

Compte-rendu d'Assemblée Générale du 10 juin 11

Rappel : le quorum n'ayant pas été atteint le 23 mai, une seconde AG a été convoquée pour le 10 juin 11 (27 présents et représentés).

Tous les adhérents ont reçu au préalable le bilan d'activité 2010 ainsi que le budget réalisé et le prévisionnel 2011.

Ordre du jour :

2010

- rapport moral du Président
- rappel des axes stratégiques 2010 et bilan par mission
- comptes 2010

2011

- projets et actions 2011
- prévisionnel 2011
- et 2012 ?

nota : présentation faite par projection ; seules les commentaires complémentaires seront retranscrits ici.

Rapport moral du Président

« Mesdames et Messieurs les élus, chers adhérents Bonsoir,

Je suis heureux de vous retrouver ce soir pour l'Assemblée Générale qui est l'un des temps forts pour les adhérents de l'association

Vous avez reçu le bilan d'activité de l'année 2010. Avec 6 620 personnes servies à l'accueil et 4 200 personnes concernées par les animations c'est une nouvelle meilleure année depuis 5 ans. Nous voyions ici les fruits de la stratégie choisie pour assurer nos missions d'accueil, de promotion et d'animation.

Vous avez également noté les 3 temps forts qui illustrent nos priorités :
la démarche qualité, les livrets des (re)Découvertes et la promotion professionnelle

*D'abord la **démarche qualité** qui nous permet d'améliorer le service et les outils de travail mais aussi de mettre la satisfaction des visiteurs au centre de nos préoccupations. Plus qu'une méthode de travail, c'est un projet très impliquant de la structure qui s'engage auprès de tous ses interlocuteurs.*

*Autre temps fort : L'année 2010 voit décoller l'**opération des Livrets des (re)Découvertes**. C'est une opération de promotion en collaboration avec nos partenaires touristiques, ce qui permet de fonctionner en réseau. C'est aussi une façon de partager un même esprit d'accueil vis à vis des visiteurs : ce sont non seulement les touristes mais aussi les habitants de la proche région et du Pays Roussillonnais. Ici les notions de loisirs et de tourisme se fondent totalement. L'opération des Livrets des (re)Découverte a été animée par un gros événementiel « La journée des loisirs » pour la première fois à la Presqu'île et a connu un franc succès. C'est un beau travail d'animation de territoire et de collaboration de nos partenaires.*

*Enfin à la demande des professionnels et de certains hébergeurs, nous avons monté **une opération de promotion collective** sur un salon touristique à Lyon. Ce fut une action intéressante où nos partenaires ont su se mobiliser pour défendre les couleurs du Pays Roussillonnais. Nous devons aussi tirer les enseignements de cette expérience. Aujourd'hui il*

faut aller au-delà de l'opération d'image qui ne génère pas assez de retours et s'adapter davantage à la façon dont les touristes s'informent maintenant.

L'année 2010 a donc été satisfaisante du point de vue de l'activité et de la mobilisation des partenaires. Elle montre aussi que pour assumer tant les missions de base que les actions supplémentaires la structure a été mobilisée plusieurs fois au-delà de ses moyens (d'où le recours indispensable à des stagiaires)

*L'année a également été marquée par un **climat d'incertitude** et d'interrogations quant à la stratégie touristique du territoire mettant directement en cause nos missions. Sans visibilité pour l'année suivante le conseil d'administration a décidé de maintenir le cap de travail et de conforter nos orientations stratégiques.*

Nous avons donc continué de travailler dans le même esprit de la qualité et d'accompagnement de nos professionnels, tout en nous adaptant pour toucher davantage de public.

*Nous avons en effet choisi de mettre l'accent sur les **nouvelles technologies** qui deviennent incontournables dans l'information touristique .*

L'idée n'est pas de se rendre à un effet de mode mais de sélectionner les outils qui vont porter notre information plus loin, assurer une continuité de service pour les visiteurs tout en faisant la promotion de nos professionnels. Nous restons dans l'objectif d'accroître la fréquentation du territoire.

