



Votants : 77

Convocation du Conseil d'Agglomération :

le 15 septembre 2017

Affichage du Compte-rendu Sommaire :

le 26 septembre 2017

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL

Séance du lundi 25 septembre 2017

TOURISME – RAPPORTS D'ACTIVITES ET FINANCIERS 2016 DE L'EPIC OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE NIORT MARAIS POITEVIN VALLEE DE LA SEVRE NIORTAISE

Titulaires présents :

Jérôme BALOGE, Alain BAUDIN, Anne BAUDOUIN, Daniel BAUDOUIN, Jean-Michel BEAUDIC, Thierry BEAUFILS, Jacques BILLY, Jean BOULAIS, Christian BREMAUD, Dany BREMAUD, Jacques BROSSARD, Sophie BROSSARD, Christelle CHASSAGNE, Charles-Antoine CHAVIER, Jean-Luc CLISSON, Didier DAVID, Sylvie DEBOEUF, Luc DELAGARDE, Stéphanie DELGUTTE, Thierry DEVAUTOUR, Pascal DUFORESTEL, Romain DUPEYROU, Gérard EPOULET, Jean-Claude FRADIN, Jean-Martial FREDON, Alain GRIPPON, Véronique HENIN-FERRER, Christine HYPEAU, Florent JARRIAULT, Agnès JARRY, Monique JOHNSON, Bruno JUGE, Gérard LABORDERIE, Alain LECOINTE, Alain LIAIGRE, Elisabeth MAILLARD, Elmano MARTINS, Philippe MAUFFREY, Josiane METAYER, Marie-Paule MILLASSEAU, Joël MISBERT, Marcel MOINARD, Serge MORIN, Jacques MORISSET, Rose-Marie NIETO, René PACAULT, Michel PAILLEY, Michel PANIER, Eric PERSAIS, Stéphane PIERRON, Alain PIVETEAU, Claude ROULLEAU, Jean-François SALANON, Cécilia SAN MARTIN ZBINDEN, Nathalie SEGUIN, Florent SIMMONET, Michel SIMON, Dominique SIX, Marc THEBAULT, Patrick THOMAS, Elodie TRUONG, Yvonne VACKER

Titulaires absents ayant donné pouvoir :

Jeanine BARBOTIN à Luc DELAGARDE, Carole BRUNETEAU à Florent SIMMONET, Marie-Chantal GARENNE à Cécilia SAN MARTIN ZBINDEN, Isabelle GODEAU à Monique JOHNSON, Anne-Lydie HOLTZ à Michel PAILLEY, Dominique JEUFFRAULT à Alain BAUDIN, Lucien-Jean LAHOUSSE à Dominique SIX, Rabah LAICHOURE à Florent JARRIAULT, Jacqueline LEFEBVRE à Christelle CHASSAGNE, Sophia MARC à Jacques BILLY, Jean-Pierre MIGAULT à Sophie BROSSARD, Claire RICHECOEUR à Jacques BROSSARD, Sylvette RIMBAUD à Marie-Paule MILLASSEAU, Michel VEDIE à Jean-François SALANON

Titulaires absents suppléés :

Dany MICHAUD par Jean-Claude CHATELIER

Titulaires absents :

Marie-Christelle BOUCHERY, Yamina BOUDAHMANI, Robert GOUSSEAU, Guillaume JUIN, Simon LAPLACE, Adrien PROUST, Céline VALEZE

Titulaires absents excusés :

Jeanine BARBOTIN, Carole BRUNETEAU, Jean-Romée CHARBONNEAU, Alain CHAUFFIER, Fabrice DESCAMPS, Marie-Chantal GARENNE, Gérard GIBAUT, Isabelle GODEAU, Anne-Lydie HOLTZ, Dominique JEUFFRAULT, Lucien-Jean LAHOUSSE, Rabah LAICHOURE, Jacqueline LEFEBVRE, Sophia MARC, Jean-Pierre MIGAULT, Claire RICHECOEUR, Sylvette RIMBAUD, Michel VEDIE

Président de séance : Jérôme BALOGE

Secrétaire de séance : Romain DUPEYROU

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DU NIORTAIS

CONSEIL D'AGGLOMERATION DU 25 SEPTEMBRE 2017

TOURISME – RAPPORTS D'ACTIVITES ET FINANCIERS 2016 DE L'EPIC OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE NIORT MARAIS POITEVIN VALLEE DE LA SEVRE NIORTAISE

Monsieur **Jérôme BALOGE**, Président, expose,

Après examen par la Conférence des Maires,

Sur proposition du Président,

Vu l'article L.133-8 du Code du Tourisme,

Le Conseil d'Agglomération a approuvé la prise de compétence facultative tourisme, ainsi que la création d'un Office de Tourisme communautaire sous statut Etablissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) dénommé « Office de tourisme Niort / Marais Poitevin / Vallée de la Sèvre Niortaise » afin d'exercer cette compétence.

Afin de permettre à l'EPIC « Office de tourisme Niort / Marais Poitevin / Vallée de la Sèvre Niortaise » d'assurer ses missions de service public administratif comme l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique du territoire, la Communauté d'Agglomération lui attribue annuellement une subvention dans les conditions d'une convention d'objectifs. La convention d'objectifs 2016 a été adoptée en Conseil d'Agglomération le 25 janvier 2016.

L'Office de Tourisme, dans le cadre de ladite convention, doit tenir à la disposition de la Communauté d'Agglomération du Niortais (CAN), des rapports financiers détaillés, ainsi qu'une synthèse précise de son activité.

L'Office de Tourisme a transmis à la CAN le rapport d'activités, le compte de gestion ainsi que le compte administratif, relatifs à l'exercice 2016 (documents annexés à la présente délibération).

Il est demandé au Conseil d'Agglomération de bien vouloir :

- Approuver les rapports d'activités et financiers 2016 de l'EPIC « Office de tourisme Niort / Marais Poitevin / Vallée de la Sèvre Niortaise ».

Le conseil adopte à l'unanimité cette délibération.

Pour : 76

Contre : 0

Abstention : 0

Non participé : 1 (Michel Simon)

Jérôme BALOGE

Président

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017



OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

Niort Marais poitevin

Vallée de la Sèvre niortaise



Une équipe à votre écoute



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

SERVICE COMMERCIAL : 05 49 35 99 29



Laurent GALLAS
Responsable de pôle
05.49.24.89.76
laurentgallas@niortmaraispoitevin.com



Estelle DECEMME
Groupe, Administratif



Ludivine 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@niortmaraispoitevin.com



Frédéric SOYEZ
Assistant base de données & NTIC



Arthur FOLLIN
Webmaster



Morgane DEROSARIO
Assistante éditions

SERVICE ACCUEIL : 05 49 24 18 79



Magalie TENAILLEAU
Responsable de pôle
05.49.24.03.70
magalietenailleau@niortmaraispoitevin.com



Béatrice VALADE
Conseillère en séjour



Morgane DEROSARIO
Conseillère en séjour



François ARNAUD
Conseiller en séjour



Jennifer GRAVELEAU
Responsable boutique



Séverine COUTÉ
Conseillère en séjour,
Animatrice réseau
partenaires



Mathilde COUTURIER
Conseillère en séjour

Sommaire

Organigramme	2
Le Tourisme en « Niort Marais poitevin »	4
L'Office de Tourisme : quelques données de cadrage	6
Les 6 informations à retenir pour 2016	9
L'action de l'Office de Tourisme en détail :	11
• Promouvoir et Communiquer	11
• Accueillir et informer	17
• Commercialiser	20
• Mobiliser les acteurs locaux	26
Politique de Développement et conseil aux porteurs de projets	28
L'organisation administrative et le fonctionnement de l'Office de Tourisme	30

Annexes

- Poids économique du tourisme sur le niortais	35
- Guide du partenariat 2016	38
- Plan d'actions 2016	50
- Grille d'ouverture des accueils	59

Le Tourisme en « Niort Marais Poitevin » !

La Communauté d'Agglomération du Niortais créée le 1^{er} janvier 2014 compte 45 communes. En matière touristique, ce territoire s'organise principalement autour

- d'une destination à forte notoriété, le Marais poitevin,
- d'une ville-centre, Niort, qui s'affirme pour les courts séjours touristiques et
- d'un Tourisme d'Affaires lié à l'activité économique des entreprises locales.

L'espace entre plaine et marais se structure quant à lui autour de la Sèvre niortaise et de villages ruraux concentrant hébergements et services.

Pour rappel, la CAN a voté en septembre 2012 son Schéma de Développement Touristique 2012/2016 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 2016 :

- 28 hôtels totalisant 986 chambres 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.
- 8 terrains de camping, principalement publics, 550 emplacements dont 46% en catégorie trois étoiles et plus. Les reclassements ont peu impacté ce parc mais des changements récents de gestionnaires améliorent leurs mises en marchés.
- 66 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 -Gite de France et Clévacances- dont 40 % sont classés 3 ou 4 épis-clés-étoiles.
- 12 hébergements collectifs ouverts au public touristique (résidences, gites de groupes, centres d'hébergements familiaux,...) pour environ 700 lits.
- 1000 résidences secondaires
- 12 embarcadères ou loueurs de canoës
- 7 loueurs de vélos et 300 km d'itinéraires balisés autour de la Vélo Francette, du Chemin du III millénaire et du plan Vélo déployé dans le Marais poitevin.
- 11 centres équestres

Quelques nouveautés majeures en 2016 :

- Ouverture officielle de la Vélo Francette, itinéraire vélo de 630 km reliant Oustreham à La Rochelle via Saumur Niort et le Marais poitevin.
- *Le parc ornithologique « Les Oiseaux du marais poitevin » à St Hilaire la Palud s'agrandit avec un espace dédié à la restauration autour du concept « de la graine à l'assiette »*
- *Fermeture de l'hôtel « Le Paris » et ouverture, début 2017, de l'hôtel Ibis 3 étoiles Niort-Est Mendès France de 65 chambres.*

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

En matière de fréquentation, les principales données à considérer :

- **490 000 touristes** accueillis sur le secteur Grand Site de France ou « marais mouillés » (données étude Parc 2013 – hors clientèle affaires) et une fréquentation plus globale sur l'ensemble du Parc Naturel Régional à 1 200 000 visiteurs, stations littorales comprises.
- 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)
- **261 959 nuitées en hôtellerie**, en hausse de 4 % par rapport à 2015 avec un gain de 10 000 nuitées. Ce volume de nuitées est le meilleur enregistré depuis les 15 dernières années et symbolise l'attractivité croissante de l'agglomération. (pour mémoire, les nuitées en résidence de tourisme telles que *Appartcity* ne sont pas comptabilisées)
- **56 590 nuitées en camping**, en baisse de 5.5 % par rapport à 2015 ; la fréquentation revient à celle des années antérieures malgré la montée en gamme de certains terrains ; cette baisse s'explique principalement par l'impact du mauvais premier semestre.
- Environ **100 000 visiteurs** dans les 5 principaux sites de visites, stable depuis 2014 après une forte hausse en 2012/2013.
- Une clientèle **française à 85 %** - puis britannique, belge et espagnole pour l'international
- Environ **10 000 camping-cars** accueillis principalement sur les aires de Coulon et d'Arçais.
- Une collecte de taxe de séjour à hauteur de **280 000 € en 2016** supérieure aux prévisions.

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 et Maine et Loire suivis de 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 **SOFRES** sur le suivi des déplacements touristiques des français de plus de 15 ans, consolidées sur le département des Deux-Sèvres 2010 et 2011, séjours personnels hors déplacements Affaires).

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

Une clientèle étrangère reste faible sur notre territoire (15 % de la fréquentation) et se répartit comme suit dans nos accueils : britannique pour 40 %, belge pour 25 %, allemande et espagnole pour 9 % chacune et néerlandaise pour 7 %.

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 :

En Deux-Sèvres, selon une récente évaluation (fin 2016) par l'ADT 79, le chiffre d'affaires lié à l'activité touristique 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.

Accusé de réception en préfecture
03/10/2017-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

L'Office de Tourisme 2016 : 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'Etablissement Public** à caractère Industriel et Commercial (E.P.I.C.).
- ✓ **10 permanents** répartis en quatre grands pôles : Accueil – Information (3) / Commercial (3) / Communication (2) et Administration (2).
- ✓ 1 bureau d'accueil permanent à Niort et 3 bureaux d'accueil saisonniers ouverts entre 2 et 8 mois par an selon leur fréquentation : 340 jours d'ouverture sur l'année en 2016 et environ 31 000 personnes accueillies !
- ✓ Un budget prévisionnel maintenu à **965 000 € en 2016** avec une contribution CAN identique à 2015 d'un montant de 450 000 €, le maintien –ultime- de l'aide régionale de 30 000 € mais la disparition effective de l'aide départementale.
- ✓ Plus de **340 acteurs touristiques ou annonceurs « partenaires »** de l'Office de Tourisme.
- ✓ Un renfort saisonnier au travers de CDD saisonniers ou de dispositifs d'emplois aidés (2 CAE CUI et 1 contrat en apprentissage) et le recours depuis 2013 à des jeunes en contrat Emploi d'avenir (3 contrats dont la fin s'échelonne entre mars 2016 et juin 2017) ; sur 2016 les effectifs atteignent **16.3 équivalents temps plein**. (contre 17.5 etp en 2015)
- ✓ Un volume d'affaires d'environ **573 808 € TTC** (en hausse de 23 %) généré directement (429 408€ TTC) ou indirectement (144 400 € avec Open System) par l'Office de Tourisme et ses partenaires institutionnels au profit des acteurs locaux.

