

Rapport annuel d'activités

de l'Office de Tourisme Luberon Côté Sud

Année 2017



Sommaire

- 1. LISTE DES ACTIONS 2017 – VUE RAPIDE**
- 2. ORGANIGRAMME DE L’OFFICE DE TOURISME**
- 3. LES ADHERENTS DE L’OFFICE DE TOURISME**
- 4. ACCUEIL & INFORMATION**
Fréquentation touristique
Accueil dans les murs et Accueil hors les murs
Gestion de l’information
- 5. PROMOTION ET COMMUNICATION**
Plan marketing 2014-2016
Editions
Actions webmarketing
Presses et radios
Salons et évènements
- 6. ANIMATION & DEVELOPPEMENT**
Mission de conseils et d’accompagnements personnalisés
Actions de mise en réseau
Actions de qualification de l’offre
Développement du concept habitant/ambassadeur
Relais auprès des partenaires institutionnels
- 7. FONCTIONNEMENT DE L’ASSOCIATION**
Gestion administrative
Gestion financière
Gestion du personnel
Tourisme et développement durable
- 8. REMERCIEMENTS**

1. Liste des actions 2017 (vue rapide)

Sont mentionnées en rose de nouvelles actions mises en place en 2017

Accueil

Accueil au comptoir (La Tour d'Aigues, Cadenet et Cucuron à l'année, Ansouis d'Avril à Octobre)
Office de tourisme itinérant (Juillet et Aout)
Relais Tourisme (dans 14 villages)
Questionnaire de satisfaction
Migration vers une nouvelle base de données partagée
Gestion de l'information, de la documentation, des statistiques (démarche Qualité)

Promotion et communication

Guide Touristique (réédition)
Agendas des manifestations mensuelles
Magazine de l'été (de juin à septembre)
Brochures Villages (14 villages) (action non réalisée en 2017)
Cartes Touristiques (action non réalisée en 2017)
Site Internet et base de données (Refonte en 2017)
Application « A la découverte du Château de la Tour d'Aigues »
Vidéos thématiques
Lettres informations / newsletters
Réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Flickr, Twitter)
Presse / Radio (Détour en France, La Provence, TF1, France 3, France Bleu Vaucluse, Sudfm...)
Dossier de presse / Accueil Presse
Présences autres événements
Reporter de territoire (articles + vidéos)

Animation et développement

Contact et accompagnement pro
Petits dèj' (en pause en 2017)
Eductour pro
Aide à la pré-réservation
Groupe des Pros du Lub' (Facebook)
Classement des meublés de tourisme et des chambres d'hôtes
Visites guidées de Village + dégustation
Offre nature : valorisation touristique de la randonnées (cheminsdesparcs, luberoncotesud et à l'accueil)
Offre Famille : Chasse au Trésor, visites guidées dédiées aux enfants
Offre patrimoniale : valorisation touristique du petit patrimoine rural
Soutien à la filière vélo
Les Clés du Lub' nouveauté 2017 : les pique-niques paysans
Accueil des nouveaux arrivants
Journées des associations
Tourisme et développement durable (gestion/fonctionnement)
Relais auprès des partenaires institutionnels (ADT, UDOTSI, VLP, Parc, CRT, OT...)

Gestion administrative et financière

Suivi des dossiers de subventions (Région, Département, Crédit Agricole, Espace Valléen, Leader, mécénat)
Gestion sociale et du personnel (recrutement, transfert, formations, éductours, planning...)

Voir en annexes :

Focus : A quoi sert l'Office de tourisme Luberon Côté Sud ?

Focus : les forces et faiblesses de l'Office de tourisme Luberon Côté Sud.

2. Organigramme 2017

CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'office de tourisme est aujourd'hui composé d'un conseil d'administration de :
27 administrateurs ayant voix délibérantes (5 membres de droits représentants de COTELUB et 22 membres actifs issus du tissu socioéconomique),
Et de 21 administrateurs ayant voix consultatives (5 membres associés et 16 membres municipaux).

Cette composition démontre la volonté de réunir les acteurs privés et publics dans le fonctionnement de l'Office de tourisme du territoire.

BUREAU

Présidente : **Elise ROUX** - Vice-Présidente : **Nadine CHARPENTIER** - Vice-Président : Alain GUEYDON

Secrétaire : **Anne-Marie SAEY** - Secrétaire adjointe : **Benoit VUITRY**

Trésorière : **France FLAMENT** – Trésorière adjointe : **Geneviève HERAUD**

EQUIPE TECHNIQUE

Direction (35h/hebdo - CDI) - **Laure CHATEL**

Accueil et Information : **Fanny PORACCHIA** (CDD - 35h/Hebdo) + **Marine ALAIN** (CDI – 35h/Hebdo) + **Emmanuelle DORNIC et Odile BRUNET** (Rupture conventionnelle)

Communication et Promotion : **Ludovic LAFFITTE** (CDI – 35h/hebdo)

Appui administratif : **Martine CLEMENT** (CDI - 20h/hebdo) /absence d'avril à décembre

En 2017, l'équipe s'est renforcée :

- Philippe BERLENGUE (CDD + Saisonnier) – Assistant touristique (janvier à mars puis avril à octobre)
- Amandine KURZAWA (CDD + Saisonniers) – Conseillère en séjour + OT itinérant (janvier à mars puis avril à octobre)
- Pauline PERIN (Saisonniers) – Conseillère en séjour à Cucuron (mars à octobre)
- Aurélie FONTAINE (Stage + Saisonniers) – Conseillère en séjour (juillet et août)
- Sophie CAVALLERE (saisonniers) – conseillère en séjour (nov-décembre)

+ Séverine BESSON – chargée de mission « valorisation des patrimoines » - 6 mois – poste financé dans le cadre des « espaces valléens »

+ Thomas CADORIN – reporter de territoire – Service Civique

+ Stagiaires

L'Office de tourisme a employé depuis 2014, 5 équivalents temps plein contre 6,4 en moyenne en région. En 2017, pour faire face à une réorganisation touristique liée à l'intégration de Cadenet et Cucuron, 2.5 ETP ont été accordés pour les besoins en accueil sur l'année 2017.

