

Synthèse du bilan d'activité 2016



www.aunis-pro-tourisme.fr

AUNIS
MARAIS
POITEVIN



"Aux portes de La Rochelle"

Editorial



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

Sommaire

2

Données repères

3

Accueil et commercialisation

4 - 5

Prestataires et communication

5 à 7

Mutualisation et administration

8

Données repères

■ L'Office de Tourisme Aunis Marais Poitevin

Création : le 1^{er} novembre 2012

Forme juridique : **EPIC** (Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial).

Ressources humaines : **9,8 ETP** au 1^{er} octobre 2016

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 : 21 membres (11 élus du Pays d'Aunis et 10 représentants socioprofessionnels)

■ Le territoire de compétences : l'Aunis Marais poitevin

CHIFFRES CLES

2 Communautés de Communes

47 communes

904 km² soit **13,1%** du territoire départemental

59 090 habitants *INSEE 2013*

65,4 hab./km² *Charente-Maritime 92 hab./km²*

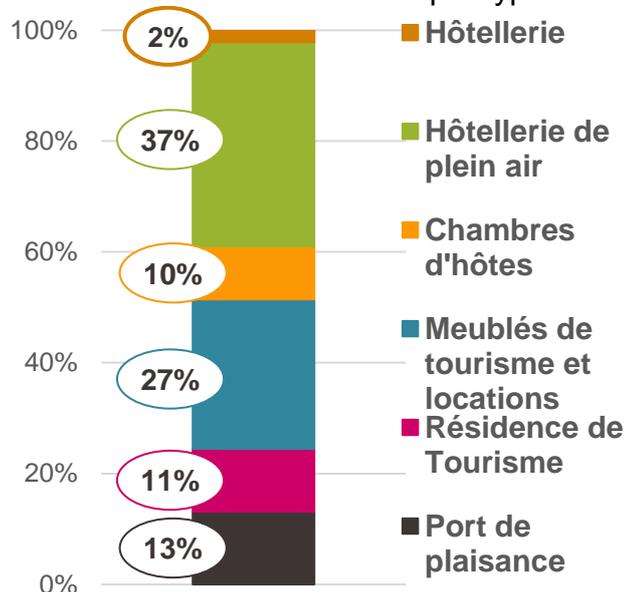


■ L'Offre touristique en Aunis Marais Poitevin

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

Répartition de la capacité d'accueil

en nombre de lits marchands par type d'hébergement



12 862 lits touristiques

5 477 lits en hébergements marchands

7 385 lits non marchands

Hébergement non marchand :

57,4 % des lits

1 477 résidences secondaires

Accueil et commercialisation

■ Données de fréquentation de l'Office de Tourisme

Source : relevés de l'observatoire local réalisés du 1^{er} septembre 2015 au 31 août 2016

14 836 personnes renseignées
11 199 personnes accueillies en bureau
1429 personnes accueillies hors les murs
1 957 appels téléphoniques
251 mails / courriers traités

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

Top 3 des clientèles étrangères

1- Royaume-Uni 36%
2- Belgique 20%
3- Pays-Bas 14%

Hors les murs : un accueil 100% mobile

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

■ Boutique, billetteries et animations

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

Articles divers et éditions Produits locaux, souvenirs, cartes postales, livres, topoguides

Animations Visites guidées Inscriptions

Billetteries Titre 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 : videgrenier, spectacle, concert, etc.

Partenariats locaux Exposition Recettes liées à un bureau. A Marans : vente de cartes de pêche, location de court de tennis. A Surgères : expositions.

Chiffre d'affaires 2015/2016

Source : relevés de l'observatoire local réalisés du 1^{er} septembre 2015 au 31 août 2016

62 091,04 € **+ 11,4% / N-1**

■ 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**.