5 missions principales :

- Accueillir et informer : mission première de l'Office de Tourisme ! Après les importants changements de 2014 (création d'un nouveau bureau d'accueil à Niort, transformation de l'accueil saisonnier d'Arçais), 2016 a permis de consolider les procédures internes pour gérer l'accueil du public, la mise en avant des prestataires, l'affichage des manifestations. C'est sur cette mission que l'évolution- nationale- des comportements des visiteurs a le plus d'impact avec une baisse régulière de la fréquentation enregistrée.
- Promouvoir la destination : compétence partagée avec l'Agence départementale de Développement Touristique (ADT 79) et la Région mais également le Parc Naturel Régional du Marais poitevin. En 2016, l'Office de Tourisme a renforcé significativement son programme de promotion sur la cible du Tourisme d'affaires.

- 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 ; toutefois en 2016, les circonstances du 1^{er} semestre ont nettement impacté le niveau global d'activités du secteur ! Il se limitait en 2016 à 573 808 € TTC alors qu'il atteignait 638 000 € TTC en 2015, 518 000 € TTC en 2014 et 395 000 € en 2013.

2016 a vu se mettre en œuvre le 1^{er} plan d'actions Spécial Tourisme d'affaires élaboré par le Club « Tourisme d'Affaires » constitué fin 2014 ; L'Office de Tourisme a élaboré également sa première brochure Groupes.

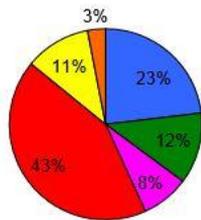
- Fédérer les acteurs : l'Office de Tourisme poursuit sa fonction de conseil au profit des prestataires-partenaires (publics ou privés) qui le sollicitent pour leur support de communication, stratégie commerciale, projets de développement.... Il a proposé des formations (ateliers web) ou des « éductours » pour les aider à développer leur activité. Il a renouvelé ses actions ciblant les nouveaux habitants pour en faire des prescripteurs du territoire (3 rendez-vous à Niort, St Hilaire-la-Palud et St Symphorien).
- Observer : au travers des études ou enquêtes menées par la Région Poitou-Charentes, 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 et évalue en cours d'année, par sondage auprès des prestataires, l'intensité de l'activité entre avril et septembre.

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.

Il s'appuie pour la mise en œuvre 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. Ces contributions progressent de 9 % et dépassent **153 000 € TTC en 2016** (contre 140 000 € TTC en 2015).

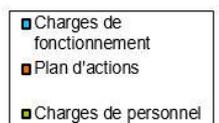
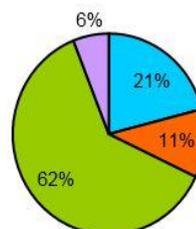
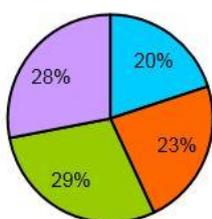
En plus des contributions publiques – dont celle de la Région – l'Office de Tourisme génère près de **75 000 € TTC** en ressources propres liées à son action commerciale (commissions sur ventes). Il perçoit par ailleurs la totalité du produit de la taxe de séjour collectée par les hébergeurs sur le territoire communautaire.

Part de recettes - Budget 2016	
Secteurs	Taux d'activités
Taxe de Séjour	23%
Partenariat annonceurs et divers	12%
Activité commerciale	8%
Subventions	43%
excédent reporté n-1 & quote part subv invest	11%
Aides contrats aidés	3%
Total	100%
Budget global	1 093 149



Part des dépenses - Budget réalisé fonctionnement 2016	
Secteurs	Taux d'activités
Administration	20%
Communication	23%
Commercialisation	29%
Accueil/Information	28%
Total	100%
Budget global	977 420

Part des dépenses - Budget réalisé fonctionnement 2016	
Postes de Charges	Taux pourcentage
Charges de fonctionnement	21%
Plan d'actions	11%
Charges de personnel	62%
Charges amortiss et autres	6%
Total	100%
Budget global	977 420



Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

Les 6 informations à retenir pour 2016 !

- La saison touristique 2016 a été marquée par un premier semestre fortement impacté par un ensemble d'évènements sociaux, économiques, sécuritaires ou climatiques ; les attentats, inondations, grèves ou conditions météorologiques, adossés à un calendrier peu propice aux courts séjours sont à l'origine d'une baisse de fréquentation concentrée sur le printemps malgré l'activité intense du pont de l'Ascension et de Pentecôte.

Inversement, d'excellentes conditions d'ensoleillement dès juillet et jusqu'en octobre, ont permis un regain d'activité sans pour autant équilibrer les flux pour certaines activités d'hébergement chez l'habitant.

Finalement, 2016 se solde pour certains par de bons à excellents résultats, mais pour une part importante d'hébergeurs, par une saison assez moyenne ; les meilleurs résultats concernent les prestations disposant d'un bon rapport prix-qualité et profitant d'une mise en marché dynamique. En matière de bilan économique, les volumes d'affaires enregistrés par l'Office de Tourisme sont en baisse sensibles tant en billetterie que sur les activités « groupes » ou « Affaires ».

A noter cependant une nouvelle hausse de la fréquentation hôtelière en 2016 sur l'été sur Niort, qui s'affirme, année après année comme lieu de séjours touristiques. La fin d'année se solde par un nombre de nuitées en progression sensible (+10%) de septembre à décembre.

- Un nombre moindre de visiteurs accueillis (31 000 visiteurs) dans nos différents bureaux d'accueil sur Coulon, Niort et Arçais – en raison principalement de la chute de fréquentation du printemps – mais aussi de l'impact des tendances nationales des visiteurs qui ont de moins en moins recours aux bureaux d'accueil physiques.
- La structuration de la filière des acteurs du Tourisme d'affaires au sein d'un club dédié, lancé fin 2014 ; La stratégie d'actions co-construite entre les 60 acteurs touristiques impliqués et l'Office de Tourisme s'est déclinée au travers d'un premier plan d'actions doté de 30 000 € pour promouvoir le Tourisme d'Affaires sur les régions limitrophes et l'Île de France. Ce programme permet de projeter l'offre touristique spécialisée Tourisme d'affaires hors du territoire.
- Une activité commerciale qui marque le pas en 2016 après une très forte hausse en 2015 ; Le volume d'affaires atteint de 573 808 € TTC auquel s'ajoute 57 760 € TTC (-10 %) de gestion des entrées de la Maison du Marais Poitevin à Coulon et 153 200 € TTC (+10%) de recettes de partenariats.

Les recettes propres de l'Office de Tourisme se stabilisent (partenariats et commissions sur ventes) et atteignent 228 000 € TTC.

- La reprise « en direct » des actions de promotion à destination des groupes, consécutive à l'abandon de ces missions par l'ADT 79, avec la réalisation 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 6 000 contacts professionnels.
- Le renforcement des coopérations avec les Offices de Tourisme voisins de Vendée et avec les Offices de Tourisme du Sud-Ouest réunis autour de Bordeaux ; Il s'agit de bâtir des communications centrées, pour les premiers, sur le bassin local, et pour les seconds, sur les grandes destinations internationales ; ces démarches s'inscrivent dans la perspective de l'application de la Loi Notré et du recentrage des missions de l'ADT 79 sur le volet « développement ».

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 menées depuis 2013 s'inscrivent dans ce cadre stratégique.

Le plan d'actions 2016 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



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 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'érode pour la première fois pour atteindre 199 380 visites du fait des évènements du 1^{er} semestre mais aussi d'un vieillissement de l'outil. Cela représente toutefois 597 126 pages consultées. L'évolution constatée démontre l'importance d'un technicien dédié à ce support et justifie la décision prise fin 2016 de procéder à un recrutement courant 2017.

Les versions « mobiles » totalisent quant à elles 8 013 connexions sur ses différentes déclinaisons (dont les applications pour téléphones « niortmaraispoitevinTour »).

La version anglaise a été consultée 6 577 fois.

- Le site « partenaire » Emotion Marais poitevin, alimenté partiellement par la base de données de l'Office de Tourisme, a cessé de fonctionner au printemps 2015 dans le cadre de la refonte complète des outils de communication touristique du Parc Naturel Régional. Revu totalement, il a atteint 78 158 visites en 2016.

La base de données gérée par l'Office de Tourisme est également reprise sur le site internet de l'ADT 79 et alimente 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.



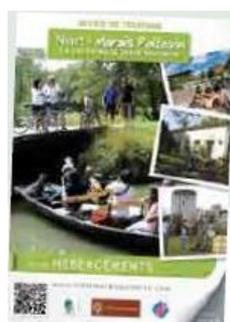
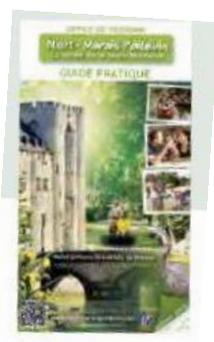
Page d'accueil du site internet de l'Office de tourisme



- 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** : 12 500 guides « Hébergements » et 35 000 « Guides Pratiques » (présentation des 45 communes, suggestion de séjours, nouvelles rubriques Taxis et Bien-Etre) pour participer aux différents salons touristiques (dès janvier) 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.



Collection des guides annuels 2016

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

La carte touristique réalisée conjointement avec le Parc Naturel Régional du Marais poitevin a été éditée à 60 000 exemplaires, contre 45 000 en 2015. Elle intègre des encarts publicitaires et fera l'objet d'évolutions plus conséquentes en 2017 pour faire apparaître les hôtels.

Les éditions de l'Office de Tourisme se complètent par le guide « Réservez vos loisirs » édité à 30 000 exemplaires et qui recense l'ensemble des activités et billetteries proposées 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 : initiés 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 **153 200 € TTC de recettes** engrangées en 2016.

Cette dynamique de partenariat, avec 330 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

L'Office de Tourisme poursuit ses actions de promotion directes en 2016 en participant à trois 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 plus importants.

Salon du Tourisme de **Rennes**, du 22 au 24 janvier : 38 422 visiteurs (en hausse par rapport à 2015) pour ce salon où l'Office de Tourisme disposait d'un stand de 12 m² avec le réseau Clévacances.

Salon du Tourisme de **Toulouse**, du 5 au 7 février 2016 : 18 150 visiteurs sont dénombrés lors de cet évènement ; L'OT disposait d'un stand de 6 m².

Salon Mondial du Tourisme de **Paris** du 17 au 20 mars 2016 : 108 000 visiteurs, dont 3 000 professionnels, accueillis sur ce Salon Mondial du Tourisme adossé pour la seconde année consécutive au Salon Destinations Nature. L'entreprise Cardinaud s'est une nouvelle fois associée à l'Office de Tourisme sur cet évènement (stand commun de 9 m²).



Salon mondial du tourisme en mars 2016

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

La destination commune « Marais poitevin » a été promue par la nouvelle Région au travers de campagnes d'affichage à Paris du 29 mars au 19 avril ; cette campagne totalise 1470 panneaux et valorise 13 visuels différents dont un thématique sur le marais poitevin (cf infra). Cette campagne s'accompagne, comme en 2015, d'un magazine tiré à 180 000 exemplaires et encarté dans le supplément « TV Mag » du Figaro pour le secteur ouest de l'Île de France (75/78/92). L'Office de Tourisme a pris un encart dans ce supplément pour valoriser une offre séjour en lien avec des articles traitant de la Vélo Francette et des villages maraîchins.



Campagne d'affichage métro en avril 2016

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

Enfin, l'Office de Tourisme a également retenu une page dans le Guide Marais Malin (100 000 exemplaires) à diffusion sur les départements limitrophes pour valoriser nos offres en billetterie estivale.

En matière de **relations presse**, c'est une dizaine d'accueils de presse (individuels ou groupés) qui 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 ! 2016 a principalement accompagné l'ouverture de la « Vélo Francette » et le travail en liaison avec les partenaires du dispositif Emotion Marais poitevin.

- Les 18 et 19 mai : les animaux de la 8 (Arçais)
- Les 17 et 18 mai : JT TF1 sur la thématique de la pêche (Sansais la Garette)
- Juin : cauchemar en cuisine M6
- 9 août : accueil journaliste belge (Niort)
- Septembre : Epicerie Fine (TV 5 monde) pas de suite
- 23 septembre : météo à la carte (France 3)
- Octobre : reportage radio Marais Poitevin (Arçais), Cerise Maréchand (radio publique RTS, équivalent de France Inter)
- 23 novembre : support Country & Hôtels (reportage MP 12/14 p) pas de retour
- Interviews tous les 15 jours sur les rendez-vous de France Bleu avec 6 chroniques pour l'agenda de l'été.

