieur KUBRYK et les vice-présidences de Monsieur BRULON et Mme PIERRE, le Conseil d'Administration comprend 10 administrateurs de la commune de la Tranche sur Mer, 1 de la Communauté de Communes Sud Vendée Littoral, 1 des Sables d'Olonne Agglomération et 1 de la Région Pays de la Loire.

Il existe également un Comité Consultatif composé de 12 membres dont 7 représentants des professionnels du tourisme et 5 membres du Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration délibère sur toutes les questions intéressant le fonctionnement et l'activité de l'Office de Tourisme.

L'équipe de l'Office de Tourisme est composée de neuf personnes à l'année, pour les missions suivantes : direction, administration, comptabilité, conseil en séjour/billetterie, promotion et communication, relations presse, observatoire touristique, nouvelles technologies, administration réseau, commercialisation, foires et salons, qualité et entretien des locaux. En haute saison, afin de faire face à l'accroissement temporaire d'activité, trois saisonniers en général viennent renforcer l'équipe, en charge du conseil en séjour.

Une convention d'objectifs est fixée pour une durée de 6 ans entre la Commune et l'Office de Tourisme afin de définir les engagements et missions de chacun et les moyens mis à disposition. L'Office de Tourisme rend compte auprès de ses financeurs de son action chaque année au moment de l'Assemblée Générale. Le rapport d'activité est également validé par le Conseil Municipal.

Dans le cadre de la mise en œuvre de la politique touristique définie par la municipalité, la SPL se voit confier les missions suivantes :

- L'accueil et l'information des publics
- Le développement de la notoriété et la promotion de la destination touristique (en France et à l'étranger)
- La production et la mise en marché de produits et de prestations touristiques
- La mise en place d'actions favorisant le développement touristique local
- La gestion et l'exploitation de structures et d'équipements à vocation touristique
- La coordination des acteurs du tourisme locaux
- La valorisation des animations et événements organisés par la municipalité et les associations locales
- La réalisation d'un observatoire du territoire
- Œuvrer pour que l'ensemble de ces actions soit en cohérence avec la stratégie marketing du territoire

En parallèle, un Schéma de Développement Touristique pour 2021-2026 a été rédigé en concertation avec tous les membres de l'équipe de l'Office de Tourisme, le Président de la SPL/et Maire, le Conseil d'Administration et le Comité Consultatif. Il est complété par un plan d'actions détaillé, réajustable à tout moment et mesurable avec des bilans intermédiaires, dans lesquels apparaissent l'ensemble des travaux en lien avec les axes, les objectifs stratégiques, les cibles visées, les engagements qualité, les dates prévisionnelles et de réalisation, les budgets, le ou les responsables, les conditions de succès/annulation et le bilan.

Ce schéma définit trois axes principaux, eux-mêmes déclinés en objectifs stratégiques

AXE 1 : AFFIRMER LA DIFFERENCIATION TERRITORIALE EN DEVELOPPANT L'ECO-TOURISME

Objectifs stratégiques :

- *Continuer à développer et valoriser les déplacements doux (offre cyclable, pédestre...)*
- *Réduire les éditions papiers au profit du numérique*
- *Réaliser de l'événementiel qui permettra d'affirmer le positionnement de la station*
- *Valoriser et impulser les actions et initiatives locales en faveur du développement durable*

AXE 2 : DEVELOPPER LES OFFRES ET EQUIPEMENTS TOURISTIQUES

Objectifs stratégiques :

- *Développer la venue des résidents secondaires et excursionnistes sur les ailes de saison*
- *Attirer une clientèle MICE (clientèle d'affaire) sur la station*
- *Poursuivre la fidélisation de la clientèle famille*
- *Renforcer le positionnement de la Tranche sur Mer comme une station sportive*

AXE 3 : RENFORCER LA PROMOTION ET LA QUALITE DE L'OFFRE DE LA STATION

Objectifs stratégiques :

- *Développer l'offre numérique et l'accessibilité du territoire*
- *Mettre en scène et en lumière les acteurs de la Tranche sur Mer*
- *Poursuivre la promotion de la station et accroître sa notoriété*

Depuis plusieurs années, la qualité est au cœur de la préoccupation de l'Office de Tourisme de la Tranche sur Mer. Au fil des ans, l'organisation interne s'est affinée et améliorée pour toujours mieux répondre à l'exigence de qualité nécessaire à la réalisation des missions qui lui sont confiées.

