

Rapport d'activités 2014



Niort - Marais Poitevin La vallée de la Sèvre Niortaise

Préambule

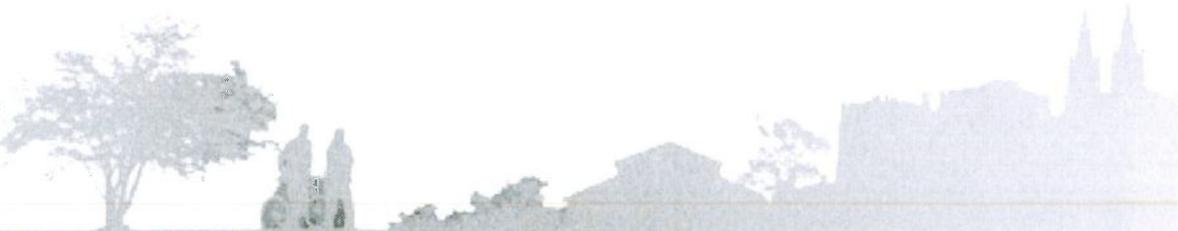


Ce qu'il faut en retenir :

L'Office de Tourisme Niort Marais poitevin Vallée de la Sèvre niortaise s'attache depuis sa création à s'adapter en permanence à son environnement économique et sociétal.

2014 aura ainsi connu les évolutions suivantes :

- Un nouveau périmètre d'actions avec une Communauté d'Agglomération du Niortais de 45 communes supposant adapter ses supports de communication
- De nouveaux locaux à Niort, rue Brisson, et un espace totalement ré-agencé à Arçais
- Une nouvelle dynamique commerciale consolidant le rôle d'apporteur d'affaires de l'Office de Tourisme auprès des prestataires du territoire
- L'accompagnement du dispositif Ambassadeurs des Deux-Sèvres et la mise en place d'actions d'aide à la professionnalisation des acteurs locaux



Une équipe à votre écoute



Michel SIMON
Président



Jeannine BARBOTIN
Vice-Présidente



Thierry HOSPITAL
Directeur
05.49.24.01.40
thierryhospital@nortmaraispoitevin.com

ADMINISTRATION-FINANCES : 05 49 24 57 08



Sylvie ROCHEREAU
Responsable de pôle
05.49.24.88.25
sylvierochereau@nortmaraispoitevin.com



Stella PROMENEUR
Secrétaire, Aide-Comptable

SERVICE COMMERCIAL : 05 49 36 99 29



Laurent GALLAS
Responsable de pôle
05.49.24.89.76
laurentgallas@nortmaraispoitevin.com



Estelle DECEAUME
Groupe, Administratif



Ludvine CHAUVINEAU
Séminaire, individuel,
Billetterie



Béatrice VALADE
Assistante commerciale

SERVICE COMMUNICATION : 05 49 24 88 27



Alexandra BODET
Responsable de pôle
05.49.24.88.27
alexandrabodet@nortmaraispoitevin.com



Frédéric SOYEZ
Guide



Julien GIRAUD
Animateur web

SERVICE ACCUEIL : 05 49 24 18 79



Magalie TENAILLEAU
Responsable de pôle
05.49.24.03.70
magalietenailleau@nortmaraispoitevin.com



François ARNAUD
Conseiller en séjour



Emilie JOURNAULT
Conseillère en séjour
Responsable boutique



Béatrice VALADE
Conseillère en séjour



Pauline AUGER
Conseillère en séjour



Carole-Anne GUILBOT
Conseillère en séjour



Louise MADIER
Conseillère en séjour



Hannah MARSHALL
Conseillère en séjour

Sommaire



Organigramme	P2
Le Tourisme en « Niort Marais poitevin »	P4-P5
L'Office de Tourisme : quelques données de cadrage	P6-P7
7 informations à retenir pour 2014	P8
L'action de l'Office de Tourisme en détail :	P9-P19
• Communiquer	P9-P13
• Accueillir et informer	P13-P14
• Commercialiser	P15-P18
• Mobiliser les acteurs locaux	P18
Développement et Prospective : réfléchir à son avenir	P19
L'organisation administrative et le fonctionnement de l'Office de Tourisme	P21-23
Conclusion	P24
<u>Annexes</u>	
• Stratégie de développement 2013/2014 «L' Office de Tourisme hors les murs»	
• Guide du partenariat 2014	
• Plan d'action 2014	
• Grille d'ouverture des accueils	
• Compte de gestion et compte administratif	

Le tourisme en Niort Marais poitevin !

Quelques nouveautés majeures en 2014:

- **Ouverture de nouveaux établissements hôteliers : création du B&B Niort Marais Poitevin de 70 chambres et ouverture après travaux de l'hôtel MOKA (ex Ambassadeur) et de l'hôtel Aladin (ex-Relais du Poitou à St Rémy).**
- **Le Marais poitevin retrouve son label de « Parc Naturel Régional » avec la ville de Niort insérée dans son périmètre.**
- **La commune Arçais labellisée « Petite Cité de caractère » fin 2013 a été sélectionnée pour participer à l'émission « Le Village préféré des Français » sur France 2 en juin.**

La Communauté d'Agglomération de Niort a cessé d'exister au 31 décembre 2013 pour se transformer en Communauté d'Agglomération du Niortais.

Elle représentait jusqu'alors un territoire de 29 communes marqué par un phénomène touristique organisé autour d'une destination à forte notoriété, le Marais poitevin, et d'un Tourisme d'Affaires lié à l'activité économique de la ville centre et plus particulièrement au secteur des Mutuelles. Au premier janvier 2014, 16 nouvelles communes ont rejoint le périmètre communautaire.

Pour rappel, la CAN a voté en septembre 2012 son Schéma de Développement Touristique 2012/2015 dont l'ambition principale est de consolider l'économie touristique locale et d'accroître les échanges entre Marais Poitevin, Niort et communes membres de l'agglomération.