- Autres communications spécifiques :

- ∞ Participation aux dispositifs pluriannuels Vélo-Francette et Emotion 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 2016, en complément de la signature « La Vélo Francette » (So Frenchy), le programme d'actions a permis l'élaboration d'un topoguide réalisé par Ouest France ; il complète le site internet et les actions presse dédiés à l'itinéraire. Les prestataires locaux correspondant aux critères peuvent être labellisés Accueil vélo.

- Dispositif mutualisé Emotion Marais Poitevin

Les différents acteurs institutionnels du tourisme qui agissent sur le périmètre du marais poitevin sont réunis depuis bientôt 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 2016, ce budget est mobilisé pour réaliser des vidéos courtes, sur un ton décalé, et destinées à accompagner la nouvelle communication touristique du Parc Naturel Régional autour de sa signature Le Marais Poitevin – Mon parc naturel d'attractions lancée fin 2015 . La contribution de l'Office de Tourisme est limitée à 1200 €.

∞ Diffusion auprès des restaurants partenaires de 130 000 sets de tables

En 2016, l'Office de Tourisme diffuse en trois vagues successives (printemps / été / automne) auprès des restaurants partenaires des sets de table pour un total de 130 000 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 (Fontenay-le-Comte et « Pays né de la mer ») , l'Office de Tourisme s'est inscrit dans une démarche collective de promotion lancée pour la première fois en 2016 prévoyant des présences en juin dans des galeries marchandes (Niort et Fontenay-le-Comte) et sur des marchés en été (La Faute sur Mer) ; il s'agit d'un projet de promotion en « réciprocité » pour favoriser les échanges de clientèles entre littoral et terres intérieures : les actions seront élargies à la côte charentaise en 2017 pour une meilleure efficacité pour notre territoire.



Au Super U de Fontenay le Comte le 23 juin 2016

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

- l'Office s'est également rapproché dès 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, Rochefort La Rochelle Poitiers Tours Nantes, Niort... ont décidé de mobiliser des ressources pour engager des actions de prospection sur les marchés lointains (USA en 2017) ciblant des professionnels du voyage.

经典法国
France Exclusive

在波尔多和巴黎之间，沿着海岸线有十个经典浪漫景点

您的行程
Bordeaux, Cognac, Le Marais poitevin, La Rochelle, Biarritz, La Frégate Hermione, Les Châteaux de la Loire, Poitiers, Lascaux.....

世界文化遗产名录或法国著名景点，艺术和文化的城市，自然保护景观，这些地方都分布在大西洋海岸

尔自瓦特万湿地自然保护区
Niort Marais poitevin

波尔多
Bordeaux

Document à l'intention du public chinois



Accueillir et informer

2016 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 2016, l'Office de Tourisme a accueilli environ 31 000 personnes en face-à-face au sein de ses 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.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

La chute de fréquentation constatée en 2016 est aussi le fait des difficultés cumulées sur le premier semestre qui ont dissuadé nos concitoyens de partir en courts séjours.

Pour 2016, la fréquentation se répartit comme suit par bureau d'accueil :

- Coulon : 14 858 personnes
- Niort : 9 196 personnes
- Arçais : 6 589 personnes
- St Hilaire la Palud : 631 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 ; ce système, utilisant une webcam, n'est pas satisfaisant sur Coulon, se heurtant à la stagnation du public, principalement des groupes, dans la zone de captage du signal ; Niort s'est vu équipé d'un système différent depuis l'automne 2016.

Les implantations physiques sur le territoire :

2016 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 fin 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 ;
- Arçais, ouvert de début avril à septembre, 7j/7
- St Hilaire la Palud, dont l'amplitude d'ouverture se réduit à 4 demi-journées par semaine en juillet-août et s'adapte aux flux 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 renforts saisonniers (équivalent à 18,25 mois) en complément d'autres types de contrats aidés (2 contrats CAE et 3 contrats Emploi d'Avenir dont 1 s'est achevé en mars 2016).

Le déploiement de bornes d'information : depuis leur installation progressive lancée en 2011, 7 sont implantées à Coulon, St Hilaire la Palud, Mauzé sur le Mignon, Arçais, Echiré, Sansais et Niort. Une 8^{ème} borne a été installée fin 2015 à Beauvoir-sur-Niort.

17 650 consultations ont été enregistrées en 2016 (contre 18 317 en 2015) sur ces équipements adaptés aux personnes en situation de handicap (mental, physique ou visuel). Le contenu est traduit en anglais. Ces bornes accessibles 24/24 offrent enfin un accès public wifi gratuit et illimité, et permettent également de valoriser nos sites de visite au moyen d'écrans apparaissant lorsque les bornes ne sont pas utilisées par le public. Ces bornes disposent dorénavant d'un grand écran tactile.



La borne de Beauvoir sur Niort en situation

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 neuvième 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 9 juillet pour s'achever le 21 août. 16 936 personnes ont été accueillies sur notre espace (contre 13 500 en 2015) dont 2 700 ont pratiqué un sport d'eau, et la billetterie développée sur le site a généré un Chiffre d'Affaires de **20 328 € TTC**, en hausse de 15 % par rapport à celui de l'année 2015.

En parallèle, les visites guidées nocturnes de la ville en canoë depuis la Sèvre niortaise sont organisées chaque mercredi et rencontrent un vif succès avec toutefois une moindre capacité d'accueil (un seul encadrant mis à disposition sur l'été).

Ce dispositif génère une marge de **8 081 € HT** (soit + 23 %) 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 116 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 d'un réseau de présentoirs déployé sur 100 sites par l'ADT 79 et qui valorise 30 annonceurs dont l'Office de Tourisme sur le volet « Donjon et musée Bernard d'Agesci ; en complément, 1200 chevalets, reprenant les annonceurs présents sur les présentoirs, ont été imprimés et diffusés auprès des hébergeurs labellisés.



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 (patrimoine 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. 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.*
- *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 d'élaboration conjointe d'une stratégie d'actions pour le développement des séminaires, congrès et événements autour de 3 axes :

- **Le rôle du club et son positionnement** : positionnement du club comme « facilitateur » pour l'organisation de manifestations sur le territoire (guichet unique pour centraliser les demandes des organisateurs de séminaires et congrès) ; 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.
- La formation des acteurs du MICE et l'animation du réseau pour renforcer les échanges, faire progresser la destination « affaires » et la faire connaître auprès du tissu local d'entreprises.

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 2016, 4 secteurs :

- L'organisation de séminaires et congrès :

En matière de **séminaires**, une action structurée de démarchage a été initiée en 2012 ; Un fichier de prospects (600 entreprises de + 50 salariés) acquis auprès du réseau des Chambres consulaires a depuis été qualifié (taux de qualification à 50%) et permet depuis 2014 de poursuivre une démarche de prospection plus intense.

Les départements cibles restent la Loire Atlantique, la Gironde et l'Ille et Vilaine complétées dès 2013 par la Dordogne et l'Indre et Loire, puis par la Sarthe, le Maine et Loire et la Mayenne. Les secteurs d'activités privilégiés sont l'automobile, le BTP et l'agroalimentaire.

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 2016, l'activité « séminaire » s'est toutefois resserrée pour atteindre **56 000 € TTC** (- 13 %) en raison de la non reconduction de deux importants séminaires enregistrés en janvier 2015 (SNCF et Inzo) ; toutefois, la marge HT de l'Office de Tourisme reste **stable à 18 893 € HT**.

Le secteur « **congrès et événements** » : l'année 2016 est marquée par le déploiement du 1^{er} plan d'actions « spécial Tourisme d'affaires » co-élaboré 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.

L'office de tourisme adhère depuis 2013 au **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 ainsi participé,

dans le cadre de ce collectif, au salon professionnel « Réunir » qui se tient en septembre à Paris et à un événement au printemps ciblant les assistant(e)s de direction. Ce collectif organise enfin une rencontre de ses « grands comptes », opérateurs nationaux susceptibles de « tourner » en France. Un site internet et une brochure dédiée présentent les membres du réseau Congrès-Cités.

En 2016, le plan d'actions développé comprenait pour la première fois une « projection » de notre offre vers l'extérieur et notamment sur l'Ile de France :

- 4 envois de lettres électroniques (emailing) sur fichiers très qualifiés loués auprès d'une société spécialisée (PromoServices) ; ces envois multiples ont permis d'enrichir notre propre fichier de 300 contacts supplémentaires.
- La parution sur différents supports ciblés et notamment dans le numéro spécial « Séminaires » du réseau Nouvelle République, tiré à 7 000 exemplaires et diffusé auprès des entreprises de + 50 salariés des départements 79, 86, 36, 41, 37 et auprès de 100 agences événementielles.
- La participation au réseau Congrès-cités et aux actions qu'il développe : salon Réunir, rencontre des assistant(e)s, organisation d'un RV des Grands Comptes,... (cf supra)
- L'acquisition d'une plate-forme de réservation en ligne (Aloa par Webconsonance) permettant d'offrir un outil simple et pratique de réservation de prestations (hébergements, restauration, billets, loisirs,...) accessibles 24h/24.

En 2016, l'Office de Tourisme a apporté notamment son concours à l'organisation des évènements suivants :

DATE	SEMINAIRE-EVENEMENTS 2016	Nombre de pax	Type
17-mars	Séminaire - Incentive Agence Celencia	9	Incentive "Meurtre au Musée"
17 mars et 28 avril	Séminaire MOPA	27	Séminaire
24-mars	Séminaire - Incentive Manutan Collectivité	28	Incentive "Rallye 2 CV"
14 au 15 avril	Séminaire résidentiel - Bellanne	30	Séminaire et Incentive "Rallye Barque"
16 au 17 avril	<i>Championnat National de Twirling Bâton</i>	2000	Evènement
23 au 24 avril	Tournoi National Jeunes Handball	120	Evènement
09 au 10 juin	Séminaire résidentiel SMAC	52	Séminaire et Incentive "Chasse aux trésors" et challenge Baby Foot"
10-juin	Séminaire et Incentive Maif	32	Séminaire et incentive "Meurtre au Musée"
16-juin	Séminaire - Incentive Darva	100	Incentive "Lambonésie"
16-juin	Séminaire - Incentive Crédit Agricole	65	Incentive "Rallye - Barque - Plancha"
17-juin	Séminaire - Incentive Maif	70	Séminaire et Incentive "rallye Barque"
23-juin	Séminaire - Incentive Mutavie	35	Séminaire et incentive "Géocatching"
30-juin	Séminaire - Incentive Maaf	32	Séminaire et incentive "Meurtre au Musée"
08-juil	Séminaire - Incentive Cargill	18	Séminaire et Incentive "Rallye Barque"
22-sept	Séminaire - Incentive GRT Gaz	40	Séminaire et incentive "Géocatching"
24 au 26 septembre	<i>Colloque Agrippa D'Aubigné</i>	50	Evènement
26-sept	Séminaire - Incentive SNCF	17	Séminaire et Incentive "Quizz City Tour"
07 au 09 octobre	Rencontres créatives	130	Evènement
08 au 09 octobre	<i>Coupe nationale Athlétisme</i>	1500	Evènement
13-oct	Séminaire - Incentive Maif	25	Séminaire et incentive "Meurtre au Musée"
13 au 15 octobre	<i>Salon National de l'ESS</i>		Evènement
14-nov	Séminaire - Incentive La Poste	40	Séminaire et Incentive "Meurtre au Musée"
23 et 24 novembre	<i>Salon International Capri'inox</i>		Evènement
12-déc	Séminaire - Incentive Soprastéria	130	Séminaire et incentive "Soirée Casino"

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de réception : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

En matière financière, sur l'exercice 2016, le volume d'affaires généré s'établit comme suit, du fait du moindre nombre de congrès reçus :

	2012	2013	2014	2015	2016
Séminaires en TTC	50 230 €	27 020 €	38 070 €	65 000 €	56 000 €
Congrès	145 573 €*	122 470 €	74 800 €	144 000 €*	69 900 €
Marge HT	17 675 €	12 296 €	18 450 €	37 393 €	18 966 €

*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 événements. 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 événements 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 événements. 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 **125 900 € TTC** (contre 210 000 € TTC en 2015 et 113 000 € en 2014) ; la marge HT atteint les **19 000 € HT**.

A noter qu'en 2015, le volume d'activités intégrait un événement spécifique dont la billetterie impactait très fortement le résultat (impact similaire à celui, en 2012, de la Semaine Fédérale de Cyclotourisme).

L'Office de Tourisme assume également 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 quelques séjours individuels mais cible principalement les groupes dans le cadre d'une action coordonnée avec l'ADT 79, qui a toutefois fait le choix d'abandonner ce segment de clientèle.

Depuis 2011, l'activité « **séjour individuel** » a fortement décliné en raison de l'érosion continue des produits forfaitisés pour les individuels (coffrets cadeaux Dakota, Smartbox,...). Depuis 2013, l'Office de Tourisme maintient quelques produits « vitrine » - pour une CA d'environ 2 900 € TTC- mais concentre ses efforts vers les prestations à plus forte valeur ajoutée.

