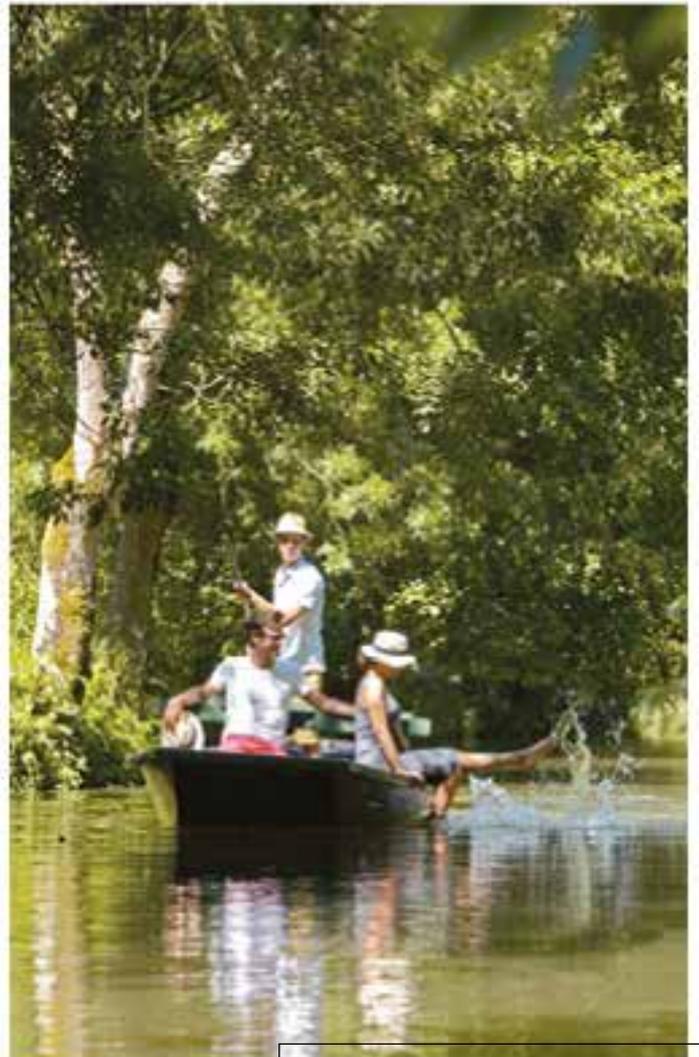




Rapport d'activités 2017

## OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

Niort Marais Poitevin  
Vallée de la Sèvre niortaise



Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

# ORGANIGRAMME



**Michel SIMON**  
Président



**Jeannine BARBOTIN**  
Vice-Présidente



**Thierry HOSPITAL**  
Directeur  
05.49.24.01.40  
thierryhospital@nortmaraispoitevin.com

## ADMINISTRATION-FINANCES : 05 49 24 57 06



**Sylvie ROCHEREAU**  
Responsable de pôle  
05.49.24.88.25  
sylvierochereau@nortmaraispoitevin.com

## SERVICE COMMERCIAL : 05 49 35 99 29



**Laurent GALLAS**  
Responsable de pôle  
05.49.24.89.76  
laurentgallas@nortmaraispoitevin.com



**Estelle DECEMME**  
Groupe, Administratif,  
Billetterie loisirs



**Ludvine CHAUVINEAU**  
Séminaire, Individuel,  
Billetterie événementielle



**Béatrice VALADE**  
Assistante commerciale

## SERVICE COMMUNICATION : 05 49 24 88 27



**Alexandra BODET**  
Responsable de pôle  
05.49.24.88.27  
alexandrabodet@nortmaraispoitevin.com



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



**Arthur FOLLIN**  
Webmaster



**Morgane DEROSARIO**  
Assistante communication

## SERVICE ACCUEIL : 05 49 24 18 79



**Magalie TENAILLEAU**  
Responsable de pôle  
05.49.24.03.70  
magalietenailleau@nortmaraispoitevin.com



**Béatrice VALADE**  
Conseillère en séjour



**Morgane DEROSARIO**  
Conseillère en séjour



**François ARNAUD**  
Conseiller en séjour



**Jennifer GRAVELEAU**  
Conseillère en séjour  
Animatrice boutique



**Séverine COUTÉ**  
Conseillère en séjour,  
Animatrice réseau  
partenaires



Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018  
**Françoise TURRIER**  
Conseillère en séjour

---

## SOMMAIRE

---

### 2 | Organigramme

### Le Tourisme en « Niort Marais poitevin » | 4

### 7 | L'Office de Tourisme : quelques données de cadrage

### Les 6 informations à retenir pour 2017 | 10

### 11 | L'action de l'Office de Tourisme en détail

- 12 • Promouvoir et Communiquer
- 17 • Accueillir et informer
- 19 • Commercialiser
- 26 • Mobiliser les acteurs locaux

### Politique de Développement et conseil aux porteurs de projets | 27

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

## Annexes

### Livret complémentaire

---

## LE TOURISME EN « NIORT MARAIS POITEVIN » !

---

La Communauté d'Agglomération du Niortais créée le 1<sup>er</sup> janvier 2014 compte 45 communes en 2017. En matière touristique, ce territoire s'organise principalement autour

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

Outre ces points de fixation du tourisme, le territoire communautaire se structure quant à lui autour de la Sèvre niortaise et de villages ruraux concentrant hébergements et services. Il bénéficie de l'attractivité touristique propre au Marais poitevin et à Niort, voire des territoires voisins (Pays Mellois - Forêt de Chizé).

---

### Quelques chiffres pour comprendre le territoire

---

En matière d'offre, le territoire représentait fin 2017 :

- 29 hôtels totalisant 1002 chambres dont une majorité en catégorie 3 étoiles depuis les modifications des normes de classement effectuées en 2012 ; Le parc hôtelier continue de progresser qualitativement et quantitativement
- 8 terrains de camping, principalement publics, 550 emplacements dont 46% en catégorie trois étoiles et plus. Les reclassements ont impacté ce parc en lui assurant une hausse de catégorie mais ces changements n'ont pas généré de hausse de fréquentation à l'exception notable d'un équipement privé sur Coulon. Des transferts de gestion du public vers le privé devraient toutefois faire évoluer la situation
- 75 maisons d'hôtes offrant environ 215 chambres, 78 % sont labellisées (dont 70 % de niveau 3 et 4 clés ou épis)
- 276 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
- 1000 résidences secondaires
- 12 embarcadères ou loueurs de canoës
- 9 loueurs de vélos et 300 km d'itinéraires balisés autour de la Vélo Francette, du Chemin du III millénaire et du plan Vélo déployé dans le Marais poitevin
- 11 centres équestres.



## Quelques nouveautés majeures en 2017

• Nouvelle mobilité sur le territoire : deux nouveautés majeures en 2017 avec **l'ouverture de la LGV** en juillet qui permet de relier en moins de 2 heures Niort depuis Paris enfin l'instauration de la gratuité des transports publics sur l'ensemble de l'agglomération, favorisant ainsi la découverte du territoire

• Ouverture d'un **nouvel établissement hôtelier à Niort** : l'Hôtel Lotus disposant de 16 chambres de niveau 2 étoiles.

• Le Parc Naturel Régional du Marais poitevin conserve pour six nouvelles années son label « **Grand Site de France** » reconnaissant la qualité de ses actions valorisation/préservations des milieux au regard de leurs fréquentations touristiques.



• Création d'un itinéraire « **Terra aventura** » : circuit de découverte associant le patrimoine local et les outils digitaux sur la commune de St Georges de Rex avec l'appui du Conseil départemental des Deux-Sèvres et le Comité Régional du Tourisme Nouvelle-Aquitaine.

## En matière de fréquentation, les principales données à considérer :

• Pour mémoire, **490 000 touristes sont accueillis chaque année** sur le secteur Grand Site de France ou « marais mouillés » (données 2013 - hors clientèle affaires) et une fréquentation plus globale sur l'ensemble du Parc Naturel Régional à 1 200 000 visiteurs, stations littorales comprises.

• Selon une étude départementale, le territoire comptabiliserait **463 000 nuitées marchandes** (tout type

d'hébergements) et **1 060 000 nuitées en secteur non marchand** (résidence secondaire /parents et amis)

• **280 244 nuitées en hôtellerie**, en hausse de 7 % par rapport à 2016 avec un gain de 18 000 nuitées. Ce volume de nuitées progresse chaque année et est le meilleur enregistré depuis les 15 dernières années ; il symbolise l'attractivité croissante de l'agglomération. (pour mémoire, les nuitées en résidence de tourisme, telle Appartcity, ne sont pas comptabilisées)

• **53 962 nuitées en camping**, en baisse de 4.5 % par rapport à 2016 ; la fréquentation diminue pour la seconde année consécutive malgré la montée en gamme de certains terrains ; cette baisse s'explique principalement par l'impact du premier semestre et les conditions météorologiques difficiles de la saison 2017.

• Environ **110 000 visiteurs** dans les 5 principaux sites de visites, en hausse par rapport à l'an dernier.

• Une **clientèle française à 85 %** puis principalement britannique et belge.

• Environ **14 000 camping-cars** accueillis principalement sur les aires de Coulon et d'Arçais.

• Une collecte de taxe de séjour à hauteur de **289 000 € en 2017** en hausse en raison de l'évolution du cadre réglementaire et de changements de taux.