Visites guidées : Françoise GENOULAZ

Gestion sociale : AdminPlus 84 – Consuelo TOLEDO

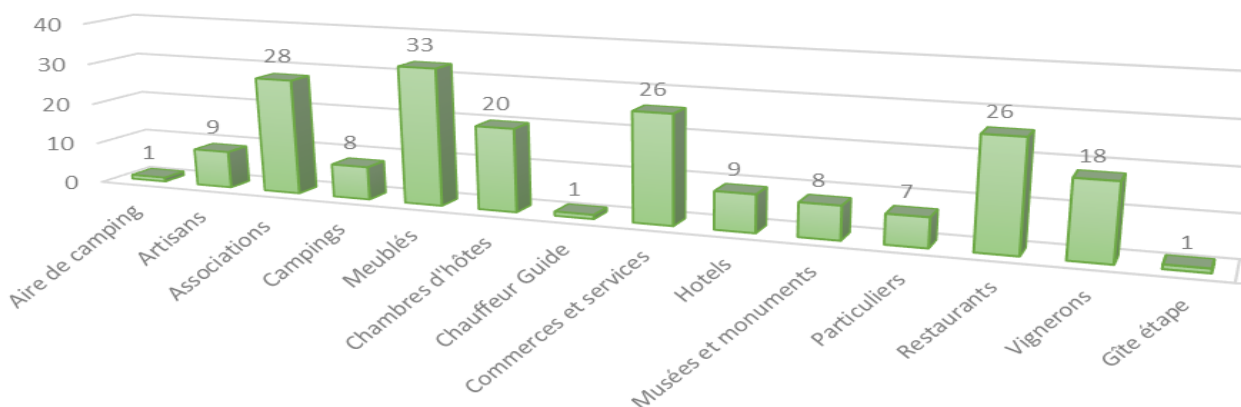
Commissaire aux Comptes : Marc-Olivier BERTOT – B2A

Autres prestataires extérieures en 2017 : Pierre-Guillaume Baret, Bernard Nicolas, In4Mac, Garage Renault, Haute-Provence Imprimerie, Original System

Merci aux bénévoles de l'association et tout particulièrement aux membres du Bureau et à certains adhérents qui donnent de leur temps et de leurs connaissances pour nous aider dans la mise en œuvre des actions.

3. Les adhérents

En 2017, l'office de tourisme Luberon Côté Sud totalise 195 offres adhérentes (168 en 2016 (+16%) et 145 en 2015 (+34%)), réparties de la manière suivante :



A la différence des offices de tourisme sous statut public (EPIC, SPA, ...) qui représentent administrativement l'ensemble de l'offre touristique de leur territoire de compétence, l'OT Luberon Côté Sud est sous forme associative. Ce statut contraint les acteurs touristiques à adhérer. Néanmoins, les tarifs pratiqués sont largement en dessous des adhésions et des tarifs des prestations demandées par d'autres structures. De plus, ce statut associatif permet d'impliquer des partenaires situés hors du territoire de compétence mais dont les activités participent au positionnement touristique de notre territoire.

Le droit d'entrée (adhésion) à l'association est de 30 € (50 € pour les structures hors COTELUB). Il est resté inchangé depuis 2014. Le forfait des services s'élève à 90 € et comprend un ensemble de prestations offrant une visibilité sur la destination « Luberon Côté Sud » et permettant l'implication dans le développement touristique local.

Remarques :

Notre territoire est marqué par la diversité de ces offres. Cette même diversité est bien représentée parmi les partenaires de l'Office de tourisme.

A noter :

- ✓ un tissu associatif important
- ✓ des hébergeurs impliqués dans le développement local, représentant la partie « professionnelle » (versus les nombreux hébergeurs particuliers occasionnels/ airbnb)
- ✓ des adhérents hors cotelub (notamment en hotellerie, artisans et restaurants) qui se retrouvent dans le développement et la promotion de notre territoire.

Nos pistes d'amélioration :

- Actualiser et mieux communiquer sur les services proposés par l'Office de tourisme
- Maintenir la progression du nombre d'adhérents par an
- Mener un comparatif par nature d'activité entre le nombre de structures sur COTELUB et le nombre de structures adhérentes à l'association.

Voir en annexes :

Focus : répartition des adhérents en 2017

4. Accueil et Information

Les missions sont de :

Source : Convention d'objectifs 2014 – 2016 /2017

- Répondre aux attentes personnalisées du visiteur par une information adaptée à la demande,
- Disposer des éditions touristiques (cartes, guides, etc.) et en assurer la distribution,
- Susciter ou renforcer le désir de découverte chez le visiteur : de l'information à la proposition,
- Faciliter le séjour et l'accès des visiteurs aux produits,
- Développer la consommation touristique sur le territoire.

