

2019

mona

MISSION DES OFFICES DE TOURISME
nouvelle-aquitaine

**OFFICES DE TOURISME
EN NOUVELLE-AQUITAINE**

ÉTAT DES LIEUX DU RÉSEAU



Pour le tourisme, l'une des principales forces de la Nouvelle-Aquitaine, nous venons d'adopter une stratégie régionale concertée. La MONA participe de cette dynamique collective. Il s'agit notamment d'organiser les flux sur l'ensemble du territoire, mieux accueillir les visiteurs étrangers, renforcer le tourisme intérieur, faire des habitants des ambassadeurs de nos destinations, préserver et valoriser nos richesses environnementales et patrimoniales...

Notre collectivité encourage les stratégies locales (appels à projets NOTT, TINA, etc), et les offices de tourisme sont les opérateurs de terrain qui font l'attractivité de la Nouvelle-Aquitaine, son art de vivre et d'accueillir. Ils sont traversés par les mutations des attentes des clientèles mais aussi les réorganisations territoriales.

Leur dimension et leur visibilité nouvelles permettent sans doute de renforcer la coordination des écosystèmes territoriaux, leur capacité d'innovation et leur professionnalisation.

Notre ambition pour le tourisme en Nouvelle-Aquitaine est fédérative et s'appuie sur ce formidable maillage territorial.

Alain Rousset
Président du Conseil régional de Nouvelle-Aquitaine



Nous sommes heureux de publier pour la deuxième fois une photographie du réseau des offices de tourisme en Nouvelle-Aquitaine, qui sont les outils essentiels du développement touristique local.

En 2009, les trois régions qui composent aujourd'hui la Nouvelle-Aquitaine comptabilisaient 432 offices de tourisme et syndicats d'initiative. 10 ans après, ce sont 153 offices de tourisme qui maillent le territoire. Le nombre de points d'accueil (les bureaux d'information touristique) ainsi que celui de salariés sont en revanche restés quasiment stables. Cette évolution forte s'était déjà engagée avant 2015 et le vote de la loi NOTRe, grâce à des politiques régionales volontaristes et un accompagnement des territoires.

Ces offices de tourisme nouvelle génération évoluent sur des territoires plus larges, avec des équipes plus nombreuses et des écosystèmes plus complexes.

Ils sont accompagnés par la MONA, mais aussi par les relais territoriaux départementaux, rôle de plus en plus souvent assuré par les ADT/CDT de Nouvelle-Aquitaine. Nous nous félicitons d'ailleurs du travail partenarial réalisé avec les relais départementaux pour la collecte et l'analyse des données qui vous sont présentées dans ce document. La période à venir sera moins mouvementée du point de vue des regroupements intercommunaux, mais elle sera tout aussi exigeante du point de vue de l'organisation de ces nouvelles structures.

Ce document est la photographie de notre réseau post loi NOTRe. Il a pour objectif de donner à chacun - salarié, manager, administrateur, élu, partenaire - des clés de compréhension des évolutions en cours. Surtout, il doit permettre de mieux se projeter dans notre réseau de demain.

Frédérique Dugény
Présidente de la MONA



Le modèle de l'office de tourisme communautaire

Le nombre de structures a été réduit de **45%** en trois ans.

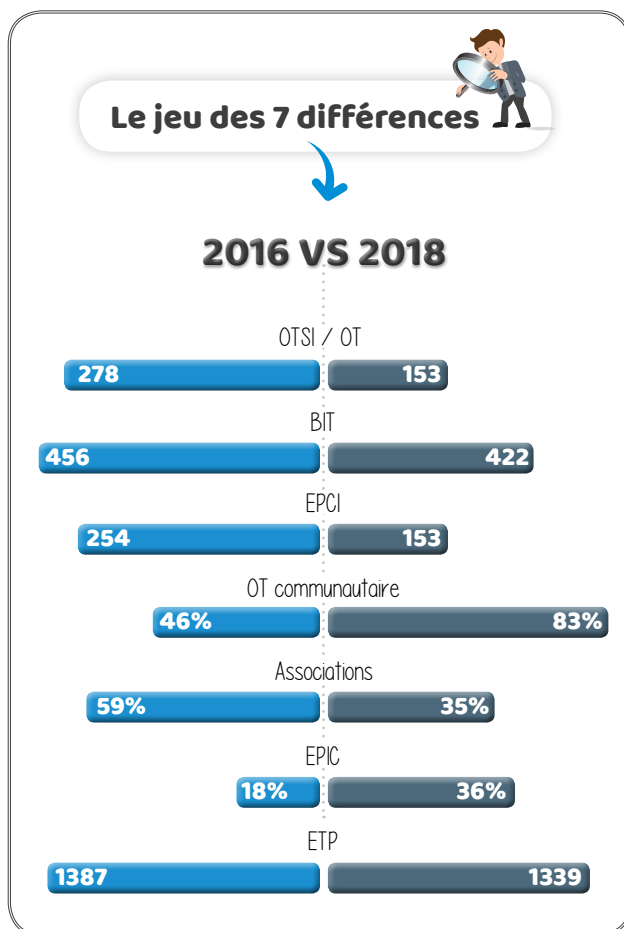
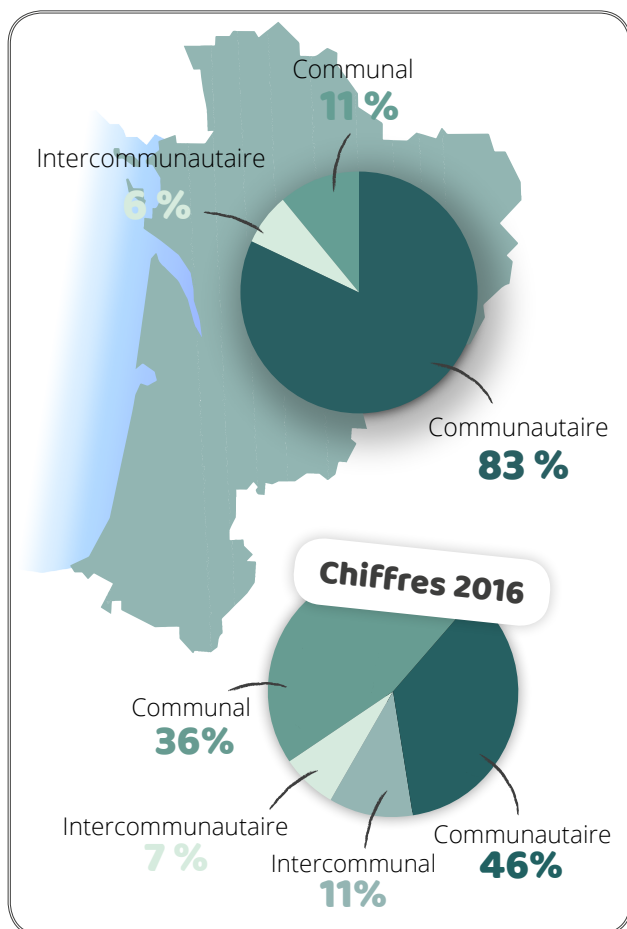
Majoritairement, la configuration suit la logique "communautaire" voulue par la loi NOTRe :
un office de tourisme par EPCI.

Deux cas de figure diffèrent du modèle :

- ➔ **les offices de tourisme intercommunautaires** (pour la plupart créés avant la loi NOTRe)
- ➔ **les offices de tourisme communaux** (exception liée à la loi montagne)

Les territoires littoraux sont fortement dotés en stations classés et conservent une plus forte densité en offices de tourisme. La Charente-Maritime fait figure d'exception. Sur ce département, les regroupements ont été anticipés et pensés à grande échelle. Au Pays Basque, l'office de tourisme communautaire devra composer avec les 6 offices de tourisme communaux.

La loi NOTRe avait pour vocation de clarifier la compétence tourisme et d'encourager la mutualisation à plus large échelle. Les offices de tourisme ont surtout répondu à l'urgence et au périmètre de leur nouvelle intercommunalité. Par le jeu des regroupements d'intercommunalités, des offices qui étaient auparavant intercommunautaires (plusieurs EPCI) sont devenus communautaires.



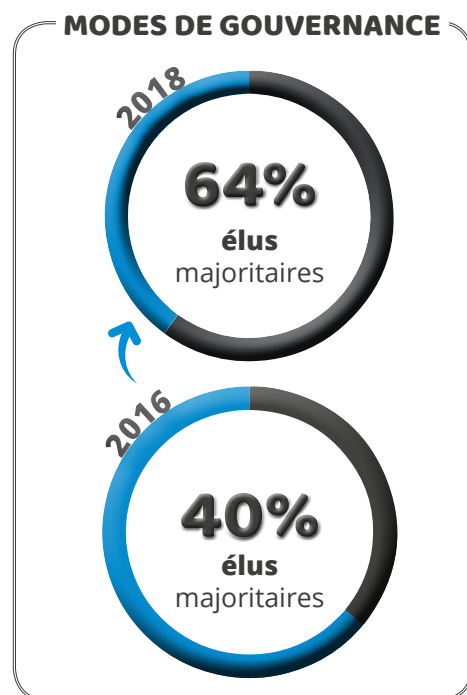
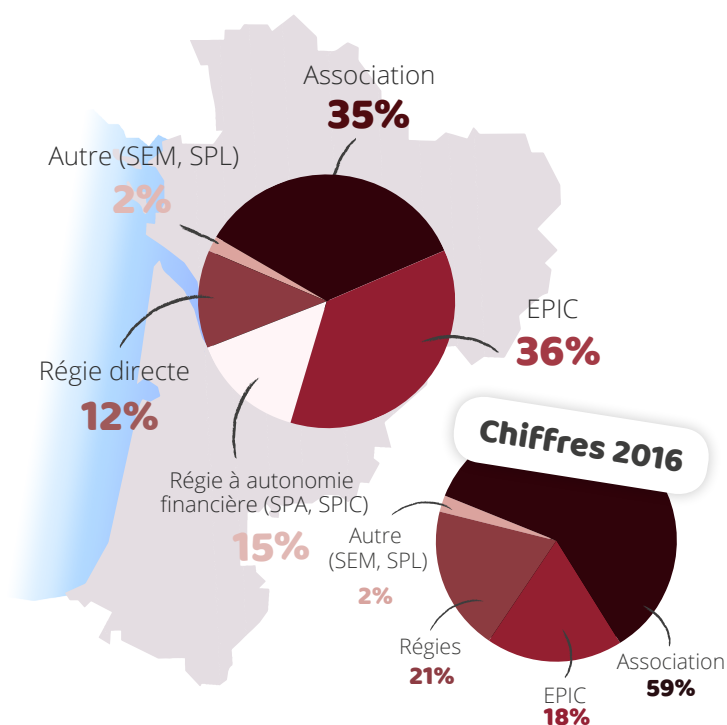
Alors qu'il était de 60 % en 2016, le pourcentage d'offices de tourisme sous forme associative a chuté à 35 %. Non que le statut associatif ne soit plus permis ou adapté pour les offices de tourisme, mais que le mouvement "d'institutionnalisation" des offices de tourisme entamé depuis 20 ans se poursuit. L'EPIC devient le statut majoritaire en Nouvelle-Aquitaine avec 36% des structures, plébiscité par les élus lors des regroupements, principalement pour son caractère "rassurant".

“ la part des EPIC a fortement augmenté ”

Le choix de l'EPIC a parfois eu pour conséquence de construire des structures légères de deux ou trois salariés dans cette enveloppe administrativement lourde. Ce type de statut implique une charge administrative importante, en particulier au démarrage, qui nécessite de dimensionner l'équipe en conséquence. En Nouvelle-Aquitaine, un EPIC dispose d'en moyenne 12,7 ETP.

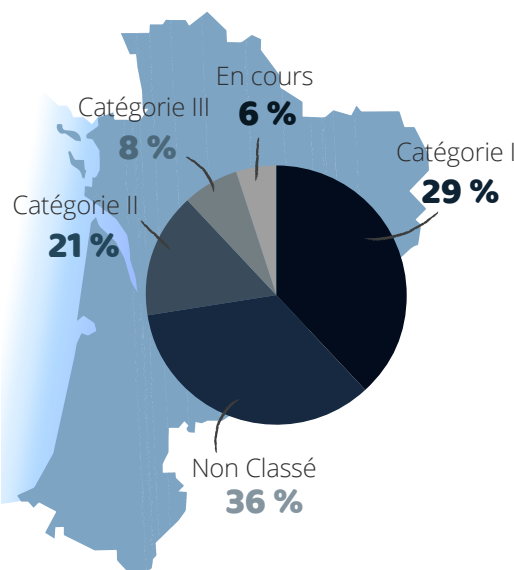
Le mouvement vers des formes intégrées d'offices de tourisme, c'est à dire dont la gouvernance est majoritairement constituée d'élus, se poursuit fortement. Les régies directes représentent 12% du réseau, les régies à simple autonomie financière 15%, soit 27% d'offices de tourisme sans personnalité morale.

