



HENDAYE

Pays Basque

HENDAYE TOURISME & COMMERCE COMPTE-RENDU D'ACTIVITÉ 2017



ELEMENTS CONJONCTURELS

Après une année 2016 globalement mauvaise sur le territoire national, suite aux attentats survenus en 2015, le tourisme, en France, affiche des résultats convaincants.

Au plan national, la fréquentation estivale des hébergements collectifs touristiques augmente de 6,1 % en 2017, après une baisse de 2,9 % en 2016. Ainsi, même si la progression du nombre de nuitées touristiques sur le littoral atlantique progresse moins que celle de l'ensemble des littoraux français, elle atteint toutefois 4 %, soit 37,5 millions de nuitées ⁽¹⁾.

Hendaye s'inscrit dans ce contexte en affichant globalement des résultats stables en 2017, toutes filières touristiques confondues.

(1) Source INSEE Nov. 2017

L'EPIC EN BREF...

**2017 correspond à la première année de mise en œuvre
du plan marketing 2017-2022,
validé en septembre 2017 par le Comité Directeur.**

* Effectif : 19,73 ETP

* Budget fonctionnement : 1,5 M €, dont autofinancement 55 % (hors Taxe de séjour)

* Un Office de Tourisme catégorie 1



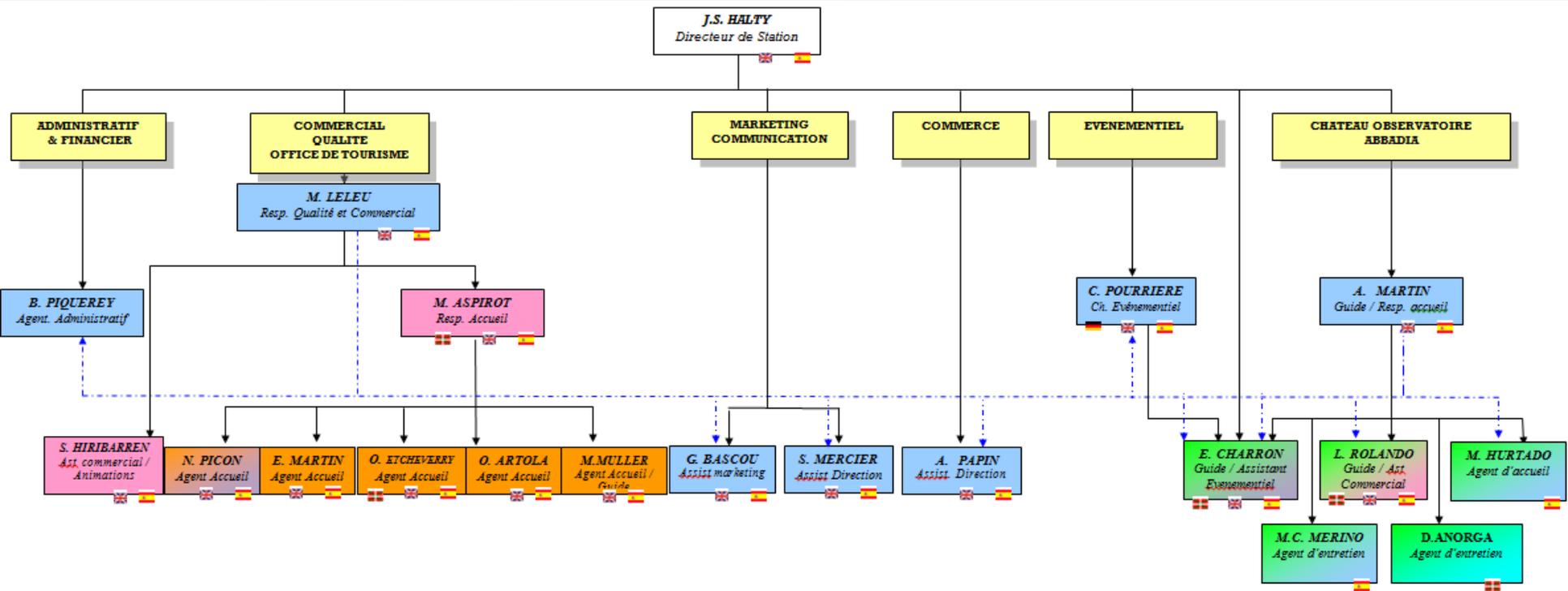
* Plus de 200 animations tout au long de l'année

* 100.000 visiteurs accueillis à l'Office de Tourisme (+ 1,4 % vs 2016)

* 55.000 visiteurs au Château Abbadia (+ 6 % vs 2016)