Un regain d'activités des groupes

L'activité **Groupes** retrouve, après deux années de forte baisse en 2011 et 2012, un niveau d'activité élevé depuis 2014 et croît depuis ; elle génère des retombées importantes sur le territoire principalement au profit des activités de loisirs et de restauration ; les aléas du 1^{er} semestre (grèves, inondations, attentats...) ont stoppé la tendance positive avec plus de 17 annulations de contrats !

	2012	2013	2014	2015	2016
Volume d'affaires TTC	58 300 €	107 300 €	101 000 €	141 600 €	132 475 €
Nbre de contrats /Nbre propects	45/188	52/178	60 /170	82/209	65/218
Marge HT	5 370 €	10 910 €	9 230 €	18 850 €	18 900 €

Cette activité représente en 2015 un chiffre d'affaires TTC de **132 475 €** (- 6 %) et une marge stable à **18 900 €** HT grâce à un meilleur rapport sur les prestations fournies.

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 directement l'édition d'une brochure « groupes » diffusée à 6000 exemplaires 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 ; L'OT participe enfin à des présentations de séjours lors de rencontres organisées par des revendeurs auprès de leurs clients (Voyages Demelier en décembre dans le Vienne)

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 maintenues malgré le contexte défavorable !

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.

	2012	2013	2014	2015	2016
Volume d'affaires Boutique en TTC	25 000 €	22 700 €	40 500 €	38 100 €	41 740 €
Volume d'Affaires Billetterie estivale en TTC	23 400 €	27 600 €	105 700 €	106 900 €	97 900 €
Marge HT	7 100 €	7 390 €	16 390 €	16 290 €	16 760 €

En 2016, l'activité « Billetterie estivale » s'est relativement maintenue, avec un volume de **97 900 € TTC**, malgré la baisse de fréquentation touristique enregistrée dans les accueils. L'Office de Tourisme consolide ainsi fortement son rôle d'apporteur d'affaires auprès des prestataires de loisirs et sites de visite ; 2016 subit une baisse des ventes des Grands sites voisins (Futuroscope et Puy du Fou) mais une stabilité des ventes des forfaits proposés par les prestataires locaux.

En complément, l'Office de Tourisme réalise **8 180 € TTC** de Chiffre d'affaires relatif aux événements (concerts, cirques, spectacles....) dont il assure la billetterie ; ce poste génère une marge minimale de 550 € 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, tasse, ...) qui participe à la consolidation de son chiffre d'affaires.

Les activités « Billetterie estivale et événementielle » (hors Niort Plage) et « Boutique » représentent respectivement 106 080 € (- 8 %) et 41 740 € (+ 8 %) soit **147 820 € TTC en 2016** et dégagent une marge pour l'Office de Tourisme d'environ **17 310 € HT**.

Ce montant n'intègre pas les **57 760 € 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 63 800 € en 2015, 56 700 € en 2014, 57 900 € en 2013, 54 000 € en 2011 et 56 000 € en 2012).

Open System

En 2016, 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 2016, près de 45 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 **144 400 € TTC en 2016 (Soit + 25 %)**, contre 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 soit **un doublement en 3 ans**.

Au final, ces diverses actions commerciales génèrent un volume d'affaires d'environ 429 408 € TTC en 2016 ; il atteint 785 000 € en intégrant les partenariats ainsi que les volumes d'affaires via Open System et la MMP.

La marge brute dégagée diminue mais s'établit à 75 600 € TTC, contre 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 les circonstances exceptionnelles du 1^{er} semestre 2016, son déploiement commercial consécutif à la mise en place de la stratégie définie fin 2011 et aux réorganisations menées en 2013.

L'objectif demeure d'atteindre 100 000 € HT de marge brute en 2020 sur nos différentes activités commerciales.



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 2016, cette lettre d'information est parue 11 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 trois « éductours » (en juin) pour découvrir (ou redécouvrir) nos principaux sites touristiques.



Niort Plage expliqué aux prestataires



En visite au Zoodyssée

- En 2016, 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 de St Hilaire la palud à partir de fichiers loués auprès de La Poste. Ce dispositif s'est complété d'une visite en octobre du Château de St Symphorien en octobre.
- 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.
- Poursuite en 2016 du 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.

- **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 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.

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.

En 2016, l'Office de Tourisme a été mobilisé pour conseil sur des projets individuels (hébergements chez l'habitant, hôtels, restaurants, vélos, calèche,...) ou portés par des collectivités (camping, MFR, salle de séminaires, signalétique, accueil des pèlerins, ...).

Equipements structurants et politiques sectorielles de la CAN:

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 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 en 2016 et est porté par le PNR et l'IIBSN.

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 (Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine dans le cadre du label Pays d'Art et d'Histoire) mais aussi autour des pratiques de loisirs nature. Un ambitieux projet architectural a été dévoilé en 2016.

En matière culturelle, deux appels à projets de la CAN ont été accompagnés par l'Office de Tourisme :

- Au titre de la programmation autour de *Regards Noirs* : un rallye enquête a été conçu par l'Office de Tourisme et a été diffusé gratuitement sur le printemps 2016 dans le cadre du festival.



- Au titre des Industries Culturelles et Créatives, l'OT s'est associé dès 2015 avec le PNR du Marais poitevin à Winterlong Galerie pour développer un projet, « l'Échappée », prévoyant la constitution d'un itinéraire alliant des œuvres de « street art » ou de « land art » le long de la Sèvre niortaise (patrimoine industriel ou naturel).

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

L'Office de Tourisme du fait de son statut d'Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC) doit réunir au moins six fois par an sont 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 proratisées 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.

Cette organisation mise en place à l'origine en 2010 a fait l'objet d'une évolution pour l'année 2016 au travers d'un suivi sous le mode de régie à la demande du Trésor Public qui souhaite suivre plus finement l'ensemble de nos actions au regard des volumes financiers dorénavant atteints.

- 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 versée 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.

Des commissions préparatoires thématiques :

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

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

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 suit également les actions de communication en lien avec la démarche « Émotion Marais Poitevin » et les partenariats avec l'ADT ou le Parc.

Les Commission « Commercialisation » et « Finances et Social », créées à l'origine sont dorénavant en sommeil : la première en raison de la création du Club Tourisme d'Affaires qui prend le relais de ses prérogatives, la seconde en raison de l'absence de membres du Comité de Direction pour s'investir dans sa composition !

Actualités 2016 :

- Une complémentaire Santé proposée par MMA a été mise en place dès Octobre 2015 en prévision de l'obligation légale de fournir cette assurance à l'ensemble des collaborateurs à compter du 1^{er} janvier 2016.
- Un accord-cadre pluriannuel a été signé à l'automne pour couvrir l'essentiel des besoins d'impressions de l'OT ; dorénavant, 4 entreprises identifiées seront consultées préalablement aux travaux à produire. A cette occasion, l'Office de tourisme a recouru aux compétences disponibles au sein de l'ADT 79 ; ce fut également le cas pour la conception de la brochure « groupe » 2016/2017. Ces recours à compétences externes ont donné lieu à refacturation dans le cadre d'une convention ad hoc.

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 de son action commerciale et sur la modernisation de ses outils et supports de communication :

Au 31 décembre 2016, la structure se caractérise par :

- Une organisation générale rodée depuis 2014 autour de quatre responsables de pôle.
- 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 !
- 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 le second semestre 2015 afin de maintenir notre niveau de qualité sur le volet « numérique ». Cet aspect reste toutefois « en déficit » de ressources ce qui a conduit aux décisions de recrutement d'un animateur Web en 2017.

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

- Un dispositif de primes en fonction des recettes commerciales et de partenariats engrangés a été reconduit mais individualisés en 2015 ; 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.

- 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 ». Celui-ci s'est concentré pour la dernière année sur la formation de deux salariées en contrat Emploi d'Avenir avec un parcours de formation individualisé ciblant l'acquisition de titres professionnels.

2016 a enfin été l'occasion de finaliser les ajustements nécessaires du fonctionnement de l'Office de Tourisme pour anticiper les baisses de subventions publiques émanant du Département et de la Région (fin de mission Webmaster, mobilité interne...).

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 :

	01/01/ 2013	31/12/2014	31 /12/2015	31/12/2016
Effectifs cadres	2	1	1	1
Agents de maitrise	4	6 dt 1 CDD	5	5
Employés	7	6 dt 1 congé parental	5	5 dt 1 CDD
Apprentis	1	0	1	1
CAE	1	2	1	2
Contrat Emploi d'Avenir	0	3	3	2

Les effectifs permanents ont baissé en 2015 et 2016 suite à la démission de 2 personnels (à l'issue d'un congé parental de trois ans ou pour réorientation professionnelle). L'Office de Tourisme compte dorénavant 10 permanents. Des recrutements pour renforcer le pôle Accueil et les compétences Web sont programmés sur 2017.

En 2016 le déploiement territorial en saison a nécessité le recours à cinq CDD saisonniers (équivalents à 18,25 mois soit une charge d'environ 36 000 €), et à la prolongation d'un an supplémentaire de deux contrats aidés (CAE). Le nombre d'emplois en « équivalent temps plein » atteint 16,3 en 2016 (contre 17,5 en 2015).

Pour mémoire, 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. Ces contrats s'achèvent tous entre mars 2016 et juin 2017.

Depuis sa création, 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 2016, les « saisonniers » sont toutefois fortement renouvelés.

Pour accroître leurs connaissances et compétences, un module d'intégration de plusieurs jours leur permet de découvrir le fonctionnement de la structure et la diversité de notre territoire.

Il apparaît toutefois que ce recours important à des personnels saisonniers ne facilite pas la connaissance détaillée de l'offre du territoire et des prestataires partenaires ; le Comité de Direction a donc fait le choix de consolider deux postes dès 2017 pour renforcer les compétences du pôle Accueil.

Engagement conventionnel avec des co-financeurs

L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin est reconnu comme « office de pôle la Région » et bénéficie à ce titre d'une aide annuelle de 30 000 €. En contrepartie, l'Office de Tourisme doit relayer les politiques touristiques régionales (Jury régional du Fleurissement) et contribuer ainsi à la diffusion des flux touristiques sur l'ensemble de l'espace régional.

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

Annexes

LE POIDS ÉCONOMIQUE

DU TOURISME EN DEUX-SÈVRES

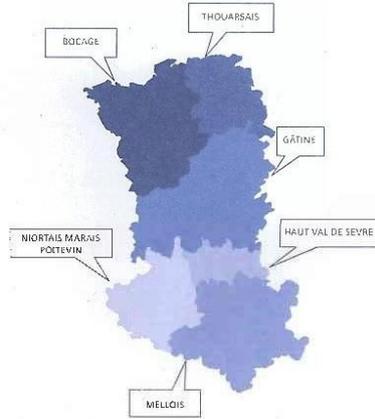
(Données issues de l'Étude sur le poids économique du tourisme en Deux-Sèvres (ProTourisme décembre 2016), de Flux Vision Tourisme Orange et INSEE 2016)



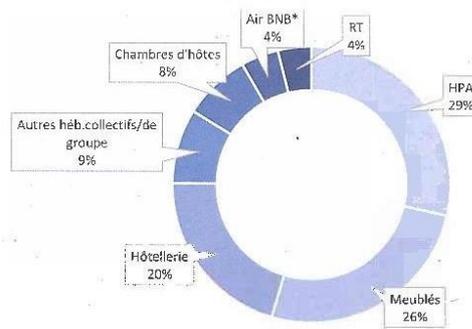
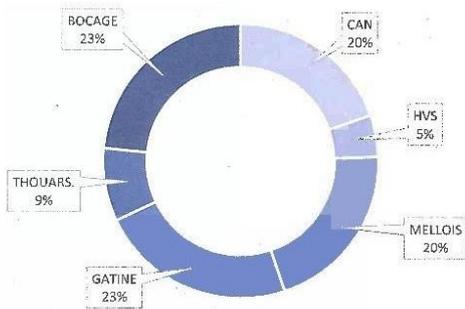
L'OFFRE D'HÉBERGEMENT

Le département des Deux-Sèvres compte un peu plus de 71 510 lits touristiques, dont 21 048 lits marchands, soit 29% de la capacité totale.

