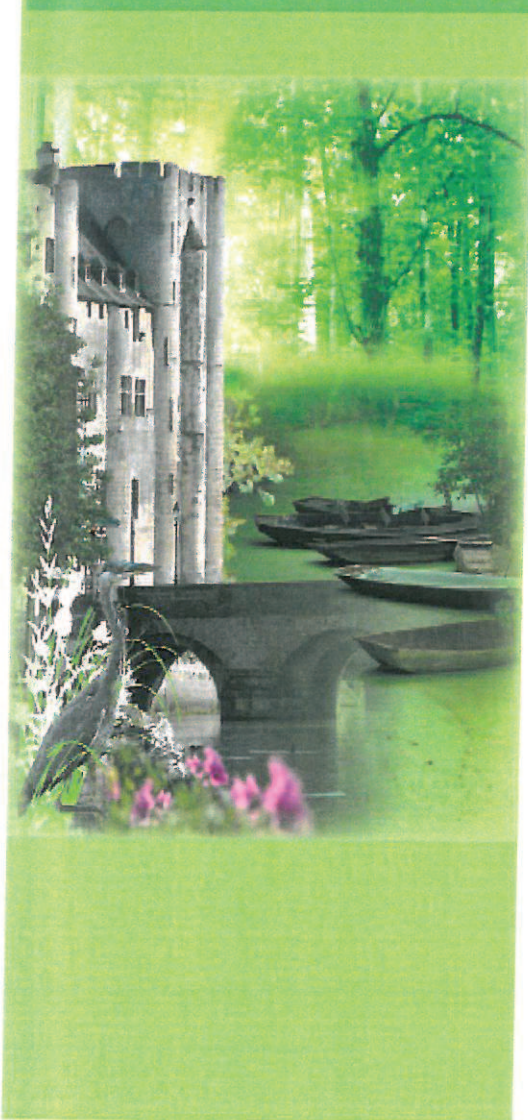


# Rapport d'activités 2013



## Niort - Marais Poitevin La vallée de la Sèvre Niortaise

### Préambule



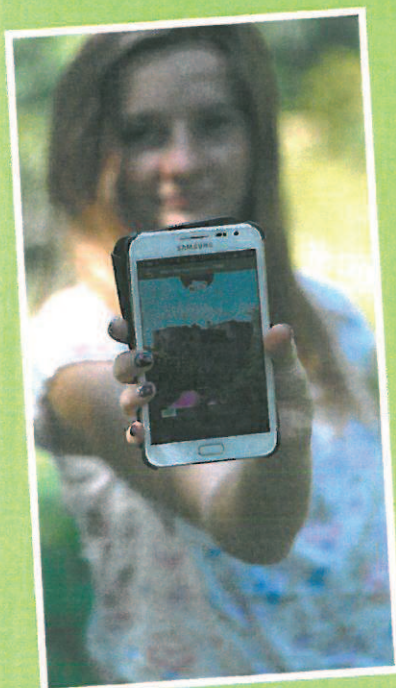
L'Office de Tourisme Niort Marais poitevin Vallée de la Sèvre niortaise poursuit depuis sa création sa « mutation » afin de s'adapter aux évolutions techniques et sociétales qui impactent depuis l'an 2000 les Offices de Tourisme, tant dans leurs missions que dans leurs moyens.

L'Office de Tourisme concentre ses efforts sur les orientations suivantes :

- Assurer sa mission prioritaire d'accueil et d'information en l'adaptant à la stratégie « l'Office de Tourisme Hors les murs » pour répondre aux attentes et comportements des visiteurs,
- Consolider son rôle d'apporteur d'affaires (congrès, séminaires, groupes et billetterie) au bénéfice des prestataires locaux,
- Épauler les acteurs touristiques locaux dans leur mise en marché et les accompagner dans leur professionnalisation,
- Conduire ou accompagner les actions de promotion du territoire en liaison avec les autres acteurs institutionnels.

Le présent rapport d'activité détaille les actions conduites en 2013 et propose une photographie du tourisme pour la Communauté d'Agglomération de Niort.

# Sommaire



Le Tourisme en Niort Marais poitevin	3
L'Office de Tourisme : c'est quoi ? Pour quoi faire ?	6
8 informations à retenir pour 2013	8
L' action de l'Office de Tourisme en détail :	9
Communiquer	9
Accueillir et informer	13
Commercialiser	15
Mobiliser les acteurs locaux	20
Développement et réflexions : préparons l'avenir	21
L'organisation administrative et le fonctionnement de l'Office de Tourisme	22
Conclusion	25
Annexes	
- bilan de fréquentation des accueils	
- grille d'ouverture des accueils	
- compte de gestion et compte administratif	
- prospectus partenariats 2013	
- plan d'actions 2013	

# Le tourisme en Niort Marais poitevin !

## Quelques nouveautés majeures en 2013 :

- **Ouverture de nouveaux établissements hôteliers : LaGrange et AppartCity à Niort mais fermeture de 3 établissements (Ambassadeurs, Relais du Poitou et St Jean)**
- **Arçais labellisée Petite Cité de caractère à l'automne et Niort capitale française de la biodiversité !**
- **L'ouverture fin 2012 d'une exposition permanente (centre d'interprétation) au sein du Donjon de Niort dédiée à l'histoire du monument**
- **Le déploiement de L'Acclameur, espace dédié à l'évènementiel, aux spectacles et au tourisme d'« Affaires »**

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

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

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

## Quelques chiffres pour comprendre le territoire :

En matière d'offre, le territoire représentait fin 2013 :

- **25 hôtels** totalisant 850 chambres dont une majorité en catégorie 3 étoiles depuis les modifications des normes de classement effectuées en 2012 ; Le territoire offre ainsi un parc hôtelier en progression qualitative en raison des nouvelles normes de classement mais aussi par les travaux d'amélioration et d'extension entrepris par les hôteliers eux-mêmes.
- **7 terrains de camping**, principalement publics, 550 emplacements dont 46% en catégorie trois étoiles et plus. Les reclassements ont peu impacté ce parc.
- **66 maisons d'hôtes** offrant environ 160 chambres, 78 % sont labellisées (dont 70 % de niveau 3 et 4 clés ou épis)
- **196 meublés de tourisme** dont 74 % sont labellisés -Gîte de France et Clévacances- dont 40 % sont classés 3 ou 4 épis-clés-étoiles.
- **12 hébergements collectifs** ouverts au public touristiques (résidences, gîtes de groupes, centres d'hébergements familiaux,...) pour environ 700 lits. A noter dans cette catégorie l'entrée de résidences de tourisme/ résidence étudiante ou centre de formation (Appart City, MFR)
- **1000 résidences secondaires**
- **14 embarcadères ou loueurs de canoës**
- **6 loueurs de vélos** et 300 km d'itinéraires balisés
- **8 centres équestres**

## En matière de fréquentation, quelques données majeures à considérer :

- 240 000 nuitées en hôtellerie, **en progression de 10 % depuis 2011**
  - 59 000 nuitées en camping, **en hausse de 13.8 % par rapport à 2012**
  - 95 000 visiteurs dans les 5 principaux sites de visites, **en hausse de 20 % sur deux ans**
  - **Une clientèle française à 85 %** - puis britannique, belge et espagnole pour l'international
- environ 8000 camping-cars accueillis** principalement sur Coulon et Arçais ; la fréquentation des sites de Niort et Mauzé sur le Mignon reste bien moins importante.
- Une collecte de taxe de séjour à hauteur **de 215 000 € en 2013** (données avril 2014) contre 161 000 € en 2012 et 155 000 en 2011.

## Focus « Notre client ! »

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 territoires voisins :

- Deux Sèvres
  - Charente-Maritime
  - Vendée
  - Loire Atlantique
  - Gironde
  - Vienne
  - Maine et Loire
- 
- Puis Paris et Ile de France ( depts 75, 78 et 92)
  - La Bretagne
  - L'Indre et Loire (Tours)
  - La Haute Garonne (Toulouse)

Les données départementales de l'enquête SOFRES sur le suivi des déplacements touristiques des français de plus de 15 ans, consolidées sur 2010 et 2011, complètent cette analyse sur notamment les séjours personnels (hors déplacements Affaires) ; Les principaux bassins émetteurs sont alors : l'Ile de France (25 %), le Poitou-Charentes (23 %) les Pays de la Loire (11 %) et l'Aquitaine.

**De même, les ventes effectuées entre 2008 et 2011 au travers des coffrets cadeaux DAKOTA démontrent la prééminence des bassins proches :** Poitou-Charentes et Vendée, Ile de France et Val de Loire, Gironde, ... répartition confirmée par la centrale de réservation des Gites de France en Deux-Sèvres.

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

A noter les résultats des enquêtes nationales SOFRES **qui font apparaître une surreprésentation en Deux-Sèvres de l'hébergement « chez les parents, amis ou en famille » au détriment du secteur marchand.**

Le croisement de ces différentes sources démontre clairement que l'Ile 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 l'absence de données plus récentes, les valeurs 2011 produites par l'Agence de Développement Touristique des Deux-Sèvres, indiquent que le territoire Niort Marais Poitevin « pèse » 45 millions d'euros soit, à lui seul, 32.5 % du Chiffre d'Affaires touristique du département.

L'hébergement en secteur marchand représente quant à lui 1/3 de ce chiffre d'affaires (11 millions).

## Les principaux résultats de l'enquête conduite par le Parc Interrégional du Marais poitevin en 2013 :

Environ **490 000 visiteurs estimés sur le secteur « Grand Site de France »** (marais mouillés) étendu à toute la Communauté d'Agglomération de Niort.

**Une très bonne notoriété de la destination « Marais poitevin »** avec une adéquation entre l'idée projetée du territoire et sa réalité.

**Une bonne notoriété de Niort**, construite autour des assurances, mais avec un risque lié à l'âge moyen élevé de ceux qui aujourd'hui associent Niort et les mutuelles (vieillesse de la population).

**Un poids significatif du camping-car** comme mode d'hébergement sur le territoire (20% en secteur marais)

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

Observer

Accueillir et  
informer

Fédérer les  
acteurs

Promouvoir la  
destination

Commercialiser  
nos produits

- **Un office de Tourisme est un outil né de la volonté d'une collectivité** qui en définit les moyens et les statuts. L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin Vallée de la Sèvre niortaise a été créé le 1er janvier 2010 sous forme d'Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (E.P.I.C.).

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

- **1 bureau d'accueil permanent à Niort et 3 bureaux d'accueil saisonniers** ouverts tous les jours entre 2 et 8 mois par an selon leur fréquentation : environ 340 jours d'ouverture sur l'année en 2013 !

- **Un Budget prévisionnel d'environ 835 000 €**

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

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

- **Un volume d'affaires d'environ 420 000 €** généré directement ou indirectement par l'Office de Tourisme et ses partenaires institutionnels au profit des acteurs locaux.

## 5 missions principales :

- **Accueillir et informer** : 2013 a permis de poursuivre le développement des outils et supports de communication de l'Office afin d'assurer un accueil sur l'ensemble du territoire bien au-delà de ses seuls bureaux d'accueil basé sur le concept d' « office de tourisme hors les murs » : mettre à disposition l'information là où se trouvent les visiteurs, à tout moment ! A noter en 2013 la réalisation du site en version anglaise !

- **Promouvoir la destination** : compétence partagée avec le comité départemental et le comité régional du tourisme mais également le Parc interrégional du Marais poitevin. En 2013, le Comité Régional du Tourisme a été intégré dans les services d'une Direction de l'Attractivité au sein de la Région ; cette évolution remet en cause le schéma organisationnel mis en place en Deux-Sèvres et suppose de repenser la répartition des tâches entre les différents acteurs territoriaux.

En 2013, outre la participation à des salons grand public et à la reconduction de la Campagne d'affichage dans le Métro par la Région, l'Office de Tourisme a sponsorisé tous les soirs en juin la présentation de la météo sur France 3 Pays de la Loire pour « soutenir » l'activité touristique défavorablement impactée par une météo difficile en avant –saison.