Cette démarche a été récompensée par l'obtention de la Certification AFNOR NF-Services et par équivalence de la Marque Qualité Tourisme. Cette dernière est désormais l'unique démarche qualité conservée par l'établissement depuis le 1er janvier 2020. Il s'agit du résultat d'un travail et d'un investissement volontaire de la part de toute l'équipe, avec cette philosophie « du travail bien fait ». Les documents qualité qui ont été rédigés sont l'aboutissement d'un travail en commun de plusieurs années, de phases d'expérimentation, de remises en question en vue de répondre aux exigences définies.

Cette récompense met également en lumière le professionnalisme et la légitimité de l'Office de Tourisme, qui s'avère être un véritable acteur du tourisme et du développement local. La structure représente en effet l'image du territoire et de ses professionnels. L'obtention de cette démarche qualité assure aussi aux visiteurs un accueil et une fiabilité d'information de haut niveau et ce, toute l'année.

L'Office de Tourisme étant le premier lieu d'accueil sur une station, il en est aussi la vitrine et son bras armé. C'est pourquoi il lui est indispensable d'être moteur dans le domaine de la qualité et d'en montrer l'exemple.

Engagement Qualité : continuer d'être un acteur incontournable du tourisme sur le territoire en renforçant notre professionnalisme et notre légitimité

L'Office de Tourisme s'est engagé dans une démarche volontaire éco-responsable pour limiter son impact sur l'environnement. Il a mis en place des éco-gestes et actions simples faisant appel à du bon sens: il s'attache en effet à gérer ses ressources (en eau, énergie et biodiversité), ses déchets par le tri sélectif et ses supports de communication.

L'Office de Tourisme édite des dépliants ou supports pédagogiques pour la sensibilisation des touristes et acteurs touristiques publics ou privés, en matière de protection de l'environnement. Les brochures éditées par l'Office de Tourisme sont téléchargeables en .pdf et/ou consultables sur le site internet, afin d'inciter le public à préférer des versions numériques et n'imprimer que si qui est nécessaire.

Un présentoir spécifique est également à disposition dans l'accueil de l'Office de Tourisme, avec des brochures de sensibilisation à la pratique de la pêche à pied, des espaces dunaires, tri sélectif...Le guide écocitoyen édité par la Municipalité présente également l'ensemble des espaces naturels du territoire et les différents écogestes à adopter au quotidien.

L'Office de Tourisme s'attache à choisir, lors de ses consultations, une société de création / impression éco-responsable. Les dépliants sont imprimés sur du papier PEFC et l'impression est labellisée Imprim'Vert. Le nombre de dépliant édité est suivi minutieusement afin de passer des commandes en fonction du nombre de brochures écoulées l'année antérieure.

Sur demande de notre part, la Chambre de Commerce et d'Industrie, propose également d'organiser des réunions d'informations auprès de nos professionnels pour les sensibiliser aux labels qualité.

Engagement Qualité : se positionner comme un acteur essentiel engagé dans une démarche éco-responsable

ACCUEIL / INFORMATION

Les horaires et périodes d'ouverture du bureau sont définis par la Direction en concertation avec la Responsable Accueil puis validés par les élus. Ils peuvent être modifiés en fonction des flux de visiteurs.

La mission d'accueil concerne principalement l'accueil en face à face, au téléphone ou à travers différents outils numériques.

Les conseillers en séjours sont recrutés selon des critères et des procédures adaptées, ils prennent connaissance de toutes les procédures d'accueil mises à leur disposition et suivent une formation complète à leur embauche. Formation qui se poursuit en permanence avec des visites d'établissements, mais aussi en fonction des nouveautés et évolutions afin de se positionner en expert et être force de vente du territoire.

L'équipe de l'Office de Tourisme s'attache à apporter un accueil et une réponse personnalisés à chaque visiteur, de la prise de contact au séjour sur place.

Pour cela, le personnel d'accueil doit faire preuve de disponibilité et d'écoute vis-à-vis du public, de politesse et d'un esprit de service. Il donne des conseils au visiteur en le questionnant et en adaptant la réponse en fonction de la demande. Il ne se contente pas de distribuer la documentation, il assure un service de qualité en cernant la demande du client et en le rassurant tout en fournissant l'ensemble des clés afin qu'il optimise sa visite et découverte du territoire. En période de forte affluence (veille et jour de feux d'artifice ou de concerts évènements), un accueil téléphonique et physique séparé est assuré afin d'apporter un service de qualité.