La pérennité des structures - leur capacité à ne pas subir le contexte externe - dépend souvent de l'équilibre du modèle organisationnel. Le statut juridique en est une composante, comme le modèle de gestion, la gouvernance et la stratégie de territoire, au regard des ressources dont il dispose et de son potentiel.





En route vers la qualité

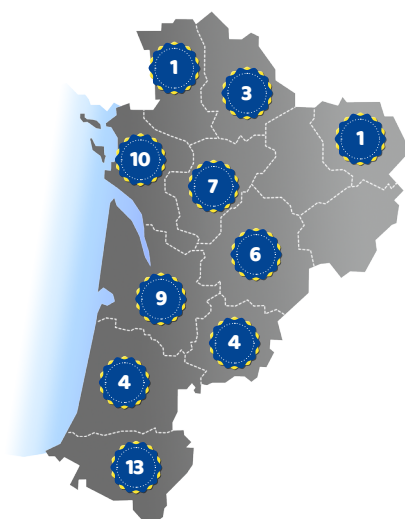


Le classement en catégories illustre en partie le potentiel touristique des territoires. Il est souvent lié aux moyens fournis par le territoire. En Nouvelle-Aquitaine, un office de tourisme de catégorie I accueille **25 fois plus de visiteurs** qu'une catégorie III. L'écart entre la catégorie I et la catégorie III est **de l'ordre de 1 à 10** pour le nombre d'ETP et le budget.

64% des offices de tourisme sont classés ou en cours de classement, dont 1/3 en catégorie I. Sans surprise, les offices de tourisme marqués **Qualité Tourisme™** et labellisés **Tourisme & Handicap** sont situés sur des départements qui **animent la démarche**. D'ailleurs, les deux démarches vont souvent de pair. Quitte à être labellisés, nos offices de tourisme s'engagent sur les quatre déficiences du label Tourisme & Handicap. Les démarches se sont développées depuis 2016, preuve que la reprise a eu lieu après la période de turbulences de la loi NOTRe. Il faut dire que les stations ont été boostées par la nécessité de reclassement.



À partir de 2019, la mutualisation de la compétence des animateurs qualité permettra d'accompagner les offices de tourisme marqués, et ce, sur n'importe quel territoire de Nouvelle-Aquitaine.

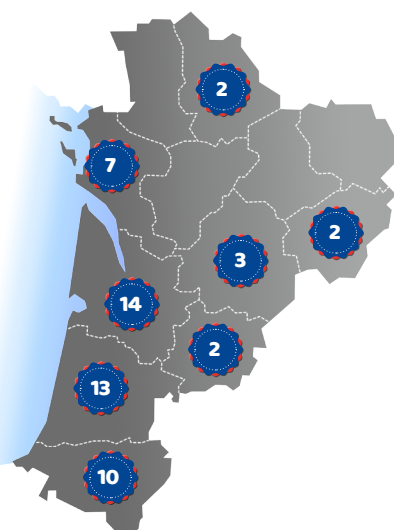


+76%*

d'offices de tourisme **labellisés T&H**

+20%*

d'offices de tourisme **marqués Qualité Tourisme™**



58

soit **38%** des offices de tourisme labellisés **Tourisme & Handicap**

→ **21% en 2016**

53

soit **35%** des offices de tourisme marqués **Qualité Tourisme™**

→ **29% en 2016**

Chiffres clés
en moyenne

	BIT	Communes	Hab.	ETP	Budget	Visiteurs physiques
Catégorie I	3,3	17	56000	16,9	1 500 000€	160 000
Catégorie II	2,8	36	39000	7,1	460 000€	30 000
Catégorie III	1,7	20	12000	2,6	150 000€	6500

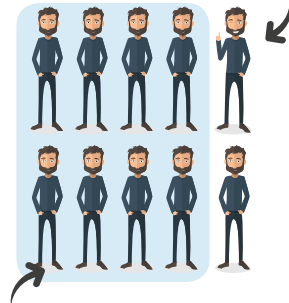
* variation exprimée en pourcentage

Des premiers réaménagement de bureaux d'accueil aux stratégies de coordination de l'accueil sur le territoire, développées notamment grâce à la méthodologie du **SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information)**, l'accueil touristique a bien évolué en 10 ans. Il prend désormais des formes diverses, qui expliquent que la fréquentation globale des visiteurs à l'office de tourisme est en augmentation : on les capte dans les BIT, en ligne, par mail, chat ou téléphone, en accueil mobile. **Les prestataires sont de plus en plus intégrés dans l'amélioration de l'accueil et de la relation client.** Les missions des offices de tourisme évoluent de l'accueil direct à la **coordination de la stratégie territoriale** : l'accueil est l'affaire de tous ! On constate ces mutations par la réorganisation des points d'accueil en fonction des flux de visiteurs.

Enfin, on considère les visiteurs de manière globale : les 27 millions de touristes estimés annuellement dans la région, comme les habitants et excursionnistes qui profitent des loisirs et du tourisme "chez eux".

SUR CES 10 VISITEURS

seulement **celui-ci*** passera la porte de l'office de tourisme



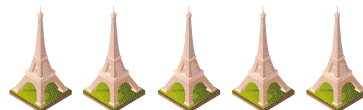
et ces **8 visiteurs** seront accueillis et informés par l'office de tourisme grâce à d'autres moyens

*on estime qu'un à trois visiteurs du territoire passent la porte de l'office de tourisme.

QUELQUES REPÈRES CHIFFRÉS

32 millions

de visiteurs par an (physiques et numériques)
accueillis dans les offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine
soit **5 fois** la Tour Eiffel



10,2 millions
de visiteurs physiques par an



l'accueil numérique représente
2 fois l'accueil physique

LA NOUVELLE-AQUITAINE C'EST AUSSI :

5,9M
d'habitants

27M
de touristes

170M
de nuitées



Si l'accueil représente encore la majeure partie de l'activité des offices de tourisme, il est devenu transversal dans les stratégies. On considère aujourd'hui la **notion de service**, rendu au visiteur comme à l'habitant ou au prestataire. Les offices de tourisme sont **multi-activités**. Les boutiques se sont fortement développées ces 5 dernières années, de même que la commercialisation de séjours et la gestion de billetterie.

Ces nouvelles missions sont des moyens de développer **de nouvelles sources de financement**. Elles sont aussi (et surtout) des illustrations de la **capacité des offices de tourisme à établir des partenariats locaux**, à mettre en réseau et ainsi avoir un impact de plus en plus large sur leur territoire de compétence et au-delà.

On commence à voir apparaître dans le réseau **des offices de tourisme et du commerce**, qui animent le réseau de commerçants, et s'ancrent un peu plus dans le développement économique local. Les offices de tourisme qui accompagnent les porteurs de projets sont nombreux et participent à l'implantation de nouveaux acteurs économiques.



AUTRES MISSIONS DES OFFICES DE TOURISME

- production et réalisation de **visites guidées**
 - gestion de la **taxe de séjour**
 - **location de vélos** ou autres services
 - **classement des meublés** de tourisme
- accompagnement et formation des **prestataires**
 - **conciergerie, tiers-lieux**

CHIFFRES CLÉS



71%

gèrent une
billetterie



67%

ont une **boutique**
(hétérogènes, selon la
stratégie de rentabilité ou de
visibilité)



50%

gèrent les **animations et évènementiels**
(souvent dans les stations)



47%

immatriculés pour
commercialiser
(souvent lié à la stratégie
départementale)



29%

gèrent des
équipements
(du musée bénévole à la
base nautique)



4%

d'**offices du commerce**
(dans les stations et
agglomérations)

Les ressources financières

Le budget cumulé des offices de tourisme a augmenté de **9 millions d'euros** par rapport à 2015 (y compris pour les offices de tourisme passés en régie directe ou à simple autonomie financière). Les budgets sont souvent liés aux missions qui apportent des ressources propres : boutique, billetterie et commercialisation de séjours. En réalité, ces nouvelles ressources permettent souvent de combler une baisse de financements publics.

- Les **5 départements les plus touristiques** (les quatre littoraux et la Dordogne) représentent **74% du budget des offices de tourisme** de Nouvelle-Aquitaine.
- La Corrèze se démarque par son **hétérogénéité**, avec des structures de taille importante issues d'une volonté locale, Brive et Vallée de la Dordogne.
- Les 6 autres départements sont majoritairement constitués de **Petits Offices de Tourisme**.



soit le **budget 2018 d'investissement** dédié à l'action économique par la **Région Nouvelle-Aquitaine***

soit **3,4%** du budget global 2018 de la **Région Nouvelle-Aquitaine**.

La **taxe de séjour** est perçue sur la plupart des territoires. Le montant est reversé intégralement aux offices de tourisme en EPIC, mais pas systématiquement pour les autres. Il existe encore un manque à gagner dans la perception de cette taxe.



CE QUI COMPTE NE PEUT PAS TOUJOURS ÊTRE COMPTÉ

La réflexion autour d'indicateurs d'impact de la coordination des prestataires en termes d'accueil et de développement économique est en cours.

Certaines données, comme le montant de la taxe de séjour ou le montant de subventions de la collectivité, permettent d'établir des indicateurs pertinents sur l'activité touristique globale du territoire.

Pour participer à ce travail, rejoignez le club indicateurs d'Offices de Tourisme de France !
<https://www.monatourisme.fr/club-indicateurs/>



*Source : <https://www.nouvelle-aquitaine.fr/>

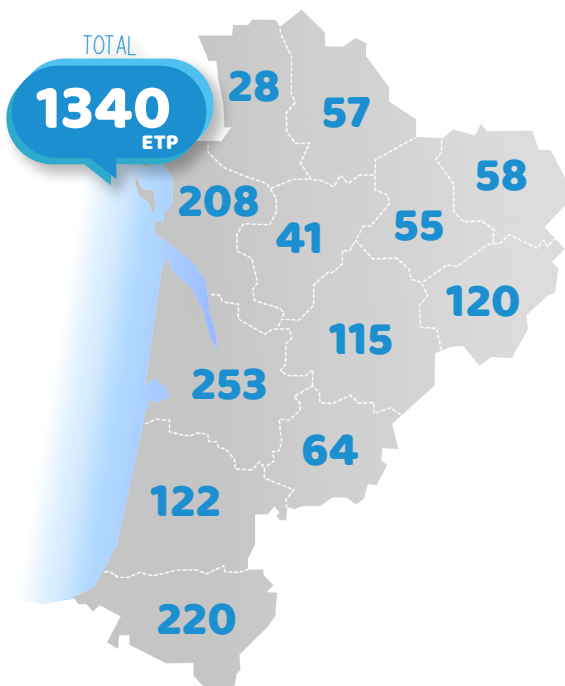
La nouvelle carte du réseau, c'est aussi les cartes de visite des **1 416 salariés** qui travaillent dans les offices de tourisme, et des plus de **500 saisonniers** qui complètent les effectifs chaque année. La très large majorité est en **CDI, à 81% de droit privé**. La part importante des **emplois de droit public (19%)** pose toujours la question de l'égalité de traitement et de l'accès à la formation notamment.

“ Le nombre moyen d'ETP par structure est passé de 5 à 8,8 ”

Ce chiffre illustre l'ampleur des nouvelles problématiques qui se posent pour les offices de tourisme : gestion d'une équipe, travail à distance, nouvelle répartition des missions, nouvelle organisation collective. Le grand big-bang de la loi NOTRE a parfois fait oublier l'humain au coeur de ces changements. Le nombre de salariés a légèrement baissé (- 47 ETP), lié au turn-over des postes et à la réintégration de certaines missions dans des structures locales. L'accompagnement des individus dans ces changements organisationnels est un enjeu majeur de ces prochaines années.