Accusé de réception en préfecture  
079-200041547-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

## Qui séjourne sur notre territoire ?

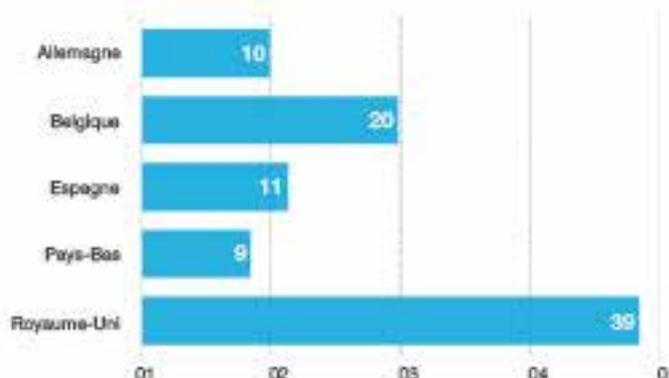
Les statistiques relatives à la fréquentation des bureaux d'accueil font apparaître que 80 % des visiteurs de l'OT sont en séjour (à 80 % sur le périmètre de la CAN) et 20% de passage, en excursion.

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

Pour les seuls séjours (touristes hors excursionnistes), les principaux bassins émetteurs sont alors : **l'Île de France (25 %)**, le Poitou-Charentes (23 %) les Pays de la Loire (11 %) et l'Aquitaine. (Données **SOFRES** sur le suivi des déplacements touristiques des français de plus de 15 ans).

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

Une clientèle étrangère reste faible sur notre territoire (15 % de la fréquentation) et se répartit comme suit dans nos accueils : britannique pour 38.5 %, belge pour 19.8 %, espagnole pour 11.4 %, allemande pour 10 % et néerlandaise pour 8.5 %.



Répartition de la principale clientèle étrangères (% arrondi)

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

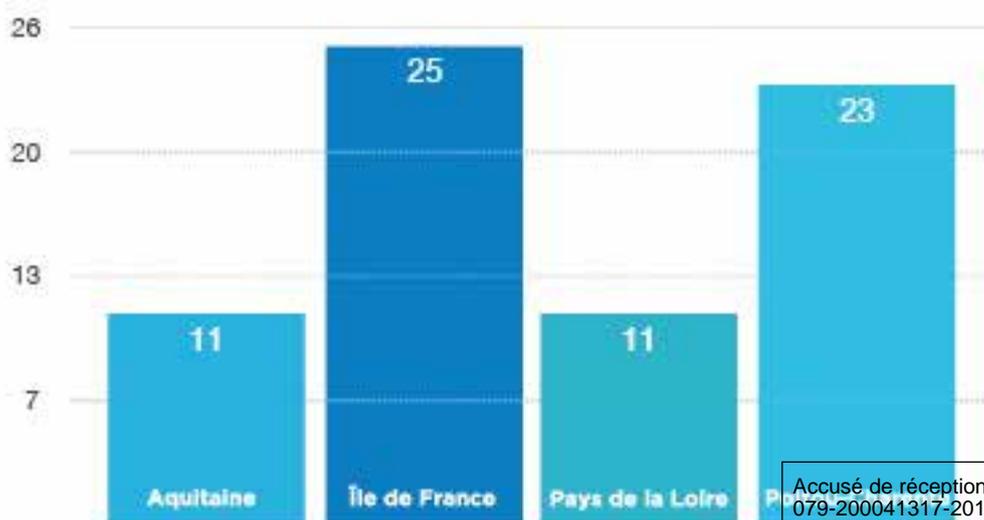
### ESTIMATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES :

En Deux-Sèvres, selon une récente évaluation (fin 2016) par l'ADT 79, le chiffre d'affaires lié à l'activité touristique a été estimé à 205 340 980 € HT pour l'ensemble du département.

Pour la CAN, il est estimé à **72 158 280 € HT** soit **35 % du chiffre d'affaires départemental.**

72 158 280 € HT  
pour la CAN

205 340 980 € HT  
pour l'ensemble  
du département.



Répartition de la principale clientèle française (% arrondi)

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

---

## L'OFFICE DE TOURISME 2017 : QUELQUES DONNÉES DE CADRAGE !

---

■ Un office de Tourisme est un outil né de la volonté d'une collectivité qui en définit les moyens et les statuts. L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin Vallée de la Sèvre niortaise a été créé le 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 (4) / Commercial (3) / Communication (3) et Administration (2).

■ 1 bureau d'accueil permanent à Niort et 2 bureaux d'accueil saisonniers ouverts entre 6 et 8 mois par an selon leur fréquentation : 319 jours d'ouverture au public sur l'année en 2017 pour environ 35 000 personnes accueillies !

■ Un budget prévisionnel maintenu à **965 000 € en 2017** avec une contribution CAN stable depuis 2015 d'un montant de 450 000 €, et la disparition effective des aides - régionale et départementale - dont disposait l'Office de Tourisme depuis plusieurs années.

■ Plus de **350 acteurs touristiques ou annonceurs « partenaires »** de l'Office de Tourisme

■ Un renfort saisonnier au travers de CDD de 3 à 6 mois ou de dispositifs d'emplois aidés (2 CAE CUI et 1 contrat de professionnalisation) ; la fin du dispositif « emploi d'avenir » a nécessité le recours à davantage d'emplois saisonniers en 2017; les effectifs atteignent ainsi **16.5 équivalents temps plein** (contre 16.3 en 2016 et 17.5 etp en 2015).

■ Un volume d'affaires d'environ **640 600 € TTC** (en hausse de 11.6 %) généré directement (505 100 €) ou indirectement (135 500 € avec Open System) par l'Office de Tourisme et ses partenaires institutionnels au profit des acteurs locaux.

### 5 missions principales

---

#### 1 ACCUEILLIR ET INFORMER

mission première de l'Office de Tourisme ! Après les importants investissements produits sur les sites d'accueil en 2014 (création d'un nouveau bureau d'accueil à Niort, transformation de l'accueil saisonnier d'Arçais), 2017 a permis de réorganiser le déploiement territorial en créant sur St Hilaire la Palud un « Point Info Tourisme » adossé à la Poste communale, en lieu et place d'un bureau d'accueil saisonnier. Pour mémoire, la mission d'accueil et d'information connaît les mutations les plus importantes dans les métiers du tourisme en raison de l'évolution - nationale - des comportements des visiteurs générant une baisse régulière de la fréquentation enregistrée.

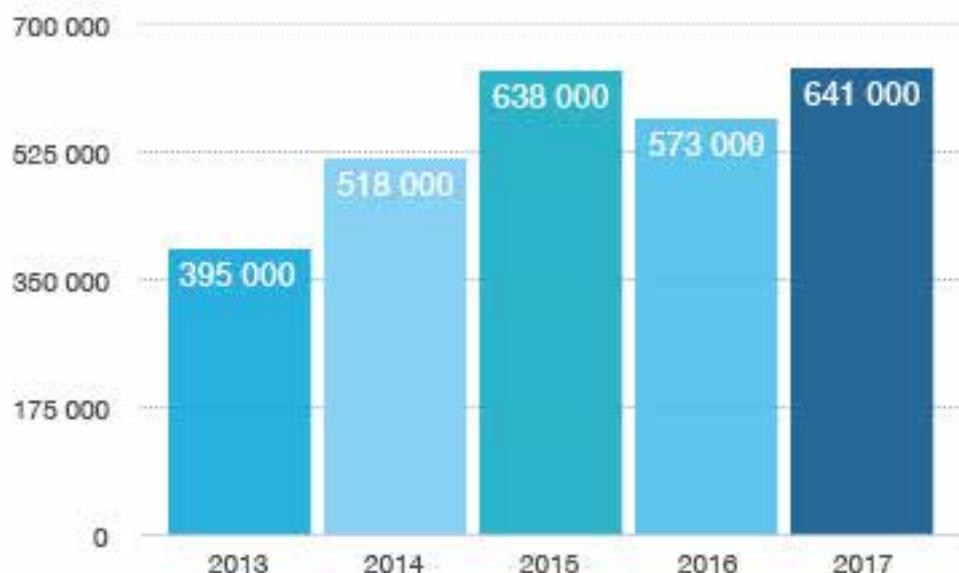
#### 2 PROMOUVOIR LA DESTINATION

compétence partagée avec l'Agence départementale de développement touristique (ADT 79) et la Région mais également le Parc Naturel Régional du Marais poitevin. En 2017, l'Office de Tourisme a dû s'adapter aux évolutions stratégiques lancées par l'ADT 79 (abandon de la communication-promotion) et le CRT Nouvelle-Aquitaine (redéfinition de sa stratégie) et a significativement son programme de promotion sur la destination cible du Tourisme d'affaires

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

### 3 COMMERCIALISER NOS PRODUITS

Depuis 2011, l'Office de Tourisme accentue son rôle commercial au travers de ses activités de billetterie, de vente de séjours groupes ou du tourisme d'Affaires. Depuis 2013, les résultats économiques enregistrés progressent régulièrement ; après la baisse de 2016, 2017 renoue avec la croissance pour atteindre le niveau exceptionnel de 2015 avec **641 000 €** ; pour mémoire, il s'établissait à 573 000 € en 2016, 638 000 € TTC en 2015, 518 000 € TTC en 2014 et 395 000 € en 2013.



Évolution de la commercialisation de nos produits (données en euros)

2017 a vu se renforcer le plan d'actions « Spécial Tourisme d'affaires » élaboré par le Club « Tourisme d'Affaires » constitué fin 2014 ; L'Office de Tourisme a élaboré également sa première brochure Groupes.

