

# Bilan d'activité 2016



[www.aunis-pro-tourisme.fr](http://www.aunis-pro-tourisme.fr)





J'ai l'honneur de de vous présenter le bilan de l'activité 2016, qui s'affirme d'années en années comme l'outil d'évaluation de l'activité touristique de l'office de tourisme Aunis Marais Poitevin (OT AMP).

Au niveau national, l'année 2016 aura été une année difficile pour l'activité touristique avec une tendance globale à la baisse.

Dans notre territoire, l'avant-saison desservie par une météo peu favorable et un contexte politique et social difficile, avec les risques d'attentats, a été considérée par les professionnels comme mauvaise avec une fréquentation plutôt en baisse par rapport à 2015.

La saison touristique estivale n'a commencé que tardivement. L'arrivée des touristes de juillet s'est fait attendre. Et ce n'est qu'à partir de mi-juillet que la fréquentation touristique a été jugée satisfaisante par la majorité des hébergements marchands. Août a, par contre, tenu toutes ses promesses et reste pour notre territoire le mois d'accueil de touristes le plus important de l'année. Enfin, selon les dernières tendances collectées, septembre et octobre ont connu une bonne fréquentation par rapport à 2015, grâce à une météo particulièrement clémente. Au final l'année 2016 s'annonce stable par rapport aux années précédentes.

Dans un contexte aussi évolutif et changeant, nous nous devons d'appuyer notre stratégie de développement et de promotion sur nos fondamentaux : la qualité de l'accueil, une communication cohérente et un accompagnement des professionnels du tourisme aux évolutions des nouveaux modes de consommation de leurs clients.

Les travaux engagés à partir de la fin d'année 2015 tels que « l'accueil sous toutes ses formes » ou encore « la promotion partagée et innovante » donnent des résultats très encourageants. A titre d'exemple, l'accueil hors les murs a permis de renseigner près de 1 500 personnes soit près de 10% du volume total des personnes accueillies par l'OT AMP cet été ! Le nouveau site internet qui s'appuie sur une véritable logique client et valorise le quoi faire au bon moment et au bon endroit, sera opérationnel dès janvier 2017 ! Nous avançons sur la bonne voie et les résultats sont là. L'Aunis Marais Poitevin, territoire touristique avec un offre diffuse et au centre de destinations fortes, doit être toujours aussi innovant pour réussir à se démarquer et rester un incontournable de l'offre Charentaise-Maritime et du Marais Poitevin.

C'est avec cette ambition et dans cet esprit que nous avons plaisir à collaborer avec les professionnels du tourisme et les élus au service de la politique touristique de ce territoire !

Christine BOUYER  
Présidente

**Edito**

**2**

**Sommaire**

**3**

## **Données repères**

**4 - 5**

- L'Office de tourisme Aunis Marais Poitevin
- Le territoire de compétences : l'Aunis Marais Poitevin
- L'offre touristique en Aunis Marais Poitevin

## **Accueil et commercialisation**

**6 à 9**

- Données de fréquentation de l'Office de tourisme
- La CAD : Communication Audiovisuelle Dynamique
- Boutique, billetteries et animations
- Les animations et visites guidées
- L'offre groupes

## **Prestataires et communication**

**10 à 13**

- Partenariats 2016
- Supports de communication dédiés aux prestataires
- Accompagnement des prestataires
- Open System : solution de commercialisation en ligne
- Les éditions 2016
- Sites internet
- Presse et actions médias
- Réseaux sociaux

## **Mutualisation et administration**

**14 - 15**

- Actions mutualisées
- Stages et contrat saisonnier
- Budget primitif 2016

# Données repères

## L'Office de Tourisme Aunis Marais Poitevin

Créé en le 1<sup>er</sup> novembre 2012, l'Office de Tourisme Aunis Marais Poitevin est un **EPIC** (Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial).

Il emploie **10 salariés**, correspondant à 9,8 équivalent temps plein, au 1<sup>er</sup> octobre 2016 : un directeur, 8 salariés en CDI (contrat à Durée Indéterminée) et 1 salarié en en CDD (Contrat à Durée Déterminée)

L'équipe est répartie sur 3 locaux à vocation complémentaire :

- un **siège administratif** situé à Saint Sauveur d'Aunis
- **2 bureaux d'accueil touristique** sur Marans et Surgères.

## Comité de direction de l'Office de Tourisme

### 21 membres

- 11 élus du Pays d'Aunis
- 10 représentants socioprofessionnels issus de 4 collèges : restaurant et produits du terroir / hébergements / sites de visites et loisirs / événements