• **Commercialiser nos produits** : Depuis 2011, l'Office de Tourisme consolide sa fonction d'apporteur d'affaires pour le compte des prestataires touristiques du territoire au travers de ses activités de billetterie, de vente de séjours groupes ou du tourisme d'Affaires. En 2013, le service commercial se réorganise pour accentuer son effort sur le développement des congrès et séminaires et lance une action concertée avec les trois Chambres Consulaires et l'Agence de Développement Touristique.

• **Fédérer les acteurs** : plus que jamais, l'Office de Tourisme apporte un conseil « clé en main » aux prestataires-partenaires qui le sollicitent pour leur support de communication, stratégie commerciale, projets de développement,.... La mobilisation des prestataires touristiques mais aussi des autres acteurs locaux s'intensifie également en lien avec la stratégie « Habitants Ambassadeurs- Habitants Consommateurs » déclinée suite au vote par la CAN de son Schéma de Développement Touristique. Des actions dédiées (fascicule Méli-Mémo, visite guidée, session de formation....) participent à la sensibilisation de tous ceux qui, de par leur activité, sont susceptibles d'être des prescripteurs du territoire, d'autres outils tendent à mobiliser ces acteurs autour de l'Office de Tourisme (enveloppes personnalisées, vitrophanie...)

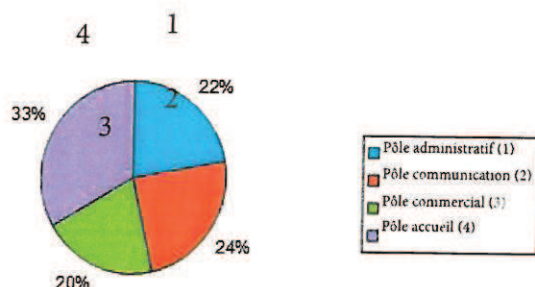
• **Observer** : principalement au travers des études ou enquêtes détenues par le Comité Régional du Tourisme ou l'ADT 79 (fréquentation des Hôtels et Campings de l'INSEE, enquête SOFRES), l'Office de tourisme recueille les données relatives aux fréquentations des sites de visite et surtout à la provenance des touristes se présentant dans ses bureaux d'accueil. En 2013, il accompagne une enquête de fréquentation diligentée par le Parc interrégional du Marais Poitevin.

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

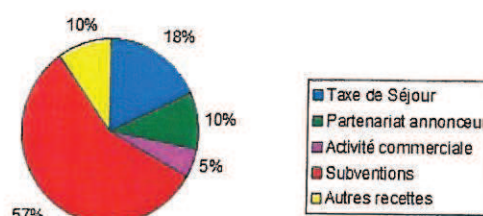
Il s'appuie pour la mise en oeuvre de ces actions sur des prestataires touristiques qui ont fait le choix d'être partenaires de leur office afin d'en accroître l'efficacité en contribuant à son budget par des partenariats de niveau « bronze », « argent », « or » ou « platine » ou par l'achat d'espaces publicitaires.

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

Dépenses de l'office de tourisme par pôle



Répartition des ressources de l'Office de tourisme en 2013



\* montant estimé (170 000€). Au 1<sup>er</sup> juin 2014, cette recette 2013 atteint 215 000€

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-AU  
Date de télétransmission : 29/09/2014  
Date de réception préfecture : 29/09/2014

# 8 informations à retenir pour 2013 !

• Après une année 2012 marquée par l'accueil de 13 000 cyclotouristes, **2013 se caractérise davantage par une année d'organisation et de transition :**

- une restructuration du service commercial avec une nouvelle distribution des rôles et une réorganisation interne à la faveur du départ du Directeur adjoint
- des projets de réaménagements élaborés en cours d'année (Niort Brisson), des déménagements annoncés mais retardés
- une évolution de l'espace communautaire qui impacte les dernières réunions 2013 du Comité de Direction

• La saison 2013 a une nouvelle fois, et pour la seconde année consécutive, débutée par un printemps aux conditions météorologiques défavorables ; il faudra un mois de juillet exceptionnellement ensoleillé pour « redresser la barre » **et finir sur un bilan finalement assez satisfaisant**, certains territoires ou certaines filières tirant mieux que d'autres leur « épingle du jeu ». Un constat préoccupant : une saison qui s'est jouée sur un seul mois !

**Côté Tourisme d'Affaires**, l'hôtellerie niortaise a connu une activité en hausse sur le premier semestre mais avec un renversement à partir d'octobre ; **si le nombre de nuitées progresse, il n'en est pas de même du revenu par chambre qui lui diminue.**

• **Une importante couverture télévisée de notre territoire en 2013** avec plusieurs reportages sur les grandes chaînes nationales (M6, TF1, France 2 et France 3,...) en lien avec les actions entreprises par le collectif « Emotion Marais Poitevin » (Parc, ADT 79, OT,...). L'Office de Tourisme a également communiqué sur France 3 Pays de la Loire en **parrainant la météo de 19h en juin.**

• **Une démarche collective sur le Tourisme d'affaires lors d'une soirée à l'Acclameur** le 23 septembre avec la participation des Chambres consulaires ; la stratégie déployée prévoit d'identifier et d'épauler les deux-sévriens susceptibles de porter la candidature de Niort pour recevoir un évènement d'entreprises, d'une fédération ou union,... 150 personnalités ont ainsi été identifiées par les chambres consulaires comme en situation de défendre les couleurs de notre territoire.

• Un volume d'affaires de 342 000€ TTC en 2013 (contre 390 000€ en 2012). Cette baisse s'explique par l'impact de la semaine fédérale de cyclotourisme qui avait à elle seule généré plus de 100 000€ de volume d'affaires en 2012. La marge commerciale reste toutefois stable à 45 000€ grâce à l'activité «groupes». Le dispositif Open system rapporte 71 000€ de chiffre d'affaires supplémentaire.

• **51 500 visiteurs dans nos bureaux d'accueil pour des demandes d'information** traitées en vis-à-vis, soit une baisse de 3 % par rapport à 2012 ; Ces chiffres cachent une disparité de situation avec une baisse sensible sur Arçais et St Hilaire la Palud ; Coulon progresse et concentre plus de la moitié de ces flux.

• La création d'un jeu gratuit en ligne autour de **la découverte en famille du patrimoine** de Niort et de communes voisines (Echiré, Coulon Magné,...) « Dans les pas des bâtisseurs légendaires de Niort et du Marais poitevin » en compagnie des mascottes Niorty le Dragon, Cabourne le frêne têtard et la Fée Mélusine !

• **La création de nouveaux outils de communication** avec la fabrication d'un présentoir cartonné pour la carte touristique conçue en 2012, la réalisation d'enveloppes personnalisées et de sous-mains dédiés aux hôtels ainsi que du fascicule Méli-Mémo destinés aux prescripteurs du territoire.



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

Le plan d'actions 2013 est joint en annexe ; il rappelle les actions que l'Office de Tourisme a conduit et qui s'organisent en quatre secteurs :

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

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

## I. Promouvoir et communiquer :

- Le rôle primordial du numérique : « coller » aux comportements et pratiques de nos visiteurs !
  - En phase de préparation des vacances, mais aussi de plus en plus lors du séjour lui-même, les outils numériques constituent pour nos concitoyens le vecteur principal d'information.

- Le site internet [www.niortmaraispoitevin.com](http://www.niortmaraispoitevin.com) adossé à un système d'information touristique alimentant ses différents outils de communication, créé début 2011, a enregistré 135 000 visites en 2012 (+ 29 %/ 2011) et 166 857 visites sur 2013 (+24% contre 2012) et plus 627 000 pages consultées (+7.5%) ainsi que 8 000 connexions sur ses déclinaisons (.mobi et applications pour smartphones).

La version anglaise a été consultée 2015 fois depuis sa mise en ligne en juillet 2013.

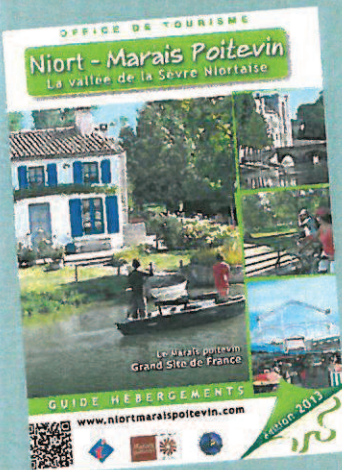
- Le site « partenaire » Emotion Marais poitevin, alimenté partiellement par la base de données de l'Office de Tourisme, a recensé 65 000 visites cette année.

- **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 « Hébergements » (20 000 ex) et « Guide Pratique » (35 000 ex) à temps pour participer aux différents salons touristiques (en janvier) et pour l'ouverture des bureaux d'accueils saisonniers (dès mars).



Guide Pratique



Guide hébergement

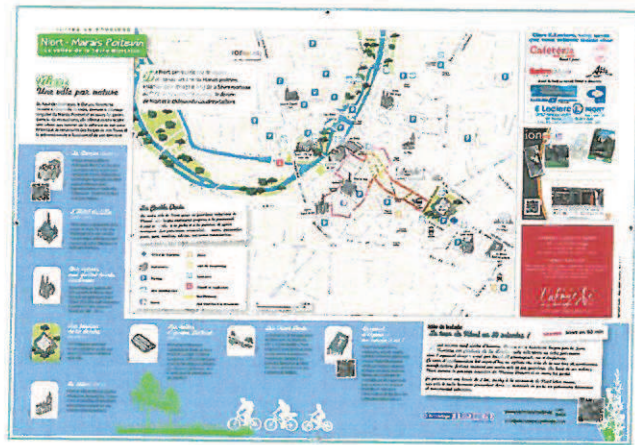
La carte touristique réalisée conjointement avec le Parc interrégional du Marais poitevin a été éditée à 35 000 exemplaires.

Les éditions de l'Office de Tourisme se complètent par le guide « Réservez vos loisirs » édité à 20 000 exemplaires et qui recensent l'ensemble des activités et billetteries proposées à la vente dans les bureaux d'accueil.



Ces 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 101 000 € HT de recettes engrangées en 2013.

Nouveauté 2013 : à noter la sortie d'un sous-main dérivé de la carte créée en 2012 ainsi que d'un présentoir cartonné pour mettre en scène nos documents chez nos partenaires.



Cette dynamique de partenariat, avec 300 prestataires-annonceurs qui apportent leur contribution financière, revêt un caractère stratégique pour l'Office de Tourisme car elle lui assure des moyens d'actions complémentaires au soutien des collectivités.

- Les actions de communication

En liaison avec l'ADT 79, la structure a participé aux salons touristiques « grand public » de Toulouse (8-10 février) et Liège (14-17 février) qui accueillent chacun 20 000 visiteurs. Réalisées en mutualisant les moyens humains et financiers avec les Offices de tourisme de Pôle et de l'ADT 79, ces opérations permettent à l'Office de Tourisme de suivre les attentes et besoins exprimés par nos visiteurs.



## Lyon Brignais

## Salon de Toulouse

En 2013, un événement spécifique a été organisé sur l'agglomération lyonnaise à l'initiative du département des Deux-Sèvres : en partenariat avec le cinéma multiplexe CGR de Lyon-Brignais en s'appuyant sur la diffusion du film « Les 4 saisons du Marais poitevin ». En parallèle de cette projection, un stand d'information était organisé au sein du multiplexe ; la presse locale a également été conviée lors d'une conférence de presse et une communication spécifique a été organisée dans la presse quotidienne régionale (Le Progrès).

Dans le cadre du dispositif de communication Emotion Marais Poitevin associant le CRT Poitou-Charentes, les ADT des Deux-Sèvres, de Vendée et de Charente-Maritime, le Parc Interrégional du Marais poitevin et l'Office de Tourisme, la destination commune « Marais poitevin » a été promue dans sa globalité au travers de campagne d'affichage à Paris (4 semaines d'affichage dans le métro entre le 20 mars et le 16 avril sur 413 faces réservées pour les 5 visuels retenus par la région).