ORGANIGRAMME

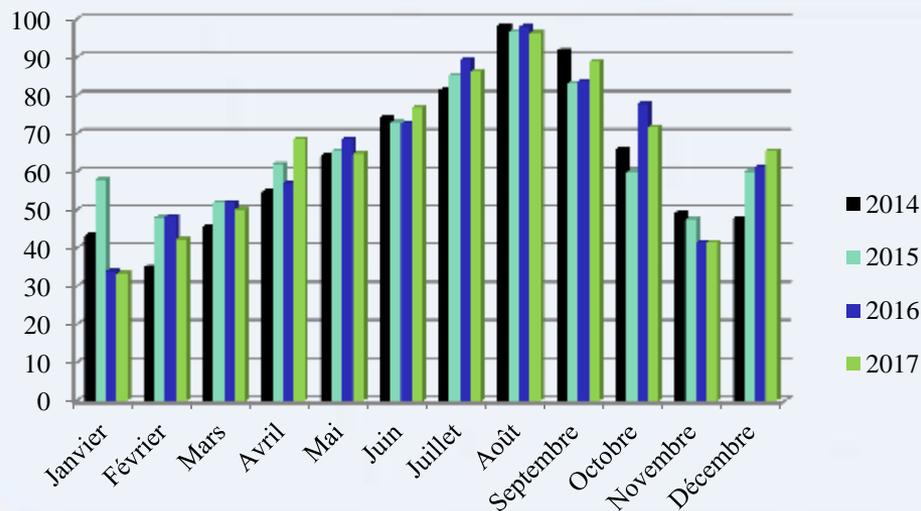


OFFICE DE TOURISME & PROMOTION / EVENEMENTIEL

CHIFFRES CLEFS 2017

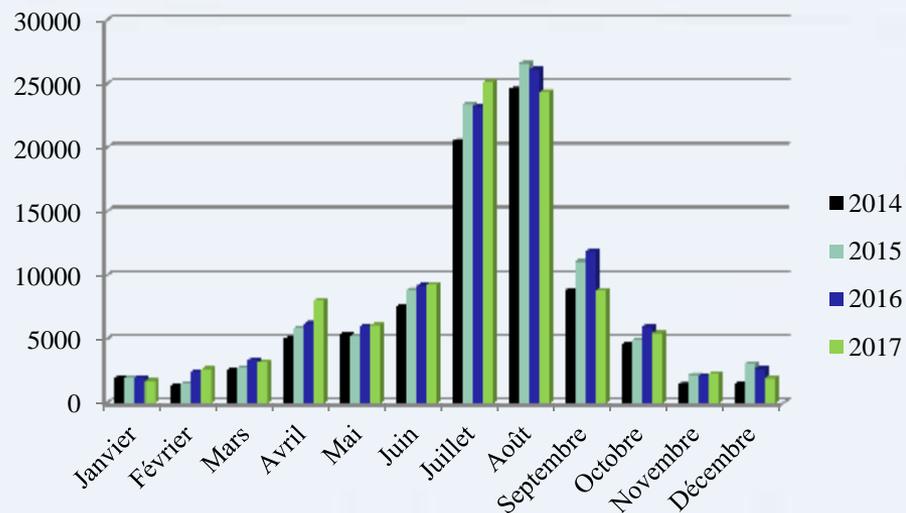
Taux d'occupation dans les hôtels et résidences :

65,5 % en 2017 (65,3 % en 2016)



Visiteurs à l'Office de Tourisme :

99.133 en 2017 (101.215 en 2016)



OBSERVATOIRE DU TOURISME

* Notes de conjonctures

Bilan : 12 notes mensuelles rédigées, 1 bilan de saison, 1 bilan annuel



DEVELOPPEMENT

* Décorations de Noël

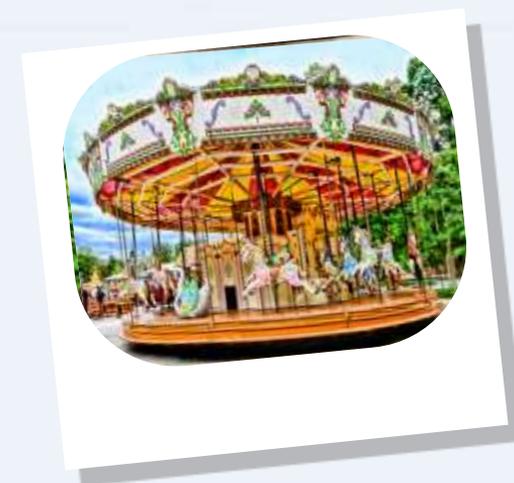
Bilan : ▶ nouvelles illuminations installées place de la République
▶ entretien des dispositifs dans les autres quartiers



DEVELOPPEMENT

- * Rédaction et suivi d'une consultation pour l'installation d'un carrousel en 2018 sur le front de mer.

- * Benchmark, puis rédaction et suivi d'une consultation pour AOT petit train touristique en 2018



MARKETING

Rédaction du plan marketing 2017 - 2022

- ✓ Atelier animé par le directeur de l'OT de l'île d'Oléron
- ✓ Réunions de travail avec les socio-professionnels
- ✓ Groupes de travail en interne
- ✓ Formalisation du document final



ENGAGEMENT QUALITE

* Qualité Tourisme

Bilan :> Traitement et suivi de 45 fiches de réclamation (54 en 2016)

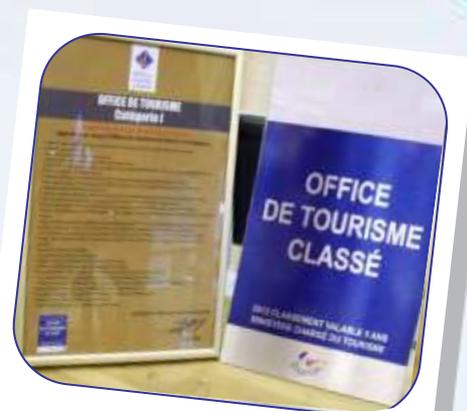
- ▶ Mise à jour et création de fiches de procédure
- ▶ 303 questionnaires de satisfaction administrés
- ▶ Séminaire d'entreprise : Cohésion d'équipe autour du nouveau plan marketing

* Tourisme & Handicap

Bilan :> Audit de renouvellement du label, avec nouvelle signalétique adaptée

* Meublés de tourisme / Chambres d'hôtes

Bilan : Accompagnement de 7 propriétaires pour leur classement (7 en 2016)



TAXE DE SEJOUR

* Régie Taxe de Séjour

Bilan :> Gestion de la régie

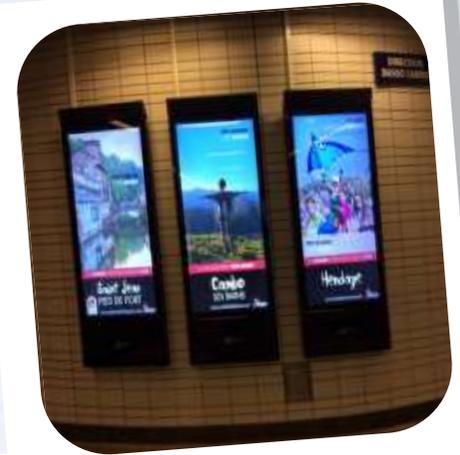
- › Recensement des locations de meublés et mise à jour de la base de données
- › Suivi des paiements et relances
- › Montant encaissé : 372.000 €



ACHAT D'ESPACES PUBLICITAIRES

Marchés prioritaires : Bordeaux, Toulouse, Pau, Nantes

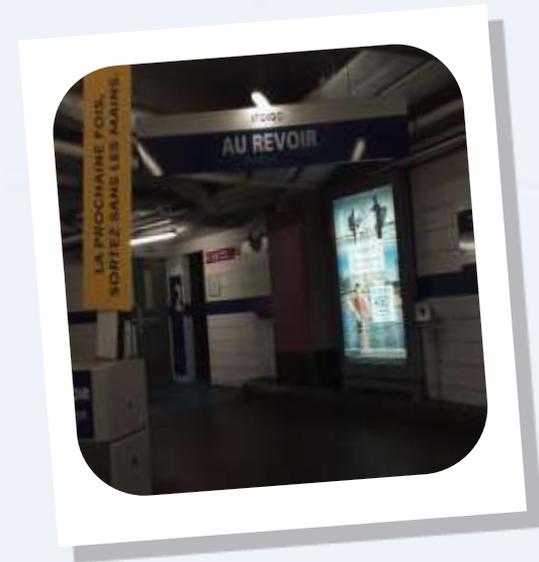
- ✓ Sucettes dans le métro toulousain avec Cambo les Bains et St Jean Pied de Port
- ✓ Parrainages météo sur NRJ
- ✓ Sucettes 2 m² dans les parkings souterrains
- ✓ Insertions dans Femme Actuelle et Paris Match
- ✓ Spots dans les cinémas de Bordeaux et Nantes
- ✓ Campagnes Facebook
- ✓ Arrière bus aéroport de Toulouse