Quelques chiffres pour comprendre le territoire :

En matière d'offre, le territoire représentait fin 2014 :

- 34 hôtels totalisant 1303 chambres dont une majorité en catégorie 3 étoiles depuis les modifications des normes de classement effectuées en 2012 ; Le territoire offre ainsi un parc hôtelier en progression qualitative en raison des nouvelles normes de classement mais aussi par les travaux d'amélioration et d'extension entrepris par les hôteliers eux-mêmes.
- 8 terrains de camping, principalement publics, 550 emplacements dont 46% en catégorie trois étoiles et plus. Les reclassements ont peu impacté ce parc.
- 76 maisons d'hôtes offrant environ 190 chambres, 78 % sont labellisées (dont 70 % de niveau 3 et 4 clés ou épis)
- 260 meublés de tourisme dont 74 % sont labellisés -Gîte de France et Clévacances- dont 40 % sont classés 3 ou 4 épis-clés-étoiles.
- 12 hébergements collectifs ouverts au public touristiques (résidences, gîtes de groupes, centres d'hébergements familiaux,...) pour environ 700 lits. A noter dans cette catégorie l'entrée de résidences de tourisme/ résidences étudiants ou centres de formation (Appart City, MFR)
- 1000 résidences secondaires
- 13 embarcadères ou loueurs de canoës
- 6 loueurs de vélos et 300 km d'itinéraires balisés
- 9 centres équestres

En matière de fréquentation, quelques données majeures à considérer :

- 490 000 touristes accueillis sur le secteur Grand Site de France (données étude Parc 2013 – hors clientèle affaires)
- 223 500 nuitées en hôtellerie, en baisse de 6.8 % par rapport à 2013, après deux années de croissance depuis 2011 : l'atonie économique nationale et la baisse de l'activité « affaires » en sont les responsables (pour mémoire, les nuitées en résidence de tourisme ne sont pas comptabilisées)
- 55 000 nuitées en camping, contre 59 000 en 2013, baisse de 6.8 % également, après deux années de hausse.
- Environ 100 000 visiteurs dans les 5 principaux sites de visites, stable en 2014 après une hausse de 25 % sur deux ans
- Une clientèle française à 85 % - puis britannique, belge et espagnole pour l'international environ 10 000 camping-cars accueillis principalement sur Coulon et Arçais ; la fréquentation des sites de Niort et Mauzé sur le Mignon reste bien moins importante.
- Une collecte de taxe de séjour à hauteur de 235 000 € en 2014 (données mars 2015) contre 215 000 € en 2013, 161 000 € en 2012 et 155 000 en 2011.

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, 20% en excursion
- que, pour ceux qui sont en séjour, 80% sont hébergés sur le territoire de la CAN

Notre clientèle (excursionnistes et touristes) provient principalement des Deux-Sèvres et des territoires voisins : Charente-Maritime /Vendée /Loire Atlantique /Gironde /Vienne /Maine et Loire / Paris et de l'Île de France (départements 75, 78 et 92).

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 de l'enquête SOFRES sur le suivi des déplacements touristiques des français de plus de 15 ans, consolidées sur le département des Deux-Sèvres en 2010 et 2011, séjours personnels hors déplacements Affaires).

Notre clientèle est principalement le fait de couples (moyenne 30-45 ans) sans enfant.

Une clientèle étrangère faible (15 % de la fréquentation) : britannique pour 40 %, belge pour 25 % espagnole pour 9 %, néerlandaise pour 7 % et allemande pour 6 %

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

Estimation du chiffre d'Affaires :

Le territoire Niort Marais Poitevin « pèse » 45 millions d'euros soit, à lui seul, 32.5 % du Chiffre d'Affaires touristique du département (données 2011).

L'hébergement en secteur marchand représente quant à lui 1/3 de ce chiffre d'affaires (11 millions). L'Agence de Développement Touristique 79 actualisera ces données en 2015.

L'Office de Tourisme : C'est quoi ? Pour quoi faire ?

Observer

- 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 1er janvier 2010 sous forme d'**Établissement Public** à caractère Industriel et Commercial (E.P.I.C.).

Accueillir et
informer

- 12 permanents répartis en quatre grands pôles : Accueil – Information (5) / Commercial (3) / Communication (2) et Administration (2)

- 1 bureau d'accueil permanent à Niort et 3 bureaux d'accueil saisonniers ouverts tous les jours entre 4 et 8 mois par an selon leur fréquentation : environ 345 jours d'ouverture sur l'année en 2014 !

Fédérer les
acteurs

- Un budget prévisionnel d'environ 935 000 € en 2014 avec une contribution CAN à hauteur de 450 000€

- Plus de 300 acteurs touristiques « partenaires » de l'Office de Tourisme

- Un renfort saisonnier au travers de CDD saisonniers ou de dispositifs d'emplois aidés (CAE CUI) et le recours en 2013 à des jeunes en contrat Emploi d'Avenir. ; sur 2014 les effectifs atteignent 18 équivalents temps plein.

- Un volume d'affaires d'environ 518 000 € généré directement ou indirectement par l'Office de Tourisme et ses partenaires institutionnels au profit des acteurs locaux.

5 missions principales :

Promouvoir la
destination

- **Accueillir et informer** : mission première de l'Office de Tourisme ! 2014 a vu la création d'un nouveau bureau d'accueil à Niort, rue Brisson, espace alliant en centre-ville la qualité du patrimoine aux nouvelles pratiques des visiteurs. La réussite de cet aménagement participe au renouveau du centre-ville. En parallèle, l'accueil saisonnier d'Arçais a également connu un réaménagement complet qui accompagne la commune dans ses efforts de valorisation du patrimoine avec l'obtention du label « Petite cité de caractère » !

Commercialiser
nos produits

- **Promouvoir la destination** : compétence partagée avec l'agence départementale et le comité régional du tourisme mais également le Parc Naturel régional du Marais poitevin. En 2014, l'Office de Tourisme a concentré son action de promotion sur un de ses principaux bassins de clientèle, le Val de Loire, au travers d'actions de communication grand public (salon de Nantes, campagne d'affichage Bus sur Nantes, packaging de 100 000 sacs à baguettes et de sets de table, insertion journaux gratuits sur Tours).

• **Commercialiser nos produits** : Depuis 2011, l'Office de Tourisme consolide sa fonction d'apporteur d'affaires pour le compte des prestataires touristiques du territoire au travers de ses activités de billetterie, de vente de séjours groupes ou du tourisme d'Affaires. En 2014, les résultats engrangés suite à la réorganisation initiée en 2013, permettent d'améliorer de 50 % la marge commerciale de l'Office de Tourisme. Le volume d'affaires généré atteint 518 000 €. Une démarche spécifique avec le lancement d'un club « Affaires » est impulsée pour renforcer le développement de cette filière.

• **Fédérer les acteurs** : l'Office de Tourisme poursuit sa fonction de conseil au profit des prestataires-partenaires qui le sollicitent pour leur support de communication, stratégie commerciale, projets de développement,... Il propose des formations (ateliers web) ou des « éductours » pour les aider à développer leur activité. Il mène également des actions ciblant les nouveaux habitants pour en faire des prescripteurs du territoire.

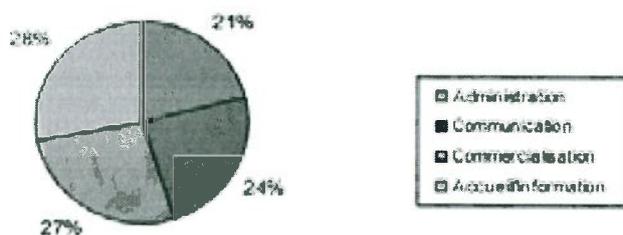
• **Observer** : au travers des études ou enquêtes menées par le Comité Régional du Tourisme, le Parc ou l'ADT 79 (fréquentation des Hôtels et Campings de l'INSEE, enquête SOFRES), l'Office de tourisme recueille les données relatives aux fréquentations des sites de visite. Il analyse la provenance des touristes se présentant dans ses bureaux d'accueil. Depuis 2013, il s'engage aux côtés de l'ADT 79 dans une étude sur deux ans des flux d'échanges gérés par l'opérateur de téléphonie mobile Orange.

