



Rapport d'activités 2019

OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

Niort Marais Poitevin
Vallée de la Sèvre niortaise



Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

ORGANIGRAMME



Michel SIMON
Président



Jeannine BARBOTIN
Vice-Présidente



Thierry HOSPITAL
Directeur
05.49.24.01.40
thierryhospital@niortmaraispoitevin.com

ADMINISTRATION-FINANCES : 05 49 24 57 06



Sylvie ROCHEREAU
Responsable de pôle
05.49.24.88.25
sylvierochereau@niortmaraispoitevin.com



Sophie AUDURIER
Régie commerciale
et taxe de séjour

SERVICE COMMERCIAL : 05 49 35 99 29



Laurent GALLAS
Responsable de pôle
05.49.24.89.76
laurentgallas@niortmaraispoitevin.com



Estelle DECEMME
Groupe, Administratif,
Billetterie loisirs



Béatrice VALADE
Assistante commerciale
séminaire

SERVICE COMMUNICATION : 05 49 24 88 27



Alexandra BODET
Responsable de pôle
05.49.24.88.27
alexandrabodet@niortmaraispoitevin.com



Frédéric SOYEZ
Assistant de base de données
et nouvelles technologies
de l'information et de
la communication (NTIC).
Guide



Eva BOIREAU
Animatrice web

SERVICE ACCUEIL : 05 49 24 18 79



Magalie TENAILLEAU
Responsable de pôle
05.49.24.03.70
magalietenailleau@niortmaraispoitevin.com



François ARNAUD
Conseiller en séjour



Mathilde CORNUAU
Conseillère en séjour
et animatrice boutique



Lauriane ANGIBAUD
Conseillère en séjour, suivi
Taxe de séjour et animation
du réseau des prestataires



Camille SALEM
Apprentie Conseillère
en séjour



Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020
Conseillère en séjour

SOMMAIRE

2 | Organigramme

Le Tourisme en « Niort Marais poitevin » | 4

7 | L'Office de Tourisme : quelques données de cadrage

Les 6 informations à retenir pour 2019 | 10

11 | L'action de l'Office de Tourisme en détail

- 12 • Promouvoir et Communiquer
- 17 • Accueillir et informer
- 19 • Commercialiser
- 26 • Mobiliser les acteurs locaux

Politique de Développement et conseil aux porteurs de projets | 27

28 | L'organisation administrative et le fonctionnement de l'Office de Tourisme

ANNEXES

- Plan d'actions 2019
- Grille d'ouverture des accueils

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

LE TOURISME EN « NIORT MARAIS POITEVIN » !

La Communauté d'Agglomération du Niortais créée le 1er janvier 2014 compte désormais 40 communes en 2019 suite à la création récente des nouvelles communes de Plaine d'Argenson (fusion de Boisserolles, Prissé la Charrière, Belleville et St Etienne la Cigogne le 1^{er} janvier 2018) et Val du Mignon (fusion en 2019 d'Usseau, Thorigny sur le Mignon et Priaires).

- d'une destination « Nature » à forte notoriété, le Marais poitevin,
- d'une ville-centre, Niort, qui s'affirme comme destination pour les courts séjours touristiques (tourisme d'agrément) mais qui profite surtout d'un Tourisme d'Affaires lié au dynamisme économique des entreprises locales.

Outre ces points de fixation du tourisme, le territoire communautaire se structure quant à lui autour de la Sèvre niortaise et de petites villes ou villages ruraux (Echiré, Mauzé sur le Mignon,...) concentrant hébergements et services, savoir-faire et patrimoine historique.

Il bénéficie de l'attractivité touristique propre au Marais poitevin et à Niort, voire des territoires voisins (Pays Mellois - Forêt de Chizé). Il profite enfin de sa proximité avec la côte Atlantique mais aussi de grands sites touristiques comme La Rochelle, le Puy du Fou, le Futuroscope,...

Enfin depuis quelques années, de grands itinéraires de découverte (Vélo Francette, Chemin de St Jacques, GR 36,...) permettent de l'insérer dans une approche d'échelle régionale.

Quelques chiffres pour comprendre le territoire

Les sites à voir et activités de loisirs :

- **Un territoire labellisé Parc Naturel Régional et Grand Site de France** - destination nature
- **Une ville centre riche de son patrimoine architectural et urbain** - destination culturelle
- 2 communes labellisées **Petite Cité de Caractère®** et le territoire communautaire candidat au **label Pays d'Art et d'Histoire**
- **Un fleuve trait d'union du territoire**
- 6 sites de visites avec billetterie : Musée Benard d'Agesci et Donjon à Niort, Château du Coudray Salbart à Echiré, Maison du Marais poitevin à Coulon, Du coq à L'âne à St-Georges-de-Rex et Parc ornithologique à St-Hilaire-la-Palud
- 13 embarcadères ou loueurs de barques et canoës
- 9 loueurs de vélos et 300 km d'itinéraires balisés autour de la Vélo Francette, du Chemin du III^e millénaire et du plan Vélo déployé dans le Marais poitevin

- 12 sites d'activités ou centres équestres.

En matière d'hébergements touristiques, le territoire représentait fin 2019 :

En hébergements :



- 29 hôtels totalisant 1044 chambres (+ 210 chambres sur l'échangeur autoroutier de La Crèche) dont une majorité en catégorie 3 étoiles depuis les modifications des normes de classement effectuées en 2012 ; Le parc hôtelier continue de progresser qualitativement et quantitativement
- 3 résidences de tourisme pour 320 lits environs
- 8 terrains de camping

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

gestion privée, soit 572 emplacements dont 37% en catégorie trois étoiles et plus

- 63 maisons d'hôtes offrant environ 190 chambres, 55 % sont labellisées (dont 73 % de niveau 3 et 4 clés ou épis) - 17 % du Parc se trouve sur Niort
- 290 meublés de tourisme dont 56 % sont classés ; ils le sont en catégorie 3 ou 4 étoiles pour plus de la moitié (57 %). Enfin 40 % du parc est également labellisé (Gîte de France et Clévacances) ; 28 % du parc est implanté sur la commune de Niort
- 7 hébergements collectifs ouverts au public touristique (village de gîtes, gîtes de groupes, MFR...) pour environ 260 lits
- 1100 résidences secondaires

Soit environ **15 000 lits pour moitié en secteur marchand** (40 % en Hôtellerie & Résidence de Tourisme - 30 % en Hôtellerie de plein-air et 30 % chez l'habitant), le reste en secteur non-marchand (résidence secondaire).

En matière de fréquentation, selon les sources disponibles les principales données à considérer :

• **Pour mémoire, près de 500 000 touristes** sont accueillis chaque année sur le secteur Grand Site de France ou « marais mouillés » et une fréquentation plus globale sur l'ensemble du Parc Naturel Régional à 850 000 touristes voire 1 200 000 visiteurs en intégrant les stations littorales du Sud Vendée.

• Sur l'agglomération niortaise, **ils sont 500 000 touristes (dont 1/4 liés au tourisme d'affaires) et 1 300 000 excursionnistes** à fréquenter notre territoire

• Selon une étude départementale, le territoire comptabiliserait **463 000 nuitées marchandes** (tout type d'hébergements) et **1 060 000 nuitées en secteur non marchand** (résidence secondaire /parents et amis)

soit un total d'environ 1,5 millions de nuitées

• **266 000 nuitées en hôtellerie**, fréquentation en légère baisse (2.8 %) après deux années exceptionnelles totalisant 280 000 nuitées en 2017 et 2018. Évoluant autour de 230 000 nuitées dans les années 2010-2014, cette fréquentation, qui a accompagné un fort développement de l'offre sur la même période, symbolise l'attractivité croissante de l'agglomération. (pour mémoire, les nuitées en résidence de tourisme, telle Appart'city, ne sont pas comptabilisées).

• **56 539 nuitées en camping**, pour 25 % en emplacements équipés (bungalow), en hausse en 2019 après plusieurs années difficiles.

• Environ **120 000 visiteurs** dans les 6 principaux sites de visites

• Une clientèle **française à 85 %** puis principalement britannique et belge

• Environ **12 000 camping-cars** accueillis principalement sur les aires de Coulon (7 500 véhicules) et d'Arçais

• Une collecte de taxe de séjour stable à hauteur **de 327 000 €** en 2019

• Environ 1000 emplois (etp) rattachés au secteur touristique.



Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28_09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

Qui séjourne sur notre territoire ?

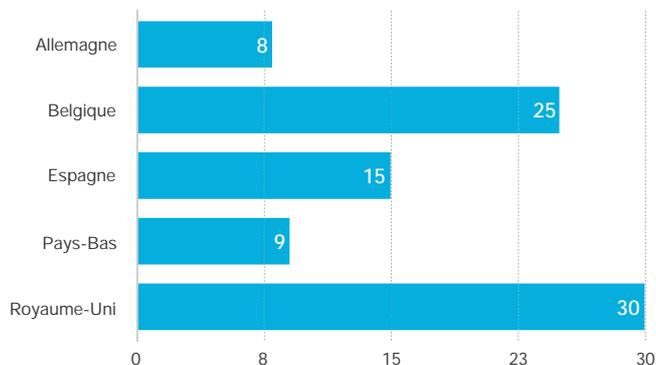
Les statistiques relatives à la fréquentation des bureaux d'accueil font apparaître que 80 % des visiteurs de l'OT sont en séjour (à 80 % sur le périmètre de la CAN) et 20 % de passage, en excursion.

Notre clientèle, française à 85 %, d'excursionnistes et touristes provient principalement des départements voisins et des grandes agglomérations proches.

Pour les seuls séjours (touristes hors excursionnistes), les principaux bassins émetteurs sont alors : **l'Île de France (25 %)**, le Poitou-Charentes (23 %) les Pays de la Loire (11 %) et l'Aquitaine. (Données **SOFRES** sur le suivi des déplacements touristiques des français de plus de 15 ans).