**Christine BOUYER**

**Présidente**

Maire de Marsais

Conseillère communautaire Aunis Sud



**Gaëlle JOURDAIN**

**Vice-présidente**

Propriétaire de meublés de tourisme à Surgères

## Le territoire de compétences : l'Aunis Marais poitevin

### CHIFFRES CLES

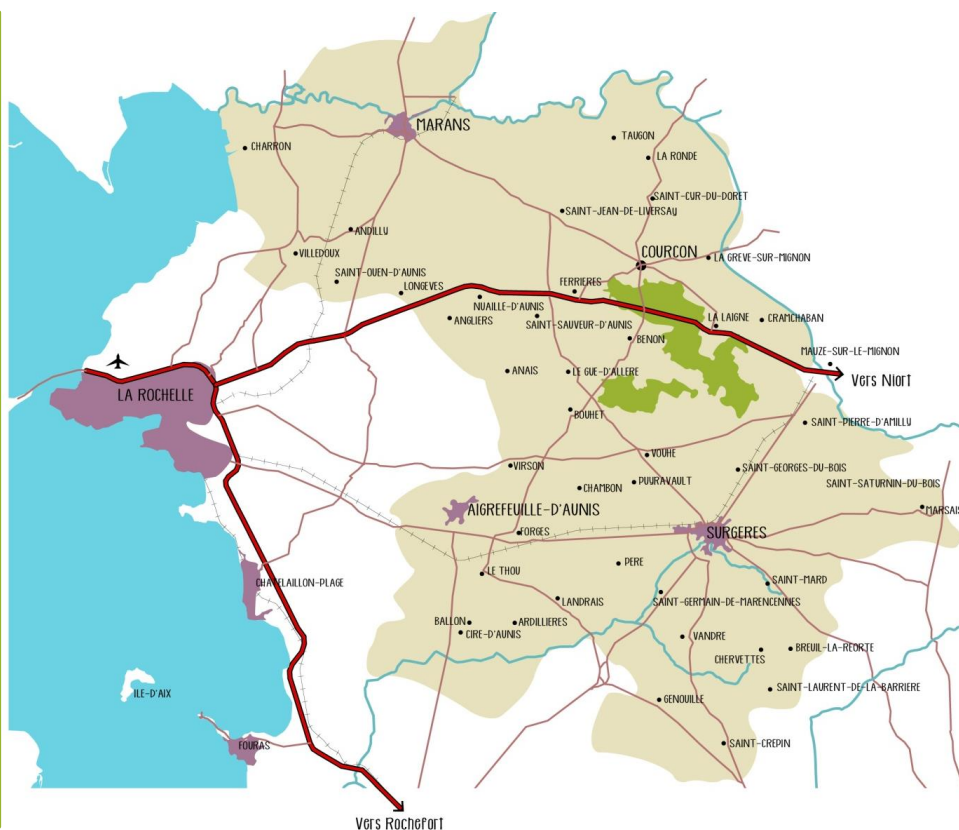
**2** Communautés de Communes

**47** communes

**904** km<sup>2</sup>  
soit **13,1%**  
du territoire départemental

**59 090** habitants  
INSEE 2013

**65,4** hab./km<sup>2</sup>  
Charente-Maritime 92 hab./km<sup>2</sup>





# L'Offre touristique en Aunis Marais Poitevin

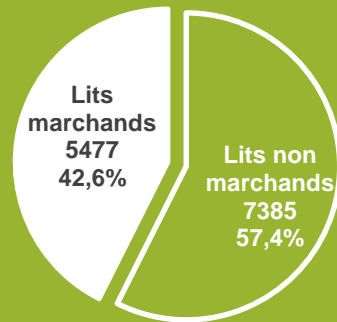
Source : relevé de l'observatoire local réalisé au 11/02/82016 – chiffres 2015

**12 862** lits touristiques  
dont **5 477** lits en hébergements marchands

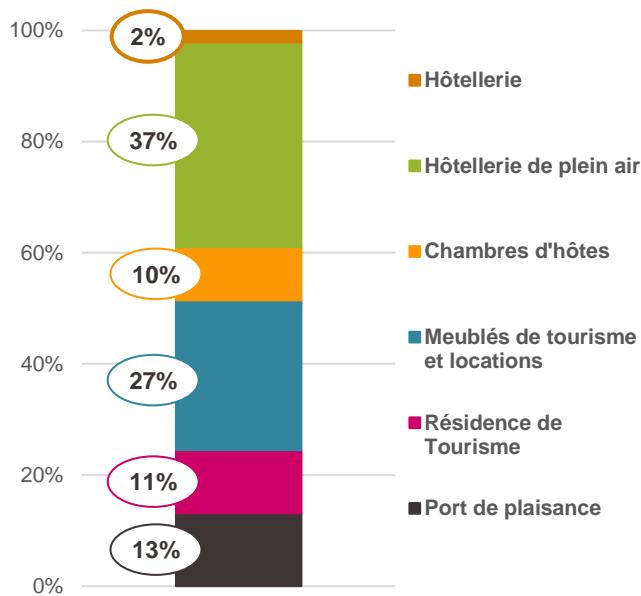
Hébergement non marchand : **57,4 %** des lits

**1 477** résidences secondaires  
**7 385** lits non marchands

Répartition des lits touristiques



Répartition de la capacité d'accueil en nombre de lits marchands par type d'hébergement



Répartition du nombre de lits en nombre de lits touristiques par territoire



## Les itinéraires cyclables d'intérêt national ou européen



La Véloodyssée



La Vélofrancette

**6** établissements labellisés « Accueil Vélo »



- 1 camping
- 1 résidence de tourisme
- 3 chambres d'hôtes
- 1 bureau de tourisme de Marans