L'Office de Tourisme est classé en catégorie II par la Préfecture de Vaucluse depuis 2014.

Ce classement est une reconnaissance sur :

- sa structure de taille moyenne, pilotée par un directeur, intervenant dans une zone géographique représentative d'un bassin de consommation touristique homogène et cohérent,
- sa politique de promotion ciblée,
- ses actions d'écoute de la clientèle de nature à améliorer la qualité des services rendus et de ceux de ses partenaires.

Ces critères correspondent aux entreprises de petite taille.

En chiffres :

29% des offices de tourisme en Provence Alpes Côte d'Azur sont classés en catégorie 2 (ex : PraLoup, Sanary sur Mer, Saint Rémy de Provence, Luberon Côté Sud).

14 % au national et 35 % des Offices de tourisme en France ne sont pas classés.

Les objectifs pour 2017 ont été les suivants

En 2017, l'accueil sur le territoire a été marqué par l'intégration des communes de Cucuron et Cadenet. Ces deux communes possédaient déjà un accueil touristique.

- maintenir autant que possible l'amplitude d'ouverture de ces 2 accueils
- assumer une gestion commune entre les lieux d'accueil
- tisser du liens et améliorer la connaissance de l'équipe
- mener une analyse afin de proposer une organisation touristique en matière d'accueil plus efficace et plus efficiente.

L'office de tourisme Luberon Côté Sud est composé en 2017 des lieux d'accueil suivants

La Tour d'Aigues : Ouvert à l'année

Ansouis : Ouvert de Pâques à fin septembre

Cucuron et Cadenet à temps partiel d'octobre à mars et à temps plein (voir plus) de Pâques à fin septembre, pour l'année 2017.

L'Office de tourisme a également développé un accueil itinérant en juillet et Août et un réseau de relais tourisme dans 14 communes et certains partenaires.

Les jours fériés sont travaillés de Pâques à Septembre à raison de :

- 2 lieux d'accueil sur 4 en avril, mai, juin (roulement)
- 4 lieux d'accueil sur 4 en juillet et août.

A savoir que la convention collective des organismes de tourisme n°3175 donne lieu au paiement de 200 % et à la récupération à 100%.

Fréquentation touristique

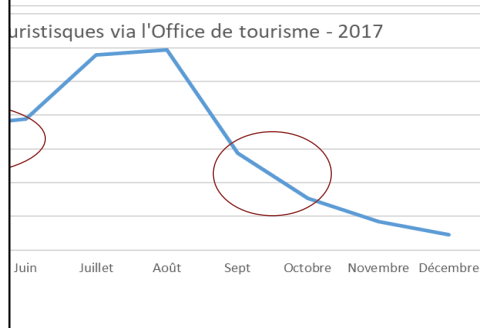
Méthode utilisée

Le personnel de l'OT comptabilise les demandes réelles réalisées par mail, par téléphone et au comptoir. La clientèle est différenciée selon sa provenance : les locaux (visiteurs provenant du département), les visiteurs français et les visiteurs étrangers. Le pic de fréquentation, toutes clientèles confondues, correspond aux mois de juillet et août.

1 demande équivaut en moyenne à 2,5 personnes (base nationale des offices de tourisme).

- ➔ Globalement, l'ot a répondu en 2017 a + de 14 967 demandes d'information contre 8 941 en 2016 soit une hausse de plus de 60 %
- ➔ Soit plus de 37 000 visiteurs

Ce graphique (comparable à celui des nuitées ou de la fréquentation du site Internet) montre la répartition des flux touristiques durant l'année. Juillet et Août restent les mois les plus touristiques. On remarque néanmoins que **les ailes de saisons (printemps et automne) attirent aussi les visiteurs.** Les mois d'hiver sont les moins privilégiés par notre clientèle.



Voir en annexes :

Focus : Répartition des accueils en 2017

« Accueil dans les murs » et « Accueil hors les murs »

Ce sont des termes aujourd'hui régulièrement utilisés dans le réseau touristique pour démontrer que l'accueil des visiteurs est une réflexion de territoire et non plus uniquement de bureaux d'accueil.

L'accueil touristique est partout : dans les mairies, les hébergements, les commerces mais il passe aussi par les habitants.

Aussi, l'office de tourisme Luberon Côté Sud développe une organisation d'accueil touristique :

- **Présence de bureaux d'accueil**
- **Mise en place de Relais tourisme** : 16 villages ont été équipés d'un présentoir mis à disposition gratuitement auprès d'un commerce ou de la mairie afin de faciliter l'accès à l'information touristique.
- **Déploiement de l'office de tourisme itinérant en juillet et août** : une information touristique 100% itinérante, grâce à un stand attrayant, dans les lieux fréquentés par les touristes, pour leur permettre de se renseigner sur le patrimoine culturel, les loisirs et les activités qu'offre le territoire ainsi que les possibilités d'hébergement.
- **Liens avec les « ambassadeurs de territoire »** (hébergeurs, bibliothèques, restaurants, caves....) pour mettre à disposition de la documentation touristique locale.

Gestion de l'information touristique sur la base de données

En 2017, l'office de tourisme a été contraint de changer de système d'information touristique afin de suivre les évolutions mises en place par la région Provence Alpes Côte d'Azur et Vaucluse Provence Attractivité.

Depuis des années, les offices de tourisme saisissaient leurs informations sur une plateforme appelée « Constellation » dans le but de faire remonter ces données (fêtes et manifestation, informations pratiques, offres et services touristiques...) vers les sites du Département et de la Région.