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

• Autres communications spécifiques :

En juin 2013, l'Office de Tourisme a initié, en soutien d'une activité touristique de faible intensité au printemps, une opération de promotion du territoire sur la région Pays de la Loire ; pendant un mois, **une « capsule vidéo » de 10 secondes a été diffusée sur France 3 Pays de la Loire en début et fin du rendez-vous météo de 19h**. La stratégie de communication retenue ciblait les loisirs nature au travers d'une image du port de St Georges de Rex avec vélo et barque.



 Parrainage Meteo France 3  
IN

Cette communication s'est déroulée en parallèle de **plusieurs reportages diffusés sur France 2 et TF1** et de la **campagne de promotion lancée par l'ADT 79** pour soutenir également l'activité des sites de visites en début de saison (affichage 4\*3).



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

- via une association **WebTrésor** qui organise des chasses au trésor (géocaching) pour des territoires ruraux
- avec **des sets de tables** (26 000 exemplaires) conçus avec la SEMTAN pour promouvoir la ligne de bus estivale « la maraichine »
- sous l'égide de la CAN, l'Office de Tourisme était présent sur **la Foir'Expo de Niort** en mai en lien avec la thématique développée autour de la ligne de bus estivale « La Maraichine ».
- l'Office s'est également mobilisé sur **le Maraïthon** de Coulon.
- avec L'ADT et le CRT, notre destination était également représentée sur **le Salon International de l'Agriculture de Paris**.

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-AU  
Date de télétransmission : 29/09/2014  
Date de réception préfecture : 29/09/2014

## 2. Accueillir et informer

2013 voit se compléter le dispositif d'accueil « hors les murs ».

Pour rappel, seule une faible partie des touristes en séjour (10 %) se rend physiquement dans les locaux de l'office de tourisme ; 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 2013, l'Office de Tourisme a accueilli 51 500 personnes en face-à-face au sein de nos accueils. (cf annexe 1) ; cette fréquentation s'érode régulièrement, constat partagé au niveau national en raison du recours accru à l'outil internet par les visiteurs en phase de préparation de leur séjour, et du rôle important des hébergeurs dans la diffusion de l'information.

### Pour 2013, la fréquentation se répartie comme suit par bureau d'accueil :

- Coulon : 27 500 (+8%)
- Arçais : 8 700 (-20%)
- Niort : 13 200 (-2 %)
- St Hilaire la Palud : 3900 (-30%)

La clientèle qui continue à fréquenter les bureaux d'accueil reste une cible prioritaire en matière de billetterie

### Les implantations physiques sur le territoire :

#### 2013 a vu le maintien des 4 bureaux d'information sur le territoire :

- Niort, ouvert à l'année, et centralisant la gestion des demandes d'information par courriers, courriels ou téléphone,
- Coulon, ouvert de mi mars à mi-novembre, 7j/7, et où l'Office de Tourisme assure la billetterie d'entrée du site de visite « Maison du marais poitevin » dans le cadre d'une convention annuelle de partenariat
- Arçais, ouvert d'avril à septembre, 7j/7
- St Hilaire la Palud, dont l'amplitude d'ouverture se réduit, de mi-avril à fin septembre au regard des flux de visiteurs enregistrés

Pour assurer ce déploiement estival, l'Office de Tourisme a recours à des renforts saisonniers composés de 5 CDD (totalisant 31 mois) ainsi qu'un contrat CAE de 8 mois et l'arrivée de deux contrats Emploi d'Avenir en début de saison.

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

11 600 consultations ont été enregistrées en 2012 et 16 029 cette année en forte hausse.

Ces bornes accessibles 24/24 offrent un accès public wifi et permettent également de valoriser nos 5 sites de visite au moyen d'écrans apparaissant lorsque les bornes ne sont pas utilisées par le public.

Des présentoirs dans chacune des 29 communes : les communes de la CAN sont équipées de présentoirs permettant de mettre à disposition du public des fiches descriptives présentant les attraits de chacune d'elles. Cet outil permet de mobiliser les communes autour du développement touristique communautaire.

#### Un accueil estival : 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 septième édition, l'Office proposait des balades en canoë et kayak, la location de pédalos ainsi que des promenades en poney. La nouveauté en 2013 réside dans la location de « paddle ». Cette manifestation a connu une forte progression des ventes cette année en raison notamment d'une météo favorable.

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

Ce dispositif genere un chiffre d'Affaires de l'ordre de 19 500 € TTC (en hausse de 16 % par rapport à 2012) soit une marge de plus de 9000 € TTC (+16 %) pour l'Office de Tourisme. Ce sont 13 000 personnes accueillies en 2013 sur ce temps fort de l'été niortais.

#### Autres dispositifs estivaux :

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

- La mise en place d'un réseau de points relais de diffusion de notre documentation touristique sur les principaux lieux de fréquentation du territoire : hébergements collectifs, commerces, services,...
- La diffusion de notre information Niort et Marais poitevin au travers de l'opération pilotée par l'ADT 79 « Y'a quoi à voir en Deux-Sèvres » et qui assure la présence sur 160 totems répartis sur le territoire de fiches descriptives relatives à nos sites et activités.



Borne d'information

### 3. Commercialiser

Rappel : en 2012 l'Office de Tourisme a déployé sa nouvelle stratégie commerciale qui s'appuie sur 5 axes :

- **Renforcer son rôle d'apporteur d'affaires au bénéfice des prestataires locaux** en renforçant son activité de billetterie ; les prestations proposées sont déclinées en trois familles : « découverte des sites de visites » et prestations de loisirs / prestations à la demi-journée et journée / visites insolites.
- **Structurer son offre pour les groupes en valorisant les produits locomotives conçus par nos opérateurs locaux et en complétant l'offre locale par des produits « thématiques » sur la destination** (patrimoines architectural, culinaires, rallye et sorties actives). Cette stratégie permet aussi de proposer des extensions de séjours en s'appuyant sur les territoires voisins et, enfin, de positionner notre territoire en proximité des grands équipements phares régionaux (Futuroscope, Aquarium, Cognac, Puy du Fou, ....)
- **Accentuer les démarches de prospection sur le marché des séminaires en complétant l'action des opérateurs locaux**. L'OT cible certaines filières économiques (Agro alimentaire – Automobile et BTP) et certains territoires (Gironde, Loire Atlantique, Ile et Vilaine) afin de ne pas concurrencer l'action directe des autres acteurs locaux.
- **Engager une action de mobilisation et d'accompagnement** des présidents ou représentants locaux de corporations, groupes, syndicats, unions professionnelles, associations nationale, fédérations sportives et culturelles afin de les inciter à porter la candidature Niort Marais Poitevin pour l'organisation de leurs rassemblements nationaux, congrès ou séminaires.
- Enfin, pour les produits individuels, **le choix est fait de développer une offre permettant de mobiliser un grand nombre de prestataires locaux** pour éviter le recours exclusif à certains prestataires.

2013 a permis de consolider l'organisation du service commercial avec **la mise en place de « portefeuilles clients »**. Les actions de l'Office de Tourisme en matière commerciale s'effectuent sous couvert de l'immatriculation dont il dispose depuis 2010, et renouvelée en 2013 ; ces actions couvrent 4 secteurs :

- l'organisation de séminaires et congrès :

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

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

En mai, une présentation de notre action s'est tenue devant les membres du Club des entrepreneurs du Niortais et l'Office a également participé à une journée de promotion de la destination sur l'aérodrome Niort Marais Poitevin.

Pour le secteur « congrès et événements », l'année 2013 est marquée par l'officialisation du partenariat noué avec les chambres consulaires et l'ADT 79 pour le développement du tourisme d'Affaires ; une soirée de lancement en septembre a permis de présenter les outils créés (film promotionnel Affaires, plaquette de prospection,...) et de lancer une démarche de mobilisation des acteurs économiques, sportifs ou associatifs locaux qui siègent dans des instances nationales afin de les inciter à proposer Niort comme site d'accueil des événements professionnels de leur réseau.

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

Ce savoir-faire permet à l'Office de tourisme de rejoindre le réseau national Congrès-cités qui regroupe 15 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.

À l'automne, l'Office de Tourisme a participé au salon professionnel Réunir à Paris sous l'égide de Congrès Cités.

Au final, l'activité séminaires & congrès a généré un volume d'Affaires, en forte hausse, de 120 000 € TTC et représentent une marge de 15 600 € TTC pour le compte de l'Office, 2013 n'ayant pas eu la chance d'accueillir une seconde Semaine Fédérale de Cyclotourisme. Ces données sont comparables à 2011. L'Office de Tourisme assume également principalement en interne diverses visites de ville pour les groupes (scolaires ou adultes).



## Chemise tourisme d'affaires



• la vente de produits et séjours :

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

Depuis 2011, l'activité « séjour individuel » a fortement décliné en raison de l'érosion des produits packagés pour les individuels (coffrets cadeaux Dakota, Smartbox,...). En 2013, cette baisse se poursuit avec un chiffre d'affaires de 6000 € TTC. L'Office de Tourisme se concentre vers une valorisation médiatique de ces produits individuels et les décline par public et par saison.

En revanche sur l'activité Groupes, l'année 2013 se caractérise par 177 contacts dont 43 ont été finalisés ; cette activité représente un chiffre d'affaires de 107 300 € (+ 78 %) et une marge de 13 000 €.

Au final, le volume d'Affaires atteint 113 400 € et dégage une marge de 14 500 € TTC en hausse de 56% par rapport à 2012.

Pour rappel, l'ADT dans le cadre de ses actions de démarchages « groupes » conduites en lien avec les Offices de Tourisme a assuré en 2013 :

- la constitution de nouveaux fichiers (France entière): Université inter-âge, populaire, du temps libre, Comité d'établissements des cheminots
- l'envoi d'un Mailing en juin à l'attention de Clubs d'Anciens des grandes écoles/d'entreprises, Universités inter-âge, populaires, du temps libre et Comités d'établissements des cheminots
- des envois en nombres :

MAILING octobre 2013			
Destinataires mailing	Nbre approximatif d'envois	Origines	Type de documents envoyés
Autocaristes	700	France entière	Brochure groupe, feuillet CE, grille correspondance tarif -6%
CE/COS/amicales	780	France entière	Brochure groupe, feuillet CE
Clubs Associations diverses	3000	62, 59, 80, 60, 76, 95, 78, 91, 45, 28, 27, 14, 61, 50, 18, 41, 72, 53, 35, 56, 22, 29, 36, 37, 49, 44, 23, 87, 86, 79, 85, 19, 24, 16, 17, 46, 47, 33, 82, 32, 40, 64, 65	Brochure groupe
CCAS	240	86, 85, 16, 49, 17, 79	Brochure groupe, feuillet CE
Centre socio culturels	120	85, 49, 44, 16, 17, 86, 79	Brochure groupe, feuillet CE
Clubs d'Anciens grandes écoles/entreprises	270	France entière	Brochure groupe
Université populaire, inter-âge du temps libre, ligue de l'enseignement	160	France entière	Brochure groupe
Comité d'établissements des cheminots	27	France entière	Brochure groupe, feuillet CE

En parallèle, l'ADT a participé à 3 rendez-vous professionnels (Salon du Voyage en Car à Nantes / Salon EluGeo au stade de France à Paris / salon Zénith de Bruxelles ) en plus d'une présence sur les salons Tourisme de Nantes et Toulouse.