Notre clientèle est principalement le fait de couples (moyenne 46-60 ans) sans enfant.

La clientèle étrangère représente environ 15 % de nos visiteurs et concerne principalement les nationalités suivantes : britannique pour 30 % (en baisse), belge pour 25 % (stable), espagnole pour 15 % (en hausse), néerlandaise pour 9 % (stable) et allemande 8 % (stable)



Répartition de la principale clientèle étrangères (% arrondi)

Le croisement de ces différentes sources confirme que l'Île de France, le Poitou-Charentes et l'axe Val de Loire (Centre et Pays de la Loire) sont durablement nos principaux bassins émetteurs de clientèles, devant la Gironde ou la Bretagne.

ESTIMATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES :

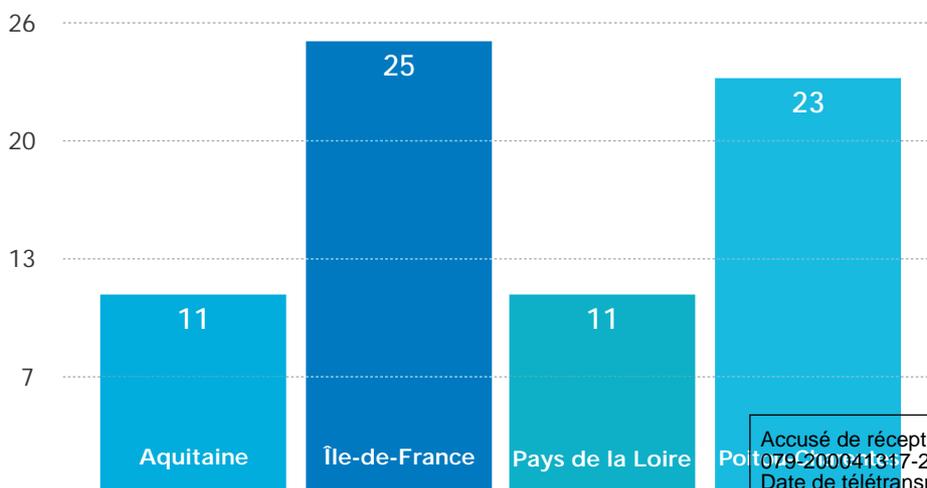
En Deux-Sèvres, selon une évaluation (fin 2016) par l'ADT 79, le chiffre d'affaires lié à l'activité touristique a été estimé à 205 340 980 € HT pour l'ensemble du département.

Pour la CAN, il est estimé à **72 158 280 € HT soit 35 % du chiffre d'affaires départemental.**

En matière de Tourisme d'Affaires, la part de chiffre d'affaires est estimée à 20 000 000 € au regard des nuitées correspondantes en hôtellerie.

72 158 280 € HT
pour la CAN

205 340 980 € HT
pour l'ensemble
du département.



Répartition de la principale clientèle française (% arrondi)

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

L'OFFICE DE TOURISME 2019 : QUELQUES DONNÉES DE CADRAGE !

- Un Office de Tourisme est un outil né de la volonté d'une collectivité qui en définit les moyens et les statuts. L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin Vallée de la Sèvre niortaise a été créé le 1^{er} janvier 2010 sous forme **d'Établissement Public** à caractère Industriel et Commercial (E.P.I.C.).
 - **14 permanents** répartis en quatre grands pôles : Accueil - Information (5) / Commercial (3) / Communication (3) et Administration (3).
 - 1 bureau d'accueil permanent à Niort et 2 bureaux d'accueil saisonniers ouverts entre 6 et 8 mois par an selon leur fréquentation : 327 jours d'ouverture au public sur l'année en 2019 pour environ 20 278 personnes accueillies !
 - Un budget prévisionnel maintenu à **995 000 € en 2019** (contre 985 000 € en 2018).
 - Plus de **350 acteurs touristiques ou annonceurs « partenaires »** accompagnent l'Office de Tourisme en 2019.
 - Un renfort saisonnier au travers de CDD de 3 à 7,5; les effectifs atteignent ainsi **16,6 équivalents temps plein en 2019 - apprentie comprise - contre 16,2 en 2018**, (16,4 en 2017, 16,3 en 2016 et 17,5 en 2015). Cette hausse est essentiellement le fait du poste ouvert pour suivre les régies, principalement celle liée à la collecte de la Taxe de séjour.
 - Un volume d'affaires d'environ **855 000 € TTC** (en hausse de 16 %) généré directement (654 000 €) ou indirectement (201 000 € avec Open System) par l'Office de Tourisme et ses partenaires institutionnels au profit des acteurs locaux.
- L'Office de Tourisme assure ces missions pour le compte de la Communauté d'Agglomération du Niortais qui le dote à cette fin d'une subvention annuelle de fonctionnement de 430 000 € en 2019 (- 20 K€ / 2018).

6 missions principales

1 ACCUEILLIR ET INFORMER

Mission première de l'Office de Tourisme, la mission d'accueil et d'information connaît les mutations les plus importantes dans les métiers du tourisme en raison de l'évolution - nationale - des comportements des visiteurs générant une baisse régulière de la fréquentation physique enregistrée.

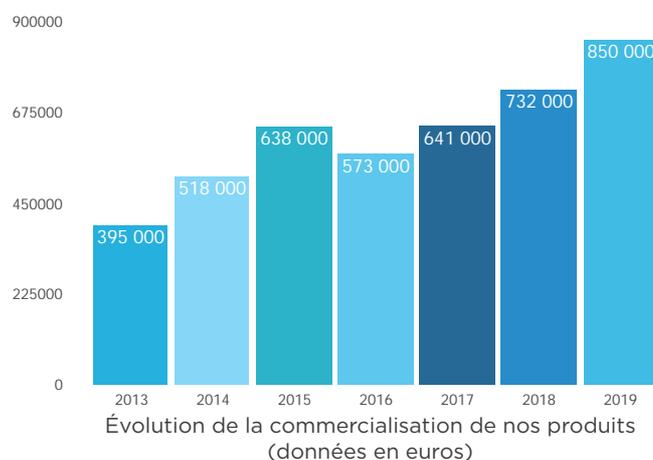
2 PROMOUVOIR LA DESTINATION

Compétence historiquement partagée avec l'Agence départementale de développement touristique (ADT 79, devenue Mission Tourisme au sein du Conseil départemental) et la Région mais également le Parc Naturel Régional du Marais poitevin. Depuis 2017, l'Office de Tourisme s'adapte aux évolutions structurelles impactant l'ADT 79 devenue « Mission Tourisme » au sein du Conseil Départemental et le CRT Nouvelle-Aquitaine (redéfinition et déploiement de sa nouvelle stratégie). Par ailleurs le choix d'un renforcement significatif du programme de promotion sur campagne d'affichage « métro » et sur la cible du Tourisme d'Affaires.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de réimpression : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

3 COMMERCIALISER NOS PRODUITS

Depuis 2011, l'Office de Tourisme accentue son rôle commercial au travers de ses activités de billetterie, de vente de séjours groupes ou du Tourisme d'Affaires. Depuis 2013, les résultats économiques enregistrés progressent régulièrement ; après la baisse de 2016, 2019 confirme la croissance entreprise dès 2017 pour atteindre un niveau exceptionnel avec 855 000 € ; pour mémoire, il s'établissait à 735 000 € en 2018, 641 000 € en 2017, 573 000 € en 2016, 638 000 € TTC en 2015, 518 000 € TTC en 2014 et 395 000 € en 2013.



Depuis 5 années le plan d'actions « Spécial Tourisme d'Affaires » élaboré par le Club « Tourisme d'Affaires » constitué fin 2014 se renforce et a abouti à la création fin 2019/début 2020 d'un site internet dédié au Tourisme d'Affaires. Sur le marché du Tourisme groupe agrément, l'Office de Tourisme poursuit son développement en investissant les marchés dits « affinitaires »

4 FÉDÉRER LES ACTEURS

L'Office de Tourisme poursuit sa fonction de conseil au profit des prestataires-partenaires (publics ou privés) qui le sollicitent pour leur support de communication, stratégie commerciale, projets de développement... Il a proposé des formations (ateliers web, formation en anglais) ou des « Éducteurs » pour les aider à développer leur activité.



Éducteur en juin 2019

5 OBSERVER

Au travers des études ou enquêtes menées par la Région Nouvelle- Aquitaine le Parc Naturel Régional du Marais poitevin ou la Mission Tourisme 79 (fréquentation des Hôtels et Campings de l'INSEE, enquête SOFRES), l'Office de tourisme recueille les données relatives aux fréquentations des sites de visite. Il analyse la provenance des touristes se présentant dans ses bureaux d'accueil et évalue en cours d'année, par sondage auprès des prestataires, l'intensité de l'activité entre avril et septembre.

6 COLLECTER LA TAXE DE SÉJOUR

Depuis octobre 2018, l'Office de Tourisme assure la gestion du suivi de la collecte de la Taxe de séjour pour le compte de la Communauté d'Agglomération du Niortais, instaurée sur le territoire communautaire ; Début 2019, des démarches ont été proposées aux hébergeurs déclarant la taxe de séjour avec le paiement et l'automatisation des procédures de déclaration.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de rétrotransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

Des partenaires fidèles :

L'Office de Tourisme s'appuie pour la mise en œuvre de ces diverses actions sur des prestataires touristiques qui ont fait le choix d'être partenaire de leur office au regard de services renforcés. Ils contribuent au fonctionnement de l'Office de Tourisme en alimentant son budget au travers de partenariats de niveau « bronze », « argent » ou « platine » ou par l'achat d'espaces publicitaires. Ces contributions fléchissent légèrement et atteignent 180 500 € en 2019 (**contre 186 000 € TTC en 2018**, 172 000 € en 2017, 153 000 € en 2016 et 140 000 € TTC en 2015). Ces ressources ont permis à l'Office de Tourisme d'absorber ces dernières années

- la suppression des aides régionales et départementales qui totalisaient 60 000 € par an
- les charges de fonctionnement de la mission Taxe de séjour nouvellement confiée
- tout en renforçant son plan d'actions.