Dans l'objectif de continuer à diffuser nos informations le plus largement possible, l'OT Luberon Côté Sud a dû s'adapter à cette nouvelle démarche en intégrant la plateforme APIDAE.



Plusieurs réunions et formations se sont organisées en 2017 afin d'acquérir les compétences nécessaires en interne pour utiliser ce nouveau système.

De nombreuses heures ont été comptabilisées dans le but de migrer notre ancienne base de données, solutionner les « bugs » et améliorer les données par du texte, des photos, des mots clés... Temps passé en moyenne sur une fiche : entre 10 et 20 min.

La saisie de la donnée est aujourd'hui une tâche quotidienne en office de tourisme.

Apidae, c'est quoi ?

Les offices de tourisme de Vaucluse, comme ceux de l'ensemble de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur font partie du Système d'Information Touristique inter régional APIDAE.

Cette plate-forme vise à la mutualisation et à l'enrichissement des données touristiques à l'échelle départementale ainsi que leur diffusion au-delà du département et de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Apidae, c'est à la fois un réseau d'utilisateurs, une plateforme de travail collaborative et une gamme de services pour accompagner chacun dans la réussite de ses projets numériques.

- Gérer les informations touristiques et institutionnelles
- Accéder aux informations touristiques de tout le réseau
- Diffuser les informations touristiques.

La plateforme Apidae Tourisme est une base d'informations en ligne. Elle permet de créer et de diffuser de l'information touristique. Libres, fiables et actualisées, les données à disposition sont des contenus éditoriaux et multimédia à forte valeur ajoutée. Elles permettent à tous de valoriser l'offre des destinations dans des projets de toutes natures. (site internet, application mobile, édition numérique et papiers, etc...).

Coût pour l'office de tourisme : 1 000 € /an (abonnement)

5. Promotion et communication

Les missions sont :

Source : Convention d'objectifs 2014-2016/2017

- d'être en appui auprès des professionnels du tourisme : hébergeurs, restaurateurs, sites et monuments...
- d'organiser des relations presse
- de participer à des salons professionnels et grand public.

Mise en œuvre du plan marketing 2014 – 2016/2017

Il s'appuie sur le positionnement touristique défini depuis 2013 dans le but :

- d'exprimer notre identité, nos produits, nos valeurs
- de répondre aux attentes des visiteurs potentiels
- de pouvoir inscrire son propos dans une démarche partagée et un ancrage territorial plus affirmé.

La marque de destination « Luberon Côté Sud » est aujourd'hui partagée et reconnue.

Notre souhait dans le choix de ce positionnement est par conséquent de se différencier, tout en profitant de la notoriété de la destination « Luberon »

Le plan marketing permet de cibler les fillières et le public prioritaire pour répondre à des enjeux stratégiques qui sont :

- ✓ Renforcer la communication image de la destination Luberon Côté Sud
- ✓ Développer les courts séjours thématiques
- ✓ Maintenir la clientèle famille pendant les vacances scolaires

Les éditions 2017

Actualisation du guide touristique et hébergements 2017

Véritables compagnons de route pour les habitants et les visiteurs, les guides touristiques sont un recueil d'informations utiles et pratiques pour découvrir le Luberon Côté Sud

Edition à 15 000 exemplaires (12 000 en 2016, 8 000 en 2015 et 6 000 en 2014).

Mise en page actualisée en interne

Impression sur papier recyclé avec des encres végétales

Distribution : les offices de tourisme, les relais tourisme et partenaires, les salons et événements, les bourses aux dépliants.

Coût d'impression : environ de 10 000 €

Répartition de financement : en partie par COTELUB (achat charte graphique) et en majorité par la contribution des adhérents de l'Office de tourisme

L'agenda des manifestations

Recensement de l'ensemble des manifestations touristiques et de loisirs sur tout le territoire de compétence.

Diffusion : Ce document est imprimé pour les visiteurs et envoyé par mail chaque début de mois, à toutes les mairies, les offices de Tourisme de proximité, les adhérents et les contacts mailing.

Le magazine de l'été

Il permet de rescencer l'ensemble des animations, démonstrations, visites, ateliers et événements du Luberon Côté Sud.

Mené en partenariat avec les communes, les associations, les commerçants, partenaires et publicitaires, ce support a été une réelle réponse pour les habitants et nos visiteurs en recherche d'activités durant le mois de juin à fin septembre.

Edition : 20 000 exemplaires - 50 pages

Distribué dans 16 points relais – 4 Offices de tourisme – 14 Mairies – OT itinérant – Livré en boîtes aux lettres par les services communaux volontaires

Coût d'impression : environ 10 000 €

Répartition de financement en 2017 : action soutenue par le Crédit Agricole et par les publicitaires

Actions Web-marketing

Le site www.luberoncotesud.com

Toute destination, toute marque, se doit de détenir un site attrayant, informatif et dynamique.

Nos enjeux chaque année sont :

- D'enrichir le contenu avec de nouveaux textes, de nouvelles photos, de nouvelles vidéos, de nouvelles informations touristiques ou pratiques
- D'actualiser les données au quotidien afin de garantir une information précise, claire et mise à jour pour les internautes et toutes les personnes qui réutiliseront les données. L'Office de Tourisme est la « petite main », la source d'où provient l'information touristique.
- De développer des liens de qualité pour parvenir à un référencement et donc à une visibilité optimale sur les moteurs de recherche.