L'Office de Tourisme assure ces missions pour le compte de la Communauté d'Agglomération du Niortais qui le dote d'une subvention annuelle de fonctionnement.

Il s'appuie pour la mise en oeuvre de ces actions sur des prestataires touristiques qui ont fait le choix d'être partenaire de leur office afin d'en accroître l'efficacité en contribuant à son budget par des partenariats de niveau « bronze », « argent » ou « platine » ou par l'achat d'espaces publicitaires. Cet accompagnement représente environ 125 000 € TTC chaque année.

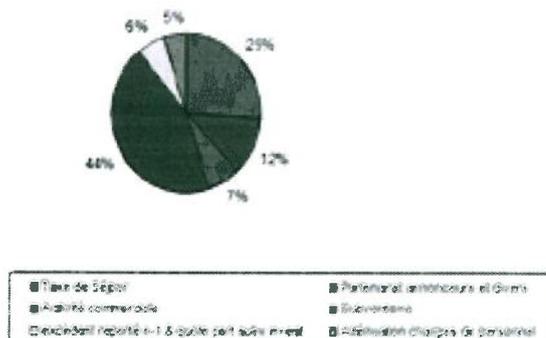
En plus des subventions publiques – dont celles du Département et de la Région- l'Office génère ses propres ressources commerciales (boutique et commissions sur ventes) pour environ 60 000 € TTC et perçoit la totalité du produit de la taxe de séjour collectée par les hébergeurs sur le territoire communautaire.

Dépenses de l'office de tourisme par pôle



Pour information la masse salariale représente 64% du budget global

Répartition des ressources de l'Office de tourisme en 2014



7 informations à retenir pour 2014!

- L'année 2014 marque la fin de la réorganisation de l'Office de Tourisme et son déploiement conformément à son projet de développement :
 - par ses nouveaux locaux sur Niort et Arçais
 - par sa nouvelle dynamique commerciale et son rôle affirmé d'apporteur d'affaires
 - par la consolidation de ses outils de communication
 - par l'accroissement de ses recettes propres (partenariats et marges)

- La saison 2014 a mis fin à deux années consécutives de printemps aux conditions météorologiques défavorables ; en revanche juillet et août n'ont pas bénéficié d'un bon ensoleillement ce qui impacte négativement les activités de loisirs de plein-air.

- Au final, une activité touristique tout juste satisfaisante, qui ne permet pas d'améliorer la trésorerie des entreprises après 2 années très moyennes.

Côté Tourisme d'Affaires, l'hôtellerie niortaise a connu en 2014 une activité en baisse surtout sur le second semestre. Ainsi le nombre de nuitées diminue et s'accompagne également d'une baisse du revenu moyen généré par chambre.

Les conditions climatiques et la morosité économique ambiante s'additionnent pour dessiner un bilan en demi-teinte.

- Le Marais poitevin retrouve avant l'été son label Parc Naturel Régional dans la continuité des labels Grand Site de France et EDEN octroyés les années passées. Ce label accompagne les perspectives de développement touristique autour du vélo et du fluvial.
- Une démarche concertée sur le Tourisme d'affaires en liaison avec les Chambres consulaires, l'ADT 79 et la Comité Départemental Olympique et Sportif. La stratégie déployée prévoit, d'une part, d'identifier et d'épauler les Deux-sévriens susceptibles de porter la candidature de Niort pour recevoir un évènement d'entreprises, d'une fédération ou union,... et d'autre part, d'engager des actions ciblées de promotion vers l'extérieur au travers d'un club « affaires » réunissant les acteurs locaux.
- Un chiffre d'affaires global direct en progression de 12 % soit 445 000 € TTC (hors Open System) et une marge commerciale en hausse de 32 %. Le volume d'Affaires traité par Open System (système de vente en ligne proposé gratuitement par l'ADT 79 et la Région) atteint 73 000 € en 2014 (+3 % / 2013).
- Environ 45 000 visiteurs ont fréquenté nos différents bureaux d'accueil pour des demandes d'information traitées en vis-à-vis. Ces derniers nous ont permis de générer une billetterie estivale de 114 000 € (x 3.5 par rapport à 2013) ; Coulon reste le principal bureau d'accueil en terme de fréquentation, suivi de celui d'Arçais et de Niort.

Nouveaux
locaux

Tourisme
d'affaires

Label Parc
Naturel
Régional

Billetterie

Accueil

Chiffres
d'affaires

L'action de l'Office de Tourisme communautaire en détail :

L'Office de Tourisme communautaire a défini fin 2012 un projet stratégique sur la période 2013/2016 intégrant les orientations de la CAN précisées dans le Schéma de développement touristique voté en 2012, les défis structurels auxquels sont confrontés tous les Offices de tourisme de France et enfin les enjeux spécifiques à la consolidation de ses propres actions.

Les actions qu'il mène depuis 2013 s'inscrivent dans ce cadre stratégique.

Le plan d'actions 2014 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 en quatre secteurs :

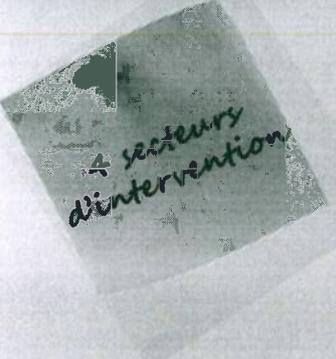
- La promotion et la valorisation du territoire
- L'accueil et l'information des clientèles
- La commercialisation de l'offre touristique
- La mobilisation des acteurs locaux

Ces diverses missions sont mises en œuvre dans le respect de la convention signée entre l'Office de Tourisme, l'ADT 79 et la Région en 2011 et qui précise les champs de compétences des différents acteurs institutionnels du tourisme.

1. Promouvoir et communiquer :

Le rôle primordial du numérique : « coller » 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.
- Le site internet www.niortmaraispoitevin.com adossé à un système d'information touristique alimentant ses différents outils de communication, créé début 2011, poursuit sa croissance : il a enregistré 135 000 visites en 2012 (+ 29 %/ 2011) et 166 857 visites sur 2013 et 203 239 en 2014 (+ 21,5 %). Cela représente 693 000 pages consultées (contre 627 000 en 2013).
- Les versions « mobiles » totalisent 11 000 connexions (contre 8 000 en 2013) sur ses déclinaisons (.mobi et applications pour téléphones sous Android ou IOS « niortmaraispoitevin Tour »).
- La version anglaise a été consultée 7 200 fois en mars 2014.
- Le site a connu une évolution forte en 2014 avec la mise en place de nouvelles fonctionnalités autour de rubriques (Bons plans- Le Blog), l'intégration de bannières publicitaires, l'affichage prioritaire des fiches mises à jour, la traduction en anglais,...