## Typologie d'un parcours-type sur la Véloodyssée®

**8,6 jours** passés sur l'itinéraire

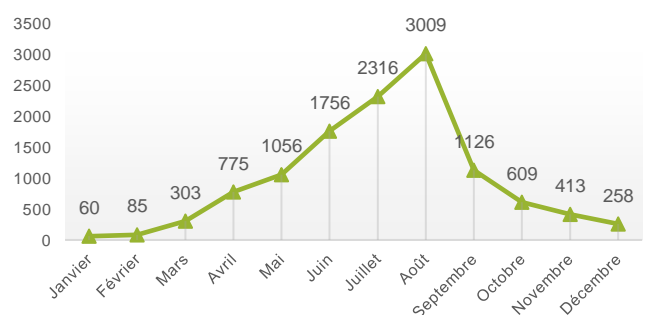
Des étapes de **64 km/jour**

Dépense globale moyenne / jour / personne : **65 €**

**70%** des itinéraires sont d'origine française

Source : Charente-Maritime Tourisme  
Méthodologie : enquête réalisée en partenariat avec les départements des Landes, la Vendée, la Loire-Atlantique, du 30 avril au 1<sup>er</sup> octobre 2015

Relevés éco-compteur Cycles - Velodyssée Brault/Marans - Année 2015



# Accueil et commercialisation

## Données de fréquentation de l'Office de Tourisme

Source : relevés de l'observatoire local réalisés du 1<sup>er</sup> septembre 2015 au 31 août 2016

**14 836** personnes renseignées  
**11 199** personnes accueillies en bureau  
**1 957** appels téléphoniques  
**251** mails / courriers traités



## Hors les murs : un accueil 100% mobile

Où comment informer les 9 visiteurs sur 10 qui ne pénètrent pas dans l'Office de Tourisme ?

L'accueil hors les murs, c'est aussi :

- Affirmer une présence sur le territoire
- Informer hors des bureaux
- Aller à la rencontre des touristes et locaux



- 1 manifestation Marans
- 3 campings Aigrefeuille d'Aunis, Courçon, Surgères
- 1 marché hebdomadaire Courçon
- 1 résidence de tourisme Marans
- 1 site de loisirs Aigrefeuille d'Aunis

**42** accueils / **80** heures en juillet et août 2016

**577** contacts

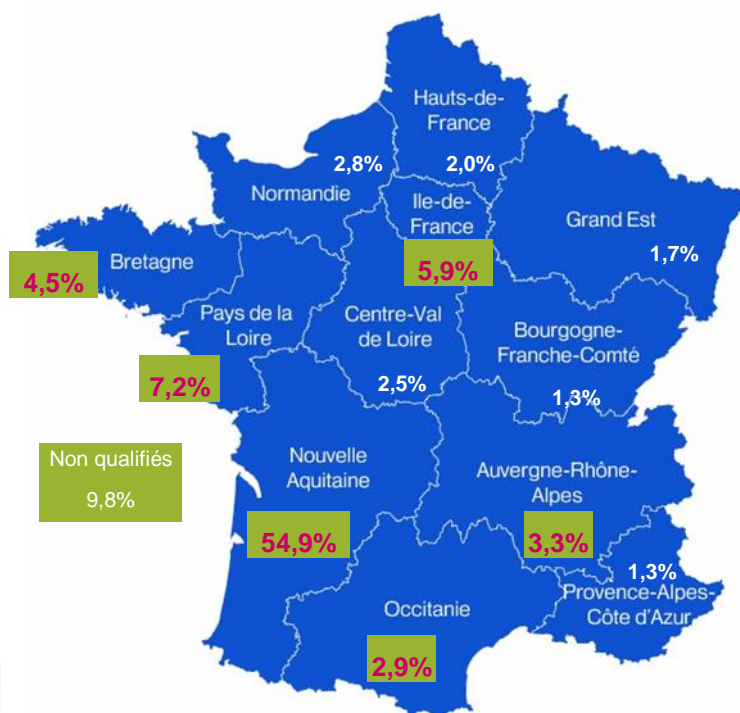
**1429** personnes

soit 9,6% de la fréquentation globale

## Origine géographique des demandes

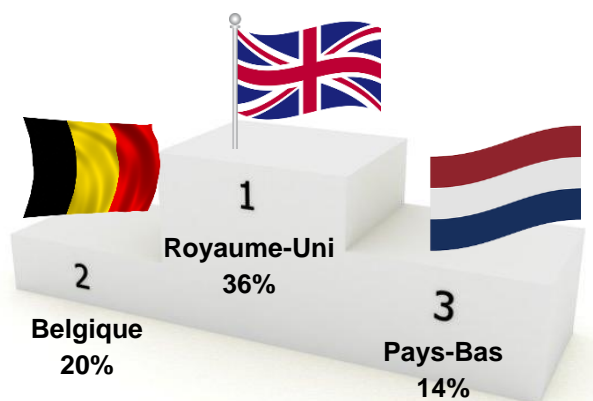
**95,5%** contacts français  
**4,5%** contacts étrangers  
 10,3% au Bureau de Marans  
 3,2% au Bureau de Surgères

## Provenance des clientèles françaises



DOM TOM  
Corse  
0,1%

## Top 3 des clientèles étrangères



## Thèmes des demandes

Les thèmes des demandes sont **variables suivant les sites d'accueil** :