En bref, l'ambition est de faire de www.luberoncotesud.com un site de référence sur le tourisme, les loisirs, les découvertes et les balades en Luberon Côté Sud.

En chiffres en 2017 :

Nombre de sessions totales : 112 452 (fréquentation stable par rapport à 2016 malgré la refonte au mois de juin)

Nombre de pages vues : 343 964

La lettre d'information mensuelle (ou newsletter)

Les lettres d'informations permettent de communiquer sur les actualités touristiques et de loisirs auprès de personnes intéressées. Chaque mois, une thématique est mise en avant : le bien être, les vacances, les escapades romantiques, le vélos, les villages...

En chiffres :

20 newsletters envoyées en 2017

Fin 2017 : 3 263 personnes reçoivent régulièrement la newsletter de l'ot (1 1640 en 2016)

Taux d'ouverture autour de 40%

Selon une étude menée par Mail Metrics en 2014 sur 500 millions d'envoi en France le taux d'ouverture moyen est 29%

Taux de clics autour de 11%

Selon une étude menée par Mail Metrics en 2014 sur 500 millions d'envoi en France le taux de clics moyen est 4.6%

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux permettent de communiquer, de promouvoir et de fidéliser une communauté virtuelle.

La présence du Luberon Côté Sud sur les réseaux tels que Facebook et Twitter, Flickr, Instagram et Pinterest, favorise le bouche à oreille et permet de garder le contact avec des personnes intéressées par la destination.

Youtube :

54 vidéos (41 vidéos en 2016). 26 918 vues. 257 abonnés (170 en 2017 - 51 en 2015)

Durée moyenne de visionnage : 1m32sec.

Les abonnées sont en majorité : des hommes à plus de 56% contre 44% de femmes.

Français (74%). Belges (3.9%). Allemagne (2.4%)

Facebook :

810 nouveaux fans en 2017 soit 10290 fans en fin 2017

Facebook semble avoir changé son algorithme en 2017. Il est de plus en plus difficile d'obtenir de nouveaux fans.

Les abonnés de la page Facebook sont en majorité (analyse 2017): des femmes à plus de 60% contre 39% d'hommes.

Agés à 40% entre 45 et 65 ans et +. (Notre communauté semble avoir vieilli...)

Twitter (création en octobre 2011) :

823 tweets (752 tweets en 2016).

1606 abonnés (398 abonnés supplémentaires en 2017)

Les abonnés du compte Twitter sont en majorité (analyse 2017) : Des hommes à 43% contre 57% de femmes. (Inversement en 2017) - Agés à 66% entre 35 et 64 ans (Notre communauté semble avoir vieilli...).

Français (74%), Royaume Uni (49%), Italie (3%)

Instagram (Création du compte « luberoncotesud » en janvier 2016) :

143 publications (30 publications en 2017). **1207** abonnés (377 abonnés en 2017).

NOUVEAUTE : Reporter de territoire

Pour la 1^{ère} année en 2017, l'Office de tourisme Luberon Côté Sud a recruté un « Reporter de Territoire » en Service Civique. La mission de ce volontaire venu de Saint Etienne était de tester nos sorties, nos offres touristiques, nos évènements afin de faire un retour de ses expériences sur le Blog et les réseaux sociaux.

Des dizaines d'articles ont été rédigés, des mini-vidéos et des photos ont ainsi pu témoigner du dynamisme de notre territoire.

Presse et Radios

La Provence

Soutien du correspondant local pour présenter les actions et les actualités de la Destination et de l'Office de Tourisme.

Environ un article par mois

France Bleu Vaucluse

Partenaire privilégié des Offices de Tourisme pour la communication de sorties, bons plans, manifestations, visites...

L'office de tourisme a accentué le nombre de passage radio en 2017 avec environ 2 passages en moyenne par mois.

Studfm

Partenariat étroit pour la diffusion des manifestations et des bons plans sur la zone sud Luberon et nord du Pays d'Aix

Autres radios : Radio Verdon, RCF, ...

Accueils presse

En 2017, l'Office de tourisme a accueilli ou a été en appui auprès de journalistes travaillant pour les médias suivants : France 2/3, Magazine Avantages, Le Point, Détour en France...

L'office de tourisme n'est pas offensif sur les relations presse en raison d'un manque de moyens humains et financiers. Nous nous attachons à collaborer avec Vaucluse Provence Attractivité, le CRT ou VLP selon les opportunités qui se présentent.

Des dossiers de presse et des communiqués de presse sont envoyés afin de fournir du contenu, faire connaître les actualités .

Les Salons et présences évènements

Lancement de saison – Juin 2017 sur les terrasses du Château de la Tour d'Aigues

Reconduit tous les ans à la demande des adhérents, ce rendez-vous co-organisé avec nos partenaire a été l'occasion de réunir le grand public, les partenaires et élus autour d'une soirée divertissante.

Plus de 400 personnes ont répondu présent pour connaître les dernières actualités de l'office de tourisme et de ses partenaires (organisateur d'évènements, d'animations...).

Cibles : les locaux, la presse régionale, les partenaires et les élus.

Les participations à certains évènements du territoire

Les Botanilles à Ansois (mai).

Comme chaque année, l'Office de Tourisme est présent à cet évènement dédié aux plantes, aux jardins, aux potagers et au développement durable.

3000 personnes.

Les Sons du Lub' à Beaumont de Pertuis (mai).

L'Office de Tourisme est présent ou représenté à cet événement phare dédié aux instruments, à la musique et au théâtre de rue. Notre présence permet de renseigner une clientèle de proximité et familiale en quête de découvertes et de bons plans dans le Luberon Côté Sud.