A noter : organisation par l'ADT, en parallèle des Bourses d'échanges, d'un Workshop dans le cadre de « Top Départ » du 2 avril 2013 à Niort – une quarantaine de personnes issus de Clubs de randonnée pédestre, d'Associations de loisirs, de Comités de jumelage, de clubs de l'amitié, de CE, d'Autocariste, d'écoles de Tourisme étaient au rendez-vous. Ces derniers ont pu bénéficier d'une journée de découverte du territoire. La matinée un éducteur organisé par l'office de tourisme de Niort, proposé la visite de la brasserie Chocolaterie à Coulon, et une visite guidée de la ville de Niort suivi d'un déjeuner au restaurant du Donjon à Niort

• la billetterie et la boutique :

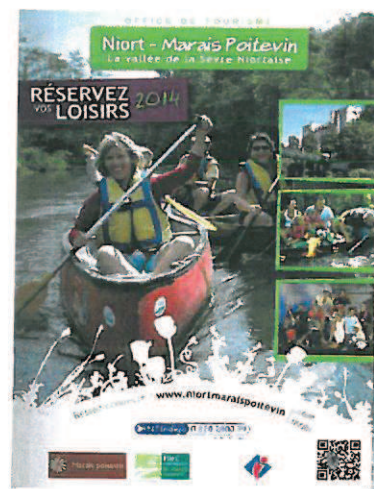
L'Office de tourisme assure, pour le compte des prestataires, une activité de billetterie concernant soit la vente de prestations sèches (entrée simple sur site), soit de forfaits à la journée (promenade en barque associée à une autre prestation, location de vélo, etc ...). Cette activité se renforce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

En 2013, l'activité « Billetterie » (hors billetterie événementiel) progresse de 20% pour la seconde année consécutive pour atteindre 27 500€ TTC (contre 23 300€ TTC en 2012).

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. Cette activité a généré un chiffre d'affaire de 24 000€ TTC en 2013.

L'office de tourisme dégage donc, sur la billetterie et la boutique une marge d'environ 7 700 € TTC (contre 5 500€ TTC en 2012).

Ce volume n'intègre pas les 58 000 € TTC de volume d'affaires généré spécifiquement pour le compte de la Maison du Marais Poitevin au titre des droits d'entrée pour les individuels (contre 54 000 € en 2011 et 56 000 € en 2012).



**Guide billetterie**

### Les autres actions d'accompagnement commercial

Pour la première fois, l'Office de Tourisme a participé au salon Espace CE à Niort avec l'ADT 79 ; cette action a permis de s'afficher face à 300 CE et à généré environ 40 contacts.

En 2013, l'ADT 79 et le CRT 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 2013, près de 36 prestataires touristiques (dont 12 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 24 prestataires qui utilisent Open System hors passerelles, **la somme de 71 000 € TTC en 2013** contre 60 000 € en 2012 et 44 000 € TTC en 2011 soit une progression de 61 % en 2 ans.

Au final, **ces diverses actions commerciales génèrent un volume d'affaires d'environ 348 000 € en 2013** (hors Open System) - contre 390 000 € TTC en 2012 et 315 000 € en 2011.

**La marge brute progresse à 45 000 €**, contre 44 000 € TTC en 2012 et 40 000 € en 2011.

**L'année 2013 demeure une année très positive avec une activité «groupes» et «tourisme d'affaires» en progression tout comme la billetterie «loisirs», alors même qu'elle n'est pas impactée par des événements exceptionnels comme en 2012 (cyclotourisme, séminaire DARVA...).**

**Elle apparaît comme représentative, en matière commerciale, des nouvelles orientations que l'office de tourisme a identifiées comme prioritaires.**

#### 4. Mobiliser les acteurs locaux

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

- **Une lettre d'informations mensuelle** : destinée aux acteurs touristiques locaux, celle-ci détaille les actions de l'Office de Tourisme et leur transmet des informations utiles liées notamment aux événements ou manifestations se déroulant sur le territoire. En 2013, cette lettre d'information est parue 12 fois et compte deux envois spécifiques (manifestation et 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 ; cela a été le cas pour l'ouverture de la nouvelle exposition permanente du Donjon de Niort (fin décembre 2012). En 2013, l'OT a accueilli les Nouveaux Habitants pour une visite gratuite et commentée de Niort et du village de La Garette à partir de fichiers loués auprès de La Poste.
- **l'aide à l'appropriation des outils de vente en ligne** : la solution Open System permet gratuitement à chaque prestataire de proposer la réservation-vente en ligne. En lien avec l'ADT 79, l'Office de Tourisme organise des sessions de formation ciblées. Les prestataires partenaires bénéficient par ailleurs d'un accompagnement individuel pour améliorer leur visibilité sur internet.
- Dans le cadre du Plan de Formation Inter-filières initié par la région Poitou-Charentes, les prestataires locaux ont ainsi pu participer à des formations organisées conjointement avec le Parc du Marais poitevin et la FROTSI.

A noter que l'Office de Tourisme organise pour le compte de partenaires (UDOTSI 17) des visites découvertes du territoire sous la forme d'éductours.

# Développement et réflexions : préparons l'avenir !

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

Plus directement en matière de développement touristique, **l'Office de Tourisme a apporté sa contribution à l'élaboration du Schéma de Développement Touristique de la CAN** qui a été voté en septembre 2012 et dont les quatre enjeux majeurs ont été précisés dès 2011 :

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

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

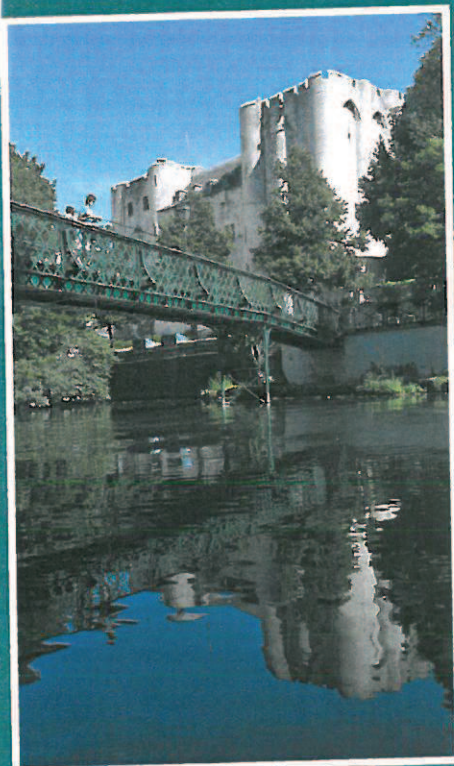
En 2013, l'Office de Tourisme a été mobilisé pour conseil sur des projets individuels (hébergements chez l'habitant, hôtels, auberge de jeunesse,..) ou portés par des collectivités (camping, MFR, ...).

A l'initiative du Parc interrégional du Marais poitevin et de l'Agence de Développement Touristique des Deux-Sèvres, l'Office de Tourisme a accueilli entre 2012 et 2013 une **mission dédiée au développement du tourisme éco-responsable et solidaire** pour étudier la faisabilité de la création d'une offre touristique « nature » commercialement viable. Les résultats ont montré la difficulté de mettre en place une telle filière en raison de l'atomisation de l'offre et de la difficulté de « monétiser » ce type de produits touristiques.

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

**En collaboration avec l'université de La Rochelle, l'Office de Tourisme a également initié un partenariat avec le master professionnel « Patrimoines Multimédia et Tourisme »** de la Faculté des Lettres, Langues, Arts et Sciences Humaines Université de La Rochelle. Prévu sur trois ans, ce projet permettra la réalisation de 3 vidéos notamment sur les sujets de la chamoiserie et de la batellerie.

Pour être complet, il convient de rappeler la tentative de l'Office de Tourisme de déployer sur l'été **une équipe de deux Ambassadeurs « vélo »** du territoire dans le cadre d'un service civique de six mois ; malheureusement, les deux personnes retenues ont privilégié des emplois saisonniers plus rémunérateurs et ont abandonné la mission en cours de route avant qu'elle ne se déploie véritablement.



Le donjon de Niort



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

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

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

## Des commissions préparatoires thématiques :

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

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

Suite au départ du Directeur adjoint chargé d'animer cette commission, elle s'est peut réunie en 2013.

**Commission Communication** : cette commission intervient principalement sur les nouveaux outils de communication. Cette commission a également suivi les actions de communication en lien avec le partenariat au titre de la démarche « Emotion Marais Poitevin » ; elle s'est impliquée sur l'élaboration du Méli-Mémo, du sous-main et autres objets promotionnels (enveloppes personnalisées, vitrophanies, jeu Patrimoine,...).

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

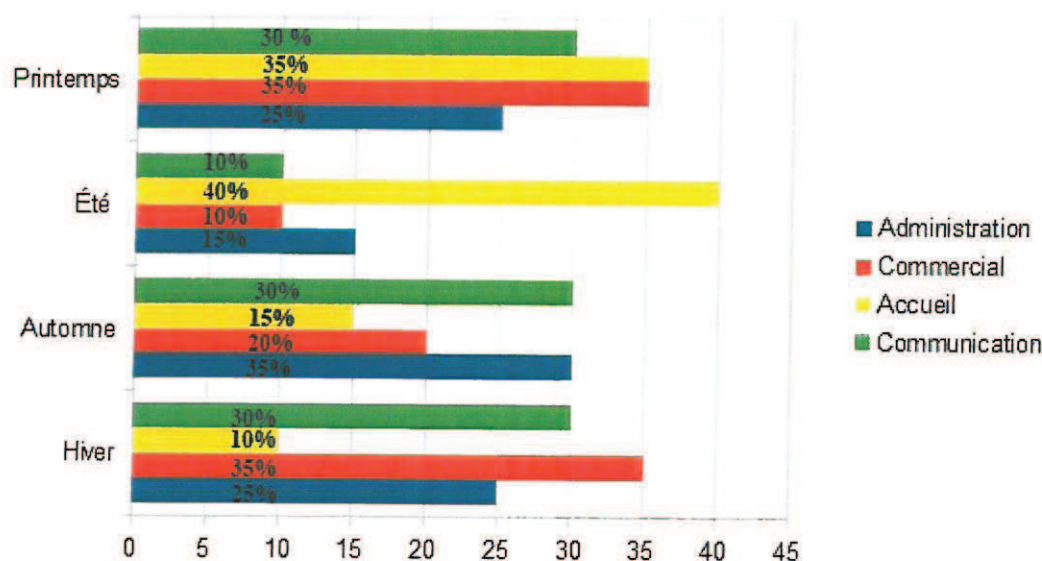
**Commission Finances et Social** : principalement en charge du suivi du cadre budgétaire, cette commission a préparé le Budget Supplémentaire du budget 2013 et a élaboré le budget prévisionnel 2014.

## Évolution de l'organisation interne de l'Office de Tourisme :

Compte tenu du départ au printemps de Stéphane PIPET, Directeur adjoint en charge du pôle Accueil Information Promotion, et de la réorganisation du pôle commercial entreprise à la fin du premier semestre, une nouvelle structuration a été mise en place à l'automne 2013:

- une organisation générale autour de **quatre responsables de pôle**, Mme TENAILLEAU prenant notamment la responsabilité du Pôle Accueil ; un effort est entrepris sur ce pôle pour établir un livret d'accueil et des procédures plus complètes compte-tenu de la multiplicité des missions et outils devant être utilisés par les conseillers en séjour.
- un service commercial avec une évolution des deux salariées en poste pour assurer une action de prospection et de démarchage actif, l'une en charge des groupes, la seconde en charge des séminaires. Cette évolution s'est mise en place suite à l'intervention dans l'été d'un formateur qui a accompagné l'Office dans la structuration de son équipe commerciale.
- **le dispositif de primes ou avantages alloués en fonction des recettes commerciales** et de partenariats engrangés au-delà de l'objectif a été reconduit en 2013 ; 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, **poursuite du dispositif de formation** pour améliorer les connaissances et compétences des personnels, tant en matière de dynamique de vente à l'accueil, que d'augmentation du niveau d'expertise.

Répartition du temps de travail par pôle et par saison



Point sur les évolutions principales relatives aux effectifs :

	Au 1er janvier 2013 :	Au 31 décembre 2013
Effectifs cadres	2	1
Agents de maîtrise	4	4
Employés	7	7
Apprentis	1	0
CAE	1	1
Contrat Emploi d'Avenir	0	2

En 2013 le déploiement territorial et les mouvements de personnels (démission, congés maternité,...) a nécessité le recours à 5 CDD saisonniers, un contrat aidé (CAE) représentant 31 « équivalent mois » de CDD et un budget net d'environ 50 000 € (aides de l'Etat déduites). **En 2013, l'Office de Tourisme a fait le choix de recruter trois jeunes en contrats Emploi d'Avenir** (2 dédiés à l'accueil, 1 dédié à l'administratif) pour renforcer dans des conditions financièrement avantageuses, sa capacité d'action.

