

Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-  
AU  
Date de télétransmission : 06/03/2020  
Date de réception préfecture : 06/02/2020



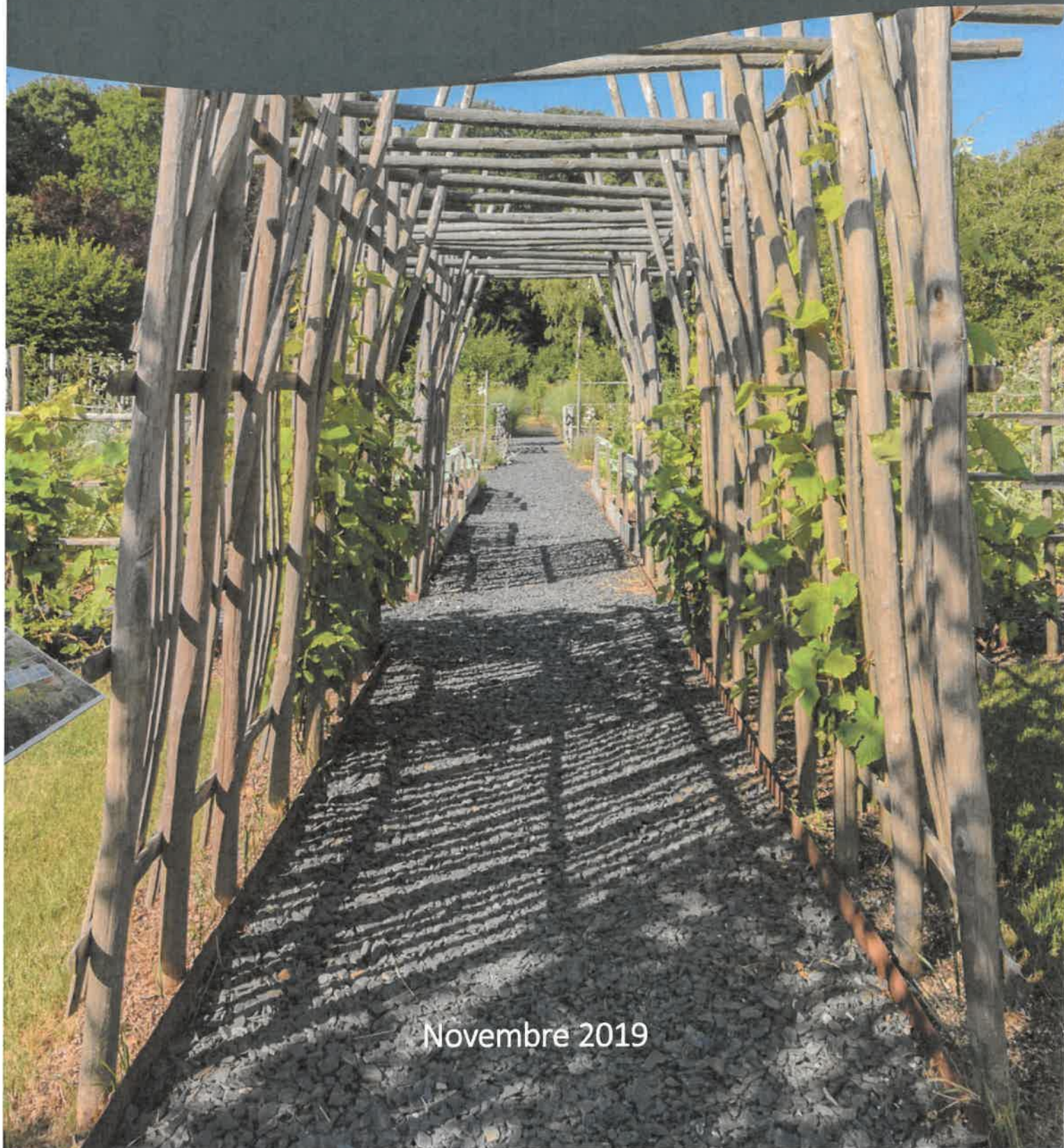
DESTINATION  
**SAUMUR**  
VAL DE LOIRE

Vu pour être annexé à la délibération  
2020- 002 DC  
du Conseil Communautaire  
du 30 janvier 2020



  
Le Président

## **Demande de renouvellement CLASSEMENT EN CATEGORIE I**



Novembre 2019



## **SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME**

### **Demande de renouvellement de classement en catégorie I**

---

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME  
8 bis quai Carnot - CS 54032  
49415 SAUMUR CEDEX  
IM049100020  
SIRET : 78621097100085

#### Avant-propos

*Au 1<sup>er</sup> janvier 2017, à l'exception près de quelques communes, la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire a été créée sur la base d'un regroupement de 4 EPCI, la Communauté d'Agglomération Saumur Loire Développement, la Communauté de Communes de la région de Doué-la-Fontaine, celle du Gennois et celle de Loire-Longué.*

*Chacun de ces quatre établissements publics de coopération intercommunale disposait de son propre office de tourisme, soit sous forme associative (Doué-la-Fontaine, Loire-Longué, Agglomération de Saumur), soit sous forme d'un service public administratif (Gennois). Conformément à la mise en œuvre de la loi NOTRe un territoire communautaire ne doit disposer que d'un seul office de tourisme.*

*Lors de sa réunion du jeudi 2 février 2017, le Conseil Communautaire a désigné l'Office de Tourisme du Saumurois (association loi 1901) comme office de tourisme de la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire.*

*Entre temps, au 31 décembre 2016, les offices de tourisme associatifs de Doué-la-Fontaine et de Loire-Longué ont été dissous ; celui du Gennois a cessé d'exister à la même date avec la disparition de la Communauté de Communes. Les 4 structures ont donc fusionné et les personnels des trois offices de tourisme dissous ont rejoint l'équipe de l'Office de Tourisme du Saumurois au 1<sup>er</sup> janvier 2017.*

*La forme juridique de l'Office de Tourisme du Saumurois a évolué au 1<sup>er</sup> juillet 2017. L'association loi 1901 a été dissoute et l'activité transférée à une Société Publique Locale, la SPL Saumur Val de Loire Tourisme.*

*Devenu SPL Saumur Val de Loire Tourisme, l'Office de Tourisme couvre désormais un territoire plus large et compte des bureaux d'information touristique supplémentaires. Au bureau d'accueil principal de Saumur et aux bureaux d'information touristique de Montreuil-Bellay, Fontevraud l'Abbaye et Montsoreau, se sont ajoutés depuis 2017 ceux de Doué-en-Anjou, et Gennes-Val-de-Loire. Conséquence de la recomposition territoriale intervenue au 1<sup>er</sup> janvier 2017, le périmètre de compétence et d'intervention de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme s'est naturellement élargi.*

Les bureaux de Saumur, Doué-en-Anjou et Gennes-Val-de-Loire sont ouverts toute l'année. Les bureaux de Fontevaud l'Abbaye et de Montreuil-Bellay sont ouverts de Pâques à septembre. Le bureau de Montsoreau installé au sein de la Maison du Parc est ouvert de mars à début novembre.

Une demande de maintien de classement en catégorie I a été déposée le 29 mai 2017 par la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire en la personne de Sophie SARAMITO, Vice- Présidente en charge du Tourisme et Présidente du Conseil d'administration de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme, à l'attention de Monsieur Le Préfet de Maine et Loire afin d'expliquer les changements annoncés plus haut, demande restée sans réponse.

L'Office de Tourisme du Saumurois a obtenu le classement en catégorie I le 14/07/2014.

Il convient aujourd'hui de formuler une demande de renouvellement de classement en catégorie I pour la SPL Saumur Val de Loire Tourisme suite d'une part au changement de statut de l'Office de Tourisme du Saumurois en SPL Saumur Val de Loire Tourisme, et d'autre part, suite à l'arrêté de classement du 16 avril 2019 fixant les nouveaux critères de classement.

D'autre part, l'Office de Tourisme Saumur Val de Loire Tourisme a bénéficié d'un audit de renouvellement pour la certification sur la base du référentiel NF Service « Offices de tourisme » du 20 au 22 novembre 2019 pour l'ensemble de ses services et de ses bureaux d'information touristique. Le rapport d'audit garantit le maintien de la certification NF Service et le constat « ne préjuge pas de l'octroi de la certification ».

#### Annexes :

1 – Statuts Office de Tourisme Saumur Val de Loire

2- Convention de délégation de service public pour la gestion et la mise en œuvre des missions de tourisme communautaire (29/07/2017)

3 - Organigramme SPL Saumur Val de Loire Tourisme

4 – Horaires d'ouverture des BIT 2019

## L'OFFICE DE TOURISME EST ACCESSIBLE ET ACCUEILLANT

1. **A) L'espace d'accueil de l'Office de Tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques.**



Le bureau d'information touristique de Saumur, siège de la SPL, est situé au 8 bis quai Carnot, en centre-ville, face à la Loire, et sur l'itinéraire Loire à Vélo, à proximité du quartier ancien et du théâtre. Il est positionné sur la rive sud de la Loire, sur un axe routier principal, la D347. Celui-ci relie Chinon à Saumur par les bords de Loire et permet ensuite de prendre les directions de Cholet, Angers, Nantes ou Paris.

La Maison des Vins d'Anjou et de Saumur est positionnée en accès direct à côté de l'Office de Tourisme. Les deux établissements communiquent directement. L'École de Cavalerie et son musée sont situés à 500 mètres. L'église la plus proche, Saint-Nicolas, est située à moins de 200 mètres. L'Office de Tourisme est situé à proximité immédiate des restaurants des places de la Bilange, de la République, Roosevelt, et de la rue Saint-Nicolas.

L'Office de Tourisme se trouve à 150 mètres des arrêts de bus les plus proches situés place de la Bilange en centre-ville. Il est situé à 1,2 km de la gare SNCF. Il y a aussi devant les locaux un emplacement dédié aux livraisons et un arrêt dédiée à la navette gratuite de la Ville de Saumur ; et au départ du petit train touristique.

Un parking payant est situé rue de la Fidélité, à l'arrière du bâtiment ; un parking gratuit de très grande capacité est situé en bord de Loire à 200 mètres de l'Office de Tourisme. L'Office de Tourisme dispose de quatre places de stationnement devant les locaux dont une place Handicapé, une place pour les taxis et deux places gratuites "15 minutes".

L'Office de Tourisme est rendu visible par une signalétique sur le bâtiment : enseigne principale en façade en lettres noires, lettrage adhésif "Office de Tourisme » « Saumur Val de Loire" sur toutes les baies vitrées quai Carnot et rue de la Fidélité, deux kakémonos (logo Offices de Tourisme de France) perpendiculaires à la façade de part et d'autre de la porte d'entrée. L'accès à l'Office de Tourisme est donc très aisé depuis les principaux axes d'entrée dans la Ville (pont du Cadre Noir, pont Cessart, quai Carnot, place de la Bilange, rue de la Fidélité). Le bureau est ouvert toute l'année.



Le bureau est situé place du Concorde en centre-ville, à 400 mètres du château de Montreuil-Bellay. Un parking gratuit d'une grande capacité est situé juste face aux locaux. L'Office de Tourisme est rendu visible par une enseigne et une signalétique sur le bâtiment. Son déménagement est prévu au printemps 2020 en plein centre ville au 41, place du Marché à proximité du château (40 000 visiteurs).

#### À Montsoreau



Le bureau est situé au sein de la Maison du Parc de Montsoreau, en plein cœur du village, à quelques mètres du camping de l'Isle Verte, de l'hôtel de la Marine de Loire et proche du château de Montsoreau. Il est également situé sur le parcours de la Loire à Vélo. Quelques places de stationnement longent le bâtiment et un parking est à disposition juste en face. L'Office de Tourisme est rendu visible par une signalétique sur le bâtiment et un kakémono.

#### À Fontevraud l'Abbaye



Le bureau est situé place Saint-Michel en plein cœur du village face à l'église. L'allée Sainte Catherine permet de rejoindre depuis le grand parking, l'Abbaye Royale de Fontevraud (200 000 visiteurs) en découvrant les artisans métiers d'art se trouvant dans la rue. Le bureau est situé à 50 mètres de l'Abbaye Royale de Fontevraud. Des parkings sont à disposition à plusieurs endroits reliés par des axes piétonniers et bien signalés. Le bureau est rendu visible par un panneau et un kakémono.

#### À Doué-en-Anjou



Le bureau est situé 30 place des Fontaines face au théâtre des Fontaines, en centre-ville. Il est facile de se garer soit devant l'établissement (4 places de parking) soit sur le parking en face. Le bureau est signalé par une enseigne, un kakémono et un panneau. Il est ouvert toute l'année.



Installé depuis fin juin 2019 dans de nouveaux locaux à Gennes Val de Loire, Le bureau est situé en plein cœur de la commune, à quelques mètres de l'église Sainte Eusèbe. Il suffit de traverser le pont pour accéder à la commune des Rosiers-sur-Loire. Un parking à 50 mètres et une halte cyclotouriste sont mis à disposition des visiteurs et des cyclotouristes. Le bâtiment est rendu visible par un wingflag et un panonceau. Le bureau est ouvert toute l'année.

### 1. B) Il bénéficie d'une signalisation directionnelle et il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.

Une signalétique directionnelle et d'indication est installée dans chacune des communes où la SPL Saumur Val de Loire Tourisme dispose d'un bureau d'information touristique conforme aux normes en vigueur. Chaque signalétique a fait l'objet d'une étude par les équipes municipales.

Tous les locaux sont identifiables de l'extérieur grâce à une enseigne, à un kakémono, à un winflag (voir photos précédentes des extérieurs).

Des gros travaux dans les communes de Gennes-Val-de-Loire (vaste opération de réhabilitation du centre bourg) et de Saumur perturbent quelque peu l'accès aux BIT mais d'ici la saison 2020, tous les travaux devraient être terminés.

#### Saumur

Une dizaine de panneaux de signalisation ont été installés en 2000 pour renforcer la signalétique de l'Office de Tourisme tant au niveau directionnel routier qu'au niveau piétonnier dans le cadre de notre entrée dans la démarche qualité. En 2012, des panneaux supplémentaires ont été installés pour renforcer l'itinéraire piétonnier depuis le château jusqu'aux nouveaux locaux de l'Office de Tourisme quai Carnot.

Une dizaine de panneaux directionnels indiquent également l'accès à l'Office de Tourisme depuis les différents accès de la Ville au nord, au sud, à l'ouest et à l'est. La signalétique a également été complétée en 2012 suite au changement d'adresse et pour parfaire le dispositif d'accès depuis de la gare SNCF.



## 5 – Visuels montrant la signalétique directionnelle et d'indication principale de Saumur

### Montreuil-Bellay

La signalétique a fait l'objet d'une refonte en 2016 dans le village. Les panneaux d'indication ont été changés et améliorés en concertation avec l'Office de Tourisme.



### Fontevraud l'Abbaye

Une signalétique permet aux visiteurs de trouver facilement le bureau depuis les différents parkings et accès de la commune.



### Montsoreau

De nombreux panneaux d'indication sont disposés dans le village depuis les arrivées de Candes-Saint-Martin, Saumur ou Fontevraud-l'Abbaye. Ils indiquent la Maison du Parc avec un point I, le bâtiment mutualisé étant situé sur l'axe principal.



Une signalétique existe depuis le pont de Gennes/Les Rosiers-sur-Loire mais également depuis les principaux accès au centre, depuis Doué-la-Fontaine, ou Saumur. Le bureau est situé sur l'axe routier principal de la commune.



## Doué-en-Anjou

Plusieurs panneaux de signalisation indiquent la direction du bureau depuis les différents accès de la ville.



2. Il existe un espace dédié à l'accueil et à l'information accessible à tout public.  
L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information.  
Le mobilier permet de s'asseoir.

Un espace est dédié à l'accueil (comptoir, hall, espace pour s'asseoir, espace enfants) dans chacun des bureaux d'information touristique avec une partie spécialement dédiée à l'information avec des présentoirs à documentation présentant les atouts touristiques de la destination Saumur Val de Loire Tourisme (événements, sites touristiques, activités de loisirs etc...).

## A – Accessible à tout public

En tant qu'établissement recevant du public, les locaux répondent aux textes de loi en vigueur selon les exigences réglementaires concernant l'accessibilité dans les établissements touristiques.

Le BIT de Montsoreau situé au sein de la Maison du Parc est labellisé « **Tourisme & Handicap** » pour les **4 déficiences** (renouvellement réalisé en 2016). Saumur a été labellisé en mai 2016 pour les **4 déficiences**. Les locaux de Saumur s'étendent sur deux niveaux. La zone d'accueil se situe au rez-de-chaussée. Les autres

Les bureaux d'information ne sont pas labellisés Tourisme & Handicap mais respectent la loi en terme d'accessibilité.

En tant qu'établissement recevant du public, le bâtiment a été rendu accessible conformément à la loi sur l'accessibilité des infrastructures touristiques lors des travaux d'aménagement des locaux en 2012. Un emplacement de stationnement spécifique est prévu à quelques mètres. Les toilettes mises à disposition sont accessibles aux personnes à mobilité réduite et équipées d'un équipement minimum pour le confort des clients. La signalétique dans les locaux est claire et simple et associe le texte et les images. Les portes d'entrée, automatiques, comportent une largeur de passage utile. La zone d'accueil, face à l'entrée, est immédiatement repérable et la banque d'accueil comporte deux parties plus basses à chaque extrémité. Les présentoirs à dépliants sont placés à des hauteurs inférieures à 130 cm.

L'espace d'accueil est équipé d'une boucle magnétique permettant aux personnes malentendantes équipées d'un appareil auditif d'accéder à l'information dispensée par une conseillère en séjour. Pour leur confort, des panneaux acoustiques ont été installés aux plafonds.



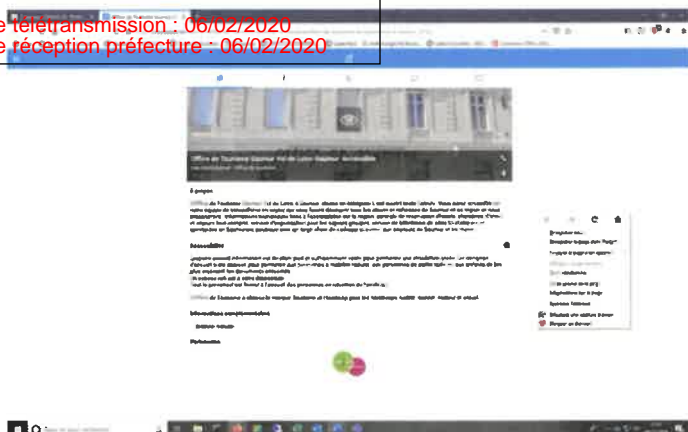
Des diodes électroluminescentes ont été installées jusqu'à la banque d'accueil (le long des poteaux sur les côtés, au plafond...) pour jalonner l'accès. La banque d'accueil elle-même dispose d'une ligne de leds sur toute sa longueur. Elle est donc très facilement identifiable par des personnes malvoyantes.

Certains salariés du Pôle Accueil Information Boutique ont participé aux formations « accueil des personnes en situation de handicap » et/ou « déficience visuelle » ou « langage des signes » organisées par la FROTSI (Fédération Régionale des Offices de Tourisme), l'objectif était de mieux répondre aux attentes des clientèles souffrant de handicap pour un tourisme plus solidaire.

Les principaux aménagements pour les clientèles en situation de handicap sont les suivantes :

- ✓ Les informations dans le hall d'accueil ou affichées sur les portes d'entrée sont écrites en caractères agrandis
- ✓ Les lieux d'accueil ne sont pas encombrés d'objets ou de plantes vertes qui pourraient gêner la circulation en fauteuil roulant.
- ✓ Un espace particulier dans les locaux (à hauteur de 80 cm) permet d'accueillir le public en fauteuil roulant.
- ✓ Une partie de la documentation en libre-service peut être atteinte à hauteur de 80 cm.
- ✓ La signalétique thématique du libre-service est réalisée dans des formats agrandis.
- ✓ Une boucle magnétique permet d'accueillir les personnes malentendantes pour leur plus grand confort (pour les bureaux labellisés).
- ✓ Les brochures et le site web présentent l'accessibilité des offres touristiques proposées.
- ✓ Le guide Destination Saumur en format A3 présenté en libre-service dans chaque bureau.

Tous les bureaux d'information touristique sont référencés sur le site web [accessible.net](http://accessible.net), l'accessibilité pour tous, partout et en un clic. Ce site présente l'accès, les informations pratiques et les critères d'accessibilité pour tout type de handicap.



Les informations pour l'accessibilité sont également visibles sur le site internet [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com) à la rubrique « Marque – Tourisme & Handicap ». Les aménagements sont également visibles sur la page dans la rubrique « services » comme ci-dessous.



## B – Déplacement et accès à l'information

Les espaces d'accueil sont composés d'un espace détente / consultation, d'un espace en libre-service dédié à l'information et la documentation avec un ou plusieurs présentoirs présentant les évènements et l'offre touristique de la destination Saumur Val de Loire et du département.

Les espaces d'accueil offrent également un espace dédié aux enfants (table, chaises, coloriage et crayons), des consignes à bagages (nos 6 bureaux d'information ont le label « Accueil Vélo ») et un espace boutique avec des produits du terroir, gadgets, librairie, cartes postales, textiles en cohérence avec l'image de la destination et les attentes des clients.

Les espaces sont clairs et aérés, et facilitent la circulation des visiteurs.

## C – Le mobilier permet de s'asseoir

Dans chacun des BIT, un espace enfants assis leur est dédié. On retrouve aussi un espace salon ou un espace assis avec chaises et tables pour pouvoir se poser, prendre des notes, consulter des dépliants ou utiliser son ordinateur.

## Saumur



## Doué-en-Anjou



## Gennes-Val-de-Loire



#### Fontevraud l'Abbaye



#### Montsoreau



#### Montreuil-Bellay



### 3. L'information touristique est accessible gratuitement via un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'Office de Tourisme.

Les 6 bureaux d'information touristique sont équipés d'un système de Hotspot Wifi.

Un panneau présente le mode d'emploi du Wifi gratuit à l'Office de Tourisme de manière simple et rapide. L'espace est signalé par un texte traduit en deux langues avec un pictogramme.

#### Annexe :

6 - Mod 245 Hotspot wifi

## II - LES PERIODES ET HORAIRES D'OUVERTURE SONT COHERENTS AVEC LA FREQUENTATION TOURISTIQUE DE LA ZONE GEOGRAPHIQUE D'INTERVENTION

1. L'Office de tourisme doit s'engager à ouvrir son bureau d'information touristique principal, ainsi que ceux présents dans les stations classées de tourisme de son ressort, au moins 240 jours par an pour une durée minimale de 4 heures par jour et de 1680 heures par an. Les heures des différents bureaux d'information touristique ou des accueils hors les murs par les conseillers en séjour peuvent s'additionner si leurs périodes d'ouverture ne se chevauchent pas.

Le bureau principal de Saumur, dont la ville obtenu le label de « Station classée de tourisme » le 17 janvier 2014, est ouvert 346 jours en 2019 dont 329 jours pour une durée minimale de 4 heures par jour.

Les horaires d'ouverture des BIT sont affichés sur les portes des BIT, sont communiqués via les messages de répondants, le site web ou les réseaux sociaux.

Annexe :

### 4 - Horaires d'ouverture des BIT en 2019

BIT	Nombre de jours d'ouverture	Nombre d'heures
SAUMUR	346	2228
DOUE-EN-ANJOU	264	1665
MONTMOREAU	230	1816
GENNES-VAL-DE-LOIRE	212	1510
FORTEVRAUD L'ABBAYE	158	1110
MONTREUIL-BELLAY	149	1070

## III – L'INFORMATION EST ACCESSIBLE A LA CLIENTELE ETRANGERE

Il existe un service permanent d'accueil en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie, pendant les horaires et périodes d'ouverture du bureau d'information principal, ainsi que dans les bureaux d'information touristique des stations classées de tourisme du ressort de l'office de tourisme. La fonction et les langues parlées par le personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.

Les langues parlées à l'accueil de l'Office de Tourisme sont l'anglais, l'allemand, l'espagnol et l'italien et le libanais. Les conseillers en séjour sont trilingue. Tous parlent anglais + une autre langue qui peut être l'allemand, l'espagnol, l'italien, le libanais voir pour certaines une troisième langue étrangère. Certains ont des notions de langue des signes apprises en formation dans le cadre du programme de formation proposé par la FROTSI des Pays de la Loire. Le service trilingue est assuré dans chacun des bureaux.

Le personnel est en mesure de proposer une **documentation traduite** dans la langue de son interlocuteur : le Guide Destination Saumur existe en deux versions (une traduite en **anglais et néerlandais**, l'autre en **allemand, italien et espagnol** correspondant aux clientèles principales de l'Office de Tourisme)

Les éditions annuelles qui bénéficient d'une traduction en langues étrangères sont les suivantes :

- Plans de Saumur, Doué-en-Anjou, Gennes-Val-de-Loire **traduit en GB**



Un badge est porté par les conseiller(es) en séjour à l'accueil et présente les langues parlées, ainsi que la fonction (saisonnière, stagiaire si nécessaire).

#### **IV – L'INFORMATION TOURISTIQUE COLLECTEE EST EXHAUSTIVE, QUALIFIEE ET MISE A JOUR**

**1 - L'Office de Tourisme recueille, valide et diffuse une information la plus complète possible et régulièrement mise à jour sur l'offre touristique locale relative :**

- à l'offre d'hébergement ;
- aux sites touristiques
- aux évènements et animations ;
- aux services de transport public et privé disponibles, de location de véhicule de tous types ;
- à tout autre service utiles aux touristes.

L'Office de Tourisme diffuse les informations des hébergements et des restaurants, des sites touristiques, activités de loisirs, sur support papier et sur le site web [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com). Ces informations sont regroupées dans le guide touristique et comprennent les coordonnées, le numéro de téléphone, l'adresse email et le site web ainsi que le nombre d'étoiles, le classement, les services et les labels.

Les évènements et animations sont annoncés dans le guide touristique et le Mag (magazine). L'Office de Tourisme diffuse les informations concernant les évènements et animations à partir des brochures des prestataires mais aussi de listes d'informations réalisées par les conseillères en séjour, de date à date. Le site web permet également de diffuser tous les évènements au quotidien (rubrique agenda ou thématique) dans sa rubrique agenda très consultée. La SPL Saumur Val de Loire joue aussi un rôle de coordinateur d'évènements sur la destination avec 70 temps forts/évènements sur l'année.

Les dépliants des prestataires touristiques sont collectés lors de la bourse d'échange de documentation qui a lieu chaque année fin mars. Les prestataires se réapprovisionnent en documentation touristique en cours d'année dès que le personnel d'accueil en fait la demande.

Les autres informations (services de transport public et privé, location de véhicule, etc...) sont diffusées sous forme de listes ou de dépliants (horaires de bus, lignes estivales, etc..). Il peut s'agir des activités sportives, de loisirs ou de bien-être, les numéros de téléphone des taxis, les services de dépannage d'automobile ou de motocyclettes. Les informations sur les transports sont également accessibles sur le site web dans la rubrique loisirs ou « venir à Saumur » et « se déplacer, stationner ».

## 7 – Grands événements 2020

## 8 - Liste location voitures, utilitaires, scooter

## 9 - Liste des taxis

## 2. L'Office de Tourisme dispose d'un système de gestion informatisé permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser cette information sur l'offre touristique locale.

Actuellement, le logiciel INGENIE et le module Planet infos sont utilisés pour gérer la base de données de l'offre touristique (qualification de l'ensemble des prestataires en hôtels, chambres d'hôtes, locations vacances, restaurants, lieux de visites, activités de loisirs, manifestations...).

Toutes les informations touristiques (hébergements, restaurants, sites à visiter, activités de loisirs, fêtes et manifestations, vie locale) sont enregistrées dans ce logiciel. Cet outil permet alors de pouvoir informer les clients sur l'offre touristique du territoire de la destination Saumur Val de Loire. Compte tenu du positionnement géographique (à la frontière de trois départements et de deux régions), compte tenu aussi de l'appartenance au Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine et de la présence d'un bureau d'information touristique au sein de la maison du Parc à Montsoreau, la base intègre logiquement les données relatives aux acteurs touristiques de nos voisins immédiats pour être en capacité de répondre sans rupture de qualité aux demandes des visiteurs qui, dans leurs pratiques de visites et de consommation touristiques, ne se posent pas la question des frontières administratives.

L'outil Planet infos permet à l'équipe de conseil en séjour de générer à la demande l'impression de listes ou carnets de voyage et de gérer l'information dans le moindre détail à l'échelle du territoire. Les mises à jour sont effectuées dès qu'une modification est portée à notre connaissance.

## Capture écran logiciel Ingénie

N°	Nom du prestataire	Adresse	Téléphone	Site Internet
1	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
2	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
3	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
4	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
5	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
6	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
7	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
8	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
9	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr
10	Le Clos de la Vallée	10 rue de la Vallée	02 47 88 11 11	www.le-clos-de-la-vallée.fr

La SPL Saumur Val de Loire a adhéré à la plateforme réseau collaborative **APIDAE** (3 CRT, 22 ADT, 1269 membres contributeurs dont 600 destinations) qui permet de référencer, qualifier, mettre à jour, stocker et diffuser l'information. Il remplacera INGENIE sur ces fonctionnalités.

### **3. Toutes ces informations sont disponibles sur le site internet de l'office de tourisme. Certaines de ces informations peuvent être diffusées sous format papier.**

Le site internet [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com) est mis à jour annuellement par les membres de l'équipe de l'office de tourisme et en fonction des différentes évolutions. Les informations concernant l'offre touristique locale sont collectées entre octobre et décembre par l'équipe à partir des données communiquées par nos partenaires pour l'année suivante. Ces données sont ensuite mises à jour pour les éditions et dans le site web.

Les informations concernant l'offre touristique locale sont disponibles sur le site web. Certaines sont consultables et/ou téléchargeables et sont aussi diffusées à l'accueil soit sous forme de brochures soit sous forme de listes.

#### **Projets en cours pour 2020**

Après une analyse complète de l'écosystème numérique depuis fin 2018, il a été constaté que les outils ne répondent plus entièrement aux attentes de l'équipe, des partenaires et des clients.

Les objectifs pour 2020 sont donc de plusieurs ordres :

- Logique de cohérence : gagner en efficacité en terme de traitement de l'information et des demandes clients pour améliorer nos performances
- Logique d'interopérabilité : choisir les outils métiers les plus adaptés et capables d'agir entre eux
- Logique de collaboration / réseau : s'appuyer sur un réseau de destinations touristiques
- Logique de partage de l'information : ouverture des données publiques.

De ce fait, pour améliorer la gestion des données, il a été décidé d'investir dans un outil de collecte et de diffusion de la donnée avec une solution répondant aux attentes : **APIDAE** qui est un réseau soutenu par 600 destinations aujourd'hui et un projet collectif.

D'autre part, il est actuellement mis en place un outil dédié à **la gestion de la relation client** avec la société Proximit et le logiciel **AVIZI**. Des formations destinées à l'ensemble de l'équipe sont en cours en cette fin d'année.

Des services complémentaires sont prévus et nécessaires aux socio-professionnels ainsi que des nouveaux logiciels commerciaux facilitant l'achat. Le dernier point de cette opération est de pouvoir produire un nouveau site web performant et répondant aux besoins et attentes de nos clients en lien avec l'ensemble de ces outils.

#### **Annexe :**

##### *10 - Schéma Gestion DATA 2020*

## LES SUPPORTS D'INFORMATION SONT ADAPTES, COMPLETS ET ACTUALISES

### 1. L'Office de tourisme fournit gratuitement des plans ou cartes sur support papier

Les plans ou autres brochures éditées par la SPL Saumur Val de Loire Tourisme sont **fournis gratuitement** aux visiteurs.

Les principaux supports d'information et de promotion imprimés sont :

- Le Guide touristique « *Bien plus que vous ne l'imaginez* » (version FR / GB /NL et version D / E / I) qui contient le détail pour concevoir son séjour
- Le Mag « magazine » nouveauté 2019 qui a pour vocation de séduire
- Le plan de Saumur et de la destination (FR / GB)
- Le plan de Doué-en-Anjou (FR / GB)
- Le plan de Gennes-Val-de-Loire (FR / GB)
- Le plan détachable de Saumur et de la destination esprit sous-main
- Le « Billetteries & Bons Plans » (FR / GB) qui présente l'offre des bons plans en terme d'évènements ou sites touristiques

Documents associés : Editions 2019

### 2. Les informations touristiques sont accessibles sur un site internet adapté aux appareils fixes et mobiles, compatible avec les principaux navigateurs. Le site est proposé en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie ; les traductions sont réalisées par des personnes qualifiées.

Le site web [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com) permet d'être consulté correctement sur smartphone et tablette (Android, IOS). Ses formats d'affichage et la simplicité de son ergonomie font qu'il est consultable sans difficulté sur les tablettes et smartphones (Android et IOS). Une nouvelle version du site web, même si le site web actuel connaît une audience en progression annuelle, est prévue pour 2020. Sa conception a été différée du fait du chantier numérique engagé fin 2018 qui s'est prolongé en 2019 avec l'acquisition de nouveaux outils numériques. Le développement de ce volet se fait progressivement (18 mois environ) car il comporte plusieurs « briques » (pour gérer l'information, pour commercialiser, pour le suivi de la GRC, pour la photothèque etc...) qui doivent être reliées le plus simplement possible.

À ce jour, le site web est partiellement traduit en anglais, allemand, néerlandais, espagnol et italien grâce à la publication de contenus dans ces 5 langues qui concerne prioritairement l'offre touristique de visites et de loisirs. Le cahier des charges du nouveau site web est en cours de réalisation.

Le site web [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com) permet **de consulter** le guide touristique, le magazine ou le catalogue groupes.

Les documents ci-dessous sont **téléchargeables** :

- Le Guide touristique Destination Saumur Val de Loire
- Le Magazine Destination Saumur Val de Loire
- Idées séjours (offre packagée pour une clientèle individuelle)
- Les plans de Saumur et de la destination
- Le catalogue groupes
- Les locations de salles pour mariages, séminaires, réceptions
- Les « bons plans »
- Le dossier de presse

Les traductions des contenus print ou web sont réalisées par des professionnelles de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Saumur – Espace Formation ou des personnes qualifiées dont la langue maternelle est celle correspondant aux besoins de traduction (anglais, néerlandais, allemand, espagnol, italien).

## **VI – L'OFFICE DE TOURISME EST A L'ECOUTE DU CLIENT ET ENGAGE DANS UNE DEMARCHE PROMOUVANT LA QUALITE ET LE PROGRES**

**1 - L'Office de Tourisme met en place un dispositif de collecte et de traitement des réclamations et organise l'étude de la satisfaction des clients sur les différents services qu'il propose. Il met en place des actions permettant l'amélioration de l'accueil et formalise ses procédures internes.**

Afin de maintenir un niveau de qualité de service et de continuer à progresser, l'équipe est toujours à l'écoute des clients et **des enquêtes de satisfaction clients** sont réalisées tout au long de l'année et dans tous les services. Elles permettent d'évaluer la qualité de l'ensemble des services offerts à la clientèle. Des questionnaires en vis-à-vis à l'accueil, faisant suite à une demande de documentation en ligne, commercialisation groupes ou commercialisation individuelle en ligne sont proposés aux clients. Des questionnaires de satisfaction sont également en libre service dans l'ensemble des bureaux d'information touristique.

De plus, des audits internes sont organisés dans tous les services à raison d'une fois tous les 2 ou 3 ans pour s'assurer que l'ensemble des activités est auto-évalué sur un cycle de 3 ans conformément aux exigences de la norme NF Service. Ils permettent de s'assurer que les dispositions et l'organisation mises en place restent conformes à ce qui est prévu. Ils permettent également de proposer des pistes de progrès et ainsi d'améliorer le fonctionnement de chaque service et notamment l'accueil des publics.

Le système qualité de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme est formalisé par un manuel qualité, des procédures, des fiches d'instruction et des modèles.

**2 - L'Office de Tourisme est certifié ou labellisé ou détenteur d'une marque sur la base d'un référentiel national ou international relatif à la qualité de service se caractérisant par un dispositif de reconnaissance par une tierce partie.**

L'Office de Tourisme Saumur Val de Loire Tourisme a obtenu la **certification NF Service** en 2001 et a été ré-audité du **20 au 22 novembre dernier par AFNOR Certification** pour son renouvellement de certification NF Service. L'Office de Tourisme a reçu son certificat prouvant la décision positive d'AFNOR concernant la certification.

**La marque NF Service** prouve la conformité à la norme NF X50-730 et aux règles de certification NF 237. Elle garantit que les activités d'accueil, d'information, de promotion/communication, de production/commercialisation, de la boutique, de création et gestion d'événements, l'évaluation et l'amélioration de la qualité de service sont contrôlés régulièrement par AFNOR Certification.

L'Office de Tourisme dispose également de la marque **QUALITE TOURISME** depuis 2005.

11 - Certificat NF Service

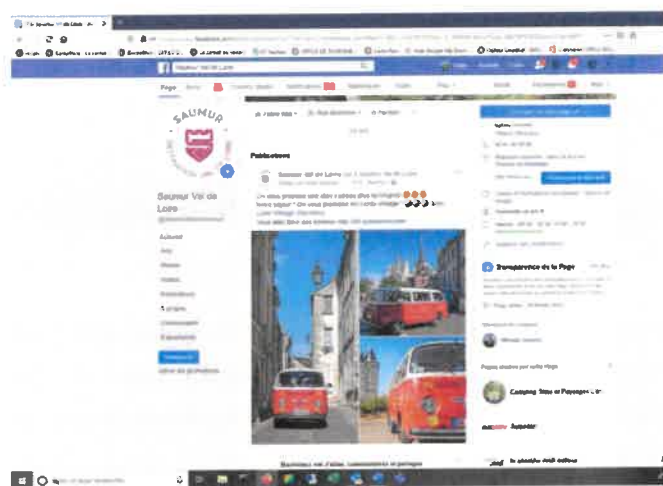
12 - Bilan qualité 2018

13 - F40 Suivi des commentaires laissés par les clients sur le web

14 - F34 Réponse aux réclamations écrites ou orales

15 – Mod 900 - Questionnaire de satisfaction en vis-à-vis en français

**3 – L'Office de Tourisme dispose de comptes sur les réseaux sociaux et y intervient pour valoriser la destination et répondre aux questions et avis publiés**



Page Facebook  
Saumur Val de Loire Tourisme

Afin de promouvoir la destination et de garantir la qualité de celle-ci, une présence « Réseaux Sociaux » est gérée quotidiennement selon un planning rédactionnel. Chaque jour, l'animatrice numérique de territoire (ANT) regarde les avis ou commentaires des internautes via le site de Facebook, Instagram, Twitter, afin de détecter les éléments positifs et à améliorer, elle répond aux avis et aux réactions et questions des internautes. Les commentaires laissés par les internautes contribuent à la mise en valeur de la destination. Une veille sur Tripadvisor ou Google my business est réalisée quotidiennement, des réponses aux avis sont publiées en fonction des remarques des internautes.

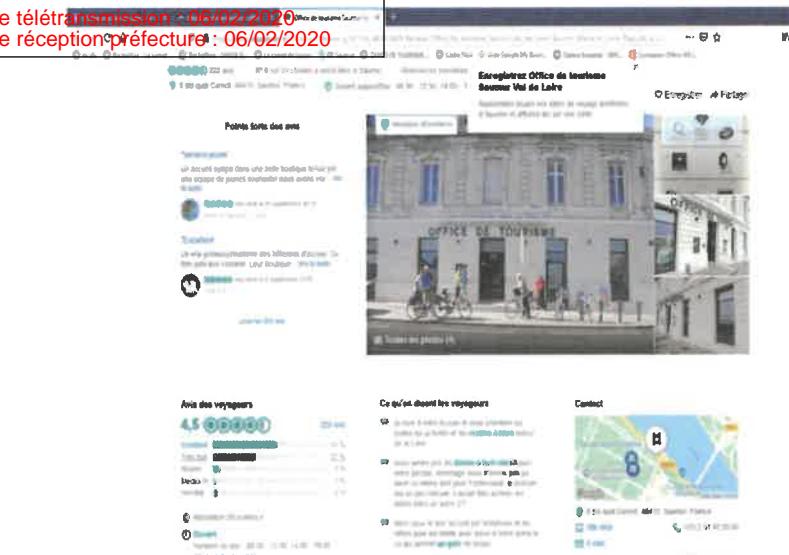
Les objectifs en terme de réseaux sociaux sont :

- Arriver à maintenir le niveau de performance atteint jusqu'ici sur facebook en travaillant conjointement avec l'agence social media We Like Travel depuis mai 2018
- Contribuer au changement d'image via Instagram en développant la publication, multipliant les photos pour animer les réseaux sociaux et contribuer à augmenter le nombre d'abonnés et d'impressions de publications
- Favoriser l'engagement des communautés en faveur de la destination.

Annexes :

16 - Chiffres réseaux sociaux novembre 2019

17 – Rapport social media 2018 – Facebook 2018 – Instagram 2018



Page Office de Tourisme Saumur Val  
de Loire  
Note de 4,5/5  
Attestation d'excellence

## VII – L'OFFICE DE TOURISME DISPOSE DE MOYENS HUMAINS POUR ASSURER SA MISSION

L'Office de Tourisme emploie un directeur justifiant d'une aptitude professionnelle appropriée, titulaire d'une formation de niveau 6 ou d'une expérience professionnelle dans un poste similaire, et des collaborateurs permanents représentant au moins 5 équivalents temps plein travaillé

Jean-Jacques MICOUD, est Directeur Général de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme depuis juillet 2017. Il est titulaire d'une formation d'aménagement du territoire (1983 – 1989) à Lyon.

En 28 ans d'expérience dans le domaine du tourisme institutionnel, il a eu l'occasion de travailler à l'échelle locale, départementale et régionale. Il a également eu l'opportunité d'appréhender plusieurs types d'espaces touristiques, mer, montagne et campagne. Il a été successivement directeur du CDT et du SLA de l'Ain, puis directeur du CDT du Morbihan, puis directeur du CRT de Franche Comté, directeur de l'Office de Tourisme des Orres et directeur du service tourisme de la Communauté de Communes de La Domitienne.

Quel que soit le territoire, le tourisme est un levier de développement économique. Sa priorité est donc de travailler sur l'attractivité globale, en gardant toujours à l'esprit l'attente du client. C'est la base de toute stratégie marketing.

### Annexe :

#### 3- Organigramme des membres de l'équipe de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

## VIII – L'OFFICE DE TOURISME ASSURE UN RECUEIL STATISTIQUE

1. L'Office de Tourisme tient à jour un tableau de bord de la fréquentation touristique locale, notamment du nombre de visiteurs accueillis à l'Office de Tourisme, la fréquentation du site internet et dans la mesure du possible la nature et la durée des séjours, la fréquentation des hébergements touristiques, des sites touristiques, de sa zone géographique d'intervention.

L'Office de Tourisme de Saumur est équipé d'un **compteur d'entrées** depuis juillet 2013. Il est donc possible de faire des comparaisons de fréquentation (entrées et sorties) avec l'année précédente. D'autre part, chaque bureau d'information touristique réalise un **suivi de sa fréquentation touristique pour la période d'avril à septembre** ce qui permet une comparaison par bureau mais aussi sur sa période d'ouverture qui peut être à l'année. Le bureau d'information touristique de Montsoreau mutualisé avec la Maison du Parc Naturel régional dispose également d'un compteur d'entrées.

L'Office de Tourisme dispose également **de statistiques de fréquentation de son site web**.

L'Office de Tourisme dispose d'un outil appelé StaRT pour établir son **tableau de bord de la fréquentation touristique**. StaRT permet de disposer de chiffres qui constituent un véritable outil d'aide à la décision pour l'ensemble des acteurs concernés par le tourisme : professionnels, institutionnels..., à quelque niveau d'intervention que ce soit : local, départemental, régional et national. Il appréhende le phénomène touristique dans son ensemble : hébergements, lieux de visite, accueil dans des Office de Tourisme... Il est conçu comme un véritable réseau de partenaires qui échangent de l'information. C'est un outil d'animation et de conseil pour connaître l'offre touristique et l'adapter aux clientèles, réorienter les politiques de promotion et prendre des décisions en matière d'investissement et de fonctionnement.

L'Office de Tourisme se charge donc de la saisie d'environ 80% des membres du panel volontaires (hôtels, campings, lieux de visite). Les 20% restants saisissent directement leurs chiffres sur l'espace pro grâce à un identifiant et un mot de passe, ou par l'intermédiaire de leur filière respective (exemple du réseau "Visitez nos entreprises").

L'Office de Tourisme est ensuite en charge de l'analyse sur son territoire pour élaborer un bilan annuel des résultats.

Les résultats étant saisis sur le module statistique via la passerelle web des Pays-de-la-Loire, ils sont collectés aussi utilisés par le Département et la Région pour l'analyse à leur échelon. Les résultats de l'activité touristique sont diffusés à chaque partenaire du panel participant à StaRT.

D'autre part, l'Office de Tourisme peut disposer des statistiques réalisés et en ligne sur l'espace pro d'Anjou Tourisme pour l'Anjou (chiffres clés 2017 – étude de fréquentation touristique en Anjou 2016 – Flux vision Tourisme Orange).

Le **bilan des chiffres clés** réalisé par la SPL Saumur Val de Loire Tourisme porte sur les statistiques de la période d'avril à septembre (haute saison) pour l'hôtellerie de tourisme, l'hôtellerie de plein-air et les lieux de visite mais aussi pour la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre (toute l'année) pour les données concernant l'offre touristique, l'oenotourisme, l'itinérance ou le cyclotourisme. L'Office de Tourisme met à disposition ses chiffres sur le territoire de la destination Saumur Val de Loire à qui le souhaiterait.

18 - Chiffres clés – Destination Saumur Val de Loire 2018

19 - Compteur d'entrées – Comparaison de de 2015 à 2019

20 - Statistiques du site web 2018

21 - Bilan de fréquentation de la saison touristique 2019 des BIT

22 - Bilan de fréquentation annuel 2018 du BIT de Saumur

## 2 – L'Office de Tourisme met en place un observatoire sur la satisfaction client à l'échelle de la destination et une gestion de la relation client

L'objectif qualité est bien de maintenir la qualité de service et de conserver un accueil performant au niveau de l'Office de Tourisme et de la destination Saumur Val de Loire Tourisme

Mettre en place l'**observatoire sur la satisfaction client** à l'échelle de la destination visant à améliorer la satisfaction des visiteurs tant sur l'Office de Tourisme que sur la destination Saumur Val de Loire est une des priorités.

Les dysfonctionnements ou commentaires rencontrés à l'échelle de la destination sont rares, mais dans le cas de remarques clients concernant un partenaire, un prestataire de la destination, ou lié à un évènement, une discussion entre la direction et les membres de l'équipe concernés est menée pour trouver ensemble l'action corrective à mettre en place. Cela peut concerner un prestataire hôtelier qui ne respecte pas les engagements qualité attendus pour une prestation, cela peut concerner des tarifs pratiqués dans un site touristique, etc....

Par exemple, un des sujets auquel l'Office de Tourisme attache une grande importance concerne le transport en bus, et notamment les lignes estivales de la Ville de Saumur vers les sites importants de la destination. Une réunion de bilan a lieu chaque année avec les partenaires d'Agglobus et des services de Saumur Agglo afin de faire un bilan de l'organisation de la saison (points positifs et négatifs) et de définir ensemble un nouveau fonctionnement pour l'année suivante. Sont alors portés à la connaissance des partenaires les remarques des clients et les dysfonctionnements recensés par l'équipe de l'Office de Tourisme dans le courant de l'année.