Les conseillers en séjours accueillent les visiteurs dans un espace propre et confortable et invitent le client à utiliser les services + qui lui sont offerts. En effet, il pourra par exemple bénéficier du wi-fi gratuit, profiter de l'espace enfant au sein de l'établissement, accéder à l'espace boutique ou rencontrer notre personnel en triporteur.

L'Office de Tourisme anticipe les besoins du client en allant au-delà de sa demande première et en proposant des produits adaptés à leurs besoins. Il fournit une information touristique claire, fiable et actualisée, en s'appuyant au maximum sur les personnes ressources (élus, ambassadeurs,) et supports du territoire. L'information est diffuse et composée de multiples offres. Elle est compilée dans une base de données (E-SPRIT-Tourinsoft) mais également au travers de documents rassemblés dans un fichier index, afin d'éviter la multiplication des fichiers et faciliter les mises à jour. La Responsable Accueil veille en permanence à rationaliser la collecte et diffusion de l'information et à ce qu'elle soit à jour.

L'acte d'accueil doit être bénéfique pour l'économie touristique locale, plus le conseil est précis et avisé, plus les chances de concrétisation de la consommation touristique sont élevées. Le conseiller en séjour renseigne systématiquement sur les partenaires de l'Office de Tourisme. Toutefois si la demande du client est précise et qu'elle concerne un professionnel non-partenaire, le conseiller en séjour, dans le cadre de sa mission de service public donnera une information la plus fiable et la plus neutre possible.

L'Office de Tourisme place le visiteur au cœur de sa communication. Que ce soit au travers des réseaux sociaux ou des diverses éditions, le client reste la principale inspiration et préoccupation. La gestion et la mise à disposition de l'information est aussi prise en compte et l'Office de Tourisme offre à la clientèle la possibilité de s'informer à toute heure grâce entre autres aux outils numériques (écran LCD, site internet, QR Code...) et à l'affichage.

De nombreux supports sont à la disposition des clients (questionnaires de satisfaction, fiches de suggestion, livre d'or), ce qui permet, après analyse, de se remettre en question et de relayer l'information aux élus et partenaires et d'imaginer ensemble des actions correctives afin d'être toujours le plus proche possible de la demande. La satisfaction et la fidélisation de la clientèle repose beaucoup sur l'amélioration de l'écoute des clients.

Engagement Qualité : Augmenter la satisfaction des clients en étant à leur écoute et en prenant en compte leurs demandes/remarques.

Engagement Qualité : Optimiser la collecte et la diffusion d'information en s'assurant de la fiabilité des contenus. L'adapter en permanence en fonction de la demande client.

PROMOTION / COMMUNICATION

Le service communication promotion de l'Office de Tourisme de la Tranche sur Mer diversifie au maximum ses canaux de communication pour atteindre les cibles définies dans le schéma de développement touristique.

En plus de ces outils de « base » indispensables pour trouver l'information officielle, tels que le site internet de l'Office de Tourisme, ou encore les brochures touristiques, l'Office de Tourisme met en place tous les ans un véritable plan de promotion complet.

Tout d'abord, à l'échelle locale, ce sont des partenariats passés avec la filiale touristique du département Vendée Expansion, ou des Offices des Tourisme intercommunaux pour réaliser conjointement des opérations et ainsi réduire les coûts d'investissement. L'objectif de cet ensemble d'actions est de provoquer, auprès des habitants du rétro-littoral dans un rayon de 2h à 3h de route, des excursions à la journée ou sur un week-end.

Puis sur le plan national, l'Office de Tourisme réalise un plan d'achat média ciblé dans la presse, à la radio et via les réseaux sociaux pour atteindre les familles susceptibles d'être intéressées par la station. Le message s'articule autour du thème suivant : La Tranche sur Mer, une station nature du sud Vendée et adaptée (de par sa taille et ses activités) aux familles.

Une newsletter est envoyée mensuellement auprès de nos clients (base de plus de 50 000 contacts) afin de les tenir informés de l'actualité de l'Office de Tourisme, des nouveautés et des animations en cours sur le territoire.