➔ **1,36%** des emplois qui relèvent de l'économie touristique en Nouvelle-Aquitaine



ETP	Nb d'OT	% du réseau
<5	69	45%
5<11	47	31%
11<49	33	22%
>49	4	3%

soit **76%** de structures de moins de **11 salariés**

vs **plus de 80% en 2016**

8,8

ETP en moyenne dans les offices de tourisme

vs **5 en 2015**



TOP 3 DES FORMATIONS LES PLUS PLÉBISCITÉES EN 2018



Gestion du temps



Confiance en soi et travail d'équipe

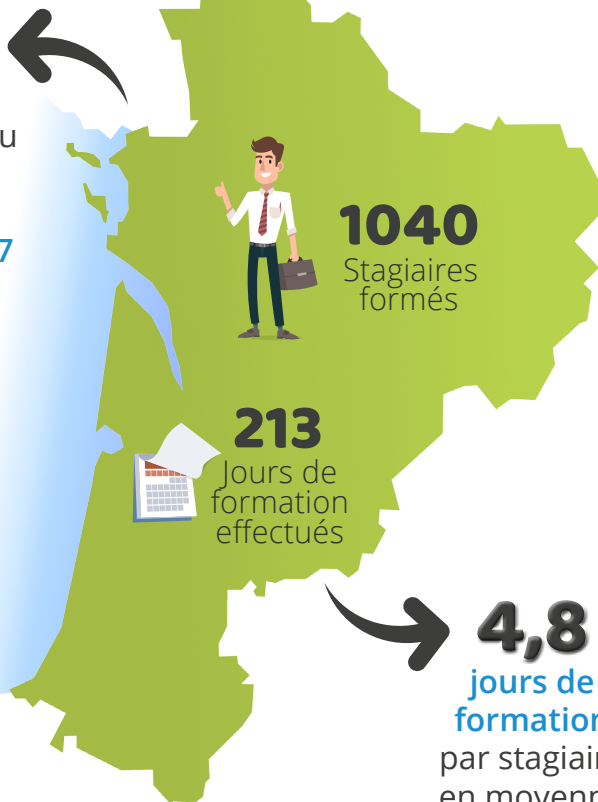


Cohésion d'équipe

La **gestion des ressources humaines**, jusque là considérée sous un angle administratif, devient un rôle clé et transversal. Elle n'est plus l'apanage d'une personne qui serait comptable ou chargée de l'administratif, mais bien de managers et de toute une équipe. La mise en place d'une **politique interne de formation** permet d'accompagner l'équipe dans les évolutions des métiers.

La **transition numérique** reste un enjeu fort, pour que chacun s'approprie les outils du travail collectif, utilisés notamment pour le travail à distance. Une **révolution managériale et sociale** est à l'oeuvre : le travail et la manière dont on le réalise reviennent au centre des débats.

60%
des offices de
tourisme du réseau
concernés **par**
au moins une
formation en 2017



LES THÉMATIQUES DE FORMATION MONA 2019

ACCUEIL

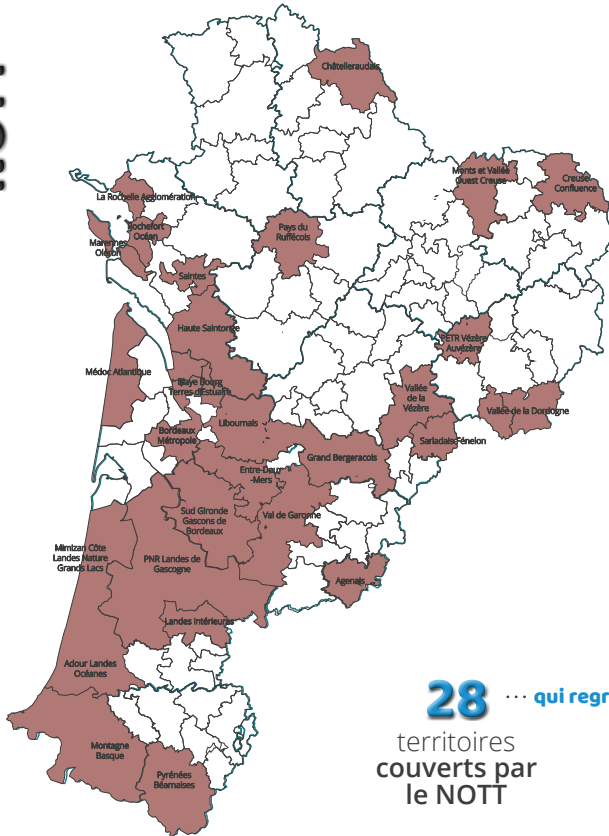
PROMOTION, COMMERCIALISATION

MANAGEMENT, RH ET GESTION

PARTENAIRES



NOTT



Les territoires de Nouvelle-Aquitaine s'organisaient bien avant la loi NOTRe en territoires de projets. Le mouvement se poursuit. Portés par la Région et accompagnés par la MONA, **les appels à projets NOTT (Nouvelle Organisation Touristique Territoriale) impliquent à ce jour 28 territoires**, soit 71 EPCI et 65 offices de tourisme. Ils sont animés par des chefs de projets, **coordinateurs de la stratégie partagée** autour de l'accueil et de la stratégie digitale, la professionnalisation des acteurs, la qualification de l'offre, l'observation et l'optimisation des moyens. Sur d'autres territoires ou de manière complémentaires, les projets sont aussi soutenus par des démarches départementales et/ou nationales.

POT

Un groupe de travail a réuni en 2018 les POT - **Petits Offices de Tourisme en milieu rural**. Ils sont souvent issus de regroupements suite à la loi NOTRe, mais restent de taille très limitée et sur des territoires à faible touristicité. Beaucoup de ces offices de tourisme sont d'ailleurs intégrés dans des territoires de projets à plus large échelle, comme les projets NOTT. Ils ont identifié des **problématiques spécifiques** :

- De l'impossible quête d'identité au projet de territoire : comment exister sans Tour Eiffel sur son territoire ?
- Des élus à mobiliser : comment l'office de tourisme devient-il le levier du développement économique sur le territoire ?
- Des bureaux d'accueil touristique à la réorganisation de l'accueil du public : quelles nouvelles stratégies ?
- Une organisation interne où règne « l'omnivalence » : comment prioriser ses actions pour lancer des projets avec une réelle plus-value ?

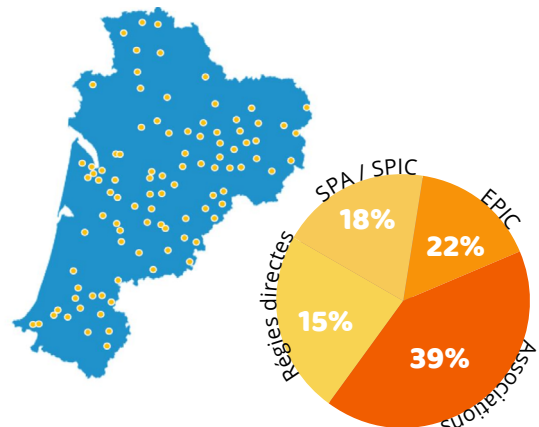
LES CARACTÉRISTIQUES

Moins de **11** ETP

60% des OT de NA **4,3** ETP en moyenne

88% communautaires **52%** non classés

Ville-centre de moins de **20 000** habitants





Fusions = économies

1

Les budgets ont augmenté depuis 2016, y compris pour les régions, dont l'un des arguments de la transformation pouvait être la recherche d'économies. Preuve s'il en est que la question ne vient pas du montant mais de qui le gère et comment. La "plus-value" est surtout la stratégie à long terme.

Fusions = fermeture de BIT

2

Globalement, le nombre de BIT a peu diminué (34 de moins qu'en 2016). Il correspond bien souvent plus à la mise en place d'une stratégie d'accueil territoriale et à la réorientation des espaces d'accueil selon les flux qu'à une simple logique de fermeture.

Les associations sont réservées aux petits offices de tourisme

3

Les offices de tourisme créés suite aux fusions ont majoritairement adopté le statut d'EPIC, plus adapté à un modèle entrepreneurial générateur de ressources financières. Plusieurs offices de tourisme parmi les plus importants de la région sont encore sous forme associative.

Les offices de tourisme sont devenus majoritairement publics

4

Les offices de tourisme sont des structures complexes, voire paradoxales : une gouvernance majoritairement publique, une activité en partie privée, des ressources humaines de droit privé à 85%. L'EPIC, qui est une structure commerciale, a une comptabilité de droit public.

La loi NOTRe a permis de créer des structures plus homogènes

5

La répartition des compétences et des missions est certes plus claire. Cependant, les écarts sont toujours immenses entre les offices de tourisme. Le plus petit de Nouvelle-Aquitaine est constitué d'un salarié, le plus gros de 56. Et surtout, 45% des offices de tourisme, soit près de la moitié, ont moins de 5 ETP !



HISTOIRES D'OFFICES DE TOURISME

La **commission prospective d'Offices de Tourisme de France** a dessiné plusieurs scénarios vers lesquels pourraient évoluer les offices de tourisme. Ils ne seraient plus un modèle unique mais écriraient **plusieurs histoires**, de l'office des habitants à la boutique commerciale, en passant par le territoire sans bureaux d'accueil. De nouveaux potentiels se dessinent, illustrés par le réseau Nouvelle-Aquitaine.

En imaginant les **Nouv'OT** ou les **Zér'OT**, nous ne parlons plus seulement de l'évolution des missions, mais de la forme même des organisations. Cette transition se poursuivra par une réflexion stratégique sur l'évolution de la structure, son écosystème territorial, ses valeurs et sa raison d'être.

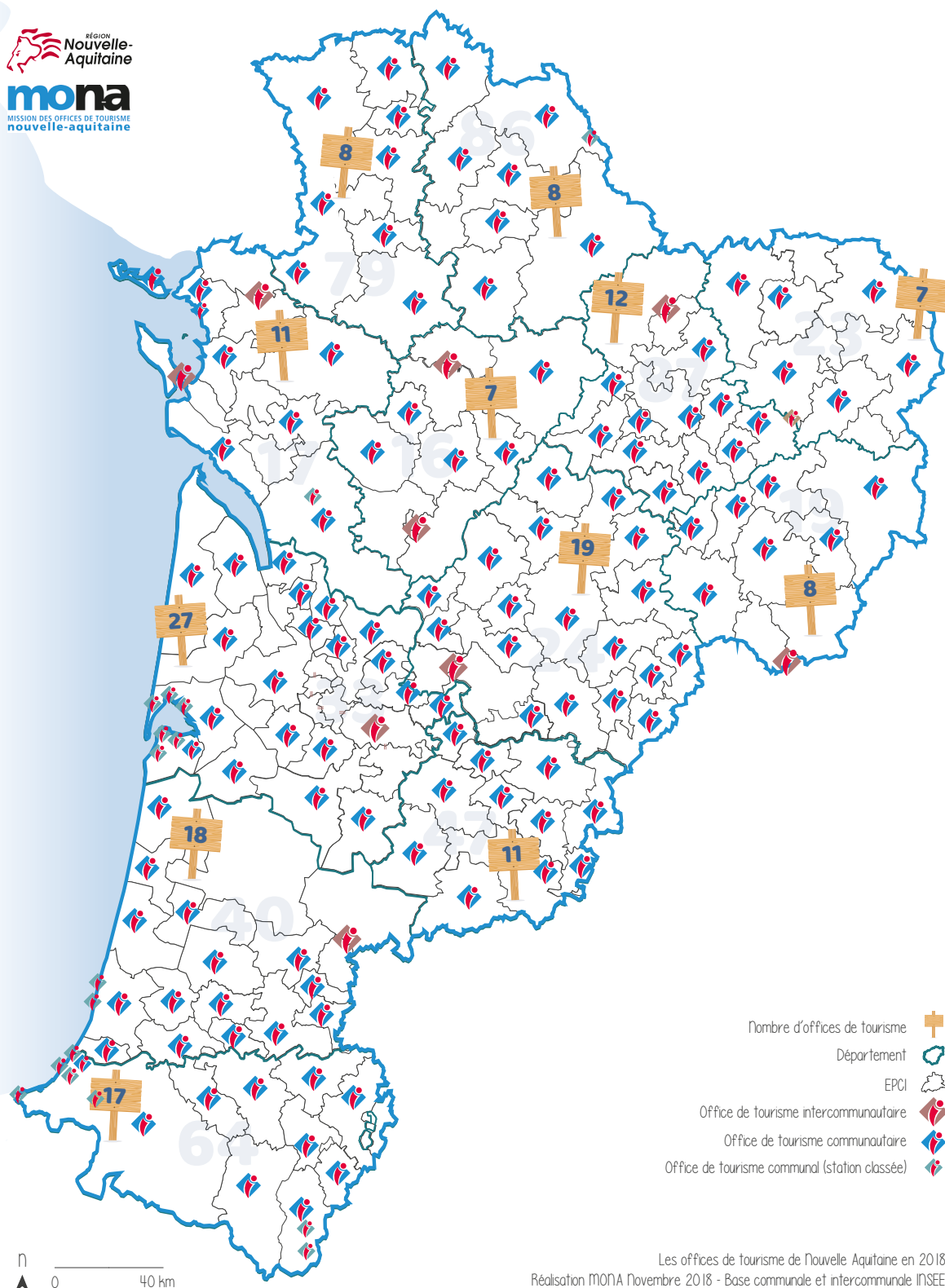
Lisez les 10 histoires d'offices de tourisme