Dans tous les cas, le rôle de l'Office de Tourisme est de recenser les avis ou remarques clients relatifs à la destination, et les transmettre aux partenaires concernés. Une procédure qualité est mise en place pour en assurer le suivi (réponse formulée, communication de l'action corrective entreprise etc...). Les avis des clients sont toujours écoutés et permettent de mettre en place des pistes de progrès et d'améliorer de la qualité de service de la destination.

D'autre part, sur **chaque offre touristique visitée sur le site web**, l'internaute a la possibilité de s'exprimer et de laisser un commentaire en pied de page où la fonctionnalité est activée. Celui-ci fait aussi l'objet d'un suivi personnalisé dans le cadre de la démarche qualité.

Différents supports permettent au client de s'exprimer :

- Questionnaires de satisfaction en vis-à-vis (accueil, information)
- Questionnaires de satisfaction envoyés par mail (commercialisation groupes, individuels forfaits, billetteries, boutique, site web)
- Questionnaires partenaires (promotion, salons)

- Site web et les avis sur les offres touristiques de la destination
- Remarques orales.

Une synthèse issue de l'analyse des questionnaires, des remarques orales, des réclamations ou avis positifs, des suggestions, des avis postés sur les réseaux sociaux, et de l'auto-évaluation interne fait ressortir les points forts et les points à améliorer. Cette synthèse permet la mise en place d'actions d'amélioration au niveau de La SPL Saumur Val de Loire Tourisme et permet d'engager le dialogue avec les prestataires et les collectivités si nécessaire.

A l'aide des résultats des enquêtes de satisfaction (écoute client), et à partir de la synthèse, un **bilan qualité annuel** qui intègre des chiffres clés est réalisé, des données pertinentes qualitativement et quantitativement sur l'ensemble des services de l'office de tourisme et des données sur la destination. Ce bilan qualité est communiqué via les newsletters, en réunion de conseil d'administration, comité technique, ou toute autre réunion animée par la direction avec nos partenaires. Le bilan est aussi disponible sur l'espace pro du site web.

Le client est au centre des préoccupations. La SPL Saumur Val de Loire vient de s'équiper **d'un nouvel outil de gestion de la relation client AVIZI de Proximit**. En complément d'APIDAE, notre nouveau système d'informations, AVIZI servira à gérer les courriers, gérer les stocks de documentation, accueillir les visiteurs, saisir et traiter les demandes d'informations et de brochures touristiques, qualifier la clientèle, gérer la base de données contacts, privés et professionnels, suivre la fréquentation des BIT, éditer des statistiques de fréquentation, réaliser et uniformiser des campagnes emailings et sms, animer la base de contact, analyser les retombées de communication. Il permettra donc parallèlement à l'observatoire sur la satisfaction client d'avoir une meilleure gestion de la relation client.

#### Annexes :

*12 – Bilan qualité 2018*

*15 - Mod 900 - Questionnaire de satisfaction en vis-à-vis en français*

*13 – F40 Suivi des commentaires laissés par le client sur le site web*

*14 – F34 Réponses aux réclamations des clients*

## **IX - L'OFFICE DE TOURISME MET EN ŒUVRE LA STRATEGIE TOURISTIQUE LOCALE**

Une convention de délégation de service public entre la SPL Saumur Val de Loire Tourisme et la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire a été signée le 22 juin 2017. Cette convention définit clairement les objectifs et les missions, les moyens humains, matériels et financiers mis à la disposition par la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire.

La SPL Saumur Val de Loire Tourisme est associée à la réflexion et la mise en œuvre du schéma de développement et d'organisation touristique de la destination.

#### Annexes :

*23 - Schéma de développement et d'organisation touristique*

### Les grandes lignes de la feuille de route de Saumur Val de Loire :

1. Mettre en œuvre la stratégie définie à l'échelle communautaire dans le cadre de l'audit identitaire et du schéma de développement touristique
2. Positionner Saumur Val de Loire comme une destination majeure, centrale et incontournable du Val de Loire inscrit au Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO
  - En confortant les filières incontournables pour « sortir du lot » tourisme patrimonial (châteaux...), Loire à Vélo, vignoble et œnotourisme
  - En renforçant les filières spécifiques et identitaires pour se démarquer : troglodytisme, cheval et tradition équestre
  - En coordonnant et hiérarchisant les filières complémentaires pour les rendre plus lisibles : tourisme de nature et évènementiel
  - En structurant les filières transversales : hébergements, tourisme d'affaires
3. Privilégier une approche marketing territorial :
  - En ciblant de nouvelles clientèles de tourisme de découverte du Val de Loire
  - En fidélisant les familles en vacances, les résidents de proximité et les œnotouristes
  - En structurant les filières transversales : hébergements, tourisme d'affaires
4. Maintenir une qualité d'accueil et de services identiques dans l'ensemble des bureaux d'information touristique en prenant appui sur la certification NF Service et la marque Qualité Tourisme.

#### 1) L'Office de Tourisme élabore et met en œuvre une stratégie touristique précisant les missions de l'Office de Tourisme dans les points suivants :

##### A. La politique d'accueil



La SPL Saumur Val de Loire Tourisme a réfléchi à un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information – SADI – autour de l'accueil dans les murs et hors les murs de l'office, à l'échelle du territoire, et de la destination depuis quelques années. La prise en compte du parcours client, de ses attentes et de ses usages en sont le socle.

6 bureaux d'information touristique sont donc implantés sur le territoire avec une équipe de 13 conseillers permanents pilotés par une responsable de Pôle Accueil Information Boutique et renforcée par une équipe d'environ 7 saisonniers en saison. Ce maillage territorial permet d'accueillir les clientèles dans de bonnes conditions avec un accueil privilégié, local et expert sur chaque territoire. La connaissance du territoire est un atout indéniable sur une telle destination et les heures de formation dédiées à la connaissance du territoire en témoignent (cf. bilan qualité 2018)

L'accueil sur un savant dosage d'expertise et de bienveillance humaines associées à des canaux de diffusion appropriés et complémentaires comme le papier, et les services numériques. L'Office de Tourisme d'aujourd'hui est assisté du numérique (et les projets en cours en témoignent) sans oublier pour autant la relation client et le contact privilégié qui font la force de l'accueil de l'Office de Tourisme. L'humain reste donc au cœur du processus d'accueil avec une mission et un service de premier ordre. Le renfort d'une équipe de saisonniers formés et confirmés sur l'ensemble des BIT confirment le choix stratégique d'un accueil d'excellence et constitue une véritable valeur ajoutée.

Une importance est portée aux informations fiables diffusés sur la destination à partir des données communiquées par nos partenaires et de la richesse des contenus concernant nos brochures mais aussi le site web.

L'Office de Tourisme est au cœur de l'activité et est également rendu plus attractif grâce aux différents services proposés à l'accueil : boutique, bons plans et billetteries de sites touristiques ou événements, réservations d'hébergement, consignes à bagages, kit de réparation pour les cyclotouristes, hotspot wifi etc...

La relation client est également une priorité : bien accueillir, faire vivre un bon moment, faire consommer, donner envie de parler de ses vacances, faire revenir, et fidéliser.

## B. La commercialisation



L'Office de Tourisme dispose d'un Pôle Commercialisation dédié au service pour les groupes, le tourisme d'affaires et les individuels.

Conformément aux dispositions du Code du Tourisme, l'agence réceptive de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme est dotée d'un certificat d'immatriculation délivré par ATOUT FRANCE. Elle est couverte par une assurance responsabilité civile auprès de la compagnie d'assurance AXA, et dispose d'une garantie financière auprès de GROUPAMA. 5 salariées travaillent pour le Pôle Commercialisation. Au service groupes, une responsable à plein temps et 2 assistantes de commercialisation, au service individuels une personne à plein temps pour les forfaits et une autre pour la billetterie, plus une conseillère en séjour dont une de ses missions est l'hébergement sec.

L'agence réceptive propose une offre de prestations principales de la destination Saumur Val de Loire Tourisme, et de prestations secondaires sur l'Anjou et les départements limitrophes.

L'offre de prestations est adaptée à l'accueil des groupes, ou le tourisme d'affaires tout spécialement en ce qui concerne l'hébergement (nombre minimum de chambres) et la restauration (nombre de couverts, de salles, équipements séminaires etc....).

L'agence réceptive commercialise des produits simples (ex: visites guidées) et des produits composés (ex: circuit d'une journée ou séjour). Elle propose une gamme étendue de services à la carte et "sur mesure".

location de salles (pour des capacités allant d'une dizaine à 2000 personnes) présentant des configurations très diverses (dans des hôtels, des sites touristiques, des caves, au cœur d'une abbaye, sur un bateau de Loire...)

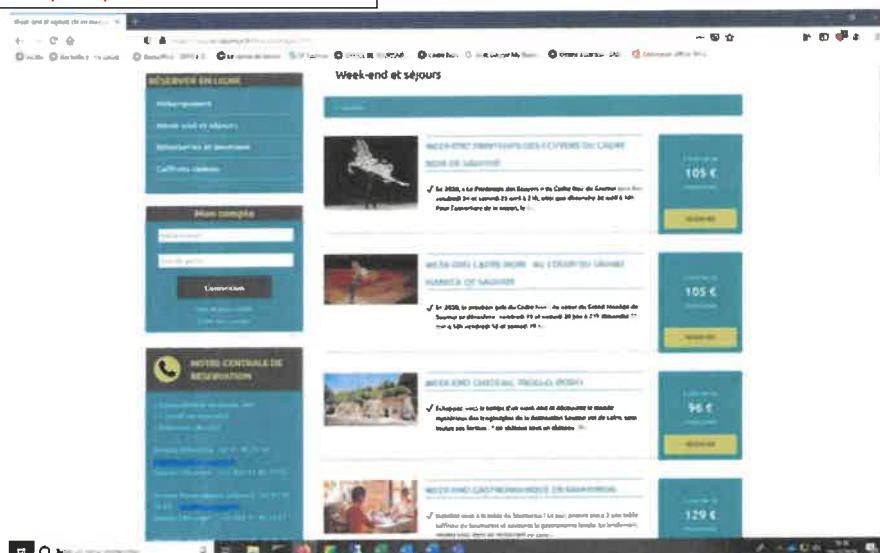
- gestion des réservations des hébergements des congressistes et des accompagnants (par téléphone, courrier et en ligne)
- organisation des transports et navettes sur le territoire
- mise au point et réservation des programmes de visites et d'excursions (visites de caves, châteaux, sites troglodytiques, abbaye, musées, Cadre Noir, visites guidées, croisières sur la Loire...) pour les congressistes, leurs accompagnants et/ou des délégations (clients, partenaires, nouveaux cadres ou collaborateurs, etc...)
- organisation de repas classiques, traditionnels (fouées) ou animés (intronisations...), dîners ou soirées de galas, en partenariat avec des restaurateurs ou traiteurs locaux, y compris dans des lieux insolites et/ou prestigieux (caves, châteaux...)
- fourniture de prestations d'incentive (montgolfières, chasse au trésor, Loire à vélo, boules de fort, rallye auto, descente de la Loire en canoë, découvertes œnologiques et dégustations, etc...)
- fournitures de cadeaux d'accueil et autres prestations à la demande

L'Office de Tourisme présente l'avantage d'être un **interlocuteur unique** qui connaît particulièrement bien le territoire et ses prestataires. Il est donc particulièrement bien placé pour **orienter et conseiller ses clients** en fonction de leurs attentes pour l'organisation d'un séjour, d'un congrès, d'un séminaire ou de tout autre événement. Cette notion d'interlocuteur unique est particulièrement important pour travailler en direction des Tour Opérateurs (B2B) afin d'optimiser la programmation du territoire.

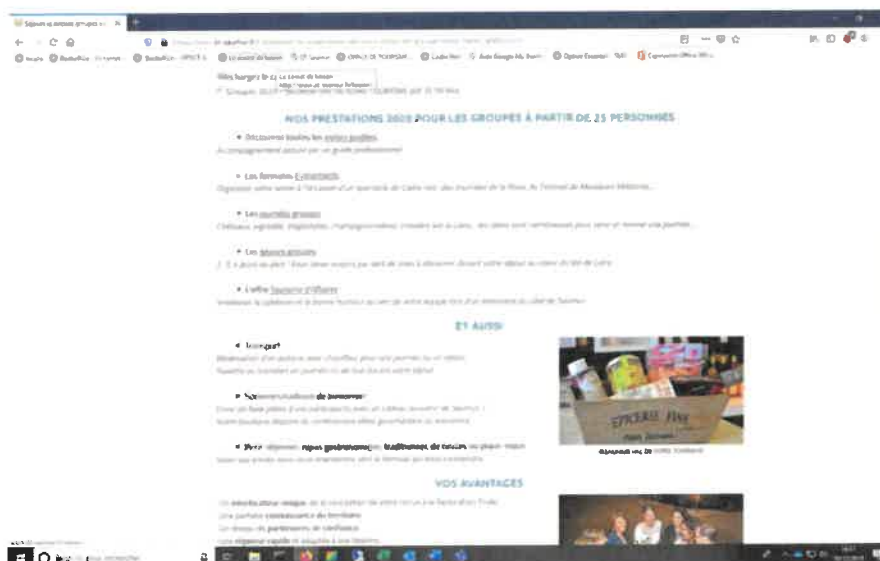
**La centrale de réservation en ligne** de l'Office de Tourisme propose pour les individuels une offre de prestations simples (hébergement sec et billetteries) et une offre de prestations assemblées (forfaits réservables en ligne) :

- l'offre de réservation d'hébergements secs ne concerne que les hôtels et les chambres d'hôtes.
- l'offre de réservation de forfaits est limitée au territoire de Saumur Val de Loire. Elle ne concerne que les hébergements déjà inscrits et paramétrés dans la centrale de réservation en hébergement sec, qui ont accepté d'être partenaires des formules de séjour "tout compris". Les prestations annexes des forfaits sont fournies soit des services proposés par l'Office de Tourisme directement (comme des billetteries), soit par des prestataires adhérents de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme sélectionnés en fonction du thème du forfait.

## Capture écran de site web "week-end séjour"



## Capture d'écran « service groupes »



### C. L'animation du réseau des acteurs touristiques, accompagnement dans la transition numérique, assistance aux porteurs de projets

L'Office de Tourisme met en place des actions d'animation du réseau des acteurs touristiques locaux, notamment la tenue de réunions de restitution avec les socio-professionnels et organise :

- Un comité technique
- Des petits déjeuners dans les BIT
- Une bourse aux dépliants et affiches en mars
- Un éductour
- Des réunions de travail avec les professionnels autour de sujets filières comme l'œnotourisme, l'itinérance, des événements comme Anjou Vélo Vintage, les lignes de bus estivales etc...

Des réunions avec des professionnels pour la préparation et le bilan des opérations de promotion comme les salons en France ou à l'étranger ou bilan de saison

D'autre part, l'ANT (Animateur Numérique de Territoire) de la SPL et l'équipe du Pôle Marketing Promotion Communication travaillent ensemble sur une nouvelle organisation et accompagnent les acteurs touristiques dans la **transition numérique**. Un diagnostic numérique est prévu en janvier 2020. Les résultats permettront de mettre en place un plan d'actions pour orienter les acteurs touristiques vers des formations / ou des actions adéquates.

Le Pôle Marketing de l'offre - Développement autour du Directeur Général est en charge de porter assistance aux **porteurs de projets**, son rôle est d'écouter, d'apporter des conseils, de communiquer sur des statistiques de la destination. Cela se traduit par des rendez-vous, des rencontres, des mises en réseau, des témoignages. 7 porteurs de projets ont été rencontrés en 2019 concernant les activités de pleine nature, équestres ou les hébergements. Un projet à long terme est en cours de requalification, il s'agit de la Chevalerie de Sacé au nord du territoire.

#### Annexe :

#### *25 - Guide du partenariat 2020*

#### **D. La promotion de la destination et la communication grand public**



#### **La démarche marketing :**

##### **a) Constat**

Si l'Anjou a une image touristique au niveau nationale, le territoire de Saumur Val de Loire souffre d'une « absence » de leader de notoriété malgré une offre originale, riche et diversifiée et son style « Art de vivre à la française »

##### **b) Problématique**

Quelles solutions pour que l'on dépasse ce problème identitaire latent et glisse vers une nouvelle ambition inscrite dans le Schéma local ?

##### **c) Réponse**

Engager une nouvelle dynamique et une démarche collaborative autour des thématiques identifiées :

- Cheval / Troglodytes / Châteaux / La Loire à vélo / Oenotourisme
- L'évènementiel / Le sport et les activités de pleine nature
- Tourisme d'affaires et de congrès / Les hébergements (Qualité/insolites)

- Développer la notoriété et l'image de la destination
- Favoriser l'accroissement de flux de visiteurs français et étrangers
- Augmenter le chiffre d'affaires touristique sur le territoire.

#### La définition des objectifs et les moyens mis en œuvre :

##### **a) Objectifs marketing**

- Passer d'une ville étape à une VRAIE destination
- Augmenter la saison
- Renforcer la notoriété de Saumur Val de Loire

##### **b) Valeurs prioritaires**

- L'art de vivre
- La convivialité
- L'authenticité
- La beauté / le charme
- L'élégance

##### **c) Clientèles prioritaires**

- Dessaisonnalisation / offre à l'année
  - Clientèle de court séjour à moins de 3 heures : Grand Ouest / Ile de France
  - Clientèles thématiques : vins, vélo, découvreurs, événementiels Cadre Noir...
- Développement : clientèle internationale et nationale du Val de Loire et de l'Anjou
- Fidélisation
  - Clientèle traditionnelle des vacances estivales
  - Clientèle courts séjours de proximité
  - Clientèle œnotouristique

##### **e) Positionnement et promesse client**

Afin d'accentuer notre positionnement géographique, il a été décidé de porter l'appellation « **Destination Saumur Val de Loire** ».

- La "**vision**" du territoire est celle-ci :

Prouver que Saumur Val de Loire est une destination crédible toute l'année et qu'il y a toujours une bonne raison de revenir.

- La **mission** :

Créer et vivre ensemble des expériences authentiques, conviviales et surprenantes ouvertes à tous, via des événements forts, pour faire revenir nos clients...

- La **promesse** :

Partager des émotions et des sensations mémorables dans un environnement surprenant et préservé.  
Devenir une destination étonnante, à choix multiples

- La **signature** :

➤ Destination Saumur Val de Loire...

Bien plus que vous ne l'imaginez !

##### **f) Moyens mis en œuvre**

Afin d'aboutir à ces objectifs plusieurs moyens sont mis en œuvre :

- Les outils print

Édition et diffusion de brochures (guide des hébergements/restaurants, sites à visiter, manifestations...) à l'échelle locale, nationale et internationale.

- **Le web**

Site web recensant toute l'offre touristique du territoire et présentant la destination à travers des supports tels que la vidéo, les photos et des rédactionnels...

- **Les réseaux sociaux**

Relais des informations sur Facebook, Instagram, twitter, YouTube...

- **Relations presse**

Accueils, accompagnements, voyages de presse, pour divers supports : presse écrite, télé, internet, ou encore radio.

- **Educours/workshop/démarchages**

Sensibiliser les professionnels, Tour-Opérateurs, autocaristes, agents de voyage pour insérer la Destination Saumur Val de Loire dans leur brochure.

- **Salons du Tourisme et Ambient marketing**

Promotion de Saumur Val de Loire en proximité, à l'échelle nationale et Internationale. L'Office de Tourisme propose à ses nombreux et fidèles partenaires de mener ensemble des opérations de promotion et de communication, principalement au plan national.

À l'étranger, l'OT considère qu'il est déterminant d'inscrire ses actions aux côtés d'Anjou Tourisme, de l'Agence régionale des Pays de la Loire ou encore d'Atout France afin de mutualiser les coûts et d'être plus efficient.

## La stratégie opérationnelle de communication :

### *a) Une nouvelle identité visuelle*



La SPL Saumur Val de Loire Tourisme s'est dotée d'une nouvelle identité visuelle.

C'est l'agence angevine Maeko qui a été retenue après l'appel d'offre réalisé en début d'année 2018.

Une déclinaison de logo est disponible pour la SPL et les acteurs du Tourisme.

Il a été convenu de réaliser ce logo avec différentes couleurs : Or, lie de vin, turquoise, moutarde, blanc, noir et deux formes différentes : rectangulaire ou ronde pour pouvoir l'adapter sur tout type de support.

L'objectif étant que le maximum de prestataires se l'approprient et le partagent.

### *b) Code et guide de marque*

Dans la suite logique de l'audit identitaire, la SPL Saumur Val de Loire Tourisme s'est dotée d'un code de marque articulé avec celui de L'Anjou. Un guide des marques partagées Anjou – Saumur a été élaboré : il permet, pour tous les supports de communication, de disposer d'une "boîte à outils" qui a été proposé aux partenaires afin qu'ils partagent cette même marque territoriale, qu'ils revendiquent leur appartenance au territoire et qu'ils deviennent co-acteur de cette marque partagée Saumur – Anjou – Val de Loire.

### ***c) Charte éditoriale***

Cette charte éditoriale a été rédigée pour être le document de référence, le guide destiné à assurer la cohérence et la qualité de nos publications. Elle formalise la ligne directrice et non la collection de règles absolues à suivre pour s'adresser à nos visiteurs.

La charte aborde à la fois le fond et la forme des contenus à publier. Elle précise les objectifs, les cibles et la ligne éditoriale.

C'est une nécessité pour concevoir, produire et diffuser des contenus homogènes, conforme à notre identité.

### ***d) Augmenter la notoriété de la Destination Saumur Val de Loire***

Augmenter la notoriété du Saumurois est un axe clé de la nouvelle stratégie. Le passage d'une destination de saison à une destination à l'année fait entrer dans un espace très concurrentiel dans lequel les acteurs du tourisme urbain en particulier sont extrêmement dynamiques.

Le Saumurois ne manque pas d'atouts auquel pourra se rajouter celui de la nouveauté pour des clientèles et des distributeurs toujours en recherche de cet attribut.

L'intensification des relations média apparait comme le moyen offrant le meilleur rapport coût/avantage pour obtenir un effet sensible de notoriété.

Elle s'appuiera sur trois axes importants :

- Le Social media
- les relations media web
- la Télévision

### **La stratégie opérationnelle de marketing :**

#### ***a) La promotion Grand public***

La stratégie de promotion s'articule autour de 3 axes :

##### ***❖ Internet & web 2.0***

Une nouvelle version du site web sera mise en ligne en 2020. Le développement de ce volet se fait progressivement car il comporte plusieurs « briques » (pour gérer l'information, pour commercialiser, pour le suivi de la GRC, pour la photothèque...) qui doivent être reliées le plus simplement possible.

##### ***❖ Les réseaux sociaux***

Conscient du poids et des enjeux que représentent les médias sociaux dans la promotion touristique d'une destination, la SPL Saumur Val de Loire Tourisme s'est investi fortement sur les réseaux sociaux en développant une stratégie efficace sur sa page Facebook, puis Instagram dans un deuxième temps.

En 2018, la SPL a donc fait appel à une agence spécialisée We Like Travel afin de développer la notoriété et la visibilité de Saumur et ses environs. Il était d'abord envisagé la prise en main de la page Facebook par un Community Manager de We Like Travel, pour qu'en 2019, la Community Manager de l'OT soit seulement accompagnée ponctuellement sur Facebook et Instagram puis intégralement autonome.

## **\* La promotion "classique" – les salons du Tourisme / l'Ambient Marketing**

Le principe d'une continuité de notre présence promotionnelle sur les salons et autres opérations spécifiques (galas du Cadre Noir, Bercy Village...) est maintenu pour 2020. Ces opérations font l'objet d'une concertation avec les partenaires en amont. Ils y trouvent un réel intérêt et manifestent le souhait de préserver cette forme d'action dans le plan de promotion qui est complémentaire aux actions web. Les cibles prioritaires pour ce type d'action sont les marchés de proximités, du grand ouest et de l'Île-de-France.

### **b) Le tourisme d'affaires**

Le potentiel existe mais le Saumurois n'est pas vraiment positionné sur ce marché. Pour autant, de nombreux opérateurs, du plus modeste au plus prestigieux, misent individuellement sur ce marché qui vient opportunément compléter l'activité principale de tourisme d'agrément. Compte tenu de ses points faibles (accessibilité hors voiture et atomisation du parc hôtelier), le Saumurois ne se positionnera pas en concurrence frontale avec les offres des villes plus structurées. Il prendra appui sur son patrimoine, ses vins et ses lieux d'exception.

Une réflexion est amorcée et a débouché sur la constitution, au sein de l'office de tourisme, d'un groupe de travail du tourisme d'affaires. Son objectif est de qualifier l'offre et de la structurer pour affirmer un positionnement collectif de la destination sur ce marché. Au-delà d'une stratégie de promotion, il s'agirait bien, en partenariat avec les opérateurs concernés, de mutualiser les moyens pour conquérir de nouveaux contrats. La dimension réceptive serait alors assurée par le service réceptif de l'office de tourisme.

### **c) Le tourisme de groupe**

Le Val de Loire reste l'une des destinations majeures pour cette forme de tourisme. Les offres seront retravaillées autour des notions d'intensité et d'expérience en cohérence avec les thématiques identitaires du territoire.

#### Annexes :

26 – Avenant n°1 à la convention de partenariat en matière de promotion touristique 2016 passée entre la CA SVDL et l'OT

27- Plan de promotion – communication (prévisionnel 2019 - 2021)

## **E. Actions de sensibilisation des touristes et acteurs touristiques en matière de protection de l'environnement et de développement durable**

En tant qu'acteur touristique du territoire, la SPL Saumur Val de Loire Tourisme s'est engagé en interne dans une démarche de développement durable. L'approche environnementale, sociale et économique a pour objectif d'inscrire la SPL Saumur Val de Loire Tourisme dans une dynamique de prévention et de limitation de ses impacts pour le 21<sup>ème</sup> siècle.

L'Office de Tourisme a fixé ses exigences de gestion environnementale qui intègrent les éléments relatifs à :

- la gestion des ressources (fluides et énergies, papier/documentation, etc..).
- la gestion des déchets
- la gestion des supports de communication (papier recyclé, gestion des tirages).

Une fiche déterminant les Eco-gestes à adopter dans l'entreprise a été réalisée et distribuée à tous les membres du personnel. Cette fiche décrit les gestes courants pour économiser l'eau et l'énergie, et pour trier les déchets.

L'Office de Tourisme a adopté une politique d'achat favorisant les produits ayant un label ou une certification environnementale (produits ménagers, café, thé...).

Les brochures principales sont consultables et téléchargeables sur le site web [www.saurmur-tourisme.com](http://www.saurmur-tourisme.com). Celui-ci est toujours en cours d'enrichissement en matière de contenu pour favoriser la consultation et l'information des internautes.

L'Office de Tourisme travaille avec des imprimeries locales et régionales soucieuses du développement durable et de l'environnement ayant acquis la certification Imprim'vert et PEFC.

La société avec laquelle a été signé un contrat pour l'entretien des locaux utilise des produits ménagers éco-labellisés. En dehors de ces contrats, le personnel achète dans la mesure du possible des produits ménagers écologiques.

Lors de la rénovation du bâtiment dans lequel se trouve le bureau de Saurmur, les architectes ont pris soin de respecter les normes en vigueur en termes de réduction d'énergie. Ils ont installé des ampoules basse consommation, des détecteurs de présence dans certaines pièces pour éclairer, et un système de chauffage et de climatisation efficace. De même, en ce qui concerne l'eau, des diffuseurs à détection ont été installés dans les sanitaires. Pour les autres locaux mis à disposition par les communes, une attention particulière a été apportée à l'énergie, le chauffage et l'eau. C'est le cas également du bureau d'information de Gennes qui vient d'aménager dans des nouveaux locaux neufs.

## **Les actions de communication de la SPL Saurmur Val de Loire Tourisme**

### **A l'accueil**

Les membres de l'équipe ainsi que des professionnels du tourisme de la Destination Saurmur Val de Loire suivent régulièrement des formations « Ambassadeurs du Parc » afin de contribuer à la valorisation du Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine.

D'ailleurs, une des conseillères en séjour fait partie du comité de pilotage au sein du PNR Loire Anjou Touraine pour l'attribution de la marque Parc (Valeurs Parc naturel régional).

Des modes de transports peu polluants sont proposés aux visiteurs pour découvrir la Ville de Saurmur notamment :

- en canoë
- dans le cadre des visites guidées des villes et villages, à pied ou à vélo.

L'Office de Tourisme informe les visiteurs sur les moyens d'accéder ou de se déplacer sur le territoire et ses environs en utilisant les transports en commun et les mobilités douces (bus, train, vélo,...).

**Dans le carnet de séjour des clients groupes (fiche infos pratiques)**, une information sur les éco-gestes est précisée : « Saurmur Val de Loire est situé au cœur du Parc naturel régional Loire Anjou Touraine. Merci de préserver cet environnement exceptionnel en multipliant vos éco-gestes durant votre voyage : maitrisez votre consommation d'eau, réduisez vos déchets, achetez local, préservez la Loire et ses bancs de sable (lieu important de nidification) ... »

### **Sur le web**

Le site web contribue à sensibiliser les internautes (habitants, visiteurs, touristes) à la gestion environnementale. On retrouve donc des liens vers les sites web de la Ville, de Saurmur Val de Loire et vers le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine.

Il permet d'informer les internautes sur les actions du PNR Loire-Anjou-Touraine sur tout le territoire et sur tous les événements liés à la nature et la randonnée mais aussi sur les possibilités de randonnées pédestres, les loisirs équestres, la Loire à vélo, le Thouet à vélo, la Vélo Francette et les locations de cycles.

Une communication est faite sur des sites touristiques qui mènent des actions en matière de préservation de la faune et des écosystèmes menacés (par exemple : le Bioparc) mais aussi sur les hébergements engagés dans une démarche de développement durable.

De la même manière, une mise en avant des labels est effectuée :

- « **La clef verte** » (label international de gestion environnementale pour l'hébergement touristique, attribué par la Fondation de l'éducation à l'environnement) qui récompense les hébergements touristiques pour leur dynamisme en matière de gestion environnementale,
- **l'Ecolabel européen** (seul label écologique officiel décliné à l'échelle européenne attribué par Afnor) qui certifie l'engagement au niveau du management avec une gestion appropriée de l'énergie, de l'eau, des déchets,
- **la marque Parc** (Valeurs Parc naturel régional) située dans le PNR Loire-Anjou-Touraine, (les propriétaires d'hébergements s'investissent au quotidien pour la qualité de l'environnement).

Une rubrique « séjourner autrement » sur le site web enregistrée dans la partie « coordonnées - contacts » présente l'engagement de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme pour le tourisme durable et respectueux de l'environnement. Il y est rappelé les éco-gestes lorsqu'on est en vacances, et les meilleures adresses sélectionnées pour leur engagement dans le développement durable, (hébergement, sites touristiques ou partenaires).

#### Sur les éditions

Une mention particulière correspondant à l'engagement du partenaire dans une démarche de développement durable (nature et patrimoine « clef verte » « ecolabel ») est indiquée sur le guide Destination Saumur.

#### Annexes :

28 - Plan d'actions développement durable 2019

29 – Eco-gestes

## **F. Amélioration de l'offre touristique à travers le classement des hébergements et la diffusion des marques**

La SPL Saumur Val de Loire Tourisme a pour mission de communiquer et de promouvoir les labels et marques de la destination. Que ce soit sur les supports de communication print ou web, à travers les réunions et rendez-vous avec les acteurs touristiques de la destination, il est important de veiller à l'amélioration de l'offre touristique à travers les différents classements des hébergements et la diffusion des marques.



La marque Tourisme & Handicap a pour objectif d'apporter une information objective et homogène sur l'accessibilité des sites et des équipements touristiques. Elle prend en compte les quatre familles de handicaps (auditif, mental, moteur et visuel). Cette marque est le fruit d'une collaboration entre plusieurs acteurs : le ministère chargé du Tourisme, les professionnels du secteur, les collectivités territoriales et les associations représentant les personnes handicapées

La marque Tourisme & Handicap permet aux personnes handicapées d'avoir accès à une **information fiable et objective** concernant **l'accessibilité des différents sites et équipements touristiques de France**. Le champ de la marque s'est étendu au fil des années à des activités touristiques variées qui sont regroupées en 5 catégories : hébergement, loisir, restauration, visite, information touristique. **L'Office de Tourisme Saumur Val de Loire a obtenu la marque Tourisme et Handicap / quatre types de Handicap** pour ses bureaux de Saumur et Montsoreau. Un salarié de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme est évaluatrice T&H et d'autres membres de l'équipe ont été formés à l'accessibilité.

Cette labellisation **garantit au visiteur un accueil de qualité et des conditions d'accessibilité adaptées**.



Certains établissements non labellisés possèdent néanmoins des aménagements permettant d'accueillir des personnes déficientes. **L'offre touristique accessible** est disponible sur le portail internet [accessible.net](https://accessible.net) « l'accessibilité pour tous, partout et en un clic ».

#### Supports de communication :

- Dans le guide touristique « Destination Saumur Val de Loire », les logos « Tourisme & Handicap » et « accessible.net » sont notés pour les prestataires ayant fait la démarche.
- Sur notre site web, une information sur l'accessibilité est indiquée pour chacune des offres proposées.

#### ❖ MARQUE - ACCUEIL VÉLO



Accueil Vélo® est une marque nationale qui garantit, le long des itinéraires cyclables, un accueil et des services de qualité auprès des touristes à vélo : chez les hébergeurs, les loueurs et réparateurs de vélo, dans les sites touristiques et au sein des offices de tourisme.

Tous les bureaux d'information touristique bénéficient de la marque **Accueil Vélo** : Saumur, Montsoreau, Fontevraud-L'Abbaye, Gennes-Val-de-Loire, Montreuil-Bellay et Doué-en-Anjou.

Les établissements labellisés Accueil Vélo sont mis en avant sur les supports de communication (guide touristique et site web). Le territoire compte plus de 80 prestataires labellisés : "Hébergement", "Sites de visite" et "Loisirs/location-réparation de vélos".

### Les engagements Accueil Vélo de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme sont les suivants :

- Un parc de stationnement vélo avec 5 racks
- Un point d'eau potable et des sanitaires mis à disposition dans les espaces communs ou à proximité immédiate
- Une information visible depuis l'extérieur de l'établissement en cas de fermeture avec les coordonnées de l'Office de tourisme ou celui le plus proche; les hébergements et loueurs de vélos à proximité et les numéros d'urgence
- Le bulletin météo à 3 jours, les horaires de train acceptant les vélos, les horaires de bus et coordonnées des taxis acceptant les cyclistes avec ou sans vélo, les parkings voitures et camping-cars courte et longue durée les plus proches,
- Des consignes à bagages
- Une documentation spécifique : liste des loueurs et réparateurs de vélos Accueil Vélo situés à proximité de l'itinéraire, liste des hébergements du réseau Accueil Vélo, documents existants dédiés aux itinéraires cyclables
- Des conseils aux touristes à vélo
- La mise à disposition d'un kit de réparation pour les petites avaries (matériel pour crevaison, jeu de clés standard, lubrifiant, pompe à pied) et d'un système de recharge des vélos à assistance électrique.

### ❖ III - MARQUE - LA LOIRE A VÉLO



La marque La Loire à Vélo a été déposée en 1998 par les Régions Centre et Pays de La Loire à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI). Cette marque est porteuse d'enjeux économiques et environnementaux. Son lien avec l'inscription du Val de Loire sur la Liste du patrimoine mondial – l'itinéraire La Loire à Vélo traversant la totalité du site inscrit par l'UNESCO – en renforce la notoriété et l'impact.

Elle constitue un potentiel important pour des actions sur :

- la promotion en s'appuyant sur la notoriété du Val de Loire
- le positionnement du produit La Loire à Vélo en s'attachant à la valorisation d'une offre touristique qui porte à la fois sur une destination et sur un service
- la qualification de l'offre touristique en utilisant le levier de la marque pour mobiliser les professionnels concernés.

Les bureaux d'information de Saumur, Montsoreau, Fontevraud-L'Abbaye et Gennes-Val-de-Loire bénéficient de la marque **La Loire à Vélo** car ils sont situés à moins de 5 kms du parcours.

Un établissement labellisé **La Loire à Vélo** est une garantie pour le touriste à vélo de trouver à moins de 5 km de son itinéraire cyclable :

- un accueil attentionné
- des informations et conseils utiles
- des équipements et des services adaptés.

## ❖ LABEL - VIGNOBLES ET DÉCOUVERTES



La marque Vignobles & découvertes, lancée en 2009, vise à promouvoir le tourisme sur le thème du vin et de la vigne. La destination Saumur Val de Loire bénéficie de ce label depuis l'année 2011.

Créé en 2009, le label Vignobles & Découvertes est attribué pour une durée de 3 ans par Atout France, après recommandation du Conseil Supérieur de l'Oenotourisme, à une destination à vocation touristique et viticole proposant une offre de produits touristiques multiples et complémentaires (hébergement, restauration, visite de cave et dégustation, musée, événement,...) et permettant au client de faciliter l'organisation de son séjour et de l'orienter sur des prestations qualifiées.

En Saumurois, de nombreux professionnels du tourisme se sont engagés dans la démarche Vignobles & Découvertes, leur promotion est faite dans les différents supports de communication et le site web grâce au logo Vignobles & Découvertes apposé sur l'offre du partenaire touristique.

Durant la période de validité de son droit d'usage de la marque, la SPL en tant que bénéficiaire de la marque a la possibilité d'ajouter au réseau un/des partenaire(s) qu'elle considère comme pertinent(s). La référente oenotourisme de l'Office de Tourisme peut suggérer à ces partenaires disposant soit d'un label qualité soit faisant partie des « Caves Touristiques » d'Interloire de rentrer dans le réseau Vignobles & Découvertes. Le dossier est ensuite transmis à l'ADT Anjou qui se charge de coordonner et transmettre l'ensemble des demandes du département à Atout France.

Au plus tard un mois à compter de la réception du dossier, Atout France informe par tout moyen le porteur de projet de la destination de l'attribution du droit d'usage de la marque aux partenaires déclarés éligibles.

## IV – DEMARCHE QUALITE

### La marque Qualité Tourisme



La marque Qualité Tourisme fait l'objet d'un logo apposé sur les offres de nos partenaires sur les supports de communication et sur le site web.

L'Office de Tourisme a reçu la marque nationale QUALITE TOURISME conformément à la démarche QUALITE des Offices de Tourisme de France en septembre 2005. Cette marque sélectionne et fédère sous un même symbole les démarches qualité engagées pour la satisfaction dans l'hébergement, la restauration, les cafés et brasseries, les agences de locations saisonnières et les Offices de Tourisme. Qualité Tourisme, c'est pour tous un gage de qualité de service dont la satisfaction des clients est l'objectif principal.



L'Office de Tourisme Saumur Val de Loire Tourisme a obtenu la certification NF Service délivrée par AFNOR Certification en avril 2001 et son renouvellement en novembre 2019.

Cette marque prouve la conformité à la norme NF X50-730 et aux règles de certification NF 237. Elle garantit que les activités d'accueil, d'information, de promotion/communication, de production/commercialisation, de la boutique, gestion et création d'événements, l'évaluation et l'amélioration de la qualité de service sont contrôlés régulièrement par AFNOR Certification.

## V – LOCATIONS SAISONNIERES ET CHAMBRES D'HOTES : CLASSEMENT

134 meublés de tourisme partenaires sont référencés dans la destination Saumur Val de Loire Tourisme dont 46 sont labellisés (gîtes de France, Clévacances), 85 sont classés en étoiles par Anjou Tourisme et 3 sont non classés (gîtes fluviaux).

Sur 56 chambres d'hôtes référencées partenaires, 24 sont labellisées. La référente « locations saisonnières » à l'Office de Tourisme visite les chambres d'hôtes avec comme support le référentiel « Chambres d'hôtes Anjou non labellisés ». 13 visites ont été effectuées en 2019, la référente « locations saisonnières » délivre alors un certificat de visite après contrôle de l'hébergement à partir du support départemental « Chambres d'hôtes Anjou non labellisés ».



Elle participe également sur le territoire du Parc naturel régional Loire-Anjou - Touraine au comité de sélection de la marque Valeur Parc cet à l'attribution de la marque Valeur Parc aux hébergeurs.

Les acteurs touristiques concernés par la marque "Valeurs Parc naturel régional" sont des hébergements de caractère situés au cœur d'une nature préservée ou d'une ville historique ; des restaurants et boutiques respectueux des circuits courts, des savoir-faire locaux et de la saisonnalité des produits ; des sites touristiques et patrimoniaux à la démarche exemplaire ; des sorties nature ou culture accompagnées par des acteurs engagés et qualifiés, gage d'une expérience unique à partager en famille ou entre amis dont la SPL Saumur Val de Loire Tourisme fait la promotion.

Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-  
AU  
Date de télétransmission : 06/02/2020  
Date de réception préfecture : 06/02/2020

Vu pour être annexé à la délibération

2020- 002 DC

du Conseil Communautaire

du 30 janvier 2020



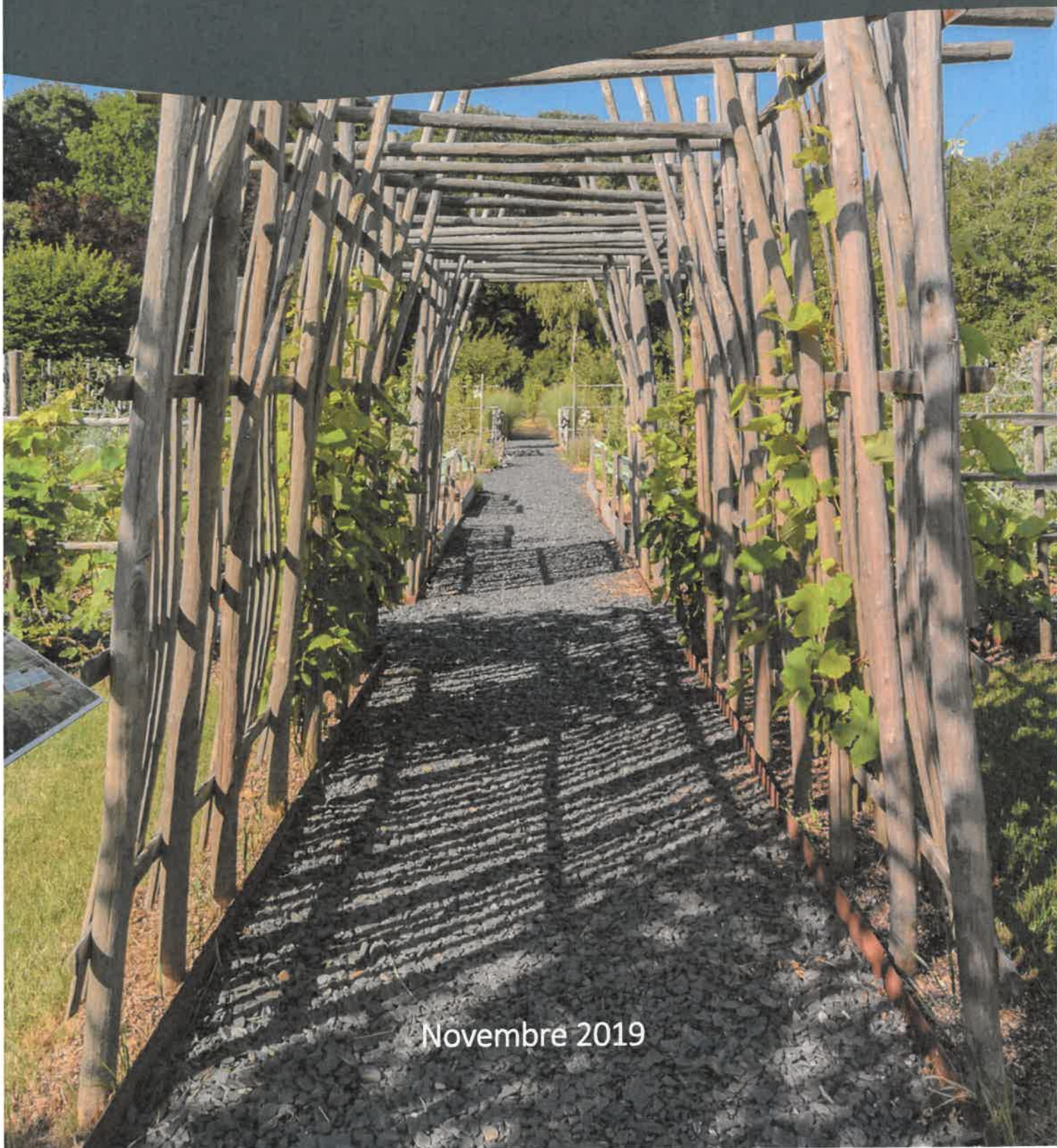
DESTINATION

SAUMUR  
VAL DE LOIRE

Le Président

## ANNEXES

### Demande de renouvellement CLASSEMENT EN CATEGORIE I



Novembre 2019



## Liste des annexes

### Demande de renouvellement de classement en catégorie I

Annexes	Documents	Page
1	Statuts	3
2	Convention de délégation de service public pour la gestion et la mise en œuvre des missions de tourisme communautaire (29/07/2017)	23
3	Organigramme SPL Saumur Val de Loire Tourisme	37
4	Horaires d'ouverture des BIT 2019	43
5	Visuels montrant la signalétique directionnelle et d'indication de Saumur	45
6	Mod 245 Hostpot wifi	51
7	Grands événements 2020	52
8	Liste location voitures, utilitaires, scooter	56
9	Liste taxis	61
10	Schéma gestion DATA 2020	62
11	Certificat NF Service	63
12	Bilan qualité 2018	65
13	F40 suivi des commentaires laissés par les clients sur le web	87
14	F34 réponse aux réclamations écrites ou orales	90
15	Mod 900 questionnaire de satisfaction en vis-à-vis en français	96
16	Chiffres réseaux sociaux novembre 2019	98
17	Rapport social media 2018 – Facebook 2018 – Instagram 2018	99
18	Chiffres clés – Destination Saumur Val de Loire 2018	105
19	Compteur d'entrées – Comparaison de 2015 à 2019	113
20	Statistiques du site web 2018	114
21	Bilan de fréquentation de la saison touristique 2019 des BIT	116
22	Bilan de fréquentation annuel 2018 du BIT de Saumur	119
23	Schéma de développement et d'organisation touristique	123
24	Rapport d'activité de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme 2018	161
25	Guide du partenariat 2020	169
26	Avenant n°1 à la convention de partenariat en matière de promotion touristique 2016 passée entre la CA SVDL et l'OT	175
27	Plan de promotion – Communication (prévisionnel 2019 - 2021)	177
28	Plan d'actions développement durable 2019	179
29	Eco-gestes	187

**SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME**  
**Société Publique Locale**  
**au capital de 288.000 euros**  
**Siège social : 8bis Quai Carnot 49400 SAUMUR**

**STATUTS**

**Les soussignés :**

- 1° La Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire, ayant son siège 11 Rue du Maréchal Leclerc, 49400 Saumur**
- 2° La Ville de Saumur, ayant son siège Rue Molière, 49400 SAUMUR**
- 3° La Commune de Doué en Anjou, ayant son siège 16, place Jean Bégault, BP 60049, Doué-la-Fontaine, 49700 Doué-en-Anjou**

**Ont établi, ainsi qu'il suit, les statuts d'une Société Publique Locale devant exister entre eux en raison de l'intérêt général qu'elle présente.**

## TITRE I

### FORME – DÉNOMINATION – OBJET- SIEGE - DURÉE

#### ARTICLE 1 - FORME

Il est formé entre les collectivités territoriales ou leurs groupements propriétaires des actions ci-après créées et de celles qui pourront l'être ultérieurement, une société publique locale (ci-après la « Société »), régie par les lois et règlements en vigueur, et notamment par l'article L1531-1 du Code Général des Collectivités Territoriales (issu de la loi n° 2010-559 du 28 mai 2010), le Code de Commerce, le titre II du livre V du Code Général des Collectivités Territoriales, par les présents statuts, et, le cas échéant par tout règlement intérieur qui viendrait compléter les statuts.