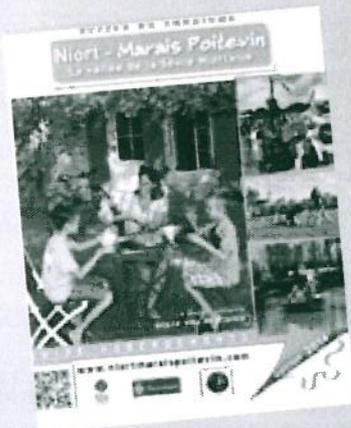
Site internet



- Ces évolutions participent à l'accroissement régulier de la fréquentation du site.
- **A noter en 2014 :** l'Office a bénéficié du renfort d'un webmaster en CDD de 18 mois (avec co-financement du Parc du Marais poitevin dans le cadre d'une mission sur la refonte du site « www.emotion-marais-poitevin.com » - cf chapitre organisation administrative et fonctionnement de l'OT) qui a permis d'optimiser le site internet et d'en améliorer le référencement ; cet appui aura permis de mieux intégrer les différents outils de communication de l'Office (écrans- bornes-sites internet).
- Le site « partenaire » Emotion Marais poitevin, alimenté partiellement par la base de données de l'Office de Tourisme, a recensé 86 000 visites cette année (+31 %). Le site départemental « tourisme-deux-sevres.com » est également adossé à cette base de données.
- La base de données gérée par l'Office de Tourisme est également reprise sur le site internet de l'ADT 79 et alimente les 7 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 CAN utilise.



Guide Pratique



Guide hébergement



Site internet



Application mobile

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

Même si les comportements évoluent, le recours à un guide que l'on peut consulter simplement et transporter aisément reste une réalité. Il n'en demeure pas moins vrai que ces supports doivent évoluer pour intégrer les nouvelles technologies : intégration de « QR codes », renvoi vers les applications mobiles,...

L'Office a édité ses brochures : 15 000 guides « Hébergements » (nouveau : intégration d'un Qr code par hébergement) et 35 000 « Guide Pratique » (présentation des 45 communes, nouvelle rubrique Traiteurs et bars à thèmes) pour participer aux différents salons touristiques (dès janvier) et pour l'ouverture des bureaux d'accueils saisonniers (fin mars).

La carte touristique réalisée conjointement avec le Parc interrégional du Marais poitevin a été éditée à 35 000 exemplaires. Elle a fait l'objet d'un tirage supplémentaire de 10 000 exemplaires dans l'été pour faire face aux besoins.

Les éditions de l'Office de Tourisme se complètent par le guide « Réservez vos loisirs » édité à 20 000 exemplaires et qui recense l'ensemble des activités et billetteries proposé à

la vente dans les bureaux d'accueil. Ce support permet de valoriser la billetterie estivale directement au profit des prestataires locaux.

Des sous-mains dédiés aux réceptions d'hôtels et loueurs de voiture : initié en 2013, ces supports organisés sous forme de feuillet 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 125 000 € TTC de recettes engrangées en 2014.*

Cette dynamique de partenariat, avec 300 prestataires-annonceurs 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

En liaison avec l'ADT 79, la structure a participé à deux salons touristiques « grand public » de Nantes (14-16 février – 39 000 visiteurs) et Liège (13-16 février - 20 000 visiteurs).

Le réseau Clévacances et l'Embarcadère Cardinaud nous ont accompagnés pour la première fois sur le salon nantais.

Réalisées en mutualisant les moyens humains et financiers avec les Offices de tourisme de Pôle et de l'ADT 79, ces opérations permettent à l'Office de Tourisme de suivre les attentes et besoins exprimés par nos visiteurs.

Dans le cadre du dispositif de communication **Emotion Marais Poitevin** associant la Région Poitou-Charentes, les ADT des Deux-Sèvres, de Vendée et de Charente-Maritime, le Parc interrégional du Marais poitevin et l'Office de Tourisme, la destination commune « Marais poitevin » a été promue dans sa globalité au travers de campagnes d'affichage à Paris (4 semaines d'affichage dans le métro entre le 19 mars et le 15 avril sur 413 faces réservées pour les 5 visuels retenus par la région).



Campagne d'affichage à Paris



Campagne d'affichage à Paris



Sous-main



Carte touristique

En matière de relations presse, une dizaine d'accueils presse (individuels ou groupés) a été organisée sur le territoire dans le cadre du travail partenarial avec la Région et l'ADT, structures qui recourent à des agences de presse à Paris ou à l'étranger !

2014 a surtout connu une intense activité en matière de couverture médiatique télévisuelle sur trois sujets : l'attribution du label Parc Naturel Régional, l'émission « Le Village préféré des Français » avec la candidature d'Arçais et reportages sur France 3.

Accueil Presse 2014

F	1	Maison de Campagne	Marais poitevin de Niort à l'Océan	Avril 2014 (reporté)	Problème de dispo photos
F	3	Guide du Moutard	Mise à jour édition 2015	Du 18 au 27 avril 2014	2015
F	4	Prestige et santé .com	Festival Terroir et Niort	26 au 29/6/2014	
D	7	Nest Magazine nature	Le Marais Poitevin (reportage PCM)	25 au 28 Août 2014	
F	8	City Magazine	Le Marais Poitevin de l'Océan à Niort	27 au 29 Août 2014	Printemps 2015
GB	9	The Daily record	La V43 (du marais à la Vallée du Thouet)	2 au 5 Octobre 2014	
D	10	RBB Info radio	PCC (Mellois, Niort, Marais)	18 au 21 septembre 2014	
F	12	France Bleu Poitou	Sorties Nature	Septembre 2014	
F	14	Télématin	Maisons de charme	Novembre 2014	Décembre 2014

Autres communications spécifiques

Entre avril et juin 2014, l'Office de Tourisme a initié une campagne de communication sur le Val de Loire, qui concentre une part importante de nos bassins émetteurs de clientèles (hors Ile de France et Poitou-Charentes).

Cette campagne accompagne la présence de l'Office et de ses partenaires sur le salon Tourisme de Nantes en février. Elle comporte quatre volets :

- une campagne d'affichage de deux semaines sur les flancs de bus de l'agglomération nantaise (177 faces de 152/68 cm)
- la diffusion de 100 000 sacs à baguette auprès d'un réseau de 40 boulangeries entre Angers et Nantes
- la diffusion de 40 000 sets de tables auprès de 35 restaurants d'Angers et Tours
- l'insertion d'un encart publicitaire dans le magazine TMV de Tours (30 000 ex)

Cette campagne mettait en avant une offre produit individuelle montée avec des hôteliers niortais sur le principe une nuit payée = une nuit offerte en week-end, complétée de deux activités (barque et musée).