Enfin sur le plan international, l'Office de Tourisme de la Tranche sur Mer s'associe avec l'Office de Tourisme des Sables d'Olonne et/ou Vendée Expansion pour être présent, en fonction du plan communication/promotion de l'année en cours, dans les médias et/ou sur des salons dédiés au tourisme en Allemagne, aux Pays-Bas, en Angleterre, en Belgique et en Suisse. Les pays sont retenus en fonction de la clientèle déjà présente sur la station. Une fois de plus l'accent est mis sur la nature multiple et préservée de la station, le slow tourisme, les déplacements doux et l'hôtellerie de plein air.

La promotion de la station doit avant tout faire sens, nous ne souhaitons pas travailler une communication de masse mais bien ciblée afin de fidéliser une clientèle qui se plaira à la Tranche sur Mer. Cela est également en phase avec nos budgets et la taille de la station. Un travail de fond est à réaliser sur les ailes de saison afin d'étendre la fréquentation d'avril à octobre.

Engagement Qualité : Fidéliser nos visiteurs et développer les ailes de saison

COMMERCIALISATION / BOUTIQUE

La Tranche sur Mer est une destination de tourisme balnéaire et nautique, qui est principalement fréquentée sur la période d'avril à octobre, juillet-août étant les mois les plus denses. La population touristique est largement constituée d'une clientèle familiale et résidents secondaires, de proximité et fidèle à la destination. Pour répondre aux attentes de cette clientèle, nous devons maintenir l'attractivité auprès des clients réguliers et proposer des produits adaptés aux budgets les plus modestes. Avant tout, le produit doit être reconnu, sûr, testé et approuvé et sollicité par les clients. Notre offre de prestation peut également valoriser la destination tant sur le plan patrimonial que sur le plan environnemental.

Parallèlement, comme l'Office de Tourisme est inscrit au registre des opérateurs de voyages, il a la possibilité de vendre des séjours packagés auprès des clientèles individuelles, groupes et affaires. La stratégie de l'Office de Tourisme n'est pas une stratégie offensive. Nous montons quelques produits afin de présenter l'offre touristique selon les thématiques fortes : glisse, vélo et famille. L'offre de prestation package est basée principalement sur les prestations d'activités et d'hébergements possibles à La Tranche sur Mer. Pour garantir une qualité et une connaissance parfaite des prestations et une stratégie de contrôle des prix, une sélection des partenaires de l'Office de Tourisme est effectuée. Mais nous réalisons la plupart du temps des séjours à la carte pour s'adapter à la demande de la clientèle. La commercialisation permet la mise en marché du territoire en proposant des offres complémentaires par rapport à la demande initiale. La commercialisation est une force de vente supplémentaire par rapport à nos missions traditionnelles d'accueil et d'information.

L'Office de Tourisme dispose également d'une boutique qui doit sans cesse se développer et/ou évoluer afin que les clients y soient fidèles et qui doit permettre d'augmenter la notoriété de la marque « La Tranche sur Mer ». De ce fait, nous élaborons une stratégie de développement, avec une offre de produits aux données de sélections similaires à celles énoncées pour la billetterie. À court terme, nous avons constaté que les clients apprécient de plus en plus les produits locaux, faits avec des matériaux recyclables. L'Office de Tourisme a donc décidé de proposer, en quantité minimales « test » dans un premier temps, des produits en bois et composite fabriqués par une entreprise locale (d'Aubigny). L'Office de Tourisme travaille également avec ESIAM (Entreprise solidaire d'initiative et d'action des Mauléonais), entreprise à but d'emploi. À long terme, il s'agirait d'élargir l'offre enfant ; les familles restent la cible principale de notre boutique. L'Office de Tourisme est attentif à la localisation de ses fournisseurs et essaye, quand cela est possible, de travailler avec des entreprises locales où les produits sont fabriqués sur place. De plus, nous réfléchissons à élargir et communiquer davantage sur notre boutique avec notre réseau de partenaires, notre base de données clients et les habitants de la Tranche sur Mer. Le système de dépôt-vente pourrait être revu afin de le développer.

Engagement Qualité : Mettre en marché l'offre touristique locale et développer la Marque La Tranche sur Mer.