L'Office de Tourisme génère plus de **110 000 € TTC** en ressources propres liées à son action commerciale (boutique et commissions sur ventes). Il perçoit par ailleurs, du fait de son statut en EPIC, la totalité du produit de la taxe de séjour collectée par les hébergeurs sur le territoire communautaire.

Budget 2019 en 3 diagrammes

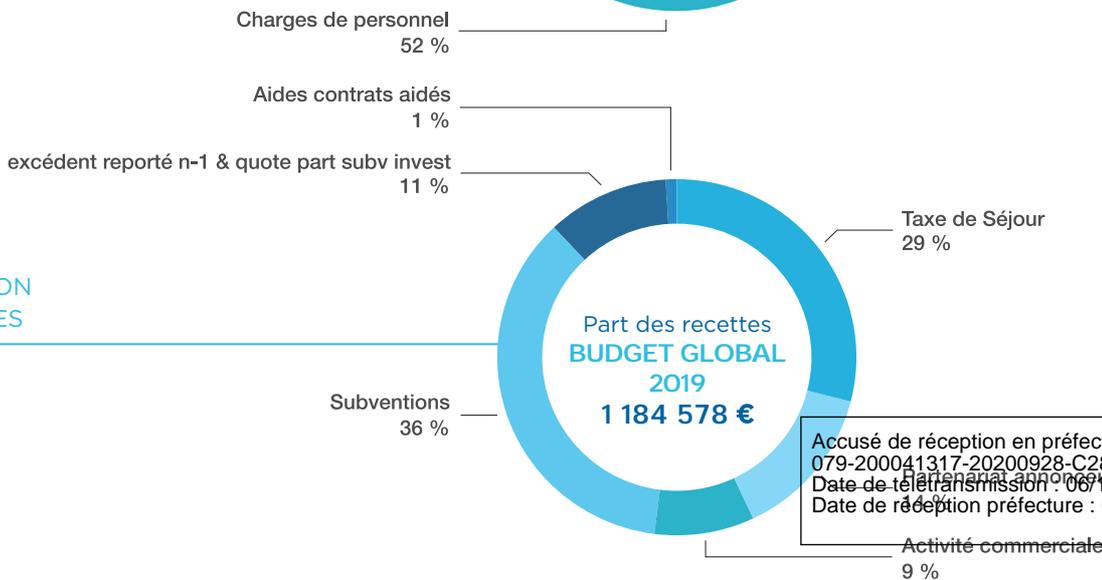
1. RÉPARTITION ANALYTIQUE DES DÉPENSES



2. RÉPARTITION DES DÉPENSES PAR POSTE



3. RÉPARTITION DES RECETTES



Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Partenariat annonceurs divers
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

LES 6 INFORMATIONS À RETENIR POUR 2019

1 La structuration de la filière des acteurs du Tourisme d’Affaires au sein d’un club dédié, lancé fin 2014, passe un cap significatif avec la mise en ligne d’un site internet dédié : www.niort-seminaires.com
La stratégie d’actions co-construite entre les 60 acteurs touristiques impliqués et l’Office de Tourisme s’est déclinée pour la quatrième année au travers d’un plan d’actions de 30 000 € pour promouvoir le Tourisme d’Affaires notamment sur l’Île-de-France. Ce programme, associant des partenaires locaux (hôtels, gestionnaires de salles,...) permet de projeter l’offre touristique spécialisée Tourisme d’Affaires hors du territoire et d’aborder une vraie stratégie de conquête.



Nouveau site dédié
au Tourisme d’Affaires

2 La saison touristique 2019 a été marquée par un premier semestre difficile du point de vue météorologique et la fréquentation n’a pas atteint les volumes escomptés malgré l’activité intense du pont de l’Ascension et du week-end de Pentecôte. Une forte baisse de fréquentation de la clientèle traditionnelle des groupes (3^e et 4^e âge) a été enregistrée en mai et juin. Les mouvements sociaux, notamment autour des « Gilets jaunes », la baisse du pouvoir d’achat de certaines catégories de clientèles, et le contexte économique peuvent expliquer une part de cette désaffection.

Le bilan général reste une nouvelle fois mitigé, y compris pour le secteur de l’hôtellerie urbaine qui n’a pas profité en, 2019, contrairement à 2018, de grands événements sportifs pourvoyeurs de nuitées.

L’épisode caniculaire de juillet a atténué l’activité escomptée au début de la saison estivale bien que certaines activités de plein-air en aient profité ! Août s’affirme année après année comme le mois salubre sur-lequel repose de manière exclusive la réussite de nombre de saison.

Septembre 2019, contrairement à 2018, a permis de lisser sur l’après -saison un flux régulier de clientèle, consolidant les résultats des entreprises.

À noter, la fréquentation hôtelière marque légèrement le pas en 2019 après plusieurs années de croissance continue.

Restaurants, sites de visites et activités loisirs connaissent des sorts mitigés, propres à chaque entreprise !

Le secteur des meublés et chambres d’hôtes, avec des plateformes numériques qui ne cessent de renforcer leur monopole, est confronté, comme l’hôtellerie, à une vive concurrence et à une forte volatilité des clientèles (et forte sensibilité à la météo)

Les « rentes de situation », nées de la seule implantation au cœur d’une destination réputée, ne suffisent dorénavant plus au maintien d’un niveau suffisant d’activité. Les meilleures adresses ne doivent leur réussite qu’à leur action commerciale propre et à la fidélisation de leur clientèle.

Niort Plage a également connu une belle fréquentation malgré l’épisode caniculaire qui a entraîné. Globalement 2019, comme nombres d’années successives, constate un niveau

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

d'activité qui s'érode, concentré sur les jours fériés du printemps et un mois d'août salubre ; septembre améliore les bilans malmenés par la baisse des groupes.

3 Une activité commerciale qui progresse fortement pour atteindre un volume d'affaires de **855 000 €** auquel s'ajoutent **58 400 € TTC** (hausse de 10 % hors ventes en forfaits) de gestion des entrées de la Maison du Marais Poitevin à Coulon et **180 000 €** de recettes de partenariats.

Les recettes propres de l'Office de Tourisme progressent (partenariats et commissions sur ventes) et atteignent **291 500 € TTC** (+ 17 000 € par rapport à 2018).

4 La promotion de la destination « Niort Marais poitevin » au travers d'actions renforcées sur l'Île de France avec la participation à des salons et à des événements professionnels liés au réseau Congrès cités ; une campagne d'affichage spécifique a été réalisée à l'automne dans la station de métro Porte de Versailles en lien avec notre présence à Top Résa.

2019 se caractérise surtout par un accroissement des actions autour des réseaux sociaux par une stratégie de publication très régulière sur les plateformes facebook et twitter.



Salon Top Résa



Affichage dans le métro parisien

5 Un nombre moindre de visiteurs accueillis en baisse sensible (-15 %) dans nos différents bureaux d'accueil sur Coulon, Niort et Arçais - en raison principalement de la fréquentation hésitante voir rare en juillet avec le pic caniculaire- mais aussi et toujours de l'impact des tendances nationales des visiteurs qui ont de moins en moins recours aux bureaux d'accueil physiques et privilégient les outils d'information en ligne.

6 La reprise « en direct » des actions de promotion à destination des groupes, consécutive à l'abandon en 2016 de ces missions par l'ADT 79, avec la réalisation depuis 2017 d'une brochure dédiée présentant l'offre du Sud Deux-Sèvres et des circuits associant des sites plus éloignés. Cette documentation est diffusée auprès de 2 000 contacts professionnels (voie postale) et 4000 en envoi dématérialisé.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

L'ACTION DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE EN DÉTAIL

L'Office de Tourisme communautaire a depuis sa création évolué régulièrement pour répondre aux défis structurels auxquels sont confrontés tous les Offices de tourisme de France et aussi aux enjeux spécifiques de consolidation de ses propres ressources. Les politiques commerciales menées depuis 2013 s'inscrivent dans ce cadre stratégique.

Le plan d'actions 2019 voté par la Comité de Direction est joint en annexe ; il définit les actions que l'Office de Tourisme a conduites et qui s'organisent traditionnellement en quatre secteurs :

LA PROMOTION ET
LA VALORISATION
DU TERRITOIRE

L'ACCUEIL ET
L'INFORMATION
DES CLIENTÈLES

LA COMMERCIALISATION
DE L'OFFRE TOURISTIQUE

LA MOBILISATION
DES ACTEURS LOCAUX

1. PROMOUVOIR ET COMMUNIQUER

Le rôle primordial du numérique : s'adapter aux comportements et pratiques de nos visiteurs

En phase de préparation des vacances, mais aussi de plus en plus lors du séjour lui-même, les outils numériques constituent pour nos concitoyens le vecteur principal d'information, au premier rang desquels le site internet et les réseaux sociaux.

Le site internet

www.niortmaraispoitevin.com

adossé à un système d'information touristique touristique alimentant nos différents outils de communication, créé début 2011, a connu une forte croissance jusqu'en 2015, passant de 135 000 visites en 2012 à 223 126 visites en 2015 ; en 2016, sa fréquentation s'est érodée pour la première fois pour atteindre 199 380 visites du fait des aléas du 1^{er} semestre mais aussi d'un vieillissement de l'outil.



Afin de d'améliorer le référencement naturel du site internet le service participe chaque année au Salon E-tourisme à Pau (en octobre) dédié à l'émergence des pratiques et techniques propres au web.

2019 a permis de reprendre une croissance avec 221 482 (+4 %) visites grâce notamment au développement de la présence de l'Office les réseaux sociaux ; ces derniers représentent dorénavant 6% du trafic enregistré sur le site qui totalise 578 436 pages vues.