4000 personnes.

Fête de l'environnement à Beaumont de Pertuis –septembre – 9h30 à 14h

Une présence qui permet de créer du lien là encore avec des personnes de proximité mais aussi des personnes attachées aux découvertes et activités de plein air.

Marathon du Luberon à la Tour d'Aigues – Octobre

L'Office de tourisme Luberon Côté Sud et l'Office de tourisme de Pertuis se sont associés afin de mettre en place une enquête touristique auprès des participants afin de mieux connaître leur profil, leur comportement, leurs attentes. Résultats en 2018.

6. Animation et développement

Mission de développement touristique et commercial

Source : *Convention d'objectifs 2014-2016*

L'Office de Tourisme anime la mise en œuvre du développement touristique intercommunal et assure la coordination des acteurs concernés autour de ce développement.

A ce titre, il intervient dans :

- l'accompagnement technique des actions et projets à caractère structurant,
- l'élaboration des produits touristiques,
- la commercialisation de prestations et de produits touristiques (...)

Contexte national

Source : *Manifeste de la commission prospective.*

La « coordination des différents acteurs du développement touristique local » est une des missions de base de l'Office de Tourisme.

Or l'environnement du prestataire touristique a changé : l'Office de Tourisme n'est plus l'issue unique pour sa promotion. Le catalogue des meublés de l'Office de Tourisme va souvent moins lui apporter que son inscription sur un site privé de location en ligne.

Face à la baisse du nombre d'adhérents, la stratégie de l'Office de Tourisme doit évoluer. Une nouvelle offre de services doit être pensée.

Mission de conseil et d'accompagnement personnalisés :

Contacts pro

L'Office de Tourisme est disponible à tout moment pour rencontrer, écouter ou accompagner les adhérents, les porteurs de projet ou toute personne ayant des questionnements en matière de tourisme. Les sollicitations les plus fréquentes concernent la réglementation juridique et fiscale, la promotion numérique ou la fréquentation touristique.

Actions de mise en réseau

Les Petits Dèj

Ce sont des réunions ouvertes aux adhérents destinées à échanger et à travailler ensemble sur des actions touristiques. En 2017, ces réunions ont été remplacées en fin d'année par des réunions d'informations thématiques.

Eductour professionnel

Une journée dédiée à la découverte de la destination et des partenaires :

Les objectifs sont de :

- détenir une meilleure connaissance de l'offre touristique sur son territoire
- renforcer les relations et la solidarité entre professionnels.

En 2017, le focus a été fait sur la découverte des nouveaux partenaires touristiques de Cadenet et de Cucuron.

Le groupe des Pros du Lub' (Facebook)

Les professionnels du territoire se sont facilement appropriés ce groupe virtuel, la communication entre eux est beaucoup plus courante. Il fonctionne de deux façons en fonction des saisons :

- durant la période estivale, il est avant tout un outil d'aide à la réservation directe de dernière minute ;
- durant la période « creuse », les échanges sont plus axés vers les demandes juridiques, et informations de tous genres.

Piste d'amélioration : une animation plus régulière se mettra en place en 2018.

Action de mise en marché : Système de pré-réservation en ligne

En partenariat avec Vaucluse Provence Attractivité, l'Office de Tourisme met à disposition gratuitement auprès de ses adhérents un système de pré-réservation.

Les hébergeurs peuvent intégrer un module de pré-réservation sur leur propre site Internet. En mettant à jour leur planning de disponibilités, les hébergements peuvent remonter sur les sites www.luberoncotesud.com et www.provenceresas.com

Action de qualification de l'offre

10 Classements des meublés en 2017

1	Mr Gastaud	Philippe	4 étoiles	Cabrières-d'Aigues
2	Mr Daumas	Robert	2 étoiles	Ansouis
3	Mme Catuogno	Maria	3 étoiles	Ansouis
4	Mr Sorbier	Jean-Paul	3 étoiles	La Tour-d'Aigues
5	Mr Andevert	Denis	4 étoiles	Ansouis
6	Mme Canivenc	Marie Stella	4 étoiles	Cucuron
7	Mr Metz	Jean-Pierre	3 étoiles	La Motte-d'Aigues
8	Mme Fortin	Paulette	4 étoiles	Cadenet
9	Mme Tur	Marie-France	3 étoiles	Villelaure
10	Mr Vittorio	Bernard	5 étoiles	Ansouis

Les visites guidées suivie d'une dégustation de vin

Durant les mois de juillet et août, l'Office de Tourisme a fait appel aux services de Françoise GENOULAZ, guide du patrimoine, afin de proposer des visites guidées des villages du territoire.

Constat :

La découverte des villages est une des premières pratiques touristiques de nos visiteurs.

But :

Allier découverte de village et dégustation de produits locaux

Pour qui ?

Clientèle française (locale ou touristique). Tarif : de 3€ à 5€ (avec dégustation et verre AOC du Luberon offert) selon les visites. – Gratuit pour les moins de 18 ans afin d'offrir aux familles une activité touristique accessible.

En chiffres :

En moyenne 12 personnes par visite.

Recettes : environ 1 200 €.

Bonne satisfaction des caves partenaires.

En 2017, l'Office de tourisme et la guide ont reconduit les visites de découverte du Château de la Tour d'Aigues destinées aux enfants.