- Siège : principalement des contacts à distance, plus d'1/3 des demandes concernant **les dates de manifestations et animations**
- BT Marans : près d'1/3 des demandes portent sur **les activités** et parmi elles 1/3 sur les circuits vélos
- BT Surgères : une forte demande sur l'**agenda**, due en partie à l'accueil d'expositions dans le local (20%)

Thèmes demandes	Siège	BT Marans	BT Surgères
Pratique	4,5%	9,5%	7,7%
Ventes	2,2%	13,0%	8,0%
Agenda	<b>35,5%</b>	11,5%	<b>39,6%</b>
Hébergements	11,3%	5,3%	2,3%
Activités	16,2%	<b>31,0%</b>	15,4%
Infos touristiques	30,3%	29,6%	27,0%

## Zoom sur la demande hébergements :

<ul style="list-style-type: none"> <li>•Chambres hôtes 41%</li> <li>•Locations 23%</li> <li>•Hôtels 14%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Camping 33%</li> <li>•Camping-car 23%</li> <li>•Chambre hôtes 23%</li> </ul>
<b>Siège</b>	<b>BT Marans</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Chambres hôtes 29%</li> <li>•Locations 23%</li> <li>•Hôtels 17%</li> </ul>	
<b>BT Surgères</b>	

## Suivi des disponibilités d'avril à octobre :

### un mode opératoire fonctionnel

**Objectif** : proposer des plannings actualisés pour répondre plus efficacement aux demandes d'hébergements.

**Chambres d'hôtes** : 1 fois par mois hors saison, 1 fois par semaine en été

**Meublés de tourisme et locations** : 1 fois par mois

**Hôtels et résidence de tourisme** : 1 fois par semaine de juillet à septembre.

**Locatifs en hôtellerie de plein air** : 1 fois par mois en juillet et août

**129** plannings suivis par les agents de l'OT

**56** plannings mis à jour par les prestataires

**826** appels téléphoniques

**1450** mises à jour de plannings effectuées

**162** heures consacrées aux disponibilités

Méthode de calcul : 3 minutes en moyenne par appel téléphonique / 5 minutes en moyenne de saisie

Sam	Dim	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven
		1	1			
1	2	2				
	1	1	1	2		
	1					

## La CAD - Communication Audiovisuelle Dynamique : 100% affichage dynamique

Ou comment diffuser des messages (textes, images, clips vidéo) sur plusieurs zones d'affichages ?  
Une communication hors les murs et hors les horaires : multi-écrans, multi-sites à partir d'un logiciel de gestion de contenus en ligne.

**4** écrans : bureaux de Surgères et Marans, Pôle Nature à Taugon et bibliothèque à Courçon

**20** diapositives d'informations / **4min 26s** par boucle

**3** mises à jour par semaine

Informations diffusées :

- Bulletins météo à 5 jours
- Horaires de marées
- Les manifestations du territoire
- Les jours de marchés
- Les produits boutique



## ■ Boutique, billetteries et animations

Chaque bureau dispose de son **espace boutique – billetteries**

### Articles divers et éditions

Produits locaux, souvenirs, cartes postales, livres, topoguides

### Animations et visites guidées

Inscriptions

### Billetteries et titres de transport

Billetteries de grands sites (Aquarium La Rochelle, Puy du Fou, Inter îles, Fouras-Aix), titres de transport Les Mouettes

### Manifestations

Convention de partenariat avec commission pour un évènement local : vide-grenier, spectacle, concert, etc.

### Partenariats locaux et expositions

écettes liées à un bureau. A Marans : vente de cartes de pêche, location de court de tennis. A Surgères : expositions.

## ■ Les partenariats manifestations

Chaque **organisateur d'évènement** peut confier à l'office de tourisme **sa billetterie** : entrée spectacle, inscription vide-grenier, repas, etc. Une commission sur le volume de ventes est convenue à la signature de la **convention de partenariat** (en moyenne 10%).

### Chiffre d'affaires 2015/2016

Source : relevés des encaissements pour les comptes de tiers du 1<sup>er</sup> septembre 2015 au 31 août 2016

**14 613 €** 4 274 € en 2014/2015

**5** conventions de partenariat

**5** organisateurs

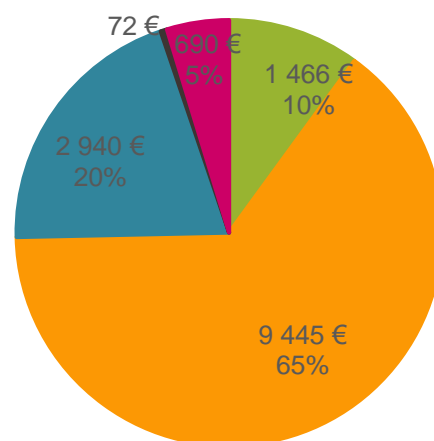
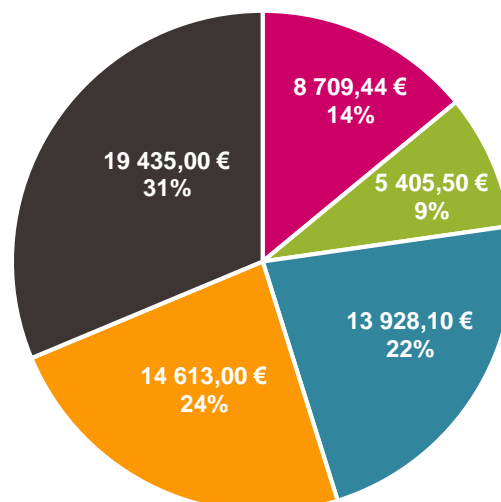
**779** billets / produits vendus