ACHAT D'ESPACES PUBLICITAIRES

**Marchés secondaires : Mont de Marsan,
Euskadi, Bayonne, Rennes**

- ✓ Bannières web
- ✓ Sucettes 2 m² en cœur de ville
- ✓ Campagnes Facebook



RELATIONS PRESSE & WEB 2.0

* Relations presse

Bilan :

- Appui de l'agence de presse Duodecim sur le marché français et espagnol
- 25 articles dans la presse écrite nationale et internationale, dont Ici Paris, Ca m'intéresse, Le Monde, Le Parisien...
- Webcam d'Hendaye valorisée dans les points météo sur TF1, France 2 et M6 ; reportages TV sur TF1...
- **Equivalence publicitaire (hors média locaux) : 1.050.041 €**

Coût : 15.000 €

* Web 2.0

Bilan : ‣ mise à jour régulière des pages Facebook (6.400 fans / vs 5.200 en 2016) d'Hendaye Tourisme & Commerce



ACTIONS EN PARTENARIAT



* Cluster Littoral / Atout France

Bilan : Actions sur les marchés belge, allemand, britannique, suisse

Coût des actions pour Hendaye : 5.740 €



* Consorcio Bidasoa Txingudi

Bilan : réédition de la carte du territoire / Mise à jour du site mobile bidasoamobi...

EDITIONS

* Guide des hébergements

9.000 exemplaires

Marge dégagée : 17.439 € (+ 43 % vs 2016)

* Guide des services

8.000 exemplaires

Marge dégagée : 13.350 € (- 3 %)

* Plan de ville

50.000 exemplaires

Marge dégagée : 12.977 € (- 6 %)

* Calendrier des marées

11.000 exemplaires

Marge dégagée : 2.558 € (- 17 %)

* Guide accueil

14.000 exemplaires

Marge dégagée : 5.964 € (+ 14 %)

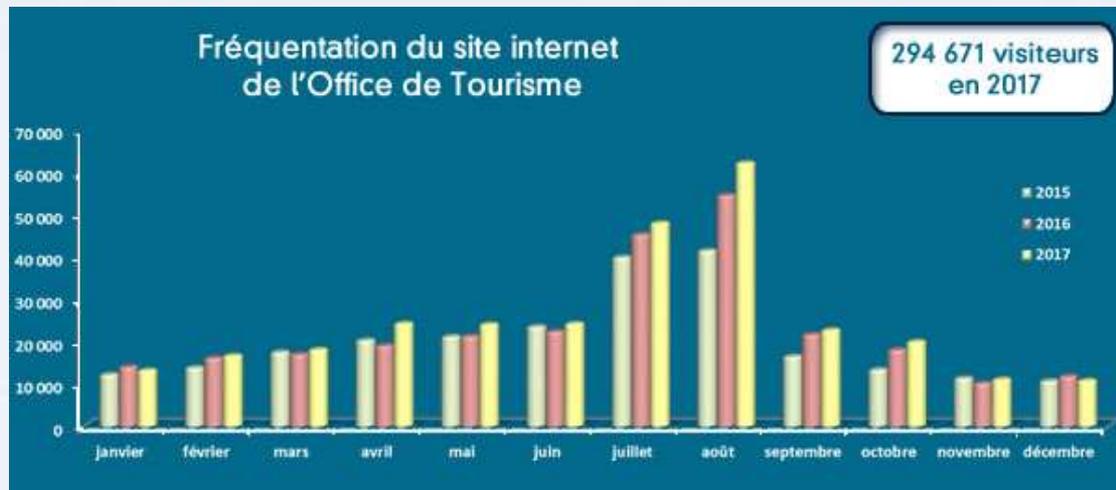


INTERNET & WIFI

* www.hendaye-tourisme.fr

Bilan : La fréquentation du site Internet progresse de 8,4 % vs 2016.

A noter : une personne sur deux s'est connectée à partir d'un smartphone.



* Wifi Territorial

Bilan : 45.000 personnes se sont connectées au Wifi territorial (vs. 42.000 en 2015), dont 20 % à l'Office de Tourisme.



RESEAU LOCAL ET COMMUNICATION INTERNE

* AaDT 64

L'EPIC collabore tout au long de l'année avec l'AaDT 64 : dossiers de presse, mise à jour des bases de données tourinsoft, Paris en mode basque...

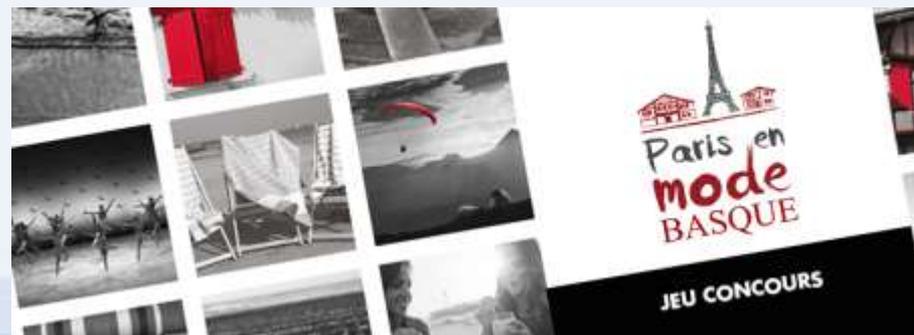
Hendaye Tourisme & Commerce est d'ailleurs membre du conseil d'administration.

* Newsletters

Bilan : 4 newsletters adressées dans l'année aux partenaires de l'EPIC

* Calendrier des manifestations

Bilan : réalisation et diffusion mensuelle à nos partenaires d'un calendrier des manifestations



* Festival International du Film de la Mer

Bilan : La 10^{ème} édition était présidée par Jean Galfione. 1.600 spectateurs ont participé à l'événement.

Budget / Résultat brut : 31.000 € / - 8.300 € (budget : + 6 %)

* Salon Côté Loisirs

Bilan : 3 jours de festivités ; 90 exposants ; des conditions météorologiques médiocres, avec une fermeture de salon le dimanche après-midi.

Budget / Résultat brut : 76.000 € / 40.800 € (+ 0 %)

* Marché nocturne estival du lundi

Bilan : en raison des conditions météorologiques, 5 soirées ont été annulées, soit la moitié des rendez-vous !

Budget / Résultat brut : 6.100 € / 6.100 € (- 25 %)



* Animations estivales

11 animations ont été programmées - 3 ont été annulées à cause de la météo - tout au long de l'été pour les enfants et leurs parents : concerts, baby gym, jeux basques, chasse au trésor...

Budget / Résultat brut : 6.085 € / - 5.085 € (- 34%)

* Hendaye fête l'été - 5ème édition

Du 10 au 12 juillet, 10 spectacles de rue gratuits étaient proposés : les spectacles pyrotechniques ont rythmé les soirées !