### 4 FÉDÉRER LES ACTEURS

L'Office de Tourisme poursuit sa fonction de conseil au profit des prestataires-partenaires (publics ou privés) qui le sollicitent pour leur support de communication, stratégie commerciale, projets de développement,.... Il a proposé des formations (ateliers web) ou des « Éducteurs » pour les aider à développer leur activité. Il a renouvelé ses actions ciblant les nouveaux habitants pour en faire des prescripteurs du territoire (3 rendez-vous à Niort, Saint Rémy et Prahecq).

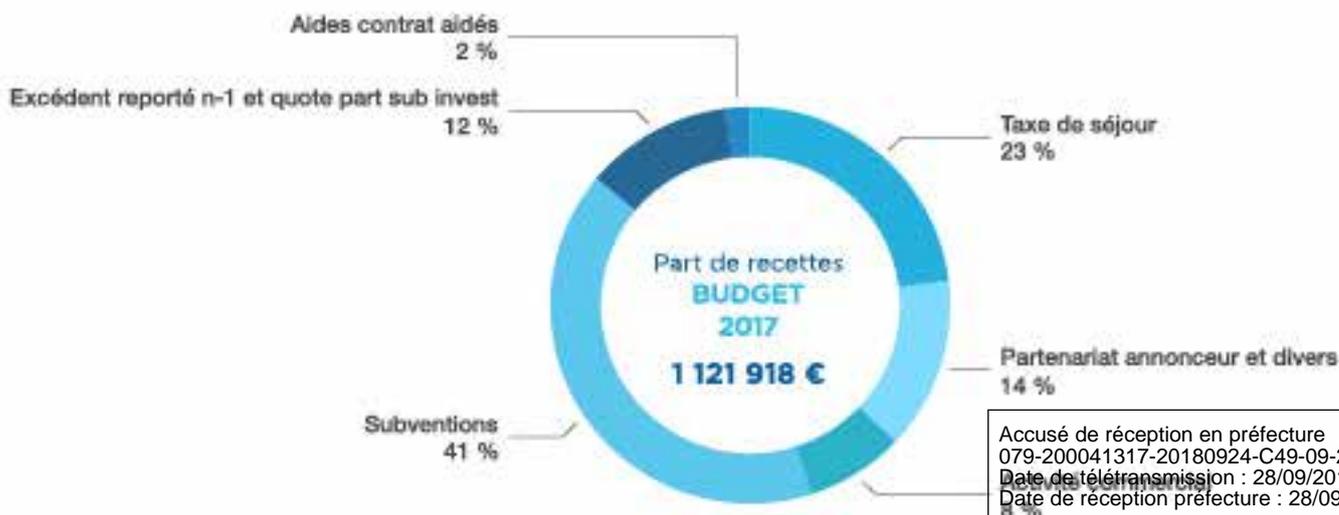
### 5 OBSERVER

au travers des études ou enquêtes menées par la Région Poitou-Charentes, le Parc Naturel Régional ou l'ADT 79 (fréquentation des Hôtels et Campings de l'INSEE, enquête SOFRES), l'Office de tourisme recueille les données relatives aux fréquentations des sites de visite. Il analyse la provenance des touristes se présentant dans ses bureaux d'accueil et évalue en cours d'année, par sondage auprès des prestataires, l'intensité de l'activité entre avril et septembre.

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

Il s'appuie pour la mise en œuvre de ces actions sur des prestataires touristiques qui ont fait le choix d'être partenaire de leur office afin d'en accroître l'efficacité en contribuant à son budget par des partenariats de niveau « bronze », « argent » ou « platine » ou par l'achat d'espaces publicitaires. Ces contributions progressent de 12 % et dépassent **172 000 € TTC en 2017** (contre 153 000 € en 2016 et 140 000 € TTC en 2015). Cette progression a permis à l'Office de Tourisme d'absorber sans difficultés la suppression des aides régionales et départementales qui totalisaient 60 000 € par an.

L'Office de Tourisme génère près de **83 700 € TTC** en ressources propres liées à son action commerciale (boutique et commissions sur ventes). Il perçoit par ailleurs la totalité du produit de la taxe de séjour collectée par les hébergeurs sur le territoire communautaire.



Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

## LES 6 INFORMATIONS À RETENIR POUR 2017

**1** La promotion de la destination « Niort Marais poitevin » au sein de l'Opération Maison Nouvelle Aquitaine sur le mois d'avril avec le 21, l'organisation des 1<sup>er</sup> Rendez-vous du Tourisme d'affaires Niort Marais poitevin, 15 partenaires locaux, représentatifs de la filière, ont ainsi pu rencontrer une quarantaine d'acheteurs de niveau national (la Banque Postale, Orange, Covea, Danone, Suez,...) ; les supports dédiés (film « séduction » et plaquette Tourisme d'Affaires) ont été déployés à cette occasion.

**2** La saison touristique 2017 a été marquée par un premier semestre satisfaisant du point de vue météorologique même si la fréquentation n'a pas atteint les volumes escomptés malgré l'activité intense du pont de l'Ascension et de Pentecôte.

Les mauvaises conditions d'ensoleillement expliquent une activité plus mitigée en Juillet mais toutefois consolidée par un bon mois d'août ; A noter une hausse de la fréquentation hôtelière sur l'été sur Niort, qui s'affirme année après année comme lieu de séjours touristiques, et un nombre de nuitées en progression sensible (+13.5%) sur la période juin-juillet-août. La restauration engrange aussi de bons résultats ; Sites de visites et activités loisirs tirent également leurs épingles du jeu ! Niort Plage a également connu une forte fréquentation (20 000 contacts contre 17 000 en 2016). Seules les chambres d'hôtes, confrontées à une concurrence accrue (Airbnb) et à une volatilité de leurs clientèles (et forte sensibilité à la météo), font état d'une saison difficile, en retrait par rapport à 2016. Le mois de septembre a dans l'ensemble déçu, ne bénéficiant pas de belles journées ensoleillées comme en 2016.

Au final, 2017 se solde par une activité assez décevante, positive sur le secteur urbain qui connaît une progression (en hôtellerie surtout) mais plus en retrait sur le secteur « marais poitevin » qui concentre les campings et hébergements chez l'habitant ; les meilleurs résultats concernent les prestations disposant d'un bon rapport prix-qualité et profitant d'une mise en marché dynamique. En matière de bilan économique, les volumes d'affaires enregistrés par l'Office de Tourisme baissent tant en billetterie que pour les activités « groupes » ou « Affaires ».

**3** Un nombre de visiteurs accueillis (35 000 visiteurs) en hausse dans nos différents bureaux d'accueil sur Coulon, Niort et Arçais ; la chute de fréquentation observée en 2016 n'est que partiellement compensée. La baisse observée sur plusieurs années transcrit l'évolution des pratiques nationales des visiteurs qui ont de moins en moins recours aux bureaux d'accueil physiques.

**4** Une activité commerciale qui revient à son meilleur niveau avec un volume d'affaires de 640 600 € auquel s'ajoute 57 884 € (stable) de gestion des entrées de la Maison du Marais Poitevin à Coulon et 172 200 € (+12 %) de recettes de partenariats.

Les recettes propres de l'Office de Tourisme se stabilisent (1 200 000 € TTC) et les commissions sur ventes) et atteignent **256 000 € TTC (+12 %)**.

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de rétrotransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

- 5** La reprise « en direct » des actions de promotion à destination des groupes, consécutive à l'abandon de cette mission par l'ADT 79, avec la réalisation d'une brochure dédiée présentant l'offre du Sud Deux-Sèvres et des circuits associant des sites plus éloignés. Cette documentation est diffusée auprès de 7 000 contacts professionnels.
  
- 6** Le renforcement des coopérations avec les Offices de tourisme voisins de Vendée mais aussi avec celui de Chatelaillon et avec les Offices de Tourisme du Sud-Ouest réunis autour de Bordeaux ; Il s'agit de bâtir des communications centrées, pour les premiers, sur le bassin local, et pour les seconds, sur les grandes destinations internationales (marché US) ; ces démarches s'inscrivent dans la perspective de l'émergence du Pôle Métropolitain Centre Atlantique et de la recherche d'opportunité de collaborations « agiles » en fonction des marchés et clientèles ciblées.

---

## L'ACTION DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE EN DÉTAIL.

---

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

Le plan d'actions 2017 voté par la Comité de Direction est joint en annexe ; il définit les actions que l'Office de Tourisme a conduites et qui s'organisent traditionnellement en quatre secteurs :



LA PROMOTION ET  
LA VALORISATION  
DU TERRITOIRE



L'ACCUEIL ET  
L'INFORMATION  
DES CLIENTÈLES



LA COMMERCIALISATION  
DE L'OFFRE TOURISTIQUE



LA MOBILISATION  
DES ACTEURS LOCAUX

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

## 1. PROMOUVOIR ET COMMUNIQUER

### Le rôle primordial du numérique : s'adapter aux comportements et pratiques de nos visiteurs

En phase de préparation des vacances, mais aussi de plus en plus lors du séjour lui-même, les outils numériques constituent pour nos concitoyens le vecteur principal d'information, au premier rang desquels le site internet et les réseaux sociaux.

#### Le site internet

[www.niortmaraispoitevin.com](http://www.niortmaraispoitevin.com)

adossé à un système d'information touristique alimentant nos différents outils de communication, créé début 2011, a connu une forte croissance jusqu'en 2015, passant de 135 000 visites en 2012 à 223 126 visites en 2015 ; en 2016, sa fréquentation s'est érodée pour la première fois pour atteindre 199 380 visites du fait des aléas du 1<sup>er</sup> semestre mais aussi d'un vieillissement de l'outil.