### Chiffre d'affaires 2015/2016

Source : relevés de l'observatoire local réalisés du 1<sup>er</sup> septembre 2015 au 31 août 2016

**62 091,04 €** + 11,4% / N-1

### Répartition du chiffre d'affaires 2015/2016



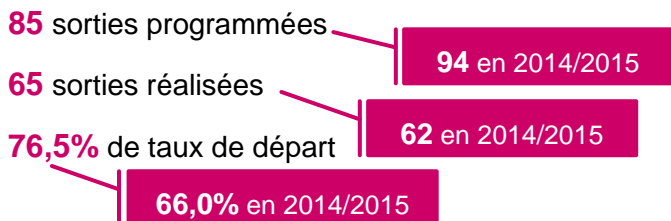
■ Repas Bazoin  
■ Foire à la brocante  
■ Eurochestries  
■ Surgères Brass Festival  
■ Spectacle Centauresque

Manifestation	Organisateur	Date
Repas Bazoin à La Ronde	La Ronde en fêtes	29 mai 2016
Surgères Brass Festival à Surgères	Surgères en scène	22 au 25 juillet 2016
Foire à la brocante à Courçon	Comité d'Animation de Courçon	24 juillet 2016
Spectacle Centauresque à Priaires	Les enfants de Balaha	27 juillet 2016
Eurochestries à Marans	Ville de Marans	3 août 2016

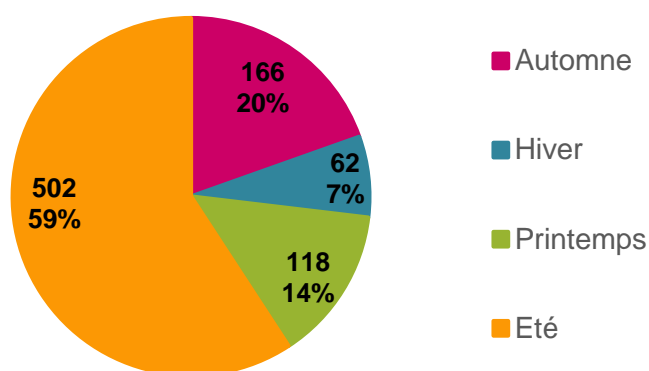


## ■ Les animations et visites guidées

La programmation de septembre 2015 à août 2016 comportait **19 animations** réparties sur chaque saison articulées autour de **4 thématiques**, animées par **7 intervenants**.



### Répartition des inscriptions par saison



### NATURE - 2 intervenants - 11 animations

• 32 dates programmées - 22 dates réalisées

### LOISIRS - 1 intervenant - 1 animation

• 2 dates programmées - 1 date réalisée

### PECHE - 1 intervenant - 3 animations

• 16 dates programmées - 15 dates réalisées

### TERROIR - 3 intervenants - 4 animations

• 35 dates programmées - 30 dates réalisées

### Chiffre d'affaires 2015/2016

Source : relevés de participation réalisés du 1<sup>er</sup> septembre 2015 au 31 août 2016

**5 270,50 €** + 9,5% / 2014/2015

848 inscriptions payantes

+ 20,5% / 2014/2015

### NOUVEAUTES 2016

- Une répartition des animations sur les 4 saisons de l'année
- La commercialisation et le paiement en ligne via Open System

## ■ Commercialisation groupes

### Une brochure dédiée

Réalisée début 2016, elle propose 5 circuits à la journée sur tout le territoire de l'Aunis et du Marais Poitevin + 4 animations en option pouvant être choisies à la carte.

Elle a été envoyée, en mars 2016, à près de 600 associations de Charente-Maritime, Deux-Sèvres, Vienne, Charente et Vendée, susceptibles de programmer des excursions à la journée.

Éditée à 600 exemplaires



L'Office de tourisme Aunis Marais Poitevin est **immatriculé à Atout France** depuis juin 2013. Il commercialise de ce fait des journées et séjours à destination des publics groupes et individuels.