Les collectivités territoriales et leurs groupements seront désignés ci-après ensemble par les termes « Collectivités Territoriales ».

#### ARTICLE 2 - DENOMINATION

La dénomination sociale est : **Saumur Val de Loire Tourisme**

Dans tous les actes et documents émanant de la Société et destinés aux tiers, la dénomination devra toujours être précédée ou suivie des mots « *Société Publique Locale* » ou des initiales « *S.P.L* » et de l'énonciation du montant du capital social.

#### ARTICLE 3 - OBJET

La Société a pour objet, exclusivement pour le compte et sur tout ou partie du territoire des Collectivités Territoriales, de concevoir et mettre en place une offre globale de services de qualité liée à l'information, à la promotion et au développement touristique, étroitement associée aux politiques culturelles et au développement économique.

Dans ce domaine, la Société pourra :

**Au titre de l'accueil, de l'information, de la promotion et de commercialisation touristiques :**

Exercer les missions d'office de tourisme, incluant les missions d'intérêt général définies par l'article L. 133-3 du Code du tourisme ou tout autre texte le complétant ou s'y substituant, en lien avec les partenaires économiques et institutionnels, telles que :

- assurer l'accueil et l'information des touristes,
- assurer la promotion touristique en lien avec les instances départementales (ADT), régionales (CRT) et nationales, et de façon générale avec l'ensemble des acteurs du secteur,
- assurer la coordination des acteurs et partenaires du tourisme au plan territorial.
- effectuer toute mission de promotion du territoire aux plans national et international, de développement d'actions et de relations contractuelles visant à renforcer l'attractivité touristique du territoire.
- concevoir, promouvoir, produire, coproduire, animer, coordonner des événements, manifestations et activités contribuant à la notoriété et la mise en tourisme du territoire.
- concevoir, piloter, mettre en oeuvre, évaluer, participer à toute action contribuant de manière directe ou indirecte au développement de l'économie touristique sur le territoire.
- concevoir, produire, exécuter, promouvoir, commercialiser toutes prestations de tourisme de loisirs et de tourisme d'affaires.

**Au titre de la stratégie et du développement touristique, de l'attractivité et du marketing territorial :**

- réaliser et exécuter, notamment, des études et missions répondant aux besoins du développement et de la promotion du tourisme, de son organisation, ainsi qu'aux besoins d'animation et d'attractivité du territoire.
- coordonner tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique territoriale du tourisme de ses actionnaires, de la stratégie de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des offres touristiques (loisirs et affaires), et du marketing territorial.
- animer, promouvoir et coordonner la destination de Saumur Val de Loire en lien avec les partenaires institutionnels et économiques, ou toute autre marque territoriale touristique qui viendrait à s'y substituer ou la compléter, mettre en œuvre les réseaux, partenariats et démarches y concourant.
- concevoir et réaliser toutes missions et prestations d'ingénierie, d'assistance et de formation, pour les acteurs publics et privés, visant à créer, développer, restructurer, installer des équipements ou activités concourant au développement de l'offre et de l'économie touristiques sur le territoire.
- réaliser, dans le domaine du tourisme patrimonial, notamment et sans que cela soit limitatif, les patrimoines historique, naturel, culturel, architectural, équestre, gastronomique et oenologique, etc. des actions de valorisation, promotion, médiation, etc. d'animation et de coordination des labels (UNESCO, Pays d'Art et d'Histoire, ...) ou tout autre dispositif concourant à préserver, promouvoir, les éléments identitaires du territoire.

**Au titre de la gestion et exploitation d'équipements et de services à vocation touristique**

- créer, mettre en valeur, développer et/ou exploiter tout service, équipement et manifestation à vocation touristique,

Et, plus généralement, la Société pourra accomplir toutes les opérations financières, commerciales, industrielles, civiles, immobilières ou mobilières, présentant un intérêt général pour les Collectivités Territoriales, qui peuvent se rattacher directement ou indirectement à l'objet social.

**ARTICLE 4 - SIEGE SOCIAL**

Le siège social est fixé : 86 Quai Carnot 49400 SAUMUR

Il pourra être transféré en tout autre endroit sur le territoire des Collectivités Territoriales par simple décision du Conseil d'Administration, sous réserve de ratification de cette décision par la prochaine Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires, et partout ailleurs en vertu d'une décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires, sous réserve des dispositions légales en vigueur.

En cas de transfert décidé conformément à la loi par le Conseil d'Administration, celui-ci est autorisé à modifier les statuts en conséquence.

**ARTICLE 5 - DUREE**

La durée de la Société est fixée à 99 années à compter du jour de son immatriculation au registre du commerce et des sociétés sauf dissolution anticipée ou prorogation décidée par l'Assemblée Générale extraordinaire des actionnaires.

## TITRE II

### CAPITAL - ACTIONS

#### ARTICLE 6 – APPORTS

Lors de la constitution, il est fait apport d'une somme en numéraire d'un montant total de deux cent quatre-vingt-huit mille euros (288.000 €). Cette somme correspond à deux cent quatre-vingt-huit (288) actions de mille euros (1000 €) de nominal chacune, souscrites et libérées en totalité, ainsi qu'il résulte du certificat établi par la banque dépositaire des fonds, auquel est annexée la liste des souscripteurs avec l'indication pour chacun d'eux, des sommes versées.

Ladite somme soit deux cent quatre-vingt-huit mille euros (288.000 €) a été régulièrement déposée à un compte ouvert au nom de la société en formation, auprès de ladite banque.

#### ARTICLE 7 – CAPITAL SOCIAL

Le capital social est fixé à la somme de deux cent quatre-vingt-huit mille euros (288.000 €).

Il est divisé en deux cent quatre-vingt-huit (288) actions de mille euros (1000 €) chacune, de même catégorie.

Les actions sont indivisibles à l'égard de la Société.

A tout moment de la vie sociale, la participation des collectivités territoriales et de leurs groupements doit être égale à 100% du capital social.

#### ARTICLE 8 – COMPTE COURANT

Les Collectivités Territoriales pourront faire des apports en compte courant, dans le respect des dispositions de l'article L. 1522-5 du Code Général des Collectivités Territoriales.

#### ARTICLE 9 – MODIFICATION DU CAPITAL SOCIAL

9.1 - Le capital social est augmenté par tous moyens et selon toutes modalités prévues par la loi, sous réserve que les collectivités territoriales ou leurs groupements détiennent toujours la totalité du capital.

L'Assemblée Générale Extraordinaire, sur le rapport du Conseil d'Administration, est seule compétente pour décider l'augmentation du capital. Celle-ci s'effectue par l'émission de valeurs mobilières donnant accès immédiat ou à terme, à une quotité du capital de la Société.

Les actionnaires ont, proportionnellement au montant de leurs actions, un droit de préférence à la souscription des actions de numéraire émises pour réaliser une augmentation de capital. Les actionnaires peuvent renoncer à titre individuel à leur droit préférentiel.

Si l'augmentation de capital résulte d'une incorporation d'un apport en compte courant d'associés consenti par une collectivité territoriale ou un groupement, l'augmentation de capital ne pourra valablement être décidée qu'au vu d'une délibération préalable de l'assemblée délibérante de la collectivité ou du groupement se prononçant sur l'opération.



~~Lorsque des apports immobiliers~~ sont effectués, ils sont, conformément à la réglementation en vigueur, évalués par un commissaire aux apports, après avis de l'administration des domaines, et dans le respect des dispositions des articles L 2241-1, L 3213-2 et L 4221-4 du Code Général des Collectivités Territoriales.

**9.2** - La réduction du capital est autorisée ou décidée par l'Assemblée Générale Extraordinaire qui peut déléguer au Conseil d'Administration tous pouvoirs pour la réaliser. En aucun cas, elle ne peut porter atteinte à l'égalité des actionnaires.

La réduction du capital s'opère soit par voie de réduction de la valeur nominale des actions soit par réduction du nombre de titres, auquel cas les actionnaires sont tenus de céder ou d'acheter les titres qu'ils ont en trop ou en moins, pour permettre l'échange des actions anciennes contre les actions nouvelles.

La réduction du capital à un montant inférieur au minimum légal ne peut être décidée que sous la condition suspensive d'une augmentation de capital destinée à amener celui-ci au moins au minimum légal.

A défaut, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la Société. Celle-ci ne peut être prononcée si au jour où le Tribunal statue sur le fond, la régularisation a eu lieu.

## **ARTICLE 10 - LIBERATION DES ACTIONS**

**10.1** - Lors d'une augmentation de capital, les actions de numéraire sont libérées, lors de la souscription, d'un quart au moins de leur valeur nominale et, le cas échéant, de la totalité de la prime d'émission.

**10.2** - La libération du surplus doit intervenir en une ou plusieurs fois sur appel du Conseil d'Administration dans le délai de cinq ans à compter du jour où l'opération est devenue définitive en cas d'augmentation de capital.

Les appels de fonds sont portés à la connaissance des souscripteurs quinze jours au moins avant la date fixée pour chaque versement, soit par lettre recommandée avec accusé de réception, adressée à chaque actionnaire, soit par un avis inséré dans un journal départemental d'annonces légales du siège social.

Les versements sont effectués, soit au siège social, soit en tout autre endroit indiqué à cet effet.

Tout retard dans le versement des sommes dues sur le montant non libéré des actions entraîne de plein droit le paiement d'un intérêt au taux légal à partir de la date d'exigibilité, sans préjudice de l'action personnelle que la Société peut exercer contre l'actionnaire défaillant et des mesures d'exécution forcée prévues par la loi.

Cette pénalité n'est applicable aux Collectivités Territoriales que si elles n'ont pas pris lors de la première réunion ou session de leur assemblée suivant l'appel de fonds, une délibération décidant d'effectuer le versement demandé et fixant les moyens financiers destinés à y faire face : l'intérêt de retard sera décompté du dernier jour de ladite session ou séance.

**10.3** - Il est fait application des dispositions de l'article L. 1612-15 du Code Général des Collectivités Territoriales à l'actionnaire qui ne s'est pas libéré du montant de sa souscription aux époques fixées par le Conseil d'Administration.

## **ARTICLE 11 – FORME DES ACTIONS**

Les actions sont obligatoirement nominatives et sont inscrites au nom de leur titulaire sur un compte tenu par la Société, qui peut désigner, le cas échéant, un mandataire à cet effet.

5 

## **ARTICLE 12 – CESSIION ET TRANSMISSION DES ACTIONS**

**12.1** - Les actions ne sont négociables qu'après l'immatriculation de la Société au Registre du commerce et des sociétés. En cas d'augmentation du capital, les actions sont négociables à compter de la réalisation de celle-ci. Les mouvements de titres non libérés des versements exigibles ne sont pas autorisés.

Les actions demeurent négociables après la dissolution de la Société et jusqu'à la clôture de la liquidation.

**12.2** - La propriété des actions résulte de leur inscription en compte individuel au nom du ou des titulaires sur le registre que la Société tient à cet effet au siège social.

La cession des actions s'opère, à l'égard de la Société et des tiers par un ordre de mouvement signé du cédant ou de son mandataire. L'ordre de mouvement est enregistré sur un registre coté et paraphé, tenu chronologiquement, dit "registre des mouvements".

**12.3** - La cession des actions appartenant aux collectivités territoriales doit être autorisée par délibération de la collectivité ou groupement concerné.

**12.4** - Une cession d'actions ne peut intervenir qu'au profit d'une collectivité territoriale ou d'un groupement de collectivités territoriales, étant précisé que la transmission d'actions est libre entre collectivités territoriales ou groupements de collectivités territoriales actionnaires.

A cette exception près, la cession d'actions à une collectivité territoriale ou un groupement de collectivités territoriales non actionnaires, et à quelque titre que ce soit, est soumise à l'agrément préalable du Conseil d'Administration.

A cet effet, le cédant doit notifier à la Société une demande d'agrément indiquant l'identité du cessionnaire, le nombre d'actions dont la cession est envisagée et le prix offert. L'agrément résulte soit d'une notification émanant du Conseil, soit du défaut de réponse dans le délai de trois mois à compter de la demande.

En cas de refus d'agrément du cessionnaire proposé et à moins que le cédant décide de renoncer à la cession envisagée, le Conseil d'Administration est tenu, dans le délai de trois mois à compter de la notification du refus, de faire acquérir les actions soit par un actionnaire ou par un tiers, soit par la Société en vue d'une réduction de capital, mais en ce cas avec le consentement du cédant.

Cette acquisition a lieu moyennant un prix qui, à défaut d'accord entre les parties, est déterminé par voie d'expertise dans les conditions prévues à l'article 1843-4 du Code civil.

Si, à l'expiration du délai de trois mois ci-dessus prévu, l'achat n'est pas réalisé, l'agrément est considéré comme donné. Toutefois, ce délai peut être prolongé par décision de justice à la demande de la Société.

**12.5** - En cas d'augmentation de capital par émission d'actions de numéraire, la cession des droits de souscription est libre ou est soumise à autorisation du conseil dans les conditions prévues aux 12.3. et 12.4. ci-dessus (selon que la cession est réalisée entre actionnaires ou au profit d'un tiers).

**12.6** - La cession de droits à attribution d'actions gratuites, en cas d'incorporation au capital de bénéfices, réserves, provisions ou primes d'émission ou de fusion, est assimilée à la cession des actions gratuites elles-mêmes et doit donner lieu à demande d'agrément dans les conditions définies au 12.4 ci-dessus.

## **ARTICLE 13 - DROITS ET OBLIGATIONS ATTACHES AUX ACTIONS**

**13.1** - Chaque action donne droit, dans les bénéfices, l'actif social et le boni de liquidation, à une part proportionnelle à la quotité du capital qu'elle représente.

Elle donne, en outre, le droit au vote et à la représentation dans les Assemblées Générales dans les conditions légales et statutaires, ainsi que le droit d'être informé sur la marche de la Société et d'obtenir communication de certains documents sociaux aux époques et dans les conditions prévues par la loi et les statuts.

**13.2** - Les actionnaires ne sont responsables du passif social qu'à concurrence de leurs apports. Aucune majorité ne peut leur imposer une augmentation de leurs engagements.

Les droits et obligations suivent l'action quel qu'en soit le titulaire.

La propriété d'une action comporte de plein droit adhésion aux statuts de la Société et aux décisions de l'Assemblée Générale.

### TITRE III

## ADMINISTRATION

### ARTICLE 14 –CONSEIL D'ADMINISTRATION

#### 14.1 – Composition

**14.1.1** - La Société est administrée par un Conseil d'Administration composé de trois (3) membres au moins et de dix-huit (18) membres au plus.

A la date de la signature des présents statuts, le Conseil d'Administration est composé de dix-huit (18) membres, dont treize (13) pour la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire, trois (3) pour la Ville de Saumur, deux (2) pour la commune de Doué en Anjou.

Les représentants des collectivités locales ou groupements au Conseil d'Administration sont désignés par eux et éventuellement relevés de leurs fonctions dans les mêmes conditions, conformément aux dispositions de l'article L. 1524-5 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Tout actionnaire a droit au moins à un représentant au Conseil d'Administration désigné en son sein par l'organe délibérant de la collectivité ou du groupement qu'il représente.

Afin de respecter cette disposition, par dérogation aux dispositions de l'article L. 225-18 du Code de Commerce, et conformément aux dispositions de l'article L. 1524-5 du Code Général des Collectivités Territoriales, pour assurer la représentation des collectivités ayant une participation réduite au capital, les représentants de ces collectivités seront réunis en assemblée spéciale, un siège au moins leur étant réservé. L'Assemblée Spéciale vote son règlement.

La proportion des représentants de chacune des Collectivités Territoriales au Conseil d'Administration, désignés conformément aux dispositions de l'article L. 1524-5 du Code Général des Collectivités Territoriales, est égale à la proportion du capital détenu par ladite Collectivité. Par dérogation, le nombre de représentants ainsi obtenu peut être revu à la baisse, si une ou plusieurs collectivités territoriales ou leurs groupements renoncent, de façon temporaire ou permanente, à occuper un ou plusieurs sièges au sein du Conseil d'Administration.

Le nombre d'administrateurs ayant dépassé l'âge de soixante-quinze ans ne peut être supérieur au tiers (1/3) des administrateurs en fonction.

**14.1.2** - Les représentants des collectivités territoriales ou de leurs groupements ne peuvent, dans l'administration de la Société, accepter des fonctions d'administrateur dans la Société qu'en vertu d'une délibération de l'assemblée qui les a désignés.

7   P07

Conformément à l'article L. 1524-5 du Code Général des Collectivités Territoriales, la responsabilité civile résultant de l'exercice du mandat des représentants des collectivités territoriales ou de leurs groupements au Conseil d'Administration incombe à ces collectivités ou groupements. Lorsque les représentants ont été désignés par l'Assemblée Spéciale visée ci-dessus, la responsabilité civile incombe solidairement aux collectivités territoriales ou aux groupements, membres de cette assemblée.

#### **14.2 - Cooptation**

En cas de vacance par décès ou démission d'un ou plusieurs sièges d'administrateur représentant une collectivité territoriale ou groupement de collectivité territoriale, l'assemblée délibérante de ladite collectivité ou groupement désigne son représentant lors de la première réunion qui suit cette vacance, décès ou démission.

### **ARTICLE 15 – FIN DES MANDATS**

Le mandat des représentants des Collectivités Territoriales prend fin avec celui de l'assemblée qui les a désignés. Toutefois, leur mandat est prorogé jusqu'à la désignation de leur remplaçant par la nouvelle assemblée, leurs pouvoirs se limitant, dans ce cadre, à la gestion des affaires courantes. Les représentants sortants sont rééligibles. En cas de vacance des postes réservés aux Collectivités Territoriales, leur assemblée délibérante pourvoit au remplacement de leurs représentants dans le délai le plus bref. Les représentants des Collectivités Territoriales peuvent être relevés de leurs fonctions au Conseil d'Administration par l'assemblée qui les a élus.

### **ARTICLE 16 - ROLE ET FONCTIONNEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

#### **16.1 – Rôle du Conseil d'Administration**

**16.1.1** - Le Conseil d'Administration détermine, au vu des avis du Comité Technique, les orientations des activités de la Société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui le concernent.

Dans les rapports avec les tiers, la Société est engagée même par les actes du Conseil d'Administration qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer, compte tenu des circonstances, étant exclue que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Le Conseil d'Administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns.

Chaque administrateur reçoit toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

**16.1.2** - Le Conseil d'Administration nomme parmi ses membres un Président, et s'il le juge utile, un ou plusieurs Vice-Présidents, élus pour la durée de leur mandat d'Administrateurs. Un Secrétaire, qui peut être pris en dehors des Administrateurs, est nommé à chaque séance.

Le Conseil d'Administration peut, à tout moment, mettre fin au mandat du Président, et le cas échéant, des Vice-Présidents.

8  

## **16.2 – Fonctionnement – Quorum - Majorité**

**16.2.1** - Le Conseil d'Administration se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige. Il est convoqué par le Président à son initiative, ou en son absence, par un vice-Président, sur un ordre du jour qu'il arrête et, s'il n'assume pas la direction générale sur demande du Directeur Général ou, si le conseil ne s'est pas réuni depuis plus de deux (2) mois, par le tiers au moins de ses membres, sur un ordre du jour déterminé par ces derniers. Hors ces cas où l'ordre du jour est fixé par le ou les demandeurs, il est arrêté par le Président.

La réunion se tient soit au siège social, soit en tout endroit du département indiqué dans la convocation.

La convocation du Conseil d'Administration est faite par tous moyens et même verbalement.

L'ordre du jour est adressé à chaque Administrateur et délégué à l'assemblée spéciale cinq (5) jours au moins avant la réunion.

Le Président est lié par les demandes qui lui sont adressées, soit par le Directeur Général, soit par le tiers au moins des membres du Conseil d'Administration.

Tout Administrateur peut donner, même par lettre ou télécopie, pouvoir à l'un de ses collègues de le représenter à une séance du Conseil, mais chaque Administrateur ne peut représenter qu'un seul de ses collègues.

**16.2.2** - La présence effective de la moitié au moins des membres composant le Conseil d'Administration est nécessaire pour la validité des délibérations.

**16.2.3** - Les décisions sont prises à la majorité des voix des membres présents ou représentés, chaque administrateur disposant d'une voix.

En cas de partage des voix, celle du Président est prépondérante.

## **16.3 – Constatation des délibérations**

Les délibérations du Conseil sont constatées par des procès-verbaux, établis conformément aux dispositions légales en vigueur, et signés du Président de séance et de, au moins, un administrateur.

Il est tenu un registre de présence qui est signé par les administrateurs participant à la séance du Conseil d'Administration.

Les représentants des Collectivités Territoriales ou de leurs groupements siègent et agissent es qualité tant vis-à-vis de la Société que vis-à-vis des tiers.

## **ARTICLE 17 – CENSEURS**

L'Assemblée Générale Ordinaire peut procéder à la nomination de censeurs, dans la limite de cinq, choisis parmi les actionnaires ou en dehors d'eux. Ils assistent avec voix consultative aux séances du Conseil d'Administration. Ils ne sont pas rémunérés.

Les censeurs sont nommés pour une durée de trois ans maximum renouvelables. Leurs fonctions prennent fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice et tenue dans l'année au cours de laquelle expirent leurs fonctions.

9   

## **ARTICLE 18 – RÔLE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

Le Président du Conseil d'Administration représente le Conseil d'Administration. Il organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée Générale. Il préside les séances du conseil et les réunions des assemblées d'actionnaires.

Il veille au bon fonctionnement des organes de la Société, notamment en ce qui concerne la convocation, la tenue des réunions sociales, l'information des commissaires aux comptes et des actionnaires. Il s'assure, en particulier, que les administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

Le Président du Conseil d'Administration représente l'une des Collectivités territoriales agissant par l'intermédiaire du représentant qu'elle désigne, autorisé à occuper cette fonction par décision de l'Assemblée délibérante de la Collectivité concernée.

La personne désignée comme Président ne doit pas être âgé de plus de soixante-quinze ans. Toute nomination intervenue en violation de cette disposition est nulle.

Le ou les administrateurs ayant la qualité de vice-Présidents ont pour fonction exclusive de présider les séances du Conseil et les Assemblées en cas d'indisponibilité du Président.

En l'absence du Président et des vice-Présidents, le Conseil désigne celui des administrateurs présents qui présidera sa réunion.

Le Président est rééligible.

Lorsqu'il assure la direction générale, les dispositions ci-après relatives au Directeur Général lui sont applicables.

Lorsque la direction générale n'est pas assumée par le Président du Conseil d'Administration, le Conseil désigne un Directeur Général.

## **ARTICLE 19 - DIRECTION GÉNÉRALE**

### **19.1 – Choix entre les deux modalités d'exercice de la direction générale**

La direction générale de la Société est assumée, sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'Administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'Administration en dehors de ses membres et portant le titre de Directeur Général.

Le Conseil d'Administration, statuant dans les conditions définies par l'article 16.2, choisit entre les deux modalités d'exercice de la direction générale visées au premier alinéa.

Il peut, à tout moment, modifier son choix. Toutefois, à peine de nullité, l'accord du représentant d'une collectivité territoriale ou d'un groupement sur cette modification ne pourra intervenir sans une délibération préalable de son assemblée délibérante approuvant la modification.

Le Conseil d'Administration informera les actionnaires et les tiers, de cette modification, conformément à la réglementation en vigueur.

### **19.2 – Directeur Général**

Les représentants des collectivités territoriales ou de leur groupement ne peuvent pas être désignés pour la seule fonction de Directeur Général.

Le Directeur Général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la Société.

Il exerce ses pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux assemblées d'actionnaires ainsi qu'aux Conseils d'Administration.

Il représente la Société dans ses rapports avec les tiers.

La Société est engagée même par les actes du Directeur Général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet, ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclue que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve. Les décisions du Conseil d'Administration limitant les pouvoirs du Directeur Général sont inopposables aux tiers. Il peut être autorisé par le Conseil d'Administration à consentir les cautions, avals ou garanties données par la Société dans les conditions et limites fixées par la réglementation en vigueur.

Le Directeur Général est révocable à tout moment par le Conseil d'Administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages et intérêts, sauf lorsque le Directeur Général assume également les fonctions de Président du Conseil d'Administration.

Les fonctions de Directeur Général sont atteintes par la même limite d'âge que celle fixée pour les fonctions de Président.

## **ARTICLE 20 – RÉMUNÉRATION DES ADMINISTRATEURS, DU PRÉSIDENT, DU DIRECTEUR GENERAL**

### **20.1- Rémunération des administrateurs**

Les représentants des collectivités territoriales ou de leurs groupements exerçant les fonctions de membres du Conseil d'Administration ne seront pas rémunérés.

### **20.2 - Rémunération du Président**

Les fonctions de Président ne sont pas rémunérées.

### **20.3 - Rémunération du Directeur général**

La rémunération du Directeur Général est déterminée par le Conseil d'Administration étant précisé que si la fonction de Directeur Général est exercée par la Président, aucune rémunération ne sera allouée.

## **ARTICLE 21 – CONVENTION ENTRE LA SOCIÉTÉ ET UN ADMINISTRATEUR OU UN DIRECTEUR GÉNÉRAL OU UN ACTIONNAIRE**

Les conventions dites réglementées sont régies par les articles L 225-86 et suivants du Code de Commerce.

## **ARTICLE 22 – COMITE TECHIQUE**

En application de l'article R 133-19-1 du Code du tourisme, est créé un Comité Technique au sein duquel siègent des membres du Conseil d'Administration et des représentants des professions et activités intéressées par le tourisme sur le territoire des Collectivités Territoriales ayant décidé de désigner la Société en qualité d'office du tourisme, en application de l'article L 133-1 dudit Code.

Le nombre des membres du Conseil d'Administration et celui des représentants des professions et activités intéressées par le tourisme, composant le Comité Technique, est fixé par délibération(s) de la ou des

Collectivités Territoriales désignant la Société comme office du tourisme et ce dans la limite de quarante membres.

Le Conseil d'Administration nomme, pour une durée n'excédant pas le mandat des administrateurs, les membres du Comité Technique, conformément au nombre fixé en application du précédent alinéa.

Est toutefois membre de droit du Comité Technique, le Président, qui assure également la présidence dudit Comité.

Le Comité Technique est obligatoirement saisi à titre consultatif, préalablement à chaque Conseil d'Administration ayant pour objet de définir les orientations des activités de la Société ainsi que de définir et suivre des activités opérationnelles de la Société.

Le Comité Technique est convoqué par le Président, par tous moyen et même verbalement.

L'ordre du jour est adressé par le Président à chaque membre du Comité Technique cinq (5) jours au moins avant la réunion.

Tout membre du Comité Technique peut donner pouvoir à un autre membre.

Chaque membre ne peut être titulaire que d'un seul pouvoir.

Le Comité Technique peut se réunir si la moitié de ses membres est présent ou représenté.

Les avis du Comité Technique sont pris à la majorité des voix des membres présents ou représentés, chaque membre disposant d'une voix. En cas de partage des voix, celle du Président est prépondérante.

Les avis du Comité Technique sont constatés par des procès-verbaux signés par le Président de séance et au moins un autre membre puis transmis à chaque membre du Conseil d'Administration.

Les membres du Comité Technique ne sont pas rémunérés.

En tant que de besoin, les modalités de fonctionnement du Comité Technique peuvent faire l'objet d'un règlement intérieur adopté par le Conseil d'Administration.

#### **TITRE IV**

##### **COMMISSAIRES AUX COMPTES – – COMMUNICATION - CONTROLE**

###### **ARTICLE 23 – COMMISSAIRES AUX COMPTES**

Un ou plusieurs commissaires aux comptes titulaires sont nommés et exercent leur mission de contrôle, conformément aux dispositions prévues par le Code de Commerce.

###### **ARTICLE 24 - COMMUNICATION**

Conformément aux dispositions de l'article L. 1524-1 du Code Général des Collectivités Territoriales, les délibérations du Conseil d'Administration et des Assemblées Générales, accompagnées du rapport de présentation et de l'ensemble des pièces s'y rapportant, sont communiquées dans les quinze (15) jours suivants leur adoption au représentant de l'État dans le département où la Société à son siège social.

De même, sont transmis au représentant de l'État les contrats visés aux articles L. 1523-2 à L. 1523-4 ainsi que les comptes annuels et le rapport du ou des commissaires aux comptes.

En cas de saisine de la Chambre Régionale des Comptes par le représentant de l'État, il est procédé à une seconde lecture de la délibération contestée par le Conseil d'Administration ou l'Assemblée Générale.

## **ARTICLE 25 – RAPPORT ANNUEL DES ELUS**

Conformément à l'article L 1524-5 du Code Général des Collectivités Territoriales, les représentants des Collectivités Territoriales actionnaires doivent présenter au minimum une fois par an aux collectivités dont ils sont les mandataires un rapport écrit sur la situation de la Société, et portant notamment sur les modifications des statuts qui ont pu être apportées.

Ce rapport intégrera le rapport sur les orientations stratégiques visé à l'article 32 ci-après tel qu'approuvé par l'Assemblée Générale Ordinaire et rendra également compte des conditions techniques, juridiques et financières de l'ensemble des contrats exécutés par la Société pour le compte de la collectivité territoriale, actionnaire.

## **ARTICLE 26 – CONTROLE EXERCÉ PAR LES ACTIONNAIRES**

Les Collectivités Territoriales doivent conjointement exercer sur la Société un contrôle analogue à celui qu'elles exercent sur leurs propres services.

Ce contrôle est notamment assuré par la représentation de chaque Collectivité Territoriale au sein du Conseil d'Administration ou, lorsque celle-ci est créée, de l'Assemblée Spéciale prévue à l'article L 1524-5 du Code général des Collectivités Territoriales.

Les contrats passés entre la Société et ses actionnaires prévoient également les modalités de contrôle de l'actionnaire sur les conditions d'exécution contractuelle.

## **TITRE V**

### **ASSEMBLÉES GÉNÉRALES**

#### **ARTICLE 27 - DISPOSITIONS COMMUNES AUX ASSEMBLEES GENERALES**

Les décisions des actionnaires sont prises en Assemblée Générale.

Les Assemblées d'actionnaires sont qualifiées d'ordinaire, d'extraordinaire, ou d'assemblée spéciale.

Les assemblées extraordinaires sont celles appelées à décider ou autoriser des modifications directes ou indirectes des statuts.

Les assemblées spéciales réunissent les titulaires d'actions d'une catégorie déterminée pour statuer sur une modification des droits des actions de cette catégorie.

Toutes les autres assemblées sont des assemblées ordinaires.

Les délibérations des assemblées générales obligent tous les actionnaires, même absents, dissidents ou incapables.

## **ARTICLE 28 - CONVOCATION ET REUNIONS DES ASSEMBLEES GENERALES**

### **28.1- Organe de convocation - Lieu de réunion**

Les Assemblées Générales sont convoquées par le Conseil d'Administration soit par les personnes visées à l'article L 225-103 du Code de Commerce.

Pendant la période de liquidation, les assemblées sont convoquées par le ou les liquidateurs.

Les assemblées d'actionnaires sont réunies au siège social ou en tout autre lieu du même département, précisé dans l'avis de convocation.

### **28.2 - Forme et délai de convocation**

La convocation est faite soit par un avis inséré dans un journal d'annonces légales du département du siège social et lettre ordinaire, quinze jours avant la date de l'assemblée, soit par lettre recommandée ou ordinaire dans le même délai.

Lorsqu'une assemblée n'a pu régulièrement délibérer, faute de réunir le quorum requis, la deuxième assemblée et, le cas échéant, la deuxième assemblée prorogée, sont convoquées dans les mêmes formes présentées par la réglementation en vigueur, et l'avis de convocation ou les lettres de convocation rappellent la date de la première et reproduit son ordre du jour.

## **ARTICLE 29 - ORDRE DU JOUR**

L'ordre du jour des assemblées est arrêté par l'auteur de la convocation.

Un ou plusieurs actionnaires ont la faculté de requérir, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, l'inscription à l'ordre du jour de l'assemblée de projets de résolutions.

L'assemblée ne peut délibérer sur une question qui n'est pas inscrite à l'ordre du jour, lequel ne peut être modifié sur deuxième convocation. Elle peut toutefois, en toutes circonstances, révoquer un ou plusieurs administrateurs et procéder à leur remplacement.

## **ARTICLE 30 - ADMISSION AUX ASSEMBLEES - POUVOIRS**

### **30.1 - Participation**

Tout actionnaire a le droit de participer aux Assemblées Générales ou de s'y faire représenter, quel que soit le nombre de ses actions, sur simple justification de son identité, dès lors que ses titres sont libérés des versements exigibles inscrits à son nom depuis cinq (5) jours au moins avant la date de la réunion. Le Conseil d'Administration peut réduire ce délai par voie de mesure générale bénéficiant à tous les administrateurs.

Tout actionnaire, propriétaire d'actions d'une catégorie déterminée peut participer aux assemblées spéciales des actionnaires de cette catégorie dans les conditions visées ci-dessus.

### **30.2 - Représentation des actionnaires, vote par correspondance**

Tout actionnaire peut voter par correspondance au moyen d'un formulaire dont il peut obtenir l'envoi dans les conditions indiquées par l'avis de convocation à l'Assemblée. Il n'est tenu compte de ce formulaire que s'il est reçu par la Société trois (3) jours au moins avant la réunion de l'Assemblée.

Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les actionnaires qui participent à l'Assemblée par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification et dont la nature et les conditions d'implication sont déterminées par la réglementation en vigueur.

Tout actionnaire peut se faire représenter dans les conditions prévues par le Code de Commerce, et notamment par un autre actionnaire justifiant d'un mandat.

Le mandat est donné pour une seule Assemblée, il peut l'être pour deux Assemblées, l'une ordinaire, l'autre extraordinaire si elles sont tenues le même jour ou dans un délai de quinze (15) jours. Il vaut pour les Assemblées successives convoquées avec le même ordre du jour.

La Société est tenue de joindre à toute formule de procuration et de vote par correspondance qu'elle adresse aux actionnaires les renseignements prévus par les textes en vigueur.

## **ARTICLE 31 - TENUE DE L'ASSEMBLEE - BUREAU - PROCES VERBAUX**

Une feuille de présence est élargée par les actionnaires présents et les mandataires et à laquelle sont annexés les pouvoirs donnés à chaque mandataire et, le cas échéant, les formulaires de vote par correspondance.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'Administration ou, en son absence, par un vice-Président ou par un administrateur spécialement délégué à cet effet par le conseil. A défaut, elle élit elle-même son Président.

En cas de convocation par un commissaire aux comptes, par un mandataire de justice ou par les liquidateurs, l'Assemblée est présidée par l'auteur de la convocation. A défaut, l'assemblée élit elle-même son Président.

Les deux actionnaires, présents et acceptants, représentant, tant par eux-mêmes que comme mandataires, le plus grand nombre de voix, remplissent les fonctions de scrutateurs.

Le bureau ainsi constitué désigne un secrétaire de séance qui peut être pris en dehors des membres de l'assemblée.

Les délibérations des assemblées sont constatées par des procès-verbaux signés par les membres du bureau et établis sur un registre spécial. Les copies et extraits de ces procès-verbaux sont valablement certifiés dans les conditions fixées par décret.

## **ARTICLE 32 - QUORUM – VOTE- EFFETS DES DELIBERATIONS**

### **32.1 - Vote**

Le droit de vote attaché aux actions de capital ou de jouissance est proportionnel à la quotité du capital qu'elle représente et chaque action donne droit à une voix au moins.

Les votes s'expriment soit à main levée soit par appel nominal ou au scrutin secret, selon ce qu'en décide le bureau de l'assemblée ou les actionnaires. Les actionnaires peuvent aussi voter par correspondance.

### **32.2 - Quorum**

Le quorum est calculé sur l'ensemble des actions composant le capital social, sauf dans les assemblées spéciales où il est calculé sur l'ensemble des actions de la catégorie intéressée, le tout déduction faite des actions privées du droit de vote.

En cas de vote par correspondance, il ne sera tenu compte que des formulaires qui ont été reçus par la Société trois jours au moins avant la date de l'assemblée. Les formulaires ne donnant aucun sens de vote ou exprimant une abstention sont considérés comme des votes négatifs.

Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les actionnaires qui participent à l'assemblée par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification et dont la nature et les conditions d'application sont déterminées par décret en Conseil d'État.

Lorsque l'assemblée délibère sur l'approbation d'un apport en nature ou l'octroi d'un avantage particulier, les quorums et majorité ne sont calculés qu'après déduction des actions de l'apporteur ou du bénéficiaire qui n'ont voix délibérative ni pour eux-mêmes, ni comme mandataires.

**32.3** - L'Assemblée Générale régulièrement constituée représente l'universalité des actionnaires. Ses délibérations prises conformément aux dispositions du Code de Commerce et aux statuts obligent tous les actionnaires, même les absents, dissidents ou incapables. Toutefois, dans le cas où des décisions de l'Assemblée Générale portent atteinte aux droits d'une catégorie d'actions, ces décisions ne deviennent définitives qu'après ratification par une assemblée spéciale des actionnaires dont les droits sont modifiés.

### **ARTICLE 33 - ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE**

L'Assemblée Générale Ordinaire prend toutes les décisions excédant les pouvoirs du Conseil d'Administration et qui ne relève pas de la compétence de l'Assemblée Générale Extraordinaire.

Elle est réunie au moins une fois par an dans les six (6) mois de la clôture de l'exercice social pour statuer sur toutes les questions relatives au compte de cet exercice, sous réserve de prolongation de ce délai par décision de justice, et le cas échéant, aux comptes consolidés de l'exercice écoulé.

Le Conseil d'Administration présente à l'Assemblée son rapport, ainsi que les comptes annuels et, le cas échéant, les comptes consolidés. En outre, les commissaires aux comptes relatent dans leur rapport l'accomplissement de la mission qui leur est dévolue par l'article L. 225-235 du Code de Commerce.

A cette occasion, l'Assemblée Générale Ordinaire approuve également, sur proposition du Conseil d'administration :

- le rapport présentant l'ensemble des activités opérationnelles réalisées par la Société au cours de l'exercice social clôturé,
- le rapport définissant les orientations stratégiques.

L'Assemblée Générale Ordinaire ne délibère valablement sur première convocation que si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins le quart des actions ayant le droit de vote. Aucun quorum n'est requis sur deuxième convocation.

L'Assemblée Générale statue à la majorité des voix dont disposent les actionnaires présents ou représentés ou votant par correspondance.

### **ARTICLE 34 - ASSEMBLEE GENERALE EXTRAORDINAIRE**

L'Assemblée Générale Extraordinaire peut modifier les statuts dans toutes leurs dispositions. Elle ne peut toutefois augmenter les engagements des actionnaires sous réserve des opérations résultant d'un regroupement d'actions régulièrement effectué.

Par dérogation à la compétence exclusive de l'Assemblée Générale Extraordinaire, pour toute modification des statuts, les modifications relatives au montant du capital social et au nombre des actions qui le représente,

dans la mesure où ces modifications correspondent matériellement au résultat d'une augmentation, d'une réduction ou d'un amortissement du capital peuvent être apportées par le Conseil d'Administration sur délégation.

L'Assemblée Générale Extraordinaire ne peut délibérer valablement que si les actionnaires présents ou représentés, ou votant par correspondance, possèdent au moins, sur première convocation, le tiers et sur deuxième convocation, le quart des actions ayant le droit de vote. A défaut de ce dernier quorum, la deuxième assemblée peut être prorogée à une date postérieure de deux mois au plus à celle à laquelle elle avait été convoquée. Le quorum requis est également du quart.

L'Assemblée Générale Extraordinaire statue à la majorité des deux tiers des voix dont disposent les actionnaires présents ou représentés ou votant par correspondance.

## **ARTICLE 35 – MODIFICATIONS STATUTAIRES**

A peine de nullité, l'accord du représentant d'une collectivité territoriale ou d'un groupement sur la modification portant sur l'objet social, la composition du capital ou les structures des organes dirigeants de la Société, ne peut intervenir sans une délibération préalable de son assemblée délibérante approuvant la modification.

## **ARTICLE 36 - DROIT DE COMMUNICATION DES ACTIONNAIRES**

Toute Collectivité Territoriale a le droit d'obtenir communication des documents nécessaires pour lui permettre de statuer en toute connaissance de cause sur la gestion et la marche de la Société ainsi que pour exercer un contrôle analogue à celui qu'elle exerce sur ses propres services.

La nature de ces documents et les conditions de leur envoi ou mise à disposition sont déterminées par la réglementation en vigueur.

A compter du jour où il peut exercer son droit de communication préalable à toute Assemblée Générale, chaque actionnaire a la faculté de poser, par écrit, des questions auquel le Conseil d'Administration sera tenu de répondre au cours de la réunion.

## **TITRE VI**

### **EXERCICE SOCIAL - COMPTES SOCIAUX**

### **AFFECTATION ET REPARTITION DU BENEFICE**

## **ARTICLE 37 - EXERCICE SOCIAL**

Chaque exercice a une durée d'une année, qui commence le premier janvier et finit le trente et un décembre de chaque année.

Par exception, le premier exercice commencera le jour de l'immatriculation de la Société au Registre du commerce et des sociétés et se terminera le 31 décembre 2018.

## **ARTICLE 38 - INVENTAIRE - COMPTES ANNUELS**

Il est tenu une comptabilité régulière des opérations sociales, conformément à la loi.

A la clôture de chaque exercice, le Conseil d'Administration dresse l'inventaire des divers éléments de l'actif et du passif existant à cette date.

Il dresse également le bilan décrivant les éléments actifs et passifs et faisant apparaître de façon distincte les capitaux propres, le compte de résultat récapitulant les produits et les charges de l'exercice, ainsi que l'annexe complétant et commentant l'information donnée par le bilan et le compte de résultat.

Il est procédé, même en cas d'absence ou d'insuffisance du bénéfice, aux amortissements et provisions nécessaires. Le montant des engagements cautionnés, avalisés ou garantis est mentionné à la suite du bilan.

Le Conseil d'Administration établit le rapport de gestion sur la situation de la Société durant l'exercice écoulé, son évolution prévisible, les événements importants survenus entre la date de clôture de l'exercice et la date à laquelle il est établi, ses activités en matière de recherche et de développement. Ce rapport annuel, présenté à l'Assemblée Générale, rend également compte de la rémunération totale et des avantages de toute nature, versés durant l'exercice à chaque mandataire social.

Il comprend également la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercées dans toute société par chacun de ses mandataires durant l'exercice.

## **ARTICLE 39- AFFECTATION ET REPARTITION DES BENEFICES**

Le compte de résultat qui récapitule les produits et charges de l'exercice fait apparaître par différence, après déduction des amortissements et des provisions, le bénéfice de l'exercice.

Sur le bénéfice de l'exercice diminué, le cas échéant, des pertes antérieures, il est prélevé cinq pour cent au moins pour constituer le fonds de réserve légale. Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le fonds de réserve atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice diminué des pertes antérieures et des sommes à porter en réserve, en application de la loi et des statuts, et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, l'Assemblée Générale peut prélever toutes sommes qu'elle juge à propos d'affecter à la dotation de tous fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou de reporter à nouveau.

Le solde, s'il en existe, est réparti entre tous les actionnaires proportionnellement au nombre d'actions appartenant à chacun d'eux.

En outre, l'Assemblée Générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, en indiquant expressément les postes de réserves sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur les bénéfices de l'exercice.

Hors le cas de réduction du capital, aucune distribution ne peut être faite aux actionnaires lorsque les capitaux propres sont ou deviendraient à la suite de celle-ci, inférieurs au montant du capital augmenté des réserves que la loi ou les statuts ne permettent pas de distribuer. L'écart de réévaluation n'est pas distribuable. Il peut être incorporé en tout ou partie au capital.

Les pertes, s'il en existe, sont après l'approbation des comptes par l'Assemblée Générale, reportées à nouveau, pour être imputées sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

## TITRE VII DISSOLUTION – LIQUIDATION - CONTESTATIONS

### ARTICLE 40 - DISSOLUTION - LIQUIDATION

Sous réserve des cas de dissolution judiciaire prévus par la loi, la dissolution de la Société intervient à l'expiration du terme fixé par les statuts ou par décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires.

Un ou plusieurs liquidateurs sont alors nommés par l'Assemblée Générale Extraordinaire aux conditions de quorum et de majorité prévues pour les Assemblées Générales Ordinaires.

Le liquidateur représente la Société. Il est investi des pouvoirs les plus étendus pour réaliser l'actif, même à l'amiable. Il est habilité à payer les créanciers et répartir le solde disponible.

L'Assemblée Générale des actionnaires peut l'autoriser à continuer les affaires en cours ou à en engager de nouvelles pour les besoins de la liquidation.

Le partage de l'actif net subsistant après remboursement du nominal des actions est effectué entre les actionnaires dans les mêmes proportions que leur participation au capital.

En cas de réunion de toutes les actions en une seule main, la dissolution de la Société, soit par décision judiciaire à la demande d'un tiers, soit par déclaration au greffe du Tribunal de commerce faite par l'actionnaire unique, entraîne la transmission universelle du patrimoine, sans qu'il y ait lieu à liquidation.

### ARTICLE 41 - CONTESTATIONS

Toutes les contestations qui pourraient s'élever pendant la durée de la Société ou au cours de sa liquidation, soit entre les actionnaires eux-mêmes au sujet des affaires sociales, soit entre les actionnaires et la Société, sont soumises à la juridiction des tribunaux compétents.

A cet effet, en cas de contestation, tout actionnaire est tenu de faire élection de domicile dans le ressort du tribunal du siège de la Société.

## TITRE VIII DISPOSITIONS TRANSITOIRES

### ARTICLE 42 – DÉSIGNATION DES PREMIERS COMMISSAIRES AUX COMPTES

Sont nommés pour une durée de six exercices, soit jusqu'à l'assemblée appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2023 :

- En qualité de commissaire aux comptes titulaire : La société SARECO – AUDIT, dont le siège est 4 avenue du Général de Gaulle, 49400 SAUMUR, Inscrit au RCS d'Angers sous le n° 518 500 558.
- En qualité de commissaire aux comptes suppléant : La société AMSAMBLE – AUDIT, dont le siège est 4 avenue du Général de Gaulle, 49400 SAUMUR, Inscrit au RCS d'Angers sous le n° 500 193 545.

Les commissaires ainsi nommés ont accepté le mandat qui leur est confié et déclarent satisfaire à toutes les conditions requises par la loi et les règlements pour l'exercice de ce mandat.

#### **ARTICLE 43 – JOUISSANCE DE LA PERSONNALITÉ MORALE – REPRISE DES ENGAGEMENTS**

Les soussignées donnent mandat à Monsieur Jean-Michel MARCHAND, avec faculté de délégation, à l'effet de conclure au nom et pour le compte de la Société les actes ci-après et d'effectuer les formalités s'y rapportant :

- Domiciliation du siège de la Société ;
- Liste des souscripteurs ;
- Offre de prestation du commissaire au compte et de son suppléant.

L'immatriculation de la Société au Registre du Commerce et des Sociétés emportera de plein droit reprise des engagements ainsi contractés.

#### **ARTICLE 44 – POUVOIRS – PUBLICITÉ**

Tous pouvoirs sont donnés au porteur d'un original ou d'une copie des présentes pour effectuer les formalités de publicité relatives à la constitution de la Société et notamment :

- pour signer et faire publier l'avis de constitution dans un journal d'annonces légales dans le département du siège social,
- pour faire procéder à toutes formalités en vue de l'immatriculation de la Société au Registre de Commerce et des Sociétés,
- et généralement, pour accomplir les formalités prescrites par la loi.