<http://officedetourismedufutur.fr/les-histoires/> 

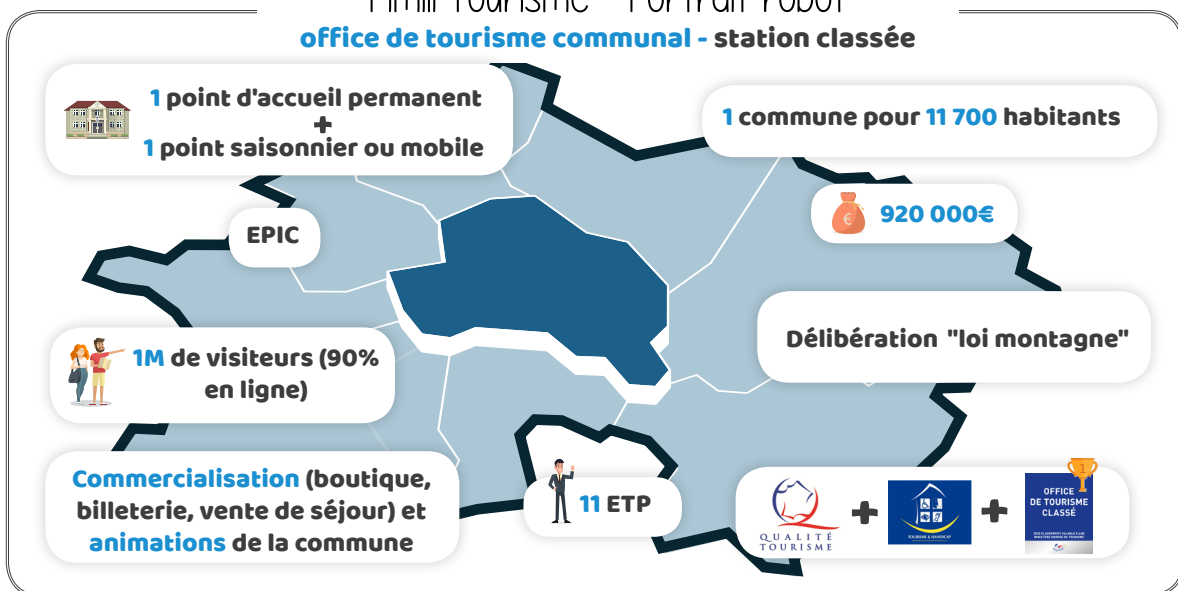
Observez les idées que cela fait émerger en Nouvelle-Aquitaine

<https://www.monatourisme.fr/offices-de-tourisme-futur-nouvelle-aquitaine> 

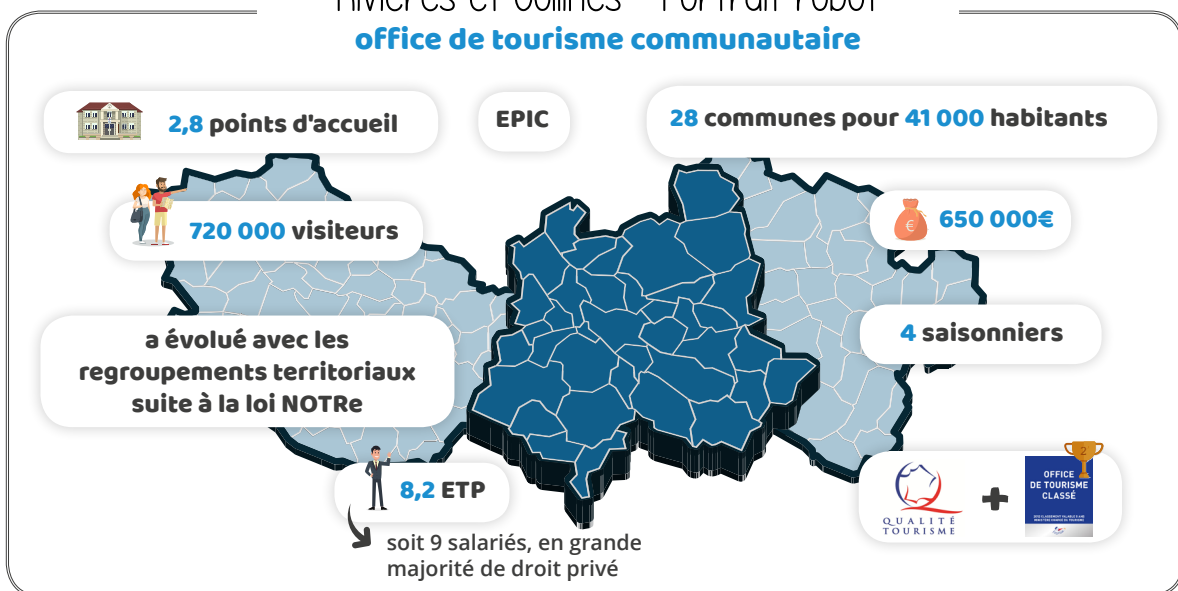




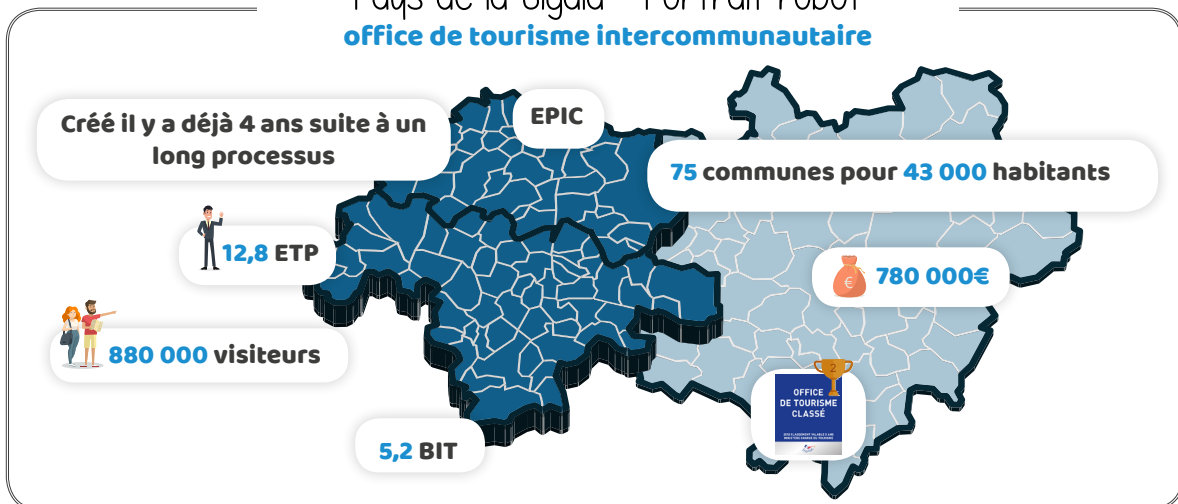
Pimili Tourisme - Portrait robot office de tourisme communal - station classée



Rivières et Collines - Portrait robot office de tourisme communautaire



Pays de la Sigala - Portrait robot office de tourisme intercommunautaire



Virginie, directrice de l'Office de Tourisme¹



Bac +3
et plus

Femme ♀

études dans
le tourisme



42 ans

première
direction d'office



CDD de
droit public

plusieurs postes
auparavant



a suivi des formations complémentaires en
management et communication



Bac +3
et plus

Femme ♀

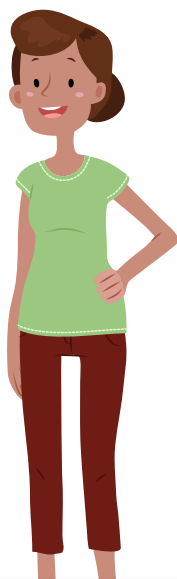
41 ans

employée
(échelon 1)



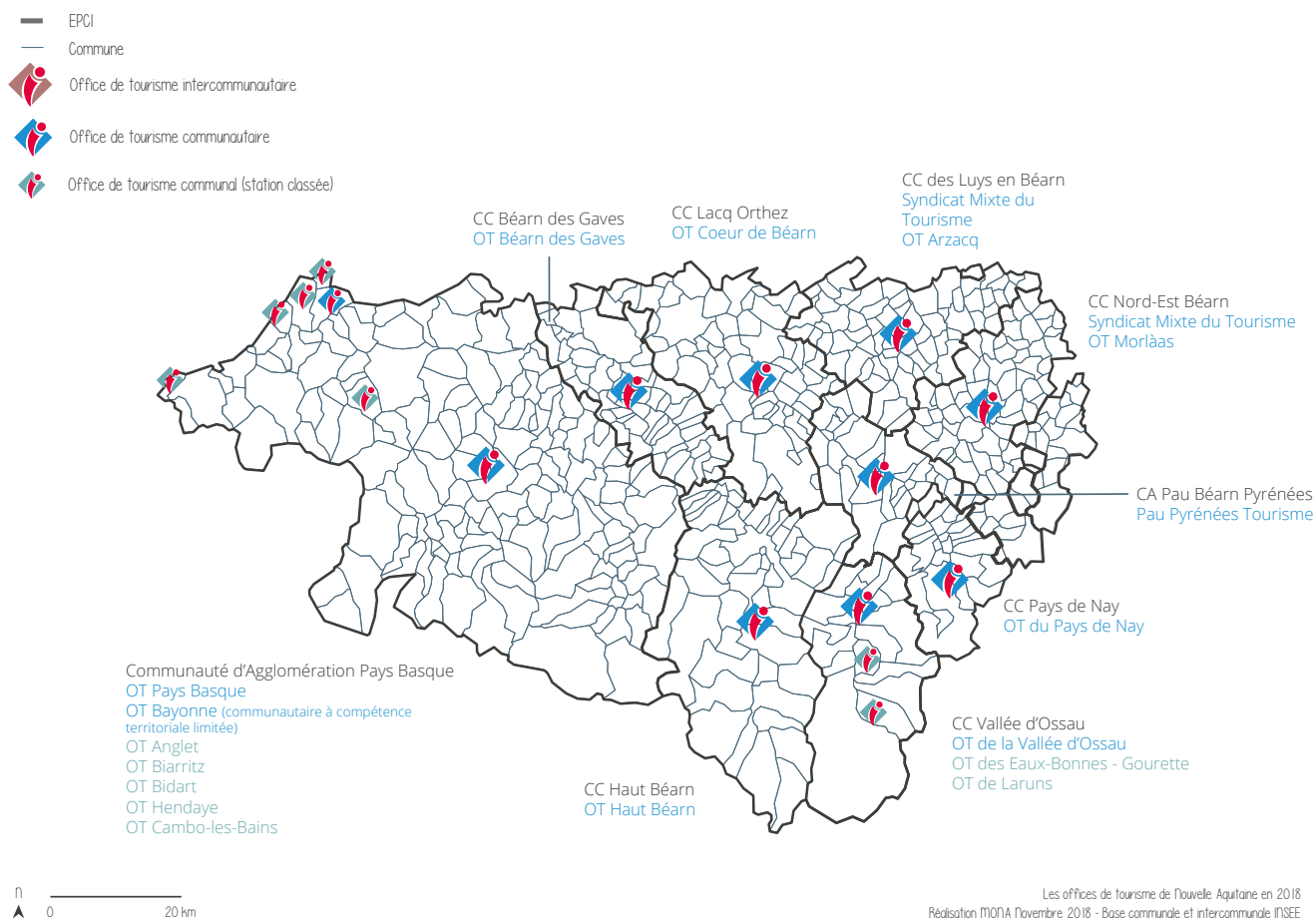
conseillère en séjour
avec une autre mission principale

CDI de
droit privé



**Sylvie, conseillère en séjour et chargée d'une
autre mission²**

1. Source : Questionnaire réalisé auprès des directeurs et responsables d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine, avec 76 répondants, en mai 2018
2. Source : Portrait réalisé à partir de notre base stagiaires de formations MONA (2018).