Budget / Résultat brut : 12 500 € / - 9.500 € (+ 7 %)

* Journées du Patrimoine

Elles affichaient « Complet ! »

Chapeautées par Hendaye Tourisme, elles ont permis:

- à 500 visiteurs de découvrir Abbadia
- à 80 personnes de découvrir la Villa Mauresque
- à 40 de profiter d'une visite de ville thématique sur le Patrimoine Culturel.



* Semaines des Enfants

Plus de 700 enfants accueillis lors des vacances de Pâques et Toussaint !

Budget / Résultat brut : 5.600 € / - 4.100 € (- 17 %)

* Rendez-Vous du Palmier

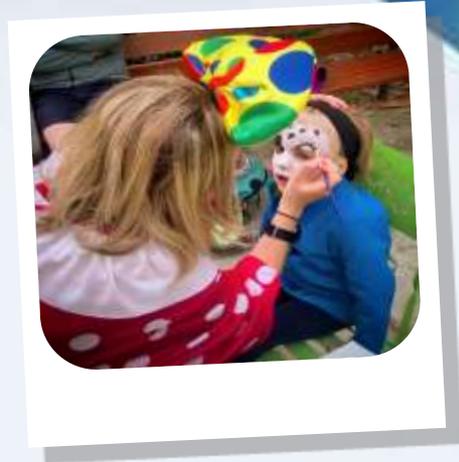
Au-delà des rendez-vous estivaux, le marché était aussi proposé à l'occasion des vacances de Printemps et d'Automne.

Budget / Résultat brut : 18.000 € / 18.000 € (+ 0 %)

* Marché nocturne du jeudi

Ce marché nocturne continue à s'imposer comme un temps fort de l'été à Hendaye. Une soirée a été annulée en raison de la météo.

Budget / Résultat brut : 20.000 € / 17.800 € (- 13 %)



* Zumba sur la plage

En juillet et août, les lundis matins étaient rythmés par des cours de zumba. 350 personnes en ont profité tout au long de l'été.

Budget / Résultat brut : 240 € / - 240 €

* Concours de châteaux de sable / Paries

Du 19 juillet au 30 août, 76 familles se sont affrontées pour construire le plus beau des châteaux de sable !

Budget / Résultat brut : 1.000 € / 1.000 €

* Cours de yoga

532 personnes sont venues profiter des cours sur la plage, cet été.

Budget / Résultat brut : 350 € / - 350 €

* Initiation à la Pelote / Xilo

En 6 semaines, pour cette première édition 96 personnes ont pris plaisir à jouer à la pelote basque !

Budget / Résultat brut : 1.200 € / - 200 €



* Centrale de réservation

Bilan : 96 dossiers locatifs et 6 en hôtellerie

C.A. / Marge brute : 61.800 € (+ 8 % vs 2016) / 8.500 € (+ 270 %)

* Packages individuels

Bilan : 21 forfaits

C.A. / Marge brute : 5.300 € (- 45 %) / 782 € (- 50 %)

* Packages groupes

Bilan : 69 groupes

C.A. / Marge brute : 140.969 € (+ 39 %) / 21.904 € (+ 23 %)



OFFICE DE COMMERCE

DEVELOPPEMENT

* Réunions de travail

Bilan : 4 réunions se sont déroulées tout au long de l'année. Elles ont permis notamment de bâtir les opérations commerciales 2017 (Fête des mères et Noël) et le plan d'action 2018.

* Mise en avant d'Hendaye Commerce

Bilan : Tout au long de l'année, le projet Hendaye Commerce a été présenté aux commerçants hendayais. 68 ont répondu favorablement en soutenant financièrement les opérations (77 en 2016).

* Accueil des porteurs de projets

Bilan : Hendaye Commerce a renseigné 15 porteurs de projets. Les demandes étaient variées : demande de locaux, études de marchés, soutien en communication..

1 installation a été réalisée avenue des Allées : Bio Basic.



DEVELOPPEMENT

* Installation de terrasses à Sokoburu

Bilan : Comme en 2015 et 2016, 2 terrasses ont été installées sur le front de mer de Sokoburu.

Le bilan est positif puisque les résultats des établissements concernés ont progressé.



* Réseau institutionnel

Bilan : Participation à des réunions régulières avec les CCI, le réseau des Managers de Commerce et, au niveau communal, avec le groupe de travail sur le centre d'appui économique et social. Objectifs : faire connaître Hendaye Commerce et s'inscrire dans des démarches collectives.



PROMOTION

* Accueil du Bus Manacom

Bilan : Afin de mettre en avant l'initiative de la Ville en termes de commerce, Hendaye Tourisme & Commerce a accueilli le séminaire de travail des managers du commerce de Nouvelle Aquitaine.



COMMUNICATION

* www.hendaye-commerces.com

Bilan : 24.000 visiteurs uniques, 108.000 pages vues

(+ 5 % vs 2016)



* Page Facebook

Bilan : La page, conjointe avec le tourisme, bénéficie de 6.000 fans.



COMMUNICATION

* Publicités sur Facebook

Bilan : Afin de valoriser les opérations commerciales et les contenus du site Internet, des campagnes ont été lancées sur Facebook.

* Panneaux 4x3 et sucettes de bus

Bilan : Le panneau longue conservation situé à Urrugne, en bordure de la RD 810, offre une réelle visibilité au commerce Hendayais.

De façon ponctuelle, les dispositifs de communication sont complétés par des sucettes dans la ville ou, pour Noël, par le panneau 8m² sur la RD 918 à Ascain.

* Communication interne

Bilan : En 2017, deux newsletters ont été adressées aux commerçants hendayais, à plus de 4.000 contacts qualifiés.



ANIMATIONS

* Opération Carte Fidélité

Bilan : Pour inciter les consommateurs à multiplier leur achat, des cartes de fidélité ont été diffusés. Réaliser 10 achats permettait de participer à un tirage au sort pour gagner des bons cadeau.

Budget : 550 € (hors communication)

* Fête des mères

Bilan : Distribution de plus de 2.000 roses dans les commerces partenaires le samedi 27 mai.

Budget : 2.853 € (hors communication)



ANIMATIONS

* Braderie en centre-ville

Bilan : 3^{ème} édition. Ce rendez-vous, en amont de la Fête Basque, a été victime des fortes précipitations...

* Braderie à la Plage

Bilan : 2^{ème} édition. Ce rendez-vous s'est déroulé durant les vacances scolaires de la Toussaint avec des conditions météorologiques exécrables.

* Marché alimentaire du mercredi

Bilan :

- › Mise en œuvre d'un plan d'animations, en hors saison, pour séduire un public plus large : J'aime mon marché, animations enfants...
- › Diffusion de flyers et d'affiches pour valoriser ces rendez-vous

Budget : 2.000 €



ANIMATIONS

* Marché bio / filières courtes

Bilan : Ce nouveau marché s'est tenu le vendredi matin, sur le rond-point du Palmier, d'avril à septembre.