Fait à Saumur, le 18 MAI 2017

Pour la communauté d'Agglomération  
Saumur Val de Loire



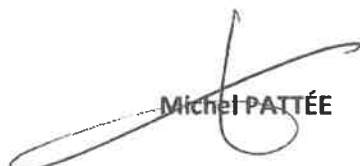
Jean-Michel MARCHAND

Pour la Ville de Saumur



Jean-Michel MARCHAND

Pour la commune de Doué en Anjou



Michel PATTÉE



**DELEGATION DE SERVICE PUBLIC  
POUR LA GESTION ET LA MISE EN ŒUVRE DES MISSIONS  
DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE**

ANNEXE DÉLIBÉRATION CONSEIL du 23.06.2017  
n° 2017 / 159 DC

CECI AYANT ETE EXPOSE, IL A ETE CONVENU CE QUI SUIVIT :

CHAPITRE I  
DISPOSITIONS GENERALES

Article 1 – Objet de l'affermage

Par la présente convention, la Communauté d'Agglomération confie à la société publique locale Saumur Val de Loire Tourisme, qui l'accepte et s'y engage à ses frais, risques et périls, la gestion et la mise en œuvre des missions d'office de tourisme communautaire.

Les activités confiées au délégataire, et énumérées à l'article 10 de la présente convention, ont pour objet :

➤ Au titre de l'accueil, de l'information, de la promotion et de la commercialisation touristiques :

Exercer les missions d'office de tourisme, incluant les missions d'intérêt général définies par l'article L. 133-3 du Code du tourisme ou tout autre texte le complétant ou s'y substituant, en lien avec les partenaires économiques et institutionnels, telles que :

- assurer l'accueil et l'information des touristes,
- assurer la promotion touristique en lien avec les instances départementales (ADT), régionales (CRT) et nationales, et de façon générale avec l'ensemble des acteurs du secteur,
- assurer la coordination des acteurs et partenaires du tourisme au plan territorial,
- effectuer toute mission de promotion du territoire aux plans national et international, de développement d'actions et de relations contractuelles visant à renforcer l'attractivité touristique du territoire,
- concevoir, promouvoir, produire, coproduire, animer, coordonner des événements, manifestations et activités contribuant à la notoriété et la mise en tourisme du territoire,
- concevoir, piloter, mettre en œuvre, évaluer, participer à toute action contribuant de manière directe ou indirecte au développement de l'économie touristique sur le territoire,
- concevoir, produire, exécuter, promouvoir, commercialiser toutes prestations de tourisme de loisirs et de tourisme d'affaires.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

4

IL A ETE PREALABLEMENT EXPOSE CE QUI SUIVIT :

1.

Dans le cadre d'une démarche partagée, la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire a validé un plan stratégique dont l'un des axes est d'aboutir à une structuration unifiée de l'organisation touristique au sein d'une société publique locale (SPL) à l'échelle de la « Destination Saumur Val de Loire ».

La Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire souhaite ainsi se doter d'un opérateur unique dans le domaine du tourisme, avec pour objectifs de s'associer aux stratégies de destination émergentes sur le territoire et de renforcer ainsi le développement économique local.

La création de cet outil permet notamment :

- d'avoir un seul acteur au service du développement touristique,
- de mutualiser des moyens entre les différentes structures, pérenniser et développer des synergies déjà existantes et faire des économies d'échelle (ex. administration, communication et commercialisation).

2.

C'est dans ce contexte qu'il a été décidé, par une délibération du conseil communautaire du 6 avril 2017, de créer la société publique locale (SPL) Saumur Val de Loire Tourisme, société régie par les dispositions du livre II du Code du commerce relatives aux sociétés anonymes, par les articles L.1521-1 à L.1525-3 du Code général des collectivités territoriales, par l'article L.1531-1 du même Code codifiant la loi n° 2010-559 du 28 mai 2010 pour le développement des sociétés publiques locales ainsi que par ses statuts.

3.

En application de l'article L. 1411-19 du Code général des collectivités territoriales, il a été décidé, par délibération du Conseil communautaire du 22 juin 2017, de confier le développement, l'exploitation ainsi que la gestion de l'office de tourisme communautaire à la société publique locale Saumur Val de Loire Tourisme dans les conditions prévues par la présente convention d'affermage.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

3

## Article 2 – Documents contractuels

Les documents contractuels sont constitués de la présente convention, et des annexes suivantes :

- annexe n° 1 : Liste des biens mis à disposition du délégataire,
- annexe n° 2 : Tarifs applicables (NB : cette annexe sera établie dans les trois mois suivants la signature du contrat),
- annexe n° 3 : Compte d'exploitation prévisionnel,
- annexe n° 4 : Orientations de la Communauté d'Agglomération en matière de politique touristique

En cas de contradiction des documents contractuels, l'ordre de priorité est le suivant : la présente convention, les annexes et tout autre document.

## Article 3 – Durée et prise d'effet de la convention

La présente convention prend effet à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2017 pour une durée de 30 mois.

La durée de la présente convention peut, le cas échéant, être prorogée d'un commun accord entre les parties.

Aucune indemnité ne sera versée au délégataire en cas de non prorogation ou de non renouvellement de la présente convention.

## Article 4 – Subdélégation

La subdélégation des activités déléguées est interdite.

Cette interdiction ne fait pas obstacle à ce que le délégataire sous-traite, sous sa responsabilité, des prestations annexes au service public délégué, en particulier d'entretien et de maintenance.

Les contrats de sous-traitance ne pourront être conclus pour une durée supérieure à celle des présentes. Ils sont transmis à la Communauté d'Agglomération sur demande de cette dernière et dans les délais impartis par la Communauté d'Agglomération.

Tous les contrats passés avec les tiers et nécessaires à la continuité du service public, doivent comporter une clause réservant expressément à la Communauté d'Agglomération, ou toute autre personne désignée par elle, la possibilité de se substituer au Délégataire à titre temporaire ou jusqu'à la fin - normale ou anticipée - de la présente convention.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

6

➤ Au titre de la stratégie et du développement touristique, de l'attractivité et du marketing territorial :

- réaliser et exécuter, notamment, des études et missions répondant aux besoins du développement et de la promotion du tourisme, de son organisation, ainsi qu'aux besoins d'animation et d'attractivité du territoire,
- coordonner tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique territoriale du tourisme de ses actionnaires, de la stratégie de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des offres touristiques (loisirs et affaires), et du marketing territorial,
- animer, promouvoir et coordonner la destination Saumur Val de Loire en lien avec les partenaires institutionnels et économiques, ou toute autre marque territoriale touristique qui viendrait à s'y substituer ou la compléter, mettre en œuvre les réseaux, partenariats et démarches y concourant,
- concevoir et réaliser toutes missions et prestations d'ingénierie, d'assistance et de formation, pour les acteurs publics et privés, visant à créer, développer, restructurer, installer des équipements ou activités concourant au développement de l'offre et de l'économie touristiques sur le territoire,
- réaliser, dans le domaine du tourisme patrimonial, notamment et sans que cela soit limitatif, les patrimoines historique, naturel, culturel, architectural, équestre, gastronomique et oenologique, etc., des actions de valorisation, promotion, médiation, etc. d'animation et de coordination des labels (UNESCO, Pays d'Art et d'Histoire, etc.) ou tout autre dispositif concourant à préserver, promouvoir, les éléments identitaires du territoire.

Le délégataire devra être à l'écoute des attentes des professionnels du tourisme et les associer aux réflexions et aux actions qui seront engagées.

Le délégataire doit chercher à développer au mieux la notoriété du territoire, et à maximiser son attrait touristique.

Les conditions de mise à disposition des équipements à la SPL sont détaillées à l'article 6 de la présente convention.

Le délégataire devra garantir au mieux la sécurité des usagers et de son personnel, dans la mise en œuvre de son offre de services en conformité avec la réglementation applicable.

La Communauté d'Agglomération conserve le contrôle du service public délégué. En conséquence, la SPL ne peut pas s'opposer à la demande de la Communauté d'Agglomération tendant à obtenir de celle-ci tout renseignement nécessaire à l'exercice de ses droits et obligations.

Le délégataire est autorisé à percevoir auprès des usagers les recettes fixées dans les conditions prévues par la présente convention, et en particulier son article 14, et réputées rémunérer les obligations mises à sa charge.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

5

## CHAPITRE II ORIGINE ET ENTRETIEN DES BIENS

### Article 6 – Remise des biens

La SPL exploitera, dans le cadre de l'exécution de la présente convention, les bâtiments, les installations, aménagements, équipements et matériels définis à l'annexe 1. L'annexe 1 au présent contrat sera mise à jour lors de cette mise à disposition.

Le délégataire prendra ces biens en charge dans l'état dans lequel ils se trouvent, sans pouvoir invoquer, à aucun moment, leur disposition pour se soustraire aux obligations résultant de l'exécution de la convention.

Durant l'exécution de la convention, le délégataire est tenu d'informer le Délégué de l'évolution des normes en vigueur régissant les activités déléguées, notamment en matière d'hygiène et de sécurité, et de lui soumettre les mesures d'amélioration en cas de non-conformité.

Le délégataire est tenu d'utiliser, et de maintenir conformément aux obligations définies ci-après, les biens et équipements d'exploitation en conformité avec la réglementation en vigueur, présente et à venir, notamment en matière d'hygiène, de sécurité et de bruit.

Il est responsable de la conservation, de l'entretien et de l'utilisation des biens et équipements d'exploitation dans les conditions prévues à l'article 7, et ne peut en disposer que conformément aux fins prévues par la convention.

### Article 7 – Entretien de l'ouvrage et équipements mis à la disposition de la SPL

Le titulaire est responsable de l'intégralité des prestations de nettoyage, et d'entretien courant ainsi que des contrôles obligatoires de l'ensemble des biens figurant à l'annexe n° 1, de sorte à maintenir, pendant toute la durée de la convention, ces biens en parfait état de fonctionnement et d'exploitation effective.

Il effectue les opérations requises à ce titre aussi souvent que nécessaire.

Le délégataire devra notamment s'engager à :

- assurer les obligations réglementaires relatives à la sécurité, à l'entretien et à la maintenance des biens immobiliers.
- signaler à la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire les anomalies qu'il pourra constater concernant le gros œuvre et autres désordres ne relevant pas de la maintenance préventive ou de la maintenance courante.

Le coût de ces prestations est intégré au compte d'exploitation prévisionnel annexé à la présente convention (Annexe 3).

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

8

Le Délégué veille à inscrire aux contrats qu'il conclut les clauses nécessaires au respect de cette obligation.

Le Délégué ne peut, en aucun cas, s'exonérer de ses obligations du fait de la signature d'un contrat avec un tiers, ce, même si la Communauté d'Agglomération en a eu connaissance. Le Délégué reste, dans tous les cas, seul responsable de l'exécution du service public.

### Article 5 – Intuitu personae

La cession partielle ou totale de l'affermage, à quelque titre ou sous quelque modalité que ce soit, ne peut intervenir qu'après un accord préalable, exprès et éclairé de la Communauté d'Agglomération.

Le Délégué peut exiger du délégataire, qui est tenu de le lui fournir dans les délais requis, tout renseignement nécessaire avant de donner son accord à une cession de la présente convention.

Le non-respect des dispositions du présent article autorise le Délégué à prononcer la déchéance du délégataire dans les conditions prévues à l'article 23.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

7

### CHAPITRE III EXPLOITATION

#### Article 9 – Principes généraux d'exploitation

L'exploitation doit répondre aux objectifs définis par le Délégué à l'article 1<sup>er</sup>.

Le délégataire s'engage à assurer la sécurité, le bon fonctionnement, la continuité et la qualité du service. Il veille, en particulier, à ce que les moyens techniques et humains soient suffisants pour satisfaire au mieux les usagers et pour contribuer au développement touristique du territoire.

A ce titre, le délégataire affecte au fonctionnement du service, pour l'ensemble des missions déléguées visées à l'article 10, le personnel en nombre et en qualification nécessaire à l'exploitation, en respectant les obligations légales et réglementaires en ce qui concerne les qualifications requises du personnel.

Le délégataire assure, sans préjudice du droit de contrôle reconnu à la Communauté d'Agglomération, la responsabilité de l'organisation de son exploitation sous réserve du strict respect des principes d'égalité du traitement des usagers, de continuité du service et des prescriptions de la présente convention en matière de tarification, d'horaires d'ouverture, de niveau de qualité minimale des prestations, de sécurité ainsi que toutes les prescriptions que le Délégué pourrait, à tout moment, imposer en considération de la préservation de l'intérêt public.

Le délégataire doit ainsi veiller à n'accueillir aucune manifestation ou n'organiser aucune activité qui porterait, directement ou indirectement, atteinte à la vocation initiale du service et à l'image du territoire.

La SPL est seule responsable de toute contravention ou autre action qui pourrait être constatée ou engagée par quelque autorité que ce soit à l'occasion de l'exploitation du service qui lui est confié. Elle fait son affaire de l'ensemble des risques et litiges directement ou indirectement liés à l'exploitation et de toutes leurs conséquences.

#### Article 10 – Missions du délégataire

##### 20.1 – Périmètre des missions déléguées

Le délégataire assure, à ses risques et périls, l'offre de services globale, portant sur la structuration, la promotion et le développement de l'offre touristique de la Destination Saumur Val de Loire.

Dès l'entrée en vigueur de la présente convention, le délégataire est chargé d'assurer les prestations de développement touristique décrites ci-après.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

10

Les prestations d'entretien, de maintenance et de renouvellement, telles que définies aux articles 605 et 606 du code civil, de l'ensemble des biens figurant à l'annexe n° 1, sont assurées par le Délégué.

La mise à disposition des locaux par le Délégué au délégataire donnera lieu à l'établissement d'états des lieux contradictoires.

Le délégataire ne pourra effectuer aucun travaux de nature à modifier la disposition ou la distribution des locaux mis à disposition sans l'accord écrit préalable du Délégué.

#### Article 8 – Fourniture d'énergies et fluides

La SPL prendra en charge tous les frais relatifs à la fourniture d'énergies et des fluides, notamment, le gaz, l'eau, l'électricité, le chauffage, ainsi que les frais relatifs à l'assainissement, à l'élimination des déchets et aux contrats de télécommunication. Elle souscrira les contrats nécessaires à cet effet, et en assurera le maintien pendant la durée de la convention. Elle acquittera à bonne date les frais et cotisations, et assurera le maintien des contrats associés, de façon à permettre un fonctionnement continu du service.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

9

### 10.1.2. Missions de développement et d'ingénierie touristique

Outre les prestations attachées à l'exercice des missions de service public d'office de tourisme, le délégataire est également chargé de mettre en œuvre la stratégie du développement touristique, de l'attractivité et du marketing territorial définie par la communauté d'agglomération.

A cet effet, le délégataire pourra notamment être chargé de :

- réaliser et exécuter, notamment, des études et missions répondant aux besoins du développement et de la promotion du tourisme, de son organisation, ainsi qu'aux besoins d'animation et d'attractivité du territoire,
- concevoir et réaliser des missions d'ingénierie, d'assistance et de formation visant à créer, développer, restructurer, installer des équipements ou activités concourant au développement de l'offre et de l'économie touristiques sur le territoire,
- accompagner la structuration des filières touristiques et notamment celles relevant des domaines de l'oénotourisme, du troglodytisme et du tourisme d'affaires,
- assurer la déclinaison et la mise en œuvre opérationnelle des grands chantiers définis par la communauté d'agglomération en proposant une priorisation, et figurant en annexe 4 à la présente convention :

Chantier 1 : la valorisation des troglodytes pour une expérience inédite

Chantier 2 : le Château de Saumur, haut lieu de découvertes

Chantier 3 : « Country Break Loire nature » autour de l'offre de loisirs et de la découverte pleine nature

Chantier 4 : Développement des rencontres d'affaires

Chantier 5 : Orchestration du calendrier événementiel

Chantier 6 : Offre grand public et festive autour du cheval

Chantier 7 : Mise en place de l'Office de Tourisme de la destination Saumur Val de Loire

Chantier 8 : Animation des réseaux professionnels et mobilisation des habitants

Chantier 9 : Approche marketing renouvelée à partir de gammes d'offres affinitaires

#### 10.1.3. Comité Technique

Le délégataire devra être à l'écoute des attentes des professionnels du tourisme et les associer aux réflexions et aux actions qui seront engagées.

Afin de poursuivre au mieux l'association des professionnels du tourisme aux activités objet de la délégation de service public, le délégataire animera le comité technique prévu à l'article 22 des statuts de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme, lieu d'échange, de réflexion et de travail sur le développement touristique.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

12

### 10.1.1. Missions de service public d'office de tourisme

En application de la présente convention, le délégataire est chargé d'exercer les missions de service public d'office de tourisme, incluant les missions d'intérêt général définies par l'article L. 133-3 du Code du tourisme ou tout autre texte le complétant ou s'y substituant, en lien avec les partenaires économiques et institutionnels.

Ces missions intègrent notamment :

- de se doter des moyens nécessaires pour préserver le classement de station classée tourisme en catégorie I,
- l'accueil, l'information et le conseil des touristes sur l'ensemble des bureaux d'information touristiques (BIT), par la mise en place d'une information touristique fiable et complète sur le territoire concourant au développement de la destination sous forme matérielle (éditions etc.) ou numérique. Il conviendra :

- d'observer une stricte neutralité ainsi qu'une égalité de traitement vis-à-vis des usagers du service public délégué,
- de développer une offre de service adaptée aux attentes des usagers et des acteurs économiques, touristiques et culturels.

Il est attendu la mise en place de nouvelles formes d'accueil (physique et numérique) et de services :

- en repensant la notion d'accueil en la plaçant au centre de la stratégie de promotion de la destination, et en allant au-devant du client là où il se trouve,
- en cherchant à accentuer la personnalisation des réponses apportées dans le cadre d'un conseil éclairé, plus spécialisé et à plus forte valeur ajoutée commerciale.

- la promotion touristique régionale, nationale et internationale en lien avec les instances départementales (ADT), régionales (CRT) et nationales, et de façon générale avec l'ensemble des acteurs du secteur pour développer la fréquentation touristique et la notoriété du territoire,

- la coordination de la promotion des événements, manifestations et activités contribuant à la notoriété et la mise en tourisme de la destination dans le cadre d'une stratégie de marketing territorial,

- la coordination des acteurs et partenaires du tourisme au plan territorial, l'animation des réseaux, des labels territoriaux etc.,

- la conception, production, promotion, commercialisation de toutes prestations (sèches ou forfaitées) de tourisme d'agrément et de tourisme d'affaires (y compris billetteries des sites et manifestations, boutiques dans les BIT, etc.),

En conséquence, le délégataire devra être immatriculé au registre national Atout France des opérateurs de voyages et de séjours.

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme

11

#### Article 11 – Surveillance et sécurité

Les équipements doivent satisfaire aux réglementations en vigueur, notamment à celles relatives à la législation du travail, aux établissements recevant du public et aux règles d'hygiène et de sécurité.

#### Article 12 – Personnel

Le Déléataire gère librement et sous sa responsabilité le personnel du service.

Si nécessaire, le Déléataire pourra également faire intervenir d'autres agents, ainsi que des vacataires ou des stagiaires, sous sa responsabilité exclusive.

Le Déléataire est tenu d'exploiter le service en conformité avec la législation et la réglementation régissant les conditions de travail des salariés pour les activités concernées.

Le Déléataire instruit le personnel, placé sous son autorité et travaillant dans les locaux affectés au service, des précautions à prendre pour assurer sa sécurité et celle des usagers.

### CHAPITRE IV LE REGIME FINANCIER

#### Article 13 – Dispositions générales

Le Déléataire exerce les missions confiées au titre de la présente convention à ses risques et périls, et est rémunéré par les recettes d'exploitation des activités déléguées.

Il supporte toutes les charges d'exploitation du service public, en particulier les charges de personnel, approvisionnements, assurances, frais de nettoyage et maintenance, impôts et taxes.

Les ressources tirées de l'exploitation du service délégué sont réputées permettre au Déléataire d'assurer, sur toute la durée de la convention, l'équilibre financier de la délégation, incluant sa juste rémunération.

Le déléataire est en outre chargé de rechercher des partenariats publics et privés et est autorisé à bénéficier de leur concours.

#### Article 14 – Dispositions tarifaires

La tarification des services offerts aux usagers repose sur le principe d'égalité de traitement des usagers.

Les tarifs initiaux sont fixés par l'annexe n°2.

Toute modification des tarifs devra faire l'objet d'un accord préalable et exprès de l'Autorité délégente.

La Communauté d'Agglomération dispose, à tout moment, du droit d'imposer de nouveaux tarifs ou de nouvelles contraintes tarifaires par rapport à ceux fixés à l'annexe n°2.

Le Déléataire veille à appliquer rigoureusement la réglementation économique en vigueur. Il s'attache, en particulier, à opérer une information complète et claire sur les prestations et les produits proposés et sur les tarifs pratiqués.

Toute vente, quelle qu'elle soit, donne lieu à la délivrance d'une facture à l'utilisateur.

#### Article 15 – Contribution versée par la Communauté d'Agglomération

Le Déléataire assume seul, et à ses risques et périls, l'exploitation du service public.

Compte tenu des contraintes de service public imposées par la Communauté d'Agglomération et inhérentes au service public affermé, notamment en termes d'amplitude

## CHAPITRE V CONTROLE DE LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION SUR LA SPL

### Article 17 - Production d'un rapport annuel

Afin de permettre à la Communauté d'Agglomération de s'assurer de la bonne exécution de la convention et d'exercer son pouvoir de contrôle, le Délégué produit chaque année, avant le 1<sup>er</sup> mai, un rapport annuel. Le rapport porte sur l'exécution du contrat pour la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre de l'année précédente. Le rapport doit être établi conformément aux dispositions de l'article 52 de l'ordonnance n° 2016-65 du 29 janvier 2016 relatif aux contrats de concession.

Par dérogation aux stipulations de l'alinéa précédent, le premier rapport sera remis pour le 1<sup>er</sup> mai 2019 pour la période courant de la prise d'effet du présent contrat jusqu'au 31 décembre 2018.

A la fin du contrat, le Délégué reste tenu à l'obligation de production d'un rapport portant sur la dernière période d'exploitation.

Le délégant vérifie l'exactitude des informations fournies dans le rapport du Délégué dans les conditions prévues à l'article 19. Les éléments justificatifs des éléments du rapport sont tenus par le Délégué à la disposition du Communauté d'Agglomération.

La non-production du rapport annuel dans le délai imparti constitue une faute contractuelle susceptible d'être sanctionnée dans les conditions définies aux articles 22 et 23.

Le rapport contient l'ensemble des données prévues à l'article 33 du décret n° 2016-86 du 1<sup>er</sup> février 2016 relatif aux contrats de concession, et comprend en plus les données complémentaires mentionnées aux articles 17-1 à 17-3 ci-après.

### 17.1 - Données techniques

Le Délégué fournit chaque année :

#### 1) Un compte rendu d'activité

Au titre de compte-rendu d'activité, le Délégué produit notamment pour l'exercice écoulé les indications suivantes :

- les statistiques de l'activité :
- la fréquentation des bureaux d'informations (volume, nature des demandes, etc.),
- la fréquentation et consommation touristique sur le territoire
- les actions conduites pour améliorer l'accueil
- les actions de communication et de promotion
- les prestations commercialisées

et de conditions d'ouverture, de la politique de communication et de promotion de la destination, et afin de permettre la continuité du service public délégué, la Communauté d'Agglomération versera au Délégué, chaque année, une compensation pour obligation de service public forfaitaire d'exploitation, nette de TVA.

Le montant annuel de cette compensation pour obligation de service public est indiqué dans le compte d'exploitation prévisionnel objet de l'annexe 3 à la présente convention.

Année 2017	662 000,00 €
Année 2018	1 386 000,00 €
Année 2019	1 400 000,00 €

Pour l'année 2017, la compensation pour obligation de service public sera mandatée sur la base d'un appel de fonds établi par la SPL et selon les modalités suivantes :

50 % du montant de la compensation pour obligation de service public au 1<sup>er</sup> août  
50 % du montant de la compensation pour obligation de service public au 1<sup>er</sup> octobre

Pour les années 2018 et 2019, la compensation pour obligation de service public sera mandatée sur la base de l'appel de fonds établi par la SPL et selon les modalités suivantes :

– 40 % du montant de la compensation pour obligation de service public au 31 janvier,  
– 40 % du montant de la compensation pour obligation de service public au 15 mai,  
– 20 % du montant de la compensation pour obligation de service public au 15 septembre.

### Article 16 - Impôts et taxes

Tous les impôts ou taxes liés à la réalisation et à l'exploitation du service, y compris ceux relatifs aux immeubles du service, sont à la charge du Délégué, à l'exception de la taxe foncière qui est à la charge du propriétaire.

#### Article 19 - Contrôle exercé par la Communauté d'Agglomération et suivi de la convention

Pendant la durée de la convention, la Communauté d'Agglomération exerce un contrôle des conditions d'exploitation du service. Ce contrôle peut être exercé à tout moment et, éventuellement, par l'intermédiaire de personnes désignées librement à cet effet par la Communauté d'Agglomération. Le Délégué est tenu d'apporter son concours à l'exercice du contrôle en fournissant toutes pièces administratives, comptables ainsi que toutes informations demandées à cette occasion.

Une délibération de la Communauté d'Agglomération précise les conditions dans lesquelles celle-ci assure sur le Délégué un contrôle analogue à celui qu'elle exerce sur ses propres services.

#### 2) Un compte rendu technique

Le Délégué fournit notamment les indications suivantes :

- l'effectif du service et la qualification des agents,
- les modifications éventuelles de l'organisation du service,
- les moyens nouveaux affectés à l'exécution du service.

• les indications relatives à l'état et à l'entretien des moyens mis à la disposition du Délégué ou acquis par ses soins. Le Délégué transmet un descriptif de l'état des biens affectés à l'exécution du service public et un programme d'entretien et de maintenance des équipements techniques ainsi que les rapports de visites réglementaires des organismes de contrôle agréés

- assurances : attestations d'assurance et attestations de primes

#### 17.2 - Données financières

Le compte rendu financier annuel est établi conformément à l'article 33 du décret n° 2016-86 du 1<sup>er</sup> février 2016 relatif aux contrats de concession.

#### 17.3 - Analyse de la qualité du service

Le rapport produit annuellement par le Délégué comporte une analyse de la qualité du service délégué présentant les évolutions constatées en ce domaine et les mesures concrètes (telles que les actions de communication) que le Délégué envisage de mettre en œuvre pour la durée résiduelle du contrat.

L'analyse de la qualité du service permet d'apprécier le degré de satisfaction des usagers et les résultats des actions menées par le Délégué en vue d'améliorer la qualité du service délégué. Le Délégué met en œuvre dans son rapport des indicateurs permettant de mesurer ces données, notamment en termes de fréquentation.

#### Article 18 - Production d'un bilan prévisionnel et d'un compte de résultat prévisionnel

Le Délégué remet chaque année à la Communauté d'Agglomération, au plus tard le 31 octobre de l'année N, un bilan et un compte de résultat prévisionnels pour l'exercice de l'année N+1, détaillant les éléments d'actif et de passif du bilan affectés à l'exploitation du service ainsi que les divers postes de charges et de produits par catégorie d'activités. Compte tenu de la date de démarrage du contrat de délégation de service public, la production du premier bilan et compte de résultat prévisionnels sera à établir au 31 octobre 2018.

## CHAPITRE VI RESPONSABILITE-ASSURANCE

### Article 20 – Responsabilités et assurances du Délégué

#### **20.1 - Dommages causés aux biens**

Les dommages causés aux biens et équipements appartenant au Délégué sont à la charge de ce dernier.

Le Délégué doit souscrire des polices adaptées assurant, à concurrence de la valeur de remplacement à neuf au jour du sinistre, l'ensemble des biens et équipements affectés au service, et couvrant tous les risques, notamment eau, électricité, foudre, tempête, bris de glace, vol, incendie et explosions, le recours des voisins et des tiers et pertes d'exploitation. Ces assurances doivent apporter des garanties suffisantes sur tous les dommages, notamment matériels ou corporels, dont le montant ne peut être inférieur aux limites usuellement pratiquées sur le marché européen de l'assurance.

#### **20.2 - Dommages causés aux personnes**

Le Délégué fait son affaire personnelle vis-à-vis de la Communauté d'Agglomération de tous les risques, litiges et indemnités de toute nature résultant de dommages causés à son personnel, aux usagers ou aux tiers, résultant de l'exploitation du service et renoncera à tout recours contre le délégué.

A cet effet, le Délégué souscrit et communiquera à la Communauté d'Agglomération, sur simple demande, auprès d'une société ou d'une compagnie d'assurance européenne notoirement solvable, les garanties couvrant la totalité de la responsabilité évoquée à l'alinéa précédent.

Il informera la Communauté d'Agglomération, sans délai, de la nature et des circonstances des dommages causés aux personnes.

### Article 21 – Polices d'assurance

Le Délégué est tenu, d'une manière générale, de souscrire toute police d'assurance nécessaire pour couvrir les risques découlant de l'exploitation du service, et de l'exercice de sa profession.

Les polices d'assurance souscrites en application de l'alinéa précédent et de l'article 20, doivent fournir des garanties suffisantes dont le montant ne peut être inférieur aux limites usuellement pratiquées sur le marché européen de l'assurance.

Sauf cas de force majeure, le Délégué devra prendre toutes dispositions pour qu'il n'y ait pas d'interruption dans l'exécution du service, que ce soit du fait du sinistre ou du fait des travaux de remise en état engagés à la suite du sinistre.

En cas de sinistre affectant les biens affermés, l'indemnité versée par les compagnies d'assurances sera intégralement affectée à la remise en état des biens concernés, sans affecter en rien l'estimation de la valeur des biens avant sinistre.

Les travaux de remise en état devront commencer immédiatement après le sinistre sauf cas de force majeure ou d'impossibilité liée aux conditions d'exécution des expertises.

Il doit être prévu dans le ou les contrats d'assurances souscrits par le Délégué que :

- les compagnies d'assurances ont communication des termes spécifiques de la présente convention afin de rédiger en conséquence leurs garanties,
- les compagnies d'assurances renoncent à tout recours contre la Communauté d'Agglomération ou son assureur,
- les compagnies ne peuvent se prévaloir des dispositions de l'article L.113-3 du Code des assurances, pour retard de paiement des primes de la part du Délégué, que trente jours après la notification à la Communauté d'Agglomération de ce défaut de paiement. La Communauté d'Agglomération a alors la faculté de se substituer au Délégué défaillant pour effectuer ce paiement sans faire obstacle à son recours contre ce dernier.

Les contrats d'assurances, conditions générales et particulières, et attestations de paiement des primes doivent être communiqués à la Communauté d'Agglomération dans un délai de trente jours à compter de chaque prise de possession par le Délégué d'un équipement délégué, ainsi que dans les trente jours de l'entrée en vigueur de toute modification apportée à la couverture des risques, de manière à ce que la Communauté d'Agglomération puisse contrôler la nature et le montant des garanties souscrites ainsi que les exclusions.

La Communauté d'Agglomération peut, le cas échéant, exiger un complément de garantie qu'elle estimerait nécessaire.

La Communauté d'Agglomération peut, en outre, à toute époque, exiger du Délégué la justification du paiement régulier des primes d'assurances.

Cette communication n'engage en rien la responsabilité de la Communauté d'Agglomération pour le cas où, à l'occasion d'un sinistre ou dommage, l'étendue des garanties ou le montant de ces assurances s'avèreraient insuffisants.

CHAPITRE VII  
SANCTIONS

Article 22 – Mesures coercitives

22.1 - Pénalités

Sauf cas de force majeure ou faute de la Communauté d'Agglomération, le délégant peut exiger le paiement d'une pénalité, du seul fait du constat du fait générateur, sans mise en demeure préalable, dans les cas et selon les modalités de calcul suivants :

- en cas d'interruption du service : 1.000 € par jour d'interruption, une interruption inférieure à une journée étant considérée comme une interruption d'une journée ;
- en cas de non-respect des obligations en matière d'entretien, et, d'une manière générale, d'hygiène et de sécurité : 100 € par infraction constatée,
- en cas de retard dans la production de documents à fournir ou exigibles du Délégué en vertu des stipulations de la convention : 250 € par jour de retard à compter de l'expiration d'une mise en demeure d'avoir à produire les documents manquants et jusqu'à la production des documents complets.

Les manquements passibles des sanctions susvisées pourront être constatés par tout agent ou toute personne mandatée par la Communauté d'Agglomération.

L'application de pénalités ne fait pas obstacle à la mise en œuvre des mesures prévues aux articles 22.2 et 23, mais leur calcul s'arrête le jour où la Communauté d'Agglomération informe le Délégué de la mise en œuvre du prononcé de la mise en régie ou de la déchéance.

Les pénalités ne sont pas libératoires pour le Délégué.

22.2 - Mise en régie

En cas d'interruption tant totale que partielle du service, l'exécution de la présente convention peut être assurée en régie aux frais et aux risques du Délégué. Le Délégué peut à cet effet prendre possession temporairement de l'ensemble des biens immobiliers et mobiliers nécessaires à l'exécution de la convention, y compris ceux qui pourraient appartenir au Délégué. Le Délégué dresse alors, le Délégué ou son représentant ayant été dûment convoqué, un constat des biens nécessaires à la poursuite de l'exécution de la convention.

La mise en régie doit être précédée d'une mise en demeure restée sans effet à l'expiration d'un délai ne pouvant être inférieur à quinze jours, sauf urgence.

La régie cesse dès que le Délégué justifie être en mesure de remplir à nouveau ses obligations, sauf si la déchéance prévue à l'article 23 est prononcée.

Les frais de mise en régie provisoire du service sont immédiatement exigibles auprès du Délégué.

En l'absence de règlement du montant de ces frais, dans un délai de trente jours à compter de leur notification par le Délégué au Délégué, le Délégué peut prononcer la déchéance de la convention.

Article 23 – Déchéance

En cas de manquement d'une particulière gravité et/ou de manquements répétés par le Délégué à ses obligations résultant de la présente convention et de ses annexes, le Délégué peut mettre en demeure le Délégué d'y porter remède dans un délai fixé par le Délégué et adapté aux causes de la mise en demeure, qui ne saurait être inférieur à quinze jours. Ce délai est prorogeable à la seule discrétion du Délégué.

Si la mise en demeure reste sans effet, le Délégué peut résilier la présente convention à l'expiration du délai fixé ou de la période de prorogation, sans indemnité à l'exception de celles éventuellement dues en application de l'article 27.

CHAPITRE VIII  
FIN DU CONTRAT

Article 24 – Faits générateurs

Le présent contrat prend fin :

- soit à l'expiration de la durée prévue à l'article 3,
- soit par décision unilatérale de la Communauté d'Agglomération pour motif d'intérêt général dans les conditions prévues à l'article 25,
- soit à titre de sanction en cas de déchéance dans les conditions prévues à l'article 23.

Dans tous les cas, la Communauté d'Agglomération a la faculté, sans qu'il en résulte un droit à indemnité pour le Délégué, de prendre pendant les dix derniers mois de l'affermage, et sans délai en cas de fin anticipée, toute mesure pour assurer la continuité du service en réduisant autant que possible la gêne qui en résultera pour le Délégué.

D'une manière générale, le Délégué peut prendre toutes les mesures nécessaires pour faciliter le passage progressif de l'affermage au régime nouveau d'exploitation.

A la fin normale ou anticipée de la présente convention, la Communauté d'Agglomération est subrogée aux droits du Délégué.

Article 25 – Résiliation pour motif d'intérêt général

Pour un motif d'intérêt général, le Délégué peut mettre fin de façon anticipée à la présente convention, la mesure ne pouvant prendre effet qu'au terme d'un préavis de 6 mois à compter de sa notification. La décision est dûment motivée et notifiée au Délégué par lettre recommandée avec accusé de réception.

Dans ce cas, le Délégué a droit à indemnisation de son préjudice dans les conditions suivantes :

- le montant des bénéfices prévisionnels qui auraient pu être réalisés sur la durée normale résiduelle de la convention restant à courir à compter de la prise d'effet de la résiliation, et calculé à partir de la moyenne des bénéfices réalisés au cours des exercices précédents du Délégué rapportée à cette durée résiduelle, dans la limite de deux exercices,
- les indemnités éventuellement dues en application de l'article 27,
- les autres frais et charges engagés par le Délégué pour assurer l'exécution du présent contrat pour la partie non couverte à la date de la prise d'effet de la résiliation, dûment justifiés,
- les frais liés à la rupture des contrats de travail, ne pouvant, le cas échéant, être repris à la suite de cette résiliation.

Article 26 – Expiration de la convention

A la fin normale ou anticipée de la convention, le Délégué sera tenu de remettre à la Communauté d'Agglomération, en bon état d'entretien, les bâtiments, installations et équipements visés à l'annexe 1, mise à jour.

Article 27 – Reprise des biens et stocks

Le Délégué peut reprendre, ou faire reprendre par un exploitant désigné par lui, contre indemnités, sans que le Délégué ne puisse s'y opposer, les biens et stocks nécessaires à l'exploitation du service, financés en tout ou partie par le Délégué et ne faisant pas partie intégrante de l'affermage comme biens de retour.

La valeur de ces biens sera fixée à l'amiable et payée dans les trois mois qui suivent leur rachat par le Délégué ou le nouvel exploitant. Ces indemnités seront calculées sur la valeur nette comptable des dits biens et stocks, déduction faite d'éventuelles subventions d'investissement affectées à leur financement, et compte tenu des frais éventuels de remise en état.

La liste de ces biens et leur valeur sera communiquée par le Délégué au Délégué dix mois avant l'expiration de la présente convention ou sans délai en cas de fin anticipée.

Le Délégué accepte que les informations prévues par le présent article soient communiquées aux candidats admis à présenter une offre, dans le cas d'une remise en concurrence de la présente convention.

Article 28 – Sort du personnel

En cas de fin normale ou anticipée de la convention, le Délégué et le Délégué conviennent de se rapprocher pour examiner la situation des personnels affectés au service.

Au plus tard dix mois avant la date d'expiration de la durée convenue de la convention ou sans délai en cas de fin anticipée, le Délégué communique au Délégué une liste non nominative des personnels susceptibles d'être repris par le nouvel exploitant. Cette liste mentionne la qualification, l'ancienneté et, plus généralement, toute indication concernant l'aptitude des personnels susceptibles d'être ainsi repris, ainsi que toute autre information légalement communicable que le Délégué pourrait exiger. A compter de cette communication, le Délégué informe le Délégué, dans les plus brefs délais, de toute évolution affectant cette liste.

Le Délégué accepte que les informations prévues par le présent article soient communiquées aux candidats admis à présenter une offre, dans le cadre d'une remise en concurrence de la présente.

CHAPITRE IX  
DISPOSITIONS DIVERSES

Article 29 – Réexamen des conditions financières

Le réexamen des conditions financières prédéfinies de la présente convention ne peut intervenir que par voie d'avenant.

Article 30 – Élection de domicile des Représentants

Pour l'exécution de la présente convention, les parties font élection de domicile :

- pour le Délégué, au siège de la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire,
- pour le Délégué, au siège social de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme.

Article 31 – Mise en demeure

Toute mise en demeure adressée en application de la présente convention doit être réalisée par lettre recommandée avec accusé de réception.

Tout délai relatif à la mise en demeure est décompté, sauf disposition contraire, à partir de sa date de réception par le Délégué.

Article 32 – Litiges

Les différends découlant de la passation, de l'exécution, de l'interprétation ou de la fin de la présente convention que les parties ne peuvent résoudre par elles-mêmes, seront soumis au Tribunal administratif de Nantes.

Fait à Saumur, le 29 juin 2017

En trois exemplaires originaux

Pour la Communauté d'Agglomération,  
Saumur Val de Loire  
Monsieur le Président



Jean-Michel MARCHAND

Pour la Société Publique Locale  
Saumur Val de Loire Tourisme  
Madame le Président Directeur général  
Sophie SARAMITO

Convention de délégation de service public  
entre la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et la SPL Saumur Val de Loire Tourisme



DESTINATION  
**SAUMUR**  
VAL DE LOIRE

## Organigramme SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME Direction

Présidente

**Sophie Saramito**

Directeur Général

**Jean-Jacques Micoud**

jj.micoud@ot-saumur.fr

Directeur Adjoint

**Thierry Lacombe**

t.lacombe@ot-saumur.fr

Adjointe de Direction  
Responsable Qualité

**Catherine Sarre**

c.sarre@ot-saumur.fr

Responsable  
Pôle Administratif et  
financier

**Christiane Girault**

c.girault@ot-saumur.fr

Assistante Comptable

**Julie Girault**

j.girault@ot-saumur.fr

Responsable  
Pôle Accueil Information  
Boutique

**Eliane Gillot**

e.gillot@ot-saumur.fr

Responsable  
Pôle Commercialisation

**Mélanie Lethielleux**

m.goyet@ot-saumur.fr

Responsable  
Pôle Marketing Promotion  
Communication

**Emilie Arribas**

e.arribas@ot-saumur.fr

Responsable  
Pôle Marketing de l'offre  
et développement

**Juliette Besançon**

j.besancon@ot-saumur.fr

Correspondant territorial

Attractivité du territoire

Administratif et financier

Accueil - Information -  
Boutique

Commercialisation



DESTINATION  
**SAUMUR**  
VAL DE LOIRE

## Organigramme

### SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME Accueil Information Boutique

Correspondante Direction  
information Boutique Catherine Saire

**BIT SAUMUR**  
Référénte

**Eliane Gillot**

Conseillère en séjour Référénte  
agenda et actualités

**Clémence Barbaroux**

c.barbaroux@ot-saumur.fr

Conseillère en séjour  
Référénte locations  
touristiques saisonnières

**Dominique Féquet**

d.fequet@ot-saumur.fr

Conseillère en séjour  
Référénte centrale de  
réservation

**Anzélisque Pineau**

a.pineau@ot-saumur.fr

Conseillère en séjour  
Assistante boutique

**Marion Rousselot**

m.rousselot@ot-saumur.fr

**BIT DOUE-EN-ANJOU**  
Référénte

Conseillère en séjour  
Référénte artisanat et terroir

**Mathilde Marie**

m.marie@ot-saumur.fr

**BIT FONTEVRAUD L'ABBAYE**  
Référénte

Responsable billetteries

**Emilie Meunier**

e.meunier@ot-saumur.fr

**BIT GENNES-VAL-DE-LOIRE**  
Référénte

Conseiller en séjour - Chargé  
de Tourisme vert

**Simon El Helou**

s.elehelou@ot-saumur.fr

**BIT MONTREUIL-BELLAY**  
Référénte

Chargée de mission  
Marketing de l'offre

**Virginie Guillemet**

v.guillemet@ot-saumur.fr

**BIT MONTSOREAU**  
Référénte

Conseillère en séjour  
Référénte cyclotourisme et  
restaurants

**Sophie Lecerf**

s.lecerf@ot-saumur.fr

Conseillère en séjour

**Mélissa Roux**

m.roux@ot-saumur.fr

Responsable Boutique

**Julie Lusso**

j.lusso@ot-saumur.fr

09/10/2019 REV01



DESTINATION  
**SAUMUR**  
VAL DE LOIRE

## Organigramme SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME Commercialisation

Correspondant Direction  
Commercialisation – Thierry Lacombe

### GROUPES

Responsable service  
groupes et séminaires

Mélanie Lethielleux

Responsable  
Pôle Commercialisation

Mélanie Lethielleux

m.goyet@ot-saumur.fr

Attachée Commerciale

Lidya Haie

l.haie@ot-saumur.fr

Attachée commerciale

Carine Lefeuvre  
(absence du 19/08 au 31/01/2020)

c.lefeuvre@ot-saumur.fr

Remplacée par

Sophie Bouyer  
(CDD du 01/09 au 31/01/2020)

s.bouyer@ot-saumur.fr

### INDIVIDUELS

Chargée de commercialisation  
individuels  
Référente Part-des-Expositions

Caroline Vignon

c.vignon@ot-saumur.fr

Responsable Billetteries

Emilie Meunier

e.meunier@ot-saumur.fr

Référente centrale de  
réservation - Hébergement sec

Angélique Pineau

a.pineau@ot-saumur.fr

Lien fonctionnel -----

Correspondant direction

Pôle Accueil Information  
Boutique

# Organigramme SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME Marketing Promotion Communication

Correspondant Direction Attractivité du territoire – Jean-Jacques Micoud

Responsable
   
 Pôle Marketing Promotion
   
 Communication
   
**Emilie Arribas**
  
 e.arribas@ot-saumur.fr

Rédaction de contenus web et
   
 newsletters
   
**Karine Le Meltour**
  
 k.lemeitour@ot-saumur.fr

Infographie
   
**Séverine Rochelet**
  
 s.rochelet@ot-saumur.fr

Régie publicitaire
   
**Marie-Hélène Vilhem** (mission 5 mois)
   
 mh.vilhem@ot-saumur.fr

Webmarketing
   
**Laurent Bonnet**
  
 l.bonnet@ot-saumur.fr

Assistante webmarketing
   
**Anne-Sophie Bastien**
  
 as.bastien@ot-saumur.fr

Community Manager - Animation
   
 numérique de territoire
   
**Aude Genevaise**
  
 a.genevaise@ot-saumur.fr

Lien fonctionnel.....
   