Depuis 2010, l'Office de Tourisme privilégie le recours à des contrats aidés pluriannuels afin de disposer de personnels formés agissant sur plusieurs saisons touristiques. Les CDD saisonniers sont également reconduits année après année et cumulent au moins trois saisons.

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

#### Rappel :

Créé sous statut d'EPIC, l'Office de Tourisme regroupe au sein de son **Comité de direction** les représentants de la collectivité (22 élus), des représentants des filières touristiques (15) ainsi que deux personnalités qualifiées. Quatre autres opérateurs sont associés sans voix délibérative au comité de direction : la Maison du Marais poitevin, l'Agence de Développement Touristique, le Comité Régional du Tourisme et le Parc Interrégional du Marais poitevin.

L'Office de Tourisme a l'obligation, du fait de son statut d'EPIC, de réunir son **Comité de Direction au minimum 6 fois par an.**

En 2013, ce comité s'est réuni 7 fois afin de se donner les moyens, notamment en fin d'année 2013, de pouvoir assurer la continuité de ses missions sur le premier semestre 2014 impacté par la fusion –extension de la Communauté d'Agglomération du Niortais. Le renouvellement des délégués communautaires au 1er janvier 2014 et la réinstallation d'un nouveau Comité suite aux élections municipales de mars 2014 a occasionné une certaine démobilitation en fin d'année qui a nécessité plusieurs re-convocation de comités en raison d'un quorum insuffisant.

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



# Conclusion :

L'Office de Tourisme a entrepris une démarche de modernisation de ses actions afin de mieux répondre aux attentes de ses différents publics :

- les touristes, qui attendent des informations pertinentes, à jour et accessibles 24h/24 via les supports et outils numériques. Pour répondre à ce besoin, il faut optimiser les ressources mobilisées sur les bureaux d'accueil au regard de la réalité des flux enregistrés et les orienter vers l'activation des nouveaux moyens de communication.
- les prestataires touristiques qui escomptent un accroissement de leur activité soit directement, au travers du rôle d'apporteur d'affaires de l'Office, soit indirectement, par les outils mis à disposition ou par les actions de promotion touristique du territoire
- les élus locaux, qui veulent capitaliser sur l'attractivité touristique du territoire pour renforcer le développement de l'économie locale, des emplois et du cadre de vie.

L'Office de Tourisme poursuit sa mutation pour répondre à ces enjeux et faire face à l'environnement économique et institutionnel qui ne cesse de bouger ; la disparition du CRT, les contraintes budgétaires des entreprises comme des collectivités et les arbitrages qu'elles supposent, témoignent d'un monde « en mouvement » auquel l'Office de Tourisme doit en permanence s'adapter.

2013 sonne l'achèvement de la structuration de l'office de tourisme, les équipes sont stabilisées l'organisation clarifié, les stratégies d'actions précisées...

# Annexes

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-  
AU  
Date de télétransmission : 29/09/2014  
Date de réception préfecture : 29/09/2014

Mettre en œuvre le plan stratégique 2013/2016 « L'Office de Tourisme hors les murs » autour des orientations du schéma Tourisme de la CAN et des orientations propres à l'Office de Tourisme.

**3 axes :**

- Répondre aux besoins et nouveaux comportements de nos visiteurs en poursuivant l'adaptation de nos actions et outils aux attentes et comportements des touristes
- Renforcer notre action commerciale d'apporteur d'affaires et de développement des congrès et séminaires.
- Mettre en œuvre les actions du schéma Tourisme

*Des moyen humains et financiers : pour la mise en œuvre de ce programme, l'Office de Tourisme mobilise un budget global de 900 000 € financé à 60% par les subventions publiques allouées par la Communauté d'Agglomération de Niort, le Département des Deux-Sèvres et la Région Poitou-Charentes ainsi que par le produit de la taxe de séjour collectée sur le territoire (20%) et les ressources générées par les partenariats et recettes commerciales propres à son action (15%).*

*Le plan d'actions détaillées suivant représente un investissement d'environ 150 000 € (personnel saisonnier compris)*

**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. De lieu unique et incontournable d'accueil et d'information, les offices de tourisme ne sont plus aujourd'hui qu'un opérateur 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'organisations 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

### 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 touristiques 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 (touriste, prestataires locaux) dans un environnement technologique et sociétal environnant en perpétuel mouvement.

-Accroître la connaissance de notre clientèle : en lien avec le Parc interrégional du marais poitevin, l'Office de tourisme réalisera une enquête clientèle et de fréquentation permettant de vérifier les provenances et typologies de nos clientèles tant sur Niort que sur le marais poitevin. En parallèle, en lien avec l'IUT de Niort et en accord avec les réseaux d'hébergeurs, nous analyserons les données disponibles pour mieux appréhender l'activité de notre territoire.

-disposer d'outil d'enquête : l'Office de Tourisme se dotera ainsi d'un logiciel spécifique lui permettant une certaine autonomie pour construire ses enquêtes tout au long de la saison.

-étude d'image et de notoriété : en parallèle de l'enquête conduite avec le Parc, une enquête d'image et de notoriété sera conduite pour comprendre comment notre territoire est perçu ; cette action s'inscrira dans le cadre des réflexions de la CAN sur le projet de Territoire de l'aire urbaine.

### Promouvoir les spécificités et valeurs du territoire

Participer à des salons thématiques : le salon « Vert Bleu Soleil » de Liège en Février permet de cibler la clientèle belge francophone ; en alterné avec le salon Tourissima de Lille, cette opération s'accompagne de relations presse et d'un démarchage des professionnels du voyage. Le salon de l'agriculture (fin février) sera également une manière, sous l'égide du département, de promouvoir notre destination auprès du public francilien.

Communiquer sur Paris et Lyon : en lien avec le CRT et l'ADT, la destination Marais Poitevin sera valorisée lors d'une campagne d'affichage dans le métro parisien au printemps ainsi qu'au cours d'une campagne mix-média (presse-radio internet-arrière de bus) programmée en mai sur Lyon.

Editer des supports de communication à diffusion externe : soit propres à l'Office de Tourisme, soit issues de partenariats entre institutionnels- dispositif Emotion Marais Poitevin-, diverses brochures et sites internet assurent la promotion de notre territoire. En 2013, le site internet de l'Office de tourisme sera traduit en anglais et nous éditerons notre guide pratique en espagnol.

Diffuser l'identité touristique du territoire : au travers d'autocollants, vitrophanies, présentoirs divers, enveloppes personnalisées, affiches, sous-mains ou autres produits dérivés (magnettes, marque-pages,...), il faut diffuser largement l'image de l'Office de Tourisme et maximiser l'usage de ses outils de communication. A ce titre, l'Office de Tourisme accompagnera les accueils de presse programmés par l'ADT et le CRT.

### Recevoir informer et conseiller nos visiteurs

Finaliser le dispositif d'information 24/24 implanté sur le territoire : Magné est la dernière commune à voir installée une borne d'information accessible 24h sur 24. Un dernier équipement pourrait intervenir en complément d'un écran d'information en gare de Niort en fonction des partenariats possibles avec la SNCF.

Poursuivre l'expérimentation des bornes-relais d'informations dans les sites à fortes fréquentation. Le bureau de Poste de Coulon pourrait permettre un déploiement test de ce type de support (tablette numérique)

Enrichir le contenu de nos supports de communication : la plus value de l'Office de Tourisme est aujourd'hui d'enrichir le contenu de nos bases de données. L'intégration de vidéos sons, images et autres valorise notre offre touristique auprès du public internaute.

Animer la sphère internet : les réseaux sociaux depuis près de 10 ans deviennent les principaux vecteurs d'information-communication notamment en matière de tourisme. L'Office de tourisme doit investir ce champ et se doter des ressources nécessaires pour l'animer.

### S'organiser :

Adapter notre présence physique sur le territoire : même si les nouvelles technologies nous permettent de s'exonérer en partie d'un contact direct, l'accueil et la notion de conseil nécessite une proximité avec les touristes en séjour. Notre présence doit être rationnelle, notamment au regard des flux constatés, et nos amplitudes d'ouvertures doivent correspondre à la réalité de la fréquentation de notre destination. Modifier la localisation de nos accueils, au regard d'opportunités locales, sera légitime dès lors que la nouvelle implantation améliore notre visibilité vis-à-vis du public touristique. Le déménagement du siège administratif de l'Office de Tourisme devra répondre à un même souci de cohérence au regard des besoins de la structure.

Mettre en réseau et mobiliser les prestataires privés 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 une information régulière apportée au moyen d'une lettre d'informations mensuelle, des actions spécifiques seront organisées pour faciliter l'échange entre les acteurs privés (visites découvertes du territoire, réunions thématiques)

Former le personnel et capitaliser sur les expériences acquises : l'Office de Tourisme inaugure en 2013 un séminaire d'intégration d'une semaine pour les différents salariés saisonniers qui rejoignent la structure. L'option privilégiée est clairement la construction d'une équipe formée et disponible sur plusieurs saisons ; à ce titre les contrats aidés sur une base pluriannuelle seront recherchés.

Faciliter la médiation conseiller en séjour-touriste : l'émergence de nouveaux outils (tablettes-smartphones,...) ne s'est pas toujours systématiquement accompagnée d'une connaissance approfondie de ces outils ; les conseillers en séjour deviennent aujourd'hui des médiateurs qui doivent faciliter/expliciter l'usage de ces outils à leurs propriétaires. Les tablettes numériques constituent également un appui dans l'échange entre le conseiller en séjour et le visiteur.

## 2. COMMERCIALISER :

**« C'est à la fois un indicateur de performance de l'Office de Tourisme vis-à-vis des prestataires qui nous font confiance et un axe d'amélioration de notre indépendance financière en améliorant nos ressources propres !**

L'Office de Tourisme poursuit son action de commercialisation-mise en marché au travers

- d'une démarche active de promotion de notre destination sur le secteur « Affaire »,
- d'un appui à la vente directe ou via nos activités de billetterie
- d'une action concertée vers la cible des groupes

### Promouvoir le secteur Affaire

-sur la cible des séminaires : avec le renfort d'un personnel en apprentissage , poursuite et amplification de la démarche de prospection engagée depuis 1 an en sélectionnant les entreprises des secteurs du BTP , de l'agroalimentaire et de l'automobile sur les départements de Loire Atlantique, Gironde et Ile et Vilaine. Un fichier qualifié de 300 contacts a été constitué et constitue la base de notre action. Une lettre d'information spécifique à notre offre sera envoyée sur cette base à trois occasions dans l'année.

-sur la cible des congrès et évènements professionnels : une convention impliquant les trois chambres consulaires et l'ADT 79 permettra de définir les contours de cette action dont l'objet est de constituer un fichier qualifié de personnes ressources, qui, par les responsabilités professionnelles, syndicales, corporatistes,... qu'elles assurent, sont en position de proposer la candidature de la destination Niort Marais poitevin pour l'organisation de rencontres professionnelles. Cette action s'accompagnera de l'édition de deux supports dédiés : le Guide du porteur de projet « Affaire » et une plaquette de présentation de la destination. Une réunion de lancement avec l'ensemble des personnes ressources identifiées est prévue au printemps.

-une nouvelle politique tarifaire et de commissionnement vis-à-vis des hôteliers : 2013 sera l'occasion de faire évoluer les modalités de commissionnement de l'Office de Tourisme notamment dans le cadre d'évènements (salons professionnels, rencontres,..) pour lesquels l'Office de Tourisme n'assure qu'une prestation limitée de mise en relation sans possibilité d'engagements fermes.