12 contrats de septembre 2015 à août 2016

322 personnes accueillies

+ 92,8% / 2014/2015

### Chiffre d'affaires 2015/2016

Source : facturations réalisées du 1<sup>er</sup> septembre 2015 au 31 août 2016

**26 437 €** 2 697 € en 2014/2015

7  
visites sèches

3  
forfaits 1 jour

1  
forfait 3 jours

1  
forfait 6 jours / 5 nuits

# Prestataires et communication

## Partenariats 2016

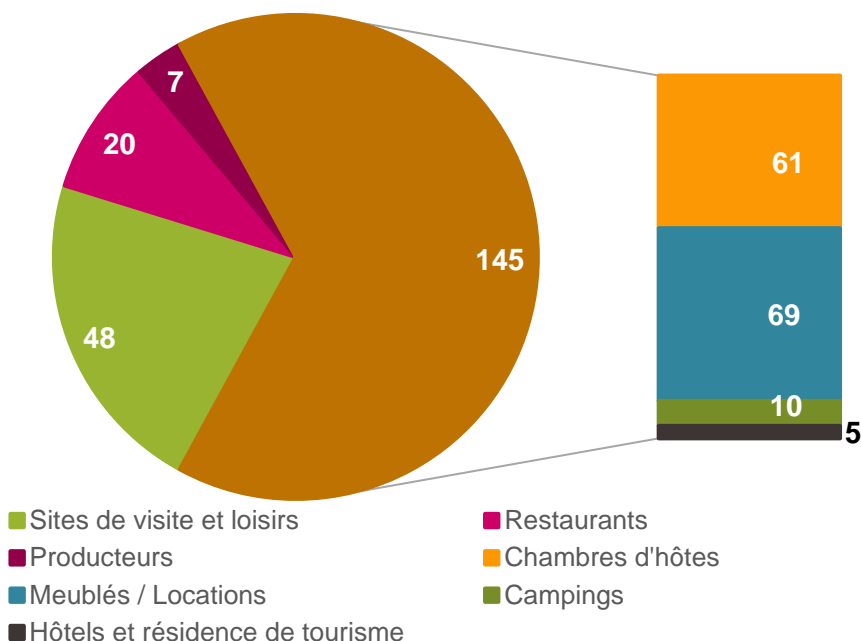
220 partenaires

207 en 2015 soit +13

251 prestations

18 290 € de recettes

+ 7% par rapport à 2015



## Supports de communication dédiés aux prestataires

Deux supports de communication sont dédiés à la communication avec les professionnels du tourisme du territoire.

### Le site pro : [www.aunis-pro-tourisme.fr](http://www.aunis-pro-tourisme.fr)

En accès libre, ce site est à destination des acteurs directs ou indirects du tourisme en Aunis Marais Poitevin.

**ACTU** les actualités au fil des mois

**OFFICE DE TOURISME** comité de direction, l'équipe, devenir partenaire, presse, etc.

**CENTRE DE RESSOURCES** réglementations et classements, labels, observatoire, résultats d'études, relayer les manifestations, taxe de séjour, etc.

**ACCOMPAGNEMENT** agenda, programme des Rdv, inscription

**OUTILS NUMERIQUES** veille e-tourisme, tutoriels et fiches techniques, open system, wifi territorial.

5 544 visites sur la saison 2015/2016

-16,6% par rapport à 2014/2015

17 440 pages vues



### Le groupe facebook : Aunis Pro Tourisme

Il s'agit d'un groupe privé sur facebook dédié aux partenaires de l'Office de tourisme Aunis Marais Poitevin.

C'est un espace libre et collaboratif de circulation d'idées et d'informations.

97 membres au 31/08/2016

+19 par rapport au 31/08/2015

192 posts

8 932 viralité des publications 2015/2016

## ■ Accompagnement des prestataires

**SAISON 4 : un programme sur 6 mois, de mi-octobre à mi-avril**

### Objectifs :

- conserver un service qualitatif
- mêler des thématiques numériques et non numériques
- développer des formules spécifiques pour les nouveaux prestataires et les restaurateurs
- instaurer des parcours longs abordant une thématique de façon plus approfondie



**Chiffre d'affaires  
Accompagnement des prestataires  
1 955€**

### En chiffres :

<b>Réunion de sensibilisation</b>	5 dates	87 participants
<b>RDV Individuels</b>	45 dates	47 participants
<b>Ateliers collectifs</b>	7 dates	20 participants
<b>Parcours</b>	1 date	3 participants
<b>Formation anglais</b>	1 date	5 participants

## ■ Open System : solution de commercialisation en ligne

L'Open System est un outil permettant aux acteurs du tourisme de **vendre en ligne** leurs prestations sur de **multiples sites** internet dont leur propre site.

Déployé par Charente-Maritime Tourisme au niveau départemental, l'Office de Tourisme Marais Poitevin est l'interlocuteur local pour le territoire : accompagnement des prestataires lors de la mise en place, animation de club utilisateur