Le Bocage et la Gâtine concentrent la plus grande part de lits touristiques avec 23% chacun mais avec une forte part de lits non marchands. La CAN compte la plus forte capacité marchande, avec près de 7000 lits, soit le tiers des lits marchands du département



Part des territoires dans l'offre d'hébergements global (marchands et non marchands)



Répartition des hébergements marchands à l'échelle du département

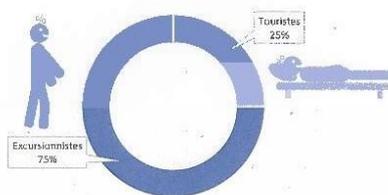


FREQUENTATION TOURISTIQUE

5,6 millions de visiteurs* dans les Deux-Sèvres, dont :

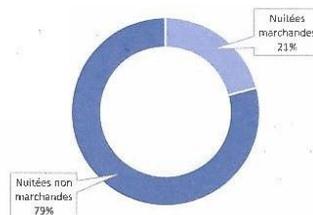
1,4 millions de touristes

4,2 millions d'excursionnistes



4,8 millions de nuitées,

dont 1 million de nuitées marchandes et 3,8 millions de nuitées non marchandes



* Nombre d'arrivées de touristes et d'excursionnistes confondues (à distinguer du nombre de nuitées - pour un séjour le touriste sera comptabilisé une fois en arrivée mais il peut réaliser plusieurs nuitées)

Document de travail - ne pas diffuser

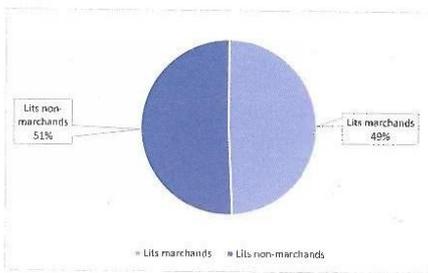
Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017



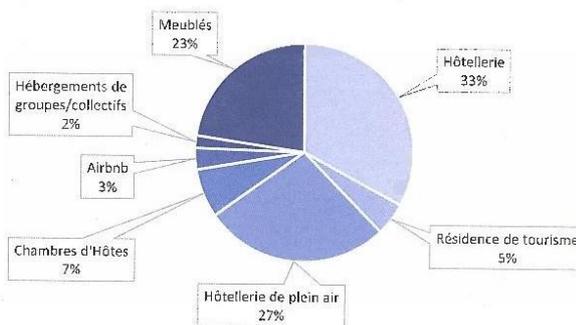
LE NIORTAIS MARAIS POITEVIN

Le Niortais Marais poitevin compte un peu plus de 6 800 lits marchands et 7 100 lits non marchands

Zoom sur le Niortais Marais poitevin



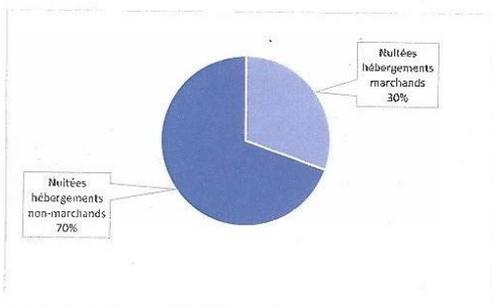
Répartition des hébergements marchands et non marchands



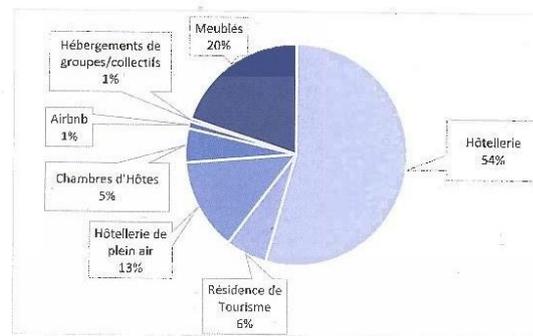
Part des hébergements marchands en lits touristiques

Le Niortais Marais poitevin ce sont 492 716 touristes en hébergements marchands et non marchands et 1 304 532 excursionnistes soit un total de 1 797 248 visiteurs

Les nuitées sont estimées à un peu plus de 463 600 en hébergements marchands et 1 059 000 en hébergements non marchands



Répartition des nuitées dans les hébergements marchands et non marchands



Répartition des nuitées dans les hébergements marchands

Durée moyenne de séjour en hébergement marchand : 1.94 jours

La dépense globale des visiteurs du Niortais Marais poitevin (touristes et excursionnistes confondus) s'est élevée à plus de 82 millions d'€ en 2015, soit un chiffre d'affaires HT de plus de 72 millions d'€

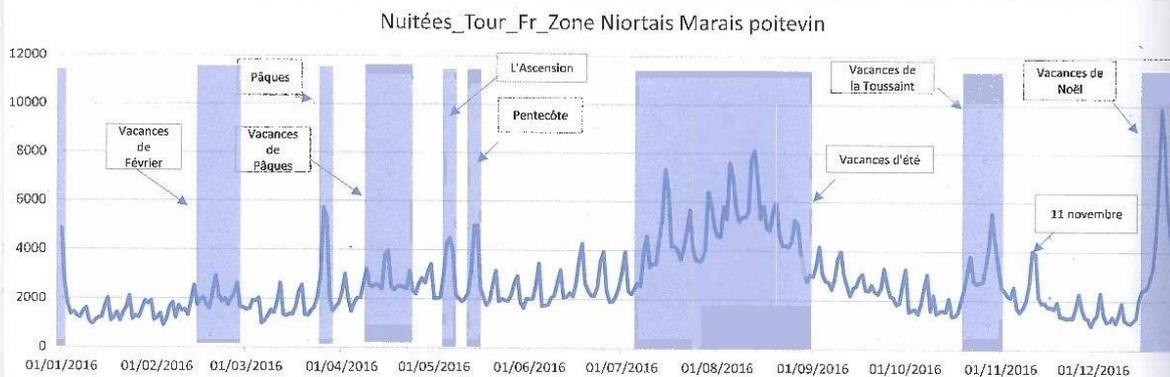
La dépense moyenne par visiteur (touristes et excursionnistes confondus) est estimée à 45.77 €

Détail des dépenses en 2015 :

Dépenses TTC dans les entreprises caractéristiques du tourisme du territoire : 26 400 000 €
Dépenses TTC dans les entreprises non caractéristiques du tourisme du territoire : 55 800 000 €
Soit un total de 82 200 000 €

Dépenses HT dans les entreprises caractéristiques du tourisme du territoire : 23 200 000 €
Dépenses HT dans les entreprises non caractéristiques du tourisme du territoire : 48 900 000 €
Soit un total de 72 100 000 €

Courbe des nuitées touristiques françaises année 2016



Courbes des nuitées touristiques françaises pour l'année 2016 (source Flux Vision Orange - voir page 4 pour des précisions sur les données Flux Vision Orange (1))



En Résumé...

Le Niortais Marais poitevin c'est 20 % de l'offre d'hébergement en lits en hébergements marchands et non marchands du département et 32 % des nuitées touristiques en hébergements marchands et non marchands,

Le Niortais Marais poitevin capte 32 % des arrivées à l'échelle du département et représente 35 % de la dépense totale sur le département.

Le Niortais Marais poitevin c'est 35 % des ETP,* créés ou maintenus grâce au tourisme à l'échelle du département, soit 981 ETP

* Le nombre d'Equivalents Temps Plein correspond au nombre de « contrats potentiels » à 35h sur 1 année ; il ne reflète pas le nombre d'emplois total comprenant des emplois à durée variable (mi-temps..., saisonnier, non saisonnier..)



«OFFICE DE TOURISME NIORT MARAIS POITEVIN»
 Entre vous et nous, c'est gagnant-gagnant
GUIDE DU PARTENAIRE 2016



FLASHEZ.MOI
 Rubrique «partenaire»



www.niortmaraispoitevin.com



Accusé de réception en préfecture
 079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
 Date de télétransmission : 03/10/2017
 Date de réception préfecture : 03/10/2017

Une équipe à votre écoute



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



Stella PROMENEUR
Secrétaire, Aide-Comptable

SERVICE COMMERCIAL : 05 49 35 99 29



Laurent GALLAS
Responsable de pôle
05.49.24.89.76
laurentgallas@niortmaraispoitevin.com



Estelle DECEMME
Groupe, Administratif



Ludivine 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@niortmaraispoitevin.com



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

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



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

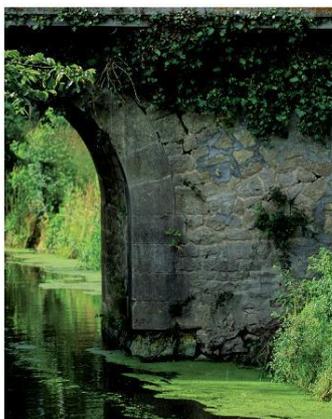
L'Office de Tourisme

5 missions confiées par la CAN

- Assurer l'accueil et l'information touristique sur le territoire communautaire,
- Promouvoir notre destination Niort Marais poitevin,
- Commercialiser l'offre touristique du territoire,
- Mettre en réseau les prestataires et les aider à la qualification de l'offre,
- Suivre et analyser la fréquentation des clientèles touristiques.

Notre ambition, Nos orientations stratégiques

- Assurer un accueil de qualité, au travers de bureaux d'information touristique modernes et de conseillers en séjour qualifiés,
- Répondre aux nouveaux comportements des touristes, en créant des supports de communication performants pour une promotion efficace de notre territoire,
- Consolider notre rôle d'apporteur d'affaires sur le segment des groupes, de la billetterie individuelle et du tourisme d'affaires,
- Épauler les acteurs touristiques dans leur mise en marché et leur professionnalisation.



L'Office du Tourisme en quelques chiffres

. 12 permanents et 5 salariés sur des contrats longue durée

. 965 000 € de budget

Plus de 45 000 visiteurs reçus...

. Environ 450 000€ de chiffres d'affaires générés en 2014



Chiffres clés 2014

- 223 500 nuitées en hôtellerie et 55 000 en camping
- 100 000 visiteurs sur les 5 principaux sites de visites
- 34 hôtels
- 260 meublés et 76 maisons d'hôtes
- 12 hébergements collectifs
- Notre offre :

29 hôtels
8 campings
196 meublés et 65 maisons d'hôtes
100 résidences secondaires



Notre destination Niort Marais poitevin

- 45 communes,
- Une destination à forte notoriété : le Marais poitevin,
- Une ville centre, centre d'affaires au potentiel patrimonial indéniable,
- Un fleuve, milieu naturel du territoire,
- Un territoire, entre plaine et marais, propre à l'itinérance entre église romane et tradition viticole,
- Un tourisme nature, de court séjour complété d'un tourisme d'affaires.

Un territoire labellisé

• Grand Site de France depuis 2010



• EDEN depuis 2010 « Destination Européenne d'Excellence »



• Niort, Ville et Métiers d'Art



• Petite Cité de Caractère : Arçais depuis 2013
Coulon candidate



• Parc Naturel Régional depuis 2014



Zoom sur ... nos outils, nos partenariats !

Les différents partenariats



Niveau Bronze

■ Les prestataires qui ne souhaitent profiter que des flux de visiteurs transitant par les bureaux d'information de l'Office de Tourisme ont la possibilité de souscrire au tarif unique de 50 € HT un «partenariat de diffusion» leur permettant de déposer leur dépliant touristique, en libre-service, (un seul dépliant par structure) au sein des différents bureaux d'accueil. Ce partenariat ne donne pas accès aux actions commerciales conduites par l'Office de Tourisme.

Niveau Argent

■ En plus de la diffusion de sa documentation au sein des accueils, mise à disposition d'une page internet dédiée avec présentation détaillée de la structure texte descriptif 250 mots- site internet, détail des prestations, capacités - labels et périodes d'ouverture - galerie de 3 photos - gamme de tarifs - carte de localisation Google Maps - autres supports vidéos. Présence du descriptif complet sur les applications mobiles et sur les bornes 24/24.

Ce partenariat donne accès aux actions commerciales de l'office de tourisme à un taux de commissionnement de 12% (excepté pour les hôtels-restaurants qui profitent d'un taux unique à 10 %, hors petit-déjeuner).

Niveau Platine

■ En plus du Partenariat «Argent»:

Pour internet, une galerie de 15 photos maximum, un affichage prioritaire et l'accès à toutes les fonctionnalités du site et notamment du planning de réservation pour les hébergements et de la rubrique «sélection du moment» qui affiche de manière aléatoire un hébergement, un restaurant et un site de visite ou activité sur la page d'accueil et en pages intérieures du site internet de l'Office de Tourisme; d'un accès au module «bon plan», d'une traduction en anglais des fiches internet et d'un affichage prioritaire des hébergeurs actualisant leur planning de disponibilités.

Ce partenariat donne accès aux actions commerciales de l'office de tourisme à un taux de commissionnement de 8 % (excepté pour les hôtels-restaurants qui profitent d'un taux unique à 10 %, hors petit-déjeuner).

Spécial Pack *Hôtels / Hôtels-Restaurants*

- Une nouvelle offre ciblant le support internet en maintenant un haut niveau de service à tarif privilégié.
- Présence optionnelle sur les guides à tarif avantageux.
- Taux unique de commission à 10 % hors petit déjeuner.

Voir détail des tarifs en page 10.

Pour mener à bien ses missions, l'Office de Tourisme s'est doté de différents outils de communication :

➔ Des publications, grand public ou spécialisées,

➔ Des outils numériques, site internet et autres applications,

➔ Des supports thématiques (écrans, sous-mains, enveloppes...)

Ces outils sont diffusés auprès de la clientèle locale, sur le territoire et lors des opérations de communication extérieure (salons...)