2017 a permis de reprendre une croissance avec 212 905 visites grâce notamment au développement de la présence de l'Office sur les réseaux sociaux ; ces derniers représentent dorénavant 6% du trafic enregistré sur le site qui totalise 578 436

pages vues.

#### La page Facebook et le profil Twitter de l'Office de Tourisme

ont été ouverts en juin 2017 et sont suivis par 500 abonnés à eux deux. Le profil Instagram est créé depuis novembre et suivi par 325 abonnés ; une action a été organisée avec « Igers Niort » (une communauté d'utilisateurs du réseau social) le 2 décembre 2017 pour le lancement des illuminations de Noël de la Ville de Niort. L'objectif est d'accroître la présence de la destination sur la sphère digitale et d'améliorer ainsi sa « notoriété ».

L'évolution constatée en 2017 démontre l'importance d'un technicien dédié à ce support et valide ainsi la décision prise fin 2016 de procéder à son recrutement en juin 2017.

#### Les versions « mobiles »

du site internet totalisent quant à elles 9908 visites (+9%) sur ses différentes déclinaisons (dont les applications pour téléphones « niortmaraispoitevintour »).

#### La version anglaise

du site a été consultée 6 924 fois (+5%).

La base de données gérée par l'Office de Tourisme est également reprise sur le site internet de l'ADT 79 et alimente les 8 bornes d'informations 24/24 présentes sur le territoire. Cette même base constitue l'armature du logiciel de gestion de la taxe de séjour que la Communauté d'Agglomération du Niortais utilise.



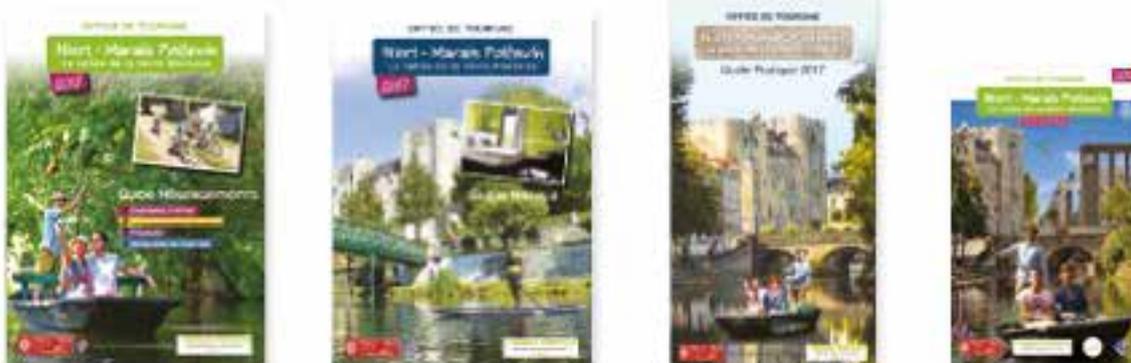
Accusé de réception en préfecture  
C49-09-2018-DE  
28/09/2018  
Date : 28/09/2018

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

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

## L'Office a édité ses brochures :

12 000 guides « Hébergements » (meilleure valorisation des Hôtels en 2017 avec un document à double entrée) et 35 000 « Guides Pratiques » (présentation des 45 communes, suggestion de séjours,) pour participer aux différents salons touristiques (dès janvier) et pour l'ouverture des bureaux d'accueils saisonniers (à compter de fin mars). Ce guide existe également en version allégée en anglais, allemand et espagnol.



Supports de communication de l'Office de tourisme

La carte touristique réalisée conjointement avec le Parc Naturel Régional du Marais poitevin a été éditée à 60 000 exemplaires. Elle intègre des encarts publicitaires depuis 2016 et localise en 2017 les hôtels partenaires. Elle est éditée également en version anglaise pour 10 000 exemplaires.

Les éditions de l'Office de Tourisme se complètent par le guide « Préparez vos loisirs » édité à 30 000 exemplaires et qui recense l'ensemble des activités et billetteries proposé à la vente dans les bureaux d'accueil. Ce support permet de valoriser la billetterie estivale directement au profit des prestataires locaux et s'ouvre pour la première fois à la publicité.

Des sous-mains dédiés aux réceptions d'hôtels et loueurs de voiture : initié en 2013, ces supports organisés sous forme de feuillets détachables recto-verso permettent de présenter la destination et comportent 3 espaces publicitaires.

Ces différents supports de communication - site internet et brochures - permettent à l'Office de Tourisme de mobiliser autour de lui des partenariats de communication, grâce à l'achat d'encarts publicitaires, par les prestataires touristiques. Ces partenariats ont généré l'essentiel des 172 000 € TTC de recettes engrangées en 2017.

Cette dynamique de partenariat, avec 350 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.



Guide " Préparez vos loisirs "



Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

Sous-main

## Les actions de communication

L'Office de Tourisme poursuit ses actions de promotion directes en 2017 en participant à trois rendez-vous ciblant des bassins de clientèles importants et situés entre trois et cinq heures de notre destination afin de privilégier tant les courts séjours que les séjours plus importants.

### Salon du Tourisme de Rennes,

du 22 au 24 janvier 2017 : plus de 38 000 visiteurs (fréquentation stable) pour ce salon pendant lequel l'Office de Tourisme disposait d'un stand de 12 m<sup>2</sup> avec l'entreprise Le Collibert.

### Salon du Tourisme de Toulouse,

du 24 au 26 février 2017: 18 850 visiteurs (fréquentation en hausse de 4%) sont dénombrés lors de cet événement ; L'OT disposait d'un stand de 6 m<sup>2</sup>.

### Salon Mondial du Tourisme de Paris

du 16 au 19 mars 2017 : 105 000 visiteurs (- 2.5 %), dont 3 000 professionnels, accueillis sur ce Salon Mondial du Tourisme adossé pour la quatrième année consécutive au Salon Destinations Nature. L'entreprise Le Collibert s'est associée à l'Office de Tourisme sur cet événement (stand commun de 9 m<sup>2</sup>).

La destination reste identifiée comme un espace loisirs-nature (à forte orientation randonnée), avec une bonne image générale et une localisation géographique correcte.



Salon de Rennes

Ces opérations permettent à l'Office de Tourisme de promouvoir notre destination et de sonder les visiteurs pour mieux appréhender l'évolution des attentes et besoins exprimés par nos concitoyens en matière de séjour. Notre produit « phare » - offre DUO avec un prix d'appel très intéressant- est mis en avant sur ces salons.

La destination commune « Marais poitevin » n'a pas bénéficié contrairement aux années précédentes d'une promotion du CRT Nouvelle-Aquitaine, outil en phase de structuration en 2017 !

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

De même a été saisie l'opportunité d'insérer un encart publicitaire au sein du magazine mensuel « Détours en France ».



En matière de relations presse, une dizaine d'accueils de presse (individuels ou groupés) a été organisée sur le territoire dans le cadre du travail partenarial avec la Région et l'ADT, structures qui recourent à des agences de presse à Paris ou à l'étranger ! En 2017, leur nombre s'est réduit en raison des réorganisations qu'ont connu nos partenaires ; les accueils de presse gérés directement par l'Office de Tourisme ont toutefois vocation à progresser en 2018 du fait du repositionnement de notre segment.

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

**Tout au long de l'année** des interventions en direct de France Bleu (25)

**3 janvier** : Itinéraire Bis (France 3 sur la commune de St Hilaire la Palud)

**14 Mars 2017** : Cauchemar en Cuisine le retour

**19 mars** : Accueil presse pour Gala

**9 mars, 10 avril, 19 mai** 3 participations à l'émission 9h50 le matin

**14 juin** : accueil presse journaliste Néerlandaise pour Leven in Frankrijk

**23 août** : reportage France 3 sur les visites nocturnes en canoë

**6 octobre** : Accueil presse à Coulon pour une émission télévisuelle tchèque

**23-25 octobre 2017** : Initiation au Voyage (diffusion février 2018) sur Arte.

## Autres communications spécifiques

### Participation aux dispositifs pluriannuels Vélo Francette et Émotion Marais Poitevin

#### Vélo-route Voie verte La Vélo Francette

Ce dispositif pluriannuel auquel l'Office de Tourisme contribue à hauteur de 2000 € réunit tous les acteurs touristiques institutionnels impliqués dans l'itinéraire entre la Manche et l'Atlantique, chaque département associant ses relais locaux. En 2017, en complément de la signature « La Vélo Francette » (So Frenchy), et l'élaboration d'un topoguide réalisé par Ouest France initiés en 2016, le programme d'actions a ciblé le déploiement internet et les accueils de presse pour améliorer la notoriété de l'itinéraire.

Les prestataires locaux correspondants aux critères peuvent être labellisés Accueil vélo.