47 prestataires au 01/09/2016

+ 7 prestataires par rapport au 30/08/2015

6 accompagnements Open System en 2016

### Chiffre d'affaires - Saison 2015/2016

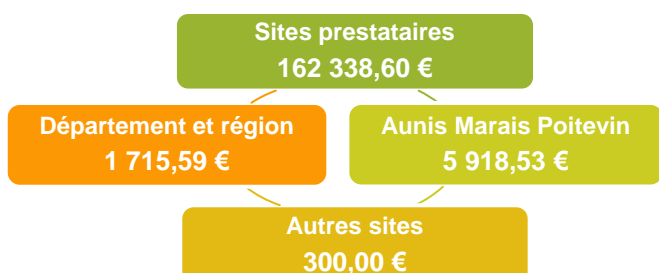
**170 272,72 €**

+ 26,4% par rapport à saison 2014/2015

dont **162 338,60 €** sur sites prestataires

+ 27,7% par rapport à saison 2014/2015

### Chiffre d'affaires Open System suivant sites de réservations

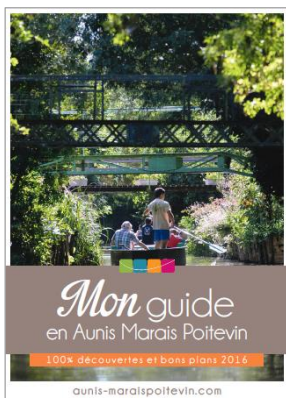


### Chiffre d'affaires suivant types d'activités

26	Chambres d'hôtes	82 527,50 €	49%
16	Meublés de tourisme	37 828,40 €	22%
2	Campings	37 964,82 €	22%
1	Hôtel	9 252,00 €	5%
2	Billetteries	2 700,00 €	2%
47	<b>TOTAUX</b>	<b>170 272,72 €</b>	<b>100%</b>

## ■ Les éditions 2016

### Une nouvelle valorisation des animations, activités et temps forts du territoire



**Mon guide** : brochure ressource pour les activités à faire sur le territoire. Embarcadères, sites de visites, restaurants et produits locaux...

**10 000 exemplaires**

**Mes activités** : brochure valorisant les animations commercialisées par l'Office de Tourisme : balades et ateliers nature, visite et goûter à la ferme et au moulin, les sorties pêches, etc.

**5 000 exemplaires**

**Nouveautés 2016 :**

Temps forts de l'année / coups de cœur en famille / liste exhaustive des restaurants

**Nouveauté 2016**



**Mon agenda** : 5 agendas mensuels ou trimestriels reprenant les manifestations sous forme d'agenda. Printemps (avril à juin), juillet, août, automne (septembre à novembre), décembre

**10 000 exemplaires au total**

**Nouveauté 2016 :**

Agenda périodique au mois ou au trimestre



## ■ Sites internet

Relevés de fréquentation effectués du 1<sup>er</sup> septembre 2015 au 30 août 2016

### **www.aunis-maraispoitevin.com**

Site internet grand public, dédié à la préparation du séjour sur notre territoire.

Il est optimisé pour une consultation sur grands écran et tablettes.

**62 343** visites **+ 1,3%** par rapport à N-1

**186 436** pages vues **- 9%** par rapport à N-1

**77,3%** de nouvelles visites (moyenne sur 12 mois)

### **www.escapade-maraispoitevin.com**

Ou la vie des villages : découvrir l'intimité de la destination. Déployé fin juillet 2015

**2 453** visites


### **www.aunis-maraispoitevin.mobi**

Optimisé pour un affichage sur les outils mobiles (smartphones, tablettes, etc.), ce site mobile a été déployé le 24 juillet 2014. Il est construit comme un site internet de séjour : géolocalisation des informations, informations touristiques (restaurants, idées d'activités, agenda, etc.), données pratiques.

**4 721** visites **- 52,4%** par rapport à N-1

**5 387** pages vues **- 60,2%** par rapport à N-1

### **www.visit-maraispoitevin.com**

 Site internet grand public anglophone, déployé mi-août 2014

**2 748** visites **- 35,7%** par rapport à N-1



Dispositif technique et opérationnel dépassé.  
**Bientôt, un nouveau dispositif internet ...**



## ■ Presse et actions médias

Les objectifs de l'Office de tourisme pour la communication dans la presse sont les suivants :

- **intensifier nos liens** avec les blogueurs et la presse spécialisée
- **conforter notre présence** sur le terrain lors des accueils presse
- **consolider nos partenariats** avec la presse et les radios locales



**6 communiqués de presse**  
envoyés à la presse  
et radios locales

**Diffusions dans les médias étrangers**  
Travel Valley, Daily Mail, The good life France

**10 accueils  
presse**

### Des diffusions dans les médias nationaux

TF1, France 2, France 3, Détours en France, Télérama, Femme actuelle, Parole de maman, Télé 7 jours, etc.



### 29 interventions sur France Bleu La Rochelle

> émission "Les Toqués" (en direct) animée par Lawrence Pernet, les temps forts et événements des jours à venir  
> émission "Les escapades" (enregistrée) animée par David Morel : promotion des points d'intérêt du territoire

**NOUVEAU**

**Spots publicitaires du 1<sup>er</sup> juin au 31 juillet**  
Partenariat avec la radio locale  
2 spots de 25s / jour  
Destination Aunis Marais Poitevin et les animations estivales

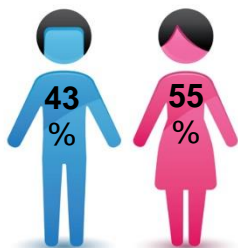
Contre-valeur publicitaire "thème enfant famille"  
estimée pour l'Aunis Marais Poitevin en 2016 : **116 239 €**

## ■ Réseaux sociaux

Relevés de fréquentation effectués du 1<sup>er</sup> septembre 2015 au 30 août 2016



**3 740 fans** + 898 en 12 mois  
225 posts



2% : autres "fan page"



Photos de paysages, de détails, d'ambiance.  
Photos de l'Office de Tourisme ou d'autres comptes instagram.