Affiche flancs de bus

D'autres actions de communication ont été conduites au cours de la saison :

- avec des sets de tables (26 000 exemplaires) conçus avec la SEMTAN pour promouvoir la ligne de bus estivale « la maraichine »
- sous l'égide de la CAN, l'Office de Tourisme était présent sur la Foir'Expo de Niort en mai en lien avec le village du Tourisme initié par l'ADT 79 pour le lancement du dispositif Ambassadeur des Deux-Sèvres.
- l'Office s'est également mobilisé sur le Maraisthon de Coulon.

2. Accueillir et informer

2014 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 pas l'obliger à se rendre dans un bureau d'accueil, dont l'implantation et les heures d'ouvertures peuvent représenter une contrainte.

L'activité dans les bureaux d'accueil :

Au cours de l'année 2014, l'Office de Tourisme a accueilli environ 45 000 personnes en face-à-face au sein de nos accueils; cette fréquentation 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.

Pour 2014, la fréquentation se répartie comme suit par bureau d'accueil :

- Coulon : 9 534 contacts soit 22 527 personnes
- Arçais : 6 369 contacts soit 11 664 personnes
- Niort : 4 132 contacts soit 9 514 personnes
- St Hilaire la Palud : 623 contacts soit 1 296 personnes

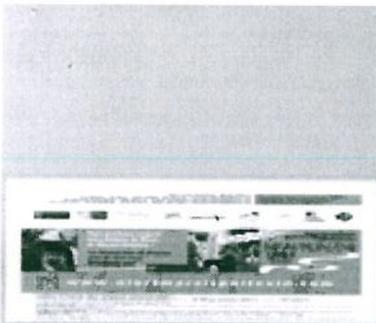
Un système de comptage est implanté depuis l'été 2014 pour tenter de suivre précisément l'évolution des flux de clientèle à Coulon et Arçais ; un système spécifique sera implanté sur Niort en fonction des technologies à mobiliser.

Cette clientèle, bien qu'en diminution, reste une cible prioritaire en raison du chiffre d'affaires « billetterie » qu'elle peut générer au sein des bureaux d'accueil qu'elle fréquente.

Les implantations physiques sur le territoire :

2014 a vu le maintien des 4 bureaux d'information sur le territoire :

- Niort, ouvert à l'année, et centralisant la gestion des demandes d'information par courriers, courriels ou téléphone,
- Coulon, ouvert de mi-mars à mi-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,



Sac à Baguette



Accueil Brissou



Accueil Arçais



- Arçais, ouvert d'avril à septembre, 7j/7,
- St-Hilaire-la-Palud, dont l'amplitude d'ouverture se réduit, de mi-avril à fin août au regard des flux de visiteurs enregistrés.

Pour assurer ce déploiement estival, l'Office de Tourisme a recours à des renforts saisonniers en complément d'autres types de contrats aidés : contrat CAE de 8 mois renouvelables et contrats Emploi d'Avenir de trois ans.

Le déploiement de bornes d'information : 7 sont aujourd'hui implantées à Coulon, St-Hilaire-la-Palud, Mauzé-sur-le-Mignon, Arçais, Echiré, Sansais et Niort.

11 600 consultations ont été enregistrées en 2012, 16 029 en 2013 et 19 295 en 2014 (+20%).

Ces bornes accessibles 24/24 offrent un accès public wifi et permettent également de valoriser nos 5 sites de visite au moyen d'écrans apparaissant lorsque les bornes ne sont pas utilisées par le public. Ces bornes ont été remplacées par une version plus récente comprenant un écran tactile.

Des présentoirs dans chacune des communes du territoire niortais : les communes de la CAN sont équipées permettant de mettre à disposition du public des fiches descriptives présentant les attraits de chacune d'elles. Les présentoirs permettent de mobiliser les communes autour du développement touristique communautaire. Le déploiement sur les 16 communes entrantes de la CAN reste à mettre en œuvre.

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 huitième édition, l'Office proposait des balades en canoë et kayak, la location de pédalos ainsi que des promenades en poney. Cette manifestation, a débuté plus tardivement en 2014, sur un nombre de semaines plus réduit et avec une pause hebdomadaire le lundi ce qui explique une baisse des ventes cette année en raison également d'une météo peu favorable.

En parallèle, diverses visites guidées nocturnes de la ville en canoë depuis la Sèvre niortaise sont organisées chaque mercredi et rencontrent un vif succès.

Ce dispositif génère un chiffre d'affaires de l'ordre de 15 000 € TTC (en baisse de 22 % par rapport à 2013) et une marge de 8 000 € (-16 %) pour l'Office de Tourisme. Ce sont 13 000 personnes accueillies en 2014 sur ce temps fort de l'été niortais.

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 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.
- La diffusion de notre information Niort et Marais poitevin au travers de l'opération pilotée depuis 2012 par l'ADT 79 « Y'a quoi à voir en Deux-Sèvres » et qui assure la présence sur 160 totems répartis sur le territoire de fiches descriptives relatives à nos sites et activités.



Borne d'information



3. Commercialiser

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

- Renforcer son rôle d'apporteur d'affaires 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 (patrimoine architectural, culinaire, rallyes 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. L'OT cible certaines filières économiques (Agro alimentaire – Automobile et BTP) et certains territoires (Gironde, Loire Atlantique, Ile et Vilaine) afin de ne pas concurrencer l'action directe des autres acteurs locaux.
- 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.

2013 a permis de consolider l'organisation du service commercial avec la mise en place de « portefeuilles clients ». Cette nouvelle répartition a été effective sur l'année 2014 entière et a démontré son bien-fondé, le volume d'affaires (hors Open System) de l'Office de Tourisme atteignant 445 000 € TTC (+12%)

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 ; ces actions couvrent, pour l'année 2014 , 4 secteurs :

L'organisation de séminaires et congrès :

En matière de séminaires, une action structurée de démarchage a été initiée suite au recrutement d'un stagiaire en 2012, resté un an au sein de la structure au travers d'un contrat d'apprentissage. Un fichier de prospects (600 entreprises de + de 50 salariés) acquis auprès du réseau des Chambres consulaires a été qualifié (taux de qualification à 50%) et permet dorénavant de poursuivre une démarche de prospection plus intense ; une lettre d'information dédiée (newsletter) est ainsi envoyée trois fois par an pour proposer notre destination aux organisateurs ciblés de séminaires. L'Office de Tourisme s'est doté du logiciel Sarbacane pour mener ces actions.

Les départements cibles sont la Loire Atlantique, la Gironde et l'Ile et Vilaine complétés en 2013 de la Dordogne et de l'Indre et Loire, puis de la Sarthe, du Maine et Loire et de la Mayenne. Les secteurs d'activités privilégiés sont l'automobile, le BTP et l'agro-alimentaire.

L'exploitation de nos fichiers « contacts » et une meilleure organisation du service ont permis d'accroître de 40% le Chiffre d'Affaires 2014 en s'appuyant notamment sur des clients fidèles (DARVA, ERDF,...)