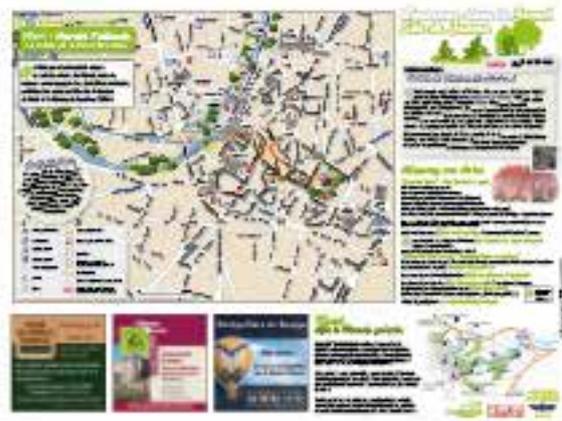
#### Dispositif mutualisé Émotion Marais Poitevin

Les différents acteurs institutionnels du tourisme qui agissent sur le périmètre du Marais poitevin sont réunis depuis plus de 10 ans pour agir de manière coordonnée à la promotion de ce territoire remarquable ; un plan d'actions mutualisé est ainsi

défini et mis en œuvre chaque année ; en 2017, ce budget est mobilisé pour réaliser des campagnes de communication sur les réseaux sociaux complétées d'achat d'espace sur des supports grand public (L'Express et Gala) avec l'objectif affiché d'accompagner la communication touristique du Parc Naturel Régional autour de sa signature « Le Marais Poitevin – Mon parc naturel d'attractions » lancée fin 2015. La contribution de l'Office de Tourisme reste limitée à 1200 € sur un budget global mutualisé de 49 000 €.

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

En 2017, l'Office de Tourisme diffuse en trois vagues successives (printemps été automne) auprès des restaurants partenaires des sets de table pour un total de 130 000 exemplaires ; cette opération a le double avantage d'offrir un service aux restaurants qui accompagnent l'action de l'Office et nous permet de contacter une part importante des touristes en séjour en ville notamment.



### De nouvelles dynamiques de communication avec les OT partenaires :

#### En coordination avec les Offices de Tourisme de Vendée

(Fontenay-le-Comte et « Pays né de la mer »), l'Office de Tourisme s'est inscrit dans une démarche collective de promotion lancée pour la première fois en 2016 prévoyant des présences en juin dans des galeries marchandes (Niort et Fontenay-le-Comte) et sur (Faute sur Mer) ;

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

promotion en « réciprocité » pour favoriser les échanges de clientèles entre littoral et terres intérieures : les actions ont été élargies à la côte charentaise en 2017 pour une meilleure efficacité pour notre territoire avec une opération effectuée au sein de l'Office de Tourisme de Châtelailfon-Plage en août.

### L'Office s'est également rapproché depuis la fin 2015 de l'Office de Tourisme de Bordeaux

pour identifier les collaborations possibles dans le cadre du nouvel espace régional ; un groupe de 10 OT s'est ainsi constitué pour bâtir une stratégie de promotion de nos territoires se basant sur les destinations d'ampleur internationale concentrées dans le grand Sud-Ouest, sur l'axe Paris Bordeaux : Biarritz, Bordeaux Cognac, Lascaux, Rochefort, La Rochelle, Poitiers, Tours, Nantes, Niort... ont décidé de mobiliser des ressources pour engager des actions de prospection sur les marchés lointains ciblant des professionnels du voyage. En 2017, un dossier thématique traduit en anglais a été élaboré et a servi de support à un démarchage effectué auprès de Tours

Opérateurs américains lors d'un événement dédié à Los Angeles en octobre sous l'égide d'Atout France Etats-Unis (French Affairs).



Les Offices de Tourisme partenaires de cette démarche s'engagent par ailleurs à utiliser ce support lors de leurs propres opérations sur les marchés lointains.

En matière de communication, l'Office de Tourisme complète son action en accompagnement des manifestations locales, soit en matière d'organisation (par ex , le Perche élite tour de mars 2017 avec un appui à l'élaboration de leur plan de communication) soit en assurant une campagne dédiée ( par ex, les Marchés de Noël de l'agglomération au moyen de spots radios diffusés sur le secteur Poitiers La Rochelle de fin novembre au 24 décembre sur les ondes de France bleu Poitou, NRJ la Rochelle - Poitiers et Chérie FM).



UNE MISE  
EN VALEUR  
LOCALE DU  
TERRITOIRE



Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

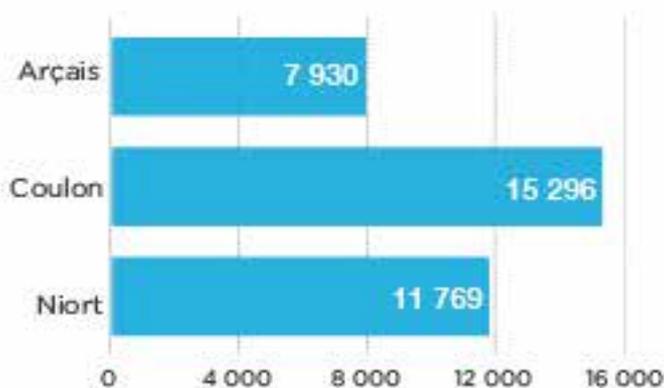
## 2. ACCUEILLIR ET INFORMER

### 2017 voit se poursuivre le dispositif d'accueil « hors les murs »

Pour rappel, seule une faible part des touristes se rend physiquement dans les locaux de l'office de tourisme lors de leur séjour ; il convient donc de fournir un accès aisé à l'information touristique au plus près du visiteur et de ne pas l'obliger à se rendre dans un bureau d'accueil, dont l'implantation et les heures d'ouvertures peuvent représenter une contrainte.

#### L'activité dans les bureaux d'accueil

Au cours de l'année 2017, l'Office de Tourisme a accueilli environ 35 000 personnes en face-à-face au sein de ses accueils ; cette fréquentation, en hausse en 2017, s'érode toutefois 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 2017, la fréquentation se répartit comme suit par bureau d'accueil :



- **Arçais** : 7 930 personnes (hausse de 20 %)
- **Coulon** : 15 296 personnes (stable)
- **Niort** : 11 769 personnes (hausse de 28 %)

Un système de comptage est implanté depuis l'été 2014 pour suivre précisément l'évolution des flux de clientèle à Coulon et Arçais ; ce système a été maintenu sur Arçais, la configuration des lieux permettant un bon fonctionnement du système.

Niort s'est vu équipé d'un système différent depuis l'automne 2016.

Cette clientèle reste une cible prioritaire en raison du chiffre d'affaires « billetterie » qu'elle peut générer au sein de nos bureaux d'accueil.



### Les implantations physiques sur le territoire

2017 a vu l'évolution de notre implantation territoriale : 3 bureaux d'information sont maintenus et un Point Info Tourisme a été créé sur St Hilaire la Palud :

- **Niort**, ouvert à l'année, et centralisant la gestion des demandes d'information par courriers, courriels ou téléphone,
- **Coulon**, ouvert de fin mars à mi-novembre, 7j/7, et où l'Office de Tourisme assure la billetterie d'entrée du site de visite « Maison du marais poitevin » dans le cadre d'une convention annuelle de partenariat,
- **Arçais**, ouvert de mi-avril à septembre, 7j/7,
- **Saint-Hilaire-la-Palud**, un Point Info Tourisme a été aménagé au sein de l'agence postale communale pour s'adapter aux flux réels de visiteurs enregistrés.

- En été, un point d'information se déploie en parallèle des activités « **Niort Plage** » diligentées par la Ville de Niort. Pour assurer ce déploiement estival, l'Office de Tourisme a recours à des renforts saisonniers (équivalent à 18.25 mois) en complément d'autres types de contrats aidés (2 contrats

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

## Le déploiement de bornes d'information

depuis leur installation progressive lancée en 2011, 8 sont implantées à Coulon, Saint-Hilaire-la-Palud, Mauzé sur le Mignon, Arçais, Echiré, Sansais, Niort et plus récemment Beauvoir sur Niort. 14 682 consultations ont été enregistrées en 2017 (-15% vs 2016) sur ces équipements adaptés aux personnes souffrant d'un handicap (mental, physique ou visuel).

Le contenu est traduit en anglais. Ces bornes accessibles 24/24 offrent enfin un accès public wifi gratuit et illimité et permettent également de valoriser nos sites de visite au moyen d'écrans apparaissant lorsque les bornes ne sont pas utilisées par le public. Ces bornes disposent dorénavant d'un grand écran tactile.



Borne de Beauvoir Sur Niort.

## Des présentoirs dans chacune des communes du territoire niortais

les communes de la CAN sont équipées permettant de mettre à disposition du public des fiches descriptives présentant les attraits de chacune d'elles. Les présentoirs permettent de mobiliser les communes autour du développement touristique communautaire.

## Un accueil estival spécifique à Niort : le dispositif Niort Plage

Niort  
Plage

L'office de tourisme se mobilise chaque année pour assurer la billetterie de diverses activités payantes proposées lors de cette manifestation estivale. Pour cette huitième édition, l'Office proposait des balades en canoë et kayak, la location de pédalos ainsi que des promenades en poney. Cette manifestation s'est tenue du 8 juillet au

20 août. 20 000 personnes ont été accueillies sur notre espace (contre 17 000 en 2016) dont 3 300 ont pratiqué un «sport d'eau» et la billetterie développée sur site a généré un Chiffre d'Affaires de **22 683€ TTC** en hausse de 11.5 % à celui de l'année 2016.

En parallèle, les visites guidées nocturnes de la ville en canoë depuis la Sèvre niortaise sont organisées chaque mercredi et vendredi ; elles rencontrent un vif succès avec cette année un triplement des capacités d'accueil. De même, l'Office de Tourisme a diligenté une activité de promenade en calèche prise en charge par la Ville de Niort.

Ce dispositif génère une marge de **9 586 € HT** (soit + 18 %) pour l'Office de Tourisme.

## Autres dispositifs estivaux

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

### La mise en place d'un réseau de 117 points relais de diffusion de notre documentation touristique

sur les principaux lieux de fréquentation du territoire : hébergements collectifs, commerces, services... La diffusion de notre documentation auprès de ce réseau s'effectue par un prestataire de service en deux ou trois vagues dans la saison.