-des Relations Presse vers le secteur professionnel : en liaison avec les acteurs concernés (So Space, Chambres consulaires, réseaux d'hébergeurs,...), l'Office de Tourisme engagera des actions de relations presse afin de mieux faire connaître la destination.

### Faciliter la vente directe

-conforter notre fonction d'apporteur d'affaires : les ventes de prestations effectuées auprès des 55 000 visiteurs rencontrés en face-à-face chaque saison au sein de nos bureaux d'accueil, notre action de billetterie assurée dans le cadre de Niort Plage 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 sera renforcé par l'édition en plus grand nombre de notre plaquette « billetterie ».

- développer la billetterie événementielle : l'Office de Tourisme assure la vente depuis fin 2012 d'une partie de la programmation de la salle de spectacle L'Acclameur ; en 2013, l'acquisition du système Digitick permettra de vendre la totalité des spectacles reçus localement et positionnera vis-à-vis du public niortais, l'Office de Tourisme pour espace de vente de places de spectacles. Une action de sensibilisation des Comités d'entreprises locaux sera également mise en oeuvre.

- accompagner 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. Ce système financé par l'ADT 79 et le CRT Poitou-Charentes est compatible avec la plupart des logiciels « métiers » et permet de faire ses « premières armes » dans la sphère de la vente en ligne. En 2012, des transactions pour un peu plus de 62 000 € ont transité par ce dispositif.

- assurer la promotion des séjours individuels : au travers de partenariats avec des coffrets cadeaux (DAKOTA) ou avec des opérations de promotion commerciale (lettres d'informations dédiées ou animations éditoriales de sites internet thématiques de l'ADT ou du CRT, envois en nombre avec Romactis- ex club avantage CAMIF) ou via les sites internet ou les brochures généralistes, l'Office de Tourisme valorise et commercialise directement différents séjours et circuits.

#### Commercialisation et Démarchage des groupes

- maintien de l'action concertée avec l'ADT : depuis que la commercialisation des séjours touristiques est entièrement passée de l'ADT vers les Offices de Tourisme de pôle, l'Agence départementale a maintenu son action de démarchage des groupes (autocaristes-clubs et associations) en liaison avec les offices. 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 : salon du Voyages en Car à Nantes, salon Elucéo à Paris (projet)... ; divers produits groupes sont ainsi repris dans les catalogues d'autocaristes voisins (Hervouet Voyer à Montaigu, Tourisme et Loisirs à Rézé, Pullman d'Aquitaine à Mérignac,...). Cette action a permis de contacter fin 2012 3000 clubs et associations, 700 autocaristes français, 45 autres francophones (Belgique Suisse et Luxembourg) et enfin 1250 Comités d'entreprises de plus de 200 salariés.

- démarchage direct de l'Office en local : l'Office de Tourisme participera en 2013 au salon professionnel Espace CE de Niort qui lui permettra de contacter la plupart des Comité d'entreprises locaux. Nous serons également présents lors des rencontres professionnelles des Deux-Sèvres organisées par l'ADT début avril à l'Acclameur.

- participation à des « éductours » : l'Office de Tourisme interviendra dans l'organisation d'« éductours » organisés par le CRT pour des agents de voyages étrangers notamment (espagnols, belges,...) ; par ailleurs, afin de faire connaître les nouveaux équipements et aménagements niortais, l'Office de Tourisme profitera des rencontres professionnelles organisées début avril pour organiser un « éductour » de notre territoire (Donjon, Musée, Centre-ville,...).

### **3. METTRE EN ŒUVRE LES ACTIONS DU SCHEMA TOURISME**

Outre les actions du schéma liées à l'observation ou au développement des outils d'accueil spécifiques à ses missions, différentes actions thématiques seront conduites par l'Office de Tourisme pour renforcer l'offre et l'attractivité du territoire :

Au titre de la valorisation des loisirs nature et plus particulièrement du vélo : en lien avec l'ADT un important programme de promotion de l'axe Niort Océan sera lancé sur la période 2013/2015 ; ce programme valorise le nouvel itinéraire reliant la vallée de la Loire (Saumur) à La Rochelle en passant par Niort et le Marais poitevin.

En parallèle, mise en place d'une équipe de bénévoles « service civique » chargée de sillonner à vélo le territoire et d'orienter les visiteurs ; cette mission interviendra d'avril à septembre et a pour objet de faciliter la découverte de notre patrimoine bâti et naturel.

Au titre de la valorisation du Patrimoine : avec l'aménagement de l'exposition permanente « Donjon de Niort : 1000 ans d'Histoire » dédiée à l'histoire du monument et de la ville, le cœur de ville, totalement remanié, a entrepris sa mise en tourisme. L'Office de Tourisme apportera son concours dans la création de supports et outils assurant une découverte familiale et ludique de son patrimoine :

-création d'une application Internet dédiée à la découverte du patrimoine architectural local sous la forme d'une énigme à résoudre tout au long d'un itinéraire à suivre. Ce volet s'appuiera également sur la communauté des amateurs de « géocaching », chasse au trésor organisée autour de la démocratisation du GPS et qui aujourd'hui traverse les frontières.

-réalisation dans le cadre d'un partenariat avec la faculté de La Rochelle d'une vidéo dédiée à l'Histoire de la Chamoiserie à Niort ; en 2014 ce sera la batellerie qui sera abordée.

-enrichissement des itinéraires de découverte déjà conçus par l'adjonction d'une bande son permettant une découverte autonome et guidée du patrimoine niortais.

-réflexion avec la ville de Niort sur une signalétique touristique du centre-ville autour de dispositifs de découverte du patrimoine architectural.

Au titre de 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 prévoit :

-la formation/sensibilisation à la destination de relais locaux : chauffeur de bus ou taxi, personnel d'accueil SNCF ou La Poste, personnel d'accueil des mairies, personnel des entreprises de restauration, batellerie,.... : organisation de présentation en salle et sur le terrain de l'offre niortaise et du marais poitevin, mise à disposition d'un livret identifiant les sites à ne pas manquer et création d'une offre « privilège » !



-la mobilisation des nouveaux arrivants sur la CAN : visite-découverte du territoire, mise en avant d'un avantage « client »

-l'implication des entreprises locales dans la promotion de la destination (recours à des enveloppes personnalisées), opération de promotion commune (SEMTAN / Office de Tourisme ciblant le grand public ou les abonnés) et la consommation de produits du terroir locaux !

Au titre du développement du tourisme familial : au-delà des investissements importants pouvant être portés par les collectivités ou acteurs privés, l'Office de Tourisme lance une réflexion autour du développement d'une approche « famille » de notre destination par la création d'un « kit » offert à chaque famille en séjour.

L'Office accompagnera directement les animations initiées en 2012 dans le cadre des actions Nature ciblant les familles en hôtellerie de plein-air sur les huit semaines de l'été.

# Bilans fréquentation accueil

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin Vallée de la Sèvre**  
**Statistiques de fréquentation Comparatif saison 2012/2013 /**  
**en nombre de personnes**  
**De janvier à Décembre**

	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Arçais	10758	8739	-19%
Coulon	25421	27579	8%
Niort	13562	13235	-2%
St Hilaire	2930	1938	-34%
<b>TOTAL</b>	<b>52671</b>	<b>51491</b>	<b>-2%</b>

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin - Vallée de la Sèvre Niortaise**  
**Statistiques Courriers/Mails Comparatif saison 2012/2013 /2014**

	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Courriers	186	153	-18%
Mails	1197	993	-17%
Appels tél	3954	2572	-35%

**Statistiques de fréquentation Comparatif saison 2012/2013 en nombre de personnes**  
**Janvier-Février-Mars**

	01/01/2012	01/01/2013	Variation	fcy 2012	fcy 2013	Variation	mars 12	mars 13	Variation	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Arçais							4	0		4	0	-100%
Coulon							732	163		732	163	-78%
Niort	326	232	-29%	279	386	38%	516	698	35%	1121	1316	17%
St Hilaire										0	0	
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>232</b>	<b>-29%</b>	<b>279</b>	<b>386</b>	<b>38%</b>	<b>1252</b>	<b>861</b>	<b>-31%</b>	<b>1857</b>	<b>1479</b>	<b>-20%</b>

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin - Vallée de la Sèvre Niortaise**  
**Statistiques Courriers/Mails Comparatif saison 2012/2013 /2014**

	###	01/01/2013	Variation	fcy 2012	fcy 2013	Variation	mars 12	mars 13	Variation	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Courrier	14	18	29%	18	12	-33%	22	18	-18%	54	48	-11%
Mails	95	80	-16%	118	109	-8%	140	122	-13%	353	311	-12%
Appels tél	194	125	-36%	232	184	-21%	324	238	-27%	750	547	-27%

Accusé de réception en préfecture  
 079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-AU  
 Date de télétransmission : 29/09/2014  
 Date de réception préfecture : 29/09/2014

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin Vallée de la Sèvre**  
**Statistiques de fréquentation Comparatif saison 2012/2013/en nombre de personnes**

Avril-Mai-Juin

	avr.-12	avr.-13	Variation 2012/2013	mai-12	mai-13	Variation	juin-12	juin-13	Variation	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Argais	949	645	-32%	1529	1165	-24%	1237	1201	-3%	3715	3011	-19%
Coulon	2380	2167	-9%	3519	3578	2%	2779	3341	20%	8678	9086	5%
Niort	1054	973	-8%	1179	1356	15%	1357	1307	-4%	3590	3866	8%
St Hilaire	93	93	0%	341	223	-35%	375	230	-39%	809	546	-33%
<b>TOTAL</b>	<b>4476</b>	<b>3878</b>	<b>-13%</b>	<b>6568</b>	<b>6552</b>	<b>0%</b>	<b>5748</b>	<b>6079</b>	<b>6%</b>	<b>16792</b>	<b>16509</b>	<b>-2%</b>

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin - Vallée de la Sèvre Niortaise**  
**Statistiques Courriers/Mails Comparatif saison 2012/2013 /2014**

	avr.-12	avr.-13	Variation 2012/2013	mai-12	mai-13	Variation	juin-12	juin-13	Variation	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Courriers	21	31	48%	20	15	-25%	19	15	-21%	60	61	2%
Mails	143	138	-3%	183	126	-32%	121	119	-2%	449	383	-15%
Appels tél	440	354	-20%	368	325	-12%	369	277	-25%	1177	956	-19%

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin - Vallée de la Sèvre Niortaise**  
**Statistiques de fréquentation Comparatif saison 2012/2013 en nombre de personnes**  
 Octobre-novembre-décembre

	oct.-12	oct.-13	Variation	nov.-12	nov.-13	Variation	dec-2012	dec-2013	Variation	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Argais												
Coulon	1128	1172	4%	469	371	-21%				1597	1543	-3%
Niort	819	775	-5%	423	432	2%	277	468	69%	1519	1675	10%
St Hilaire												
<b>TOTAL</b>	<b>1947</b>	<b>1947</b>	<b>0%</b>	<b>892</b>	<b>803</b>	<b>-10%</b>	<b>277</b>	<b>468</b>	<b>69%</b>	<b>3116</b>	<b>3218</b>	<b>3%</b>

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin - Vallée de la Sèvre Niortaise**  
**Statistiques Courriers/Mails Comparatif saison 2012/2013**

	oct.-12	oct.-13	Variation	nov.-12	nov.-13	Variation	dec-2012	dec-2013	Variation	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Courriers	14	4	-71%	5	6	20%	3	1	-67%	22	11	-50%
Mails	40	21	-48%	30	29	-3%	15	26	73%	85	76	-11%
Appels téléphoniques	226	87	-62%	118	62	-47%	55	65	18%	399	214	-46%