Ce résultat est aussi le fruit de nos publications postées sur facebook.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

2019 a marqué une volonté claire de réinvestir les réseaux au travers des comptes et profil Facebook et Twitter de l'Office de Tourisme

ouverts en juin 2017 ; ils sont suivis par 924 abonnés à eux deux. Le profil Instagram est ouvert depuis novembre 2017 et est suivi par 643 abonnés.

Ces supports ont comptabilisé 199 712 vues en 2019 ce qui confirme le poids grandissant de ces médias dont les cibles et fonctions diffèrent :

Facebook : priorité aux informations factuelles amis aussi à l'information de circonstance, volatile et changeante

Twitter : un relais d'information touristique local, départemental et national bien repéré par les prescripteurs (presse, animateurs de communautés diverses, relais d'opinion,...)

Instagram : l'album photo pour séduire en image sur la destination.

2019 nous aura ainsi permis de structurer notre ligne éditoriale et de jauger la fréquence des publications.

Les versions « mobiles »

Notre application mobile qui est en baisse cette année ; elle connaît la tendance nationale des « mobinautes » qui rechignent à télécharger des applications dont ils n'ont pas un usage très régulier. La fréquentation a baissé de 20% cette année mais en revanche l'utilisateur y passe plus de temps que l'an dernier (3932 sessions /4868 l'an dernier)

Les versions étrangères du site

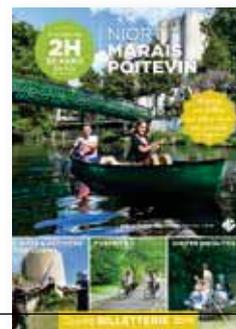
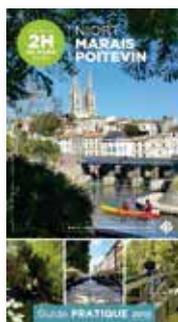
La fréquentation connaît une saisonnalité (estivale et fête de fin d'année) pour les deux versions (anglaise et espagnole).

Pour cette année, la version anglaise a subi une perte de 12% en terme de sessions (6780 /7744). Quant à la version espagnole, mise en ligne en novembre 2018, on peut estimer que cette première année de vie est plutôt encourageante avec 2268 sessions.

La base de données co-gérée par l'Office de Tourisme et la Mission tourisme alimente les différents sites internet mais aussi les 8 bornes d'informations 24/24 présentes sur le territoire. Cette même base constitue l'armature du logiciel de gestion de la taxe de séjour que la Communauté d'Agglomération du Niortais utilise.

Le support « papier » encore indétrônable : il est « matériel », palpable, rassurant... mais décrié

Même si les comportements évoluent, le recours à un guide, complet et pratique, ou à une carte que l'on peut consulter simplement et transporter aisément reste une réalité. Il n'en demeure pas moins vrai que la digitalisation de ces supports progresse et qu'ils doivent évoluer pour intégrer les nouvelles technologies : intégration de « QR codes », renvoi vers les applications mobiles, ... Les prestataires eux-mêmes deviennent économes de ces supports, tant pas souci d'économie que par préoccupations environnementales.



Supports de communication de l'Office de tourisme

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

L'Office a édité ses brochures :

12 000 guides « Hébergements » (pour mémoire avec une meilleure valorisation des hôtels depuis 2017 et un document à double entrée) et 35 000 « Guides Pratiques » (présentation des 40 communes, suggestion de séjours,) pour participer aux différents salons touristiques et pour l'ouverture des bureaux d'accueils saisonniers (à compter de fin mars). Ce guide existe également en version allégée en anglais, allemand et espagnol.

La carte touristique réalisée conjointement avec le Parc Naturel Régional du Marais poitevin a été éditée à 60 000 exemplaires. Elle dispose d'une version anglaise rééditée tous les deux ans. Les éditions de l'Office de Tourisme se complètent par le guide « Réservez vos loisirs » édité à 30 000 exemplaires qui recense l'ensemble des activités et billetteries proposé à la vente dans les bureaux d'accueil.

Des sous-mains dédiés aux réceptions d'hôtels et loueurs de voiture : initié en 2013, ces supports organisés sous forme de feuillets détachables recto-verso permettent de présenter la destination et comportent 3 espaces publicitaires.

Ces différents supports de communication – site internet et brochures - permettent à l'Office de Tourisme de mobiliser autour de lui des partenariats de communication, grâce à l'achat d'encarts publicitaires, par les prestataires touristiques. Ces partenariats ont généré l'essentiel des **180 000 € TTC de recettes** engrangées en 2019.

Cette dynamique de partenariat, avec environ 350 prestataires-annonceurs réguliers qui apportent leur contribution financière, revêt un caractère stratégique pour l'Office de Tourisme car elle lui assure des moyens d'actions complémentaires au soutien des collectivités.

Les actions de communication

L'Office de Tourisme poursuit ses actions de promotion directes en 2019 en participant, seul ou dans le cadre de partenariats (Marais poitevin, VéloFrancette,...) à des rendez-vous ciblant des bassins de clientèles importants et situés entre trois

et cinq heures de notre destination afin de privilégier tant les courts séjours que les séjours de plus longues durées.

Salon Mondial du Tourisme à Paris, L'Office de Tourisme et ses deux partenaires (Gites de France et La maison Younan Collection avec l'Alexandra Palace) ont participé à ce salon sur le stand commun à la Nouvelle-Aquitaine du 14 au 17 mars ; 101 000 visiteurs- dont 3 000 professionnels - ont été accueillis sur ce Salon Mondial du Tourisme adossé au Salon Destinations Nature.



Affichage métro parisien

La destination reste identifiée comme un espace loisirs-nature (à forte orientation randonnée), avec une image positive et une bonne localisation géographique.



Stand au Salon Mondial du Tourisme à Paris

Bon à savoir : Durant ce salon, Marie Dominique Perrin journaliste spécialisée Tourisme et chroniqueuse à Télématin est venue présenter notre destination et son coup de cœur sur la grande scène.

Ces opérations permettent à l'Office de Tourisme de promouvoir notre destination

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de rétrotransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

et de sonder les visiteurs pour mieux appréhender l'évolution des attentes et besoins exprimés par nos concitoyens en matière de séjour. Notre produit « phare » : offre DUO avec un prix d'appel très intéressant est mis en avant sur ces salons.

En matière de relations presse, cinq accueils presse (individuels ou groupés) organisés sur le territoire dans le cadre du travail partenarial avec le Comité régional du Tourisme, la Mission Tourisme 79, la Région et le Parc naturel régional:



Fête maraîchine

■ **En janvier, un coup de projecteur a été donné suite à la sortie du livre de Michel Houellebecq** et la mention de sa phrase assassine sur la ville de Niort. Cette notoriété soudaine nous a permis d'accueillir de nombreux journalistes (presse écrite et TV) en soutien de l'action municipale. Dès le mois de janvier, un journaliste de Libération est venu suivi par le journal Le Monde.

■ **Du côté des TV**, nous avons accueilli sur 2 jours fin février **Marie Dominique Perrin** pour sa chronique dans **Télématin rubrique « Partir »** et celle du samedi avec **« made in France »**

■ **Pour le week-end de la pentecôte**, en collaboration avec le Parc naturel régional et l'office de tourisme Aunis Marais poitevin, nous avons accueilli **Chilowe, des bloggeurs spécialisés dans la micro aventure** qui sont venus parcourir à vélo notre territoire.

■ **Accueil presse de l'équipe Noa** pour l'émission **« Tous les chemins mènent à... Coulon »**, le 30 septembre

■ **Le 10 octobre**, un accueil presse d'un journaliste espagnol et d'une photographe a

été géré avec la mission Tourisme 79, pour le supporté équivalent à notre **magazine Géo**. Nous attendons la sortie du reportage.

■ **Un accueil presse de sept journalistes orientés culture** a été réalisé conjointement avec l'équipe du musée, dans le cadre de l'inauguration de l'exposition sur Madame de Maintenon, le 17 octobre dernier.

■ **Tout au long de l'année** : Une dizaine de sons sur **France Bleu Poitou** dans les matinales à 7h50 avec un focus sur les activités ou nouveautés touristiques.



Accueil presse Noa

Autres communications spécifiques

Participation aux dispositifs pluriannuels Vélo Francette et Émotion Marais Poitevin Vélo-route Voie verte La Vélo Francette

Ce dispositif pluriannuel auquel l'Office de Tourisme contribue à hauteur de 2000 € réunit tous les acteurs touristiques institutionnels impliqués dans l'itinéraire entre la Manche et l'Atlantique, chaque département associant ses relais locaux. En 2019, le programme d'actions a ciblé une nouvelle fois la presse (ou bloggeurs) et les actions d'accompagnement sur les réseaux sociaux pour améliorer la notoriété de l'itinéraire. Les prestataires locaux correspondants aux critères suivants sont labellisés Accueil vélo.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

Dispositif mutualisé Émotion Marais Poitevin

Les différents acteurs institutionnels du tourisme qui agissent sur le périmètre du Marais poitevin sont réunis depuis plus de 10 ans pour agir de manière coordonnée à la promotion de ce territoire remarquable ; un plan d'actions mutualisé est ainsi défini et mis en œuvre chaque année ; en 2019, ce budget est mobilisé pour réaliser un important accueil simultané de **3 équipes de bloggeurs** (Clo et Clem - Little Gipsy -World Else) devant se rejoindre pour un « final » ; en bilan **cette opération a « rapporté » 75 000 vues pour les 3 vidéos réalisées par les influenceurs**, 292 000 personnes atteintes sur Instagram et Facebook, 4 jours de défis et d'expériences inédites valorisés auprès de leurs diverses communautés.

Ainsi, « Clo et Clem » qui ont sillonné le marais deux-sévrien réunissent plus de 55000 abonnés sur Instagram, 23 000 sur Facebook; 14000 abonnés sur YouTube et près d'1,5 million de vues sur leurs vidéos.

La contribution de l'Office de Tourisme reste limitée à 1200 € sur un budget global mutualisé de 49 000 € dont 18 400 € en « temps agents » réparti entre les contractants.