85 sorties programmées

65 sorties réalisées

76,5% de taux de départ

848 inscriptions payantes

Chiffre d'affaires 2015/2016

Source : relevés de participation réalisés du 1^{er} septembre 2015 au 31 août 2016

5 270,50 € + 9,5% / 2014/2015

■ Commercialisation groupes

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^{er} septembre 2015 au 31 août 2016

26 437 € 2 697 € en 2014/2015

Prestataires et communication

■ Partenariats 2016

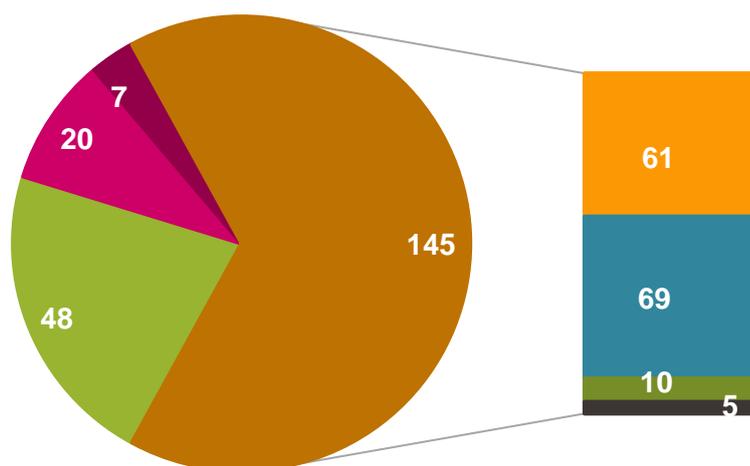
220 partenaires

207 en 2015 soit +13

251 prestations

+ 7% par rapport à 2015

18 290 € de recettes



- Sites de visite et loisirs
- Restaurants
- Producteurs
- Chambres d'hôtes
- Meublés / Locations
- Campings
- Hôtels et résidence de tourisme

■ 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

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**

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 prestataires 1 955€	Réunion de sensibilisation	5 dates	87 participants
	RDV Individuels	45 dates	47 participants
	Ateliers collectifs	7 dates	20 participants
	Parcours	1 date	3 participants
	Formation anglais	1 date	5 participants

■ Open System : solution de commercialisation en ligne

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**

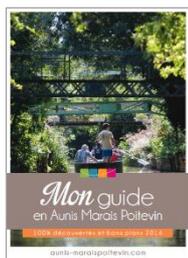
dont **162 338,60 €** sur sites prestataires — **+ 27,7% par rapport à saison 2014/2015**



Chiffre d'affaires 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	TOTAUX	170 272,72 €	100%

■ Les éditions 2016

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



Mon guide
10 000 exemplaires



Mes activités
5 000 exemplaires



Mon agenda
10 000 exemplaires au total

■ Sites internet

Relevés de fréquentation effectués du 1^{er} septembre 2015 au 30 août 2016

www.aunis-maraispoitevin.com

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

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

www.escapade-maraispoitevin.com, déployé fin juillet 2015
2 453 visites

www.aunis-maraispoitevin.mobi

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 

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

■ Presse et actions médias

Actions 2015/2016 :

6 communiqués de presse (presse et radios locales)

10 accueils presse

Spots publicitaires Hélène FM du 1^{er} juin au 31 juillet.

Des diffusions dans les médias étrangers

Des diffusions dans les médias nationaux

29 interventions sur France Bleu La Rochelle

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

■ Réseaux sociaux

Relevés de fréquentation effectués du 1^{er} septembre 2015 au 30 août 2016

Facebook

3 740 fans + 898 en 12 mois

Pinterest

144 images épinglées

63 abonnés + 30 en 12 mois

Instagram #OTAMP #aunismaraispoitevin

594 abonnés + 319 en 12 mois

344 photos

Twitter

749 tweets

720 abonnés

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**.

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 2016 : 3 000 €

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. 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 les offices de tourisme du département.

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 pour analyser la fréquentation des zones touristiques et le déplacement des populations.

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.

Financement des 2 Cdc 2016 : 2 500 €

■ 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 €
TOTAL	503 000 €	TOTAL	503 000 €

Retrouvez le bilan d'activité 2016 complet sur www.aunis-pro-tourisme.fr