Tarifs : 5 € / enfant comprenant la visite, un atelier de dessin et une collation – Gratuit pour les adultes

La chasse au trésor

Notre territoire est marqué par un déficit d'activités familiales. C'est la raison pour laquelle l'Office de Tourisme a travaillé en 2015, avec l'aide de certains adhérents, à la conception d'un kit de chasse au trésor.

Les objectifs sont de :

- permettre aux (grands-)parents de partager des moments d'échanges ludiques avec les enfants,
- valoriser les villages et le territoire autrement, sous forme d'un jeu.

En 2017, l'équipe accueil a vendu davantage de kits par rapport à 2016.

Piste d'amélioration : prévoir un rajout pour les communes de Cadenet et Cucuron.

NOUVAUTE : Valorisation des Patrimoines

L'office de tourisme participe à la stratégie de diversification touristique du Luberon à travers le programme des Espaces Valléens, un programme européen visant à soutenir les vallées alpines.

Dans le cadre de cette programmation, l'Office de tourisme a déposé un dossier intitulé « Les Chemins du patrimoine ». Ce projet a pour ambition de valoriser les patrimoines naturels et culturels de notre territoire pour proposer une découverte tout au long de l'année et notamment à travers les mobilités douces (en cohérence avec la stratégie touristique de COTELUB / schéma).

3 thématiques ont été mises en avant :

- les Vaudois
- La géologie
- La biodiversité.

Pour mettre en œuvre ce projet, une chargée de mission « Valorisation des Patrimoines » a été recrutée pour 6 mois. Elle a permis :

- De mettre en tourisme les sentiers de randonnées existants
- D'enrichir le contenu des points d'intérêt touristique et d'actualiser le pas à pas d'un bon nombre de randonnées
- De faire remonter ces informations sur le site Internet « Les chemins des Parcs » et celui de l'Office de tourisme
- D'organiser une rencontre avec l'Office de tourisme du Pays des Ecrins et d'échanger avec leurs partenaires sur la thématique Vaudoise en vue d'impulser un itinéraire « Sur les pas des Vaudois, des Alpes à la Provence »
- D'identifier un circuit intercommunal valorisant l'offre géotouristique
- ...

Beaucoup reste encore à faire mais son travail a été une belle opportunité pour justifier la pertinence à travailler sur ces thématiques identitaires à notre territoire.

Développement du concept habitant/ambassadeur afin d'inciter à l'immersion touristique

Les Clés du Lub' – 5^{ème} édition : pour mieux connaître notre patrimoine naturel et culturel

Cette action dédiée aux habitants reste chaque année une réussite. Toutes les sorties ont été remplies.

30 sorties découvertes ont été proposées dans le but de se réapproprier nos richesses patrimoniales, culinaires, viticoles et naturelles.

L'objectif est de permettre aux locaux de transmettre ensuite leurs connaissances auprès de leurs hôtes. En 2017, ces sorties découverte ont également ciblé les touristes en séjour sur notre territoire et les excursionnistes de la Région Provence Alpes Côte d'Azur.

La nouveauté en 2017 a été notre collaboration avec le collectif Luberon Paysan qui nous a permis d'organiser plusieurs dates à la rencontre des producteurs locaux.

Accueil des Nouveaux Arrivants

Chaque Mairie organise des réceptions pour les nouveaux arrivants. L'Office de Tourisme est toujours présent lors de ces rencontres et remet aux personnes nouvellement installées dans nos villages des kits complets de bienvenue : guide touristique, carte postale, poster et goodies.

C'est l'occasion de présenter le rôle et les services offerts par l'Office de Tourisme vis-à-vis des locaux.

Les journées des associations

En partenariat avec les membres du Conseil d'Administration, l'association essaie d'être représentée dans toutes les communes qui organisent une journée des associations.

En 2017, l'Office de Tourisme était présent à La Tour d'Aigues, à la Bastidonne, à Mirabeau, à Beaumont de Pertuis, à La Bastide des Jourdans, à Villelaure, ainsi qu'à Cucuron et Cadenet. C'est l'occasion de rencontrer et d'échanger en toute convivialité avec les locaux et les associations.

Relais auprès des partenaires institutionnels

Comité régional du tourisme (CRT) Provence Alpes Côte d'Azur

- ✓ Participation aux RDV du CRT

Union départementale des Offices de Tourisme

- ✓ Formations
- ✓ Eductours
- ✓ Réunion trimestrielle des directeurs

Vaucluse Provence Attractivité (ex – Agence de développement touristique)

- ✓ Actions de promotion partagées (accueil presse, système d'information touristique, système de réservation,).
- ✓ Saisie et remontée des données (informations, manifestations, statistiques, ...)

Parc Naturel régional du Luberon

- ✓ Membre de la Commission « Valorisation des Territoires » (Agriculture et Tourisme)
- ✓ Charte européenne de développement touristique et Marque Parc
- ✓ Participation au Comité de Pilotage des Espaces valléens Luberon-Lure

Vélo Loisir Provence

- ✓ Eductours et promotion destination / filière cyclo
- ✓ Participation aux Conseils d'Administration

Communauté Territoriale du Sud Luberon (COTELUB)

- ✓ Commissions tourisme
- ✓ Mise en œuvre des orientations du schéma de développement touristique
- ✓ Appui concernant l'application de la Taxe de séjour
- ✓ En 2017 : évaluation de la convention d'objectifs 2014-2016/2017 et appui à la préparation du prochain schéma de développement touristique

Leader

Participation aux Comités de programmation
Relais et conseils auprès des porteurs de projets

L'Office de Tourisme est présent autant que possible auprès :

- des associations locales,
- des offices de tourisme limitrophes,
- des scolaires : Collèges, Universitaires

7. Fonctionnement de l'association

Gestion administrative :

Préparation des assemblées générales, des conseils d'administration et des réunions de bureau.
Point hebdomadaire avec la Présidente.
Montage et suivi des dossiers de subvention
Suivi de la convention d'objectifs 2014-2016 prolongée en 2017
Suivi et évaluation des actions
Secrétariat : Maif (voiture, automission, sinistre orage au mois d'août), conventions partenariales...