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin - Vallée de la Sèvre Niortaise**  
**Statistiques de fréquentation Comparatif saison 2012/2013 en nombre de personnes**  
 Juillet-Août-Septembre

	juil.-12	juil.-13	Variation	août 2012	août 2013	Variation	sept.-12	sept.-13	Variation	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Argais	2733	2417	-12%	3100	2274	-27%	1706	1037	-14%	7039	5728	-19%
Coulon	5220	5212	0%	6618	8114	23%	2576	3461	34%	14414	16787	16%
Niort	2275	2011	-12%	3868	3147	-19%	1189	1220	3%	7332	6378	-13%
St Hilaire	804	565	-30%	1031	655	-36%	286	172	-40%	2121	1392	-34%
<b>TOTAL</b>	<b>11032</b>	<b>10205</b>	<b>-7%</b>	<b>14617</b>	<b>14190</b>	<b>-3%</b>	<b>5257</b>	<b>5890</b>	<b>12%</b>	<b>30906</b>	<b>28285</b>	<b>-9%</b>

**Office de Tourisme Niort Marais poitevin - Vallée de la Sèvre Niortaise**  
**Statistiques Courriers/Mails Comparatif saison 2012/2013**

	juil.-12	juil.-13	Variation	août 2012	août 2013	Variation	sept.-12	sept.-13	Variation	TOTAL 2012	TOTAL 2013	Variation
Courriers	20	16	-20%	17	10	-41%	13	7	-46%	50	33	-34%
Mails	145	117	-19%	84	71	-15%	81	85	7%	310	223	-28%
Appels téléphoniques	582	329	-43%	783	417	-47%	263	109	-58%	1628	829	-49%

Accusé de réception en préfecture  
 079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-  
 AUP  
 Date de télétransmission : 29/09/2014  
 Date de réception préfecture : 29/09/2014

# Grille ouverture accueil

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

Pôle "accueil-information"

Schéma organisationnel d'accueil territorial 2013-2014

Periode	Basse saison	Moyenne saison	Haute saison	Moyenne saison	Basse saison	
<b>Pôle accueil</b>						
<b>Niort (Brèche) permanence téléphonique accueil à partir de 9h30</b>	2013	02/01 → 10-02 Accueil lun-vend : 10h-18h 11-02 → 03-03 Accueil lun-vend : 10h/13h-14h/18h + sam 10h-13h 04-03 → 7-04 Accueil lun-sam : 10h/13h-14h/18h + dim 31- et lun 1er (Pâques) 10h-13h	08-04 → 9-06 Accueil lun-sam : 10h-18h30 + dim- j/f "pont" : 10h-13h : 28-04 ; 5,12 et 19-05	10-06 → 15-09 Accueil lun-sam : 10h-19h + dim & j/f : 10h-13h	16-09 → 20-10 Accueil lun-sam : 10h-18h30	21-10 → 05-01-14 Accueil lun-sam : 10h/13h- 14h-18h (fermeture 25-12 et 1er-01)
	2014	Du 6/01 au 13/04 Accueil du Lun au sam : 10h-13h 14h-18h	Du 14/04 au 8/06 Accueil du Lun au sam : 10h-18h30 +dim & Jrs fériés de 10h à 13h 1/8 & 29/05	9-06 → 15-09 Accueil lun-sam : 10h-19h + dim jrs fériés: 10h-13h	Du 16/09 au Vac de Toussaint incluses Accueil du Lun au sam : 10h-18h30	Après Vac de La Toussaint → 31/12/14 Accueil lun-sam : 10h/13h-14h-18h (fermeture 25-12 et 1er-01) Jrs fériés : <b>Samedi</b> 1er/11 : 10h-13h/14h- 18h et jeudi 11/11 de 10h à 13h Fermé les 25/12 & 1/01
<b>Coulon (Maison Marais Poitevin)</b>	2013	/	WE 16/17 et 23/24-03 et du 30/03 au 28/04 Ts les jours 10h-13h/14h-18h00 du 29/04 au 7/07 Ts les jours 10h-13h/14h-18h30	8-07→8-09 : Ts les jours 10h-19h	9-09 → 6-10 : Ts les jours 10h-13h/14h- 18h30	7-10 → 11-11 Ts les jours 10h-13h/14h- 18h30
	2014	/	<b>MMP</b> Ts les jours Du 29/03 au 18/04 10h à 13h/14h à 18h  Du 19/04 au 5/07 10h-13h/14h-18h30  <b>OT</b> Du 29/03 au 08/06 Ts les jours 10h-13h/14h-18h00	<b>MMP</b> 6-07→31-08 Ts les jours 10h-13h/14h-19h30  <b>OT</b> du 9/06 au 14/09 Ts les jours 10h-19h	<b>MMP</b> du 1/09 au 28/09 ts les jours 10h-13h/14h-18h30  <b>OT</b> Du 15/09 au 28/09 Ts les jrs 10h-13h/14h-18h00	<b>MMP</b> du 29/09 au 11/11 ts les jours 10h-13h/14h-18h  <b>OT</b> Du 29/09 au 11/11 ts les jrs 10h-13h/14h-18h00
<b>Arçais</b>	2013	/	13-04 → 09-06 : Lun-sam 10h-13h/14h-18h Dim- jf : 14h-18h 10- 06 → 12-07 : lun-sam 10h-13h/14h-18h30 dim-jf : 14h-18h30	13-07 → 18-08 : Ts les jours 10h-13h/14h-19h	19-08 → 15-09 : Lun-sam 10h-13h/ 14h-18h30 Dim 14h-18h30 16-09 → 29-09 Lun-sam 10h-13h/14h-18h dim : 14h-18h	/
	2014	/	12-04 → 08-06 : Lun-dim & jrs fériés 10h-13h/14h-18h00	9-06 → 14/09 : Ts les jours 10h-13h/14h-19h	15-09 → 28-09 : Lun- dim 10h-13h/14h-18h00	/
<b>St-Hilaire La Palud</b>	2013	/	13-04 / 30-06 Du Lundi au dim & Jrs fériés 9h30-12h30	1-07 → 01-09 : Lun-sam 9h30-12h30/ 14h30- 18h30 Dim/jf : 9h30/12h30	02-09 → 29-09 : Lun-dim 9h30-12h30	/
	2014	/	/	1-07 → 31-08 Lun-sam 9h30-12h30/ 14h30-18h30 Dim/jf : 9h30/12h30	/	/

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-  
AU  
Date de télétransmission : 29/09/2014  
Date de réception préfecture : 29/09/2014

# Compte de gestion et comptes administratifs

BILAN 2013					
ACTIF	2012	2013	PASSIF	2012	2013
Immob. Incorporelles	12 868,53	14 674,98	Dotations	1 103,06	1 103,06
Immob. Corporelles	162 535,60	147 580,90	Réserves	36 823,72	71 451,07
			Report à nouveau	21 327,28	37 614,92
			Résultat de l'exercice	50 914,99	42 651,60
<b>TOTAL ACTIF IMMOBILISE</b>	<b>175 404,13</b>	<b>162 255,88</b>	Subvention Investissement	102 850,00	85 700,00
			<b>TOTAL FONDS PROPRES</b>	<b>213 019,05</b>	<b>238 520,65</b>
Créances	33 651,05	34 933,34	Fournisseurs	47 244,89	13 936,94
Disponibilités	56 844,81	59 360,81	Autres Dettes	5 636,05	4 078,98
Autres actifs circulants	0,00		Emprunt	0,00	
<b>TOTAL ACTIF CIRCULANT</b>	<b>90 495,86</b>	<b>94 294,15</b>	<b>TOTAL DETTES</b>	<b>52 880,94</b>	<b>18 015,92</b>
Comptes de régul <sup>o</sup>	0	0	Comptes de régul <sup>o</sup>	0,00	13,46
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>265 899,99</b>	<b>256 550,03</b>	<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>265 899,99</b>	<b>256 550,03</b>

Résultat d'exécution budgétaire 2013			
	Section d' Investissement	Section de Fonctionnement	Total des Sections
<b>RECETTES</b>			
Prévisions budgétaires	149 492,27	975 264,92	1 124 757,19
Titres émis	75 443,28	919 824,67	995 267,95
<b>DEPENSES</b>			
Autorisations Budgétaires	149 492,27	975 264,92	1 124 757,19
Mandats émis	44 817,68	877 173,07	921 990,75
<b>RESULTAT DE L'EXERCICE</b>			
Excédent	30 625,60	42 651,60	73 277,20
Déficit			

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-AU  
Date de télétransmission : 29/09/2014  
Date de réception préfecture : 29/09/2014

COMPTE ADMINISTRATIF 2013

Section d'investissement : RECETTES

Chapitre	Intitulé	Réalisé 2012	Prévision 2013	Réalisé 2013
10	Dotations fonds divers et réserves	14 057,17	34 627,35	34 627,35
13	Subvention investissement	0,00	16 146,00	
021	Virement de la section investissement		57 364,92	
040	Opération d'ordre	30 870,82	41 354,00	40 815,93
041	Opérations patrimoniales	5 832,10		
001	Solde d'exécution section invest	13 978,74		
	<b>Sous Total</b>		<b>149 492,27</b>	<b>75 443,28</b>
	Restes à réaliser			16 146,00
	<b>TOTAL</b>	<b>64 738,83</b>	<b>149 492,27</b>	<b>91 589,28</b>

Section d'investissement : DEPENSES

Chapitre	Intitulé	Réalisé 2012	Prévision 2013	Réalisé 2013
20	Immobilisations incorporelles	3 144,53	18 500,00	8 671,62
21	Immobilisations corporelles	60 937,81	79 214,92	18 996,00
16	Emprunt et dettes	12 301,74		
040	Opération d'ordre de transfert	17 150,00	17 150,00	17 150,00
001	Solde d'exécut <sup>e</sup> de section invest	0,00	34 627,35	34 627,35
041	Opérations patrimoniales	5 832,10		
	<b>Sous Total</b>	<b>99 366,18</b>	<b>149 492,27</b>	<b>79 445,03</b>
	Restes à réaliser	0,00		46 444,55
	<b>TOTAL</b>	<b>99 366,18</b>	<b>149 492,27</b>	<b>125 889,58</b>

Section de fonctionnement : RECETTES

Chapitre	Intitulé	Réalisé 2012	Prévision 2013	Réalisé 2013
013	Atténuation de Charges	14 484,20	41 650,00	28 092,23
70	Vente de produits	160 049,22	147 500,00	151 575,42
74	Subventions d'exploitation	525 500,00	553 000,00	553 000,00
75	Autres produits d'activité annexe	161 171,35	178 000,00	170 007,02
77	Produits exceptionnels	4 318,00	350,00	0,00
042	quote part subvention invest <sup>e</sup>	17 150,00	17 150,00	17 150,00
	<b>Sous Total</b>	<b>882 672,77</b>	<b>937 650,00</b>	<b>919 824,67</b>
002	Excédent fonctionnement reporté	21 327,28	37 614,92	37 614,92
	<b>TOTAL</b>	<b>904 000,05</b>	<b>975 264,92</b>	<b>957 439,59</b>

Section de fonctionnement : DEPENSES

Chapitre	Intitulé	Réalisé 2012	Prévision 2013	Réalisé 2013
011	Charges à caractère général	220 579,80	264 046,00	263 986,65
012	Charges de personnel	577 963,87	605 000,00	570 426,15
65	Autres charges de gestion courante	1 216,71	3 500,00	1 247,39
66	Charges financières	1 126,58	1 500,00	654,95
67	Charges exceptionnelles	0,00	500,00	42,00
022	Dépenses imprévues	0,00	2 000,00	0,00
023	Virement à section investissement	0,00	57 364,92	0,00
042	Opérations d'ordre de transfert	30 870,82	41 354,00	40 815,93
	<b>TOTAL</b>	<b>831 767,78</b>	<b>975 264,92</b>	<b>877 173,07</b>

# Partenaire de votre Office de tourisme en 2013 : Promouvoir ensemble Niort et le Marais Poitevin



## Au plus près de votre clientèle :

### • Une information disponible 24/24h

- une application accessible sur les téléphones portables
- des bornes interactives sur des lieux stratégiques
- un site internet en progression constante (+34% depuis sa mise en ligne, 140 000 visites escomptées en 2012), des passerelles avec le site Emotion Marais poitevin et le blog de l'Agence de Développement Touristique

### • Partout sur le territoire

- des points d'accueil à l'année (Niort) et saisonniers (Coulon, Arçais, Saint-Hilaire la Palud)
- Des écrans dynamiques avec diffusion de l'offre billetterie, événementielle, manifestations...en continu
- Des points infos via des tablettes numériques à disposition sur lieux à forte fréquentation touristique

### • Les outils pour communiquer

- Nos brochures : guide Hébergements et guide pratique envoyés à chaque sollicitation
- Notre nouvelle carte Niort Marais poitevin (avec plans du centre-ville de Niort-Arçais-Coulon et St-Hilaire la Palud)
- Notre document billetterie (15 000 ex)

## Se faire connaître... Pour vendre plus

### • Des actions de promotion

- Salons grand public (Liège...)
- Des actions thématiques (billetterie, partenariat radios...)