 Correspondant direction
   
 Pôle Marketing de l'offre
   
 et développement

# Organigramme SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME Marketing de l'offre et développement

Correspondant Direction Attractivité du territoire – Jean-Jacques Micaud

Responsable  
Pôle Marketing de l'offre et développement

**Juliette Besançon**

j.besancon@ot-saumur.fr

## FILIERES

Tourisme Vert

**Simon El Helou**

s.elhelou@ot-saumur.fr

Locations touristiques  
saisonnières

**Dominique Féquet**

d.fequet@ot-saumur.fr

Patrimoine

**Virginie Guillemet**

v.guillemet@ot-saumur.fr

Cyclotourisme

**Sophie Lecerf**

s.lecerf@ot-saumur.fr

Oenotourisme

**Séverine Rochelet**

s.rochelet@ot-saumur.fr

Lien fonctionnel -----

Correspondant directeur

Pôle Accueil – Information  
Boutique

Pôle Marketing Promotion  
Communication

# Organigramme SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME Qualité

Lien fonctionnel -----

Correspondant direction

Commercialisation

Directeur Adjoint

**Thierry Lacombe**

t.lacombe@ot-saumur.fr

Accueil - Information  
Boutique

Adjointe de Direction  
Responsable Qualité

**Catherine Sarre**

c.sarre@ot-saumur.fr

Directeur Général

**Jean-Jacques Micoud**

jj.micoud@ot-saumur.fr

Attractivité du territoire

Responsable  
Pôle Administratif et financier

**Christiane Girault**

c.girault@ot-saumur.fr

Responsable  
Pôle Accueil Information  
Boutique

**Eliane Gillot**

e.gillot@ot-saumur.fr

Responsable  
pôle Commercialisation

**Mélanie Lethielleux**

m.goyet@ot-saumur.fr

Responsable  
Pôle Marketing Promotion  
Communication

**Emilie Arribas**

e.arribas@ot-saumur.fr

Responsable  
Pôle Marketing de l'offre et  
développement

**Juliette Besançon**

j.besancon@ot-saumur.fr



DESTINATION  
**SAUMUR**  
VAL DE LOIRE

## SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

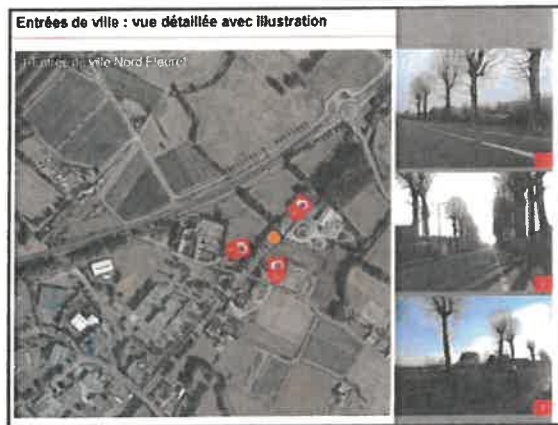
### Horaires d'ouverture 2019

	ADRESSE	HORAIRES D'OUVERTURE
<b>SAUMUR</b>	8 bis quai Carnot - CS 54032 F-49418 <b>SAUMUR</b> Cedex ☎ 02.41.40.20.60 📠 02.41.40.20.69 www.saumur-tourisme.com ✉ infos@ot-saumur.fr	<p><b>En semaine</b> Du 2 janvier au 25 mai, et du 30 septembre au 31 décembre de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h. <i>Le mardi, ouverture à 10h30.</i> Du 27 mai au 29 juin et du 2 septembre au 28 septembre de 9h30 à 18h30. Du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août de 9h30 à 19h.</p> <p><i>Fermé les 24/12 après-midi, et 26/12 matin, et les 31/12 après-midi et 02/01 matin. Fermeture exceptionnelle les 15 et 22 janvier</i></p> <p><b>Dimanches et jours fériés</b> Du 10 février au 28 avril (sauf week-end de Pâques 21 et 22 avril) et du 6 octobre au 11 novembre de 10h30 à 12h30. Week-end de Pâques (21 et 22 avril), du 1<sup>er</sup> mai au 30 juin, et du 1<sup>er</sup> septembre au 29 septembre de 10h30 à 12h30 et de 14h à 17h Du 7 juillet au 25 août de 10h à 17h0</p> <p><i>Fermé du 1<sup>er</sup> au 3 février et du 17 novembre au 29 décembre</i></p>
<b>FONTEVRAUD- L'ABBAYE</b>	Place Saint-Michel 49590 <b>FONTEVRAUD-L'ABBAYE</b> ☎ 02.41.51.79.45 www.saumur-tourisme.com ✉ fontevraud@ot-saumur.fr	<p><b>En semaine</b> Du 2 avril au 1<sup>er</sup> juin Du mardi au samedi, de 9h30 à 13h et de 14h30 à 18h. Du 4 juin au 29 juin Du mardi au samedi de 9h30 à 13h et de 14h à 18h. Du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août Du lundi au samedi, de 9h30 à 13h et de 14h à 18h30. Du 2 septembre au 28 septembre Du mardi au samedi, de 9h30 à 13h et de 14h à 18h.</p> <p><b>Dimanches et jours fériés</b> Dimanche 21 avril (Pâques) de 10h30 à 13h. Du 1<sup>er</sup> mai au 30 juin, de 10h30 à 13h. <i>Fermé le 1<sup>er</sup> mai et 10 juin</i> Du 7 juillet au 25 août, de 10h à 13h et de 14h à 17h. Du 1<sup>er</sup> septembre au 22 septembre de 10h30 à 13h.</p> <p><i>Fermé du 29 septembre au 31 décembre</i></p>

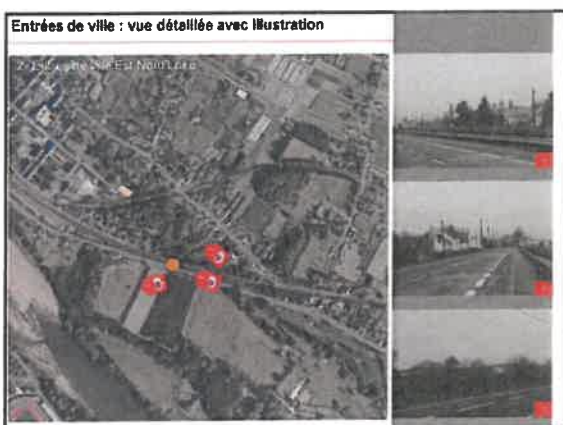
<b>MONTREUIL-BELLAY</b>	Place du Concorde 49260 MONTREUIL-BELLAY ☎ 02.41.52.32.39 <a href="http://www.sauzur-tourisme.com">www.sauzur-tourisme.com</a> ✉ montreuil-bellay@ot-sauzur.fr	<p><b>En semaine</b></p> <p><b>Du 2 avril au 29 juin et du 3 septembre au 28 septembre</b> Du mardi au samedi, de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h.</p> <p><b>Du 1er juillet au 31 août</b> Du lundi au samedi, de 9h30 à 13h et de 14h à 18h.</p> <p><b>Dimanches et jours fériés</b> <b>Dimanche 21 avril, mercredi 8 mai, dimanche 12 mai, jeudi 30 mai, dimanche 9 juin, 1er, 8, et 15 et 22 septembre</b> de 10h30 à 12h30 et <b>Du 7 juillet au 25 août</b>, de 10h à 13h et de 14h à 17h.</p> <p><i>Fermé du 29 septembre au 31 décembre</i></p>
<b>MONTMOREAU</b>	Maison du Parc 15, avenue de la Loire 49730 MONTMOREAU ☎ 02.41.51.70.22 <a href="http://www.sauzur-tourisme.com">www.sauzur-tourisme.com</a> ✉ montmoreau@ot-sauzur.fr	<p><b>Du 1<sup>er</sup> au 10 mars (sauf lundi 4) et week-ends (samedi et dimanche)</b>, de 10h30 à 13h et de 14h à 18h</p> <p><b>Avril</b>, du mardi au samedi, de 9h30 à 13h et de 14h à 18h, dimanche de 10h30 à 13h et 14h à 18h et lundi de Pâques 22 avril de 9h30 à 13h et de 14h à 18h</p> <p><b>Mai et juin</b>, du lundi au samedi (inclus les 1<sup>er</sup> mai, 8 mai, 30 mai et 10 juin), de 9h30 à 13h et de 14h à 18h ; dimanche de 10h30 à 13h et de 14h à 18h.</p> <p><b>Juillet et août</b>, du lundi au samedi (inclus 15 août), de 9h30 à 19h ; dimanche (inclus 14 juillet) de 10h30 à 19h.</p> <p><b>Septembre</b>, du lundi au samedi de 9h30 à 13h et de 14h à 18h ; dimanche de 10h30 à 13h et de 14h à 18h.</p> <p><b>Octobre</b>, du mardi au samedi, de 9h30 à 13h et de 14h à 18h ; dimanche de 10h30 à 13h et de 14h à 18h.</p> <p><b>Du 1<sup>er</sup> au 3 novembre</b> de 10h30 à 13h et de 14h à 17h</p> <p><i>Fermé du 4 novembre au 31 décembre</i></p>
<b>DOUE-EN-ANJOU</b>	30 place des Fontaines DOUE-LA-FONTAINE 49700 DOUE-EN-ANJOU ☎ 02.41.59.20.49 <a href="http://www.sauzur-tourisme.com">www.sauzur-tourisme.com</a> ✉ douelafontaine@ot-sauzur.fr	<p><b>En semaine</b></p> <p><b>Du 2 janvier au 31 mars, et du 23 septembre au 31 décembre</b>, les lundis, mercredis, jeudis et vendredis de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h. <i>Fermé les mardis et samedis.</i></p> <p><b>Du 1<sup>er</sup> avril au 9 juin</b>, du lundi au vendredi, de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h, le samedi de 9h30 à 12h30.</p> <p><b>Du 10 juin au 21 septembre</b>, du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h.</p> <p><b>Dimanches et jours fériés</b> <b>Lundi 22 avril, Mercredi 8 mai et jeudi 30 mai</b> de 10h à 12h30 et <b>Du 10 juin au 22 septembre</b>, de 10h à 12h30.</p>
<b>GENNES-VAL-DE-LOIRE</b>	9 b avenue des Cadets de Saumur Gennes 49350 GENNES-VAL-DE-LOIRE ☎ 02.41.51.09.10 <a href="http://www.sauzur-tourisme.com">www.sauzur-tourisme.com</a> ✉ gennes@ot-sauzur.fr	<p><b>En semaine</b></p> <p><b>Du 2 janvier au 6 avril, et du 23 septembre au 31 décembre</b>, lundis, jeudis et vendredis de 10h à 13h et de 14h à 17h. <i>Fermé les mardis, mercredis et samedis</i></p> <p><b>Du 8 avril au 29 juin et du 2 septembre au 14 septembre</b> Du lundi au samedi de 10h à 13h et de 14h à 18h</p> <p><b>Du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août</b>, du lundi au samedi de 10h à 13h et de 14h à 18h</p> <p><b>Dimanches et jours fériés</b> <b>Mercredi 8 mai, Jeudi 30 mai et Lundi 10 juin, dimanche 16 juin</b> de 10h à 13h <b>Du 7 juillet au 25 août</b>, de 10h à 13h</p>



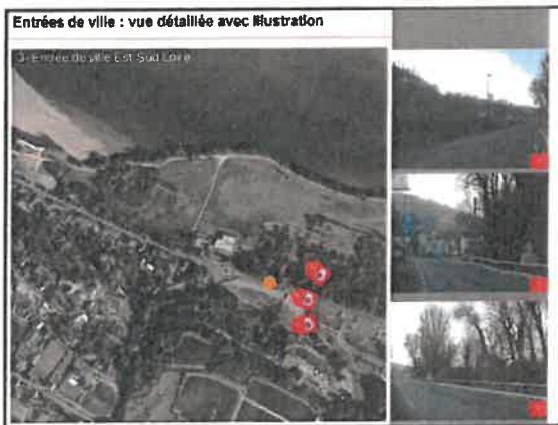
1



2



3



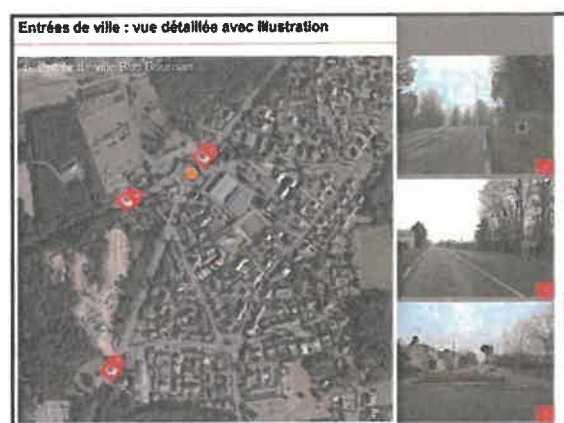
4



5



6



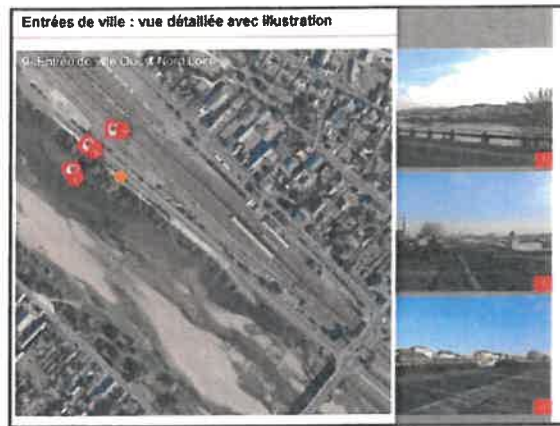
7



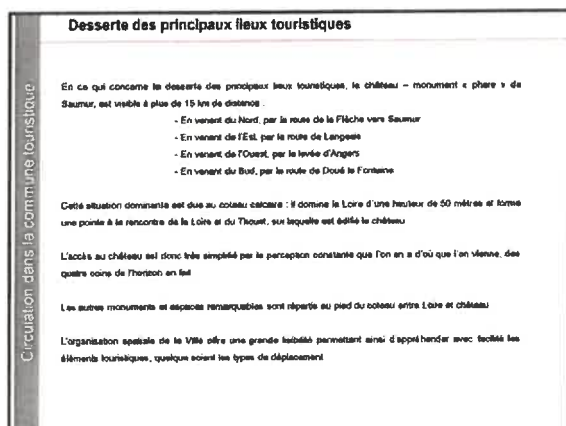
8



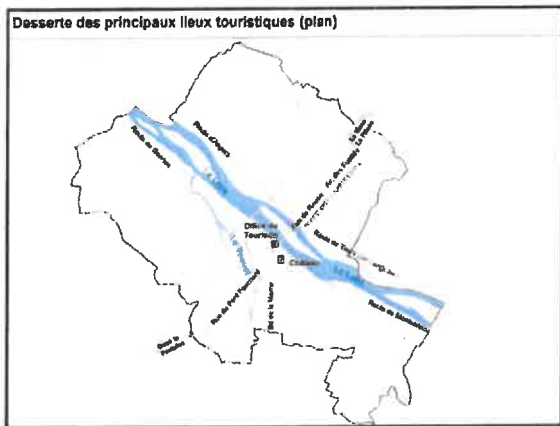
9



10



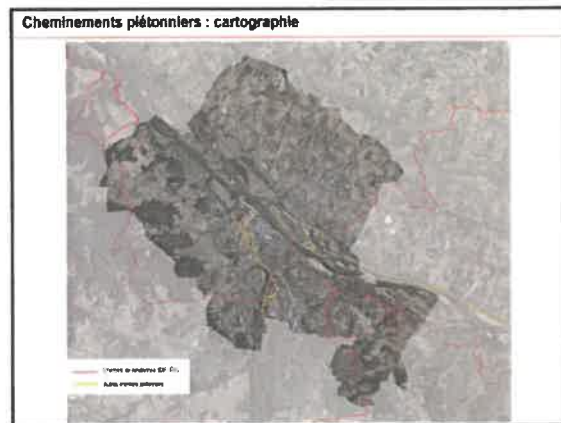
11



12



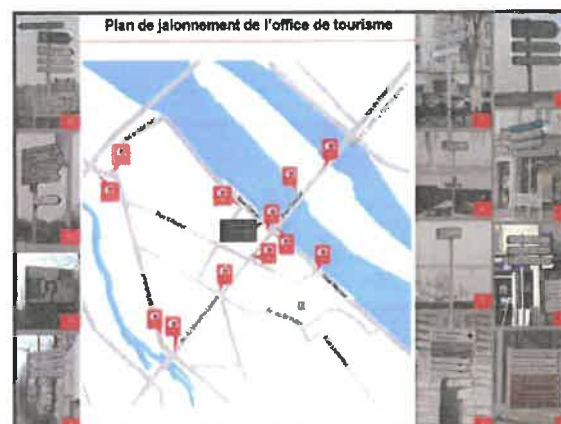
13



14



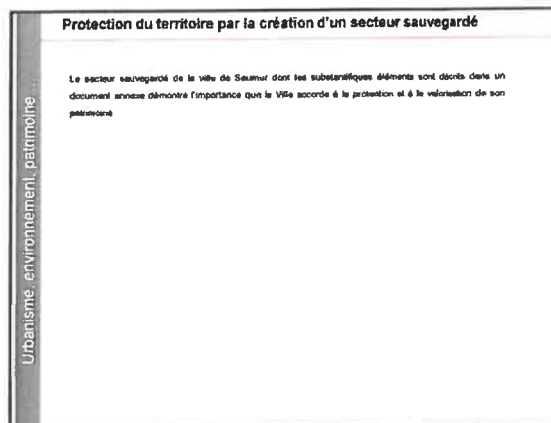
15



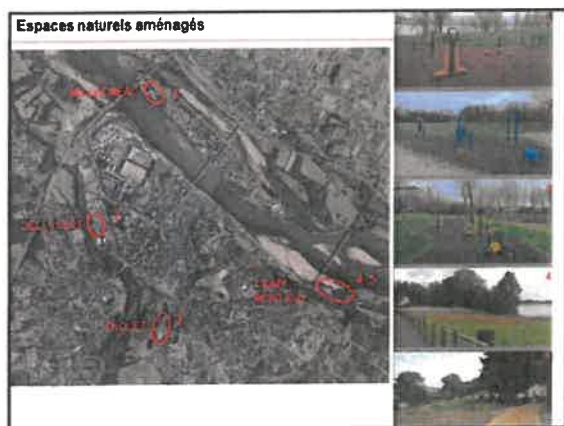
16



17



18



19



# Utilisation du Service WiFi Gratuit

2ISR <http://www.2isr.fr>  
Service Proposé par la Société 2ISR

Simple et rapide, il vous suffit de suivre les étapes suivantes.

- 1- **ALLUMEZ** votre smartphone/tablette/ordinateur
- 2- **SÉLECTIONNEZ** « **WIFI\_OT\_PUBLIC** » par l'intermédiaire du client Windows ou d'un autre logiciel. Le réseau est vu comme non sécurisé.



- 3- **LANCEZ** votre navigateur Internet (Internet Explorer, Mozilla Firefox, ...) 
- 4- Vous êtes redirigé automatiquement sur le portail d'authentification :



- 5- **INDIQUEZ VOTRE ADRESSE MAIL (VALIDE)**

- 6- **ACCEPTEZ LES CONDITIONS GÉNÉRALES**, vous êtes maintenant **autorisé à naviguer** sur internet via le service WiFi.

- 7- **VALIDEZ** le lien reçu sur votre boîte mail et bénéficiez du service (sinon, déconnexion au bout de 15 minutes)

**En cas de problème, HOTLINE 2ISR Tél. 09 72 12 27 24**



Fiche d'utilisation du service WiFi gratuit  
[www.2isr.fr](http://www.2isr.fr) | [contact@2isr.fr](mailto:contact@2isr.fr)  
Service Proposé par la société 2ISR



DESTINATION  
**SAUMUR**  
VAL DE LOIRE

---

## Grandes manifestations 2020

---

### ● Salon Le Livre et ses métiers d'art

Les 21, 22 et 23 février

De nombreux exposants seront présents : artistes et artisans d'art, fournisseurs d'outillage et de matières premières, libraires, éditeurs, auteurs...

Anima Libri - 02.41.38.55.72 / 06.63.30.74.71 - [animalibri@gmail.com](mailto:animalibri@gmail.com)

[www.anima-libri.fr](http://www.anima-libri.fr)

### ● Saumurban Trail

Les 7 et 8 mars

Caps Saumur - 02 41 67 68 20 - [cap.saumur@wanadoo.fr](mailto:cap.saumur@wanadoo.fr)

Une visite sportive à couper le souffle.

Parcours course : 9, 16, 26 et 35 km / parcours marche urbaine non chronométrée : 10 km / parcours marche nordique chronométrée en nature : 17 km

### ● Saumur Voltige

Les 10, 11 et 12/04 à l'Ecole Nationale d'Equitation à Saint-Hilaire-Saint-Florent.

Comité Equestre de Saumur. Tél 02.41.67.36.37 - [comite@saumur.org](mailto:comite@saumur.org) - [www.saumur.org](http://www.saumur.org)

### ● Journées Nationales du Livre et du Vin à Saumur

Les 25 et 26 avril

Centre-ville - Tél 02 41 52 02 08 - [www.livreetvin.com](http://www.livreetvin.com)

Des représentants du monde littéraire et viticole (écrivains, critiques, vignerons, œnologues, sommeliers...) et des personnalités du monde du spectacle se réuniront pour fêter, la 25ème édition des Journées Nationales du Livre et du Vin sur le thème du cinéma.

### ● Concours de Dressage International Officiel à Saumur

Du 30/04 au 03/05 à l'Ecole Nationale d'Equitation

Ecole Nationale d'Equitation. Tél 02.41.53.50.60 - [www.cadrenoir.fr](http://www.cadrenoir.fr)

Ce concours rassemble l'élite mondiale du dressage dans un site exceptionnel, haut lieu de l'équitation de tradition française caractérisé par la présence du Cadre noir de Saumur.

### ● « Printemps des Ecuyers » du Cadre Noir de Saumur > Billets en vente à l'OT

Les 24 et 25/04 à 21h et le 26/04 à 16h dans le Grand Manège.

Ecole Nationale d'Equitation. Tél 02.41.53.50.80 - [billetterie.cadrenoir@ifce.fr](mailto:billetterie.cadrenoir@ifce.fr) -

[www.ifce.fr/cadre-noir/](http://www.ifce.fr/cadre-noir/)

L'édition 2020 réunira de nouveau le Cadre Noir et l'École royale andalouse d'art équestre de Jerez pour ce gala dédié à la rencontre entre deux grandes traditions équestres.



Offices de  
Tourisme  
de France

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT - CS 54032 - 49415 SAUMUR CEDEX - TEL. 02.41.40.20.60 - FAX. 02.41.40.20.69

[INFOS@OT-SAUMUR.FR](mailto:INFOS@OT-SAUMUR.FR) - [WWW.SAUMUR-TOURISME.COM](http://WWW.SAUMUR-TOURISME.COM)

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME AU CAPITAL DE 288 000 EUROS - RCS ANGERS 829 887 124 - SIRET 829 887 124 00016 - APE 7990Z - ATOUT FRANCE IM49170004  
B.I.T. A MONTSOREAU, FONTEVRAUD-L'ABBAYE, MONTREUIL-BELLAY, DOUE-EN-ANJOU, GENNES-VAL-DE-LOIRE, LONGUE-JUMELLES

## ● Marathon de la Loire

LEO - 02 41 38 60 00 - [contact@marathon-loire.fr](mailto:contact@marathon-loire.fr) - [www.marathon-loire.fr](http://www.marathon-loire.fr)

Après seulement 3 éditions, le Marathon de La Loire est en passe d'entrer dans le Top 5 des plus grands marathons français ! Plus de 8 000 sportifs viennent s'affronter dans 3 épreuves : marathon individuel, semi-marathon, combiné canoë + course à pied en duo.

## ● Saumur Complet

Du 21 au 24/05, Hippodrome, Saumur/Verrie.

Comité Equestre de Saumur. Tél 02.41.67.36.37 - [comite@saumur.org](mailto:comite@saumur.org) - [www.saumur.org](http://www.saumur.org)

Compétition internationale de Concours Complet 3\*. « Exposition Grand Air » d'œuvres d'art contemporain monumentales installées le long du parcours de cross. Concerts, marché du terroir vide sellerie...

## ● Concours d'Attelage International à Saumur

Du 4 au 7/06, Hippodrome, Saumur/Verrie.

Saumur Attelage et Comité Equestre de Saumur. Tél 02 41 67 65 45 - [www.saumur.org](http://www.saumur.org)

Venez observer les meilleurs meneurs internationaux dans trois disciplines équestres : dressage, marathon et maniabilité. Un spectacle équestre de très haut niveau !

## ● Au cœur du Grand Manège de Saumur > Billets en vente à l'OT

Les 19 et 20/06 à 21h et le 21/06 à 16h & les 18 et 19/09 à 21h et 20/09 à 16h

La Loire prend la parole pour présenter son Cadre noir : un instant poétique au cœur du grand manège, où les écuyers évoqueront l'esprit cavalier de Saumur ainsi que l'excellence de la tradition équestre française.

Ecole Nationale d'Equitation. Tél 02.41.53.50.80 - [billetterie.cadrenoir@ifce.fr](mailto:billetterie.cadrenoir@ifce.fr)

[www.ifce.fr/cadre-noir/](http://www.ifce.fr/cadre-noir/)

## ● Festival des masques et des géants

Les 27 et 28/06

Trois jours d'animations et de fête vous attendent !

## ● Festivini

De 6 juin au 26 septembre

Saumur Val de Loire Tourisme Tél 02.41.40.20.60 - [www.festivini.com](http://www.festivini.com)

Festivini a fêté ses 10 ans l'année dernière ; un anniversaire historique qui s'étendra à nouveau cette année de juin à septembre, pour explorer toutes les facettes des 7 AOP de Saumur.

## ● Anjou Vélo Vintage

Les 3, 4 et 5/07

Saumur Val de Loire Tourisme. Tél 02.41.40.20.60 - [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com)

Les passionnés de la petite reine et les nostalgiques des années vintage se retrouvent à bicyclette afin de pédaler rétro sur les routes du Saumurois...

Saumur Val de Loire Tourisme. Tél. 02 41 40 20 60 [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com)



Offices de  
Tourisme  
de France

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT – CS 54032 – 49415 SAUMUR CEDEX – TEL. 02.41.40.20.60 – FAX. 02.41.40.20.69

[INFOS@OT-SAUMUR.FR](mailto:INFOS@OT-SAUMUR.FR) – [WWW.SAUMUR-TOURISME.COM](http://WWW.SAUMUR-TOURISME.COM)

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME AU CAPITAL DE 288 000 EUROS – RCS ANGERS 829 887 124 – SIRET 829 887 124 00016 – APE 7990Z – ATOUT FRANCE IM49170004  
B.I.T. A MONTSOREAU, FONTEVRAUD-L'ABBAYE, MONTREUIL-BELLAY, DOUE-EN-ANJOU, GENNES-VAL-DE-LOIRE, LONGUE-JUMELLES

## ● 61<sup>ème</sup> édition des Journées Internationales de la Rose à Doué-la-Fontaine > billets en vente à l'OT

Du 11 au 14/07 aux Arènes de Doué-la-Fontaine.

Saumur Val de Loire Tourisme, bureau de Doué-la-Fontaine. Tél 02.41.59.20.49

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

Dans le cadre des arènes, en site troglodytique, exposition de roses naturelles de jardins et concours international d'art floral.

### ● Musicales de Montsoreau

**Billets en vente à l'OT**

Les 17, 24 & 31 juillet et 7 & 14 août, église ou Château de Montsoreau.

Saumur Val de Loire Tourisme - Bureau de Montsoreau - Tél. 02.41.51.70.22 -

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

Ligéria Musical vous convie à 5 concerts de musique classique et contemporaine, à l'église de Montsoreau et au château de Montsoreau.

### ● 171<sup>ème</sup> Carrousel de Saumur

Les 17 et 18/07

Saumur Val de Loire Tourisme. Tél 02.41.40.20.60 - [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com)

Plus qu'une manifestation centenaire, le Carrousel de Saumur est une institution. La parade consacre la fin d'instruction des officiers de l'Ecole de Cavalerie tous les ans le 3<sup>ème</sup> week-end de juillet.

### ● Grand Prix Rétro au Puy-Notre-Dame

Les 25 et 26/07

Association du Grand Prix Rétro - Tél 06.33.28.88.35 <http://www.grandprixretro-puynotredame.com/>

Grande régatade dans les rues du Puy-Notre-Dame le vendredi soir. Le samedi, grand prix dès 18h avec nocturne jusqu'à minuit. Exposition autour de l'automobile et de la moto ainsi que diverses animations dès 15h le samedi. Le dimanche : 10h-19h.

### ● Grandes Tablées du Saumur-Champigny

**Billets en vente à l'OT**

Les 5 et 06/08 en soirée, Place de la République à Saumur

Saumur Val de Loire Tourisme. Tél 02.41.40.20.60 - [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com)

Plaisirs du palais, du ventre et des oreilles... 9 000 personnes sont attendues pour dîner ou profiter des 2 soirées géantes et champêtres en plein cœur de Saumur. Musique, Saumur Champigny et produits du terroir seront au menu.

### ● Genn'iale

**Billets en vente à l'OT**

Le 30/08

Saumur Val de Loire Tourisme Tél 02.41.40.20.60 - [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com)

Voici une des randonnées VTT les plus importantes de l'Anjou (1000 participants sur 6 parcours de 22 à 100 km). Entre forêts et coteaux surplombant la Loire. Et pour les adeptes de la marche 1 des 4 randonnées pédestres au choix (de 10 à 26 km).

### ● Heures Musicales de Cunault

**Billets en vente à l'OT**

Concerts le samedi 13/06 à 14h30 et 17h, puis les dimanches 5 & 19/07 et 9 & 16/08 à 17h

Prieurale de Cunault ou Eglise de Trèves.

Saumur Val de Loire Tourisme Tél 02.41.40.20.60 - [www.saumur-tourisme.com](http://www.saumur-tourisme.com)

Concerts de musique classique, donnés par des musiciens très renommés, dans des églises du XI<sup>ème</sup> siècle où l'acoustique est excellente.



Offices de  
Tourisme  
de France

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT – CS 54032 – 49415 SAUMUR CEDEX – TEL. 02.41.40.20.60 – FAX. 02.41.40.20.69

INFOS@OT-SAUMUR.FR – [WWW.SAUMUR-TOURISME.COM](http://WWW.SAUMUR-TOURISME.COM)

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME AU CAPITAL DE 288 000 EUROS – RCS ANGERS 829 887 124 – SIRET 829 887 124 00016 – APE 7990Z – ATOUT FRANCE IM491700004  
B.I.T. A MONTSOREAU, FONTEVRAUD-L'ABBAYE, MONTREUIL-BELLAY, DOUE-EN-ANJOU, GENNES-VAL-DE-LOIRE, LONGUE-JUMELLES

## ● Concours de Dressage International Officiel \*\*\* à Saumur et Grande semaine de Saumur

Du 24 au 27/09 à l'Ecole Nationale d'Equitation.

Tél 02.41.53.50.60 - [www.cadrenoir.fr](http://www.cadrenoir.fr)

Seul évènement global du cheval et du poney de dressage en France. Une manifestation qui regroupe pendant plusieurs jours toutes les générations des plus beaux équidés dans une ambiance festive.

## ● Fête des Vendanges au Château de Saumur

Le 27/09

Tél. 02.41.40.24.40 - [www.ville-saumur.fr](http://www.ville-saumur.fr)

Depuis que le château de Saumur a retrouvé des vignes, on y fête les vendanges chaque année. L'occasion de couper les grappes en famille, déguster le jus de presse et assister aux diverses animations (marché gourmand, pique-nique géant, musique, cirque...)

## ● Randonnée Vins et Champignons à Saumur

Les 10 et 11/10

Club des Cyclotouristes Saumurois - Tél. 02 41 59 71 62 - [cyclosaumurois@orange.fr](mailto:cyclosaumurois@orange.fr) -

[www.sauмурcyclos.org](http://www.sauмурcyclos.org)

Randonnée route, VTT et marche, formule idéale pour découvrir le saumurois, se balader en famille ou entre amis dans les sites touristiques et paysages viticoles de la région.

## ● « Les Musicales » du Cadre Noir de Saumur > Billets en vente à l'OT

Les 16 et 17/10 à 21h et le 18/10 à 16h, dans le Grand Manège.

Ecole Nationale d'Equitation - Tél. 02.41.53.50.80 - [billetterie.cadrenoir@ifce.fr](mailto:billetterie.cadrenoir@ifce.fr)

[www.ifce.fr/cadre-noir/](http://www.ifce.fr/cadre-noir/)

Rendez-vous dans le Grand Manège des écuyers pour assister à la rencontre de la musique classique et de l'art équestre pour cette nouvelle édition des Musicales.

## ● Salon International de Saumur « Ar(t)cheval » et « Of(f)cheval »

Mi octobre / début novembre au Centre d'art contemporain Bouvet Ladubay à St-Hilaire St-Florent, et dans divers lieux de Saumur (Office de Tourisme, commerces, mairie...)

Comité Equestre de Saumur. Tél 02.41.67.36.37 - [www.sauumur.org](http://www.sauumur.org) - [comite@saumur.org](mailto:comite@saumur.org)

Rendez-vous annuel, qui réunit la création artistique contemporaine autour du thème du cheval. Pendant 12 semaines, au Centre d'Art Contemporain et à travers toute la ville, plus de 30 artistes parent les lieux d'une lumière nouvelle et créative.



Offices de  
Tourisme  
de France

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT – CS 54032 – 49415 SAUMUR CEDEX - TEL. 02.41.40.20.60 – FAX. 02.41.40.20.69

[INFOS@OT-SAUMUR.FR](mailto:INFOS@OT-SAUMUR.FR) – [WWW.SAUMUR-TOURISME.COM](http://WWW.SAUMUR-TOURISME.COM)

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME AU CAPITAL DE 288 000 EUROS – RCS ANGERS 829 887 124 – SIRET 829 887 124 00016 – APE 7990Z – ATOUT FRANCE IM49170004  
B.I.T. A MONTMOREAU, FONTEVRAUD-L'ABBAYE, MONTREUIL-BELLAY, DOUE-EN-ANJOU, GENNES-VAL-DE-LOIRE, LONGUE-JUMELLES



---

## Location de voitures, utilitaires, scooters

---

### Location de voitures, utilitaires, scooters

---

#### Europcar

Adresse : 32, Boulevard des Vallerots

ZA Ecoparc

Saint-Lambert-des-Levéés

49400 SAUMUR

Téléphone : 02 41 67 30 89

Site web : [www.europcar.fr](http://www.europcar.fr)

Ouverture(s) : Lundi au vendredi : 8h-12h/14h-18h. Samedi: 9h-12h/14h-18h.

Descriptif : Location courte et longue durée de véhicules automobiles de tourisme, utilitaires légers.

---

#### Hertz Grand Ouest

Adresse : 78/80, Avenue du Général de Gaulle

49400 SAUMUR

Téléphone : 02 41 67 20 06

Site web : [www.hertz-grand-ouest.com](http://www.hertz-grand-ouest.com)

Email : [saumur@hertz-grand-ouest.com](mailto:saumur@hertz-grand-ouest.com)

Ouverture(s) : Lundi au vendredi : 8h30-12h/14h-18h. Samedi: 8h30-12h.

Descriptif : Location de voitures de tourisme et utilitaires.

---

#### Intermarché

Adresse : ZI ECOPARC

Saint-Lambert-des-Levéés

49400 SAUMUR

Téléphone : 02 41 83 11 50

Site web : [www.intermarche.com](http://www.intermarche.com)

Ouverture(s) : Du lundi au samedi : 8h45-20h.

Descriptif : Location d'utilitaires.

---

#### Locaser - Rent a car

Adresse : 55, Boulevard du Maréchal Juin

49400 SAUMUR

Téléphone : 02 41 50 48 11

Site web : [www.rentacar.fr](http://www.rentacar.fr)

---

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT – CS 54032 – 49415 SAUMUR CEDEX - TEL. 02.41.40.20.60 – FAX. 02.41.40.20.69

INFOS@OT-SAUMUR.FR – [WWW.SAUMUR-TOURISME.COM](http://WWW.SAUMUR-TOURISME.COM)

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME AU CAPITAL DE 288 000 EUROS – RCS ANGERS 829 887 124 – SIRET 829 887 124 00016 – APE 7990Z – ATOUT FRANCE IM49170004

Horaires : Du lundi au samedi : 8h-12h/14h-18h Samedi : 8h-12h/14h-17h

## Super U

---

Adresse : Rue du Clos Coutard  
49400 SAUMUR  
Téléphone : 02 41 51 05 69  
Site web : [www.magasins-u.com](http://www.magasins-u.com)  
Ouverture(s) : Du lundi au samedi : 8h30-19h30. Dimanche : 8h30-12h30.  
Descriptif : Location d'utilitaires, véhicules de loisirs, minibus (9 places).

## Carrefour Market

---

Adresse : Rue de l'Europe  
Centre commercial Cap Sud  
49400 DISTRE  
Téléphone : 02 41 40 42 90  
Site web : [www.carrefour.fr](http://www.carrefour.fr)  
Ouverture(s) : Du lundi au samedi : 8h30-20h. Dimanche : 9h-12h30.  
Descriptif : Location d'utilitaires.

## Cycles Cesbron

---

Adresse : ZA du Champs Blanchard  
Rue de l'Avenir  
49400 DISTRE  
Téléphone : 02 41 67 69 32  
Site web : [www.cyclescesbron.fr](http://www.cyclescesbron.fr)  
Ouverture(s) : Du mardi au samedi : 9h-12h / 14h-19h. Samedi : fermeture à 18h.  
Descriptif : Magasin de vente, réparation, location de vélos et scooters.

## Intermarché - Doué la Fontaine

---

Adresse : Route de Saumur  
Doué-la-Fontaine  
49700 DOUE EN ANJOU  
Téléphone : 02 41 59 26 70  
Site web : [www.intermarche.com](http://www.intermarche.com)  
Ouverture(s) : Du lundi au samedi : 8h30-19h30. Vendredi : fermeture à 20h. Dimanche : 9h-12h30.  
Descriptif : Location d'utilitaires.

## Super U - Doué-la-Fontaine

---

Adresse : Boulevard du Docteur Lionet  
Doué-la-Fontaine  
49700 DOUE EN ANJOU  
Téléphone : 02 41 40 19 60  
Site web : [www.magasins-u.com](http://www.magasins-u.com)  
Ouverture(s) : Du lundi au samedi : 8h30-19h30. Vendredi : fermeture à 20h.  
Descriptif : Location d'utilitaires, véhicules de loisirs, minibus.

Adresse : Route de Saumur  
49160 LONGUE-JUMELLES  
Téléphone : 02 41 52 72 60  
Site web : [www.magasins-u.com](http://www.magasins-u.com)  
Ouverture(s) : Du lundi au samedi : 9h-19h30. Vendredi : fermeture à 20h.  
Descriptif : Location d'utilitaires, véhicules de loisirs, minibus.

### Super U - Montreuil-Bellay

---

Adresse : Rue Estienvrin  
49260 MONTREUIL BELLAY  
Téléphone : 02 41 83 15 15  
Site web : [www.magasins-u.com](http://www.magasins-u.com)  
Ouverture(s) : Du lundi au samedi : 8h30-19h30. Dimanche : 9h-12h30.  
Descriptif : Location d'utilitaires, véhicules de loisirs et minibus.

## Location de camping-cars

### RG Loc

---

Adresse : 6, rue des Mariniers  
Les Rosiers sur Loire  
49350 GENNES VAL-DE-LOIRE  
Téléphone : 02 41 51 86 16  
Descriptif : Location de camping-cars.

### SVL – Solidarité Vacances et Loisirs

---

Adresse : 51 chemin du boulevard  
49160 BLOU  
Téléphone : 06 11 89 58 70 / 06 20 43 68 48  
Descriptif : Location de camping-cars au départ de la gare SCNF

## Location de véhicules anciens

### Rétro Émotion

---

Adresse : Château du Pin-en-Vallée  
49250 FONTAINE-GUÉRIN  
Téléphone : 06 25 95 82 26  
Courriel : [contact@retro-emotion.fr](mailto:contact@retro-emotion.fr)  
Site web : [www.retro-emotion.fr](http://www.retro-emotion.fr)  
Descriptif : Location de voiture de collection des années 50/60 (Citroën Traction, Peugeot 203, Renault Dauphine et Caravelle...) Location pour les mariages, organisation de voyages, rallyes, etc.

### 2CV Tour's

---

Adresse : 37500 CHINON (point de départ : Domaine de l'Abbaye, 64 rue de l'ancien port) ou 37400 AMBOISE  
(administratif : chemin du roi – BP202)  
Téléphone : 06 22 66 26 52

---

#### SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT – CS 54032 – 49415 SAUMUR CEDEX - TEL. 02.41.40.20.60 – FAX. 02.41.40.20.69  
INFOS@OT-SAUMUR.FR – [WWW.SAUMUR-TOURISME.COM](http://WWW.SAUMUR-TOURISME.COM)

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME AU CAPITAL DE 288 000 EUROS – RCS ANGERS 829 887 124 – SIRET 829 887 124 00016 – APE 7990Z – ATOUT FRANCE IM49170004

Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-  
AU  
Courriel : [contact@2cv-tours.fr](mailto:contact@2cv-tours.fr)  
Date de télétransmission : 06/02/2020  
Date de réception en préfecture : 06/02/2020  
Site web : [www.2cv-tours.fr](http://www.2cv-tours.fr)

Descriptif : Location de 2CV pour découvrir le Val de Loire à bord de ce véhicule emblématique. Balade avec roadbook à partir de la demi-journée.

---

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT – CS 54032 – 49415 SAUMUR CEDEX - TEL. 02.41.40.20.60 – FAX. 02.41.40.20.69

INFOS@OT-SAUMUR.FR – [WWW.SAUMUR-TOURISME.COM](http://WWW.SAUMUR-TOURISME.COM)

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME AU CAPITAL DE 288 000 EUROS – RCS ANGERS 829 887 124 – SIRET 829 887 124 00016 – APE 7990Z – ATOUT FRANCE IM49170004



## Taxis et VTC

TAXIS	Commune de stationnement	Téléphone(s)
ALLO SAUMUR TAXIS Véhicule PMR et remorque vélo sur demande	SAUMUR	02 52 47 07 07
ABS TAXI FOUCHER Véhicule PMR et langues étrangères sur réservation	SAUMUR – BLOU – FONTEVRAUD – MONTMOREAU - VIVY	06 07 79 79 33
TAXI 2 SAUMUR – Pauline FROGER	SAUMUR – MONTREUIL-BELLAY	06 07 15 89 14
COUTANT Mickael Véhicule 6 places	SAUMUR	06 26 94 42 82
VILLIERS Patrick	SAUMUR	02 41 52 57 20
TAXI ANJOU TOURAINE	SAUMUR	02 41 67 21 11
TAXI SAUMUR/ST CLEMENT Possibilité 8 passagers / véhicule adapté aux PMR	SAUMUR	02 41 50 39 48 06 07 02 96 36
ALLO TAXI SOPHIE	BRAIN-SUR-ALLONNES	02 41 59 06 46
MAHIET Jean-Paul	BREZE	02 41 51 60 00 06 12 87 07 31
TAXI SAINT-CYR	CHACÉ	06 83 43 44 96
ABC TAXIS	DOUÉ LA FONTAINE	02 41 59 17 41
ALLO TAXI MAGALI (Monospace climatisé)	DOUÉ LA FONTAINE	06 87 19 00 64 02 41 50 34 68
TAXIS HERVE	DOUÉ LA FONTAINE	02 41 59 15 31
TAXI HANDI DE LA COTE	FONTEVRAUD-L'ABBAYE	02 41 40 36 97
ALLO TAXI DES 7 VOIES	GENNES	02 41 38 06 91 06 84 73 71 79
TAXI GENNES LES ROSIERS PALLUET	GENNES	02 41 38 00 57
A.S. TAXI	LES ROSIERS SUR LOIRE	06 80 45 78 96
A.T.L. ALLO TAXI LONGUEEN	LONGUE-JUMELLES	02 41 50 96 65
TAXI BIDET	LONGUE-JUMELLES	02 41 52 77 77

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT – CS 54032 – 49415 SAUMUR CEDEX - TEL. 02.41.40.20.60 – FAX. 02.41.40.20.69

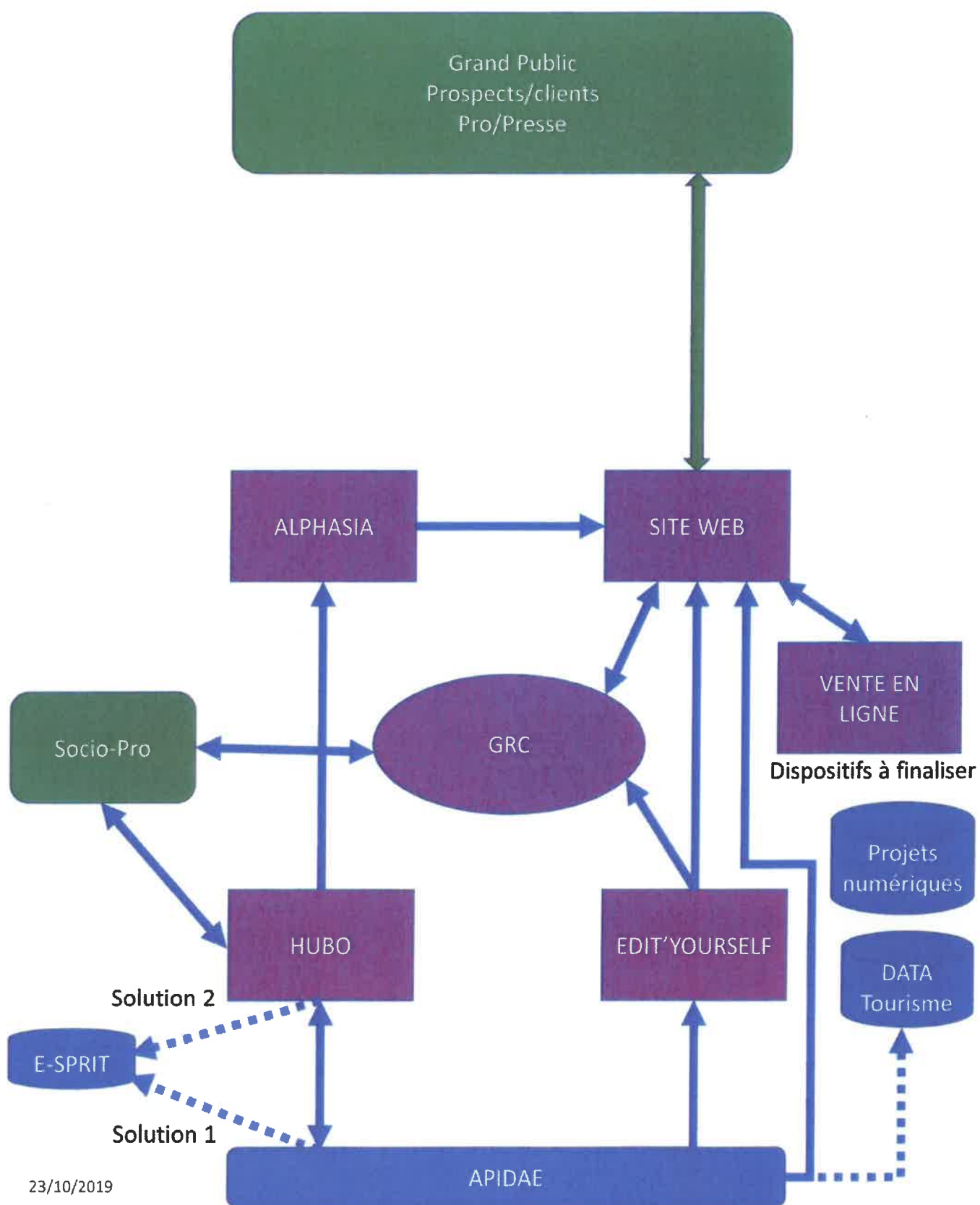
INFOS@OT-SAUMUR.FR – WWW.SAUMUR-TOURISME.COM

SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME AU CAPITAL DE 288 000 EUROS – RCS ANGERS 829 887 124 – SIRET 829 887 124 00016 – APE 7990Z – ATOUT FRANCE IM49170004

<b>A.B.C. TAXIS</b>	MONTREUIL-BELLAY	02 41 59 17 41
TAXI 2 - Pauline FROGER	MONTREUIL-BELLAY	06 07 15 89 14
ALLO TAXI VALLEE DE L'AUTHION	NEUILLÉ	06 85 72 33 27
TAXI BROSSARD	PARNAY	02 41 51 08 55 06 75 63 59 66
TAXI SAUMUR/ST CLEMENT Possibilité 8 passagers / véhicule adapté aux PMR	ST-CLEMENT-DES-LEVÉES	02 41 50 39 48 06 07 02 96 36
A.L.T. ANJOU LOIRE TAXI Véhicule 7 places	VERNANTES VERRIE	02 52 88 25 48 06 86 67 52 53 06 84 04 91 09
TAXI BIDET	VIVY	02 41 52 51 51

VTC	Commune de stationnement	Téléphone
LOIRE VALLEY VTC – CHAUFFEUR PRIVE www.loirevalleyvtc.fr	ANGERS	06 42 91 98 23

## Gestion Data 2020 – SPL SVLT





Offices de tourisme

Renouvellement n°1100497.6 du 11 décembre 2019

# Certificat

## Certificate

AFNOR Certification certifie que l'activité de service de

### SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 BIS QUAI CARNOT  
49400 SAUMUR

et des sites listés en annexe  
a été évaluée et jugée conforme aux exigences  
des règles de certification NF Service - Offices de tourisme et de la norme :  
NF X50-730 (03/07/2009)

En conséquence, l'organisme est autorisé à utiliser la marque NF Service en application des règles générales de la  
marque NF Service et des règles de certification NF Service - Offices de tourisme  
pour les activités de services suivantes :

- ACCUEIL ET INFORMATION
- PROMOTION ET COMMUNICATION
- PRODUCTION ET COMMERCIALISATION
- BOUTIQUE
- ACTIVITES EVENEMENTIELLES

#### Les caractéristiques certifiées essentielles sont les suivantes :

- Approche, environnement et aménagement des locaux
- Promotion touristique de la destination et communication
- Production et commercialisation de prestations et produits touristiques : développement territorial
- Boutique
- Création et gestion d'événements
- Evaluation et amélioration de la qualité de service rendu au client
- Organisation interne (gestion du personnel, gestion environnementale, maîtrise de la sous-traitance, gestion des documents qualité, gestion des dysfonctionnements concernant les prestations de l'office de tourisme et de l'entité touristique)

Ce certificat NF Service incluant son/ses annexe(s) est valable jusqu'au **11 décembre 2021** sous réserve des  
résultats des contrôles effectués par AFNOR Certification qui peut prendre toute décision conformément aux  
conditions qu'elle a fixées.