Logo du Club Affaires



Carton d'invitation au Club Affaires

Le secteur « congrès et événements », l'année 2014 est marqué par le déploiement du partenariat noué 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 événements professionnels de leur réseau.

Cette action se complète d'une action de projection vers l'extérieur de notre territoire au travers d'un Club Affaires lancé en novembre 2014 et qui associe hébergeurs, sites de visites, restaurateurs, agences événementielles, loueurs de salles,....

L'Office de Tourisme est reconnu pour sa capacité à fournir un appui logistique et un accompagnement sans faille auprès des organisateurs de ces événements. Tant sur l'hébergement, la restauration, le transport ou les activités loisirs, le savoir-faire de l'Office de Tourisme est un atout indéniable de la destination pour la réussite des événements professionnels qu'elle accueille.

Ce savoir-faire permet à l'Office de tourisme de rejoindre le réseau national Congrès-cités qui regroupe 18 villes de taille moyenne réparties en France ; L'objectif de ce réseau est d'engager une démarche collective de prospection autour des événements/congrès qui tournent en France en garantissant une qualité de service constante de ville à ville.

A l'automne, l'Office de Tourisme a participé, dans le cadre de Congrès Cités, au salon professionnel «Réunir» qui se tient en septembre à Paris.

Au final, l'activité séminaires & congrès a généré un volume d'Affaires, en forte baisse, de 113 000 € TTC (moins de congrès) mais représente une marge, en forte progressions de 22 000 € TTC pour le compte de l'Office, en raison des prestations directes fournies aux organisateurs.

L'Office de Tourisme assume également principalement en interne diverses visites de ville pour les groupes (scolaires ou adultes).

La vente de produits et séjours :

L'Office de Tourisme propose la commercialisation de séjours individuels (coffrets Cadeaux notamment) mais cible principalement les groupes dans le cadre d'une action coordonnée avec l'ADT 79.

Depuis 2011, l'activité « séjour individuel » a fortement décliné en raison de l'érosion des produits packagés pour les individuels (coffrets cadeaux Dakota, Smartbox,...). En 2014, cette baisse se poursuit avec un chiffre d'affaires de 5000 € TTC (-15%). L'Office de Tourisme se concentre vers une valorisation de ces forfaits ou séjours individuels et les décline par public et par saison.

L'activité Groupes, après une année 2013 exceptionnelle (progression du CA de 78 %), se caractérise par une baisse légère (- 5 %) en 2014 ; 170 contacts engrangés en 2014 (contre 177 en 2013) ont ainsi généré 60 contrats (contre 43 en 2013) ce qui s'explique par une meilleure démarche commerciale (hausse du taux de transformation à 35 % contre 24 %) mais une baisse du panier moyen (des prestations plus simples combinées à des groupes plus petits) ; cette activité représente un chiffre d'affaires de 101 000 € et une marge de 11 000 €.

Le partenariat avec l'ADT 79 est essentiel dans cette démarche de commercialisation des groupes ; l'ADT conçoit et diffuse une plaquette commerciale « groupes » auprès du fichier national des clubs, CE et autres associations. Elle réalise diverses opérations de promotion sur des événements professionnels ciblés (salons thématiques, journée de voyagistes et autocaristes,...).

L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin a renouvelé à l'automne pour trois années 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 : l'explosion des ventes consécutive à notre réorganisation !

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 activité se renforce année après année et nous permet de disposer d'une offre intéressante pour nos visiteurs qui fréquentent nos bureaux d'accueil.

En 2014, l'activité « Billetterie » est multipliée par 3.5 pour atteindre 113 800€ TTC. L'Office de Tourisme consolide ainsi fortement son rôle d'apporteur d'affaires auprès des prestataires de loisirs et sites de visite.

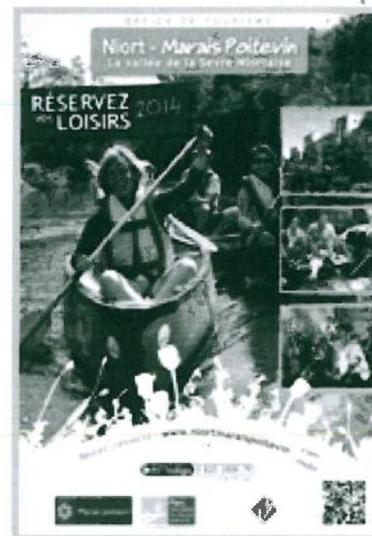
Cette progression est le fruit du travail de simplification de notre offre

Articles de la Boutique

(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. 2014 a vu la création d'une collection d'objets promotionnels (porteclés, stylos, tasse,) qui a grandement participé à l'accroissement du chiffre d'affaires.

Les activités « Billetterie » (hors Niort Plage) et « Boutique » représentent respectivement 113 800 € (+ 250 %) et 40 500 € (+ 78 %) soit 154 300 € TTC en 2014 contre 54 800 € en 2013 et 59 000 € en 2012 (hausse de 12 %) dégagent une marge pour l'Office de Tourisme d'environ 20 300 € TTC (contre 8 600 € TTC l'an passé).



Guide billetterie

Ce montant n'intègre pas les 56 700 € 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 57 900 en 2013, 54 000 € en 2011 et 56 000 € en 2012).

Les autres actions d'accompagnement commercial :

Pour la seconde année consécutive, l'Office de Tourisme a participé pour la seconde année au salon « Espace CE » à Niort en partenariat avec la So Space, gestionnaire de l'Acclameur ; cette action a permis de s'afficher face à 300 CE et a généré environ 40 contacts.

Open System

En 2014, l'ADT 79 et la 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 2014, près de 40 prestataires touristiques (dont 15 au travers de passerelles technologiques entre Open System et leur propre système de réservation - hôtels du groupe Accor, PMS Réserveit ou UNICAMP,...), pour l'essentiel hébergeurs, bénéficient de cette solution sur notre territoire.

Le chiffre d'affaires traité au travers de ce dispositif représente, pour les 25 prestataires qui utilisent Open System hors passerelles, la somme de 73 000 € en 2014 contre 71 000 € TTC en 2013, 60 000 € en 2012 et 44 000 € TTC en 2011 soit une progression de 66 % en 3 ans.

Au final, ces diverses actions commerciales génèrent, hors Open System, un volume d'affaires d'environ 445 000 € TTC en 2014 - contre 362 000 € en 2013, 390 000 € en 2012, 315 000 € en 2011 et 360 000 € en 2010.

La marge brute dégagée progresse de 32 % à 62 000 €, contre 45 000 € en 2013, 44 000 € TTC en 2012, 40 000 € TTC en 2011 et 44 000 € en 2010.

L'Office de Tourisme connaît donc en 2014 sa première année de déploiement commercial consécutif à la mise en place de la stratégie définie fin 2011 et aux réorganisations menées en 2013.