### • Des actions de soutien à la commercialisation

- Open System (commercialisation en ligne de l'offre loisirs et hébergements avec une gestion des disponibilités en temps réel), visibles sur le site avec l'onglet « Réserver ». Des formations seront prévues au cours du dernier trimestre 2012.

Solution ouverte à tous et entièrement gratuite !  
Renseignez-vous.

- Démarchages groupe et affaires
- Billetterie

**Tout sur l'action de votre office de tourisme**  
**Rubrique : infos prestataires**  
**[www.niortmaraispoitevin.com](http://www.niortmaraispoitevin.com)**

### Formule **Bronze**

• Diffusion de vos dépliants touristiques (un seul type par structure) au sein des différents bureaux d'accueil

**Tarif : 50,00 € h.t.**

### Formule **Or**

*M'aider dans mes réservations !*

Site internet  
+ disponibilités

• Diffusion de vos dépliants touristiques (un seul type par structure) au sein des différents bureaux d'accueil

• Une page internet dédiée (description détaillée de la structure 250 mots, lien avec votre site internet (mention obligatoire du lien actif de l'Office de Tourisme sur votre site), labels, périodes d'ouverture, tarifs, carte de géolocalisation (google maps), 8 photos.

• Affichage des disponibilités sur vitrines extérieures des bureaux d'accueil pour les hébergeurs, (hebdomadaire de mars à septembre et quotidien pour les hébergements à la nuitée (hôtels et chambres d'hôtes) en été

**Mise à disposition d'une interface web pour gestion des disponibilités en temps réel**

**Possibilité d'acheter des encarts publicitaires**

**Tarifs page 4**

### Formule **Platine**

*Je veux être dans le guide !*

Site internet + disponibilités  
et insertion bandeau dans éditions

**Insertion dans le guide hébergement ou le guide pratique.**

• Diffusion de vos dépliants touristiques (un seul type par structure) au sein des différents bureaux d'accueil

• Visualisation optimale sur internet :

- Une page internet dédiée (description détaillée de la structure 250 mots, lien avec votre site internet (mention obligatoire du lien actif de l'Office de Tourisme sur votre site), labels, périodes d'ouverture, tarifs, carte de géolocalisation (google maps), 15 photos.

- Affichage prioritaire de la structure (vis-à-vis d'un partenaire bronze, argent ou or)

- Affichage aléatoire en page d'accueil des offres par rubriques : hébergement collectif / hébergement chez l'habitant/ restaurant /loisir et commerce

- Possibilité pour les internautes de déposer un avis

• Affichage des disponibilités sur vitrines extérieures des bureaux d'accueil pour les hébergeurs, (hebdomadaire de mars à septembre et quotidien pour les hébergements à la nuitée en été (hôtels et chambres d'hôtes)

• Mise à disposition d'une interface web pour gestion des disponibilités en temps réel

• Taux de commissionnement réduit sur l'action commerciale de l'OT (8 au lieu de 12%)

• Vous bénéficiez aussi des évolutions du site et des outils de communication mis en place au cours de l'année.

**Possibilité d'acheter des encarts publicitaires -10% pour tout achat d'un encart publicitaire dans l'un ou l'autre de nos guides**

**Tarifs page 4**

### Formule **Argent**

*Profitez du site internet !*  
Site internet

• Diffusion de vos dépliants touristiques (un seul type par structure) au sein des différents bureaux d'accueil

**Une page internet dédiée** (description détaillée des prestations offertes: 250 mots, lien avec votre site internet (mention obligatoire du lien actif de l'Office de Tourisme sur votre site), labels, périodes d'ouverture, tarifs, carte de géolocalisation (google maps), 3 photos.

**Possibilité d'acheter des encarts publicitaires**

**Tarifs page 4**



# Vous êtes partenaire Platine : vous bénéficiez d'une présentation en format bandeau dans les éditions 2013

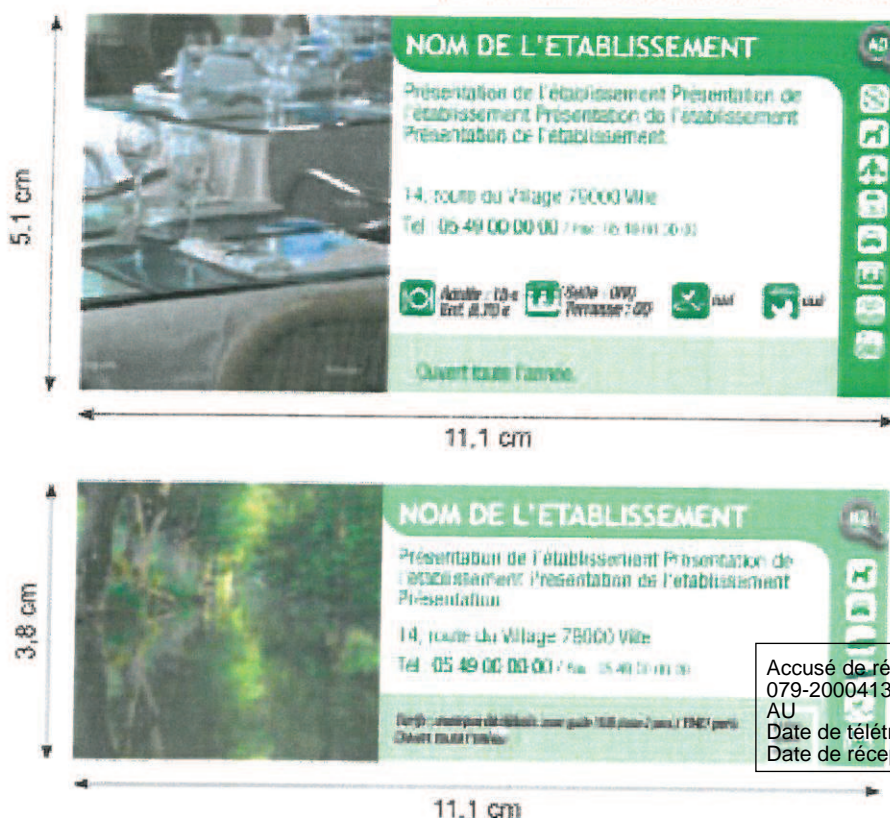
## Dans le Guide Hébergements (20 000 ex)

(Ouvert aux hôtels, chambres d'hôtes, meublés de tourisme, hôtellerie de plein air et hébergements collectifs)



## Dans le Guide Pratique (35 000 ex)

(Ouvert aux restaurants, activités de loisirs, commerces et services)



Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-AU  
Date de télétransmission : 29/09/2014  
Date de réception préfecture : 29/09/2014

# Les Tarifs 2013 : pas de changements !

Hébergements Type prestation	Formule Argent Site-internet	Formule Or Site-internet + disponibilités	Formule Platine Site internet + disponibilités et insertion bandeau dans éd hors
Chambre d'hôte (1 à 3 ch)	100 € HT soit 119,60 € TTC	125 € HT soit 149,50 € TTC	150 € HT soit 179,40 € TTC
Chambre d'hôte (4 à 5 ch)	125 € HT soit 149,50 € TTC	150 € HT soit 179,40 € TTC	175 € HT soit 209,30 € TTC
Meublé de tourisme – gîte (1 à 6 personnes) (1)	100 € HT soit 119,60 € TTC	125 € HT soit 149,50 € TTC	150 € HT soit 179,40 € TTC
Meublé de tourisme – gîte (7 personnes et +) (1)	125 € HT soit 149,50 € TTC	150 € HT soit 179,40 € TTC	175 € HT soit 209,30 € TTC
Meublé de tourisme – le 1 <sup>er</sup> supplémentaire (1)	40 € HT soit 47,84 € TTC	60 € HT soit 71,76 € TTC	80 € HT soit 95,68 € TTC
Meublé de tourisme – les suivants (1)	25 € HT soit 29,90 € TTC	40 € HT soit 47,84 € TTC	60 € HT soit 71,76 € TTC
Hôtel (jusqu'à 20 ch)	275 € HT	325 € HT	375 € HT
Hôtel (21 – 50 ch)	325 € HT	375 € HT	425 € HT
Hôtel (51 ch et +)	375 € HT	425 € HT	475 € HT
Camping (jusqu'à 100 empl. max)	150 € HT	-	200 € HT
Camping (101 empl. et +)	200 € HT	-	250 € HT
Hébergement collectif (jusqu'à 50 lits)	150 € HT	-	200 € HT
Hébergement collectif (51 à 100 lits)	200 € HT	-	250 € HT
Hébergement collectif (101 lits et +)	250 € HT	-	350 € HT
Restaurant	200 € HT	-	300 € HT
Commerce et Service	150 € HT	-	175 € HT
Activité de loisirs	175 € HT	-	225 € HT
Partenaires Affaires	150 € HT	-	-

\* Le meublé à la plus forte capacité sera soumis à la tarification principale

**Majoration des tarifs de 20 % pour les prestataires implantés hors territoire CAN et hors Plaine de Courance.**  
Un tarif dégressif sera appliqué pour plusieurs annonces achetées sur la base d'un tarif HT du plus élevé au moins élevé (-20% : 2<sup>ème</sup> annonce, -40% 3<sup>ème</sup> annonce et -60% 4<sup>ème</sup> annonce et plus...) pour les structures ayant la même raison sociale

### Un exemple :

Propriétaire d'une chambre d'hôtes (5 ch) et de 2 gîtes (1 à 6 pers.) :

Choix de la formule Platine. **Coût total** :  $175 + (150 - 20\%) + (80 - 40\%) = 175 + 120 + 48 = 343,00$  € HT

## Pour être encore plus visible : Encarts publicitaires

**Ouvert aux formules Argent minimum, sites de visite, entreprises et institutionnels**

**Majoration des tarifs de 20 % pour les prestataires implantés hors territoire CAN et hors Plaine de Courance.**

- Une remise de 10 % sera automatiquement appliquée pour les formules platine
- Une remise de 15% sera appliquée pour une même raison sociale sur l'achat de 2 annonces minimum achetées dans l'une ou l'autre de nos brochures, sur la base de l'annonce la moins chère. (cumulable avec la réduction offerte en formule Platine)

### Guide Hébergements (format A5)

¼ de page : .....	400 €
½ page : .....	750 €
Pleine page : .....	1 200 €
2 <sup>ème</sup> de couverture : .....	2 300 €
3 <sup>ème</sup> de couverture : .....	1 500 €
4 <sup>ème</sup> de couverture : .....	3 000 €

tarifs hors taxes

### Guide Pratique (format 21\*11)

1/3 page : .....	350 €
½ page : .....	600 €
Pleine Page : .....	1 000 €
2 <sup>ème</sup> de couverture : .....	1 600 €
3 <sup>ème</sup> de couverture : .....	1 200 €
4 <sup>ème</sup> de couverture : .....	2 000 €

tarifs hors taxes

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20140922-C45-09-2014-1-AU  
Date de télétransmission : 29/09/2014  
Date de réception préfecture : 29/09/2014

## Besoin d'un conseil ?

Pour tous renseignements **05 49 24 88 27** - email : [alexandrabodet@niortmaraispoitevin.com](mailto:alexandrabodet@niortmaraispoitevin.com)