ADMINISTRATION / DIRECTION

Le service administration/direction a un rôle central, puisque son personnel gère à la fois la partie juridique, les ressources humaines, la comptabilité, les budgets, les tâches administratives, l'information, la répartition du travail, etc. en étroite relation avec la Direction. Autrement dit, le bon fonctionnement d'une entreprise dépend pour beaucoup de ce service.

Le Directeur fait appliquer les décisions du CA.

Il est l'interface entre les chefs de service et le PDG et a un rôle de coordinateur transversal afin de mettre en œuvre la stratégie générale définie par les élus, tout en gardant à l'esprit les intérêts communs.

L'engagement de la Direction est essentiel, elle travaille main dans la main avec la responsable qualité pour développer et soutenir la démarche qualité, avec la recherche constante d'amélioration et une volonté de progrès interne telle que l'amélioration des processus, la maîtrise ou réduction des coûts, des actions en faveur du développement durable, le développement des compétences, etc...

La démarche qualité a l'objectif également d'améliorer la communication interne et externe à l'Office de Tourisme.

De par le caractère polyvalent d'un Office de Tourisme, le management doit faciliter les échanges afin d'éviter le cloisonnement et favoriser la solidarité avec une attitude positive permettant de prendre soin de chacun. Bienveillance, respect, écoute, entre-aide et intégration en sont les maîtres mots.

Il s'agit également d'expliquer et de valoriser son travail en extérieur, que ce soit auprès du public, des élus ou des partenaires.

Cela passe aussi par des réunions hebdomadaires avec l'ensemble des salariés, le rassemblement des forces autour de projets communs et des activités partagées hors les murs, des eductours, visites de partenaires, des formations, la mise en place d'un séminaire une fois par an et des réunions semestrielles (avril/octobre) en présence des élus, des partenaires et acteurs touristiques locaux et/ou régionaux...

Engagement Qualité : Entretenir et renforcer un esprit de cohésion

PARTENAIRES

L'Office de Tourisme œuvre pour renforcer et fédérer les acteurs locaux et créer un tissu de plus en plus large qui travaille dans le même sens à la promotion du territoire. C'est pourquoi le maillage entre les partenaires est une véritable clé de voûte de l'action de l'Office de Tourisme.

L'Office de Tourisme n'hésite pas à les associer aux actions de promotion et de communication. Que ce soit au travers de salons, réseaux sociaux, jeux concours ou de la mise en place de chèques-cadeaux, chaque partenaire a l'occasion d'être valorisé.

Le rôle de l'Office de Tourisme passe aussi par l'information et le partage d'expertise en proposant entre autres la mise en place d'ateliers sur le numérique ou la qualité. Il s'agit en effet d'accompagner les partenaires en cohérence avec la stratégie marketing et de les mettre au cœur de la qualité et de l'animation du territoire et d'inciter les acteurs (professionnels et associatifs) au développement et à la mise en avant des initiatives environnementales. Un espace professionnel sur notre site internet leur est dédié.

Une newsletter leur est envoyée mensuellement afin de les tenir informés de l'actualité de l'Office de Tourisme, des nouveautés et des animations en cours sur le territoire.

Un des objectifs est aussi d'augmenter le nombre de partenaires, soutien essentiel du modèle économique de l'Office de Tourisme.

Indépendamment, afin de renforcer le tissu entre tous les acteurs, l'Office de Tourisme convie les acteurs locaux à des réunions/rencontres, les sonde sur leur tendance/fréquentation et réalise une tournée l'été afin de recueillir leur tendances/avis..., les visite, diffuse leur documentation, les fait participer à des rencontres, au Comité Qualité Local ou au Comité Consultatif en présence des élus, des partenaires et acteurs touristiques locaux et/ou régionaux.

L'Office de Tourisme favorise les partenariats publics, institutionnels ou avec des associations locales ou même d'autres Offices de Tourisme.

Il développe aussi des interactions entre le trio élus, équipe de l'OT et agents de la collectivité par le biais d'événements et d'animations (ex : bilan de saison, Vélos Régionales, Semaine Famille, jeux à destination des enfants pour Noël, halloween etc. et événements autour de l'environnement et des déplacements doux...)

Et il met en œuvre avec les élus, la stratégie touristique de la destination conformément aux ambitions de la collectivité de tutelle.

Engagement Qualité : Fédérer et valoriser les acteurs locaux