Budget / Résultat brut : 4.000 € / 4.000 €



* Hendaye fête le goût

Bilan : 15 restaurateurs ont répondu présents.

Budget / Résultat brut : 400 €/ - 400 €

* Festivités de Noël

Bilan : L'édition 2017 était l'occasion de proposer aux Hendayais de s'initier aux patins à glace (1.200 pratiquants). Le bilan est mitigé, notamment concernant le marché de Noël (très faible fréquentation).

Budget / Résultat brut : 22.000 €/ - 11.000 € (+ 37 %)



CHÂTEAU OBSERVATOIRE ABBADIA



DOSSIERS ADMINISTRATIFS

- * Entretiens de mi-année ; entretiens d'évaluation de fin d'année
- * Mise en place d'une procédure d'observation de la clientèle pour mieux connaître la zone de chalandise d'Abbadia
- * Organisation des 2 comités de suivi, réunissant Propriétaire, Délégué et partenaires d'Abbadia





DEVELOPPEMENT

- * Installation de 6 panneaux thématiques pour valoriser le parc, l'histoire du site et la dimension scientifique d'Abbadia

Coût : 4.000 €

- * Jeu de piste dans le parc d'Abbadia

Bilan : 783 kits vendus / recettes : 2.349 €



LE LABORATOIRE

Un savoir-faire ?
L'histoire de l'abbazia d'Abbadia nous a permis de découvrir un savoir-faire unique. Imaginez un savoir-faire de 50 ans de long qui s'est transmis de génération en génération. Les techniques utilisées sont les mêmes que celles utilisées par les artisans d'aujourd'hui. Imaginez un savoir-faire de 50 ans de long qui s'est transmis de génération en génération. Les techniques utilisées sont les mêmes que celles utilisées par les artisans d'aujourd'hui.

LES LEÇONS

Il y a 3 sites, 3 sites, 3 sites...
1. Le site de l'abbazia d'Abbadia
2. Le site de l'abbazia d'Abbadia
3. Le site de l'abbazia d'Abbadia

ABGAEZHΘ
Α Β Γ Δ Ε Ζ Η Θ
Α Β Γ Δ Ε Ζ Η Θ
Ι Κ Λ Μ Ν Ξ Ο Π
Ι Κ Λ Μ Ν Ξ Ο Π
Ρ Σ Τ Υ Φ Χ Ψ Ω
Ρ Σ Τ Υ Φ Χ Ψ Ω

ΦΕΝΚΤΡΕ

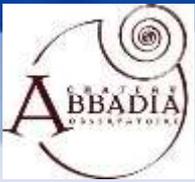
Imaginez le savoir-faire

LES LEÇONS

Il y a 3 sites, 3 sites, 3 sites...
1. Le site de l'abbazia d'Abbadia
2. Le site de l'abbazia d'Abbadia
3. Le site de l'abbazia d'Abbadia

Imaginez le savoir-faire





RELATION CLIENTS

- * Suivi des avis sur les réseaux sociaux
- * Enquêtes de satisfaction auprès de la clientèle groupes et particuliers
- * Labellisation Qualité Tourisme obtenue en octobre 2017





COMMUNICATION

RESEAU LOCAL

* Sites et musées en Pays Basque

- Diffusion d'une plaquette de promotion commune, avec intégration de sites touristiques espagnols dont Guggenheim
- Valorisation d'Abbadia sur le site de l'association

* Routes historiques

368 entrées à Abbadia pour les détenteurs du pass (+ 11 % vs 2016).

* Collaboration avec le CPIE Littoral Basque

296 enfants ont découvert Abbadia en étant encadrés par des agents du CPIE (+ 32 % vs 2016).





COMMUNICATION

MEDIA, WEB ET RELATIONS PRESSE

- * Suivi du site Internet www.chateau-abbadia.fr
- * Animation d'une page facebook : 1.550 fans (vs 1001 en 2016)
- * Edition de 70.000 documents d'appel, intégrant le programme culturel de l'année
- * Achat d'espaces publicitaires panneau 2 m², parrainage « retour à la musique » pendant 2 mois sur NRJ Côte Basque...
- * Rédaction et diffusion d'un dossier et de communiqués de presse





EVENEMENTIEL

* Elaboration et mise en place du programme culturel 2017 :
Musique à Abbazia, nuit des musées, concerts en été, ateliers
scientifiques pour les enfants, exposition florale

Bilan : 27 rendez-vous proposés de janvier à décembre

Budget / Résultat brut (hors partenariats): 3.422 € / 2.304 €

* Démarchage de partenaires privés pour sa mise en œuvre

Bilan : 10 partenariats privés signés / recettes : 3.250 €





COMMERCIALISATION

* Démarchage commercial actif, intégrant des produits packagés

* Mise en place d'une Visite Prestige Abbazia : prestation de 2 heures incluant la visite des cuisines et présentation de quelques éléments d'archives

Bilan : 125 visiteurs (vs. 68 en 2016) / CA : 1.875 €

* Visite en extérieur valorisant les façades toute l'année, le mercredi matin, et le vendredi matin en été

Bilan : 574 visiteurs (+ 170 % vs 2016) / CA : 5.926 €

* Découverte du parc et de l'espace scénographique

Bilan : 15.157 visiteurs (4.908 en 2016) / CA : 24.404 € (8.248 €)





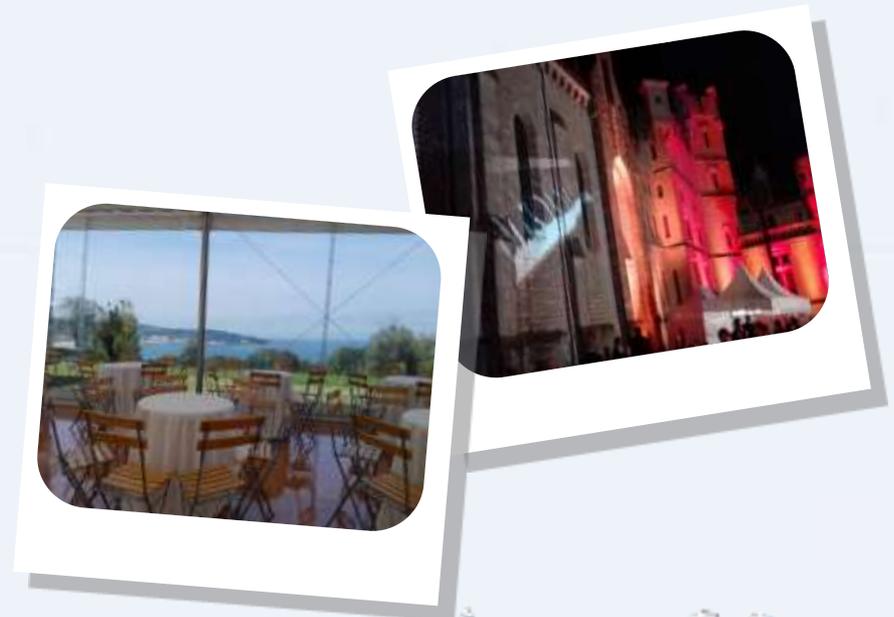
COMMERCIALISATION

- * Accueil de la soirée de la gala du Congrès des Petites Villes de France

CA : 2.360 €

- * Ouverture d'un espace bar en été

CA : 3.936 € (+ 6 % vs. 2016)