### La diffusion de notre information

Niort et Marais poitevin au travers d'un réseau de présentoirs déployé sur 100 sites par l'ADT 79.



La vie du Pôle Accueil Niort Brisson : depuis son installation en 2014 rue Brisson, des animations sont développées tout au long de l'année et de la boutique de l'office de tourisme.

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de rétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

### 3. COMMERCIALISER

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

- Renforcer son rôle de prescripteur commercial au bénéfice des prestataires locaux en renforçant son activité de billetterie ; les prestations proposées sont déclinées en trois familles : «découverte des sites de visites» et prestations de loisirs / prestations à la demi-journée et journée / visites insolites.
- Structurer son offre pour les groupes en valorisant les produits locomotives conçus par nos opérateurs locaux et en complétant l'offre locale par des produits « thématiques » sur la destination (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, Ille et Vilaine) afin de ne pas concurrencer l'action directe des autres acteurs locaux.
- Engager une action de mobilisation et d'accompagnement des présidents ou représentants locaux de corporations, groupes, syndicats, unions professionnelles, associations nationale, fédérations sportives et culturelles afin de les inciter à porter la candidature Niort Marais Poitevin pour l'organisation de leurs rassemblements nationaux, congrès ou séminaires.

Ces deux derniers axes trouvent dorénavant leur mode opératoire au sein d'un «Club Tourisme d'Affaires» initié fin 2014 et qui s'est structuré en 2015 en définissant sa stratégie d'actions et un premier plan opérationnel pour l'année 2016 doté d'un budget de 30 000 €.

Plus de 60 opérateurs se sont ainsi mobilisés autour de l'Office de Tourisme lors des travaux de d'élaboration conjointe d'une stratégie d'actions pour le développement des séminaires, congrès et événements autour de 3 axes :

#### **Le rôle du club**

##### **et son positionnement :**

positionnement du club comme «facilitateur» pour l'organisation de manifestations sur le territoire (guichet unique pour centraliser les demandes des organisateurs de séminaires et congrès) ; une action ciblée vers les entreprises situées dans un rayon de 200 km et les enseignes nationales disposant d'un réseau en régions.

#### **L'élaboration d'un plan d'actions**

pour promouvoir la destination à l'extérieur du territoire : des opérations de marketing direct, des outils et supports pour projeter la destination.

#### **La formation des acteurs du MICE et l'animation du réseau**

pour renforcer les échanges, faire progresser la destination «affaires» et la faire connaître auprès du tissu local d'entreprises.

Les actions de l'Office de Tourisme en matière commerciale s'effectuent sous couvert de l'immatriculation dont il dispose depuis 2010, et renouvelée en 2013 puis 2016 ; ces actions couvrent, pour l'année 2017, 4 secteurs :

#### **L'organisation de séminaires et congrès**

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

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

Les départements cibles restent la Loire Atlantique, la Gironde et l'Île et Vilaine complétées dès 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'agroalimentaire.

L'exploitation de nos fichiers «contacts» et une meilleure organisation du service ont permis, dès 2014, de développer la croissance du Chiffre d'Affaires en s'appuyant notamment sur des clients fidèles (DARVA, ERDF,...) ; en 2017, l'activité «séminaire» s'est toutefois redressée pour atteindre **66 000 €** (contre 56 000 € en 2016) soit une progression de 18 % ; la marge HT de l'Office de Tourisme s'érode légèrement sur ce poste «séminaires», mais largement compensée par l'excédent des «congrès».

Le secteur **«congrès et évènements»**, l'année 2016 est marqué par le déploiement du 1<sup>er</sup> plan d'actions «spécial Tourisme d'affaires» co-élaboré avec les chambres consulaires, l'ADT 79 et le Comité Départemental Olympique et Sportif (CDOS) pour le renforcement du tourisme d'Affaires ; cette démarche de **mobilisation des acteurs économiques, sportifs ou associatifs locaux** qui siègent dans des instances nationales a pour objectif de les inciter à proposer Niort comme site d'accueil des évènements professionnels de leur réseau.

L'office de tourisme adhère depuis 2013 au **réseau national Congrès-cités** qui regroupe 18 villes de taille moyenne réparties en France ; L'objectif de ce réseau est d'engager une démarche collective de prospection autour des évènements/ congrès qui tournent en France en garantissant une qualité de service constante de ville à ville. A l'automne, l'Office de Tourisme a ainsi participé, dans le cadre de ce collectif, au salon professionnel «Réunir» (105 contacts qualifiés) qui se tient en septembre à Paris et à un évènement au printemps ciblant les assistant(e)s de direction (150 contacts qualifiés). Ce collectif organise enfin une rencontre de ses «grands comptes», opérateurs nationaux susceptibles de «tourner» en France ; en 2017 elle s'est tenue à l'Alcazar Paris mi-avril

avec 12 opérateurs présents. Un site internet et une brochure dédiés présentent les membres du réseau Congrès-Cités.

**En 2017, le plan d'actions** développé a permis de «projeter» notre offre vers l'extérieur et notamment sur l'Île de France:

**PARIS - LE MARDI 25 AVRIL 2017**

## 1<sup>ERS</sup> RENDEZ-VOUS DU TOURISME D'AFFAIRES NIORT MARAIS POITEVIN



La promotion de la destination de Tourisme d'affaires «Niort Marais poitevin» le 21 avril à Paris dans les locaux de la Maison Nouvelle Aquitaine : ces 1<sup>ers</sup> Rendez-vous du Tourisme d'affaires Niort Marais poitevin ont donc associé 15 partenaires locaux (hébergements, sites de visites, salles de réunion ou centres d'affaires, agences événementielles,

activité de loisirs, musées, ...) face à 38 gestionnaires de manifestations professionnelles au sein de grandes entreprises ou fédérations (la Banque Postale, Orange, Covea, Danone, Suez,...).



Accusé de réception en préfecture  
079-20004131 / 20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018



15  
PRESTATAIRES  
LOCAUX PRÉSENTS  
À PARIS



- 4 envois de lettres électroniques (e mailing) auprès de fichiers très qualifiés loués (2 500 à 2900 adresses) auprès d'une société spécialisée (PromoServices) ; ces envois multiples ont permis d'enrichir notre propre fichier de 159 contacts supplémentaires. Notre fichier contient en 2017 1 100 contacts très qualifiés sur-lequel nous concentrons nos efforts.

- La parution sur différents supports ciblés et notamment dans le numéro spécial «Séminaires» du réseau Nouvelle République, tiré à 7000 exemplaires et diffusé auprès des entreprises de + 50 salariés des départements 79, 86, 36, 41, 37 et auprès de 100 agences événementielles ; cette action a été dupliquée sur le supplément Sud-Ouest (départements ciblés : 16-17-24-33-40-67-64) élaboré par La Charente-Libre avec 16 000 ex. dont 12 000 diffusés sur des entreprises de + 20 salariés, des agences événementielles,..... En 2017 nous étions également référencés sur le guide Bedouk (annuaire et site internet), un des principaux supports nationaux du Tourisme d'affaires.

- La participation individuelle au salon Bedouk en février en partenariat avec l'Hôtel Mercure, qui nous a par ailleurs ouvert les portes de la salle de marché du groupe ACCOR pour assurer une présentation de notre destination à son réseau de commerciaux.

- La reconduction de la plateforme de réservation en ligne Aloa mobilisée lors des congrès et événements

- La participation au réseau Congrès-cités et aux actions qu'il développe : salon Réunir, rencontre des assistant(e)s, organisation d'un RV des Grands Comptes, (cf supra)

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

**En 2017, l'Office de Tourisme a apporté notamment son concours à l'organisation des événements suivants :**

DATE	SÉMINAIRES ÉVÉNEMENTS 2017 / 2018	NBRE DE FAX	TYPE
19 janvier	Santé	80	Séminaire et Incentive
30 janvier	Service Urbanisme Ville de Niort	100	Colloque
18 février	AG Ligue Régionale de Gymnastique	80	Assemblée générale
11 mars	Perche Elite Tour	600	Événements
19 mai	Sogi Communication	15	Séminaire
2 au 5 juin	Championnat National de Gymnastique	3000	Événements
8 juin	HP France	15	Séminaire
13 au 15 juin	AR SATESE	100	Colloque - AG
11 au 16 juin	Championnat Fce Voltige aérienne	100	Événements
23 au 25 juin	Grand Conseil Mondial des clowns		Événements
22 juin	GRT Gaz	31	Séminaire & Incentive
22 juin	DARVA	80	Incentive
4 juillet	Groupe Ridoret	13	Séminaire & Incentive
27 juillet	Art Construction	20	Séminaire
23 au 25 août	Séminaire Formation FFG	130	Séminaire
25 au 27 août	Séminaire CAMA FFG	80	Séminaire
9 septembre	Show room Citroën	200	Show Room
15 septembre	Mutavie	150	Soirée entreprise
18 au 20 septembre	Axter	20	Séminaire
26 septembre	Société Générale de Poitiers	20	Séminaire & Incentive
28 et 29 septembre	Congrès FNAR	80	Congrès
1 et 2 octobre	Cuisinella	60	Séminaire & Incentive
3 au 5 octobre	Congrès de l'Agence Française de la Biodiversité	200	Congrès
20 octobre	IMA	22	Incentive
19 au 20 octobre	Salon de l'Innovation Sociale		Salon
18 au 19 novembre	Congrès LUCINA	50	Congrès
28 au 30 novembre	Congrès des jeunes agriculteurs	150	Congrès
7 décembre	Maif		Séminaire & Incentive
14 décembre	Maif		Séminaire & Incentive

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

## Séminaires et congrès

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

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Séminaires en TTC	60 230 €	27 020 €	38070 €	66 000 €	66 000 €	66 000 €
Congrès	146 673 €	122470 €	74 800 €	144 000 €	69 000 €	182 000 €
Marge en TTC	17 676 €	12 296 €	18 460 €	37393 €	18 968 €	31 269 €

\*En 2012 et 2015 : impact d'une forte billetterie de la Semaine Fédérale de Cyclotourisme et des Championnats de France de Gymnastique

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

Depuis 2012, de nombreuses manifestations à caractère sportif se sont ainsi appuyées sur l'expertise de l'Office de Tourisme pour faciliter le déroulement de leurs événements. Cette filière sportive reste un vecteur majeur de développement sur notre territoire.