Offices de tourisme

17



EPCI

9



BIT

47



ETP

220

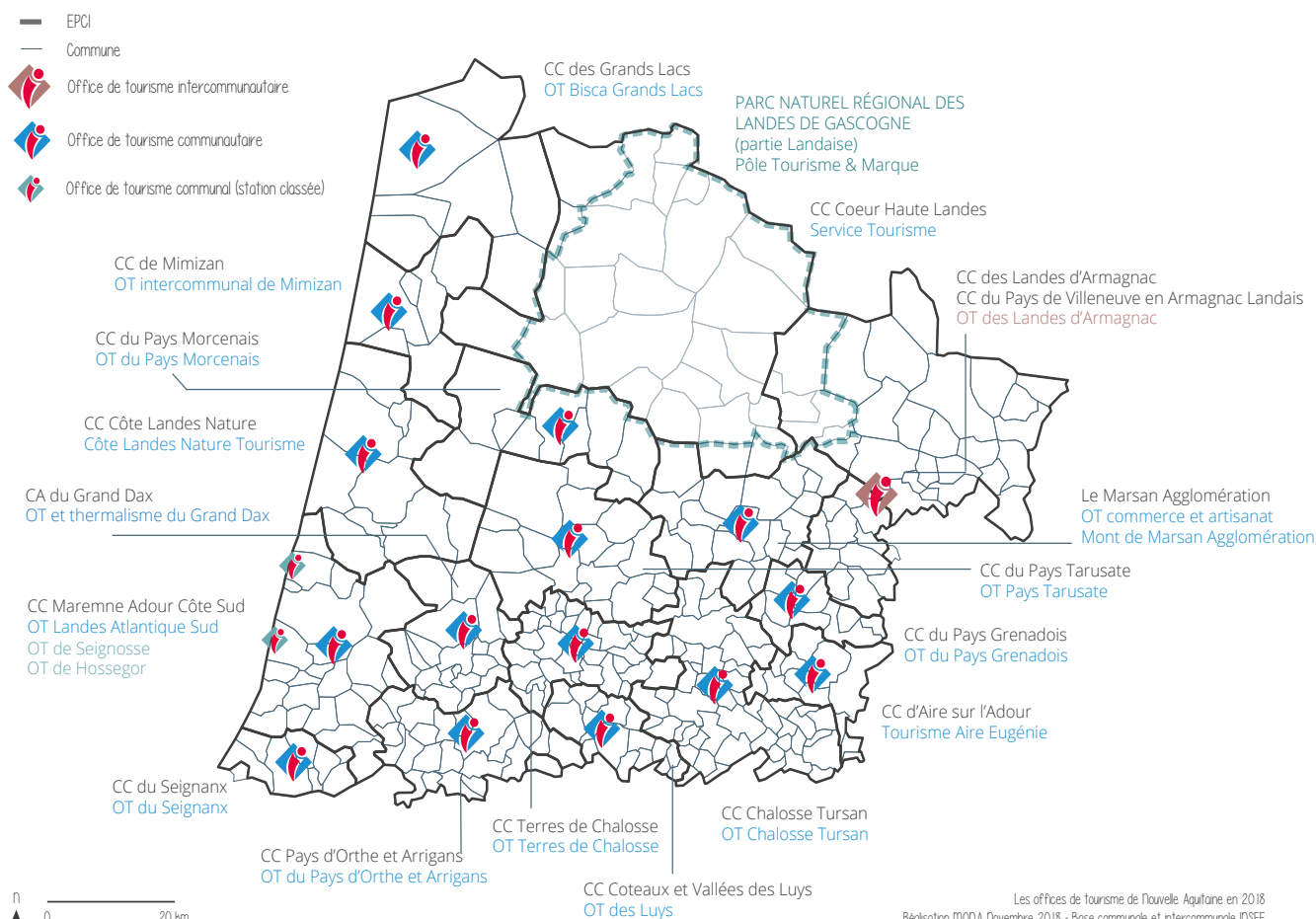


d'OT en EPIC

71%

Le département des Pyrénées-Atlantiques est organisé en deux pôles. Le Pays-Basque compose avec son tout jeune **office de tourisme communautaire** et **6 offices de station**. Le Béarn est constitué de plusieurs entités. On compte donc encore **41% d'offices de tourisme communaux pour 59% de communautaires. 71% sont sous statut d'EPIC**. Les démarches de progrès sont animées et incitées : **76% des offices sont labellisés Tourisme & Handicap, près de 60% sont en catégorie I et donc marqués Qualité Tourisme™**. Les 220 ETP comptabilisés remplissent

des missions larges : 88% des structures font de la billetterie, 71% commercialisent des séjours et 60% ont une boutique. Le département se place en **1ère position régionale pour la fréquentation des sites web d'offices de tourisme** (nombre de visiteurs uniques) et en 2nde position régionale pour les budgets cumulés. Avec leur taille importante, les offices de tourisme peuvent s'engager dans des programmes de formation en interne, qui permettent d'accompagner les transitions et de faciliter les nouvelles organisations.



Offices de tourisme
18

EPCI
18

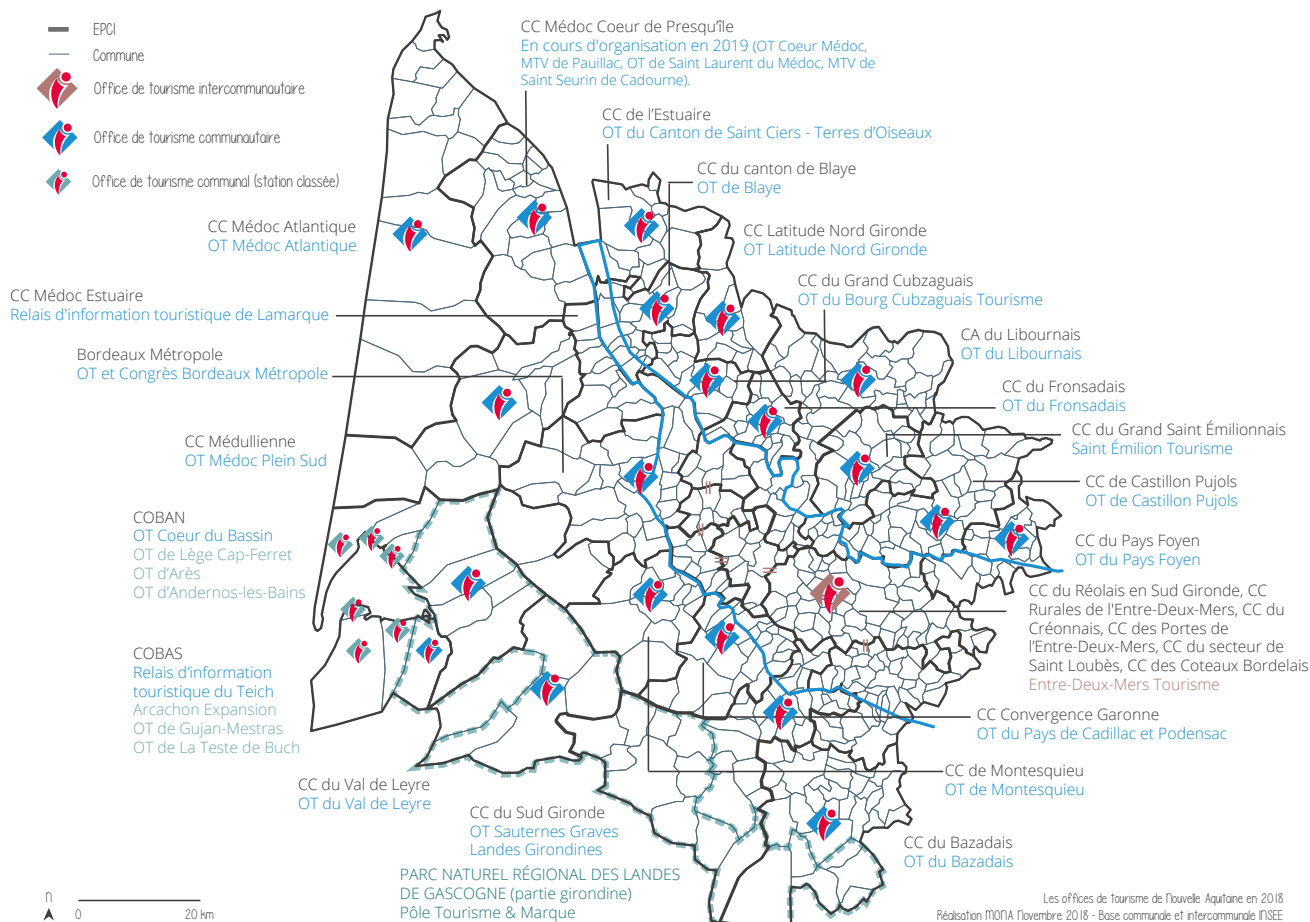
BIT
38

ETP
122

marqués Qualité Tourisme™
72%

Les Landes ont été fortement impactées par la loi NOTRe : le littoral, avec ses stations et l'intérieur, par le jeu du regroupement d'intercommunalités. En 2018, **83% des offices de tourisme ont un territoire de compétence communautaire** contre 47% en 2016. La quasi totalité du département des Landes est couverte par **des stratégies de territoires engagés dans le NOTT** : 4 territoires de projet regroupent 12 des 15 OT. Ils sont portés par des EPCI à l'échelle de Pays toujours actifs ou d'un Parc Naturel Régional (celui des Landes de Gascogne, autour de l'éco-destination). Côté statut juridique, on est passé de 69% à 50 % des office de tourisme sous forme

associative. Le classement a bien progressé : **44% des offices de tourisme en catégorie I** et c'est surtout la marque **Qualité Tourisme™** qui remporte la palme avec **72% de ses offices de tourisme marqués** : preuve que l'animation de la démarche au niveau départemental porte ses fruits. Cela se justifie aussi par la présence de 9 stations classées, devant obligatoirement disposer d'un office de tourisme de catégorie I donc marqué Qualité Tourisme™. 83% des OT gèrent de la billetterie, 44% commercialisent et 50% gèrent une boutique : les missions se sont bien diversifiées.
Le nombre d'ETP est resté stable.



Offices de tourisme
27

*projection 2019 (organisation
Médoc Coeur de Presqu'île en cours)

EPCI
28

BIT
61

ETP
253

d'OT communaux
22%

L'évolution rapide du réseau (changement d'une structure à une autre) a généré des mouvements de personnels. Le fossé se creuse entre grandes et petites structures, avec une concentration des moyens, surtout en matière de promotion.

Les statuts ont peu évolué depuis la loi NOTRe car beaucoup avaient évolué avant sa mise en oeuvre. L'adoption des Conventions d'Action Touristique a permis à certains territoires de proposer des stratégies à plus large échelle, à l'instar de la Haute-Gironde. Ces CAT sont complémentaires des projets NOTT.

La labellisation Tourisme & Handicap a progressé à 33%, comme la marque Qualité Tourisme™ : 52% des offices de tourisme sont

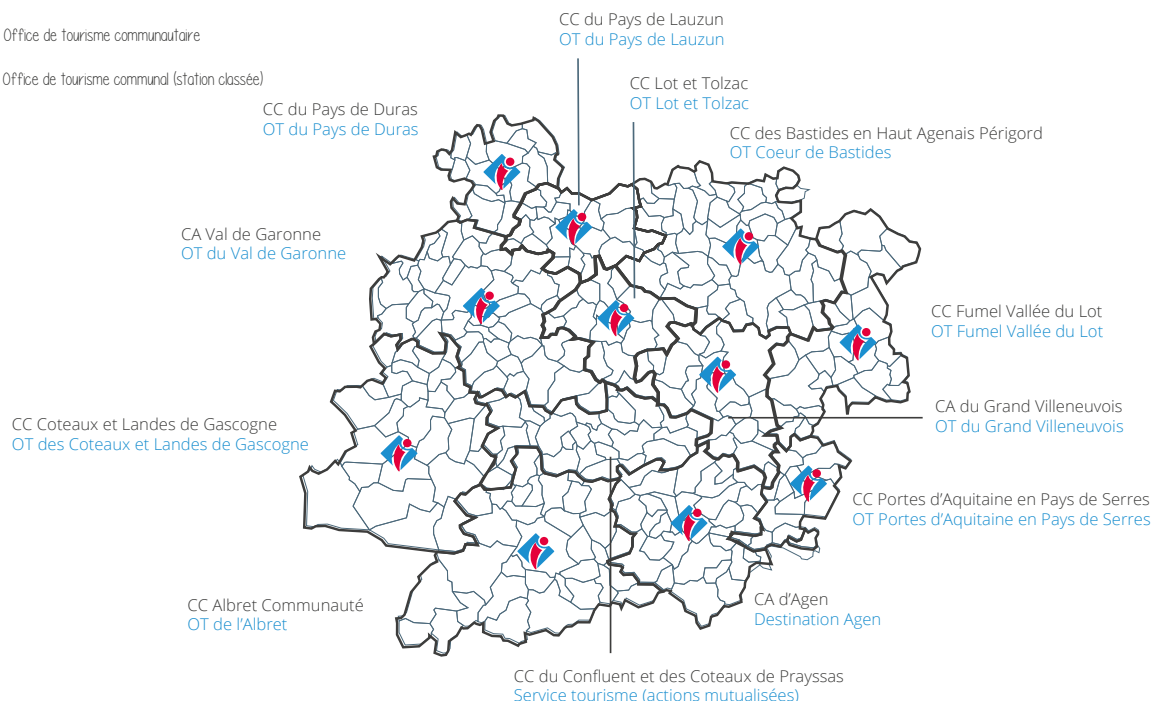
désormais labellisés.