Les bloggeurs Clo & Clem

Le site internet

www.parc-marais-poitevin.fr

enregistre, suite à des problèmes techniques, seulement 38 000 sessions pour 103 000 pages vues.

Diffusion auprès des restaurants partenaires de 200 000 sets de table

En 2019, l'Office de Tourisme a renouvelé la diffusion en trois vagues successives (printemps été automne) auprès des restaurants partenaires des sets de table pour un total de 200 000 exemplaires ; cette opération a le double avantage

d'offrir un service aux restaurants qui accompagnent l'action de l'Office et nous permet de contacter une part importante des touristes en séjour en ville notamment.

De nouvelles dynamiques de communication avec les OT partenaires :

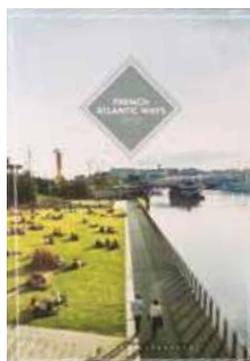
■ En coordination avec les Offices de Tourisme de Vendée et de Charente-Maritime et du Pôle Métropolitain

L'Office de Tourisme s'est inscrit dans une démarche collective de promotion lancée depuis 2016 et développe au grès de opportunités diverses actions.

Plus largement, avec l'émergence du Pôle Métropolitain Centre Atlantique des actions mobilisant les Offices de Tourisme s'organisent ponctuellement ; la dernière s'est tenue en Deux-Sèvres et a réuni le 28 mars 2019 les personnels de certains OT en vue d'une présentation réciproque de nos destinations.

■ L'Office s'est également rapproché depuis la fin 2015 de l'Office de Tourisme de Bordeaux

pour identifier les collaborations possibles dans le cadre du nouvel espace régional ; un groupe de 10 OT s'est ainsi constitué pour bâtir une stratégie de promotion de nos territoires se basant sur les destinations d'ampleur internationale concentrées dans le grand Sud-Ouest, sur l'axe Paris Bordeaux : Biarritz, Bordeaux Cognac, Lascaux, La Rochelle, Nantes, Niort, Poitiers, Rennes, Rochefort, Tours,... ont décidé de mobiliser des ressources (1 500 par Office) pour engager des actions de prospection sur les marchés lointains ciblant des professionnels du voyage. En 2018, après une première action ciblant les États-Unis, le collectif s'est orienté vers le marché chinois et coréen. En 2019, sans dépenses



nouvelles, les supports réalisés ont été diffusés sur plusieurs événements professionnels se déroulant sur les marchés lointains auxquels Nantes et Bordeaux participaient

physiquement
Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020
les marchés lointains

2. ACCUEILLIR ET INFORMER

2019 voit se poursuivre le dispositif d'accueil « hors les murs »

Pour rappel, seule une faible part des touristes se rend physiquement dans les locaux de l'Office de tourisme lors de leur séjour ; il convient donc de fournir un accès aisé à l'information touristique au plus près du visiteur et de ne plus l'obliger à se rendre dans un bureau d'accueil physique ! Ainsi l'information disponible « en ligne », directement chez l'hébergeur, ou via des outils répartis sur le territoire, permettent de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.



Accueil de Niort

L'activité dans les bureaux d'accueil

Au cours de l'année 2019 l'Office de Tourisme a accueilli environ 25 000 personnes en face-à-face au sein de ses accueils ; cette fréquentation, en baisse de 15% , s'érode régulièrement, constat partagé au niveau national en raison du recours accru à l'outil internet par les visiteurs en phase de préparation de leur séjour, et du rôle important des hébergeurs dans la diffusion de l'information locale.

Cette clientèle qui continue à fréquenter les bureaux d'accueil reste une cible prioritaire ; en attente de conseils « éclairés », et de

produits clefs en main, elle génère un chiffre d'affaires « billetterie » conséquent au profit des prestataires touristiques locaux et renforce le rôle d'apporteur d'affaires de l'Office de Tourisme.

Les implantations physiques sur le territoire



Boutique de l'accueil de Niort

2019 a vu nos **3 bureaux d'information** maintenus et un Point Info Tourisme a été créé en 2017 sur St-Hilaire-la-Palud :

- **Niort**, ouvert à l'année, et centralisant la gestion des demandes d'information par courriers, courriels ou téléphone,
- **Coulon**, ouvert du 6 avril au 2 novembre 7j/7, et où l'Office de Tourisme assure la billetterie d'entrée du site de visite « Maison du marais poitevin » dans le cadre d'une convention annuelle de partenariat,
- **Arçais**, ouvert du 6 avril au 29 septembre 7j/7,
- **Saint-Hilaire-la-Palud**, un Point Info Tourisme a été aménagé au sein de l'agence postale communale pour s'adapter aux flux réels de visiteurs enregistrés.
- En été, un point d'information se déploie en parallèle des activités « **Niort Plage** » diligentées par la Ville de Niort.

Pour assurer ce déploiement estival, l'Office de Tourisme a recours à des équipes saisonnières (équivalent à 3 personnes)

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de rétrotransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

Le déploiement de bornes d'information

depuis leur installation progressive lancée en 2011, 8 sont implantées à Coulon, Saint-Hilaire-la-Palud, Mauzé sur le Mignon, Arçais, Échiré, Sansais, Niort et Beauvoir sur Niort. Ces bornes, adaptées aux personnes souffrant d'un handicap (mental, physique ou visuel), ont enregistré plus de 7000 consultations en 2019, en baisse en raison de ruptures de service nées de coupures de lignes sur certaines.

Le contenu est traduit en anglais. Ces bornes accessibles 24/24 **offrent enfin un accès public wifi gratuit et illimité**. Ces bornes disposent dorénavant d'un grand écran tactile.



Borne de Beauvoir Sur Niort

Un accueil estival spécifique à Niort : le dispositif Niort Plage



L'Office de Tourisme se mobilise chaque année pour assurer la billetterie de diverses activités payantes proposées lors de cette manifestation estivale. Pour cette onzième édition, l'Office proposait des balades en canoë et kayak, la location de pédalos ainsi que des promenades en poney. Cette manifestation a débuté le 10 juillet pour s'achever au 29 août. 16 000 personnes ont été accueillies sur notre espace (contre 22 000 en 2018). Une baisse de fréquentation essentiellement liée à la canicule. 4 500 visiteurs ont pratiqué un « sport d'eau » et la billetterie développée sur site a généré un Chiffre d'Affaires de 24 590 € TTC (en baisse de -15 % par rapport à celui de l'année 2018).



Site de Niort Plage

En parallèle, les visites guidées nocturnes de la ville en canoë depuis la Sèvre niortaise sont organisées chaque mercredi et vendredi ; elles rencontrent un vif succès avec cette année un accroissement des capacités d'accueil. Ce dispositif génère une marge de **11 596 €** pour l'Office de Tourisme.

Autres dispositifs estivaux

En haute saison estivale, l'Office de Tourisme s'organise pour accroître sa visibilité auprès du public touristique :

La mise en place d'un réseau de 110 points relais de diffusion de notre documentation touristique sur les principaux lieux de fréquentation du territoire : hébergements collectifs, commerces, services,... La diffusion de notre documentation auprès de ce réseau s'effectue par un prestataire de service en deux ou trois vagues dans la saison.



Application mobile n° 079-200041317-20200928-000009-2020-DE
« Niort Marais poitevin »
Date de réception : 06/10/2020
Date de réception : 06/10/2020

3. COMMERCIALISER

Rappel : depuis 2012 l'Office de Tourisme a déployé sa nouvelle stratégie commerciale qui s'appuie sur 4 axes principaux :

- Renforcer son **rôle de prescripteur commercial** au bénéfice des prestataires locaux en renforçant son activité de billetterie ; les prestations proposées sont déclinées en trois familles : « découverte des sites de visites » et prestations de loisirs / prestations à la demi-journée et journée / visites insolites.
- Structurer son offre pour les groupes en valorisant les produits locomotives conçus par nos opérateurs locaux et en complétant l'offre locale par des produits « thématiques » sur la destination (patrimoines architectural, culinaires, rallye et sorties actives). Cette stratégie permet aussi de proposer des extensions de séjours en s'appuyant sur les territoires voisins et, enfin, de positionner notre territoire en proximité des grands équipements phares régionaux (Futuroscope, Aquarium, Cognac, Puy du Fou ,....)
- Accentuer les démarches de prospection sur le marché des séminaires en complétant l'action des opérateurs locaux. Depuis 2012 l'OT cible certaines filières économiques (Agroalimentaire - Automobile et BTP) et certains territoires (Gironde, Loire-Atlantique, Ile-et-Vilaine) afin de ne pas concurrencer l'action directe des autres acteurs locaux. En 2018, une action complémentaire a été initiée sur les filières d'excellence locales dont les filières sportive, agricole, l'ESS et la filière numérique.
- Engager une action de mobilisation et d'accompagnement des présidents ou représentants locaux de corporations, groupes, syndicats, unions professionnelles, associations nationale, fédérations sportives et culturelles afin de les inciter à porter la candidature Niort Marais Poitevin pour l'organisation de leurs rassemblements nationaux, congrès ou séminaires.

Ces deux derniers axes trouvent dorénavant leur mode opératoire au sein d'un « **Club Tourisme d'Affaires** » initié fin 2014 et qui s'est structuré en 2015 en définissant sa stratégie d'actions et un premier plan opérationnel pour l'année 2016 doté d'un budget de 30 000 €.

Plus de 60 opérateurs se sont ainsi mobilisés autour de l'Office de Tourisme lors des travaux de d'élaboration conjointe d'une stratégie d'actions pour le développement des séminaires, congrès et évènements autour de 3 axes :

Le rôle & positionnement du Club:

Il se veut «facilitateur» pour l'organisation de manifestations sur le territoire (guichet unique pour centraliser les demandes des organisateurs de séminaires et congrès) ; il conduit une action ciblée vers les entreprises situées dans un rayon de 200 km et les enseignes nationales disposant d'un réseau en régions.