## 2017

### Année exceptionnelle !

Au final, l'activité Séminaires & Congrès a généré un volume d'Affaires de 248 372 € TTC (contre 125 000 en 2016, 210 000 € TTC en 2015 et 113 000 € en 2014) ; la marge commerciale atteint les 31 269 € HT.

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



### la vente de produits et séjours

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

Depuis 2013, l'Office de Tourisme maintient quelques produits «vitrine» - pour une CA d'environ 3 850 € TTC- mais concentre ses efforts vers les prestations à plus forte valeur ajoutée.

### Une «baisse de régime» des groupes

L'activité Groupes marque le pas ! Après deux années de forte activité en 2015 et 2016, le volume d'affaires chute en raison d'une baisse du nombre de participants (taille moyenne des groupes) et des demandes de produits à faible coût.

L'activité du service progresse fortement en nombre de cotations signés (81 vs 65).

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Volume d'affaires TTC	68 300 €	107 300 €	101 000 €	141 600 €	132 476 €	111 160 €
Nbre de contacts / Nbre de prospects	46/188	62/178	60 /170	82/209	66/218	66/218
Marge en TTC	6 370 €	10 910 €	9 230 €	18 860 €	18 900 €	13 900 €

Cette activité représente en 2017 un chiffre d'affaires TTC de **111 160 €** (- 16 %) et une marge en forte baisse à **13 900 € HT** en raison d'une moindre programmation de produit à haute valeur ajoutée au regard des prestations demandées.

Le partenariat historique avec l'ADT 79 relatif à la démarche de commercialisation s'est achevé en 2016 avec le recentrage des missions du Département sur le développement. L'Office de Tourisme a ainsi assuré depuis directement l'édition d'une brochure « groupes » diffusée à 7000 exemplaires auprès d'autocaristes, associations, CE,... Cette publication est accompagnée d'un démarchage téléphonique auprès d'une sélection de 150 contacts (agences de voyages ou autocaristes) pour présenter les nouveautés.

L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin maintient dans le cadre d'une convention triennale le partenariat avec les Offices de Tourisme du pays Mellois et du Haut Val de Sèvre pour assurer la commercialisation de leur offre sur le marché des groupes.

## La billetterie et la boutique : des ventes en baisse corrélées à la chute de fréquentation des accueils !

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

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Volume d'affaires Boutique en TTC	26 000 €	22 700 €	40 600 €	38 100 €	41 740 €	36 290 €
Volume d'Affaires Billetterie estivale en TTC	23 400 €	27 600 €	106 700 €	106 900 €	97 900 €	79 800 €
Marge en TTC	7 100 €	7 390 €	16 390 €	16 290 €	16 760 €	14 440 €

En 2017, l'activité « Billetterie estivale » s'est contractée, avec un volume de **80 000 € TTC** (- 18 000 €), en lien avec la baisse constante de fréquentation touristique enregistrée dans les accueils. L'Office de Tourisme consolide toutefois rôle d'apporteur d'affaires auprès des prestataires de loisirs et sites de visite du territoire ; 2017, comme 2016, subit une baisse des ventes des Grands sites voisins (Futuroscope et Puy du Fou) mais connaît une stabilité des ventes des forfaits proposés par les prestataires locaux.

En complément, l'Office de Tourisme réalise **2 900 € TTC** de Chiffre d'affaires relatif aux événements (concerts, cirques, spectacles,...) dont il assure la billetterie ; ce poste génère une marge minimale de 34 € HT.

Cette dynamique est le fruit du travail de simplification de notre offre (amélioration du guide Préparez vos loisirs) et de la mise en avant pertinente des prestataires du territoire.

L'Office de Tourisme développe en complément une activité «boutique» autour de la vente soit de produits locaux, soit d'objets, cartes et livres en lien avec le territoire. Depuis 2014, l'OT développe sa collection d'objets promotionnels (porte-carte) et participe à la consolidation de son chiffre d'affaires.

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

Les activités «Billetterie estivale et événementielle» (hors Niort Plage) et « Boutique » représentent respectivement 82 700 € (- 22 %) et 360292 € (- 13 %) soit **119 000 € TTC en 2017** et dégagent une marge pour l'Office de Tourisme d'environ **14 500 € HT**.

Ce montant n'intègre pas les 57 880 € TTC de volume d'affaires généré spécifiquement pour le compte de la Maison du Marais Poitevin au titre des droits d'entrée perçus pour les individuels (stable en 2017).

## Open System

En 2017, l'ADT 79 et la Région ont poursuivi la mise à disposition à titre gracieux de la solution technique OPEN SYSTEM permettant la réservation-vente en ligne de séjours et d'activités touristiques.

L'Office soutient cette initiative et accompagne les prestataires du territoire dans la mise en place de cette solution en organisant des formations avec les techniciens de l'ADT 79.

En 2017, près de 45 prestataires touristiques (dont une quinzaine au travers de passerelles technologiques entre Open System et leur propre système de réservation), pour l'essentiel hébergeurs, bénéficient de cette solution sur notre territoire.

Le chiffre d'affaires traité au travers de ce dispositif représente, pour les prestataires qui utilisent Open System hors passerelles, la somme **de 135 560 € TTC en 2017**, contre 144 000 € TTC en 2016, 115 000 € TTC en 2015, 73 000 € TTC en 2014, 71 000 € TTC en 2013, 60 000 € en 2012 et 44 000 € TTC en 2011 ; la progression reste toutefois notable depuis 2011.

Au final, ces diverses actions commerciales génèrent un volume d'affaires d'environ 505 000 € TTC en 2017 ; il atteint environ 870 500 € TTC en intégrant les partenariats ainsi que les volumes d'affaires via Open System et la gestion des entrées de la MMP (contre 765 000 € en 2016).

La marge brute dégagée s'établit à 83 772 € TTC, contre 75 600 € en 2016, 95 900 € en 2015 (année exceptionnelle avec un événement hors normes en billetterie), 62 000 € en 2014, 45 000 € en 2013, 40 000 € en 2011 et 44 000 € en 2010.

**L'Office de Tourisme conforte, malgré l'évolution nationale de baisse de fréquentation des bureaux d'accueil physiques et la baisse des groupes, son déploiement commercial consécutif à la mise en place de la stratégie définie fin 2011 et aux réorganisations menées en 2013.**



Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

## 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 2017, cette lettre d'information est parue 12 fois et compte plusieurs envois spécifiques (manifestations ponctuelles, démarches partenariales avec le Parc ou l'ADT 79, appel à projets CAN,...).

### Proposition de découverte des nouveautés du territoire

en complément des actions lancées directement par certains réseaux de prestataires, l'Office de tourisme organise ponctuellement des visites découvertes de nouveaux équipements : Il convie au printemps les nouveaux prestataires du territoire à trois « Éductours » (en juin) pour découvrir (ou redécouvrir) nos principaux sites touristiques.



Éductours à Sansais La Garette

**En 2017, l'OT a renouvelé l'action d'accueil des Nouveaux Habitants,** organisée conjointement cette fois avec la CAN et le Ville de Niort, en les invitant à une visite gratuite et commentée de Niort et du village de St Rémy à partir de fichiers

loués auprès de La Poste. Ce dispositif s'est complété d'une visite en septembre de Prahecq (Fête du Miel).



À Prahecq en septembre



À Saint Rémy en juillet

### L'aide à l'appropriation des outils de vente en ligne :

la solution Open System permet gratuitement à chaque prestataire de proposer la réservation-vente en ligne. En lien avec l'ADT 79, l'Office de Tourisme organise des sessions de formation ciblées. Les prestataires partenaires bénéficient par ailleurs d'un accompagnement individuel pour améliorer leur visibilité sur internet.

### Poursuite en 2017 du dispositif départemental « Ambassadeurs »

cette démarche tend à s'appuyer sur les habitants des Deux-Sèvres. Une part essentielle

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49109-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

sur le territoire (80% sont logés hors secteur marchand) ; il s'agit de les sensibiliser à la richesse touristique du territoire et d'en faire des « ambassadeurs ».

La Carte « Ambassadeur s » est délivrée gratuitement et permet soit de bénéficier de réduction sous certaines conditions, soit d'être associé à des temps particuliers (inauguration, visite privée,...). L'ensemble des offres et avantages est disponible sur la page dédiée du site :

[www.tourisme-deux-sevres.com](http://www.tourisme-deux-sevres.com)

## Autres accompagnements des événements du territoire

L'Office de Tourisme apporte enfin sa contribution aux événements majeurs qui impactent le territoire communautaire : l'ouverture de la LGV a donné lieu à diverses manifestations (à Bordeaux ou à Niort) tout comme la mise en place de la gratuité des transports urbains publics (organisation de 6 visites guidées gratuites en bus avec TanLib).