Les regroupements ont mis en pause certaines procédures de classement : 41% catégorie I, 26% catégorie II et 26% non classés.

A noter que les offices de tourisme les plus importants de Gironde continuent à voir leur fréquentation annuelle augmenter.

Le réseau de commercialisation girondin est en cours de structuration : Gironde Tourisme et les offices de tourisme se dotent des mêmes outils de vente en ligne et de billetterie. **253 ETP dans les offices de tourisme en 2018**, soit le département avec le plus grand nombre d'emplois en offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine.

-  EPCI
-  Commune
-  Office de tourisme intercommunautaire
-  Office de tourisme communautaire
-  Office de tourisme communal (station classée)



0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2018
Réalisation MONIA Novembre 2018 - Base communale et intercommunale INSEE



Offices de tourisme

11



EPCI

12



BIT

24



ETP

64

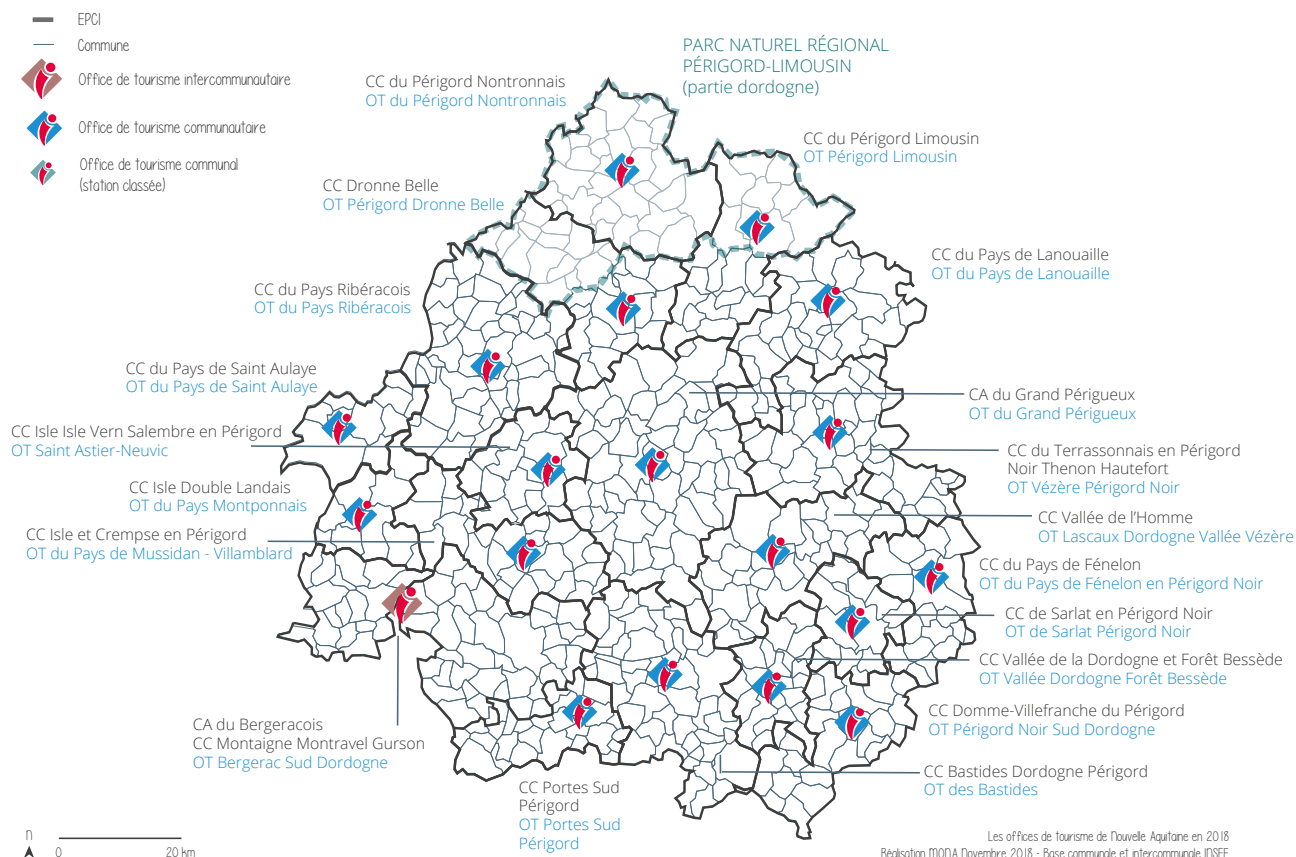


en catégorie III

36%

Le Lot et Garonne a été assez peu marqué par la loi NOTRe. Les points d'accueil physiques et fixes ont été réorganisés pour un meilleur maillage territorial. **Les BIT sont donc passés de 35 à 24**, mais les points d'accueils saisonniers, mobiles ou chez les prestataires permettent d'améliorer la qualité de l'accueil. Les offices de tourisme du Lot et Garonne sont **communautaires et majoritairement classés en catégorie III**. La marque Qualité Tourisme™ est assez peu répandue. Le

département accompagne aussi des labels plus locaux. Les structures sont très **engagées dans la mission billetterie (82%)**, moins dans la commercialisation, la boutique et les animations. 45% des OT gèrent un équipement et ont une forte dimension développement territorial dans leur stratégie. **Deux territoires sont engagés dans le NOTT** depuis 2015 et fédèrent leur réseau local, notamment sur la stratégie d'accueil et de professionnalisation.



Offices de tourisme

19



EPCI

EPCI

20



BIT

49



ETP

115



d'ETP de droit public

48%

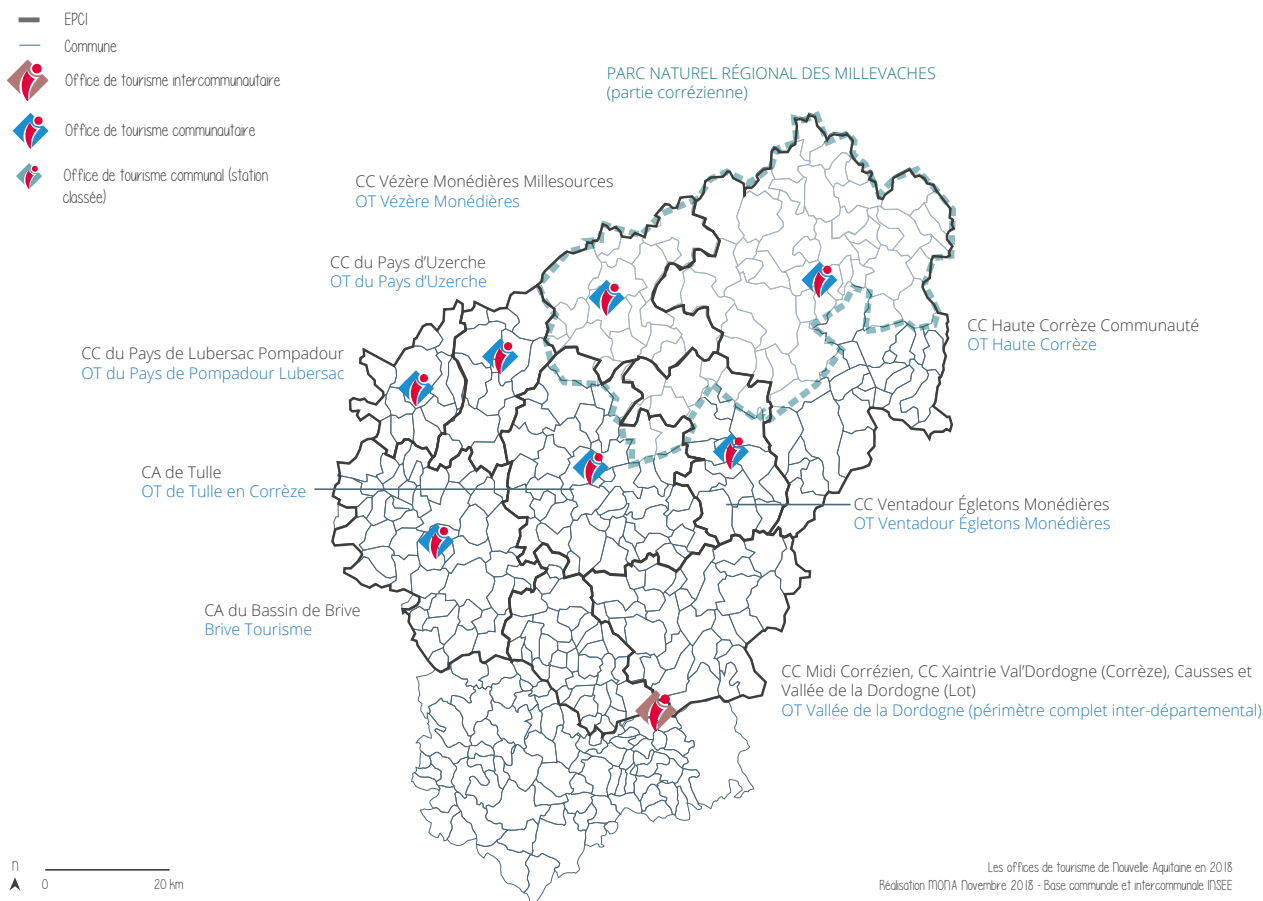
En 2016, la Dordogne avait déjà 75% d'offices de tourisme communautaires. Le département a tout de même été fortement impacté par les regroupements d'EPCI pour atteindre **95% d'offices de tourisme communautaires, les 5% étant représentés par un office de tourisme intercommunautaire**. Il existe toujours des petites structures (60% ont moins de 5 ETP). **Trois territoires engagés dans un projet NOTT** à l'échelle de plusieurs EPCI.

La gouvernance publique gagne du terrain progressivement depuis 10 ans en Dordogne mais 37% d'offices de tourisme sont restés en association. Les démarches de qualité et de

classement sont encore peu plébiscitées du fait de l'instabilité territoriale, mais les offices commencent à s'en saisir (nombreux "en cours" de classement).

Une **très forte part de salariés de droit public** (48%), liée au nombre de régies directes ou SPA / SPIC (27%) et aux salariés mis à disposition par la collectivité (souvent dans les associations).

C'est un des départements où les offices de tourisme recouvrent le moins de missions : 58% gèrent une boutique et 42% un équipement. Seulement 32% ont un service réceptif et 32% font de la billetterie.