L'élaboration d'un plan d'actions pour **promouvoir la destination à l'extérieur du territoire** : des opérations de marketing direct, des outils et supports pour projeter la destination avec en 2019 la mise en ligne d'un site internet dédié.



Réunion du Club au Golf de Romagné

La formation des acteurs du MICE et l'animation du réseau pour renforcer les échanges, faire progresser la destination «affaires» et la faire connaître d'entreprises.

Accusé de réception en préfecture
079-200041347-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

Les actions de l'Office de Tourisme en matière commerciale s'effectuent sous couvert de l'immatriculation dont il dispose depuis 2010, et renouvelée en 2013 puis 2016 ; ces actions couvrent, pour l'année 2019, 4 secteurs :

- les séminaires et congrès
- la vente de produits individuels
- les séjours et circuits groupes
- la billetterie et boutique

L'organisation de séminaires et congrès

En matière de **séminaires**, une action structurée de constitution de fichiers qualifiés et de démarchage a été initiée en 2012. Cette action permet aujourd'hui d'appuyer nos actions sur un fichier qualifié détenant en propre de 1 650 contacts. L'acquisition en 2019 par le réseau Congrès Cités (dont l'Office de Tourisme est adhérent) d'un fichier national partagé nous permet l'accès à 4 530 contacts qualifiés complémentaires (Île-de-France : 1500 ; ¼ sud ouest : 600 ; ¼ nord ouest : 890 ; ¼ nord est : 790 ; ¼ sud est : 750)

Les départements « historiques » cibles restent la Loire Atlantique, la Gironde et l'Ille-et-Vilaine complétées dès 2013 de la Dordogne et de l'Indre et Loire, puis de la Sarthe, du Maine et Loire et de la Mayenne. En 2019, nous avons poursuivi notre développement vers les acteurs économiques des départements de Nouvelle Aquitaine, concrétisé par notre présence sur le salon So Event Bordeaux (mars 2019). Les secteurs d'activités privilégiés sont l'automobile, le BTP et l'agroalimentaire auxquels nous avons ajouté les acteurs économiques des 4 filières d'excellence locales : sport, agriculture, Ess et Numérique. Ainsi en 2018, une action spécifique a été conduite sur la filière sportive en lien avec le CDOS 79. Celle-ci s'est concrétisée par l'invitation de l'ensemble des acteurs et décideurs sportifs des Deux-Sèvres afin de les mobiliser pour porter la candidature de notre Destination pour la réception d'événements sportifs et surtout statutaires de leurs fédérations (congrès, AG, séminaires...) ; elle s'est poursuivie en 2019 et a permis de répondre à une sollicitation de la Ville de Niort

d'organiser en octobre l'accueil d'une délégation de sportifs chinois.



Visite & dégustation avec la délégation chinoise

L'exploitation de nos fichiers « contacts » et une meilleure organisation du service ont permis, dès 2014, de développer la croissance du Chiffre d'Affaires en s'appuyant notamment sur des clients fidèles (DARVA, ERDF,...) ; en 2019, l'activité « séminaire » s'est fortement déployée après son redressement de 2017, pour atteindre **122 900 €** (contre 103 000 € en 2018) soit **une progression de 19 %** ; la marge HT de l'Office de Tourisme progresse fortement sur ce poste « séminaires » (+38%).

Le secteur « **congrès et évènements** », est abordé depuis plusieurs années au travers d'un plan d'actions « spécial Tourisme d'affaires » co-élaboré historiquement avec les chambres consulaires, l'ADT 79 et le Comité Départemental Olympique et Sportif (CDOS) pour le renforcement du tourisme d'Affaires ; cette démarche de **mobilisation des acteurs économiques, sportifs ou associatifs locaux** qui siègent dans des instances nationales a pour objectif de les inciter à proposer Niort comme site d'accueil des évènements professionnels de leur réseau. Depuis 2016, le Club Tourisme d'affaires coordonne désormais ce dispositif.

L'Office de Tourisme adhère depuis 2013 au **réseau national Congrès-cités** qui regroupe 21 villes de taille moyenne réparties en France ; L'objectif de ce réseau est d'engager une démarche collective de prospection autour des évènements/ congrès qui tournent en France en garantissant une qualité de service constante de ville à ville. A l'automne, l'Office de Tourisme a ainsi participé, dans le cadre de ce collectif, au salon professionnel « Réunir » (60 contacts qualifiés – nouveau format 1 jour) qui a eu lieu à Paris et à un évènement ciblant les assistant(e)s de direction.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

Ce collectif organise une rencontre de ses « grands comptes », (opérateurs nationaux susceptibles de « tourner » en France), sûre une péniche à Paris mi -septembre avec une

quinzaine d'opérateurs présents. Un site internet et une brochure dédiée présentent les membres du réseau Congrès-Cités.



Salon Réunion



Congrès-cités



Forum National de l'Économie Sociale et Solidaire & de l'Innovation

En 2019, le plan d'actions développé a permis de poursuivre la projection de notre offre vers l'extérieur : L'Île-de-France mais aussi la Nouvelle Aquitaine. Nous étions ainsi présents sur :

- Le salon So Event programmé le 14 et 15 mars 2019 à Bordeaux
- Le salon IFTM Top Résa programmé du 01 au 04 octobre 2019 à Paris – Porte de Versailles. L'Office de Tourisme était présent au sein d'un pôle commun Nouvelle Aquitaine coordonné par le CRT ; il était accompagné des acteurs locaux (Hôtel Mercure Niort Marais poitevin, Embarcadère Cardinaud, Golf Blue Green et Conservation des Musées de Niort)
- Le congrès national à Paris (novembre 2019) de la FFMAS (Fédération française des Métiers de l'Assistanat et du secrétariat)
- 4 envois de lettres électroniques (e-mailing) auprès de fichiers très qualifiés loués (2 500 à 2900 adresses) auprès d'une société spécialisée (Promotion Services) ; ces envois multiples ont permis d'enrichir notre propre fichier de 150 contacts supplémentaires. Notre fichier contient en 2019 : 1 650 contacts très qualifiés sur-lequel nous concentrons nos efforts.
- La parution sur différents supports ciblés et notamment dans le numéro spécial « Séminaires » du réseau Nouvelle République, tiré à 7000 exemplaires et diffusé auprès des entreprises de + 50 salariés des départements 79, 86, 36, 41, 37 et auprès de 100 agences événementielles. ; cette action a été dupliquée sur le supplément Sud-Ouest (départements ciblés : 16-17-24-33-40-67-64) élaboré par La Charente-Libre avec 16 000 ex. dont 12 000 diffusés sur des entreprises de + 20 salariés, des agences événementielles,.... En 2019 nous étions également référencés sur le guide Bedouk (annuaire et site internet), un des principaux supports nationaux du Tourisme d'affaires.
- La reconduction de la plateforme de réservation en ligne Aloa mobilisée lors des congrès et évènements
- La participation au réseau Congrès-cités et aux actions qu'il développe : salon Réunion, congrès des assistant(e)s, organisation d'un Rendez-Vous des Grands Comptes, échange de fichiers/contacts... (cf supra)
- La réalisation d'un **site web dédié au Tourisme d'Affaires** sur la Nouvelle Aquitaine (www.seminaires-niort.com) à l'intention des organes (entreprises) et d'événements (congrès, sportifs, culturels, conventions....).

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de rétroinformation : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

En 2019, l'Office de Tourisme a apporté notamment son concours à l'organisation des évènements suivants :

DATE	SÉMINAIRES ÉVÉNEMENTS 2019	NBRE DE PAX	TYPE
11 et 12 janvier	Championnats de France de Taekwondo	1000	Evènement sportif
14 et 15 janvier	Cerfrance Centre Limousin	8	Séminaire résidentiel & visites
18 janvier	Banque Tarneaud	450	Convention nationale
14 et 15 février	SNCF	40	Séminaire résidentiel & incentive
21 mars	Celencia	14	Séminaire
04 avril	Informatique CDC	80	Séminaire & Incentive
08 et 09 avril	Klésia	22	Séminaire résidentiel & Incentive
15 mai	Mutuelles de Poitiers	200	Convention régionale
16 mai	Caisse d'Epargne	19	Incentive
6 juin	SMACL	33	Incentive
6 juin	MAIF	12	Incentive
8 juin	Rassemblement des Saint Léger	850	Evènement
14 au 16 juin	Grand Conseil Mondial des Clowns		Evènement
18 juin	MACIF	17	Incentive
18 juin	Eurial	18	Incentive
19 juin	Appart'City	22	Séminaire & Incentive
19 juin	MAIF	80	Séminaire & Incentive
20 juin	Infotel	30	Incentive
24 et 25 juin	IMHA	11	Séminaire résidentiel & incentive
26 au 29 juin	FNAME	25	Séminaire résidentiel
27 juin	O Box	30	Incentive
28 juin	EOVI MCD Mutuelle	28	Incentive
2 juillet	IMA GIE	30	Séminaire & Incentive
3 et 4 juillet	SNCF	17	Séminaire résidentiel & Incentive
4 juillet	CLDSSTI Aquitaine	32	Séminaire résidentiel
05 juillet	K Line	20	Incentive
24 juillet	Groupe Prévoir	25	Incentive
26 août	EIGSI	63	Séminaire & Incentive
05 septembre	BATIDOC	16	Incentive
6 septembre	MAIF	21	Incentive
11 septembre	UIMM 79	60	Séminaire et Incentive
12 et 13 septembre	CIJ	31	Séminaire résidentiel & Incentive
17 et 18 septembre	Crédit Agricole	80	Séminaire résidentiel & Incentive
18 septembre	Groupe Y	70	Incentive
19 septembre	MAIF	7	Incentive
24 septembre	MAAF	13	Séminaire & Incentive

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

26 septembre	BPI France	35	Incentive
8 octobre	MAAF	47	Séminaire & Incentive
8 octobre	MAIF	30	Incentive
16 au 19 octobre	FNAME	900	Congrès National
18 octobre	La Poste	35	Séminaire & Incentive
24 octobre au 3 novembre	Accueil Délégation Chinoise D'Athlétisme	25	Evènement
30 oct. au 03 nov.	Comité Régional N.A de Gymnastique	32	Séminaire résidentiel
04 novembre	MAIF	42	Séminaire & Incentive
07 et 08 novembre	Forum National de l'ESS		Evènement
8 novembre	COVEA	9	Séminaire & Incentive
8 novembre	MAIF	60	Séminaire & Incentive
15 novembre	FFB 79	15	Séminaire & Incentive
22 novembre	MAIF	14	Séminaire & Incentive

En matière financière, sur l'exercice 2019, le volume d'affaires généré s'établit comme suit :

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Séminaires en TTC	50 230 €	27 020 €	38 070 €	65 000 €	56 000 €	66 000 €	103 000 €	122 900 €
Congrès	145 573 € *	122 470 €	74 800 €	144 000 € *	69 000 €	182 000 €	131 000 €	215 200 €
Marge en TTC	21 210 €	14 755 €	22 140 €	44 871 €	22 759 €	37 555 €	27 076 €	47 304 €

*En 2012 et 2015 : impact d'une forte billetterie de la Semaine Fédérale de Cyclotourisme et des Championnats de France de Gymnastique.