**594 abonnés** + 319 en 12 mois  
344 photos  
7 039 likes sur les photos

#OTAMP #aunismaraispoitevin



Thématiques en lien direct avec les atouts du territoire : nature, terroir, arts et événements, etc.  
Tableaux pour les temps forts récurrents et saisonniers : Noël, automne, grands festivals, animations de l'été

12 tableaux  
144 images épinglées  
63 abonnés + 30 en 12 mois



Réseau social consacré principalement aux médias et à la presse. Il permet de leur communiquer des informations en instantané.

749 tweets  
720 abonnés + 180 abonnés en 12 mois

# Mutualisation et administration

## ■ Actions mutualisées



### La Vélo Francette

L'Office de tourisme s'investit techniquement et financièrement dans la promotion de cette opération sous la forme d'une **convention triennale 2014/2016**.

La ville de Marans est un des "noeuds vélo routiers" les plus importants de la façade atlantique, grâce à la confluence de la Vélodyssée et de la Vélo Francette

Financement 2016 : 1 000 €

### Le Collectif Marais Poitevin

Le collectif a pour objet la mutualisation des moyens financiers et techniques pour assurer la promotion du Marais Poitevin. Les actions portent sur le webmarketing, la presse et l'observation

Participation financière 2016 : 1 200 €

Valorisation du temps de travail : 1 800 €

Participation totale : 3 000 €

Budget 2016 du collectif : 49 000 €



### Prospection commerciale mutualisée

Les partenaires de cette opération sont Charente-Maritime Tourisme et les offices de tourisme du département ayant l'agrément pour commercialiser. Une prospection est assurée par un agent commercial en Nouvelle Aquitaine, Pays de La Loire, Centre Val de Loire, Bretagne, Normandie, Auvergne Rhône Alpes. L'objectif est de vendre les produits groupes de chaque territoire selon la demande de la clientèle.  
Convention triennale 2015/2017

Financement 2016 : 3 000 €



### Club presse Charente-Maritime

Partenariat mutualisé de relations presse (RP) sous le prisme « enfants et famille », entre Charente-Maritime Tourisme et tous les offices de tourisme du département.

Les médias ciblés sont constitués de la presse écrite, audiovisuelle et influenceurs en France. Les actions du club presse sont renforcées par une agence RP "Le Büro". Des accueils presse ont lieu dans le cadre de cette dynamique.

Financement 2016 : 1 000 €



### Flux Vision Orange

Action réalisée en partenariat avec Charente-Maritime Tourisme. Il s'agit de convertir les informations issues du réseau mobile orange en données statistiques permettant d'analyser la fréquentation des zones touristiques et le déplacement des populations.

Etude financée en 2014 et 2015 mais se poursuivant jusqu'au 31/12/2016



### Etude de satisfaction CSA

Action réalisée en partenariat avec Charente-Maritime Tourisme et les communautés de communes Aunis Atlantique et Aunis Sud. Cette enquête a eu lieu aux printemps et été 2015 pour évaluer la satisfaction et l'insatisfaction des clientèles en séjour sur le territoire.

Coût de l'étude sur 3 ans : 10 000 € (2015/2017)

Financement des 2 Cdc 2016 : 2 500 €

## ■ Stages et contrat saisonnier

Dans le cadre de son fonctionnement, l'équipe de l'Office de tourisme a accueilli plusieurs stagiaires.

Ces stages permettent aux étudiants accueillis de découvrir le monde du travail et de l'entreprise, de trouver ou consolider un projet d'orientation, d'utiliser leurs acquis scolaires.

### Stage observation 3<sup>ème</sup>

Durée : de 3 jours à une semaine

- **Anaïs TARIF**

Janvier 2016 au BT de Surgères

- **Charlotte HAYÉ**

Février 2016 au BT de Marans

- **Justine CHAMBONNIER**

Avril 2016 au BT de Surgères

### Stage Bac Pro Gestion Administration

Durée : 4 semaines

- **Layla DUPUY**

Novembre 2015 au Siège

- **Charline CHEVALIER**

Janvier 2016 au BT de Marans

### Stage Master 1 Développement et aménagement touristique des territoires

Durée : 13 semaines

- **Marialuisa SERPICO**

De juin à août 2016 au Siège

L'équipe s'est également vue renforcée durant la saison estivale d'un **contrat saisonnier** affecté au Bureau de Marans et au siège **de juin à septembre 2016** :

**Ann BOSCHER**

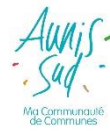
## ■ Budget primitif 2016

Dépenses		Recettes	
Charges à caractère général	51 000 €	Prestations de services	28 000 €
Achat produits boutique	20 000 €	Contribution des collectivités : Communautés de communes Région	300 000 € 30 000 €
Promotion	45 000 €	Boutique / billetterie	30 000 €
		Commissions	21 000 €
Charges de personnel	387 000 €	Reversement taxe de séjour	70 000 €
		Divers	24 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>503 000 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>503 000 €</b>

**45 000€** sont liés à la promotion du territoire et répartis sur :

- Les sites web
- Les partenariats promotionnels
- Les éditions
- Les traductions en langues étrangères
- Les éductours
- L'affranchissement des courriers pour l'envoi des brochures





Office de Tourisme Aunis Marais Poitevin  
[www.aunis-pro-tourisme.fr](http://www.aunis-pro-tourisme.fr)