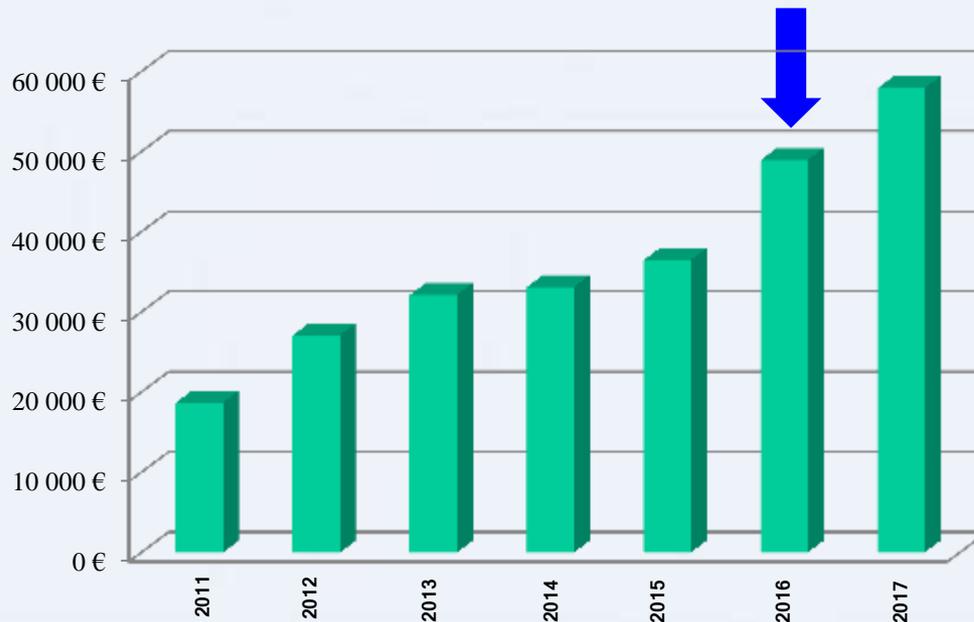
COMMERCIALISATION

* Développement de la gamme de produits proposés dans la boutique : cartes postales, livres pour enfants, magnets, produits dérivés...

Bilan : nouveaux produits appréciés

C.A. annuel : 57.952 € (+ 18 % vs 2016)

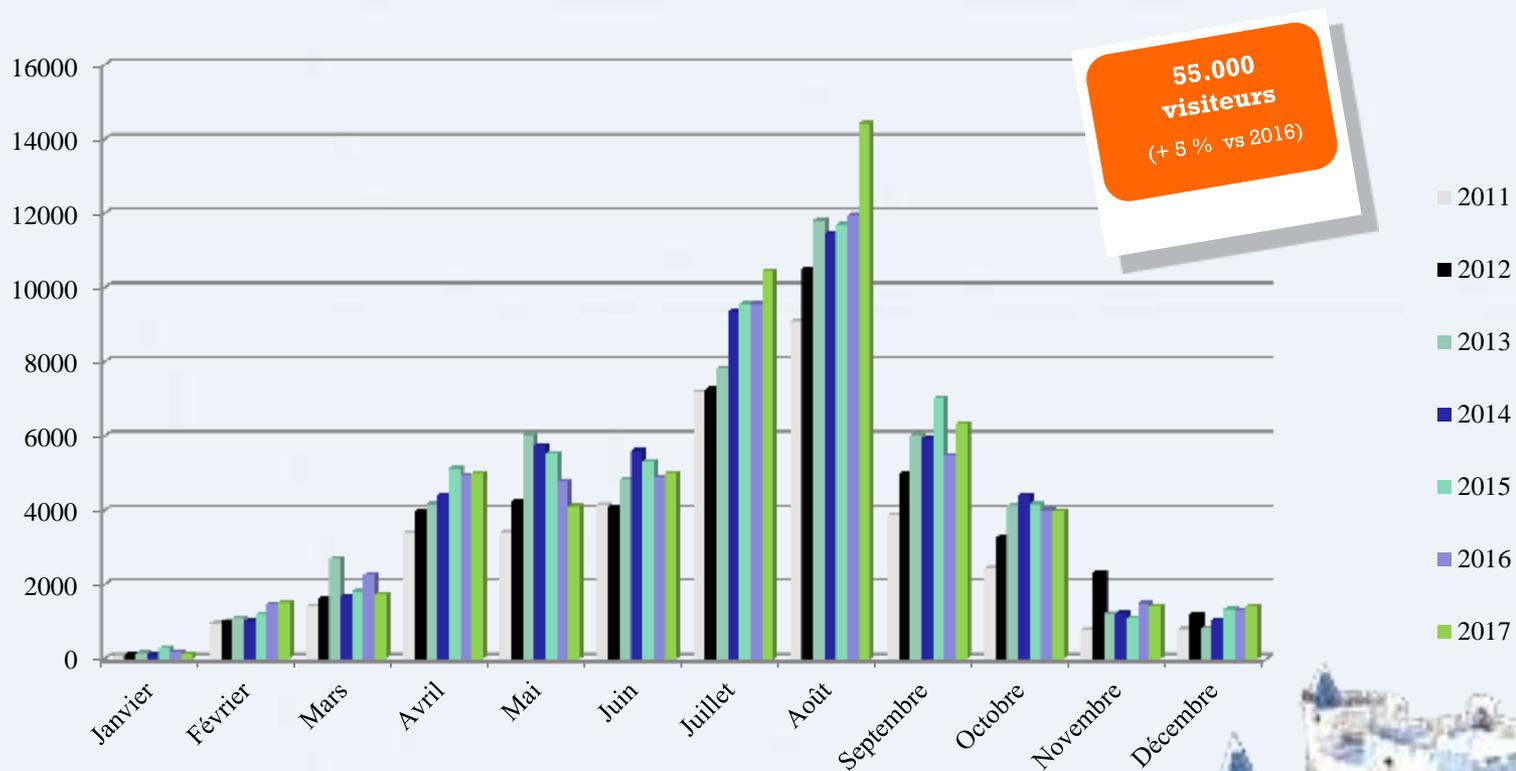
Ouverture du pavillon accueil en juillet 2016

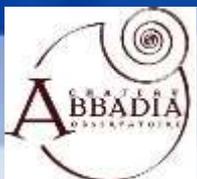




ABBADIA EN CHIFFRES

EVOLUTION DE LA FREQUENTATION 2011 - 2017 (hors parc)





ABBADIA EN CHIFFRES

VISITEURS 2017 : REPARTITION GROUPES / INDIVIDUELS

- * La fréquentation « groupes constitués » se stabilise à 12 % des visiteurs.
- * 83 % des visiteurs profitent de visites guidées, soit 3 points de plus qu'en 2016.
- * 9.605 personnes ont découvert librement le site.