Gestion du Personnel :

Réunion d'équipe, feuille de route, planning, congés, récupérations,...
Entretien de fin d'année
Plan de formation
Recrutements et embauches
Procédure de ruptures conventionnelles en 2017 liées au transfert du personnel de Cadenet

Gestion financière :

Suivi des factures, des dépenses et des produits
Suivi des 4 caisses (LTA, Ansois, Cucuron, Cadenet)
Point mensuel avec la Trésorière
Accompagnement trimestrielle par Admin Plus
Elaboration des comptes, du budget
Relations avec le Commissaire au Comptes

Gestion sociale :

Envoi des données à l'élaboration des bulletins de payes et des déclarations sociales (Adminplus)
Mutuelle (IPSEC), CPAM, Malakoff Médéric...
Arrêts de travail

Tourisme et Développement durable

Tous nos supports de promotion et tous les projets pilotés par l'Office de Tourisme intègrent autant que possible les critères de développement durable.

Sont ainsi privilégiés :

- l'utilisation de papier recyclé
- les produits locaux
- le covoiturage ou les transports en commun
- les actions de sensibilisation auprès des locaux et des visiteurs.

Démarche Qualité oblige, l'Office de Tourisme se sent impliqué dans le développement durable. En interne nous menons des actions pour que notre travail aille vers un plus grand respect de l'environnement, qui commence par une utilisation plus responsable des consommables ou bien encore de l'électricité ou de l'eau et qui vont jusqu'à la gestion des kilomètres parcourus par chaque collaborateur avec leurs véhicules personnels. De nouveaux bilans ont vu le jour afin d'évaluer les retombées de ces mesures et de s'assurer que leur évolution demeure positive. Nous avons aussi un devoir de sensibilisation envers les touristes que nous accueillons, ce pourquoi nous avons ajouté des mentions dans nos éditions à destination du grand public ayant pour but d'amener une réflexion sur leur impact sur la nature et les paysages qu'ils affectionnent tant.

Autres faits marquants de l'année 2017 :

L'année 2017 a été marquée par l'application de la loi Notre en matière de tourisme.

Le fonctionnement de l'Office de tourisme a été modifié avec l'arrivée bienvenue de deux nouvelles communes à savoir Cadenet et Cucuron.

- Prise en charge et ouverture de 2 bureaux d'accueil supplémentaires
- Transfert de personnel ayant donné lieu à 2 ruptures conventionnelles, des recrutements pour tenir les engagements politiques
- Transfert de contrat (télécom, wifi,...)
- Rencontre avec les acteurs touristiques et locaux de ces 2 nouvelles communes
- Amélioration de notre connaissance touristique
- Augmentation du nombre d'exemplaires de nos supports
- Accroissement du nombre de manifestations et d'offres touristiques à saisir et diffuser
- ...

Martine CLEMENT a fait la demande en début d'année de passer à temps partiel pour un poste d'assistante administrative (en raison de contraintes de santé), elle a été absente d'avril à décembre (arrêt maladie).

Ludovic LAFFITTE est passé de l'échelon 2.2 à l'échelon 2.3.

Fanny PORACCHIA et Marine ALAIN ont été recrutées en CDI.

Suite à l'analyse de la saison (étude réalisée de janvier à fin août) et présentée en octobre, une nouvelle organisation touristique a été proposée pour gagner en efficacité.

Remerciements

Nous tenons à remercier chaleureusement toutes les personnes avec qui nous travaillons tout au long de l'année :

Notre communauté de communes pour le soutien sans faille qu'elle nous accorde, et nous sommes honorés de la confiance qui nous est manifestée.

Notre conseil d'administration, efficace, engagé, pertinent dans ses réflexions, un bel outil de travail généreux et participatif, merci aux membres du bureau, qui répondent régulièrement présents même lors de rencontres rapides et imprévisibles.

Merci à tous les adhérents, de votre soutien, vos idées, vos suggestions et critiques toujours constructives, nous ne sommes pas infaillibles, nous avons besoin de vous tous.

Remerciement aussi à notre équipe salariée qui fait plaisir à voir travailler, car on sent dans leur attitude un investissement considérable, un attachement évident à « leur » office mais aussi un enthousiasme contagieux.

Je remercie chaleureusement Ludovic, Fanny, Marine, Laure, Sophie, Séverine, Amandine, Philippe, Pauline, Aurélie, Thomas et tous les stagiaires pour cette belle image qu'ils véhiculent chaque jour et à chaque instant. Je les remercie, pour vous, pour nous tous, pour notre territoire.

Sans oublier Martine, votre lien premier en tant qu'adhérent, qui nous a encore beaucoup manqué en 2017. Mais aussi, Emmanuelle et Odile qui je l'espère, ont trouvé leur bonheur auprès d'une autre structure.

Elise Roux

Présidente de l'Office de Tourisme
Luberon Côte Sud