Offices de tourisme
8

EPCI
9

BIT
40

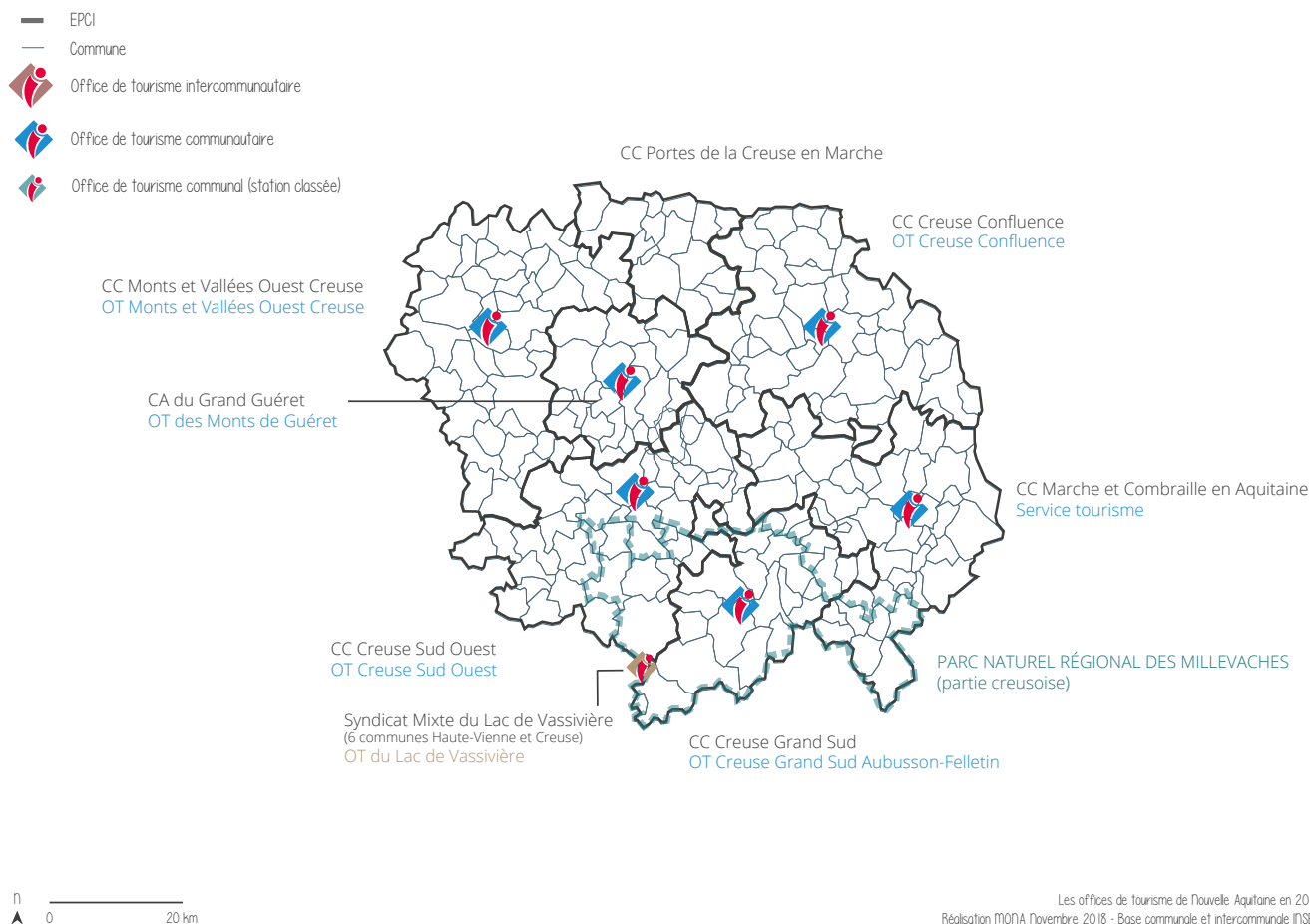
ETP
120

boutique et billetterie
100%

Un **département hétérogène** avec deux "poids lourds" régionaux : Brive Tourisme, pôle commercial et attractif composé de 3 structures (GIE, association, SPL) et Vallée de la Dordogne, office de tourisme intercommunautaire à cheval sur deux régions et deux départements dans une logique de destination. Un des départements où le **statut associatif reste majoritaire** (63%) même si la part du public progresse pour représenter 1/3 des offices de tourisme en 2018. 75% d'offices de tourisme classés dont 2 en catégorie I. Un travail de fond à mener sur

la marque Qualité Tourisme™ (25% marqués) et le label Tourisme & Handicap (aucun). En Corrèze, 100% des offices de tourisme font de la billetterie et gèrent une boutique.

Le **nombre de salariés permanent a baissé légèrement**, le personnel saisonnier est en baisse et ce, quel que soit le statut et la zone de compétence des offices de tourisme. Les salariés sont moins polyvalents pour monter en compétence dans des secteurs très spécialisés, imposé par de nouveaux outils, techniques et contraintes du marché.




Offices de tourisme
7


EPCI
7


BIT
22


ETP
58


d'OT communautaires
100%

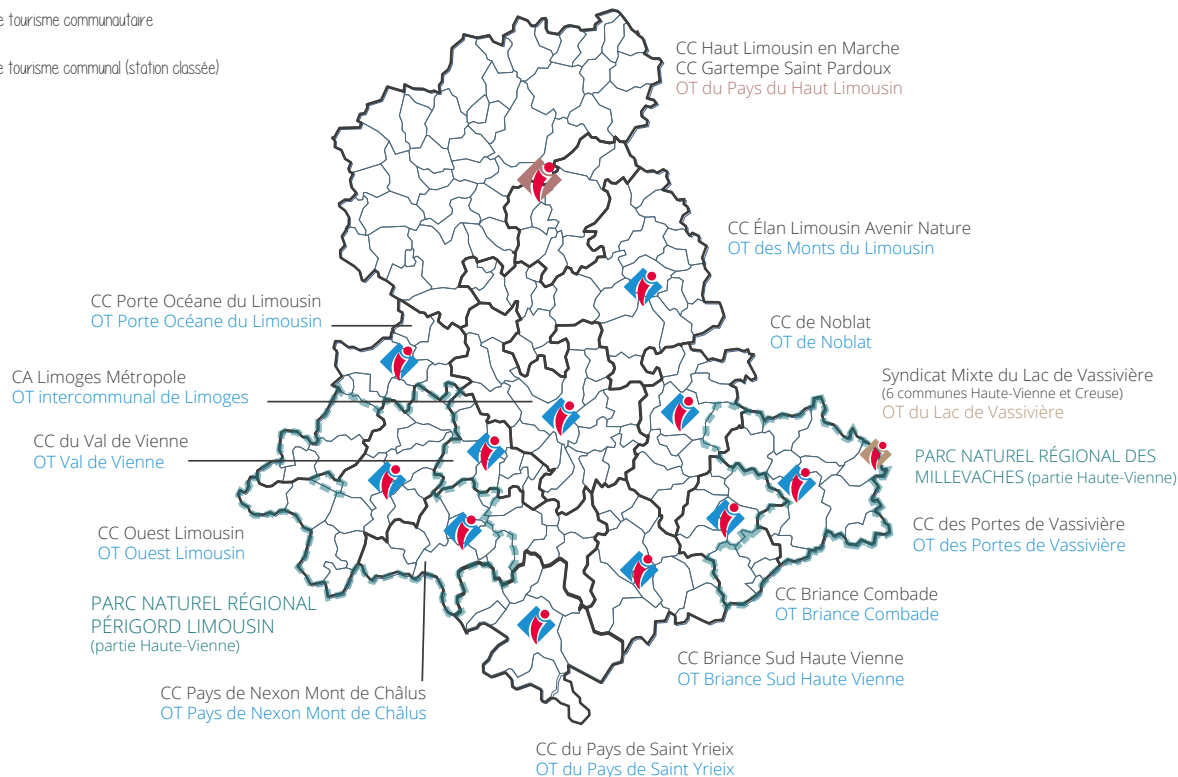
Suite aux regroupements, les nouveaux territoires de compétences présentent une offre touristique plus pertinente. Le **statut associatif est délaissé** au profit de l'EPCI. Du fait des regroupements et la prise en main plus affirmée par les collectivités, deux nouvelles communautés de communes se sont lancées dans un projet NOTT. Par l'existence de plusieurs BIT sur les territoires des offices de tourisme, on observe une volonté de mise en place de démarche qualité pour harmoniser les services de l'office de tourisme et les pratiques professionnelles des salariés. 4 offices de tourisme sur 7 souhaitent obtenir la marque Qualité Tourisme™. **Un SADI co-construit entre**

Creuse Tourisme et les offices de tourisme est en cours. Côté ressources humaines, **tous les ETP ont été maintenus dans les offices de tourisme.** Le nombre a même augmenté depuis 2016.

On passe **d'une moyenne de 3 à 7 ETP par office de tourisme, avec des emplois plus spécialisés.**

Le fait d'avoir des cadres en poste de direction et moins nombreux permet la mise en oeuvre opérationnelle rapide de projets à l'échelle du département (un schéma d'accueil partagé, un positionnement marketing Creuse et territoire, des actions de promotion collectives).

-  EPCI
-  Commune
-  Office de tourisme intercommunaire
-  Office de tourisme communautaire
-  Office de tourisme communal (station classée)



0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2018
Réalisation MONTA Novembre 2018 - Base communale et intercommunale INSEE



Offices de tourisme

12

+ 1 OT interdépartemental



EPCI

13



BIT

27



ETP

55



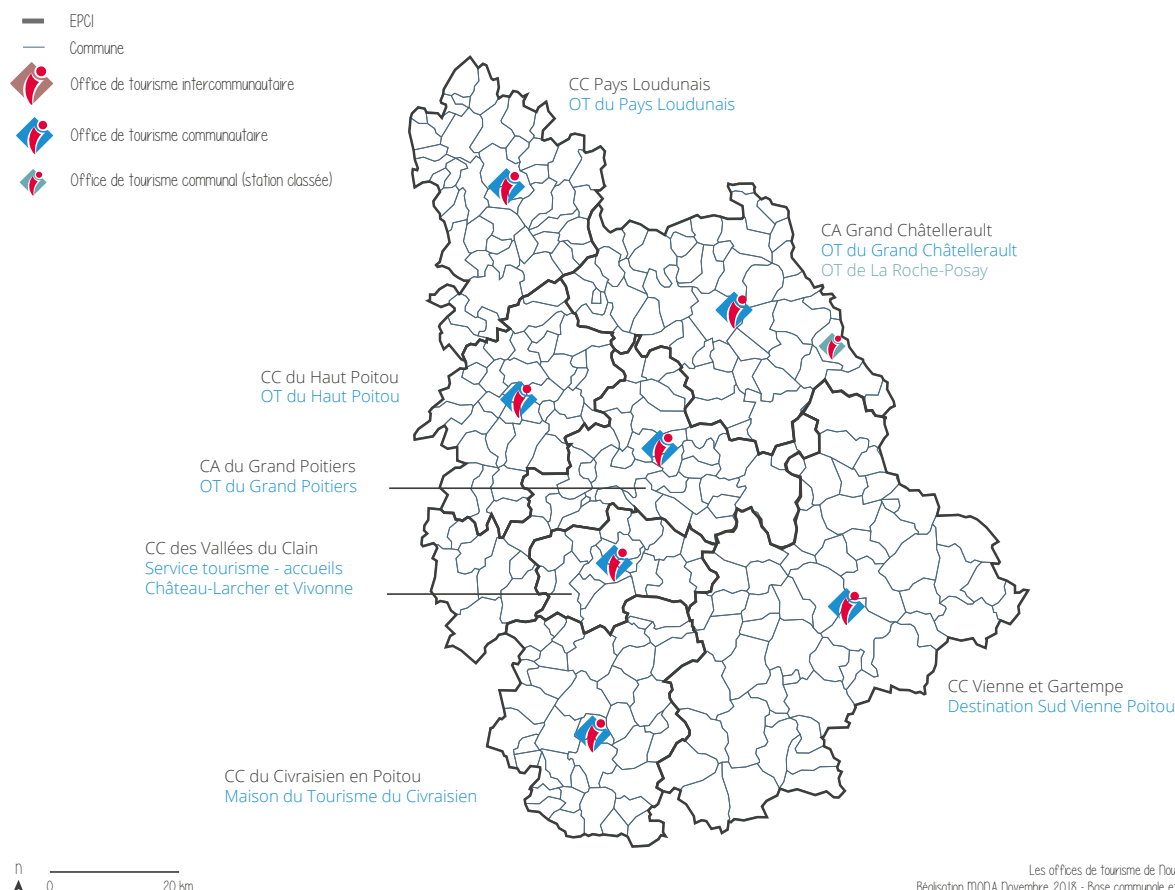
de statuts associatifs

60 à 33%

La Haute-Vienne a vécu de nombreux regroupements. L'office de tourisme du Pays du Haut Limousin a été un des seuls offices de tourisme intercommunaux créés suite à une fusion. Il émerge d'un travail engagé depuis des années à l'échelle du Pays. Deux dynamiques supra-territoriales sont animées par les Parcs Naturels Régionaux du Périgord-Limousin et de Millevaches en Limousin.

Les **statuts sont très hétérogènes** avec une quasi-égalité entre associations, EPIC, régies autonomes en SPA et régies directes, sur de petites intercommunalités. Les démarches

de classement, labellisation et qualité ont été engagées en 2018, avec l'accompagnement de Haute-Vienne Tourisme. Les offices de tourisme de Haute-Vienne recouvrent un très large panel de missions : 33% de commercialisation, 58 % billetterie, 75% boutique et 67% gèrent les animations locales. **Le nombre d'ETP est resté le même depuis 2015**, et le département fait figure d'exception avec 41% de salariés de droit public, lié à un grand nombre de régies et de salariés mis à disposition.