* Zoom sur les devis concernant la clientèle groupes

	2016	2017	Evolution
Nombre de devis réalisés	138	105	-24%
Nombre d'annulations	11	6	-46%
Nombre de groupes reçus	208	195	-7%
Nombre de pax	7592	6898	-10%
Chiffre d'affaires	40254	39880	-1%



ELEMENTS COMPTABLES

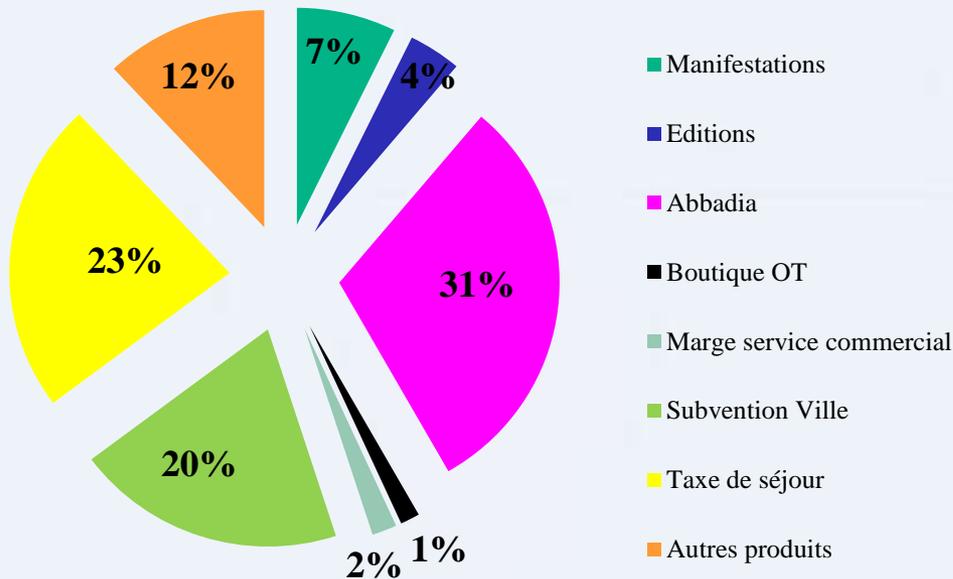
- Dépenses d'investissement : 66.871,98 € (453.081 € en 2016)
 - Recettes d'investissement : 101.111,16 € (620.589 €)

- Dépenses de fonctionnement : 1.565.761,68 € (1.224.621 €)
- Recettes de fonctionnement : 1.598.766,62 €* (1.326.354 €)