*Nous avons ainsi un projet de **borne d'information** extérieure qui pourrait être dupliquée sur plusieurs points d'affluence du territoire selon les partenariats possibles. Il s'agit toujours de la logique de réseau et de maillage du territoire déjà mise en place avec les professionnels.*

*Enfin le gros projet de cette année, déjà largement mis en oeuvre, c'est **l'ouverture aux réseaux sociaux** et l'optimisation de notre site internet pour lui donner une nouvelle résonance.*

L'objectif est toujours de renforcer la promotion de notre territoire et de son offre mais en utilisant les moyens d'aujourd'hui ; Vous en verrez les détails dans la présentation qui va suivre.

*Comme vous le constatez une structure touristique est par définition **toujours en évolution** pour rester en phase avec le public. C'est ce qui a été fait depuis la création de la Maison de Pays et 2012 verra de nouveaux changements.*

La CCPR s'est dotée d'un plan de développement touristique du territoire et nous avons notre rôle à y tenir puisque l'office de tourisme est en fait traditionnellement l'outil de mise en pratique de la stratégie touristique.

Nous devons donc réfléchir à la façon de nous positionner pour trouver la juste articulation avec cette politique et les inévitables conséquences en terme de choix de mission et de moyens.

Etant donné que nous oeuvrons depuis plus de 12 ans dans la promotion touristique je ne peux que me réjouir des projets envisagés qui vont dans le même sens et je ne doute pas des convergences d'action dans le cadre d'un partenariat positif. Je resterai cependant vigilant quant à la cohérence entre les missions supplémentaires et les moyens fournis.

Je compte aussi sur votre soutien en tant qu'adhérent pour nous accompagner au cours de cette période de transition. J'ai donc décidé d'associer à la réflexion tous les adhérents qui veulent apporter leur contribution dans un groupe de travail.

Nous nous réunirons donc vendredi prochain à 17h30 : une feuille circule pour vous inscrire ».

2010

Rappel des axes stratégiques 2010 validés lors de la dernière AG

Mission Accueil : développer les services de proximité et renforcer l'excellence par la démarche Qualité

Mission promotion : assurer une présence dans les réseaux relais de notre promotion pour renforcer l'image du Pays Roussillonnais

Mission patrimoine : favoriser l'accès du public au patrimoine du PR et développer en particulier l'activité des groupes adultes et scolaires

Mission animation professionnelle : soutenir l'activité touristique professionnelle et la rendre accessible au grand public à travers des actions collectives

La démarche qualité :

Les avantages : le gain de temps grâce à des outils plus efficaces, l'amélioration de la qualité de service, une meilleure adaptation aux attentes, la valorisation du métier, la motivation du personnel, l'effet d'entraînement sur les socio professionnels

Le Manuel Qualité retranscrit la politique qualité dans le fonctionnement des services et il est à la disposition des adhérents et du public sur demande.

Mission promotion : le livret des (re)Découvertes

C'est un outil d'accueil des visiteurs dans l'esprit d'une carte d'hôte ; il est aussi utile pour la population et c'est aussi une opération d'animation du territoire car il permet de faire travailler ensemble des acteurs touristiques complémentaires.

Mission patrimoine :

Le succès des animations patrimoine (année record pour les Jep et le château) vient des efforts d'animation et de diversification de l'approche du patrimoine (nouvelles visites à thème) ; cette activité est devenue une mission à part entière.

Les journées groupe

Crées il y a deux ans, elles permettent de mettre en tourisme le patrimoine c'est à dire de l'ouvrir au public, de créer des complémentarités économiques avec les restaurants et de faire rentrer des recettes. Nous avons tout intérêt à les développer.

Mission animation de territoire :

L'opération du Mahana s'est révélée fructueuse en terme de mobilisation des professionnels mais peu probante quant au retour terrain par rapport à l'investissement financier et humain. Les professionnels maintiennent l'objectif de continuer de travailler sur la lisibilité du territoire quitte à réorienter les moyens vers une autre action de promotion.

Conclusions 2010 :

Tous nos axes stratégiques ont été servis sur les 4 missions qui se développent – accueil, promotion, animations patrimoine, animation de territoire

Avec une équipe de 3 personnes cela implique :

- la complémentarité et polyvalence des postes
- une grande souplesse horaire
- l'intervention indispensable de stagiaire pour suppléer des postes saturés (plus de marge de manoeuvre).