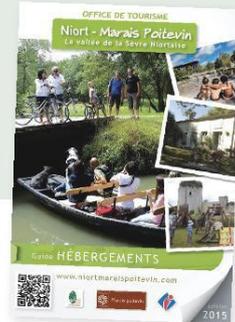
Nos publications «grand public», la promotion de nos partenaires

Le Guide Hébergements

Meublés, chambres d'hôtes, hôtels, résidences de tourisme, hôtellerie de plein air, locations de vacances. Les partenaires hébergeurs du territoire ou de ses environs. Flashez le QR code qui renvoie

vers la page dédiée de l'Office de Tourisme, sur le site : www.niortmaraispoitevin.com

Cible : clientèle touristique
Diffusion : sur les salons, événementiel et à la demande. Document support au dossier d'appel d'offres événementiels



12 500 exemplaires

Le Guide Pratique

Le «3 en 1», le document de poche pour un concentré d'histoire, les bonnes adresses gourmandes, idées sorties, loisirs et sites touristiques. Pour ne rien manquer de l'essentiel et plus encore !

Nouveautés : traiteurs, bars, transports, bien-être...

Cibles : clientèle touristique et locale
Diffusion : à la demande et sur le territoire CAN



38 000 exemplaires



Être partenaire, c'est :

- Être présent (pour les partenaires platine) sur les guides Pratique et Hébergements, supports destinés à un public très ciblé,
- Possibilité de diffuser sa brochure dans les 4 bureaux d'information touristique, recevant 50 000 personnes chaque année,
- Profiter des actions de communication de l'OT (salons, campagnes de communication...),
- Bénéficier de tous les services de l'OT pour améliorer sa visibilité et sa commercialisation,
- Profiter des outils réservés aux partenaires de l'OT (enveloppes, vitrophanies...).

Légendes :

- Nombres d'exemplaires édités
- Téléchargeable sur notre site
- Disponible en version anglaise
- Disponible en version espagnole
- Clientèle touristique

Nos autres publications ouvertes à la publicité

● La carte touristique

Recto : Zoom sur le centre-ville et vos lieux d'accueil, légende illustrée et itinéraires.
Verso : le Marais poitevin dans toute sa grandeur, périmètre illustré.

Espaces publicitaires disponibles :
3 grands et 6 petits.

Cible : clientèle touristique
Diffusion : prestataires touristiques, lieux à forte fréquentation touristique

60 000
exemplaires



● Le Guide Billetterie «Réservez vos loisirs»

«Le guide unique» qui recense les activités de loisirs avec billetterie (visites guidées, excursions, forfaits à la demi-journée, entrées de sites touristiques...) est remise systématiquement à notre clientèle

Cibles : clientèle touristique et locale
Diffusion : Hébergeurs, Niort Plage et bureaux d'accueil

30 000
exemplaires



● Sous-mains et sets de table

Sous-mains

- Sur un support A5 recto verso, le plan illustré du centre-ville de Niort et du Marais poitevin. 3 espaces publicitaires.

Diffusion : hôtels et locations de voitures

Sets de table

- Trois versions avec chacune 3 espaces publicitaires (collection printemps, été et automne)

- Deux diffusions différenciées auprès des restaurants (niortais pour le printemps et l'automne) et maraichins pour l'été. Son contenu: un verso avec une présentation du territoire et les principales manifestations de la période.

Diffusion : restaurants

Cibles : clientèle
touristique et
population locale



30 000
exemplaires



Printemps
50 000
exemplaires

Été
30 000
exemplaires

Automne
50 000
exemplaires



Être annonceur, c'est :

- Donner une forte visibilité à son offre
- Profiter des actions de communication de l'OT pour promouvoir son offre
- Accéder à une clientèle très qualifiée - touriste ou population locale
- Choisir le canal le plus approprié à son offre

Légendes :

Nombres d'exemplaires édités

Téléchargeable sur notre site

Clientèle
touristique

Clientèle
locale

Zoom sur le web

- Une nouvelle page d'accueil optimisée en «responsive design» (adaptée quel que soit le mode de connexion, tablette, smartphone...)
- Pensez aux nouveaux services (les bons plans et le blog)



Page d'accueil



Module «Bons plans»



Nos outils numériques : notre vaisseau amiral

www.niortmaraispoitevin.com

En quelques chiffres

- 203 229 visites en 2014 (+21,5% par rapport à 2013),
- 693 000 pages vues (+10,5% par rapport à 2013),
- Une connexion moyenne de 3.40 min
- Une version anglaise depuis juillet 2013 avec 7 769 visites soit +44% de plus que l'an dernier
- Des rubriques «Bons plans» et «un blog» en page d'accueil,
- Des espaces dédiés à votre publicité (bannières et skyscrapers) (cf. p 11)

Nos applications

- Des outils spécialement dédiés aux téléphones « smartphones » avec 8 000 connexions pour une présentation géolocalisée de nos offres,
- Des bornes d'informations 24/24h réparties sur 7 communes (19 295 connexions soit +20%),
- 11 000 connexions pour une présentation géolocalisée
- Une base de données commune avec : www.tourisme-deux-sevres.com



Être partenaire, c'est :

- *Bénéficier d'une forte visibilité, au sein d'un média utilisé par tous et offrant la possibilité de présenter son activité, avec photos, vidéos, texte à une clientèle en phase de préparation de ses vacances,*
- *Profiter du conseil et soutien de l'équipe de l'OT pour vous aider à tirer le meilleur profit de votre présence sur internet,*
- *Disposer d'outils et de services pour mieux vous vendre sur internet (module Bons plans, formations, traduction, commercialisation...).*

Être annonceur, c'est :

- *Profiter de la notoriété de la destination Niort Marais poitevin*
- *Être visible auprès des 165 049 visiteurs annuels qui fréquentent nos sites et applications*
- *Cibler la clientèle touristique en phase de sélection de sa destination vacances*

Nos supports thématiques

● Un réseau d'écrans

6 écrans répartis au sein de nos accueils de Niort, Arçais et Coulon, ainsi qu'au Moulin du Roc. Et des piscines de Chauray et Mauzé-sur-le-Mignon.

Cibles : clientèle touristique et population locale

Bon à savoir : chaque année, 45 000 personnes franchissent la porte de nos accueils.

Les écrans situés au Moulin du Roc, à Brisson et dans les deux piscines permettent de communiquer auprès d'un public local.



● Spécial démarchage Groupes-Affaires-CE

Une sélection de circuits et produits sur Niort...



● Cahier « Destination Affaires »

Recense nos partenaires offrant des prestations adaptées à ce public



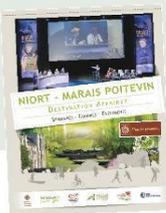
● Flyer spécifiquement créé pour les salons.



● Newsletter Affaires et Mailing groupes



● Plaquette « Tourisme d'Affaires »



Possibilité de mettre en avant son établissement (locations de salles, service traiteur, logistique...). Cet outil s'accompagne de 3 kakémonos, d'affiches et d'un film de présentation.

VISUALISEZ LE FILM



Légendes :

Nombre d'exemplaires édité

Téléchargeable sur notre site

Groupe

Clientèle touristique

Clientèle locale

Les tarifs 2016

Hébergements Type de prestation	Formule Argent	Formule Platine
Meublé de tourisme - gîte (1 à 6 personnes) (1)	85 € HT soit 102 € TTC	130 € HT soit 156 € TTC
Meublé de tourisme - gîte (7 personnes et +) (1)	125 € HT soit 150 € TTC	175 € HT soit 210 € TTC
Meublé de tourisme - gîte (le 1 ^{er} supplémentaire) (1)	40 € HT soit 48 € TTC	80 € HT soit 96 € TTC
Meublé de tourisme - gîtes (1) suivants	25 € HT soit 30 € TTC	60 € HT soit 72 € TTC
Chambre d'hôtes (1 à 3 ch)	85 € HT soit 102 € TTC	130 € HT soit 156 € TTC
Chambre d'hôtes (4 à 5 ch)	125 € HT soit 150 € TTC	175 € HT soit 210 € TTC
Camping (jusqu'à 100 empl. max)	150 € HT soit 180 € TTC	200 € HT soit 240 € TTC
Camping (101 empl. et +)	200 € HT soit 240 € TTC	250 € HT soit 300 € TTC
Hébergement collectif (jusqu'à 50 lits)	150 € HT soit 180 € TTC	200 € HT soit 240 € TTC
Hébergement collectif (51 à 100 lits)	200 € HT soit 240 € TTC	250 € HT soit 300 € TTC
Hébergement collectif (101 lits et +)	250 € HT soit 300 € TTC	350 € HT soit 420 € TTC
Restaurant	200 € HT soit 240 € TTC	300 € HT soit 360 € TTC
Commerces et Services	150 € HT soit 180 € TTC	175 € HT soit 210 € TTC
Activités de loisirs	175 HT soit 210 € TTC	225 € HT soit 270 € TTC
Prestataires de l'événementiel	150 € HT soit 180 € TTC (site internet uniquement)	400 € HT soit 480 € TTC (site internet + encart sur dépliant dédié)

Bon à savoir :

Majoration des tarifs de 20% pour les prestataires implantés hors territoire CAN (périmètre au 1^{er} janvier 2014). Un tarif dégressif sera appliqué pour plusieurs annonces achetées sur la base d'un tarif HT **du plus élevé au moins élevé** : -20% 2^{ème} annonce, -40% 3^{ème} annonce et -60% 4^{ème} annonce et plus... pour les structures ayant la même raison sociale ou même gérance. Ces réductions s'appliquent uniformément pour les formules platine et argent.

Un exemple : Mode de calcul pour un prestataire multi-activités faisant le choix d'une formule platine. Propriétaire de 5 chambres d'hôtes et de deux gîtes. Je commence par le tarif le plus élevé et j'applique ensuite les remises à partir du montant le plus élevé au moins élevé.

Choix de la formule Platine. Coût total : $175 + (130 \cdot 20\%) + (80 \cdot 40\%) = 175 + 104 + 48 = 327 \text{ € HT}$

Spécial Pack Hôtel / Hôtel-Restaurant Hébergement labellisé

Un tarif unique variable en fonction de la taille de l'établissement pour bénéficier de tous les services de l'OT (à l'exception de l'insertion dans les deux guides, qui reste optionnelle).

Taux de commissionnement hébergement seul : 10%, prestations annexes hors petit-déjeuner 8%.

Visibilité sur internet, bornes et applications			
Capacité	0-20 chambres	20-50 chambres	51 chambres et +
Hôtel	225 € soit 270 € TTC	325 € soit 390 € TTC	400 € soit 480 € TTC
Hôtel - restaurant	325 € soit 390 € TTC	425 € soit 510 € TTC	500 € soit 600 € TTC
Option insertion guide hébergements (hôtel)	75 € soit 85 € TTC	75 € soit 85 € TTC	75 € soit 85 € TTC
Option insertion guide pratique (restaurant)	75 € soit 85 € TTC	75 € soit 85 € TTC	75 € soit 85 € TTC

● L'avantage «Labellisation»

Les meublés et chambres d'hôtes labellisés et localisés sur la CAN bénéficient de **10% de réduction** des tarifs affichés, sur le montant global. Pour l'exemple cité au-dessus le montant à payer pour le prestataire labellisé (pour ses chambres d'hôtes et ses 2 meublés) serait de 327 € HT (-10%).

Une réduction supplémentaire équivalente à 40% (plafonnée à 60 € HT pour le premier hébergement et 40 € HT pour le second) des coûts d'inscription (hors adhésion annuelle) à un label reconnu nationalement (Clévacances, Gîtes de France,...) ou de classement de son meublé; cette réduction s'applique sur le coût du partenariat avec l'Office de tourisme.

Tarifs des encarts publicitaires

Les encarts sont des publicités qui s'insèrent dans les différentes rubriques des brochures ou supports de communication de l'Office de Tourisme.

Ces encarts sont ouverts aux partenaires «argent» minimum, aux sites de visites et aux activités économiques représentatives du territoire et aux institutionnels. Ils donnent accès à une page de présentation équivalente à la formule «argent». Ils font l'objet d'une majoration de 20 % pour les partenaires hors CAN.

Guide Hébergements

Tarif de l'annonce

1/4 de page	400 € HT soit 480 € TTC
1/2 page	750 € HT soit 900 € TTC
Pleine page	1 200 € HT soit 1 440 € TTC
2 ^{ème} de couverture*	2 300 € HT soit 2 760 € TTC
3 ^{ème} de couverture*	1 500 € HT soit 1 800 € TTC
4 ^{ème} de couverture*	3 000 € HT soit 3 600 € TTC

Guide Billetterie

«Réservez vos loisirs»

Tarif de l'annonce

Pleine page	600 € HT soit 720 € TTC
3ème de couverture	700 € HT soit 840 € TTC
2ème de couverture	800 € HT soit 960 € TTC
4ème de couverture	1 000 € HT soit 1 200 € TTC
1/4 de page	350 € HT soit 420 € TTC

Guide Pratique

Tarif de l'annonce

1/3 de page	350 € HT soit 420 € TTC
1/2 page	600 € HT soit 720 € TTC
Pleine page	1 000 € HT soit 1 200 € TTC
2 ^{ème} de couverture*	1 600 € HT soit 1 920 € TTC
3 ^{ème} de couverture*	1 200 € HT soit 1 440 € TTC
4 ^{ème} de couverture*	2 000 € HT soit 2 400 € TTC

Site internet

Annonce à l'année !