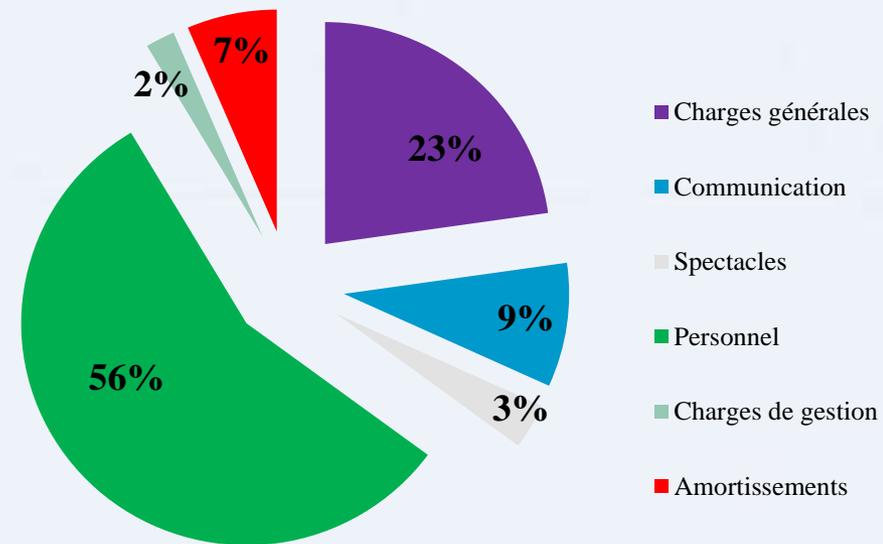
** Hors reprise de résultat*

SECTION FONCTIONNEMENT

PRODUITS

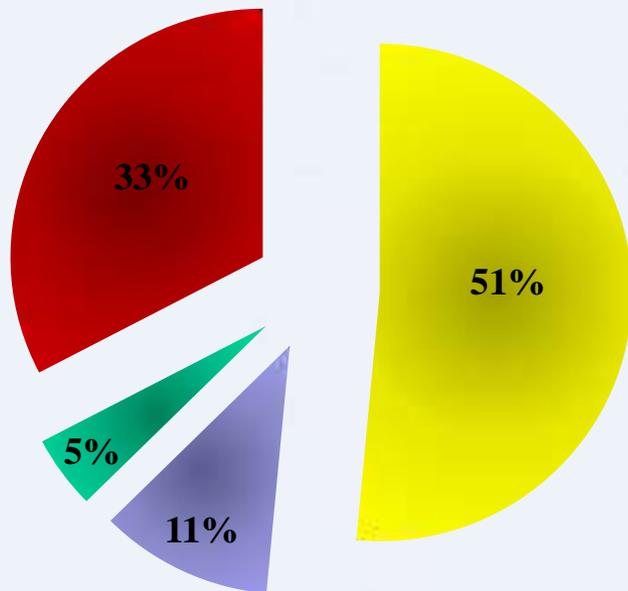


CHARGES



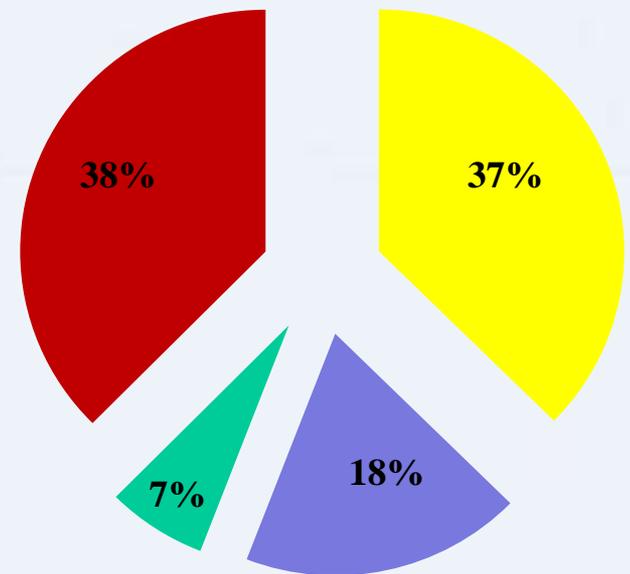
SECTION FONCTIONNEMENT

PRODUITS PAR FONCTION



CHARGES PAR FONCTION

- Tourisme
- Evenementiel / Commercial
- Commerce
- Abbadia

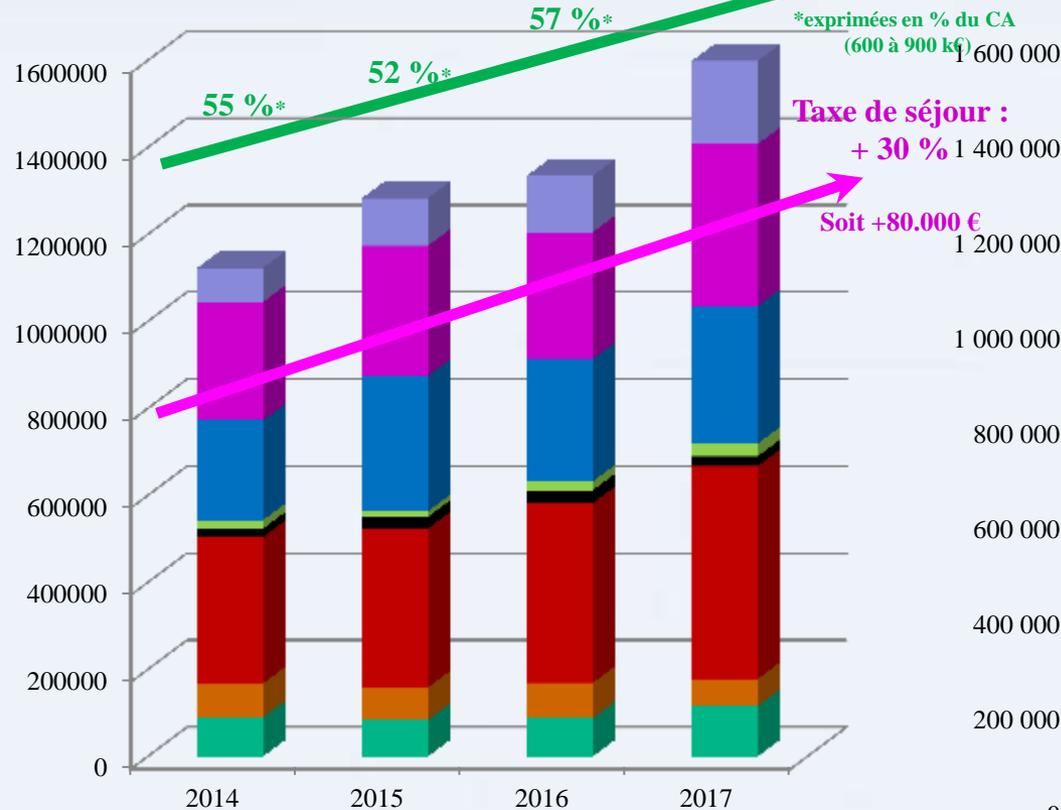


SECTION FONCTIONNEMENT

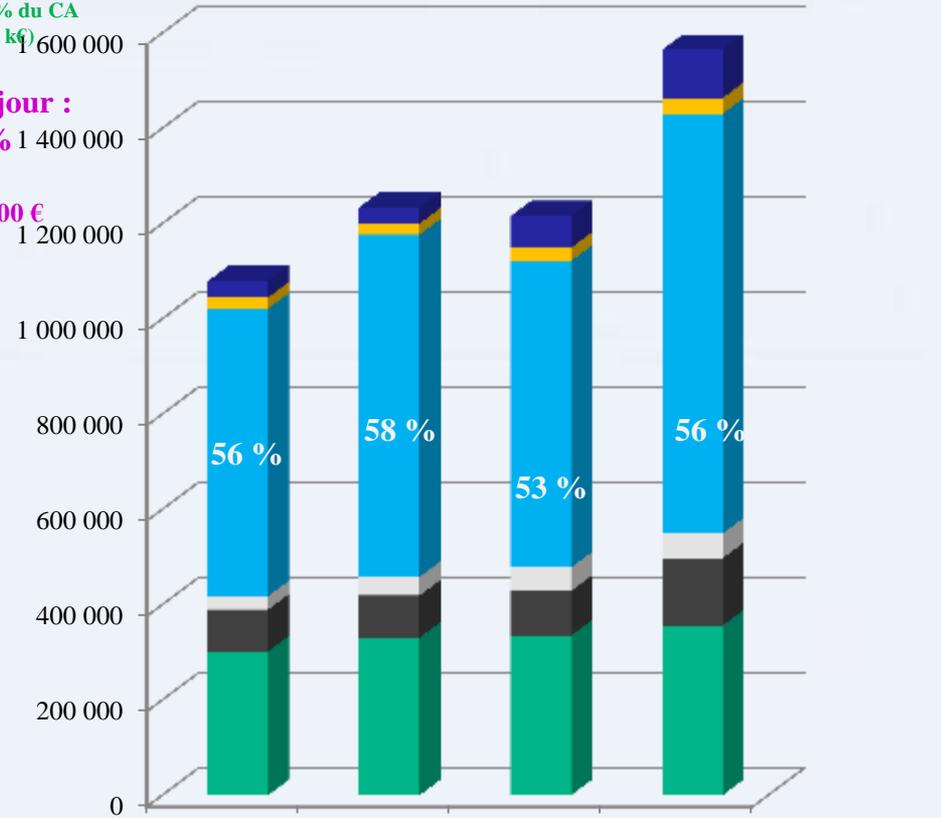
PRODUITS

Ressources propres :
+ 300 k€

CHARGES



- Autres produits
- Subvention Ville
- Boutique OT
- Editions
- Taxe de séjour
- Marge service commercial
- Abbadia
- Manifestations



- Amortissements
- Charges de gestion
- Personnel
- Spectacles
- Communication
- Charges générales



ZOOM SUR ABBADIA

- Dépenses d'investissement : 54.287,84 € (449.147 € en 2016)
 - Recettes d'investissement : 84.538,05 € (603.329 €)

- Dépenses de fonctionnement : 587.698,73 € (497.376 €)
- Recettes de fonctionnement : 617.609,50 €* (498.832 €)

**Hors reprise de résultat*