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 2014, cette lettre d'information est parue 12 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 au printemps les nouveaux prestataires du territoire à deux « éductours » pour découvrir (ou redécouvrir) nos principaux sites touristiques.

En 2014, l'OT a renouvelé l'action d'accueil des Nouveaux Habitants, organisée conjointement cette fois avec la CAN et le Ville de Niort, en les invitant à une visite gratuite et commentée de Niort et du village d'Arçais à partir de fichiers loués auprès de La Poste. Ce dispositif s'est complété d'une participation en octobre à la Foire aux vins de La Foye Montjault.

- **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.
- **Dans le cadre du Plan de Formation Inter-filières initié par la région Poitou-Charentes, les prestataires locaux ont ainsi pu participer à des formations** organisées conjointement avec le Parc du Marais poitevin et la FROTSI. En 2014, trois ateliers ont été mis en place gratuitement par l'Office de Tourisme pour accompagner les prestataires dans leur appropriation des outils internet.
- **Formation des relais d'information** : après des personnels de La SNCF (2013), ce sont des agents municipaux en contact avec le public touristique qui ont bénéficié d'une sensibilisation à l'offre patrimoniale et de loisirs du territoire.
- **Nouveauté 2014 : le dispositif départemental Ambassadeurs** : cette démarche tend à s'appuyer sur les habitants des Deux-Sèvres qui accueillent une part essentielle des touristes en séjour sur le territoire (80% sont logés hors secteur marchand) ; il s'agit de les sensibiliser à la richesse touristique du territoire et d'en faire des « ambassadeurs ». La Carte « Ambassadeurs » est délivrée gratuitement et permet soit de bénéficier de réduction sous certaines conditions, soit d'être associé à des temps particuliers (inauguration, visite privée,...). L'ensemble des offres et avantages est disponible sur la page dédiée du site www.tourisme-deux-sevres.com.

Journées d'Eductour dans le Marais poitevin



Développement et réflexions : préparons l'avenir !

Pour mémoire, l'Office de tourisme participe aux différents travaux initiés par la CAN quant à ses schémas de développement, documents règlementaires, 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 dont les quatre enjeux majeurs ont été précisés dès 2011 :

- Affirmer la Sèvre niortaise comme véritable épine dorsale touristique
- Conforter l'activité existante tout en préservant notre patrimoine commun
- Accroître les retombées économiques en étendant l'activité dans le temps et l'espace
- Accompagner l'appropriation touristique du territoire par la population locale

Les orientations de la CAN sont ainsi relayées par l'Office de Tourisme ; Plus directement la CAN, au travers d'appels à projets, initie des projets locaux participant à la politique définie.

En 2014, l'Office de Tourisme a été mobilisé pour conseil sur des projets individuels (hébergements chez l'habitant, hôtels, restaurants, vélos...) ou portés par des collectivités (camping, MFR, signalétique,).

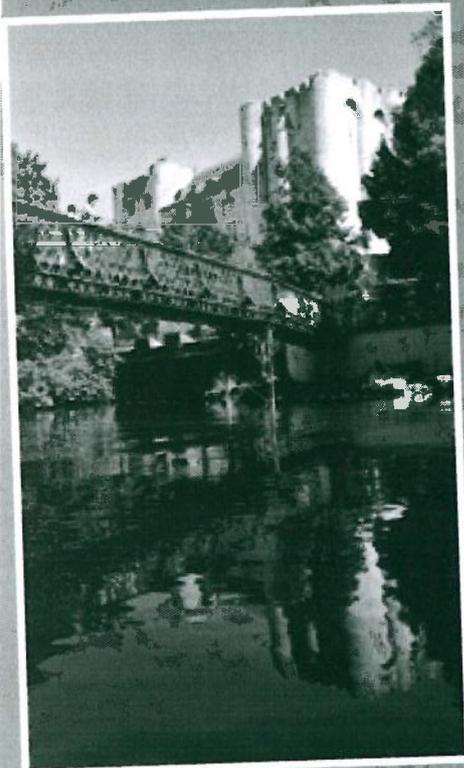
Equipements structurants :

L'Office de Tourisme participe également à une approche collective autour de l'itinéraire Véloroute-Voie Verte « V43 » - devenue « La Vélofrancette » - reliant la Manche à la Rochelle en passant par Saumur, Niort et le Marais poitevin ; cette démarche sur 3 ans, en globalisant des budgets de promotion, permettra de créer une marque propre à cet itinéraire européen et des outils de communication en lien avec France Vélo Tourisme à des fins de développement du Cyclotourisme.

En matière d'activité fluviale, l'Office de Tourisme accompagne l'ADT 79 dans ses réflexions pour le redéploiement d'une activité fluviale sur la Sèvre niortaise, à partir de bateaux habitables, entre Niort et Marans avec extension d'itinéraires vers la Rochelle. 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.

En matière de développement de l'offre patrimoniale et de sa valorisation, l'Office de Tourisme est partenaire du « Pass patrimoine » initié par le service des musées de la CAN.

En collaboration avec l'université de La Rochelle, l'Office de Tourisme a également engagé un partenariat avec le master professionnel « Patrimoines Multimédia et Tourisme » de la Faculté des Lettres, Langues, Arts et Sciences Humaines Université de La Rochelle. Prévu sur trois ans, ce projet a permis la réalisation de vidéos notamment sur les sujets de la chamoiserie et de la batellerie.



Le donjon de Niort



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

2014 a été marquée par la création au 1er janvier 2014 de la Communauté d'Agglomération du Niortais comprenant 45 communes et par le renouvellement des conseils municipaux suite aux élections de mars.

Ces rendez-vous institutionnels ont nécessité de renouveler la composition du Comité de Direction de l'Office de Tourisme du fait de son statut d'Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC).

Ce fût l'occasion, à effectif constant, d'assurer quelques modifications pour assurer la représentation de filières touristiques jusqu'alors non représentées : la randonnée, le tourisme d'Affaires, les savoir-faire, les sites de visites. 22 élus communautaires, 15 socio-professionnels et 2 personnes qualifiées constituent les membres titulaires du Comité de direction et sont associés à autant de membres suppléants.

Quatre autres opérateurs participent sans voix délibérative au comité de direction : la Maison du Marais poitevin, l'Agence de Développement Touristique, le Comité Régional du Tourisme et le Parc Interrégional du Marais poitevin.

Le renouvellement du Comité de Direction a permis de revalider la stratégie de développement 2013/2016 « L'Office de Tourisme hors les murs » (annexe 1) qui oriente l'action conduite par l'EPIC depuis le vote du Schéma Tourisme de la CAN fin 2012.

Le premier semestre 2014 a été marqué par le renouvellement des élus communautaires ; il faudra attendre le second semestre pour retrouver un rythme de fonctionnement régulier. Dans ce contexte perturbé, le nombre requis de Comités de Direction a été respecté (6 Comités minimum par an).