L'Office de Tourisme est reconnu pour sa capacité à fournir un appui logistique et un accompagnement efficace auprès des organisateurs de ces évènements. Tant sur l'hébergement, la restauration, le transport ou les activités loisirs, le savoir-faire de l'Office de Tourisme est un atout pour la réussite des évènements professionnels que la destination Niort Marais Poitevin accueille.

Depuis 2012, de nombreuses manifestations à caractère sportif se sont ainsi appuyées sur l'expertise de l'Office de Tourisme pour faciliter le déroulement de leurs évènements. Cette filière sportive reste un vecteur majeur de développement sur notre territoire.

Au final, l'activité Séminaires & Congrès a généré un volume d'Affaires de **338 100 € TTC** (contre 234 000 € TTC en 2018, 248 372 € TTC en 2017, 125 000 € en 2016, 210 000 € TTC en 2015 et 113 000 € en 2014) ; **la marge commerciale atteint les 47 304 € TTC.**



Congrès FNAME



Convention Banque Tarnaud

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

La vente de produits et séjours

Depuis 2013, l'Office de Tourisme maintient quelques produits « vitrine » - pour une CA d'environ 5 000 € TTC - mais concentre ses efforts vers les prestations à plus forte valeur ajoutée. Après une année 2018 exceptionnelle, l'activité **groupe** stabilise son volume d'affaires 2019 à 148 960 € TTC, dans un contexte général marqué par une forte baisse de ce marché.

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Volume d'affaires TTC	58 300 €	107 300 €	101 000 €	141 600 €	132 475 €	111 160 €	197 627 €	148 960 €
Nbre de contacts / Nbre de prospects	45/188	52/178	60/170	82/209	65/218	65/218	71/176	51/172
Marge en TTC	6 444 €	13 092 €	11 073 €	22 620 €	22 755 €	16 680 €	30 159 €	28 547 €

Cette activité représente en 2019 un chiffre d'affaires TTC de **148 960 €** et une marge de **28 547 € TTC** en raison d'une programmation depuis 2018 de produits à haute valeur ajoutée au regard des prestations demandées. Cette typologie de séjours compense les moindres cotations et le nombre abaissé de contrats signés.

Le partenariat historique avec l'ADT 79 relatif à la démarche de commercialisation s'est achevé en 2016 avec le recentrage des missions du Département sur le développement. L'Office de Tourisme a ainsi assuré depuis directement l'édition d'une brochure « groupes » diffusée à 6 000 exemplaires (édition « print » ou numérique) auprès d'autocaristes, associations, CE,... Cette publication est accompagnée d'un démarchage téléphonique auprès d'une sélection de 150 contacts (agences de voyages ou autocaristes) pour présenter les nouveautés et d'une newsletter mensuelle thématique initiée en 2018. L'OT participe enfin à des présentations de séjours lors de rencontres organisées par des revendeurs auprès de leurs clients. En terme de cibles clientèles, un travail spécifique sur les niches de marché (clubs automobiles, groupes scolaires privés...) est engagé dans une perspective de développement quantitatif et qualitatif du marché du Groupe Tourisme. Pour 2020, la création d'un Club « Groupe Tour » est envisagé, associant les acteurs économiques locaux (hébergeurs, restaurateurs, prestataires de loisirs, sites de visites, têtes de réseaux...) impliqués sur ce marché en forte évolution.

L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin maintient dans le cadre d'une convention triennale le partenariat avec les Offices de Tourisme du pays Mellois et du Haut Val de Sèvre pour assurer la commercialisation de leur offre sur le marché des groupes.

La billetterie et la boutique : des ventes qui progressent malgré la chute de fréquentation des accueils !

L'Office de tourisme assure, pour le compte des prestataires, une activité de billetterie concernant soit la vente de prestations sèches (entrée simple sur site hors barque), soit de forfaits à la journée (promenade en barque associée à une autre prestation, location de vélo, etc ...). Cette offre se diversifie année après année et nous permet de disposer d'une gamme de produits intéressante pour nos visiteurs qui fréquentent nos bureaux d'accueil etc ...).

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Volume d'affaires Boutique en TTC	25 000 €	22 700 €	40 500 €	38 100 €	41 740 €	36 290 €	27 838 €	27 849 €
Volume d'affaires Billetterie estivale en TTC	23 400 €	27 600 €	105 700 €	106 900 €	97 900 €	79 800 €	79 772 €	106 660 €
Marge en TTC	7 100 €	7 390 €	16 390 €	16 290 €	16 760 €	14 440 €	12 700 €	16 800 €

En 2019, l'activité « Billetterie estivale » a fortement progressé, avec un volume de **106 661 € TTC (+27%)**, et ce malgré la baisse de fréquentation touristique enregistrée dans les accueils.

L'Office de Tourisme consolide ainsi son rôle d'apporteur d'affaires et de prestataire de services pour les loisirs et sites de visite du territoire ;

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

En complément, l'Office de Tourisme réalise **2 150 € TTC** de Chiffre d'affaires relatif aux événements (concerts, cirques, spectacles,...) dont il assure la billetterie ; ce poste génère une marge minimale de 250 HT.

Cette dynamique est le fruit du travail de simplification de notre offre (amélioration du guide « Réservez vos loisirs ») et de l'animation commerciale soutenue de nos équipes en saison (billet hebdomadaire, top « vendeurs », formation à la vente,...).

L'Office de Tourisme développe en complément une activité « boutique » autour de la vente soit de produits locaux, soit d'objets, cartes et livres en lien avec le territoire. Depuis 2014, l'OT développe sa collection d'objets promotionnels (porte-clés, stylos, tasses,...) qui participe à la consolidation de son chiffre d'affaires.

Les activités « Billetterie estivale et événementielle » (hors Niort Plage) et « Boutique » représentent respectivement 108 812 € (+29%) et 27 849 € (stable) soit **136 661 € TTC en 2019** et dégagent une marge pour l'Office de Tourisme d'environ **17 058 € HT**.

Ce montant n'intègre pas les **58 400 € TTC** de volume d'affaires généré spécifiquement pour le compte de la Maison du Marais Poitevin au titre des droits d'entrée perçus pour les individuels (contre 52 830 € en 2018, 57 880 € en 2017, 57 760 € en 2016, 63 800 € en 2015, 56 700 € en 2014, 57 900 € en 2013, 56 000 € en 2012 et 54 000 € en 2011). Ce montant est en hausse de 10 % par rapport à l'année passée. Il accompagne une forte progression des ventes des forfaits billetterie intégrant le musée.

Open System

En 2019, Département et Région ont poursuivi la mise à disposition à titre gracieux de la solution technique OPEN SYSTEM permettant la réservation-vente en ligne de séjours et d'activités touristiques.

L'Office soutient cette initiative et accompagne les prestataires du territoire dans la mise en place de cette solution en organisant des formations avec les techniciens de l'ADT 79.

En 2019, une trentaine de prestataires touristiques (dont une quinzaine au travers de passerelles technologiques entre Open System et leur propre système de réservation), pour l'essentiel hébergeurs, bénéficient de cette solution sur notre territoire.

Le chiffre d'affaires traité au travers de ce dispositif représente, pour les prestataires qui utilisent Open System hors passerelles, la somme de 201 481 € en 2019 (soit une hausse de 26 %) contre 160 000 € en 2018, 135 560 € TTC en 2017, 144 000 € TTC en 2016, 115 000 € TTC en 2015, 73 000 € TTC en 2014, 71 000 € TTC en 2013, 60 000 € en 2012 et 44 000 € TTC en 2011 ; la progression reste tendancielle depuis 2011 en lien avec l'affirmation des ventes sur internet.

Au final, ces diverses actions commerciales génèrent un volume d'affaires d'environ 855 000 € TTC en 2019 (+16%) ; il atteint 1 093 900 € (+13%) en intégrant tous les mouvements financiers et les partenariats (dont les volumes d'affaires via Open System et la gestion des entrées de la MMP).

La marge brute dégagée s'établit à 111 000 € TTC en 2019 contre 89 000 € TTC en 2018, 83 772 € en 2017, 75 600 € en 2016, 95 900 € en 2015 (année exceptionnelle avec un événement hors normes en billetterie), 62 000 € en 2014, 45 000 € en 2013, 40 000 € en 2011 et 44 000 € en 2010.