Ce certificat annule toute version antérieure.



Ce document est signé électroniquement. Il constitue un original électronique à valeur probatoire.  
This document is electronically signed. It stands for an electronic original with probatory value.

**Franck LEBEUGLE**  
Directeur Général d'AFNOR Certification



Flashez ce QR Code  
pour vérifier la validité du  
certificat



Offices de tourisme

# Annexe

## Appendix

Annexe de la décision de : Renouvellement n°1100497.6

Date de début de validité : 11 décembre 2019

Date de fin de validité : 11 décembre 2021

### Liste des sites de l'organisme SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME	8 BIS QUAI CARNOT	FR-49400 SAUMUR
SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME	PLACE SAINT MICHEL	FR-49590 FONTEVRAUD L ABBAYE
SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME	AVENUE DE LA LOIRE	FR-49730 MONTMOREAU
SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME	PLACE DE LA CONCORDE	FR-49260 MONTREUIL BELLAY
SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME	9 BIS AVENUE DES CADETS DE SAUMUR GENNES	FR-49350 GENNES VAL DE LOIRE
SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME	30 PLACE DES FONTAINES	FR-49700 DOUE-LA-FONTAINE



# DESTINATION PERFORMANCE

LA QUALITE AU COEUR DE NOS ACTIONS 2018

## SOMMAIRE



**01**  
UNE EQUIPE  
CONFIRMEE

**03**  
LE POLE ACCUEIL  
INFORMATION  
BOUTIQUE

**13**  
LE POLE  
COMMERCIALISATION

**19**  
LE POLE MARKETING  
PROMOTION  
COMMUNICATION

**30**  
LA E-REPUTATION

**33**  
NOS PARTENAIRES

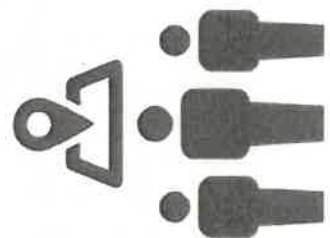
**34**  
LE POLE MARKETING DE  
L'OFFRE ET  
DEVELOPPEMENT



## UNE EQUIPE CONFIRMEE

RENFORCEE PRINCIPALEMENT  
EN SAISON PAR

**15 CDD**



*"Une équipe  
de 26 salariés*

*Déployée sur 7 BIT en  
2018*

SAUMUR  
FONTEVRAUD L'ABBAYE  
MONTREUIL-BELLAY  
MONTMOREAU  
DOUE-EN-ANJOU  
GENNES-VAL-DE-LOIRE  
LONGUE-JUMELLES.



## FORMATION 2018

**1120**  
heures

### PERMANENTS

Nombre d'heures réalisées.

### SAISONNIERS

Nombre d'heures réalisées

**193,50**  
heures

### TERRITOIRE

Part de la connaissance du territoire pour le  
personnel permanent

**56,11%**  
428,50 heures

### HEURES PAR SALAIRE

Nombre d'heures de formation par salarié

**46,60**  
heures

### VISITES DE SITES

Les visites de sites arrivent en première  
position avec 22%

## LE POLE ACCUEIL INFORMATION BOUTIQUE

L'accueil du public est assuré par une équipe de conseillers en séjour répartis sur le territoire de la destination Saumur Val de Loire dans 7 BIT. Ils assurent la promotion des prestataires touristiques (sites, activités et loisirs, événements, hébergement, restauration, etc...

Notre service propose un conseil personnalisé sur la destination mais aussi la vente de billets d'événements et de sites touristiques, la réservation d'hébergement, la vente d'articles boutique, des consignes à bagages, la possibilité de recharger un ordinateur ou un smartphone, des racks à vélos, des hotspot wifi.



## SAISON TOURISTIQUE 2018

La fréquentation de l'Office de Tourisme Saumur Val de Loire d'avril à septembre est en baisse dans nos BIT d'environ 9% d'avril à septembre. La coupe du monde et la canicule ont certainement impacté le volume d'activités notamment fin juin début juillet. Cependant la fréquentation à Saumur est plutôt stable.

Les grands événements boostent sensiblement le nombre de contacts (Anjou Vélo Vintage, les Grandes tablées, le Cadre Noir, les journées de la rose, le Carrousel, etc...

Les demandes sont en lien avec l'actualité et la météo : activités de loisirs nautiques, randonnée pédestre ou cyclo, visites de caves, troglodytes, On note aussi des demandes d'ordre plus général cette saison.



## Une seule promesse, le conseil éclairé

Les visiteurs demandent l'avis du conseiller en séjour sur un restaurant, une visite, un circuit de randonnée... Ils ne cherchent plus simplement des idées mais bien un conseil client, un service +, une sélection faite sur mesure pour eux.

### Top 6 des demandes

- 1 - Visites 38%
- 2 - Commercialisation 19%
- 3 - Informations pratiques 18%
- 4 - Activités et loisirs 11%
- 5 - Animations et spectacles 10%
- 6 - Hébergement et restauration 4%

# D'AVRIL A SEPTEMBRE

Tous BIT confondus

50 086

Contacts

80 653

Visiteurs entrants à  
Saumur

23%

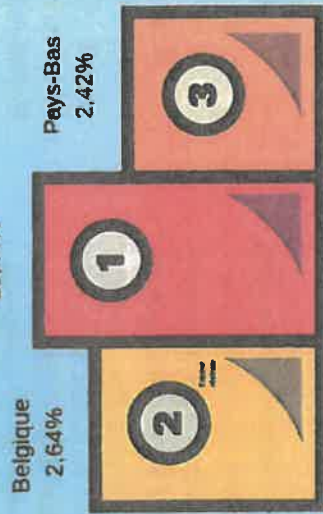
de Clientèle  
internationale

82%

de Visiteurs accueillis  
au comptoir

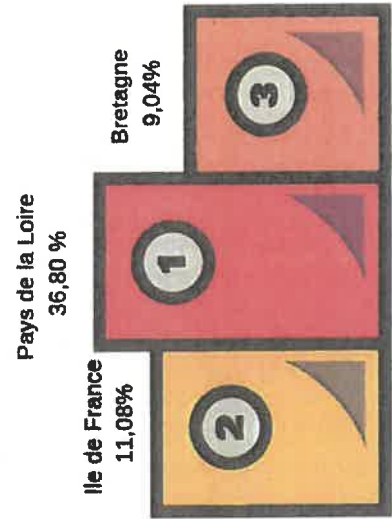
## STATISTIQUES

CLIENTELE  
INTERNATIONALE  
TOUS BIT  
CONFONDUS



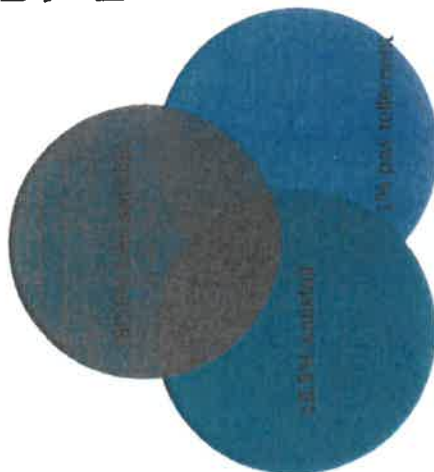
2019 : le guide touristique SVL sera traduit  
en version GB et NL plutôt que D pour la  
version française

CLIENTELE FRANCAISE  
TOUS BIT CONFONDUS



SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## L'ACCUEIL DES VISITEURS EN VIS A VIS



### AVIS CLIENT

"Personnel d'accueil extrêmement compétent et aimable, il faudrait que tous les OT aient ce degré d'excellence" !

Satisfaction globale des visiteurs sur l'accueil et l'information tous BIT condonfus.

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## L'ACCUEIL TELEPHONIQUE DES VISITEURS

### AVIS CLIENTS

"A l'écoute et bon conseil"  
"efficace et chaleureux, premier contact par téléphone pour être guidé où dormir en camping puis passage à l'OT"  
"Merci pour le bon accueil par téléphone et les offres pour les billets avec envoi à domicile"

9 355

contacts par téléphone par an à Saumur (source Ingénierie)

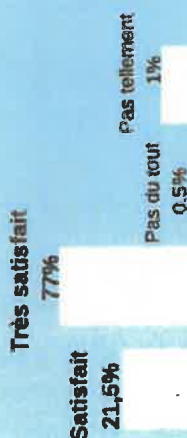
18 410

appels téléphoniques à Saumur tous services confondus par an (source easytax)

- 22% des contacts de janvier à décembre à Saumur se font par téléphone
- 21% des contacts se font d'avril à septembre tous BIT confondus (avec 7 527 appels enregistrés (source Ingénierie)

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## LE CONFORT DANS NOS BIT



## HOTSPOT WIFI GRATUITS

Des zones "wifi gratuits" sont à disposition de nos clients dans nos BIT

2019 : relooking des halls d'accueil en réflexion pour éveiller les sens, raconter une histoire à nos visiteurs et rendre agréable nos espaces détente sans oublier d'accueillir aussi les enfants

BILAN QUALITE 2018

PAGE 09

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## SATISFACTION

### L'accès

70 %  
TRES SATISFAITS

L'accès  
(global : signalétique, stationnement, horaires)

27,5 % satisfaits  
2 % pas tellement  
0,50 % pas du tout

65,33 %  
TRES SATISFAITS

Signalétique

26,16 % satisfaits  
7,16 % pas tellement  
1,33 % pas du tout

Des démenagements envisagés pour être au coeur du flux des visiteurs

64%  
TRES SATISFAITS

Stationnement

26 % satisfaits  
8 % pas tellement  
1 % pas du tout

71%  
TRES SATISFAITS

Horaires d'ouverture

27 % satisfaits  
1,50 % pas tellement  
0,50 % pas du tout

BILAN QUALITE 2018

PAGE 10

## L'ACCES

"L'Office de Tourisme est accessible depuis les différentes accès de la ville et des sites touristiques" (référentiel AFNOR)

### AVIS CLIENT

"Penser à une meilleure signalétique" "Il manque un panneau" "qu'on vous trouve plus rapidement"

**Point fort Audit 2013 à Saumur :**  
"Signalétique en place et complète, très présente sur la place St-Pierre pour orienter les visiteurs vers la rue de la Tonnelie donc l'OT"

**Des déménagements en prévision 2019 :**  
- Gennes-Val-de-Loire sur la commune de Gennes au lieu dit des Dames Barrau à proximité immédiate de la halte cyclo et du camping  
**2020**  
Fontevraud l'Abbaye : réflexion sur l'installation du BIT à l'entrée de l'Abbaye de Fontevraud l'Abbaye - Montreuil-Bellay, de la place de la Concorde en plein centre ville et à proximité du Château



## LA BOUTIQUE

### INSTALLATION D'UN COMPTOIR

Nouveauté 2018 :  
Installation d'un comptoir et d'une caisse au coeur de la boutique à Saumur en juillet.

Objectif : avoir un conseil personnalisé au sein même de l'espace, et disposer d'une vendeuse qualifiée pour assurer le conseil client et la vente des articles et ainsi libérer l'accueil au comptoir principal.

### TOP 5 DES VENTES

- 1 - Anjou Vélo Vintage
- 2 - Gadgets
- 3 - Librairie
- 4 - Alimentaire
- 5 - Enfants

### AVIS CLIENT

"Très bon accueil, personnel qualifié, boutique agréable, très propre et découverte de produits locaux"

Panier moyen : 12, 43 €

## LE POLE COMMERCIALISATION

Un Pôle dédié à la commercialisation groupes, au tourisme d'affaires et aux séminaires, aux individuels (idées séjours, forfaits), à la gestion et la vente des billets d'événements et de sites touristiques, mais aussi à la régie publicitaire, et les relations prestataires sans oublier la gestion du parc exposition du Breil.



## SATISFACTION

### La billetterie

75%

ont eu connaissance de notre offre de billetterie par notre site internet

14 % par le bouche à oreille  
8% par nos brochures  
3% par nos BIT

sont satisfaits de la diversité de notre offre



Avis client : "Merci pour votre efficacité (résa hébergement, billetteries...) et votre disponibilité"

66%

sont très satisfaits du processus de réservation

**33% sont satisfaits**

50%

ont obtenu leurs billets par email  
27% par courrier (lettre suivie)  
23% en retirant leurs billets dans un de nos BIT

2 033 dossiers réservés en 2018  
(billetteries, visites, activités et spectacles)



SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

# SATISFACTION

## Forfaits

80%

sont très satisfaits de la réservation sur le site web

Top 3 séjours vendus :  
57% Cadre Noir  
17% troglodytes  
8% oenologique

93%

sont très satisfaits de la qualité du contact

143 réservations hôtels sec  
107 réservations chambres d'hôtes sec  
15 réservations campings sec  
152 Coffrets cadeaux, box  
342 forfaits réservés (baisse de 18%)

## AVIS CLIENTS

81%

sont très satisfaits du séjour en général

19% sont satisfaits

"Accueil chaleureux dans tous les sites de visites et de réservation Ce que vous faites devrait exister dans chaque région. Parfait !"  
"Bravo à l'Office de Tourisme. Le séjour était parfait et à notre goût. A recommander."  
"C'est la 3ème fois que nous organisons un voyage avec votre OT et nous nous sommes une nouvelle fois régallés dans tous les sens du terme (gustativement et visuellement!)"

BILAN QUALITE 2018

PAGE 16



## TOP 5 VENTES BILLETS SPECTACLES ET EVENEMENTS

- 1 - Anjou Vélo Vintage
- 2 - Grandes Tablées
- 3 - Matinales du Cadre Noir
- 4 - Journées de la rose
- 5 - Saison musicale de Montsoreau

PAGE 15

## TOP 5 VENTES BILLETS SITES

- 1 - Abbaye Royale de Fontevraud
- 2 - ENE - Cadre Noir
- 3 - Château de Brézé
- 4 - Château de Saumur
- 5 - Bioparc de Doué-la-Fontaine

BILAN QUALITE 2018



## SERVICE GROUPES ET SEMINAIRES

Le service groupes est à la disposition des clients pour conseiller, concevoir et organiser un projet, une sortie, un séjour, un séminaire d'entreprise...

L'avantage, un interlocuteur unique de la conception du circuit à la facturation !

BILAN QUALITE 2018

**Le Cadre Noir reste le moteur de l'activité commerciale**

PAGE 17

## AVIS CLIENTS

"Tout était très bien, nous ferons sûrement appel à vous et nous vous faisons de la pub. Merci. Association Saint Georges"

"Je tiens simplement à vous dire que nous avons d'excellents retours sur cette croisière et donc aussi sur notre excursion à Saumur. Je vous remercie pour votre professionnalisme si jamais nous devions revenir sur la Loire ce sera avec plaisir que nous travaillerons ensemble. Merci pour cette belle journée. Croisières d'exception."



# SATISFACTION

Groupes et visites guidées

**70%**

sont très satisfaits par le séjour en général

**30% sont satisfaits**

sont très satisfaits du service groupes

**12% sont satisfaits**

## Avis client :

"Très bonne prestation de notre guide Susi que nous avions déjà rencontrée à l'Abbaye"



**46%**

ont connu le service groupes par internet

22% sont des clients

antérieurs

20% par les brochures/fiches

7% par téléphone

5% par le bouche à oreille

**78%**

sont très satisfaits par les visites guidées

**70% sont satisfaits par la qualité du guidage**



344 dossiers ouverts (289 circuits + 55 visites guidées)  
190 dossiers validés

BILAN QUALITE 2018.

30 dossiers séminaires ouverts : 13 confirmés

PAGE 18



## LE POLE MARKETING PROMOTION COMMUNICATION

La stratégie numérique en 2018 liée aux réseaux sociaux est renforcée avec l'accompagnement de l'agence "We like Travel" avec la promesse d'une forte augmentation du nombre de fans. Un autre chantier en cours : le site web pour préparer son séjour. Et toujours des salons en France et à l'étranger, des accueils de presse et des newsletters régulières envoyées à nos professionnels et au grand public.

BILAN QUALITE 2018

PAGE 19

Depuis un an la SPL fait évoluer sa stratégie pour séduire de nouveaux visiteurs : une nouvelle charte graphique et la marque "Destination Val de Loire" pour sortir de l'image de Saumur comme simple ville étape au sein d'un voyage plus prestigieux.



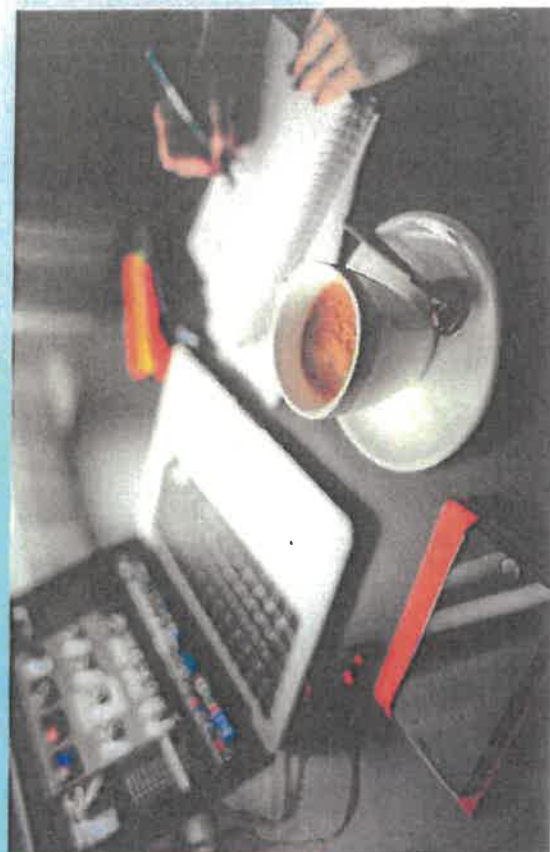
## LE NUMERIQUE

Avant le séjour, une fois sur place et après le séjour

Un constat :

Sur 10 visiteurs, seul 1 passera la porte d'un de nos B.T., les autres se seront informés différemment grâce à d'autres moyens (internet, guides touristiques...)

Sans surprise le numérique est la première source d'information. Il ne fait pourtant pas l'unanimité, certains clients commandent des brochures ou achètent des guides, et fonctionnent par le bouche à oreille. Le site internet de la destination Saumur Val de Loire reste très consulté.



BILAN QUALITE 2018

PAGE 20

PRISMA INC.

## LES RESEAUX SOCIAUX

facebook et instagram

32 970 500 000

Nombre de fans sur  
facebook



Nombre de  
publications vues sur  
facebook

Renforce l'image de la destination

2 310

Nombre d'abonnés sur  
Instagram



Nombre de  
publications (en  
moyenne 1/jour)

257

BILAN QUALITE 2018

PAGE 21

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## SATISFACTION

Documentation et web

91%

ont reçu leur courrier  
dans les 4 jours  
ouvrables

ont consulté les  
documentations  
présentes sur notre  
site web



AVIS CLIENT : "je vous remercie chaleureusement, j'ai une  
lecture intéressante pour préparer mon voyage chez vous"  
"ce petit message pour vous remercier de l'envoi de vos  
très belles et intéressantes brochures, je me régale"

25%

ont téléchargé les  
documentations  
proposées

99%

Les informations consultées  
sur notre site web et nos  
brochures confortent nos  
visiteurs dans le désir de  
séjourner du côté de Saumur  
Val de Loire

BILAN QUALITE 2018

PAGE 22

## SITE WEB

Fréquentation du site

1 126 000

3,5

sessions  
magré une  
technologie ancienne  
en terme de mobilité

pages vues en  
moyenne sur le site



90%

TOP 3

des visiteurs du site  
sont français

des pages les + consultées

Le site web est en  
cours de refonte  
totale pour fin 2019

- 1- La page d'accueil
- 2- Le moteur de réservation
- 3 - La vidéo du Musée des  
Blindés

## NOS OUTILS DE COMMUNICATION

Des plans (Saumur - 55 000 ex.  
Gennes-Val-de-Loire 4000 ex. Doué-  
en-Anjou 4000 ex)  
Le "Bons Plans" séjournez malin...  
Visitez plus (25 000 ex)  
Des fiches produits dédiées aux  
autocaristes, agents de voyages,  
comités d'entreprise ou associations,  
téléchargeables sur notre site web et  
diffusées par le Pôle accueil  
Des "Idées séjours" pour les week-ends  
pour individuels imprimés à la demande  
Un dossier de presse  
Des circuits de randonnée  
Une liste des locations de salles et  
séminaires



**SATISFACTION  
PARTENAIRES**

Bourse aux dépliant's

51% très satisfaits  
47% satisfaits  
2% pas tellement

3 vidéos "J'aime la France" pour  
promouvoir notre destination





## SALONS

### Récompenses et chiffres

**250 M2**

Superficie du stand  
au SALON DE NANTES  
Stand : une toue cabanée  
20 partenaires

**9**

Nombre de partenaires  
au SALON DE RENNES  
Thème : la Loire

Grand Prix du  
Meilleur  
exposant



Trophée du  
meilleur stand

**112 000**

SALON DESTINATION  
NATURE A PARIS  
Nombre de visiteurs sur  
le salon  
Présence sur le stand  
d'Anjou Tourisme

**4**

SALON DES VACANCES  
A BRUXELLES  
Nombre de partenaires  
La SPL sur 1 des 2 ilots  
"Pays de la Loire" invité  
d'honneur

## SATISFACTION

### Documentation

La documentation reçue  
correspond à 99% aux  
attentes des visiteurs

77,50% des visiteurs sont  
très satisfaits de la  
documentation en libre  
service

## LE GUIDE SVL

Nombre de pages : 192  
Nombre d'exemplaires  
édités :  
- 83 000 version FR - CB - D  
- 7 000 version NL - E - I

Mode de diffusion des brochures  
- En libre service dans nos BJT  
- Livraison dans les grands points  
touristiques de la destination  
- Diffusion sur les opérations de  
promotion en France et à l'étranger  
- Diffusion sur les bourses aux  
dépliants  
- Envoi par courrier



## L'ACCUEIL HORS LES MURS

DISPOSITIF TEST EN JUILLET ET AOÛT

Le contexte :

Des visiteurs mieux informés avant d'arriver sur la destination  
Seulement 1 sur 10 pousse les portes d'un OT pendant son séjour.

L'idée :

Porter l'information à nos visiteurs là où ils se trouvent sur la destination.

PRISMA INC.

Cette initiative fait partie intégrante de la politique globale d'amélioration de la qualité de nos services et vient en complément d'un accueil "volant" à l'OT de Saumur. Ce dispositif a nécessité l'embauche d'un saisonnier dédié à l'accueil hors les murs et la diffusion de guides SVL cet été.



Compte tenu du bilan chiffré, l'opération ne sera pas renouvelée sous cette forme et seule la diffusion des guides auprès de nos partenaires en été sera conservée, il est constaté que le maillage territorial en terme d'accueil sur notre destination est suffisant (7 B1T).

PAGE 27

# CHIFFRES CLES

Accueil Hors les murs

66

171

Sites touristiques livrés en documentation

Cartons de guides SVL diffusés



5

Lieux d'accueil hors les murs sur la destination :

- Château de Saumur
- Place des ormeaux, sur le marché de Montreuil-Bellay
- Entrée du Château de Montsoreau sur le parcours de la Loire à Vélo
- Entrée du Camping de Gennes-Val-de-Loire sur le parcours de la Loire à Vélo
- Entrée du Bioparc de Doué-la-Fontaine

266

Contacts clients enregistrés en juillet et août

BILAN QUALITE 2018.

PAGE 28

## LA E- REPUTATION

Les avis des internautes sont de plus en plus recherchés par les consommateurs avant un acte d'achat. Cela devient un critère de recherche et de sélection à part entière.

La SPL accorde une importance particulière aux avis publiés sur son site web mais aussi sur les réseaux sociaux à propos de la qualité de ses propres services mais également ceux de la destination Saumur Val de Loire.

BILAN QUALITE 2018

PAGE 29

BILAN QUALITE 2019



## LES SALONS EN FRANCE ET A L'ETRANGER

Une équipe de partenaires impliqués pour faire la promotion de la destination Saumur Val de Loire sur des salons de proximité et aux côtés du Cadre Noir de Saumur

- Salon du tourisme à Nantes
- Salon du tourisme à Rennes
- Salon Destination Nature à Paris
- Salon du cheval à Angers
- Salon des vacances à Bruxelles
- Déplacement aux côtés du Cadre Noir à Douai et à Bordeaux

### Des relations presse

*51 journalistes accueillis  
25 accompagnements  
73 retombées presse à  
notre connaissance*

En collaboration avec l'Agence Régionale des Pays de la Loire et Anjou Tourisme, le Syndicat des Pays de la Loire et Anjou Tourisme et le Prieuré

BILAN QUALITE 2019

PAGE 29

BILAN QUALITE 2018

PAGE 30

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## AVIS

Tripadvisor et Google

**TRIPADVISOR**  **Attestation d'excellence**  
Saumur  
Note de 4,5/5

**59%**

des internautes jugent excellents la qualité des services de l'OT de Saumur

**35% très bons**

**34**

avis publiés sur Saumur (2 avis négatifs)

+

5 sur Fontevraud l'Abbaye  
5 sur Doué-en-Anjou

GOOGLE MY BUSINESS

**+ 85%**

**134**

D'avis ou notes publiés en 2018 par rapport à 2017



**Saumur**  
Note de 4,3/5

Avis ou notes publiés pour Saumur (dont 6 avis négatifs)

+  
3 Gennes-Val-de-Loire  
2 Doué-en-Anjou  
1 Fontevraud l'Abbaye

BILAN QUALITE 2018

PAGE 31

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## SATISFACTION

Destination Saumur Val de Loire

**126**

Remarques négatives orales

**87**

Remarques positives orales

Tous services confondus et tout type de remarques écrites ou orales (web, courrier, questionnaire de satisfaction, réseaux sociaux, comptoir)

**60**

Remarques écrites négatives

**186 remarques négatives**  
enregistrées par l'équipe  
SVL en 2018



**429 remarques positives**  
enregistrées par l'équipe  
SVL en 2018

**342**

Remarques écrites positives

BILAN QUALITE 2018

PAGE 32

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## NOS PARTENAIRES

465 PARTENAIRES NOUS  
ONT FAIT CONFIANCE EN  
2018

Notre objectif : fédérer  
l'ensemble des partenaires de  
la destination SVL

- Des petits déjeûns de l'Office de Tourisme en janvier
- Des réunions thématiques (opérations de promotion, ou filières troglo, Loire, itinérance, oenotourisme)
- Des éductours ciblés vignobles & Découvertes
- Des visites sur le terrain des établissements
- Des échanges de documentation (Bourse aux dépliant, distribution de doc)
- Des échanges avec des référents de l'OT dans le cadre de la régie pub et le pack promo, de la billetterie, de la boutique



BILAN QUALITE 2018

PAGE 33

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

## LE POLE MARKETING DE L'OFFRE ET DEVELOPPEMENT

Un Pôle dédié à

- la veille et l'observation,
- la prospective marché et la structuration de l'offre,
- les filières,
- l'accompagnement des actionnaires
- l'animation de réseau et conseil aux socioprofessionnels,
- les labels et classements hors Office de Tourisme

## Labels et hébergements

- 246 hébergements partenaires
- 120 meublés de tourisme partenaires dont 69 labellisés
- 65 chambres d'hôtes partenaires dont 57 labellisées
- 12 visites de chambres d'hôtes dont 8 visites avec le référentiel Chambres d'hôtes en Anjou
- 27 nouveaux propriétaires de chambres d'hôtes et 56 nouveaux propriétaires de gîtes



BILAN QUALITE 2018

PAGE 34



## FILIERE oenotourisme

Des actions à destination  
des partenaires labellisés  
Vignobles & découvertes

1 atelier de travail = 3h de créativité  
pour faire émerger de nouvelles  
idées le 27 février

BILAN QUALITE 2018

PAGE 35

Création d'1 produit  
groupes : petit train  
touristique dans les vignes

Un mois <<< un portrait  
9 portraits en 2018  
Vif succès : Entre 32 et 162  
lectures par vidéo

Journées organisées sur la  
thématique "l'oenotourisme en  
saumurois" à destination des  
partenaires

5 avril : 90 participants  
20 avril : 18 participants  
8 octobre : 33 participants



## COORDINATION D'EVENEMENTS

### ANJOU VELO VINTAGE

Coordination avec Loire Evènement le  
producteur de l'évènement et la gestion  
en direct :

- Du montage budgétaire et du suivi des  
partenariats financiers
- De la coordination et de la communication  
avec les institutionnels
- De la sécurisation des parcours ligériens et de  
la coordination des intervenants extérieurs
- Du recrutement et de l'encadrement de  
bénévoles (51 personnes sur le terrain le jour J)
- De l'ensemble de la billetterie
- De la mise en place de la boutique et de la  
conception des produits dérivés

BILAN QUALITE 2018

PAGE 36

## SATISFACTION

97% des participants sont satisfaits  
de l'organisation générale

- 16 salariés mobilisés pour ce projet
- 52% des participants proviennent  
d'autres régions que les Pays de la  
Loire
- 12% viennent de région parisienne
- 5 nationalités représentées lors de  
l'évènement
- 67% des personnes séjournent entre 2  
et 4 jours à Saumur Val de Loire
- 136 sujets dans la presse écrite  
nationale
- 213 retombées directes dans les  
médias
- 19 185 fans de la page facebook

# FILIERE

Troglodytisme - patrimoine

33

Sites de visites qui comptabilisent 750 000 visiteurs par an dont 4 avec plus de 50 000 visiteurs

226

Lits marchands

La thématique "troglo" est la plus liée sur les réseaux sociaux

32%

de demandes d'informations sur les sites troglodytes enregistrées au BIT de Doué-en-Anjou

5

Communes impactées par l'itinéraire de la Loire à Vélo souterraine dans le cadre du projet

- Recensement de l'offre touristique et des services en lien avec la pratique
- Identification des projets d'ouverture de sites, commerces, restaurants, hébergements et services
- Coordination avec la CASVL
- 2 ateliers de travail sur la stratégie et le positionnement du projet Loire à Vélo souterraine

# FILIERE CYCLOTOURISME

Evolution de la rubrique "itinérance en boucles vélo" sur notre site internet

- nouvelles dénominations
- modification arborescence
- création d'articles

Participation aux comités de pilotage et comité technique des itinéraires de la Loire à Vélo, de la Vélo francette, d'itinéraire cyclable de la V44.

Collaboration pour les éditions et sites internet : Anjou Tourisme, Thouet à Vélo, la Loire à Vélo.

- 5 461 téléchargements de cartes parcours PDF
- 3 273 téléchargements de cartes du saumurois
- 55 995 consultations des articles de la rubrique "itinérance et boucles vélo" depuis la mise en ligne des articles





## FILIERE LOIRE-NATURE/ EQUESTRE

Evolution de la rubrique "randonnée pédestre" sur notre site internet :

- nouvelles dénominations
- modification arborescence
- création de nouvelles fiches

### Randonnée pédestre

- 9 000 vues de la page d'accueil de la rubrique
- 63 200 vues de l'ensemble des articles
- + 20 000 téléchargements des parcours
- 4 500 téléchargements Traces GPX

BILAN QUALITE 2018

PAGE 39

- Partenariat avec 5 plateformes externes pour la promotion de la filière et des itinéraires : IGNRando, Cirkwi, Visorando, Enpaysdelaloire.com, anjou-tourisme.com
- 1 salon "Destination Nature" à Paris 4 jours - 130 000 visiteurs
- 1 salon "du cheval" à Angers 3 jours - 20 000 visiteurs
- Lancement du projet de la Route Européenne d'Artagnan, itinéraire équestre européen thématique

### Projet 2019

Guide des Belles balades - Partenariat PNR Loire Anjou Touraine, OT Azay-Chinon, SPL SVLT : 20 itinéraires dont 9 sur notre territoire - 2 000 exemplaires

## PARCOURS CONNECTES

### BALUDIK

Mise en place de parcours connectés sur la destination via l'application BALUDIK avec l'inauguration lors des journées du patrimoine du

parcours

"les explorateurs de Ile d'Offard"

519 téléchargements  
4 mois de conception



### PROJET DE 3 PARCOURS EN 2019

Gennes Val de Loire

Thématiques : Circuit nature - botanique (migration des oiseaux) + patrimoine et mégalithes en fonction des possibilités, géographiques notamment :

Sortie : mois de mai 2019

Parcours Cénotourisme / (secteur Saumur Champigny) - enquête de type « Cluedo »

Sortie : début juillet 2019;

Doué la Fontaine

Thématiques : le patrimoine caché, les troglodytes, les roses

Sortie : Septembre 2019 (Journées du Patrimoine)

PAGE 40

## SATISFACTION

Appréciation du parcours

Note de 4,4/5

BILAN QUALITE 2018

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME



## SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

8 bis quai Carnot  
CS 54032  
49415 Saumur Cedex  
saumur-tourisme.com

*Merci à l'ensemble de  
l'équipe pour sa  
contribution*

Responsable qualité : Catherine Sarre

BILAN QUALITE 2018

PAGE 42

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME



*Seul on va plus vite,  
ensemble on va plus loin*

BILAN QUALITE 2018

PAGE 41

**Responsable de l'application : Catherine SARRE PITON / Laurent BONNET**

**Mise en œuvre par Catherine SARRE PITON, Thierry LACOMBE, Laurent BONNET, Eliane GILLOT ou toute autre personne en cas d'absence**

## **I – Principe et règles générales**

### **Principe**

Cette fiche d'instruction s'applique pour les avis et commentaires déposés sur le site web. Contrairement à des réclamations écrites ou orales (F34 réponse aux réclamations), ces avis n'appellent pas de réponse directe du prestataire mis en cause.

L'internaute a la possibilité de s'exprimer et laisser un commentaire en pied de chaque article où la fonctionnalité est activée (Champ « commentaires »). Celui-ci fait l'objet d'un suivi personnalisé. Tous les commentaires positifs ou négatifs arrivent sur la boîte partagée « direction » ainsi que celle du webmestre. Le webmestre ou la responsable qualité en tant qu'administrateur du site, **vérifie et valide le commentaire avant sa publication**.

- **Si le commentaire fait l'objet d'une réclamation ou d'un avis positif** sur l'Office de Tourisme ou la destination, celle-ci est traitée selon les instructions citées ci-dessous.
- **Si le commentaire relève d'une demande d'informations**, elle est basculée au gérant ([Mod 937 – Accusé réception d'une demande de dispo-renseignement](#)) de l'offre concernée. Si la demande est d'ordre général, le message est transféré au service accueil (boîte infos) pour traitement.

### **Règles générales**

- tout avis déplacé, insultant, grossier, irrespectueux n'est pas publié.
- tout avis déposé par une personne ayant laissé une adresse mail non valide est considéré comme anonyme et n'est pas pris en compte. Dans le cas d'un avis négatif, et afin de nous prémunir contre tout risque d'usurpation d'identité électronique, nous répondons à l'internaute en lui demandant expressément de nous confirmer qu'il est bien l'auteur de l'avis déposé sur notre site web.
- dans le cas d'une "cascade" d'avis similaires, qu'ils soient négatifs ou positifs, nous procédons à un contrôle des adresses IP pour vérifier qu'ils ne viennent pas d'une même personne qui utiliserait plusieurs adresses email en ayant clairement pour objectif de tricher ou de fausser le système. En pareil cas, nous ne publions que le premier avis.
- après modération et vérification de la validité de l'identité électronique, nous publions l'avis sur notre site web et nous le transmettons simultanément par mail aux établissements concernés.
- les 10 premiers commentaires sont publiés sur notre site web du plus ancien au plus récent. Au-delà de 10, l'ordre de publication s'inverse et c'est donc le plus récent qui se retrouve en haut de liste.

## II – Premier commentaire posté par un internaute sur une offre de notre site web

### 1 – Avis positif

**Transmettre sous 24h ouvrées le commentaire** reçu sur la boîte partagée « direction » ou celle du webmestre au responsable de l'offre touristique (hébergement, restauration, site touristique, loisirs etc...) accompagné de la note « **Avis des internautes – information à l'attention de nos partenaires** », et du texte contenu dans le [Mod936 – transmission du commentaire positif](#).

### 2 – Avis négatif ou remarque

#### a) **Confirmer l'identité du destinataire**

- adresser à l'internaute ayant déposé un commentaire négatif un courriel lui demandant de confirmer qu'il en est bien l'auteur (à partir du [Mod939 – accusé de réception](#)).
- En l'absence de confirmation, l'avis négatif concerné n'est pas pris en compte.

#### b) **Transmettre sous 24h ouvrées le commentaire reçu** sur la boîte partagée « direction » ou celle du webmestre au responsable de l'offre touristique (hébergement, restauration, site touristique, loisirs etc...) accompagné de la note « **Avis des internautes – information à l'attention de nos partenaires** » et du texte contenu dans le Modèle [Mod940 – transmission du commentaire négatif](#).

## III – Traitement des réponses

### A – Remarques relatives aux prestataires : Publication de la réponse du partenaire sur notre site web

Une fois la réponse du prestataire reçue, celle-ci, tout comme le commentaire du client, est modérée avant publication. La mise en ligne en tant que commentaire intervient donc après concertation entre le directeur et le webmestre ou la responsable qualité.

A l'occasion d'un premier commentaire négatif, il est possible d'aider le prestataire mis en cause dans la formulation de la réponse faite au client et qui sera publiée sur le site web.

### B – Remarques relatives à l'Office de Tourisme

Si une remarque concerne l'O.T., une analyse est faite en interne avec les personnes des services concernés et une réponse est apportée directement par l'Office de Tourisme au client par email. Si cela est nécessaire, un commentaire est rédigé sur le site web.

#### IV – Durée de publication

Les avis sont maintenus en ligne pendant 2 ans. Toutefois, en cas de changement de propriétaire ou de gestionnaire d'un établissement faisant l'objet de commentaires, ces derniers seront dé-publiés.

#### V – Classement et suivi des dossiers

Chaque commentaire positif ou négatif et les échanges d'email qui en découlent font l'objet d'un dossier classé dans le bureau de la responsable qualité. Ces commentaires seront traités dans le cadre de l'analyse des réclamations et remarques clients. Des actions correctives peuvent être mises en place selon les cas.

*Documents concernés : Procédure du manuel qualité « chapitre 9 traitement des réclamations, remarques, suggestions et mesures de la satisfaction -F34 Réponse aux réclamations – Mod928 plaignant (par courrier) – Mod938 plaignant (par email) – Mod927 établissement mis en cause – Mod926 Client anglais – F38 gestion des réseaux sociaux*

**Responsable de l'application : Catherine SARRE PITON, responsable qualité**  
**Mise en œuvre par l'ensemble du personnel.**

**Objectif :** chaque remarque, avis, commentaire, observation doit faire l'objet d'une réponse de l'OT via les différents vecteurs de communication. Les réclamations doivent être traitées dans les meilleurs délais possibles (être réactif) par l'équipe afin de garantir un service de qualité tant auprès des clients que de nos partenaires, que la remarque concerne l'OT ou un prestataire de la destination Saumur Val de Loire.



Toutes les réclamations sont enregistrées dans un tableau excel récapitulatif sous T – qualité / réclamations commentaires et avis + année en cours / négatif ou positif.

Il existe une boîte mail qualite@ot-saumur.fr

La responsable qualité doit être informée par mail de toutes les remarques / réclamations / avis traités par l'équipe.

*Documents associés : F40 suivi des commentaires laissés par les clients sur le site web – F38 gestion des réseaux sociaux-*

## I - Réception d'un courrier de réclamation / remarque négative

**La réponse au client doit être formulée sous trois jours ouvrés par courrier, email en l'informant que sa réclamation a été prise en compte.**

- 1- Apposer la date de réception sur la réclamation (courrier, fax)
- 2- 2 - Transférer la réclamation à Cathy (ou direction en son absence) (ou pour les BIT l'envoyer par email) sous 24 heures ouvrées qui en prend connaissance
- 3- 4 - Utiliser le modèle de courrier de réponse au plaignant en enregistrant les coordonnées du client + la date du jour et l'envoyer signé par courrier ou par mail sous 48h après réception (sauf week-end)

*Documents associés : Mod 938 plaignant – Mod 926 client anglais*

- 4- 6 - Utiliser le modèle de courrier de réponse au prestataire en enregistrant les coordonnées du client + la date du jour et imprimer le courrier

*Document associé : Mod 927 établissement mis en cause*

- 5- Le prestataire doit être tenu informé (par téléphone, courrier, email, fax) de la réclamation du client le concernant. Il lui est demandé de répondre au client mécontent et de nous adresser une copie de ce courrier permettant ainsi de faire un suivi. En cas de non réponse du prestataire au client, une relance est faite par la responsable qualité. L'Office de Tourisme s'engage à tenir informé le client des suites données à sa réclamation.

- 7 – Envoyer le courrier signé par courrier ou mail aussitôt accompagné de la copie du courrier de réclamation – Faire une copie de la réponse àagrafer à la réclamation.
- 6- - Classer le dossier complet (courrier de réclamation + copie de la lettre au plaignant + copie de la lettre au prestataire) dans le bureau de la responsable qualité.
- 7- Enregistrer la remarque et l'action réalisée dans le tableau excel sous T – qualité – réclamations commentaires et avis en notant bien toutes les informations demandées à l'aide des listes déroulantes et informer la RQ par mail.

## II – Réception d'une remarque positive écrite

- 1- En cas de mail ou courrier de remarques positives concernant l'OT, transférer à Cathy ou une autre personne responsable du sujet en son absence.
- 2- Répondre au client pour le remercier.
- 3- Transmettre au prestataire si cela concerne un partenaire de la destination SVL
- 4- Si le message fait suite à un envoi de documentation, classer le message, l'enregistrer sous T – Qualité – réclamations avis – année + positif – office de tourisme.
- 5- Enregistrer l'avis dans le tableau excel sous T – qualité – réclamations commentaires et avis en notant bien toutes les informations demandées à l'aide des listes déroulantes et informer la RQ par mail.

## II - Réclamation / remarque orale faite par un client en vis à vis

- 1- Proposer la fiche de réclamation client et inviter le client à s'exprimer sur son mécontentement en rédigeant le contenu de son problème sans oublier d'inscrire ses coordonnées sur la fiche

*Document associé : Mod 930 fiche de réclamation client*

- 2- Si le client ne souhaite pas remplir une fiche, bien noter dans le tableau des dysfonctionnements la date de la remarque, le prestataire incriminé, le contenu du message et les initiales de la personne ayant enregistré la remarque

*Document associé : Mod 943 Tableau des dysfonctionnements*

2 - Si le personnel peut aider le client en contactant directement le prestataire concerné ou en cherchant à répondre à ses attentes, la fiche de réclamation est complétée en notant l'action corrective mise en place.

3 - La fiche est alors transmise à la responsable qualité ou le directeur

5 - Si le client est particulièrement mécontent, la conseillère l'invite à s'exprimer à l'écart pour ne pas gêner le public. Elle essaie de calmer la tension par un comportement qui prouve sa volonté de suivre le litige et de satisfaire le client.

6 - Si un réel problème se pose, et qu'elle n'arrive pas à maîtriser le visiteur, elle l'invite à rencontrer le directeur qui trouvera une solution plus adaptée

7 - Un courrier (courriel) est ensuite réalisé par la responsable qualité (ou en son absence un responsable) informant le prestataire incriminé qu'une réclamation a été formulée à son encontre. Il lui est demandé de répondre rapidement au client.

8 - Le courrier et la copie de la fiche de réclamation sont envoyés au prestataire par courrier ou email. Si un contact par téléphone se fait par téléphone, la personne note sur le courrier la date du jour de l'appel et le contenu de la réponse

9 - S'il n'y a pas de réponse orale possible à formuler au client (absence d'un responsable ou pas de réponse possible), un courrier est envoyé au client sous **trois jours** ouvrés suivant la réclamation

Document associé : *Mod 928 plaignant*

10 - La fiche de réclamation agrafée à la copie du courrier au prestataire et du courrier au client est ensuite classée dans le bureau de la responsable qualité.

11 Enregistrer la remarque et l'action réalisée dans le tableau excel sous T – qualité – réclamations commentaires et avis en notant bien toutes les informations demandées à l'aide des listes déroulantes et informer la RQ par mail.

### III – Incident concernant un sentier de randonnée

- 1- La conseillère en séjour propose au client de remplir directement avec lui le formulaire « signalement d'un incident » présent sur chaque article de randonnée (pédestre, vélo...) sur notre site web. Ne pas oublier de noter sur la fiche le nom du circuit et non pas le numéro.
- 2- Elle lui confirme oralement que sa réclamation est prise en compte. Le client reçoit également un accusé réception par mail.
- 3- Le signalement de l'incident via le formulaire arrive directement dans la boîte mail du service randonnée et itinérance [rando@ot-saumur.fr](mailto:rando@ot-saumur.fr). Ensuite les responsables en charge des

dossiers de la randonnée et de l'itinérance (Simon ou Sophie) prendront les dispositions nécessaires pour remédier au dysfonctionnement (contrôle du sentier sur le terrain - informer les communes concernées ....)

- 4- Cette procédure est valable pour toutes les randonnées : pédestres, vélo, équestres...
- 5- Pour information, voir ci-dessous le formulaire de signalement en ligne :
- 6- Formulaire présent dans chaque article de randonnée (pédestre, vélo, équestre...). Attention il n'est pas sur la partie VTT pour le moment, il faut prendre un circuit de rando pédestre pour remplir le formulaire.
- 7- En cas de coupure Internet, remplir exceptionnellement le formulaire (*Mod 931 signalement d'un incident de randonnée*) avec le visiteur. Et renseigner le formulaire en ligne dès que la connexion est rétablie.
- 8- En fonction de la remarque, le client pourra être informé par mail de l'action corrective mise en place.
- 9- Enregistrer la remarque et l'action réalisée dans le tableau excel sous T – qualité – réclamations commentaires et avis en notant bien toutes les informations demandées à l'aide des listes déroulantes et informer la RQ par mail.

#### Signalement d'un incident de randonnée

Grâce à ce formulaire, il vous est possible de contacter notre service lors de vos randonnées.

Titre \* :

☐ Mme ☐ M.

Nom & prénom \* :

Nom & prénom du plaignant

Email \* :

Adresse Email du plaignant

Votre numéro de téléphone :

Commune concernée :

Pratique concernée \* :

☒ Pédestre ☐ Vélo ☐ VTT ☐ Equestre ☐ Canoë/kayak

Catégorie du problème \* :

☐ Balisage/signaletique ☐ Entretien/Obstacle ☐ Dépôt d'ordures ☐ Conflit d'usage ☐ Éboulement ☐ Inondation  
☐ Autres

Décrivez le problème \* :

Noter le descriptif détaillé de l'incident (lieu exact, nature exacte...)

Qualifier l'ampleur du problème \* :

☒ Circuit praticable ☐ Circuit difficilement praticable ☐ Circuit impraticable

Coordonnées GPS du lieu de l'incident :

Joindre une photo ou une carte afin d'illustrer le problème :

Parcourir... Aucun fichier sélectionné

Si le formulaire est rempli par une conseillère en séjours à l'accueil, cette dernière devra noter son nom à la fin du descriptif

#### **IV – Réclamation / remarque sur un meublé de tourisme ou une chambre d'hôtes**

Après toutes les étapes citées plus haut, Informer la référente du dossier, Dominique, afin qu'elle puisse prendre contact par téléphone avec le prestataire et programmer une visite de contrôle si nécessaire.