Également sur le site en version anglaise

Tarif de l'annonce



Bandeau vertical page d'accueil	800 € HT soit 960 € TTC
Bandeau vertical pages intérieures	1 150 € HT soit 1 380 € TTC
Bandeau vertical toutes pages	1 500 € HT soit 1 800 € TTC
Bannière horizontale intérieure	500 € HT soit 600 € TTC

4 annonces maximum par dispositif

Carte touristique

Tarif de l'annonce

Encart grand format	1 200 € HT soit 1 440 € TTC
Encart petit format	750 € HT soit 900 € TTC

Sous-mains

Tarif de l'annonce

Encart	250 € HT soit 300 € TTC
--------	-------------------------

Set de table

Tarif de l'annonce

Encart	350 € HT soit 420 € TTC
--------	-------------------------

Écrans

Le spot de 20 secondes maximum

Réseau 1 : Annuel sur 4 écrans	750 € HT soit 900 € TTC
Réseau 2 : Saisonnier sur 2 écrans	500 € HT soit 600 € TTC

Les remises

Encarts et annonces multiples : réduction de 15 % sur le tarif de la seconde annonce (la moins chère) et des suivantes. Pour les prestataires ayant opté pour une formule platine dans l'un des deux guides, une remise de 10% sera automatiquement appliquée sur le tarif des encarts publicitaires.

(* Les collectivités de la Communauté d'Agglomération du Niortais ou les annonceurs privés pourront bénéficier de réductions significatives (jusqu'à 50 %) sur ces tarifs afin d'assurer la complète commercialisation de ces espaces atypiques.

Modalités pratiques :

Les dimensions selon les outils choisis vous seront précisées. Merci de nous fournir les fichiers sollicités.

(En aucun cas, l'office de tourisme ne peut les réaliser). Les dossiers seront pris en compte une fois tous les documents complétés (bons d'engagement, fiches de renseignement...) et retournés.



**L'OFFICE DE TOURISME
À PORTÉE DE MAIN.**

TOUTES NOS COORDONNÉES :



0820 2000 79

info@niortmaraispoitevin.com

www.niortmaraispoitevin.com

À Niort, 2 rue Brisson

Nos accueils saisonniers :

À Arçais, Place de l'Église

À Coulon, Place de la Coutume

À Niort Plage, Pré-Leroy

À Saint-Hilaire-la-Palud, Place de la Mairie



**TÉLÉCHARGEZ
GRATUITEMENT
NOTRE APPLI
MOBILE**



Besoin de précisions
sur les partenariats ?

**CONTACTEZ
LE SERVICE
COMMUNICATION**

05 49 24 88 27



Crédits photos : Darré - OT MNP, Julien - OT MNP, Philippe Wall - ADT79, Yasmine Pelletier - ADT 79 - Nathalie Hervouet

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017

Le plan d'actions 2016 s'inscrit dans le cadre du projet stratégique 2013/2016 de l'Office de Tourisme intitulé « L'Office de Tourisme hors les murs » qui considère à la fois les axes du schéma de développement touristique de la CAN voté en 2012 mais aussi les défis structurels propres à l'Office de Tourisme.

L'année 2016 sera marquée par les répercussions de la loi NOTRe tant en matière de réorganisation des Régions que de redéfinition des compétences et des ressources mobilisables par les collectivités.

5 priorités en 2016 :

- **Maintenir notre plan de communication avec une présence sur les salons touristiques à Rennes, Toulouse et Paris (Salon Mondial du Tourisme) et le compléter par un dispositif de proximité en lien avec d'autres Offices de Tourisme.**
- **Mettre en œuvre le premier plan d'actions élaboré par le Club « Affaires » pour vendre notre destination sur le secteur des congrès et séminaires.**
- **Poursuivre l'accompagnement à la professionnalisation des acteurs.**
- **Consolider le territoire communautaire et relayer son nouveau positionnement.**
- **Accroître les partenariats et mutualisations avec les acteurs locaux (ADT, So Space, collectivité) ou plus éloignés (Rochefort, La Rochelle, Bordeaux)**

La consolidation de ses ressources et de son rôle d'apporteur d'affaires au profit des prestataires locaux restent une priorité de l'Office de tourisme, tant sur la cible « affaires » que sur les groupes ou les particuliers.

Les moyens engagés en quelques chiffres :

-un budget global stable à 965 000 € financé à hauteur de 450 000 € (46 %) par la Communauté d'Agglomération du Niortais, de 30 000 € par la Région et intégrant 250 000 € (26%) de taxe de séjour et 175 000 € (18 %) de recettes propres générées par l'OT,

-un plan d'actions pour 130 000 € intégrant des salons ainsi qu'une communication projetée en périphérie du territoire et doté d'un programme ambitieux spécifique « affaires »,

-une dotation de 30 000 € prévue pour répondre à des partenariats-mutualisations liés à des opportunités ou répondant à des nouveaux besoins « métiers »

En 2015, le Parc Naturel Régional a redéfini sa signature et renouvelé l'essentiel de ses outils de communication ; l'Office de Tourisme s'attachera à accompagner cette nouvelle stratégie de communication du Parc Naturel Régional pour en accroître l'efficacité.

Cette évolution devra par ailleurs s'inscrire prioritairement dans le cadre de la nouvelle identité visuelle que la Communauté d'Agglomération du Niortais élabore en lien avec les orientations du projet communautaire et le positionnement territorial retenu dans les prochains mois.

L'Office de Tourisme poursuivra son accompagnement des projets structurants du territoire autour de projets particuliers (Tourisme fluvestre, Coudray Salbart, la « VéloFrancette », festival Regards Noirs...).

Deux actions fortes en 2016 :

1. « SEMINAIRES ET CONGRES », PROJETER NOTRE OFFRE !

Depuis deux ans, l'Office de Tourisme en liaison avec l'ADT 79 et les trois chambres consulaires et le Comité Olympique et Sportif 79 a engagé une démarche de valorisation des forces vives du territoire pour valoriser notre offre en matière d'accueil de congrès et séminaires.

Depuis 2013, l'Office de Tourisme adhère au réseau Congrès-Cités qui réunit une vingtaine de villes moyennes agissant sur ce même secteur et participe dans le cadre de ce collectif au salon professionnel REUNIR à Paris chaque automne.

2015 a vu la création du Club « Tourisme d'Affaires » et l'élaboration collégiale d'un plan d'actions ambitieux qui débute véritablement en 2016 et mobilise environ 30 000 € pour projeter notre destination « Affaires » vers l'extérieur.

Trois axes retenus pour ce plan d'actions « Affaires ».

- Fédérer les acteurs et animer le club :

-Affichage d'un « guichet unique » animé par l'OT qui a vocation à accueillir et orienter les prospects et clients ; le club, sous une identité à préciser, mobilisera ensuite ses partenaires pour répondre aux demandes exprimées et proposer la meilleure offre possible.

-Organisation de temps dédiés en matière de formation ou consolidation du réseau pour accroître les liens entre les acteurs impliqués dans la filière du Tourisme d'Affaires.

-Création d'outils ou supports pour faciliter la circulation de l'information et valoriser notre image « séminaires et congrès » tout autant auprès des membres du Club que des acteurs économiques locaux.

- Un démarchage actif sur les entreprises cibles

Deux démarches simultanées vont intervenir :

-d'une part, la poursuite de notre action sur les relais d'opinion / « têtes de pont » deux-sévriens siégeant dans des fédérations-organismes nationaux et susceptibles de proposer Niort comme lieu d'accueil d'évènements professionnels.

-d'autre part, une action intensive de démarchage vers les entreprises / associations susceptibles d'organiser des séminaires, congrès ou évènements sur le territoire niortais soit en raison de la proximité (2 h de route), soit en raison du positionnement du territoire. Ce démarchage concernera également le secteur Ile-de-France (entreprises, fédérations, agences de communication événementielle) du fait de la bonne accessibilité de l'agglomération niortaise.

Pour ce faire, l'Office de Tourisme a arrêté un programme comportant la participation à des évènements professionnels (salons, rendez-vous thématiques), la location de fichiers qualifiés et l'envoi de lettre d'informations électroniques, l'insertion de publicités sur des supports dédiés,....

L'adhésion au réseau « Congrès-Cités », réseau de villes moyennes agissant pour l'accueil de congrès, s'inscrit ainsi dans cette même dynamique.

- Se doter d'outils de communication spécifiques

En parallèle des actions de démarchage entreprises, divers dispositifs de communication sont envisagés notamment en matière de présence sur la sphère internet avec un site dédié et surtout un compte « facebook » public permettant de valoriser les évènements se déroulant sur le territoire.

Une vidéo de promotion du territoire, nécessairement réalisée en concordance avec le positionnement à venir du territoire, permettrait de véhiculer notre image souhaitée.

Enfin, une action spécifique devrait se tenir en lien avec les opérateurs taxis pour exploiter au mieux leur rôle de prescripteurs de la destination auprès de leurs passagers.

Cette dynamique de promotion du tourisme d'affaires devra par ailleurs s'inscrire dans les nouvelles démarches de partenariats initiées par le projet d'espace métropolitain associant notamment Niort et La Rochelle ; la refonte de l'action régionale devrait également offrir de nouvelles perspectives d'actions concertées sur ce thème.

Pour finir, des rapprochements opérationnels avec Bordeaux sont possibles en matière de programmation de l'offre locale avec des Tour Opérateurs étrangers.

2. UNE PROMOTION RENFORCEE DU TERRITOIRE :

Depuis plusieurs années, l'Office de Tourisme maintient une présence sur quelques salons grand public dédiés au tourisme en Province.

En 2015, une présence commune avec l'ADT79 et des partenaires locaux a également été initiée sur le Salon Mondial du Tourisme à Paris.

Pour 2016, il est proposé de maintenir cet effort de promotion de la destination « hors territoire » et de le compléter d'actions menées en partenariat avec des Offices de tourisme voisins, notamment vendéens.

Le programme de promotion 2016 prévoit ainsi :

- de participer aux salons Tourisme de Rennes, Toulouse et Paris : ces bassins émetteurs constituent une cible privilégiée pour développer les courts séjours.
- un programme en liaison avec les Offices de Tourisme de Fontenay le Comte et L'Aiguillon sur mer aux travers de participations communes à des opérations de communication grand public au sein de centres commerciaux ou d'espaces publics centraux.
- diverses opérations ponctuelles pourront également être mises en œuvre en fonction d'opportunités avec d'autres opérateurs locaux participants à des événements hors CAN (Chamois Niortais, Niort Numéric...)

En parallèle, selon les opportunités offertes avec la mise en place de la « Grande Région », des campagnes de communication pourraient se faire jour notamment sur le secteur Ile de France ou sur le territoire belge.

Nos actions récurrentes, liées à nos fondamentaux :

1. REPONDRE AUX BESOINS DE NOS VISITEURS :

Les missions de service public des offices de tourisme connaissent depuis vingt ans une mutation ininterrompue, en lien avec l'avènement d'internet et de ses constants usages renouvelés. A l'origine lieu unique et incontournable d'accueil et d'information, les offices de tourisme ne sont plus aujourd'hui qu'un acteur de l'information parmi d'autres et doivent capitaliser sur leurs forces (connaissance et proximité du terrain, polyvalence des compétences) pour apporter un service reconnu à leurs différents publics.

Il se doit ainsi :

- de bien connaître sa clientèle et d'être attentif aux évolutions structurelles qui impactent les modes d'organisation des vacances de nos concitoyens
- de mettre en œuvre une promotion ciblée de son territoire et de son offre
- de recevoir, informer et conseiller efficacement les visiteurs
- d'accompagner et de relayer l'action des collectivités dans les stratégies de communication territoriale élaborées.

- Connaître et observer :

Il nous faut être en mesure de bien connaître notre clientèle pour établir des plans d'actions pertinents et orienter le cas échéant les politiques de développement touristique élaborées par les collectivités compétentes.

Pour le propre développement de l'Office de Tourisme, il est nécessaire également de comprendre l'évolution des comportements et des attentes de nos différents publics (touristes, prestataires locaux) dans un environnement technologique et sociétal en perpétuel mouvement.

-Accroître la connaissance de notre clientèle : les milliers de visiteurs fréquentant les différents bureaux d'accueil représentent un gisement d'informations pour mieux connaître leur provenance et mode de consommation du territoire. Ces données complètent celles issues de l'INSEE sur la fréquentation des hôtels et campings.

-Bénéficier de la veille nationale de la Fédération « Office de Tourisme de France » et de RN2D (Fédération des ADT) sur l'évolution nationale des comportements et attentes de la clientèle touristique (Enquêtes SOFRES).

-La consolidation de la taxe de séjour perçue sur le territoire communautaire peut constituer une source statistique en matière de suivi de la fréquentation par types d'hébergements.

-enfin, l'ADT 79 devrait actualiser l'estimation du Chiffre d'Affaires généré pour chacun des territoires de compétence des OTP.

- Promotion de filières particulières du territoire

En complément des participations aux salons grand public, l'Office de Tourisme soutiendra des filières spécifiques en lien avec le Schéma Tourisme

La filière vélo : poursuite, en lien avec l'ADT, du programme de promotion de l'ex-V43 devenue « VéloFrancette », nouvel itinéraire cyclo-touristique reliant la Manche à La Rochelle via la vallée de la Loire (Saumur), Niort et le Marais poitevin. La fréquentation de cet itinéraire dès sa mise en service est très encourageante.