L'Office de Tourisme conforte, malgré l'évolution nationale de baisse de fréquentation des bureaux d'accueil physiques et les aléas des événements d'affaires, son déploiement commercial consécutif à la mise en place de la stratégie définie fin 2011 et aux réorganisations menées en 2015.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

4. MOBILISER LES ACTEURS LOCAUX

En parallèle de ses actions portées vers l'extérieur, l'Office de Tourisme développe divers dispositifs locaux, notamment en fonction de l'actualité, au profit des prestataires touristiques du territoire :

Une lettre d'informations mensuelle destinée aux acteurs touristiques locaux, celle-ci détaille les actions de l'Office de Tourisme et leur transmet des informations utiles liées notamment aux événements ou manifestations se déroulant sur le territoire. En 2019, cette lettre d'information est parue 16 fois et compte plusieurs envois spécifiques (manifestations ponctuelles, démarches partenariales avec le Parc ou l'ADT 79, appel à projets CAN,...).

Proposition de découverte des nouveautés du territoire

en complément des actions lancées directement par certains réseaux de prestataires, l'Office de tourisme organise ponctuellement des visites découvertes de nouveaux équipements ; Il convie les nouveaux prestataires du territoire à un Éductour le 12 juin pour découvrir (ou redécouvrir) nos principaux sites touristiques.



Éductour

Selon les souhaits des communes, l'Office de Tourisme est amené à participer à des opérations d'accueils de nouveaux habitants.

L'aide à l'appropriation des outils de vente en ligne :

la solution Open System permet gratuitement à chaque prestataire de proposer la réservation-vente en ligne. En lien avec l'ADT 79, l'Office de Tourisme organise des sessions de formation ciblées. Les prestataires partenaires bénéficient par ailleurs d'un accompagnement individuel pour améliorer leur visibilité sur internet. 2019 a permis d'étudier des solutions de vente en ligne (boutique et billetterie) qui seront déployées en 2020.

Des ateliers ont été organisés

tout au long de l'année en fonction des besoins énoncés des prestataires (5 ateliers en anglais autour de la conversation et 1 atelier sur la réalisation de brochure)

Il intervient également dans le cadre d'actions stratégiques impactant l'attractivité et la notoriété de la destination ; **en 2019, dans le cadre des JO 2024, l'Office de Tourisme a participé à l'élaboration des dossiers de candidatures aux labels Terres de jeux et centre de Préparation aux jeux ; l'accueil d'une délégation d'athlètes chinois en octobre s'est inscrit dans cette stratégie globale.**



Délégation chinoise

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020



MISSION DE COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR

L'Office de Tourisme assure depuis octobre 2018 le suivi de la collecte de la taxe de séjour pour le compte de la Communauté d'Agglomération ; une régisseuse a été recrutée à temps partiel pour assurer cette nouvelle tâche et améliorer les outils de gestion à destination des hébergeurs pour faciliter leurs déclarations et paiements ; le paiement en ligne est déployé depuis début 2019 et un service « hotline » dédié est dorénavant disponible.

POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT ET CONSEIL AUX PORTEURS DE PROJETS

Pour mémoire, l'Office de tourisme participe aux différents travaux initiés par la CAN quant à ses schémas de développement, documents réglementaires, études prospectives,...

Plus directement en matière de développement touristique, l'Office de Tourisme a apporté sa contribution à l'élaboration du Schéma de Développement Touristique de la CAN qui a été voté en septembre 2012 et qui s'est arrêté en 2016.

La Communauté d'Agglomération du Niortais a élaboré en 2016 son Projet de Territoire qui précise ses ambitions en matière de Tourisme, accentuant notamment l'effort sur le tourisme d'affaires et la valorisation touristique du patrimoine. Ces axes seront déclinés dans le Schéma de Développement Economique en cours d'élaboration en 2019.

En 2019, l'Office de Tourisme a été mobilisé pour conseil sur des projets individuels (hébergements chez l'habitant, hôtels, restaurants, visites à vélos, ...) ou portés par des collectivités (tourisme fluvial, hébergement collectif, plan Vélo, refonte de la MMP, signalétique, ...).

Équipements structurants et politiques sectorielles de la CAN

En matière d'activité fluviale, l'Office de Tourisme accompagne les collectivités dans leurs réflexions pour le redéploiement d'une activité fluviale sur la Sèvre niortaise, à partir de bateaux habitables, entre Niort et Marans avec des extensions d'itinéraires vers la Rochelle ou Fontenay-le-Comte. Ce « tourisme fluvestre », très directement connecté aux activités à terre pourrait offrir une opportunité majeure de développement de notre territoire notamment par la mobilisation de tours opérateurs étrangers. Ce projet est rentré en phase opérationnelle et est porté par le PNR et l'IIBSN.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

LA REQUALIFICATION DU SITE BOINOT

Le site de Boinot sur Niort est très directement impacté par ce projet majeur. La municipalité a lancé la requalification globale du site des anciennes chamoiseries en vue de déployer sur le site à la fois des activités culturelles et patrimoniales (Espace Patrimoine) mais aussi autour des pratiques de loisirs nature. Ce projet est entré en phase opérationnelle et devrait être livré en 2020.



L'ORGANISATION ADMINISTRATIVE ET LE FONCTIONNEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme du fait de son statut d'Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC) doit réunir au moins six fois par an son Comité de Direction composé de 22 élus communautaires titulaires (et autant de suppléants), 15 représentants des filières touristiques (et autant de suppléants) et 2 personnes qualifiées. Le quorum est fixé à 20 pour valablement délibérer lors des Comités.

L'ensemble des décisions de ces comités est accessible en ligne :
<https://administration.niortmaraispoitevin.com>

Spécificités

■ La comptabilité de l'Office de Tourisme relève du secteur public (comptabilité M4) et s'organise autour d'un budget unique mais avec un taux de TVA, appliqué aux dépenses, proratisé en fonction du type d'actions conduites (commerciale, mixte ou non commerciale).

Un compte de dépôt de fonds centralise par ailleurs les actions commerciales assurées par l'Office de Tourisme. Depuis 2016 cette activité s'effectue sous le mode de régie à la demande du Trésor Public qui souhaitait suivre plus finement l'ensemble de nos actions au regard des volumes financiers dorénavant atteints.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

■ Le statut d'EPIC implique plusieurs autres spécificités :

- le formalisme administratif de l'EPIC s'apparente à celui d'une collectivité ; en matière de validité des délibérations, les règles de quorum, de pouvoirs entre membres ou de délais de re-convocation peuvent occasionnellement générer des difficultés pour la programmation des Comités de Direction
- la totalité du produit de la Taxe de séjour est obligatoirement reversée à l'Office de Tourisme
- le Directeur de l'Office de Tourisme est l'ordonnateur principal de la structure, il en est le représentant légal.

Dynamique générale et évolution de l'organisation interne de l'Office de Tourisme

Depuis sa création, l'Office de Tourisme fait le choix d'anticiper l'évolution des ressources publiques (disparition annoncée des aides départementales et régionales) et de contrôler l'évolution de ses charges fixes tout en accentuant fortement son action sur le développement commercial et, depuis 2016 ses actions de communication extérieures au territoire.

Au 31 décembre 2019, la structure se caractérise par :

- une organisation générale rodée depuis 2014 autour de quatre responsables de pôle : Accueil-Communication-Commercialisation-Administration..
- un service « Commercialisation » avec une évolution récente des deux salariées en poste pour assurer une action de prospection et de démarchage actif, l'une en charge des groupes, la seconde en charge des séminaires. Des objectifs commerciaux sont précisés pour chacun des collaborateurs depuis 2015. De forts enjeux sur ce segment ! 2019 a permis de mettre en place avec succès une « mobilité interne » en profitant du départ d'une collaboratrice du service.
- un service « Communication » agissant avec un très fort plan de charges ; des renforts externes sont mobilisés au gré des besoins. Par mobilité interne, le suivi et l'animation de la base de données sont organisés depuis 2015 et un webmaster a été recruté pour maintenir notre niveau de qualité sur le volet « numérique ».

- un dispositif de primes en fonction des recettes commerciales et de partenariats engrangés
- enfin, un plan de formation pour améliorer les connaissances et compétences des personnels, tant en matière de dynamique de vente à l'accueil, que d'augmentation du niveau d'expertise et de maîtrise de logiciels « métiers ».
- depuis 2018, un partenariat avec Citroën Niort & Parthenay permet de disposer d'un véhicule C3 Aircross mis à disposition en contrepartie d'encarts publicitaires sur différents supports



Véhicule mis à disposition dans le cadre du partenariat avec Citroën Niort & Parthenay

Le renforcement des recettes propres de l'Office de Tourisme (sur partenariat, publicité ou commissions sur ventes) participe à cette nécessaire anticipation des ressources prochainement mobilisables auprès des collectivités locales.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020

Point sur les évolutions principales relatives aux effectifs :

	01/2013	12/2014	12/2015	12/2016	12/2017	12/2018	12/2019
Effectifs cadres	2	1	1	1	1	1	1
Agents de maîtrise	4	6 dt 1 CDD	5	5	6	6	6
Employés	7	6 dt 1 congé parental	5	5 dt 1CDD	6	6	7 dt 1CDD
Apprentis	1	0	1	1	0	0	1
CAE	1	2	1	2	0	0	0
Contrat Emploi d'Avenir	0	3	3	2	0	0	0

L'Office de Tourisme compte dorénavant **14 permanents** (dont 1 CDD ouvrant sur un poste pérenne pour renforcer le pôle Accueil).

En 2019 le déploiement territorial en saison a nécessité le recours à sept CDD saisonniers (équivalents à 36 mois soit une charge d'environ 80 000 €).

Engagement conventionnel avec des co-financeurs

L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin bénéficiait d'une aide annuelle de 30 000 € de la Région. Après celle du Département en 2015, l'aide régionale a elle-aussi cessé en 2017. Depuis 2018, seule la Communauté d'Agglomération du Niortais participe au financement de l'Office de Tourisme à hauteur de 430 000 € en 2019.



Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20200928-C28-09-2020-DE
Niort - Agglo Niort - Niortaise
Date de télétransmission : 06/10/2020
Date de réception préfecture : 06/10/2020
Mise en page : Chloé Rivière