---

## POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT ET CONSEIL AUX PORTEURS DE PROJETS

---

Pour mémoire, l'Office de tourisme participe aux différents travaux initiés par la CAN quant à ses schémas de développement, documents réglementaires, 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 qui s'est arrêté en 2016.

La Communauté d'Agglomération du Niortais a élaboré en 2016 son **Projet de Territoire** qui précise ses ambitions en matière de Tourisme, accentuant notamment l'effort sur le tourisme d'affaires et la valorisation touristique du patrimoine. Ces axes seront déclinés dans le Schéma de Développement Economique en cours d'élaboration.

En 2017, l'Office de Tourisme a été mobilisé pour conseil sur des projets touristiques (hébergement chez l'habitant, hôtels, restaurants, vélos, calèche, ...), collectifs (camping, MFR, salle de séminaires, signalétique, accueil des pèlerins, ...).

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

## Équipements structurants et politiques sectorielles de la CAN

---

En matière d'activité fluviale, l'Office de Tourisme accompagne l'ADT 79 dans ses réflexions pour le redéploiement d'une activité fluviale sur la Sèvre niortaise, à partir de bateaux habitables, entre Niort et Marans avec des extensions d'itinéraires vers la Rochelle ou Fontenay-le-Comte. Ce « tourisme fluvestre », très directement connecté aux activités à terre pourrait offrir une opportunité majeure de développement de notre territoire notamment par la mobilisation de tours opérateurs étrangers. Ce projet, porté par le PNR et l'IIBSN, fait l'objet d'études programmatiques depuis 2016 et de la recherche en 2017 d'un opérateur exploitant.

Le site de Boinot sur Niort est très directement impacté par ce projet majeur. La municipalité a lancé la requalification globale du site des anciennes chamoiseries en vue de déployer sur le site à la fois des activités culturelles et patrimoniales (Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine dans le cadre du label Pays d'Art et d'Histoire) mais aussi autour des pratiques de loisirs nature. Ce projet est également entré en phase opérationnelle.

Dans le cadre de l'appui de l'OT au projet stratégique du territoire, il mobilise au regard des enjeux locaux des expertises externes ; ainsi en 2017, l'Office de Tourisme a diligenté une analyse « à dire d'expert » avec un cabinet d'études spécialisé sur la pertinence d'équipements liés au tourisme d'affaires sur certains locaux du site Boinot.

---

## L'ORGANISATION ADMINISTRATIVE ET LE FONCTIONNEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME

---

L'Office de Tourisme du fait de son statut d'Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC) doit réunir au moins six fois par an son Comité de Direction composé de 22 élus communautaires titulaires (et autant de suppléants), 15 représentants des filières touristiques (et autant de suppléants) et 2 personnes qualifiées. Le quorum est fixé à 20 pour valablement délibérer lors des Comités.

L'ensemble des décisions de ces comités est accessible en ligne :

<https://administration.niortmaraispoitevin.com>

### Spécificités

---

■ La comptabilité de l'Office de Tourisme relève du secteur public (comptabilité M4) et s'organise autour d'un budget unique mais avec un taux de TVA appliqué aux dépenses proratisé en fonction du type d'actions conduites (commerciale, mixte ou non commerciale).

Un compte de dépôt de fonds centralise par ailleurs les actions commerciales assurées par l'Office de Tourisme. Depuis 2016 cette activité s'effectue sous le mode de régie à la demande du Trésor Public qui souhaitait suivre plus finement l'ensemble de ses actions au regard des volumes financiers dorénavant atteints.

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

■ Le statut d'EPIC implique plusieurs autres spécificités :

- le formalisme administratif de l'EPIC s'apparente à celui d'une collectivité ; en matière de validité des délibérations, les règles de quorum, de pouvoirs entre membres ou de délais de re-convocation peuvent occasionnellement générer des difficultés pour la programmation des Comités de Direction
- la totalité du produit de la Taxe de séjour est obligatoirement versée à l'Office de Tourisme
- le Directeur de l'Office de Tourisme est l'ordonnateur principal de la structure, il en est le représentant légal.

## Des commissions préparatoires thématiques

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

### 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 et Niort.

### Commission Communication

cette commission intervient principalement sur les nouveaux outils de communication. Cette commission suit également les actions de communication en lien avec la démarche « Émotion Marais Poitevin » et les partenariats avec l'ADT ou le Parc.

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

Depuis sa création, l'Office de Tourisme fait le choix d'anticiper l'évolution des ressources publiques (disparition annoncée des aides départementales et régionales) et de contrôler l'évolution de ses charges fixes tout en accentuant fortement son action sur le développement de son action commerciale et, depuis 2016, ses actions de communication extérieure au territoire.

## Au 31 décembre 2017, la structure se caractérise par :

- une organisation générale rodée depuis 2014 autour de quatre responsables de pôle.
- un service « Commercialisation » avec une évolution récente des deux salariées en poste pour assurer une action de prospection et de démarchage actif, l'une en charge des groupes, la seconde en charge des séminaires. Des objectifs commerciaux sont précisés pour chacun des collaborateurs depuis 2015. De forts enjeux sur ce segment !
- un service « Communication » agissant avec un très fort plan de charges ; des renforts externes sont mobilisés au gré des besoins. Par mobilité interne, le suivi et l'animation de la base de données est organisé depuis le second semestre 2015 afin de maintenir notre niveau de qualité sur le volet « numérique ». Le recrutement d'un animateur Web a été acté en 2017 pour faire face aux besoins du service.
- un dispositif de primes en fonction des recettes commerciales et de partenariats engrangés a été reconduit mais individualisés en 2015 ; ce dispositif incitatif permet de motiver les équipes autour d'un objectif d'accroissement du volume d'affaires généré par l'Office de Tourisme au profit des prestataires touristiques.
- enfin, un plan de formation pour améliorer les connaissances et compétences des personnels, tant en matière de dynamique de vente à l'accueil, que d'augmentation du niveau d'expertise et de maîtrise de logiciels « métiers ». Celui-ci s'est concentré sur 2016 et 2017 sur la formation de deux salariées en contrat Emploi d'Avenir avec un parcours de formation individualisé ciblant l'acquisition de titres professionnels. Ces deux formations des titres recherchés

Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018

**Le renforcement des recettes propres de l'Office de Tourisme (sur partenariat, publicité ou commissions sur ventes) participe à cette nécessaire anticipation des ressources prochainement mobilisables auprès des collectivités locales.**

### **Point sur les évolutions principales relatives aux effectifs :**

	01/01/2013	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017
<b>Effectifs cadres</b>	2	1	1	1	1
<b>Agents de maîtrise</b>	4	6 dt, 1 CDD	5	5	6 dt, 1 CDD
<b>Employés</b>	7	6 dt 1 congé parental	5	5 dt, 1CDD	6 dt, 1 CDD
<b>Apprentis</b>	1	0	1	1	0
<b>CAE</b>	1	2	1	2	1
<b>Contrat Emploi d'Avenir</b>	0	3	3	2	0

Les effectifs permanents, qui avaient baissé en 2015 et 2016 suite à la démission de 2 personnels (à l'issue d'un congé parental de trois ans ou pour réorientation professionnelle) ont progressé en 2017. L'Office de Tourisme compte dorénavant 11 permanents et 2 CDD ouvrant sur des postes pérennes pour renforcer le pôle Accueil et les compétences Web.

En 2017 le déploiement territorial en saison a nécessité le recours à quatre CDD saisonniers (équivalents à 14 mois soit une charge d'environ 28 000 €) et la prolongation d'un an supplémentaire de deux contrats aidés (CAE). La présence d'un CDD longue durée (un an de mars à mars) et d'un contrat de professionnalisation (jusqu'à fin août) a permis de limiter le recours à des saisonniers.

Pour mémoire, dès 2013, l'Office de Tourisme a fait le choix de recruter trois jeunes en contrats Emploi d'Avenir (2 dédiés à l'accueil, 1 dédié à l'administratif) pour renforcer dans des conditions financièrement avantageuses, sa capacité d'action. Ces contrats se sont tous achevés entre mars 2016 et juin 2017.

Depuis sa création, l'Office de Tourisme privilégie le recours à des contrats aidés pluriannuels afin de disposer de personnels formés agissant sur plusieurs saisons touristiques. Les CDD saisonniers sont également reconduits année après année ; en 2017, les « saisonniers » sont toutefois fortement renouvelés.

Pour accroître leurs connaissances et compétences, un module d'intégration de plusieurs jours leur permet de découvrir le fonctionnement de la structure et la diversité de notre territoire ; Ces personnels en renfort participent dans la mesure du possible aux formations assurées par le Parc du Marais poitevin.

Il apparaît toutefois que ce recours important à des personnels saisonniers ne facilite pas la connaissance détaillée de l'offre du territoire et des prestataires partenaires ; le Comité de Direction a donc fait le choix de consolider deux postes fin 2016 / début 2017 pour renforcer les compétences du pôle Accueil.

### **Engagement conventionnel avec des co-financeurs**

L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin bénéficiait jusqu'en 2016 d'une aide annuelle de 30 000 € de la Région. Après celle du Département en 2015, l'aide régionale a elle-aussi cessé.



Accusé de réception en préfecture  
079-200041317-20180924-C49-09-2018-DE  
Date de télétransmission : 28/09/2018  
Date de réception préfecture : 28/09/2018