La valorisation du Patrimoine : l'Office de Tourisme accompagne les réflexions locales autour de la mise en tourisme de sites ou de monuments (signalétique, mise en lumière,...) au travers notamment de l'appel à projets initié par la CAN ou des réflexions en cours sur le site de Coudray Salbart. A noter en 2016 la plus forte valorisation des communes labellisées Petites Cités de Caractère.

La mise en tourisme de la Sèvre niortaise (tourisme « fluvestre ») et le réaménagement du site de Boinot sont en phase opérationnelle ; Piloté par le Parc Naturel régional, ce projet nécessitera une mobilisation de l'Office de Tourisme dès 2016 pour la pré-commercialisation des produits touristiques conçus avec l'exploitant des bateaux habitables et pour la conception des supports de découverte du territoire.

Autres projets locaux : Moulin de Comporté, filière équestre, centre d'hébergement collectif, hébergement chez l'habitant ou manifestation touristique, l'Office est régulièrement sollicité pour épauler des porteurs de projets privés ou publics.

Soutenir notre visibilité internet et animer la sphère internet

2016 supposera de compléter notre réorganisation interne menée en 2015 pour compenser la fin de mission de notre animateur web. La recherche de partenariats avec des organismes externes devra nous donner les moyens d'assumer nos missions en la matière en dehors du recours ponctuel à des apprentis.

Notre site internet bénéficie d'une fréquentation en constante augmentation par l'amélioration de son référencement naturel. 2016 nous amènera à intégrer tout ou partie des axes de communication définis par la Communauté d'Agglomération du Niortais. Il conviendra de participer aux réflexions locales traitant de l'évolution de notre environnement institutionnel et de la réforme des collectivités.

Accentuer notre visibilité locale

-Editer des supports de communication à diffusion externe : soit propres à l'Office de Tourisme, soit issus de partenariats entre institutionnels- dispositif commun avec le Parc Naturel Régional. Plusieurs brochures et sites internet assurent ainsi de fait la promotion de notre territoire.

2016 verra la reconduction de nos différentes publications.

-Diffuser l'identité touristique du territoire : au travers de vitrophanies, présentoirs divers, enveloppes personnalisées, affiches, sous-mains ou autres produits dérivés (magnets, marque-pages,...), il faut diffuser largement l'image de l'Office de Tourisme et accroître le recours à nos outils de communication.

L'Office de Tourisme continuera également d'accompagner les accueils de presse programmés par l'ADT 79, la Région ou le Parc.

Par ailleurs, l'Office de Tourisme se mobilisera sur quelques évènements grand public emblématiques programmés en 2016 (le Maraïsthon, des évènements spécifiques organisés par le Parc, Marché sur l'eau...) et dans le cadre de l'accueil des nouveaux habitants.

L'Office de Tourisme devrait également participer au rendez-vous commercial du printemps qui succède à la Foir'Exposition.

- **Recevoir, informer et conseiller nos visiteurs :**

Développer le dispositif d'information « hors les murs » : les bornes d'information 24/24 disposent désormais d'un écran totalement tactile sur toute sa surface et l'application informatique interne sera réorganisée. La version anglaise sera finalisée au printemps.

En saison, un réseau de sites partenaires permet la diffusion de nos brochures au plus près des touristes en séjours ! Notre carte touristique et son présentoir trouvent leur place dans les hébergements, sites de visites, restaurants, activités de loisirs..... Les sous-mains sont disponibles aux réceptions des hôtels et chez les loueurs de voitures ! Les sets de table sont diffusés en trois vagues auprès des restaurants partenaires.

Pour systématiser cette couverture locale, l'Office de Tourisme mobilisera une nouvelle fois un partenaire externe pour assurer trois distributions (avril/juin et fin juillet) sur une centaine de points de diffusion répartis sur la CAN.

- **S'organiser :**

Adapter notre présence physique sur le territoire : seuls 10 % des touristes en séjour sur un territoire se déplacent dans l'office de tourisme local ! Même si les nouvelles technologies permettent de renseigner le visiteur là où il se trouve, le maintien d'un contact direct n'en reste pas moins nécessaire pour assurer notre mission d'accueil et de conseil.

IL convient simplement de rationaliser notre présence sur le territoire, notamment au regard des flux constatés et de la réalité de la fréquentation de nos bureaux d'accueil.

Pour 2016, l'accueil de St Hilaire la Palud devrait voir son ouverture réorganisée en privilégiant une ouverture centrée sur juillet et août en matinée seulement, du samedi au mardi, période de fréquentation réellement constatée ces deux dernières années.

Le site de Coulon fermera à l'issue des vacances de la Toussaint.

Mettre en réseau, former et/ou mobiliser tous les acteurs du territoire : l'action de l'Office de Tourisme doit s'inscrire dans une démarche globale impliquant l'ensemble des intervenants du secteur du tourisme ; outre le personnel même de l'Office de Tourisme, c'est à la mobilisation des prestataires touristiques mais aussi de tous les ambassadeurs possibles de la destination qu'il faut oeuvrer !

-Pour les acteurs touristiques, outre une information régulière apportée au moyen d'une lettre d'information mensuelle, des actions spécifiques seront organisées pour faciliter l'échange entre les acteurs privés. Visites découvertes du territoire, réunions thématiques,... trois rendez-vous seront ainsi organisés sur 2016.

A noter que la Région établit depuis 2 ans un Plan de Formation Inter-filières que les Office de Tourisme doivent mettre en place chaque année ; en 2016, compte tenu de la fusion des trois régions du Sud-Ouest, ces dispositifs seront redéfinis.

-Pour le personnel de l'Office, il s'agit de poursuivre le plan de formation et de capitaliser sur les expériences acquises : l'Office de Tourisme ayant renouvelé totalement son équipe de saisonniers en 2015, il reconduira prioritairement ces personnels qui connaissent déjà le territoire et la structure.

Le nombre de saisonniers sera maintenu à 4 contrats en 2016 (mais d'une durée cumulée plus réduite toutefois) et le nombre d'emplois aidés se limitera à 3 (un Contrat d'Accompagnement à

l'Emploi à temps plein, un à temps partiel et un Contrat Emploi d'Avenir s'achevant en février 2017) contre 4 en 2015. Cette évolution est possible grâce à la réduction de l'amplitude d'ouverture de certains bureaux d'accueil.

-les relais d'information continueront d'être formés au regard des demandes/besoins identifiés ; notre guide Méli-Mémo répond à cet objectif de mise en avant synthétique de nos principaux atouts. En liaison avec le Parc du Marais poitevin, de nouveaux outils pourront être déclinés.

-la mobilisation des nouveaux arrivants sur la CAN : visite-découverte du territoire, valorisation de leur rôle de prescripteur. Trois événements, communs avec la CAN ou les collectivités concernées, devraient être organisés en 2016 sur Niort, le secteur « Marais » et Plaine de Courance.

Focus sur la thématique Habitant Ambassadeur et Habitant Consommateur.

Cet axe spécifique du Schéma Tourisme a pour ambition de mobiliser la population locale et acteurs locaux autour du phénomène touristique, tant du point de vue de la promotion de notre offre – fonction d'Ambassadeur auprès de leur environnement – que du point de vue de la consommation endogène. Ce dispositif est piloté par l'ADT 79 en lien avec les 6 Offices de Pôle ; Il se renforce en lien avec l'implication des trois chambres consulaires pour enrichir l'offre en événements avec les acteurs des métiers d'arts, de l'agritourisme et du tourisme industriel.

2. COMMERCIALISER NOTRE OFFRE :

Un objectif toujours majeur et un double intérêt pour l'Office de Tourisme :

-participer, directement et indirectement, au développement de l'activité économique sur le territoire, en matière de chiffre d'affaires généré et d'emplois.

-développer nos ressources propres pour anticiper la raréfaction des fonds publics.

En parallèle de l'action spécifique construite pour le développement du tourisme d'affaires, l'Office de Tourisme poursuit son action de commercialisation-mise en marché au travers

-d'un appui à la vente directe

-d'une action concertée vers la cible des groupes

A ce titre, le service Commercial s'est réorganisé fin 2013 pour spécialiser ses membres sur des cibles spécifiques et les impliquer sur toute la chaîne de production et de mise en marché : conception des produits, promotion et prospection, gestion des ventes.

2015 a vu la mise en œuvre d'objectifs commerciaux différenciés par secteur, tant pour le groupe que le séminaire ou le congrès & événement. Ces objectifs seront actualisés pour l'exercice 2016.

- **Commercialiser l'offre locale pour les individuels**

Favoriser la vente directe de séjours, produits journée ou spectacles

-Conforter notre fonction d'apporteur d'affaires : augmenter les ventes de prestations effectuées auprès des visiteurs qui entrent dans nos bureaux d'accueil, poursuivre notre action de billetterie assurée dans le cadre de Niort Plage,... Ceux sont autant de chiffres d'affaires générés pour le compte des opérateurs touristiques locaux. Ce volet de l'action commerciale de l'Office de Tourisme est renforcé par l'édition en plus grand nombre de notre plaquette « billetterie » (30 000 exemplaires en 2016).

- Développer la billetterie événementielle : l'Office de Tourisme doit s'équiper fin 2015 du système Ticketnet qui permet de vendre les spectacles programmés à l'Acclameur ou dans les autres salles de spectacles de Poitou-Charentes Vendée.

-Poursuivre le déploiement d'Open System : cette solution technique gratuite permet à chaque prestataire de bénéficier d'un système individuel de réservation-vente en ligne avec une exposition complémentaire de son offre sur la totalité des sites internet pilotés par les institutionnels.

-Maintenir une offre minimale de séjours individuels pour répondre aux demandes générées par nos actions de communication (salon, campagnes) et nos outils de promotion. Une offre « privilège » avec des hôtels partenaires sera mise en avant sur l'ensemble de nos actions de communication en 2016 ; elle comprend une seconde nuit offerte pour une payée et inclut une promenade en barque.

-Animer la vente en ligne de nos diverses offres de séjours ou d'activités en ouvrant la possibilité de réduire ponctuellement la marge commerciale de l'Office lors d'actions de promotion sur internet (offre Bons Plans).

- **Actions spécifiques auprès des groupes**

-Depuis que la commercialisation des séjours touristiques est assurée par certains Offices de Tourisme de pôle, l'Agence départementale a renforcé son action de démarchage des groupes (autocaristes-clubs et associations). Ce démarchage s'appuie entre octobre et juin sur des envois en nombre, du démarchage direct ainsi que sur des participations à des rencontres professionnelles ;

L'Agence de Développement Touristique des Deux-Sèvres devrait abandonner cette mission à compter de l'été 2016 ; il incombera alors à l'Office de Tourisme d'assumer les missions jusqu'alors conduites par l'ADT 79.

Office de Tourisme "Niort Marais-Poitevin Vallée de la Sèvre Niortaise" Pôle accueil

2016

Période		Basse saison	Moyenne saison	Haute saison	Moyenne saison	Basse saison
Niort Brisson	2016	Du 4/01 au 25/03 Du lun au sam : 10h-13h/14h-18h	Du 26/03 au 5/07 Du lun au sam : 10h-18h30. Les fériés et dim de 10h à 13h .	Du 6/07 au 31/08 Du lun au sam & jours fériés: 10h-19h Le dim de 10h-13h	Du 1/09 au 30/09 Du lun au sam: 10h-18h30	Du 1/10 au 31/12 Du lun au sam : 10h-13h/14h-18h Fermé les dimanches & jours fériés
Coulon	2016		MMP Du 26/03 au 29/04: 10h/13h - 14h/18h Du 30/04 au 08/07 : 10h/13h - 14h/18h30 OT : tous les jours Du 1/04 au 29/04 : 10h/13h - 14h/18h Du 30/04 au 05/07 : 10h/13h - 14h/18h30	MMP Du 09/07 au 28/08 : 10h/13h - 14h/19h30 OT Ts les jours Du 6/07 au 31/08 10h-19h	MMP Du 29/08 au 2/10 : 10h/13h - 14h/18h30 OT Ts les jours Du du 1/09 au 30/09 10h-13h/14h-18h30	MMP Du 03/10 au 2/11 : 10h/13h - 14h/18h OT Ts les jours Du 1/10 au 2/11 10h-13h/14h-18h
Arçais	2016	Fermé	Du 2/04 au 5/07 Ts les jours y compris fériés 10h-13h/14h-18h30	Du 6/07 au 31/08 Ts les jours y compris fériés 10h à 13h et de 14h à 19h	Du 1/09 au 30/09 Ts les jours 10h à 13h et de 14h à 18h30	Fermé
St Hilaire	2016	Fermé	Fermé	Du 2/07 au 30/08 Du samedi au mardi de 9h30 à 12h30 & 15/08	Fermé	Fermé

Grille d'ouverture des accueils 2016

Accusé de réception en préfecture
079-200041317-20170925-c16-09-2017-DE
Date de télétransmission : 03/10/2017
Date de réception préfecture : 03/10/2017