#### **V – Réclamation / remarque / avis à partir de commentaires laissés sur notre site web**

*Document associé : F40 suivi des commentaires laissés par les clients sur le web*

#### **VI – Réclamation / remarque via le Pôle Commercialisation**

- 1- Les personnes en charge du Pôle Commercialisation (groupe ou individuel) traitent et analysent les remarques de leurs clients.
- 2- Un contact direct peut être établi avec le client pour avoir plus d'informations sur le problème rencontré
- 3- Elles adressent ensuite au prestataire concerné la copie de la réclamation et prennent également contact avec lui par téléphone pour avoir sa version des faits
- 4- Enregistrer la remarque et l'action réalisée dans le tableau excel sous T – qualité – réclamations commentaires et avis en notant bien toutes les informations demandées à l'aide des listes déroulantes et informer la RQ par mail.

#### **VII – Réclamation / remarque via les réseaux sociaux**

*Document associé : F38 gestion des réseaux sociaux*

##### **1- Google My Business**

Chaque référent de BIT concerné est en mesure de répondre au commentaire laissé par l'internaute sur Google My Business. En cas d'absence de cette personne, une autre est chargée de gérer les avis afin d'être le plus réactif possible dans la réponse.

S'il s'agit juste d'une notation et pas d'un commentaire, il n'est pas nécessaire de poster une réponse.

- 1- A réception d'un avis ou d'une note arrivant sur la boîte mail, l'enregistrer sous T – Qualité – Réclamations - + année + positif ou négatif + office de tourisme + google.

- 2- Se connecter à l'aide de ses codes personnels sur Google My Business. Aller sur « avis » puis « répondre ». « Poster une réponse » **que ce soit un message de remerciement si le message est positif ou une réponse appropriée si l'avis est négatif**
- 3- Enregistrer la remarque et l'action réalisée dans le tableau excel sous T – qualité – réclamations commentaires et avis en notant bien toutes les informations demandées à l'aide des listes déroulantes et informer la RQ par mail.

## 2- Tripadvisor

Depuis le compte « propriétaire », nous avons délégué l'accès aux pages Tripadvisor respectives à Doué-en-Anjou et Fontevraud l'Abbaye en plus de Saumur. Seuls ses 3 bureaux pour l'instant sont référencés sur Tripadvisor.

Chaque référent de BIT concerné est en mesure de répondre au commentaire laissé par l'internaute sur Tripadvisor. En cas d'absence de cette personne, une autre est chargée de gérer les avis afin d'être le plus réactif possible dans la réponse.

- 1- Aller consulter régulièrement ses alertes pour lire les avis – Petite astuce : en allant sur le koin koin, à gauche, le nombre d'avis Tripadvisor est indiqué. Il suffit de voir si le chiffre a augmenté !
- 2- Se connecter sur Tripadvisor avec les codes. Chaque référent de BIT concerné est en mesure de poster une réponse à l'avis laissé par l'internaute. Aller dans « mon établissement » puis se connecter sur le BIT concerné.
- 3- Enregistrer l'avis sous T – Qualité – réclamations - + année + positif ou négatif + tripadvisor
- 4- Aller dans « répondre aux avis ». Cliquer sur l'avis et écrire sa réponse. Attention Tripadvisor ne comprend pas toujours les réponses dans les langues étrangères ! il peut buger.
- 5- **Formuler une réponse que ce soit un message de remerciement si le message est positif ou une réponse approprié si l'avis est négatif**
- 6- Choisir « Office de Tourisme » et « responsable relations clients » avant de valider.
- 7- S'il s'agit d'une remarque concernant un prestataire et non l'OT, transmettre au prestataire concerné selon la procédure notée en chapitre I et poster également une réponse en indiquant la transmission
- 8- Enregistrer l'avis dans le tableau excel sous T – qualité – réclamations – année – Positif ou négatif

# Enquête de satisfaction Client

Aidez-nous à nous améliorer !

Soucieux de l'amélioration de nos services et celle de la destination nous vous serions reconnaissants de bien vouloir remplir ce questionnaire, cela ne prendra que quelques minutes. Nous vous remercions de répondre le plus sincèrement et le plus spontanément possible.

## Accès à l'Office de Tourisme

Facilité à trouver l'Office de tourisme -----



Facilité de stationnement à proximité -----



Horaires d'ouverture -----



Globalement, quel est votre niveau de satisfaction ? -----



Votre commentaire :

## Hall d'accueil

Ambiance (propreté/température) -----



Confort -----



Documents en libre-service  
(Disponibilité/classement) -----



Globalement, quel est votre niveau de satisfaction ? -----



Votre commentaire :

## Contact et compétences

Temps d'attente au comptoir avant d'entrer en contact avec un conseiller en séjour .....



Amabilité de votre interlocuteur.....



Ecoute et disponibilité .....



Compréhension de votre demande et réponse apportée .....



Incitation à découvrir d'autres activités touristiques (activités, manifestations, musées...) .....



Globalement, quel est votre niveau de satisfaction ? .....



Votre commentaire :

## Satisfaction Globale et suggestions d'amélioration

Tous critères confondus, votre appréciation globale sur l'Office de Tourisme : .....



Quelles sont vos attentes insatisfaites concernant votre visite dans cet Office de Tourisme, quelles suggestions d'amélioration avez-vous à formuler ?

Vos remarques ou suggestions sur les services de la Ville ou sur les offres touristiques de la destination Saumur Val de Loire ?

Votre âge : ..... Code postal : .....

Pays d'origine : .....

Votre profession : .....

Nous vous remercions pour le temps que vous avez passé à répondre à ce questionnaire.



## les chiffres Réseaux sociaux Novembre 19



36 796 fans  
+ 226  
en novembre



5 433 abonnés  
+ 250  
en novembre

#saumurvaldeloire



## les chiffres Facebook de novembre



### Activité et audience

13 posts



155 629  
personnes  
touchées

### Partage et viralité



245 partages  
/ publication

863 interactions  
/ publication



### Profil des Fans

66 %  
33 %

Majorité de +  
de 55 ans  
(49 %)

Saumur  
Paris  
Angers  
Rouen

### Meilleur post du mois

48 604 personnes atteintes



852 interactions



637 partages

4,28% de taux d'interaction



## les chiffres Instagram de novembre



### Activité et audience

12 posts



86 080  
impressions

7 stories

### Partage et viralité



402 j'aime /  
publication

### Profil des Fans

58%  
42 %

Majorité de +  
de 25-44 ans  
(48 %)

Angers  
Saumur  
Paris  
Tours  
Nantes

### Meilleur post du mois



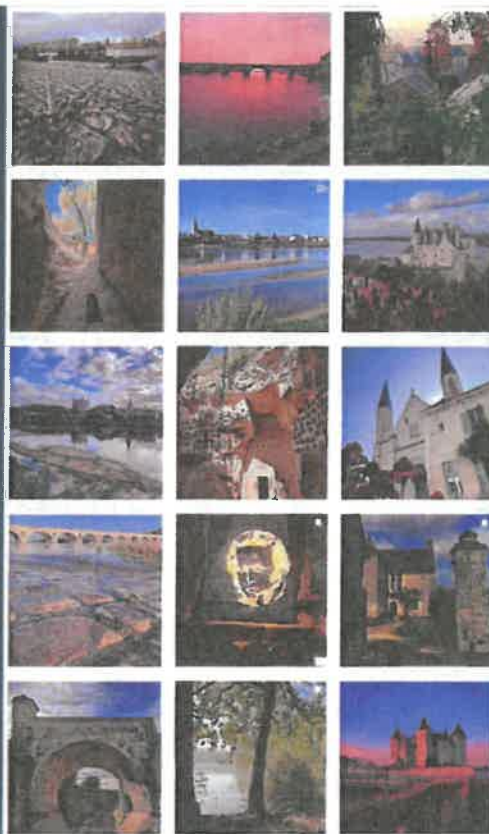
19 930 impressions



584 j'aime

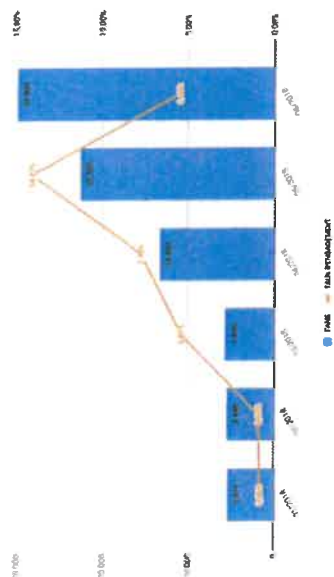
15 954 personnes touchées

## Un œil sur le feed de novembre

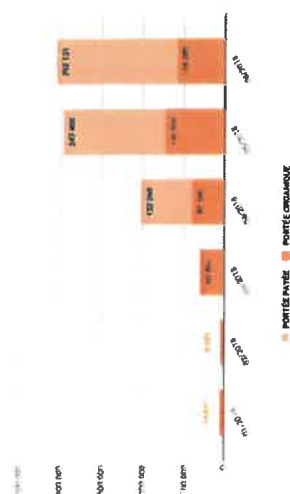




## Fans et engagement des fans



## Audience de la page (personnes uniques)



## Chiffres-clés de votre page

Mois	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Montants de base	5 644	13 233	22 525	29 804	29 804	29 804	29 804	29 804	29 804	29 804	29 804	29 804	357 616
Prélèvement forfaital de 20 %													71 603
Prélèvement forfaital de 10 %													35 762
Prélèvement forfaital de 5 %													17 881
Prélèvement forfaital de 2 %													5 960
Prélèvement forfaital de 1 %													2 980
Prélèvement forfaital de 0,5 %													1 490
Prélèvement forfaital de 0,2 %													596
Prélèvement forfaital de 0,1 %													298
Prélèvement forfaital de 0,05 %													149
Prélèvement forfaital de 0,02 %													74
Prélèvement forfaital de 0,01 %													37
Prélèvement forfaital de 0,005 %													19
Prélèvement forfaital de 0,002 %													9
Prélèvement forfaital de 0,001 %													5
Prélèvement forfaital de 0,0005 %													2
Prélèvement forfaital de 0,0002 %													1
Prélèvement forfaital de 0,0001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,00000000000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,000000000000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000000000005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000000000002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0000000000000000000000000000000000000001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,002 %													0
Prélèvement forfaital de 0,001 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0005 %													0
Prélèvement forfaital de 0,0002 %													

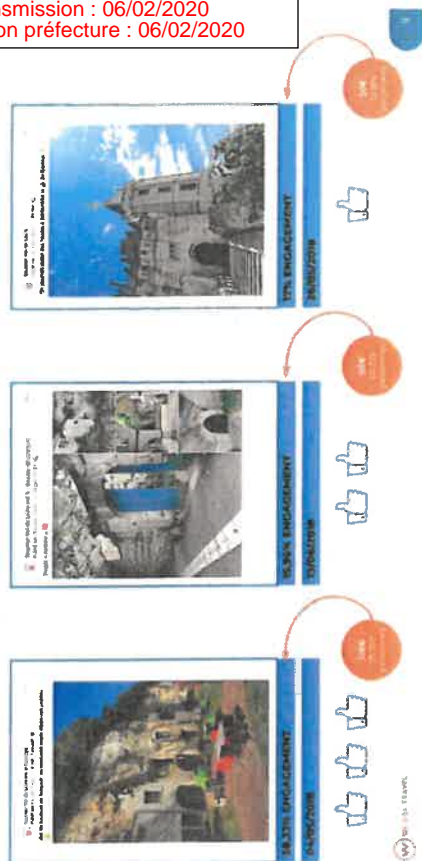
## Chiffres-clés de vos publications

	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38
--	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

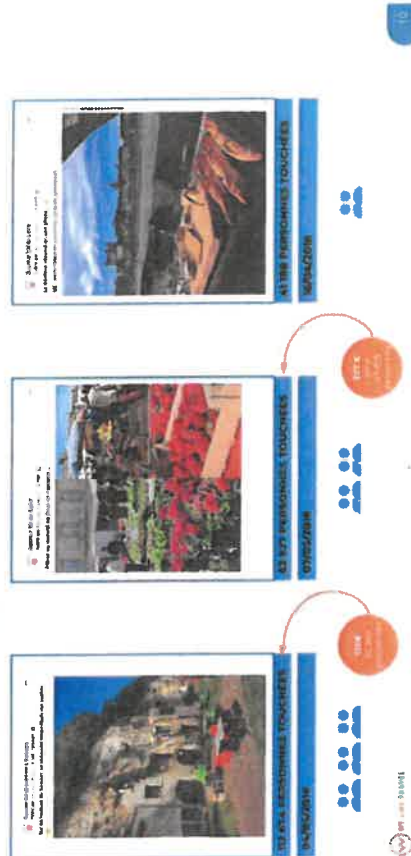
## Posts avec le moins d'engagement T2



## Top 3 T2 / Engagement



## Top 3 T2 / Portée



## GLOSSAIRE

## Closerie

## Contact

**We Like Travel**

9 bis rue la Noue Bras de Fer  
44200 Nantes  
+33 (0)2 40 58 05 44

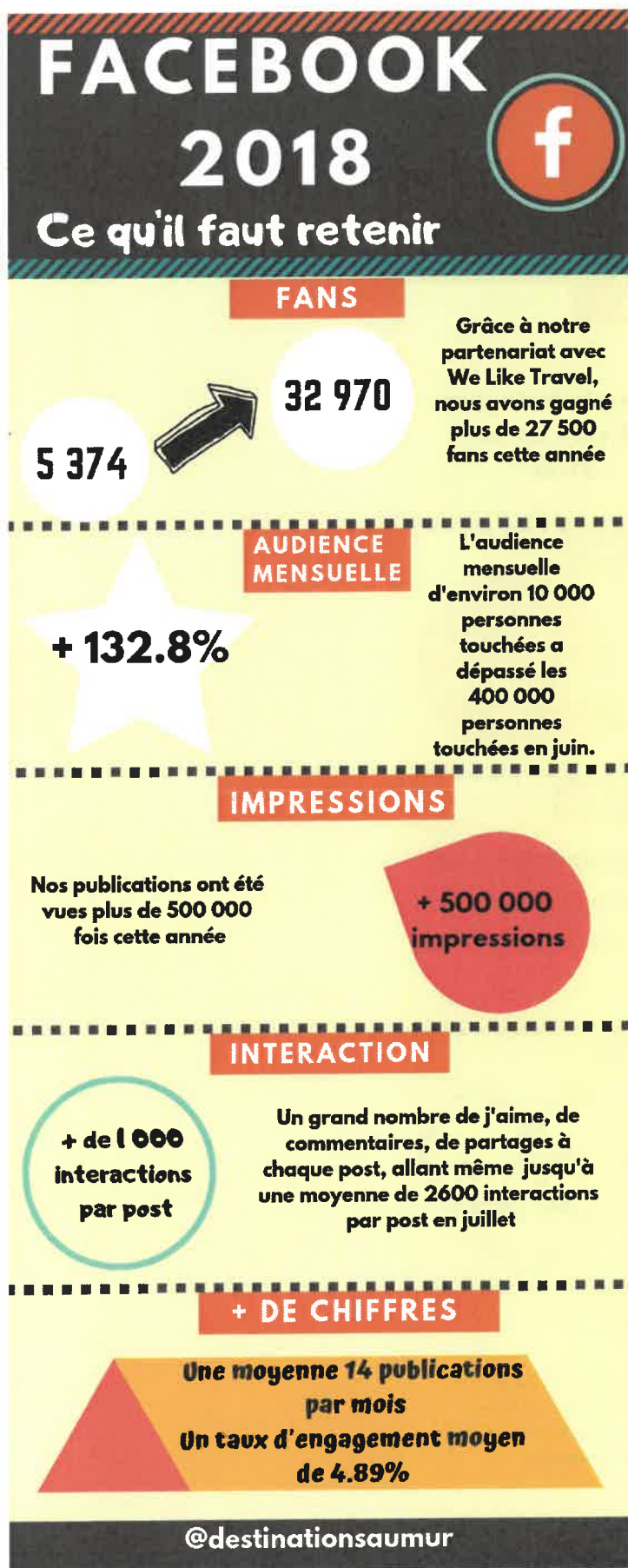
contact: @weliketotravel.fr

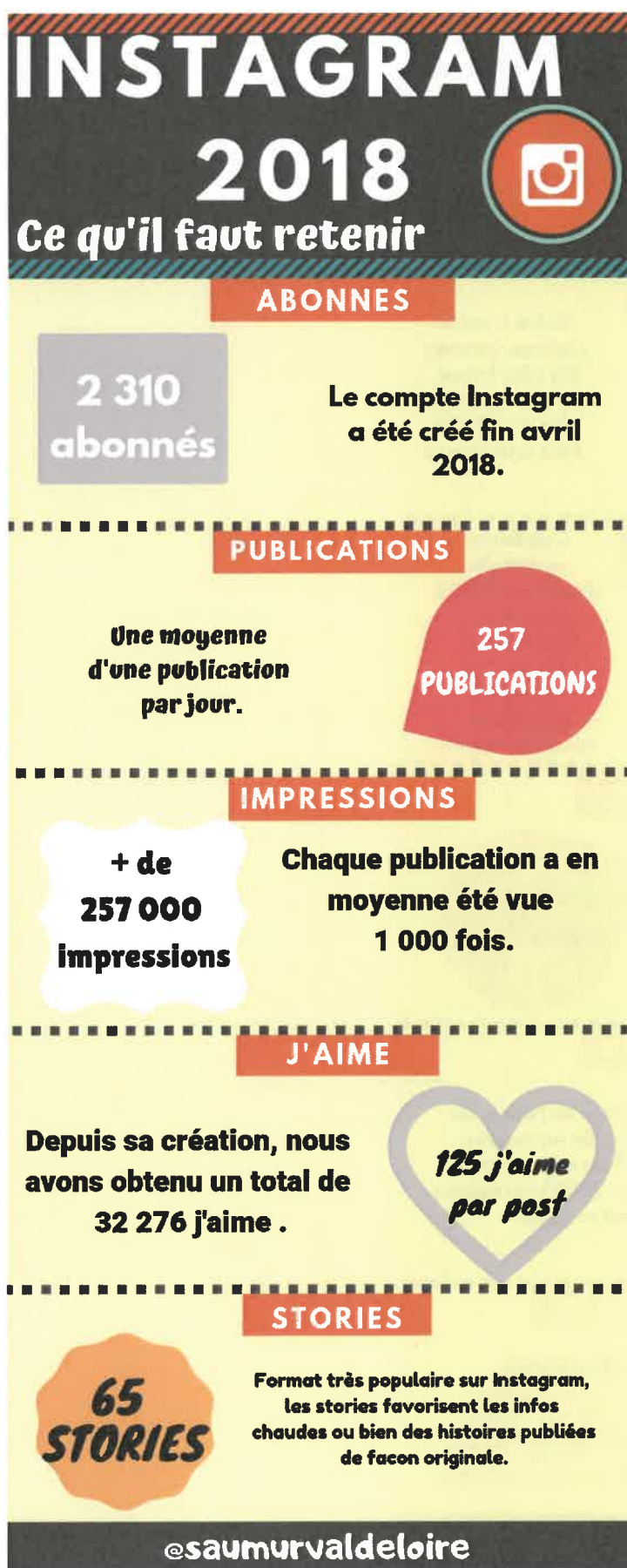


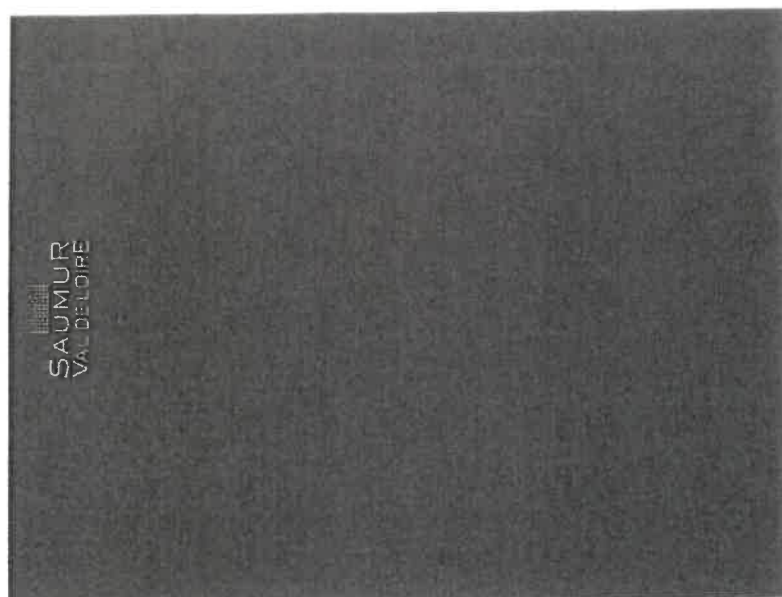
<b>Terme</b>	<b>Définition</b>
<b>Absorbé(e)</b>	Les absorbés, c'est-à-dire les personnes qui suivent une formation, peuvent être classés en 3 groupes : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les personnes qui suivent une formation en continu (c'est-à-dire, par exemple, les personnes qui suivent une formation continue) ;</li> <li>- Les personnes qui suivent une formation en alternance (c'est-à-dire, par exemple, les personnes qui suivent une formation en alternance) ;</li> <li>- Les personnes qui suivent une formation en temps partiel (c'est-à-dire, par exemple, les personnes qui suivent une formation en temps partiel).</li> </ul>
<b>Audience</b>	La notion d'audience est liée à la notion de public. Elle désigne l'ensemble des personnes qui suivent une formation. Elle est mesurée en nombre de personnes. Elle est exprimée en pourcentage du nombre total de personnes qui suivent une formation.
<b>Cette semaine</b>	La semaine est la période de temps qui s'écoule entre deux dimanches consécutifs. Elle est divisée en sept jours. Elle est représentée par un rectangle.
<b>Clics sur la publicité</b>	Un clic est une action qui consiste à cliquer sur un lien ou sur une image. Un clic est enregistré chaque fois que quelqu'un clique sur un lien ou sur une image.
<b>Page</b>	Une page est une unité de mesure de la longueur d'un document. Elle est représentée par un rectangle.
<b>Page touchée</b>	Une page touchée est une page qui a été visitée par un utilisateur. Elle est représentée par un rectangle.
<b>Apparition</b>	Une apparition est une action qui consiste à apparaître sur une page. Elle est représentée par un rectangle.
<b>Impression</b>	Une impression est une action qui consiste à imprimer une page. Elle est représentée par un rectangle.
<b>Indice d'impact</b>	Un indice d'impact est une mesure qui permet d'évaluer l'impact d'une action. Il est représenté par un rectangle.
<b>Personnes étrangères</b>	Les personnes étrangères sont des personnes qui ne sont pas de nationalité française. Elles sont représentées par un rectangle.
<b>Voix d'assistance</b>	Une voix d'assistance est une voix qui aide une personne. Elle est représentée par un rectangle.

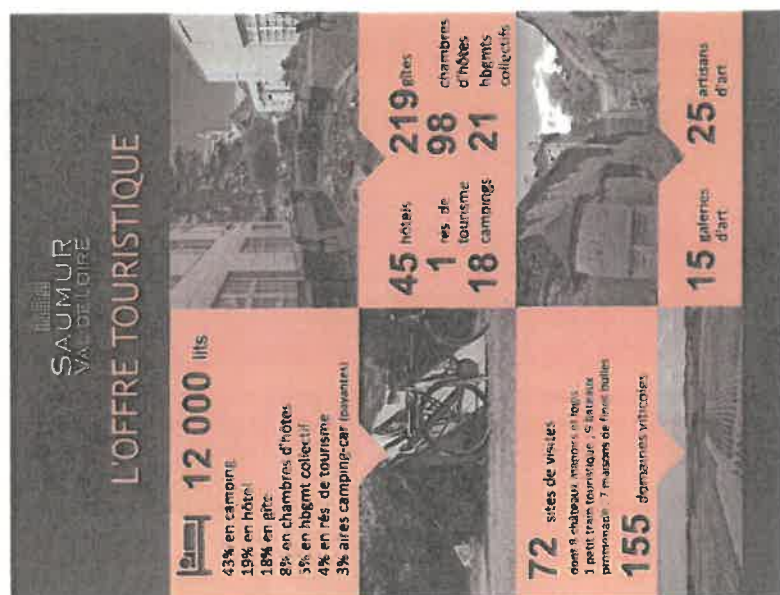
## Closure

[illegible]







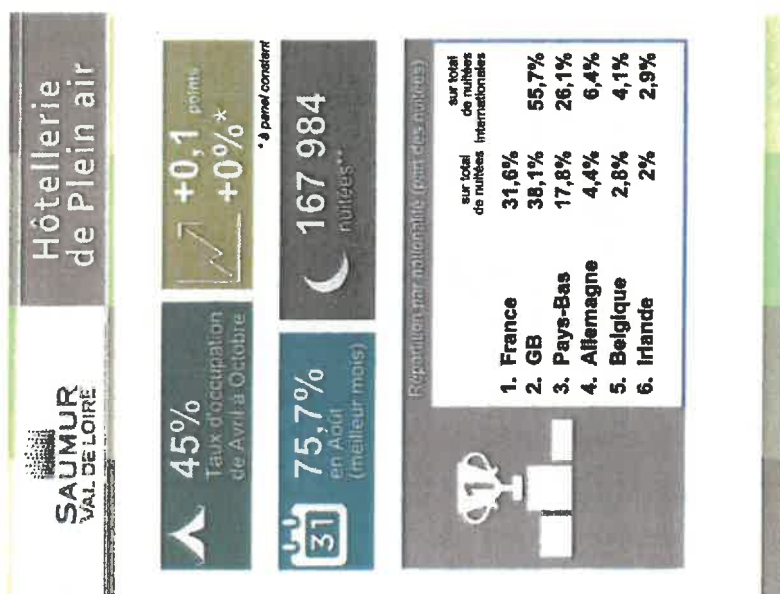


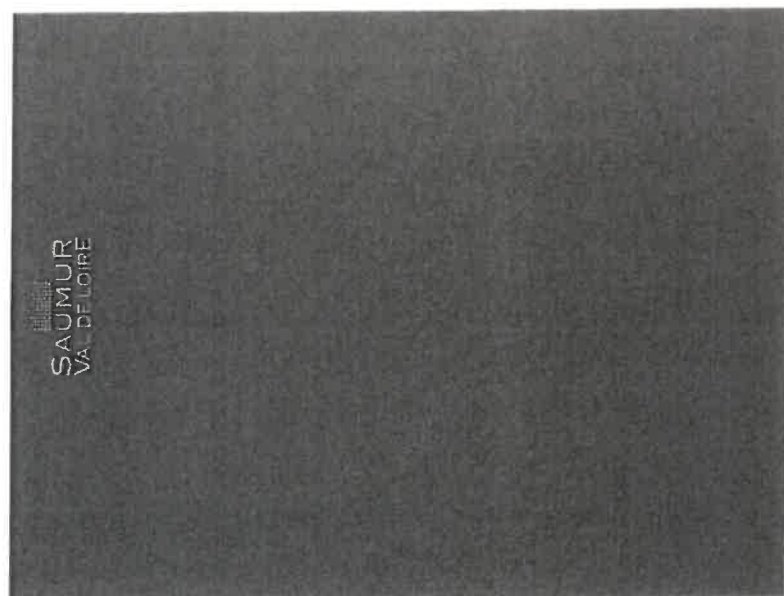
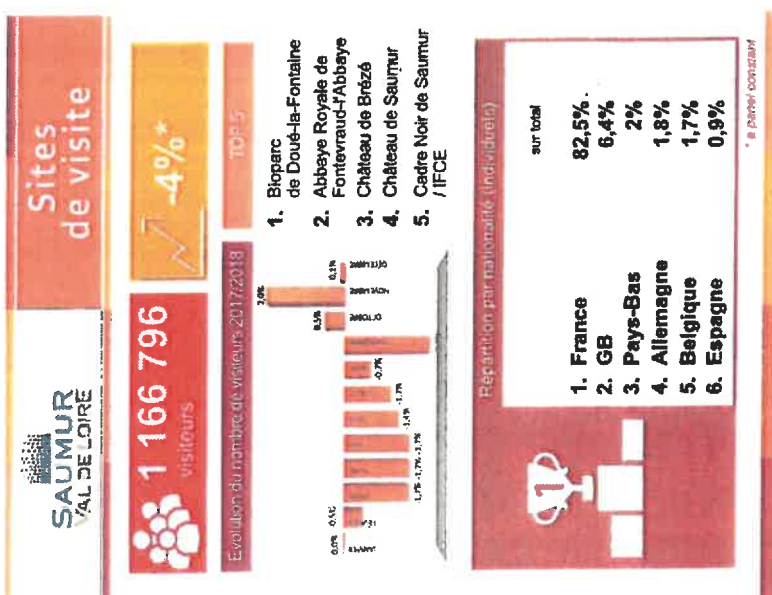






\* à panel constant

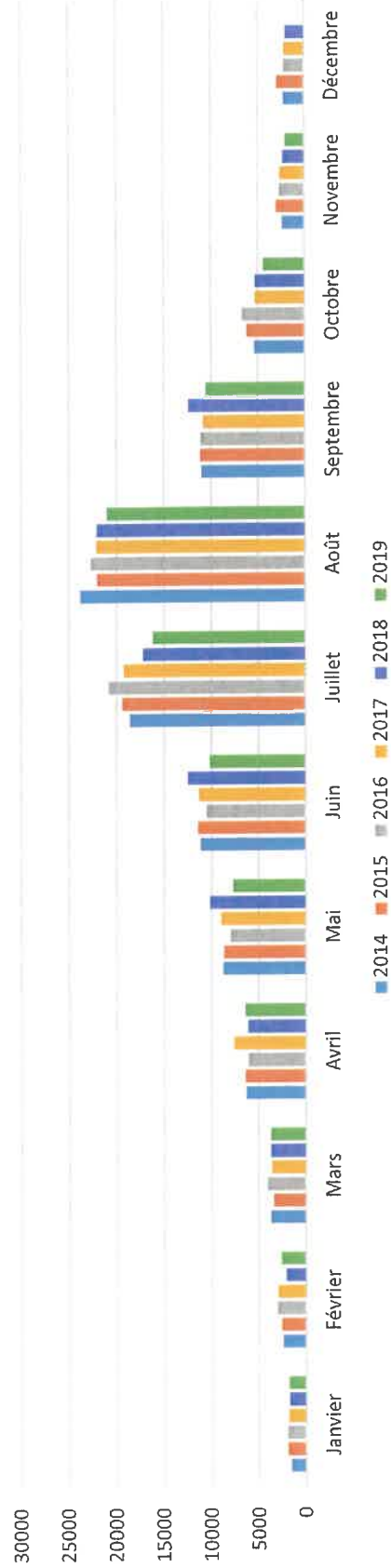




## Compteur d'entrées - SPL Saumur Val de Loire Tourisme - BIT Saumur

Mois	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Janvier	1664	1973	1998	1877	1830	1 875
Février	2503	2648	3026	3017	2180	2 690
Mars	3830	3503	4095	3686	3813	3 753
Avril	6366	6455	6119	7638	6211	6 476
Mai	8799	8698	7959	8975	10187	7 751
Juin	11172	11435	10526	11305	12491	10 206
Juillet	18609	19476	20857	19249	17283	16 200
Août	23847	22092	22741	22149	22123	21 056
Septembre	11001	11123	11063	10845	12358	10 575
Octobre	5431	6240	6673	5328	5366	4 456
Novembre	2475	3092	2710	2681	2408	2 109
Décembre	2326	2985	2233	2191	2075	
<b>TOTAL</b>	<b>98023</b>	<b>99720</b>	<b>100000</b>	<b>98941</b>	<b>98325</b>	<b>87 147</b>

Comparaison visiteurs entrants - BIT Saumur



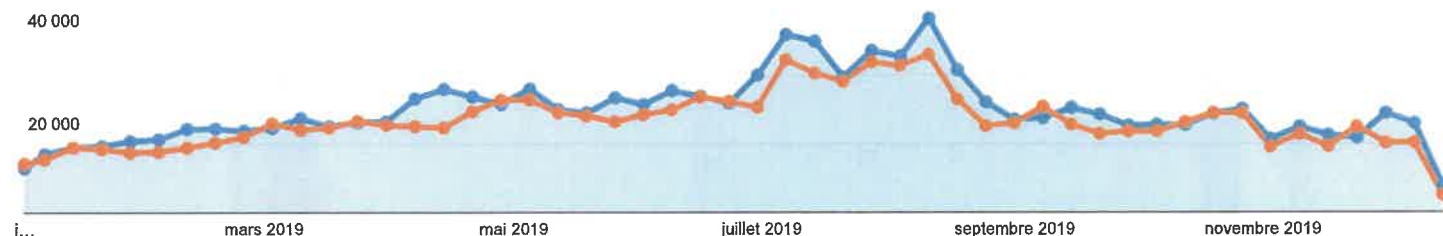
Tous les utilisateurs  
 + 0,00 %, Utilisateurs

1 janv. 2019 - 16 déc. 2019  
 Comparer à : 1 janv. 2018 - 16 déc. 2018

## Vue d'ensemble

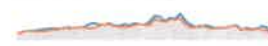
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019 : Utilisateurs

1 janv. 2018 - 16 déc. 2018 : Utilisateurs



Utilisateurs

10,90 %  
 827 615 / 746 259



Nouveaux utilisateurs

10,70 %  
 817 549 / 738 510



Sessions

11,07 %  
 1 235 087 / 1 111 976



Nombre de sessions par utilisateur

0,15 %  
 1,49 / 1,49



Pages vues

-7,47 %  
 3 592 911 / 3 883 033



Pages/session

-16,69 %  
 2,91 / 3,49



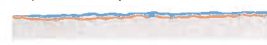
Durée moyenne des sessions

-13,54 %  
 00:02:13 / 00:02:34



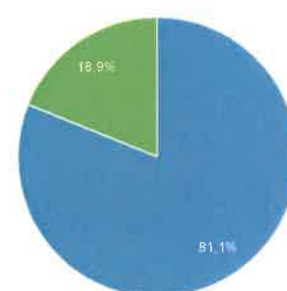
Taux de rebond

14,72 %  
 59,29 % / 51,68 %

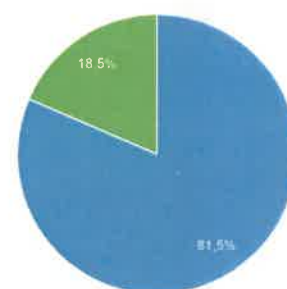


New Visitor Returning Visitor

1 janv. 2019 - 16 déc. 2019



1 janv. 2018 - 16 déc. 2018



Langue	Utilisateurs	% Utilisateurs
1. fr-fr		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	495 437	59,32 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	396 626	52,31 %
Modification (en %)	24,91 %	13,40 %
2. fr		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	231 176	27,68 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	280 311	36,97 %
Modification (en %)	-17,53 %	-25,13 %
3. en-us		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	51 958	6,22 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	30 766	4,06 %
Modification (en %)	68,88 %	53,32 %
4. en-gb		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	15 413	1,85 %

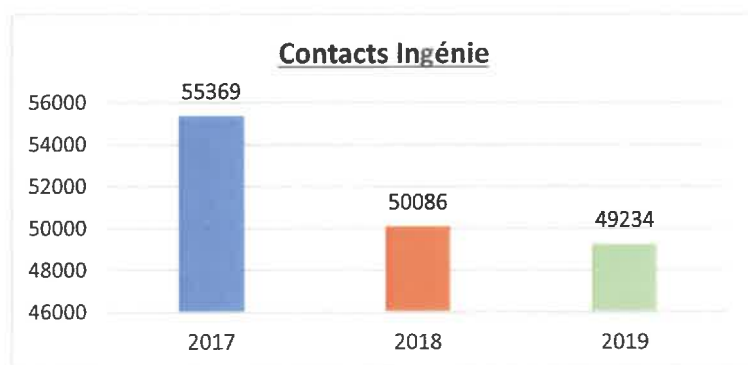
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	13 902	1,83 %
Accusé de réception en préfecture 04/01/2020 10:00:130-2020-002DCANN-AU Date de télétransmission : 06/02/2020 Date de réception préfecture : 06/02/2020	10,87 %	0,65 %
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	5 036	0,60 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	3 469	0,46 %
Modification (en %)	45,17 %	31,79 %
6. nl-nl		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	5 007	0,60 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	4 268	0,56 %
Modification (en %)	17,31 %	6,50 %
7. fr-be		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	3 882	0,46 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	3 133	0,41 %
Modification (en %)	23,91 %	12,49 %
8. es-es		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	3 160	0,38 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	2 685	0,35 %
Modification (en %)	17,69 %	6,84 %
9. de		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	2 611	0,31 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	2 879	0,38 %
Modification (en %)	-9,31 %	-17,67 %
10. it-it		
1 janv. 2019 - 16 déc. 2019	2 008	0,24 %
1 janv. 2018 - 16 déc. 2018	1 659	0,22 %
Modification (en %)	21,04 %	9,88 %

04/12/2019



## CHIFFRES CLES SAISON 2019 BIT SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

**BIT de Saumur, Doué-en-Anjou, Gennes-Val-de-Loire, Fontevraud l'Abbaye, Montsoreau et Montreuil-Bellay**

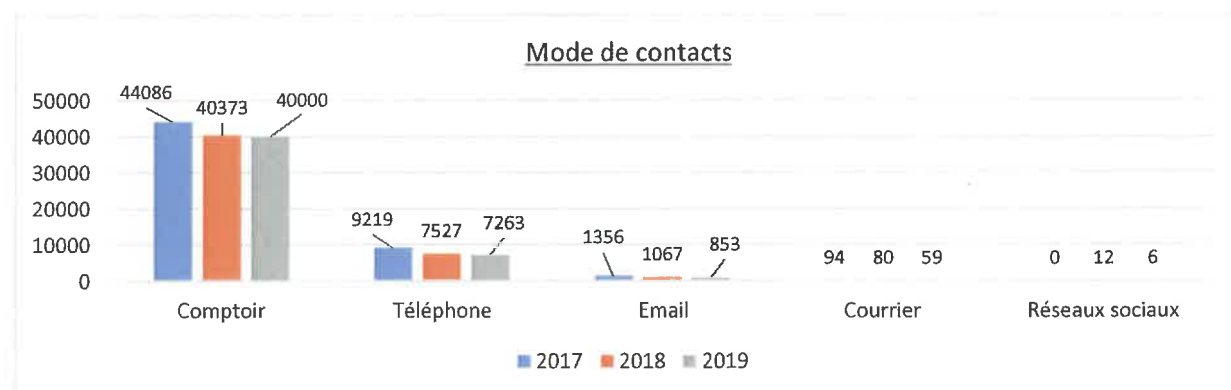


*Déménagement des Rosiers à Gennes en 2019*

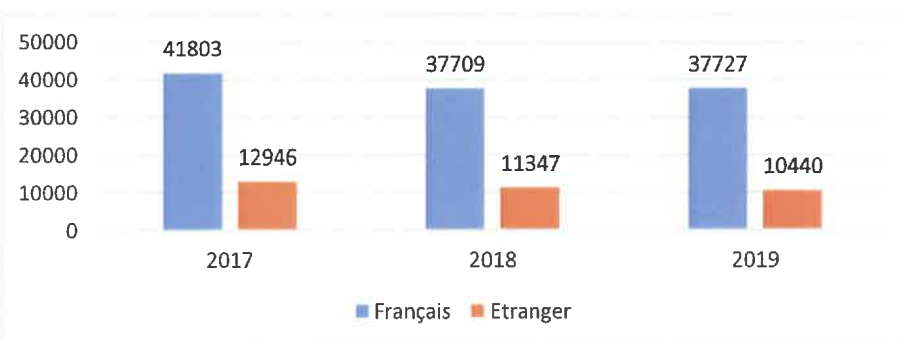
*Fermeture de Longué en 2019*

Baisse de 1,70% des contacts par rapport à 2018

### Mode de contact



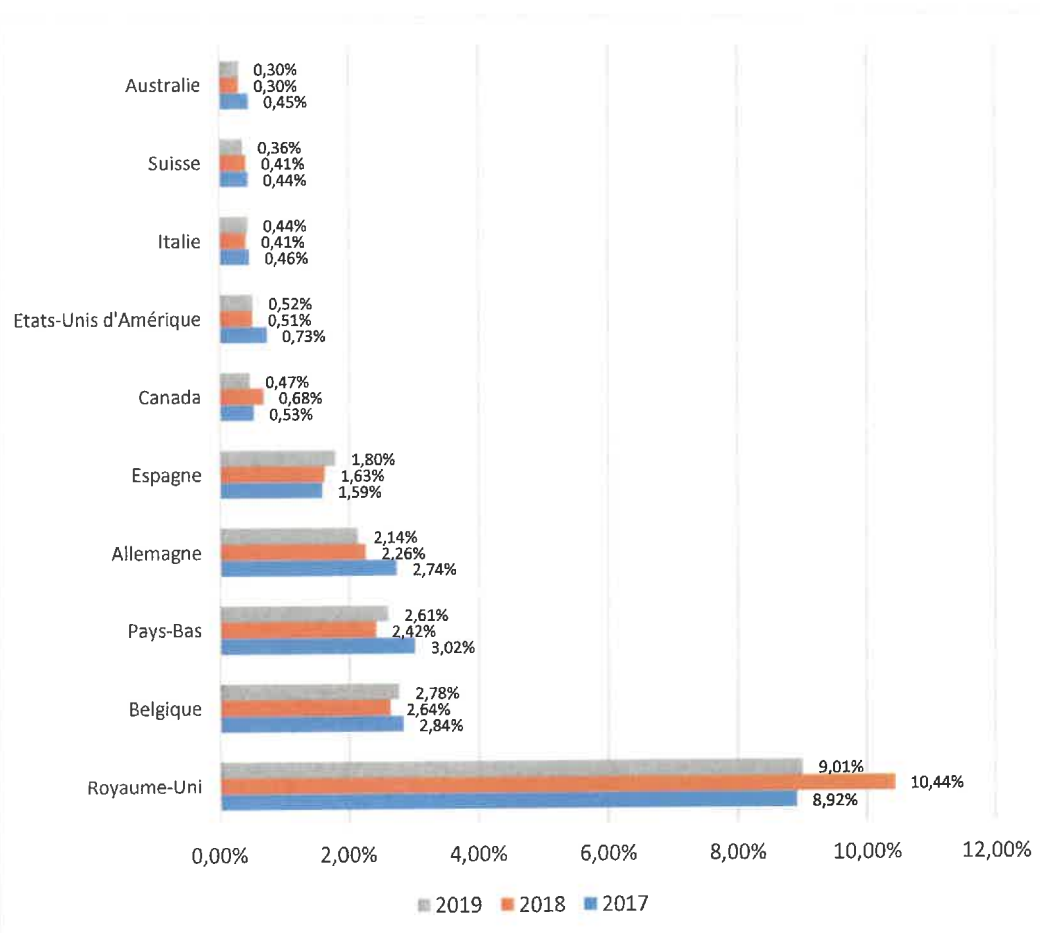
### Répartition de la clientèle



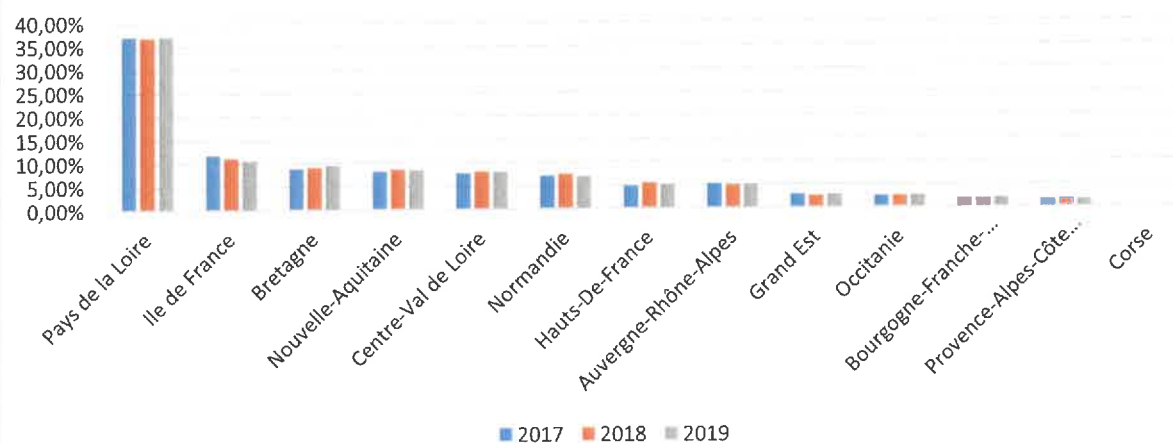
Baisse de 3,50% des appels  
Baisse des demandes d'informations par mails et courriers de 20,48%

	2017	2018	2019
Français	76,35%	76,87%	78,33%
Etranger	23,65%	23,13%	21,67%

Baisse des étrangers  
de 8%

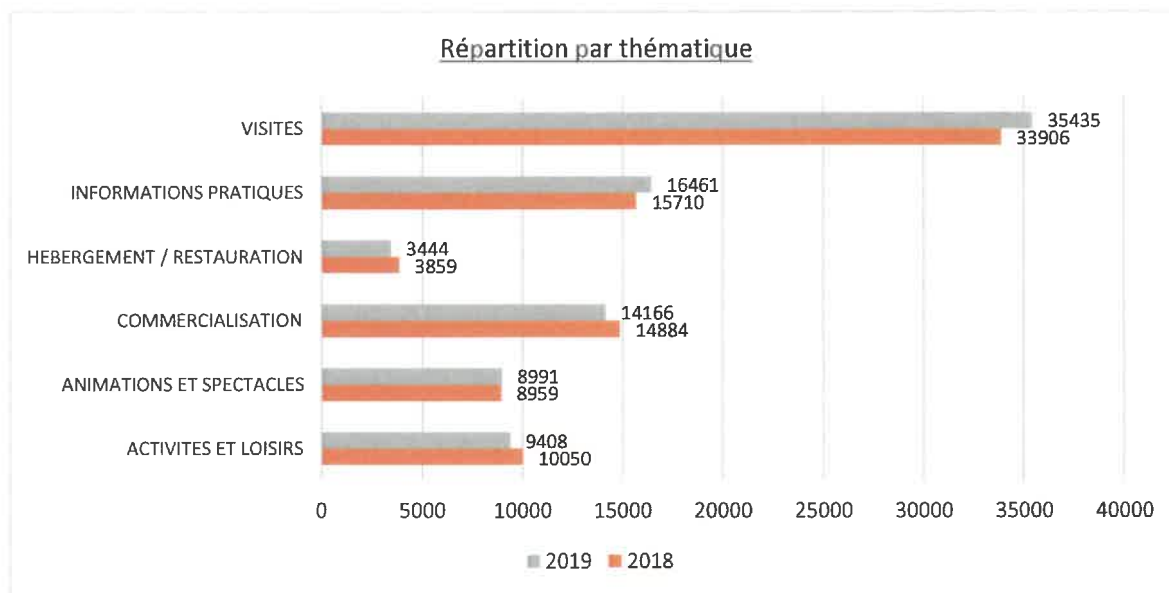


### Clientèles françaises



## Demandes

Stabilité des demandes 2018 = 87 368 / 2019 = 87 905



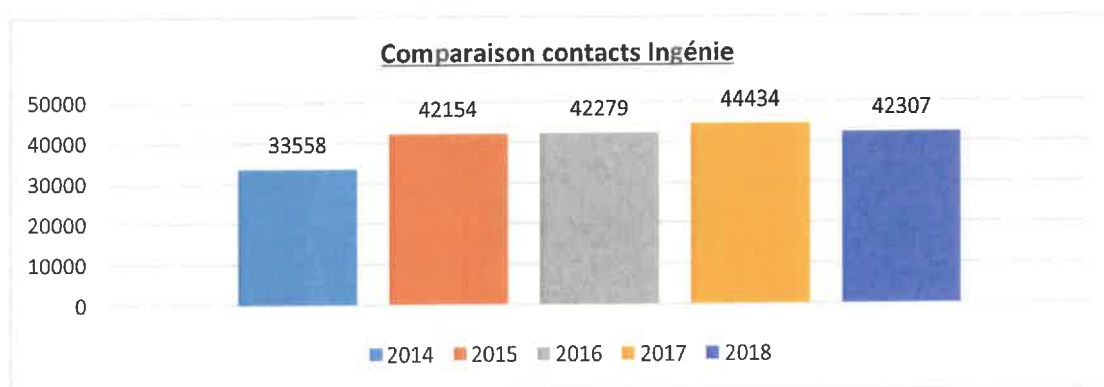


**BILAN ANNUEL**  
**Saumur Val de Loire Tourisme**  
**Saumur**

**Du 1er janvier au 31 décembre 2018**

Données extraites d'Ingénie

**Nombre de contacts**

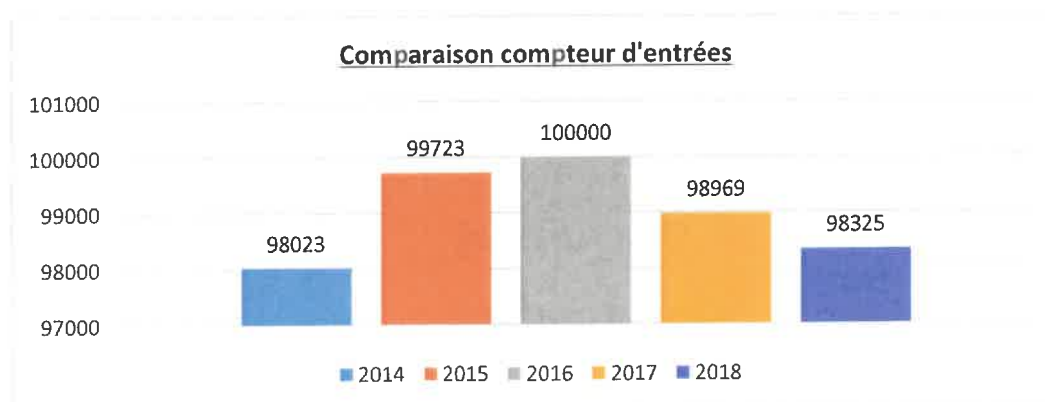


Total de **42 307 contacts interrogés** / **67 822 demandes**

*Rappel 2017 : 44 434 contacts / 72 637 demandes*

**Le nombre de contacts est en baisse de 5% par rapport à 2017 mais les chiffres sont stables par rapport aux années 2015 ou 2016**