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

Des commissions préparatoires thématiques :

Le Comité de Direction est un organe de décision qui s'appuie sur les travaux préparatoires réalisés au sein de quatre commissions thématiques qui étudient en amont les opérations et projets ; ces commissions ont abordé les sujets suivants :

Commission Accueil Information : cette commission intervient d'abord sur le schéma d'organisation et les amplitudes d'ouverture des accueils touristiques (cf annexe 3) déployés sur le territoire avec le recentrage sur les communes de Coulon, Arçais, Saint Hilaire la Palud et Niort.



Commission Communication : cette commission intervient principalement sur les nouveaux outils de communication. Cette commission a également suivi les actions de communication en lien avec la démarche « Emotion Marais Poitevin » et les partenariats avec l'ADT ou le Parc.

Commission Commercialisation : La commission suit la mise en oeuvre de la stratégie globale de commercialisation votée en septembre 2011 en lien avec l'action conduite par l'Agence de développement Touristique des Deux-Sèvres. Elle assure la cohérence des actions entreprises avec celles conduites par les opérateurs privés qui interviennent sur ce champ. Pour 2013, elle a particulièrement suivi le déploiement de l'action « affaires » autour du lancement de la dynamique de mobilisation des porteurs de projets locaux avec les chambres consulaires des Deux-Sèvres. Cette commission pourrait évoluer vers un club « affaires » plus approprié aux enjeux du secteur.

Commission Finances et Social : principalement en charge du suivi du cadre budgétaire, cette commission prépare le Budget prévisionnel, les Décisions Modificatives et le Budget Supplémentaire. Aucun membre du Comité de Direction n'ayant souhaité rejoindre cette commission, elle ne s'est pas réunie en 2014.

Compte tenu du calendrier électoral 2014, ces commissions ne se sont pas réunies au dernier trimestre pour aborder les projets et organisation 2015.

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

Compte tenu du départ mi-2013 du Directeur adjoint en charge du pôle Accueil Information Promotion, et de la réorganisation du pôle commercial entreprise à cette même période, une nouvelle structuration de l'Office de Tourisme a été testée à l'automne 2013 et officialisée début 2014 :

- une organisation générale autour de quatre responsables de pôle, Mme TENAILLEAU prenant notamment la responsabilité du Pôle Accueil ; un effort est entrepris sur ce pôle pour établir un livret d'accueil et des procédures plus complètes compte-tenu de la multiplicité des missions et outils devant être utilisés par les conseillers en séjour.
- un service commercial avec une évolution 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 dorénavant assignés à ces personnels.
- le dispositif de primes ou avantages alloués en fonction des recettes commerciales et de partenariats engrangés a été reconduit en 2014 ; ce dispositif incitatif permet de motiver les équipes autour d'un objectif d'accroissement du volume d'affaires généré par l'Office de Tourisme au profit des prestataires touristiques ; ce dispositif évolue pour individualiser davantage les objectifs et devient effectif pour 2015
- enfin, poursuite du dispositif 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.

2014 a enfin été l'occasion de préparer les ajustements nécessaires du fonctionnement de l'Office de Tourisme pour anticiper des baisses prochaines de subventions publiques émanant du Département et de la Région.

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.



Point sur les évolutions principales relatives aux effectifs :

	Au 1er janvier 2013 :	Au 31 décembre 2013	Au 31 décembre 2014
Effectifs cadres	2	1	1
Agents de maîtrise	4	4	6 dont 1 CDD
Employés	7	7	6 dont 1 congé parental
Apprentis	1	0	0
CAE	1	1	2
Contrat Emploi d'Avenir	0	2	3

Les effectifs permanents demeurent inchangés.

En 2014 le déploiement territorial (hors Niort Plage) a nécessité le recours à cinq CDD saisonniers, deux contrats aidés (CAE) représentant 36 « équivalent mois » de CDD et un budget net d'environ 54 000 € (aides de l'Etat déduites). Dès 2013, l'Office de Tourisme a fait le choix de recruter trois jeunes en contrats Emploi d'Avenir (2 dédiés à l'accueil, 1 dédié à l'administratif) pour renforcer dans des conditions financièrement avantageuses, sa capacité d'action.

Depuis sa création en 2010, l'Office de Tourisme privilégie le recours à des contrats aidés pluriannuels afin de disposer de personnels formés agissant sur plusieurs saisons touristiques. Les CDD saisonniers sont également reconduits année après année ; en 2014, les « saisonniers » cumulaient souvent trois saisons d'ancienneté.

Pour accroître leurs connaissances et compétences, un module d'intégration d'une semaine imaginé en 2013 a été testé en 2014 et prévoit notamment la participation aux formations assurées par le Parc du Marais poitevin.

Engagement conventionnel avec des co-financeurs

L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin est reconnu comme « office de pôle » par le Département et la Région et bénéficie à ce titre d'une aide annuelle de 30 000 € de chacun de ces partenaires. En contrepartie, l'Office de Tourisme doit relayer les politiques départementales et régionales du tourisme afin de participer à la diffusion des flux touristiques sur l'ensemble de l'espace régional.

Le détail de ces engagements est fixé par voie de convention.

En 2014, l'Office de Tourisme et le Parc du Marais poitevin mettent en œuvre une action tendant à renforcer la mutualisation des outils internet entre les acteurs institutionnels ; entre Offices de tourisme, Agences de développement départementales et le Parc, la multiplication des supports de communication sur internet nuit à l'efficacité de nos actions ; aussi, à partir de l'exemple du site « Emotion marais poitevin », une réflexion est initiée pour rechercher un modèle qui répondent aux enjeux de chaque membre. Le constat final marque l'impossibilité de mettre en place un site unique du fait de la priorité donnée à des marques départementales. Cette situation aboutira à la disparition du site « emotion-marais-poitevin.com » en 2015.



Conclusion :

L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin, depuis sa création le 1er janvier 2010, a connu une importante mutation tant pour s'adapter aux nouvelles exigences du public touristique que pour s'orienter résolument dans son rôle d'apporteur d'affaires ou anticiper les répercussions de la réforme des collectivités.

Si des chantiers restent encore ouverts, beaucoup a déjà été fait et l'organisation réfléchie, préparée et déployée entre 2012 et 2014 a démontré cette année son efficacité :

- avec des résultats tangibles pour les activités de ventes (billetterie, affaires,...) et la dynamique impulsée au sein du pôle Commercial et du pôle Accueil
- avec un soutien renouvelé des prestataires locaux partenaires de l'Office au regard des services proposés
- avec des outils physiques ou numériques adaptés aux exigences des touristes accueillis dans de nouveaux bureaux d'accueil à Niort et Arçais

Les bases solides d'un office de Tourisme efficace et dynamique sont dorénavant posées ; il est en mesure de faire face aux nouvelles problématiques qui s'imposent aux Office de Tourisme tant en matière de ressources publiques mobilisables que de compétences à déployer.