Pour préparer 2011, peu de visibilité sur l'avenir de nos missions en phase de préparation de la stratégie touristique territoriale

Pour 2011 : maintenir les orientations stratégiques, les enrichir en fonction du bilan et des conclusions des groupes de travail (promotion & animation professionnelle)

➔ **approbation du bilan d'activité et des comptes 2010**

Nota : le compte de résultat et bilan détaillés sont à disposition de chaque adhérent sur simple demande.

2011

Les outils d'accueil et de promotion :

- le guide enrichi de conseils et nouvelles adresses
- le site : actualisé en permanence, il apporte un service aux habitants comme aux visiteurs

La démarche qualité : elle est avancée aux ¾ ; Les objectifs 2011 sont proposés par le comité qualité :

- changement de l'adresse mail et du site : www.tourisme-pays-roussillonnais.fr
- une convention d'objectifs à faire évoluer pour intégrer la démarche
- modification du répertoire de l'office pour mettre un message en anglais
- rappel : besoin d'amélioration de la signalétique de l'Office

La démarche se poursuit :

- les enregistrements qualité
- un audit amical d'entraînement en juin sur les critères du référentiel
- la fin de la procédure (documents d'enregistrement) avec pour objectif la labellisation Marque Qualité Tourisme fin 2011

Mission promotion : renfort de la communication vers la population

- le livret découverte : tous les foyers du PR ont reçu une information dans leur boîte aux lettres
- la Journée des loisirs du 22 mai est le prétexte pour présenter l'offre du PR à ses habitants et aux visiteurs

2 autres projets à mettre en œuvre :

- la borne interactive extérieure duplicable au besoin sur d'autres points d'affluence du territoire
- le topoguide des sentiers de découverte

Mission animation professionnelle : enrichissement 2011 Renforcer le réseau de nos professionnels

Nous fonctionnons en réseau et les adhérents pro s'engagent dans un partenariat de promotion réciproque (diffuser nos docs, se mettre en lien avec notre site) ; nous leur proposons de valoriser ce partenariat et de les accompagner dans leur rôle de prescripteur avec de petits outils.

Le gros projet promotionnel 2011 : l'ouverture sur les réseaux sociaux, un projet novateur et adapté à notre situation

Objectifs : valoriser le Pays Roussillonnais en s'adaptant à la façon de s'informer de la clientèle, se doter d'un outil complémentaire pour porter notre information plus loin, donner une information plus réactive, plus week-end et donc renforcer notre service de conseil

- optimisation des pages pro de notre site sur google (avec carte)
- achats de mots clé
- une page face book (2280 utilisateurs actifs/mois, 9026 publications affichées du 9/05 au 7/06)

- une page tweeter
- un grand jeu concours organisé sur google pour augmenter la fréquentation de notre site : 3 week-ends à gagner en Pays Roussillonnais > plus de 900 participants décomptés !

Les nouvelles exigences budgétaires 2011

Augmenter le taux d'autofinancement du fonctionnement

- Stabilisation de la subvention communautaire
- Pas d'augmentation salariale autre que statutaire ou par la convention collective
- Utilisation des surplus de trésorerie

Une nouvelle politique tarifaire

- augmentation de certaines prestations (visites château, partenariat professionnel)
- facturation de prestations gratuites (participation au livret découverte, randonnée accompagnées, service de billetterie, visite du château aux scolaires...)
- ouverture au sponsoring : partenariat 2011 avec EDF

Remarque d'une adhérente : cette nouvelle politique revient à faire payer cette exigence au public et pose question sur la notion de service public.

➔ **Approbation des projets et du budget 2011**

2012 ?

Préparer l'évolution de la structure :

- maîtriser et alimenter les nouvelles technologies (évolution du métier)
- répondre à la demande d'animation des professionnels tout en dépendant de stagiaires pour la satisfaire
- répondre aux nouvelles demandes de visites (croisiériste Route Marine)
- se préparer au nouveau classement des Offices

Créer une nouvelle mission de développeur pour répondre à la CCPR :

Qui demande de se positionner sur les premières fiches action de l'étude Blézat :

- Améliorer l'accès et la signalétique, Développer les infrastructures d'accueil
- Créer une recette et un événement identitaire du territoire, Développer une offre autour des fruits
- Développer des outils d'information, Développer l'observation touristique

➔ **l'enjeu sera de trouver une articulation viable pour développer le tourisme**