Les offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine en 2018
Réalisation MONTA Novembre 2018 - Base communale et intercommunale INSEE

Offices de tourisme
8

EPCI
7

BIT
26

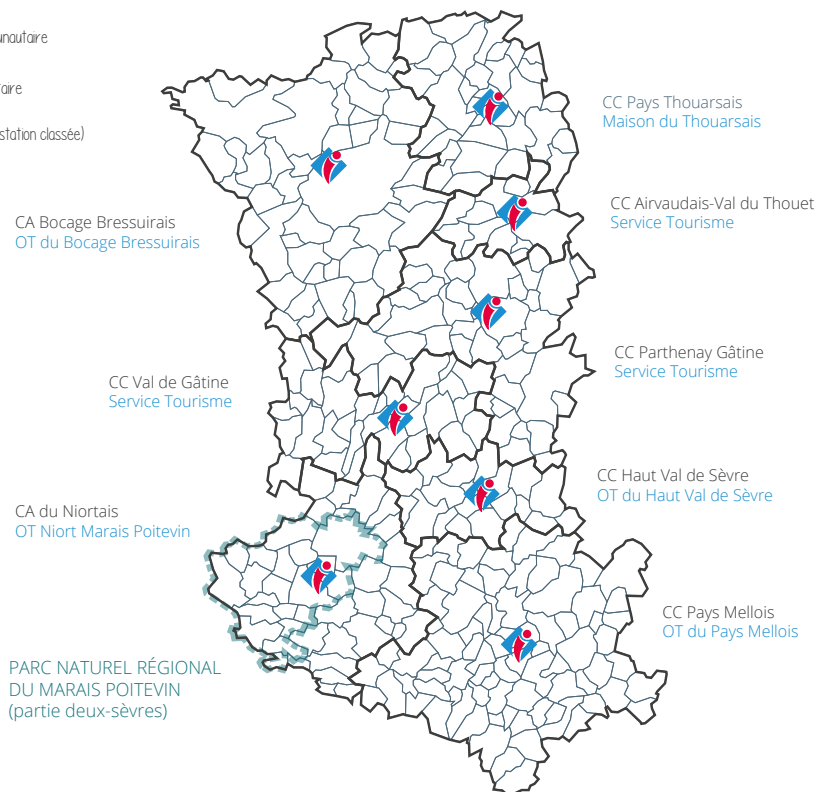
ETP
57

OT en 2 ans
27 à 7

La Vienne est le département où la loi NOTRe a eu les effets les plus spectaculaires. De **27 structures en 2016**, dont beaucoup de syndicats d'initiatives et offices de tourisme communaux, **la Vienne est passée à 7 offices de tourisme**. Le nombre de BIT a très peu évolué : de 31 à 26 pour 244 000 visiteurs accueillis en 2017. Les structures sont en majorité communautaires, à l'exception de la station classée de La Roche Posay, qui travaille avec le Grand Châtelleraudais sur le projet NOTT. 50% des offices de tourisme sont en EPCI, et les démarches de classement et labellisation ont été engagées. **50% sont classées ou en cours de classement, 38%**

labellisées Tourisme & Handicap et 25% marqués Qualité Tourisme™. Le nombre de salariés a diminué, mais le nombre d'ETP est resté stable : les emplois ont été pérennisés et réorganisés. L'augmentation de la taille des structures permet aujourd'hui d'engager des projets à l'échelle départementale, grâce à la création d'un club des directeurs impliquant les différents partenaires. Les emplois se spécialisent avec des priorités accordées aux missions : **63% des OT gèrent une boutique, 38% commercialisent et 50% gèrent une billetterie et des animations.**

-  EPCI
-  Commune
-  Office de tourisme intercommunaire
-  Office de tourisme communautaire
-  Office de tourisme communal (station classée)



0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine en 2018
Réalisation MONTA Novembre 2018 - Base communale et intercommunale INSEE


Offices de tourisme
8


EPCI
8

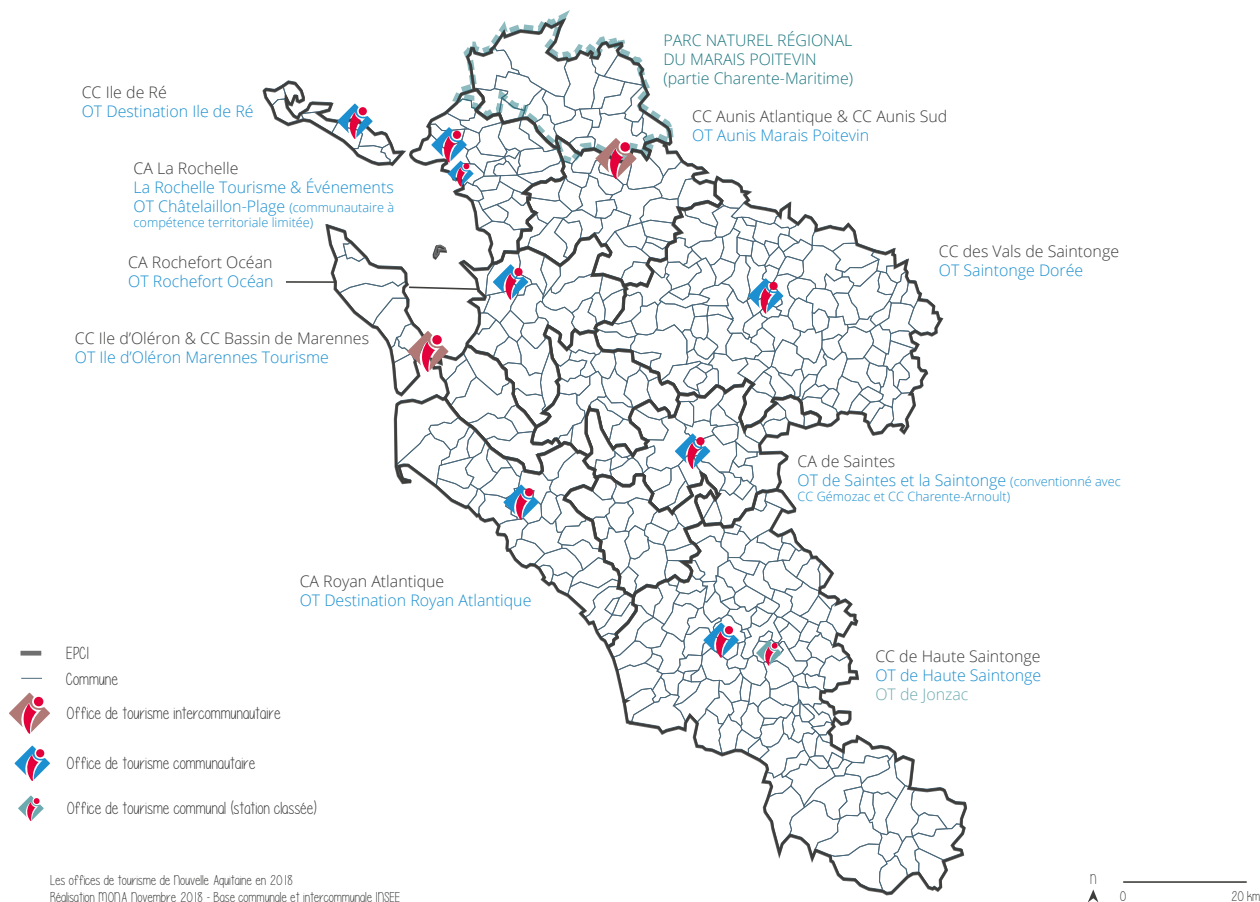

BIT
15


ETP
28


de régies directes
50%

En 2015, nous écrivions que le département allait être peu impacté par la loi NOTRe, les structures étant regroupées depuis longtemps dans une démarche partenariale soutenue par l'Agence Touristique Départementale. En 2018, plusieurs facteurs (fusions d'intercommunalités, baisse des aides publiques, modification de l'ADT) bouleversent le paysage. Ainsi, une des trois structures intercommunales éclate en trois services tourisme, l'office de tourisme du Haut Val de Sèvre est intégré à la collectivité et le Pays Thouarsais transformé en SPIC. Le département passe donc à **50% d'offices de tourisme en régie directe**, alors qu'il avait

67% d'associations en 2016. Ce qui explique le faible taux de classement ou de labellisation. Les structures sont plutôt homogènes à l'exception de Niort Marais Poitevin, lui-même sur un territoire hétérogène. Les polarités sont différentes selon le territoire : le bocage Bressuirais tourné vers la Vendée, le Thouarsais vers le val de Loire. Le nombre de bureaux d'accueils, lui, n'a pas évolué. **100% des OT sont communautaires.** Des 28 ETP du département, **47%** sont sous **statut public**. Enfin, **50%** des OT ont une **boutique**, **38% commercialisent des séjours** et **38% font de la billetterie**.



Offices de tourisme
11

EPCI
13

BIT
57

ETP
208

de catégorie I
64%

Les deux Charentes se sont regroupées depuis 2018 grâce à la création d'une agence touristique interdépartementale : Charentes Tourisme. Son territoire est très hétérogène, tant géographiquement qu'en termes d'offre touristique avec un tropisme littoral et une volonté de développer l'attractivité des destinations "intérieures". **Six territoires se sont engagées dans le NOTT** (5 en Charente-Maritime et 1 en Charente) pour travailler sur les stratégies d'accueil et de professionnalisation. Trois de ces territoires regroupent plusieurs EPCI. En Charentes, le statut associatif a été délaissé en faveur de l'EPCI principalement. On y retrouve la seule SPL (Société Publique

Locale) de la région: Destination Ile de Ré. Les offices de tourisme sont classés en **catégorie I (à 64%)** ou II, classement permis par l'augmentation des tailles des structures. La mise en place de Schémas d'Accueil et de Diffusion de l'Information a enclenché une organisation nouvelle de l'accueil sur les territoires, avec notamment la réorientation des missions vers la coordination de prestataires (et la fermeture de BIT dont la fréquentation était faible, pour un accueil au plus proche des attentes des clients). De la même façon, les éditions sont souvent remplacées par une sélection à la demande et personnalisée.

-  EPCI
-  Commune
-  Office de tourisme intercommunaire
-  Office de tourisme communautaire
-  Office de tourisme communal (station classée)

PETR du Ruffécois (CC Cœur de Charente et CC Val de Charente)
OT du Pays du Ruffécois

CC du Rouillacais
OT de Rouillac

Grand Cognac Agglomération
OT Destination Cognac

CC Charente Limousine
OT Charente Limousine

CC La Rochefoucauld Porte du Périgord
OT La Rochefoucauld Léz Périgord

CA du Grand Angoulême
OT du Pays d'Angoulême

CC Lavalette Tude et Dronne et
CC 4B Sud Charente
OT du Sud Charente

0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2018
Réalisation MONA Novembre 2018 - Base communale et intercommunale INSEE


Offices de tourisme
7


EPCI
9


BIT
16


ETP
41


labellisés T&H
100%

Les boutiques se sont fortement développées, répondant au besoin d'augmenter les recettes, ainsi qu'à la volonté de valoriser les produits et partenariats locaux. **100% des structures de Charente-Maritime et 71% en Charente disposent d'une boutique.** Les structures sont très hétérogènes : le plus gros employeur (Destination Royan Atlantique)

compte 56 salariés (hors saisonniers), le plus petit en compte 2. Dans les structures de plus de 11 ETP, les salariés sont moins polyvalents, donc plus spécialisés dans leurs missions, donnant une vraie entrepreneurialité à l'office de tourisme.. La formation a souvent été nécessaire pour la montée en compétence des salariés.

mona

MISSION DES OFFICES DE TOURISME
nouvelle-aquitaine



Notre réseau c'est aussi et surtout les 1416 personnes qui le composent.

Retrouvez prochainement leurs visages, leurs actions et leurs bonnes pratiques sur notre site internet.

SUIVEZ-NOUS !



60-64 rue Joseph Abria
33000 Bordeaux



05 57 57 03 88



mona@monatourisme.fr
professionnalisation@monatourisme.fr



www.monatourisme.fr



MENTIONS LÉGALES

Données récoltées auprès des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine du 1er juin au 30 octobre 2018 par la MONA et les relais territoriaux départementaux
Textes : MONA et relais territoriaux départementaux
Photos : MONA
Illustrations : Freepik.com