**Le nombre de demandes est en baisse de 7% par rapport à 2017**



**Nombre d'entrées de visiteurs au compteur en 2018 = 98 325**

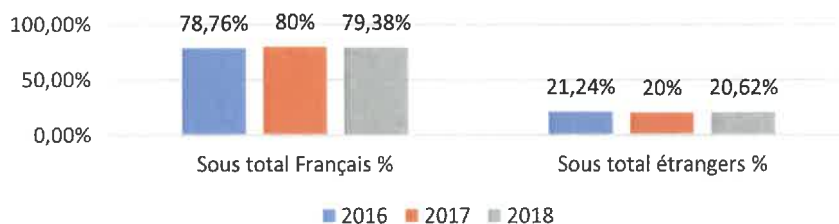
*Rappel 2017 : 98 969*

**Le nombre d'entrées reste stable chaque année depuis 2014 sauf l'année 2016 (100 000)**

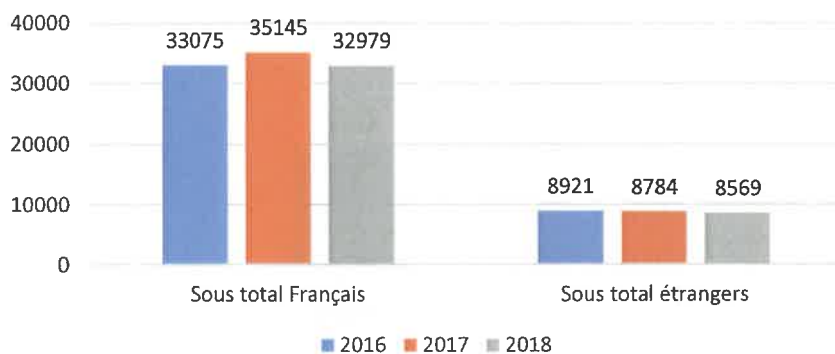
## Provenance géographique

### Clientèle française et étrangère

#### Comparaison en % français et étrangers



#### Comparaison chiffres français et étrangers

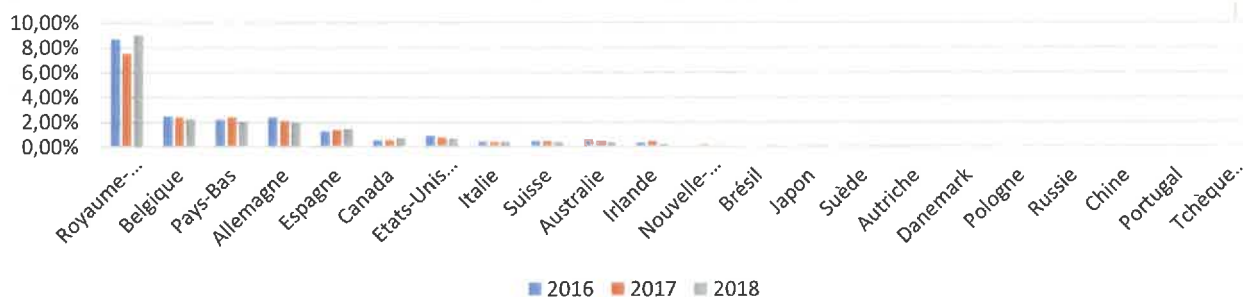


#### Top 10 clientèle étrangère 2018

<b>Royaume-Uni</b>	<b>8,98%</b>
<b>Belgique</b>	<b>2,24%</b>
<b>Pays-Bas</b>	<b>2,05%</b>
<b>Allemagne</b>	<b>1,99%</b>
<b>Espagne</b>	<b>1,45%</b>
<b>Canada</b>	<b>0,68%</b>
<b>Etats-Unis d'Amérique</b>	<b>0,62%</b>
<b>Italie</b>	<b>0,40%</b>
<b>Suisse</b>	<b>0,36%</b>
<b>Australie</b>	<b>0,33%</b>

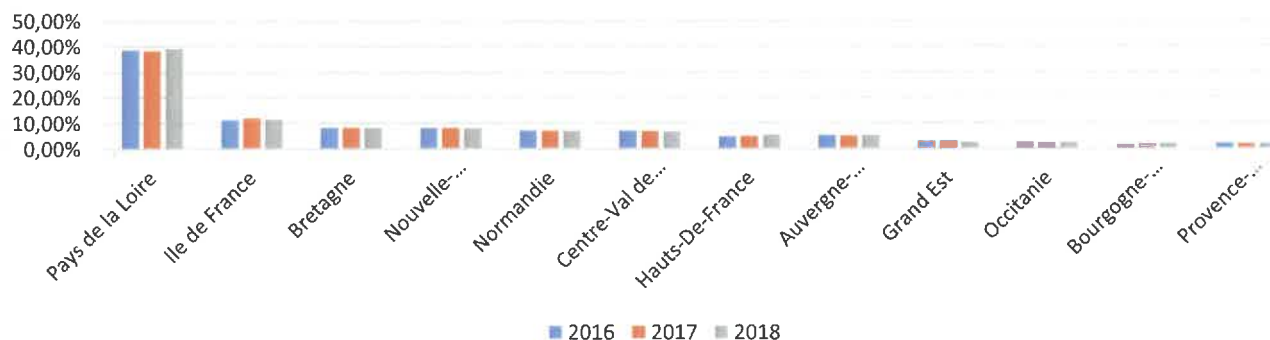
### Clientèle étrangère

#### Comparaison clientèle étrangère



### Clientèle française

#### Comparaison régions

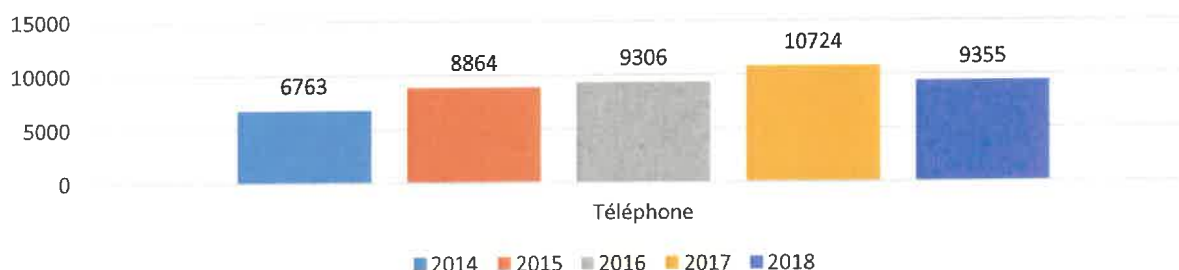


Pays de la Loire	<b>39,14%</b>
Ile de France	<b>11,65%</b>
Bretagne	<b>8,08%</b>
Nouvelle-Aquitaine	<b>8,02%</b>
Normandie	<b>7%</b>
Centre-Val de Loire	<b>6,75%</b>
Hauts-De-France	<b>5,42%</b>
Auvergne-Rhône-Alpes	<b>5,09%</b>
Grand Est	<b>2,64%</b>
Occitanie	<b>2,53%</b>
Bourgogne-Franche-Comté	<b>1,86%</b>
Provence-Alpes-Côte d'Azur	<b>1,83%</b>

## Mode de contacts

### Téléphone

Comparaison nombre de contacts par téléphone - Données Ingénie



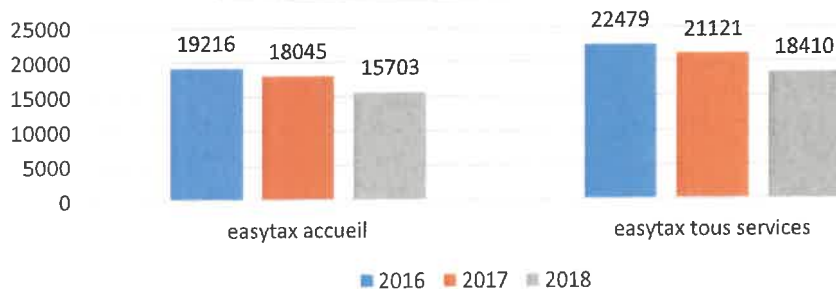
Nombre de contacts Ingénie 2018 = 9 355

Rappel 2017 : 10 724

Le nombre de contacts par téléphone Ingénie est en baisse par rapport à 2017 : - 14,63%

### Easytax

Comparaison téléphone - Données easytax



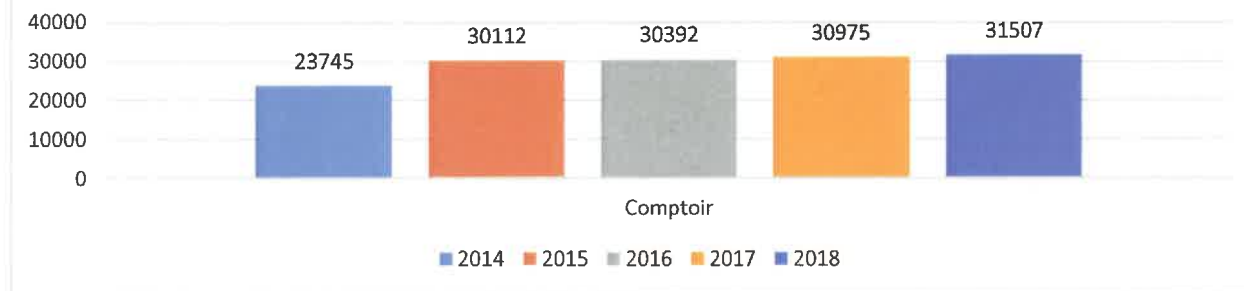
Nombre d'appels entrants tous services en 2018 = 18 410

Rappel 2017 : 21 121

Le nombre d'appels entrants baisse chaque année (- 12,83% en 2018 par rapport à 2017)

## Comptoir

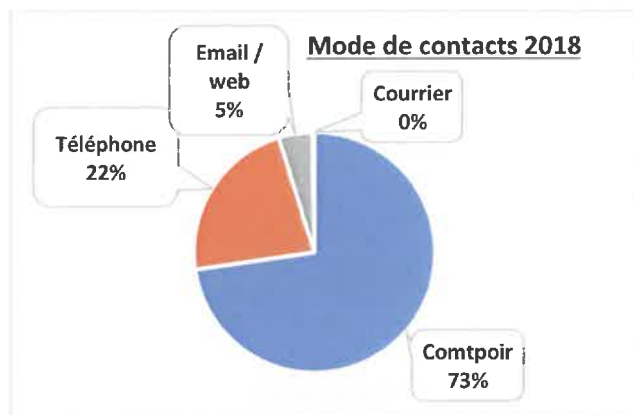
### Comparaison au comptoir - Données Ingénierie



**Le nombre de contacts au comptoir est stable depuis 2015 (entre 30 112 et 31 507)**

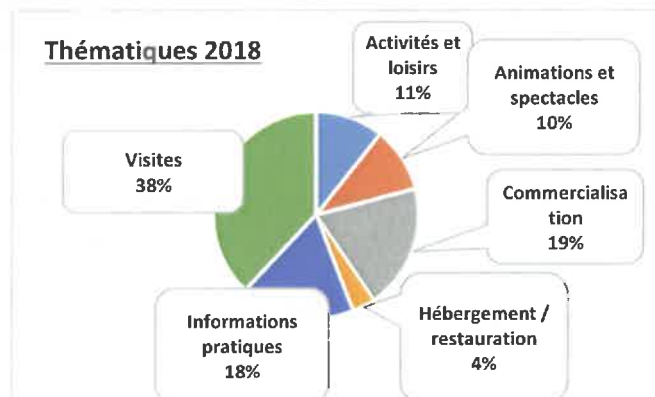
**Augmentation de 1,68% des contacts au comptoir en 2018 par rapport à 2017**

### Mode de contacts 2018

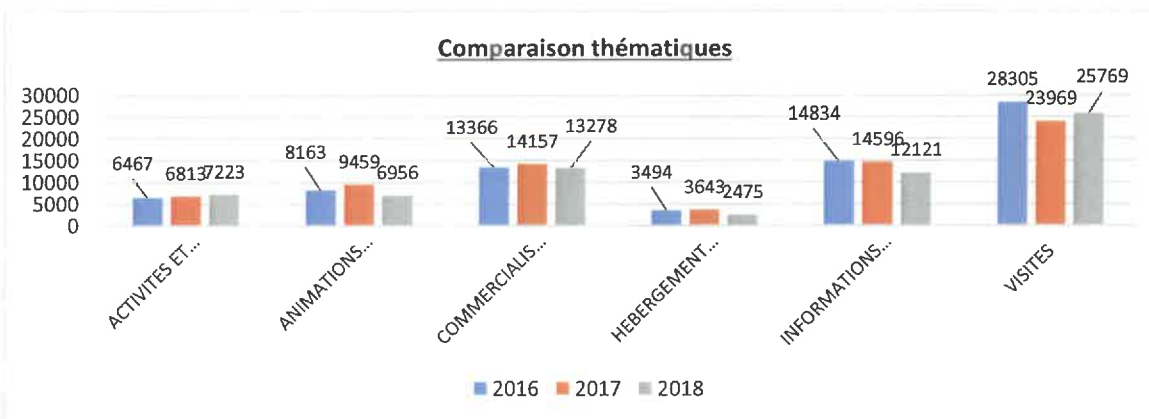


## Par thématique

### Thématiques 2018



### Comparaison thématiques



**Augmentation en 2018 des demandes liées aux visites, et aux activités de loisirs mais baisse des demandes liées aux animations, spectacles, commercialisation, hébergement-restauration et infos pratiques**

# Schéma de développement et d'organisation touristique intégrée pour la destination Grand Saumur

## PHASE 3 ORGANISATION

comité de pilotage  
du 21/01/2016

123



# Objectifs de la réunion

1

**Rappeler les fondamentaux de la stratégie touristique pour en extraire le cahier des charges d'une nouvelle ORGANISATION**

2

**Traduire les nouveaux principes de MANAGEMENT INTÉGRÉ DE LA DESTINATION Saumur à travers un organigramme cible pour l'Office de tourisme assorti de contours financiers**

3

**Discuter des différents SCENARII JURIDIQUES possibles pour le futur office de tourisme de destination**

# Stratégie touristique incarnée à travers des chantiers





# 3 défis pour renouveler la destination Saumur

## DÉFI 1

### lisibilité au sein du Val de Loire

*Comment la destination Saumur réussit à se rattacher pleinement au Val de Loire tout en affirmant son identité en valorisant ses filières spécifiques ?*

## DÉFI 2

### élargissement de la saison et des clientèles

*Comment la destination Saumur devient une destination à l'année, grâce à une combinaison optimale des différentes cibles de clientèles et le développement de gammes d'offre affinitaires et bien commercialisées ?*

## DÉFI 3

### augmentation des retombées économiques

*Comment maximiser les retombées du tourisme sur le territoire par le développement de filières particulièrement rétributrices (affaires) et l'optimisation de celles qui sont incontournables ?*



# Rappel des 4 statuts de filières touristiques



les **spécifiques**

**TROGLODYTISME • CHEVAL**



les **incontournables** du Val de Loire

**CHÂTEAUX • LOIRE À VÉLO • VIN**



les **complémentaires**

**TOURISME NATURE • ÉVÉNEMENTIELS**



les **transversales**

**HÉBERGEMENTS • AFFAIRES**



# Grands principes de la feuille de route



**renforcer et apporter de la nouveauté dans les  
filières spécifiques et identitaires  
= SE DEMARQUER**



**assurer les filières incontournables en mettant  
l'accent sur quelques offres originales  
= SORTIR DU LOT**



**coordonner et hiérarchiser les offres dans les  
filières complémentaires  
= RENDRE LISIBLE**



# Approche marketing synthétique : quelles cibles pour la destination Saumur ?

## 1/ clientèles nouvelles à cibler

**court séjour**  
urbains à 3h  
(grand ouest et  
Ile de France)

**affinitaires** sur  
filiales  
d'excellence :  
vélo, vin, cheval

rencontres  
**d'affaires**,  
événements  
moins de 500p

## 2/ clientèles à intensifier

touristes  
découverte  
**Val de Loire (Fr/étr)**

## 3/ clientèles à fidéliser

**familles** en  
vacances

résidents de  
**proximité**

**oenotourisme**

## TYPLOGIE:

**couples sans enfants** (dont senior actifs), plutôt CSP+

**familles avec enfants**, CSP moyen à +

**groupes** (autocaristes / TO ; petits groupes ; entreprises)



# Les chantiers décisifs pour la destination Saumur

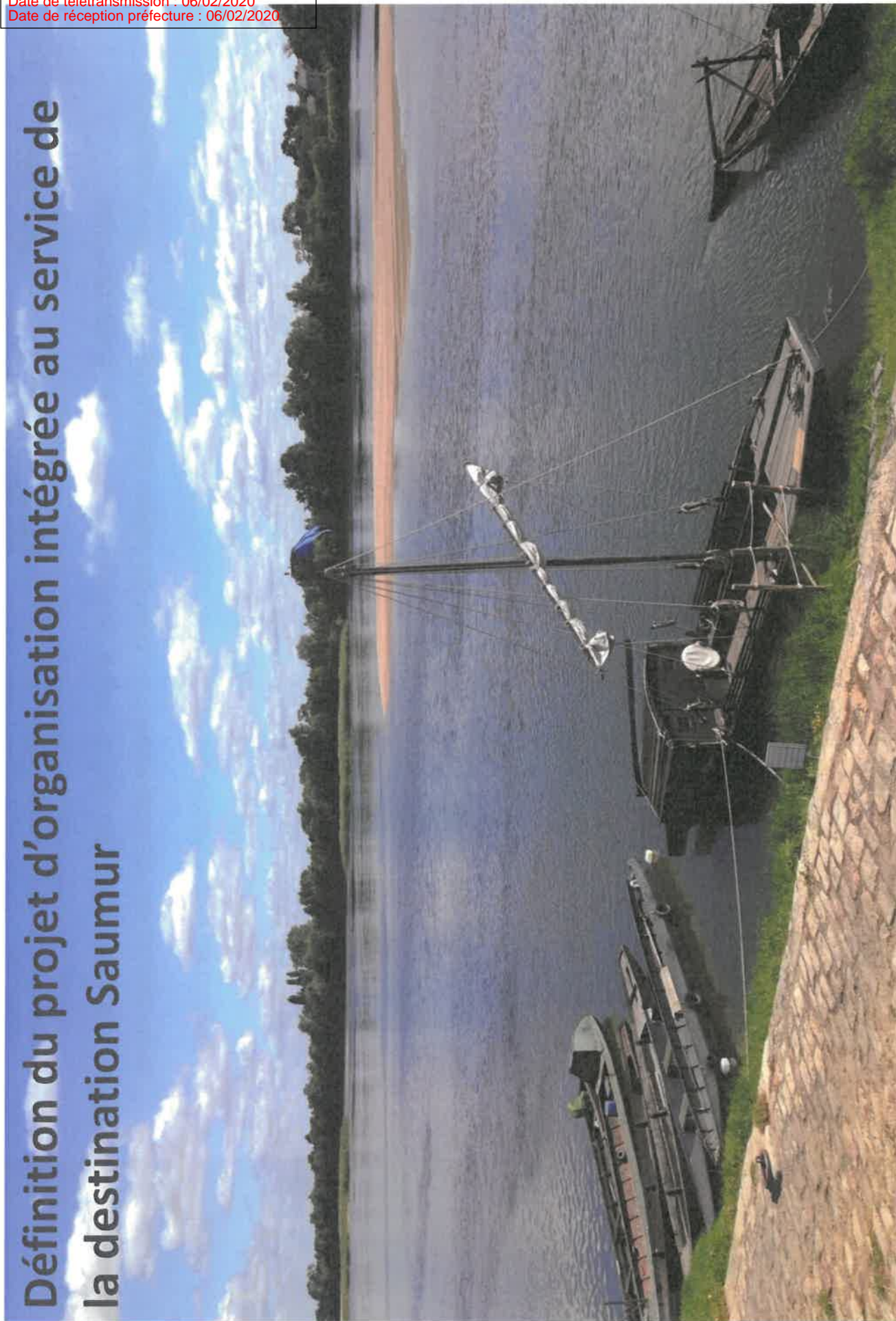




# Conséquences des chantiers sur l'organisation

- > taille et compétence de **l'équipe technique au sein de la collectivité** à mettre en cohérence avec les investissements prévus pour assumer le suivi opérationnel en tant que maître d'ouvrage
- > **renforcement** des équipes sur la **mise en produits** et la construction des offres, en **lien avec les acteurs** de la filière sur le territoire
- > **compétences nouvelles** pour lancer le chantier tourisme **d'affaires**
- > **clarification des rôles sur l'événementiel** : simple cahier des charges et promotion d'un catalogue d'événements signés ou internalisation de l'organisation des événements les plus identitaires (Anjou Vélo Vintage, Carroussel, Festivini) ?
- > montée en puissance du **marketing de conquête et de notoriété** sur les filières incontournables et spécifiques, avec au cœur l'outil Internet, la création et l'animation de communautés
- > **rationalisation des missions** au sein de **pôles cohérents** pour une meilleure efficacité globale de l'organisme de management de la destination

# Définition du projet d'organisation intégrée au service de la destination Saumur





# Points-clés du diagnostic sur l'organisation actuelle

- Des EPCI disposant de la compétence tourisme, qui financent principalement les OT et l'itinérance
- Des ressources humaines des OT tournées vers l'accueil et l'information touristique (même s'il existe une grande polyvalence)
- Des fréquentations qui interrogent sur la pertinence des points d'accueil et des périodes d'ouverture au regard de la saisonnalité de leur fréquentation
- Des besoins des plus en plus techniques et précis, des champs de mission insuffisamment investis
  - Développement de produits touristiques
  - Développement des recettes commerciales,
  - Adaptation aux usages numériques



# Les missions de l'Office de tourisme de destination

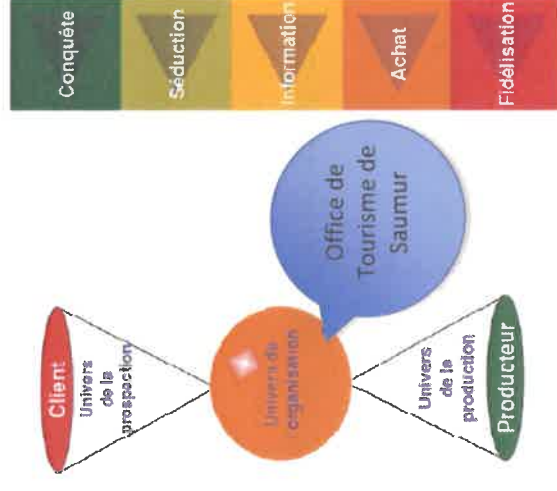
## Rappel du diagnostic :

Les EPCI du territoire du Grand Saumurois ont délégué deux missions à leur OT :

- l'accueil, l'information, la promotion, et la commercialisation via le PTI et les OT communautaires ;
- le volet activités de pleine nature et suivi et développement de la randonnée aux offices de tourisme (deux EPCI sur quatre).

## Les missions du futur OTI :

- **Accueil / Information**
- **Communication / Promotion**
- **Commercialisation**
- **Tourisme d'affaires** (promotion, communication, agence réceptive...)
- **Missions d'ingénierie et de développement** (produits, qualification de l'offre, filières...)
- **Mise en réseau des acteurs et des filières**
- **Coordination d'événementiels / d'animations** (coordination, communication, promotion....)
- **Accompagnement des prestataires touristiques** (formations, accueil des porteurs de projet...)
- **Observation**



# Les moyens humains « disponibles »

## Situation actuelle:

25 salariés et 6 renforts saisonniers soit près de 24 ETP, tournés principalement vers l'accueil et l'information

Les effectifs des OT / PTI	PTI Saumur	OT de Saumur	OT de Loire-Longuê	OT de Doué-la-fontaine	OT du Gennois	Total	Poids des différentes fonctions %
Directeur / responsable		1	1	1	1	4	16%
Administration / comptabilité / +++		3				3	12%
Accueil / conseiller séjour / +++		8	1	2		11	44%
Promotion	2					2	8%
commercialisation	1	2				3	12%
Web	1	1				2	8%
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>
Renfort saisonnier		2	1	1	2	6	
<b>Dt ETP</b>	<b>3,86</b>	<b>14,9</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>	<b>0,7</b>	<b>23,7</b>	

25 permanents dont 22 en CDI de droit privé et 2 fonctionnaires détachés / mise à disposition (dont 1 très partiellement) et 1 contrat aidé + 6 saisonniers

## Les enjeux de la future organisation :

- Reprise des effectifs impactés par le projet et transfert du personnel mis à disposition (examinées au cas par cas)
- Optimisation des compétences au service de l'ambition collective de la destination



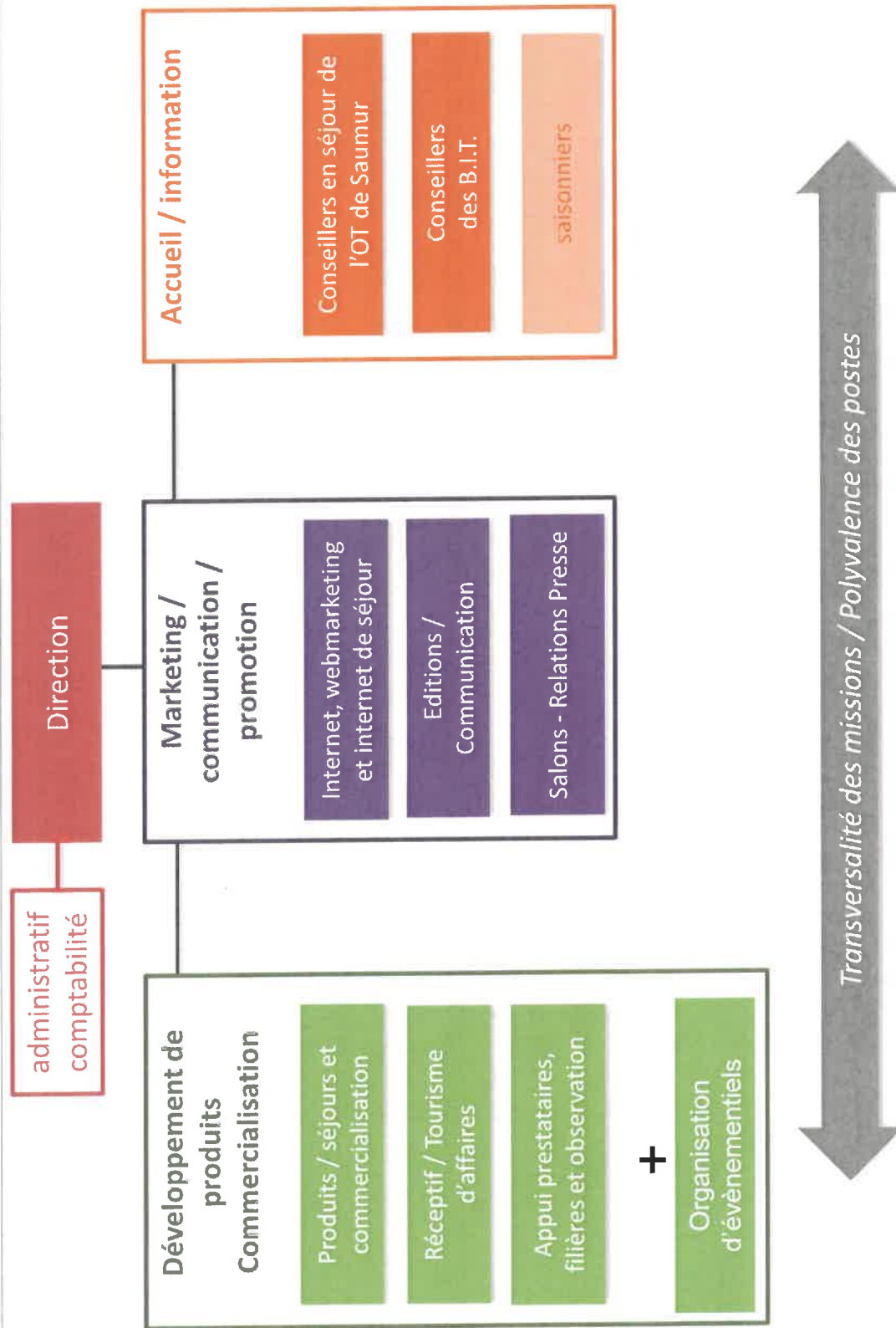
# Construction de l'organigramme cible

- **La structure passera de 19 à 25 salariés permanents** et éventuellement plus si l'on étend les compétences de l'OT.
- **Le pilotage de la structure ne pourra pas se faire dans des conditions analogues** c'est-à-dire une organisation en quasi-« râteau » - **Nécessité d'une organisation plus « structurée »** - l'idée n'est pas de disposer d'une organisation fortement pyramidale
- **Placer internet et la stratégie digitale au cœur du nouveau dispositif** - 70% des Français partis en vacances s'informent sur le web, 50% des séjours touristiques seront achetés en ligne.
- **Nécessité de redistribuer un certain nombre de missions dans l'équipe** afin d'adapter, d'alimenter et de développer le site internet mais aussi de gérer les bases de données et systèmes d'information divers et surtout à relier avec outils de Gestion de la Relation Client.
- **L'indicateur d'efficacité de l'OT n'est plus le nombre de demandes à l'accueil, mais bien la performance de l'OT sur la Toile et les réseaux sociaux.**
  - Rappel : 1 client sur 10 en moyenne passe la porte d'un OT.



# L'organigramme cible

## schéma global





## schéma global

# L'organigramme cible

### Développement de produits / Commercialisation

#### Enjeux

- L'ère des produits et des services standardisés tire à sa fin
- Les clientèles recherchent de plus en plus des destinations capables de leur offrir des expériences personnalisées et mémorables.
  - Il s'agit de renforcer et/ou faire évoluer la gamme de produits en mettant l'accent sur la personnalisation de l'offre et sur le renforcement de filières prometteuses.
  - Le pôle tend à répondre à ces enjeux en plaçant la production de « produits » qu'ils soient individuels, groupes, affaires, ... en lien direct avec les outils de commercialisation et les outils d'animation des filières (en lien avec les chantiers) et d'observation des tendances .

### Accueil / information

#### Enjeux

- Au niveau du personnel, les agents d'accueil sont passés conseillers en séjour, on leur demande d'être, aujourd'hui, des Conseiller en séjour 2.0 avec la particularité de disposer de compétences de plus en plus commerciales.
- L'office de Tourisme est un lieu où l'on doit disposer d'une information qualitative de plus en plus précise et un lieu de vente de prestations.
- L'interaction du pôle Accueil / Information avec les deux autres pôles sera donc très forte. Interaction renforcée par la polyvalence des conseillers en séjours.



## schéma global

# L'organigramme cible

### Marketing / communication / promotion

#### Enjeux

- Une stratégie de croissance peut s'envisager soit par un développement en termes de marchés, soit par un développement en termes de produits, ou soit par une diversification marketing qui croise le développement de nouveaux produits et de marchés.
- Par ailleurs, les destinations touristiques modernes sont celles qui ont compris qu'il n'était ni possible ni pertinent de vouloir maîtriser l'ensemble de l'information. Le marketing rentre dans une nouvelle ère et subit deux mouvements complémentaires : toujours plus personnel, toujours plus social.
- Il s'agira d'engager des relations personnalisées avec ses "consommateurs" à travers notamment d'une stratégie affirmée de social Branding (gestion de l'image de marque de la destination sur les réseaux sociaux).
- Il s'agira de passer de la communication à l'influence, de la publicité à la performativité (par le co-branding par exemple). La structuration du pôle vise cet enjeu fondamental en positionnant l'approche marketing en lien direct avec la stratégie digitale.



# L'organigramme cible

## Pôle direction et services administratifs



Le « pôle direction et services administratifs » comprend les missions suivantes :

- Direction de l'office de tourisme
- Adjoint de direction (Organisation / RH / Démarche Qualité)

qui soutient la direction dans la gestion organisationnelle et humaine des services et qui est en charge de la démarche qualité

- Comptable
- Assistant de direction



# L'organigramme cible

## Pôle développement produits et commercialisation

Produits / séjours et commercialisation

Réceptif / Tourisme d'affaires

Appui prestataires, filières, observation

Equipe de  
6 / 7  
personnes

Le « pôle développement de produits et Commercialisation » comprend les missions suivantes :

- Développement et gestion de la billetterie / City Pass / ...
- Développement et gestion de l'offre de séjours packagés pour clients « individuels »
- Développement et gestion de la commercialisation « Groupes »

Définition et Organisation des produits , organisation du service « visites guidées », élaboration et gestion des dossiers « clients », éditions, salons

- Développement et gestion de la commercialisation « Tourisme d'Affaires » – poste à créer - Définition et Organisation des produits , élaboration et gestion des dossiers « clients », éditions, salons

- Assistant de commercialisation Groupes / Tourisme d'Affaires (à 100%)

- Animation territoriale (qualification de l'offre, démarches collectives, labels, formations... sur les filières œnotourisme, troglo, loisirs nature, ...)

- Observation touristique



# L'organigramme cible

## Pôle développement produits et commercialisation

Au regard « des chantiers » mis en avant, l'organisation d'événementiels sera « calée » sur des filières emblématiques.

Ces événementiels seront en lien direct avec, à la fois, le travail sur les filières et les outils de commercialisation

+

Organisation  
d'événementiels

Le futur office de tourisme pourra être chargé de manifestations emblématiques existantes ou nouvelles (Anjou vélo vintage, carrousel, festivini, ...)

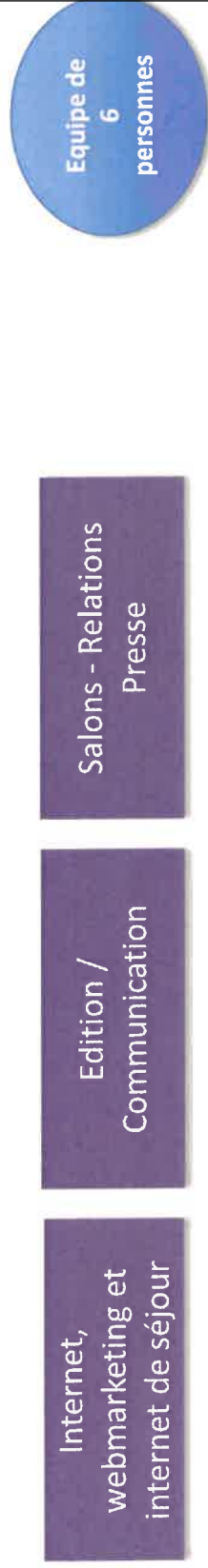
Un tel positionnement autour de l'événementiel tend à se réinterroger sur les structures actuelles qui portent, pour le compte notamment des collectivités, ces organisations et notamment le comité équestre.

Dans ce cadre, il s'agira d'entrevoir les éventuelles nécessités de rapprochement entre les structures (selon le même principe que celui opéré pour les associations d'OT).



# L'organigramme cible

## Pôle marketing / communication / promotion



### Le pôle « marketing / communication / promotion » comprend les missions suivantes :

- Administration du service multimédia (Développement, mise en œuvre, suivi)
- Community Manager
- Editions et régie publicitaire
- Promotion et communication (salon, presse / média)
- Rédaction Print / Web
- Coordination et structuration de l'événementiel
- Animation numérique de territoire

Au regard de la technicité et de l'utilisation des outils numériques, il apparaît opportun d'entrevoir un renfort technique sur ce pôle sur une fonction large « marketing de contenu » (certains OT ont étoffé les compétences de leur équipe en se dotant de compétence PAO / graphisme, ou reporter de territoire – vidéo et photo)



# L'organigramme cible

## Pôle accueil / information

Conseillers en séjour  
de l'OT de Saumur

Conseillers  
des B.I.T.

saisonniers

Equipe de  
9 / 10  
personnes  
+ saisonniers

### Le pôle « Accueil et Information » comprend les missions suivantes :

- Missions de base

- Accueil et information (physique, téléphonique, courriel)
- Commercialisation de billets, d'animation et d'articles de boutique
- Traitement des réservations en ligne, par téléphone, ...
- Mise à jour de certaines rubriques du site Web – maîtrise du système de gestion de contenu (SGC ou CMS en anglais)
- Maîtrise de la démarche qualité de l'établissement
- Missions complémentaires

Qui seront à définir en fonction des besoins des pôles et du profil du salarié

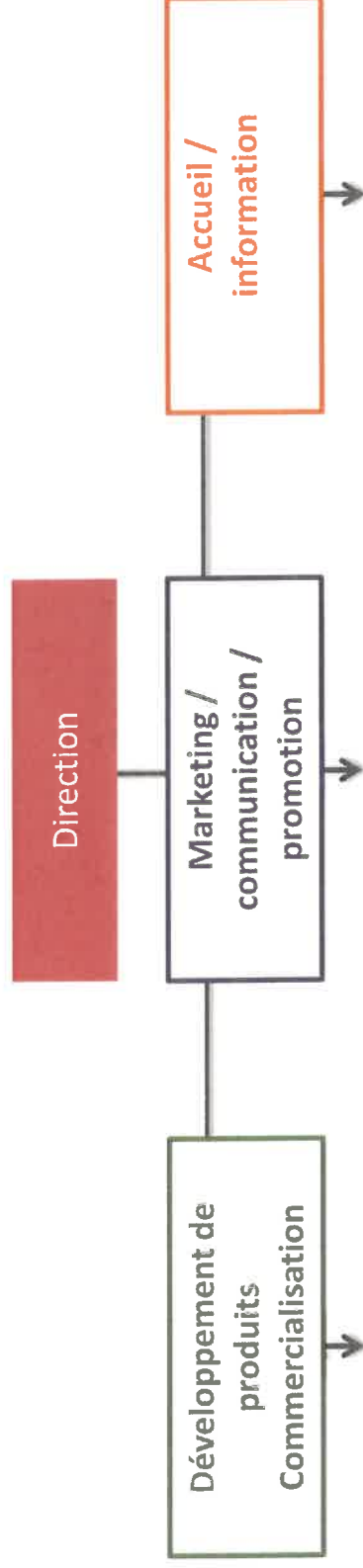
- Prise en responsabilité de dossiers thématiques hébergement, activités de pleine nature, sites et lieux de visites, ... ; Agenda ; Gestion de la boutique ; Animation et promotion de la page facebook (en plus du community manager) ; centrale de réservation; Journées des professions ; ....

Au regard de l'organisation actuelle, il n'est pas envisagé de modifications substantielles mais une redéfinition des fiches de postes sera nécessaire afin que les conseillers / conseillers en séjour soient plus spécialisés dans leurs missions complémentaires.



# Responsables des pôles

Cette nouvelle organisation va nécessiter la définition de responsables de pôles d'activités



Il apparaît opportun que le directeur puisse, au-delà de la mission générale de direction, prendre le pilotage d'un des pôles.

Pour le pilotage des autres pôles, et au regard des effectifs et des compétences, une gestion interne est envisageable (à définir).

Cette proposition d'organigramme cible permet de poser les bases des réflexions à venir.



# Contours financiers : dépenses et recettes

## 2 070 000 € de dépenses totales des OT et du PTI en 2014

Au regard du bilan effectué lors du diagnostic, les principaux postes de charges de fonctionnement et de dépenses opérationnelles se répartissaient de la manière suivante en 2014 :

■ Ressources humaines / Masse Salariale :	935 600 €	Augmentation liée à l'effet taille mais également si recrutement d'un agent
■ Charges générales de fonctionnement :	337 800 €	
■ Actions de Marketing / promo/ com. / salons :	228 700 €	Optimisation à entrevoir mais nouveaux champs à considérer : tourisme d'affaires par exemple
■ Achat de marchandises :	510 100 €	
■ Autres dépenses (dont provisions et amort.) :	<u>58 900 €</u>	Développement des espaces boutiques
<b>Total des charges :</b>	<b>2 071 100 €</b>	

Par expérience et comme nous l'avons formulé lors des différents comités de pilotage, la création d'un office de tourisme intercommunautaire ne génère pas d'économie en matière de charges de fonctionnement et de dépenses opérationnelles mais renforce l'opérationnalité et l'efficacité de la destination en termes de marketing, d'accueil et de commercialisation.



# Contours financiers : dépenses et recettes

## Des offices de tourisme financés en grande partie par les EPCI

### 1 135 000 € d'interventions publiques en 2014 (subventions + reprise sur excédents)

Les principales recettes se répartissaient de la manière suivante en 2014 :

■ Interventions publiques (sub. + excédents) :	1 134 100 €	Augmentation nécessaire à corrélér avec les évolutions de la taxe de séjour
■ Ventes de marchandises :	596 000 €	Augmentation des ventes de marchandises
■ Billetterie / régie publicitaire / visites guidées :	253 100 €	Optimisation de la commercialisation et objectif de neutralisation de perte de cotisations avec nouveaux barèmes des prestations de services
■ Cotisations adhérents :	57 000 €	
■ Autres recettes(dont transfert de charges) :	30 900 €	
<b>Total des recettes:</b>	<b>2 071 100 €</b>	

L'objectif de la commercialisation et donc in fine des recettes qui y sont liées (marges notamment) constituent des bases nouvelles ou fortement réaffirmées pour l'office de tourisme.

Le modèle économique à construire tend vers plus de ressources internes et une dépendance de moins en moins forte de l'intervention publique (au-delà de l'OSP) même si dans un premier temps, il est entrevu une intervention renforcée.



# zoom taxe de séjour

## Reprise des constats : près de 460 000 € de taxe de séjour

- Les taxes de séjour instituées sur le territoire sont au réel. Au regard du fonctionnement actuel, il n'apparaît pas opportun d'entrevoir une modification de ce « régime » de collecte.
- Saumur Agglomération collecte près de 84% du produit de la taxe de séjour du territoire.
- Le suivi de la taxe de séjour est assuré par les intercommunalités ou les communes en lien plus ou moins étroit avec les offices de tourisme
- L'Agglomération de Saumur a placé la collecte de la taxe de séjour comme un axe stratégique (résultat : + 83 600 € entre 2012 et 2014, soit 28% de recettes en plus).

### Quelles sont les marges de manœuvre en matière de produit de la taxe de séjour?

- Une harmonisation, dans un premier temps, au barème institué sur Saumur agglomération (les différences de taux peuvent être de plus de 120 %).
- Un suivi resserré auprès des hébergeurs – dans ce cadre, ne serait-il pas envisageable d'entrevoir une fonction mutualisée à l'échelle de la destination pour assurer ce suivi ?
- Possibilité pour le territoire de revoir à la hausse le barème proposé. En effet, l'Agglomération de Saumur s'était « calée » sur les plafonds des anciens barèmes. De nouvelles possibilités sont offertes aux collectivités en matière d'évolution de la taxe. Par exemple pour un établissement trois étoiles, l'ancien barème plafonnait à 1 € la collecte par personne et par nuit, le nouveau barème la plafonne à 1,5 €.

Une poursuite modérée des progressions sur Saumur Agglo, une harmonisation des taux et un suivi plus resserré des hébergeurs sur l'ensemble du territoire permettraient d'escompter un niveau de collecte supplémentaire estimé à près de 25 / 30 000 € sans révision à la hausse des barèmes.

# Zoom organisation spatiale rationalisée

## Les offices de tourisme : saisonnalité

Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-AU  
Date de télétransmission : 06/02/2020  
Date de réception préfecture : 06/02/2020

	Saumur	Fontevraud-l'Abbaye	Montsoreau	Montreuil-Bellay	Doaré La Fontaine	Les Postiers-sur-Loire	Longué-Jumelles	Gennes	Cunault	TOTAL
Janvier	339				66	6				411
Février	561				113	16				690
Mars	938		203	210	188	36				1575
Avril	1420	274	342	330	252	118	61			2797
Mai	2235	600	524	418	325	116	98	166		4482
Juin	2619	775	546	776	434	206	74	260		5690
Juillet	4097	1120	867	935	1289	331	88	486	195	9408
Août	5979	1210	846	501	953	488	156	521	290	10944
Septembre	2975	538	396	202	521	206	73	200		5111
Octobre	1349		304		204	42				1899
Novembre	690		97		91	18				896
Décembre	543				72	5				620
<b>TOTAL</b>	<b>23745</b>	<b>4517</b>	<b>4125</b>	<b>3372</b>	<b>4508</b>	<b>1588</b>	<b>550</b>	<b>1633</b>	<b>485</b>	<b>44523</b>
	35 759					2 138	96% des demandes au comptoir			

Poids des points d'accueil / contacts	53%	10%	9%	8%	10%	4%	1%	4%	1%
---------------------------------------	-----	-----	----	----	-----	----	----	----	----



# Zoom organisation spatiale rationalisée

## Principe de radicalité :

Il n'est pas pertinent / efficient au regard des dépenses engagées d'ouvrir un B.I.T. si sa fréquentation N-1 ne s'élève pas à plus de 200 visiteurs / mois (soit à peine dix touristes par jour).

Ce principe part de l'hypothèse essentielle qu'un B.I.T. a pour principale mission d'accueillir et d'informer

## Principe du compromis positif

Il est envisageable de concevoir une organisation décentralisée sur un territoire aussi vaste en proposant un compromis positif, c'est-à-dire une adaptation indispensable au regard des fréquentations mais acceptable par tous.

Dans cette optique, un B.I.T. n'a pas pour principale mission d'accueillir et d'informer mais peut disposer de compétences spécifiques sur un champ / un domaine d'activités.

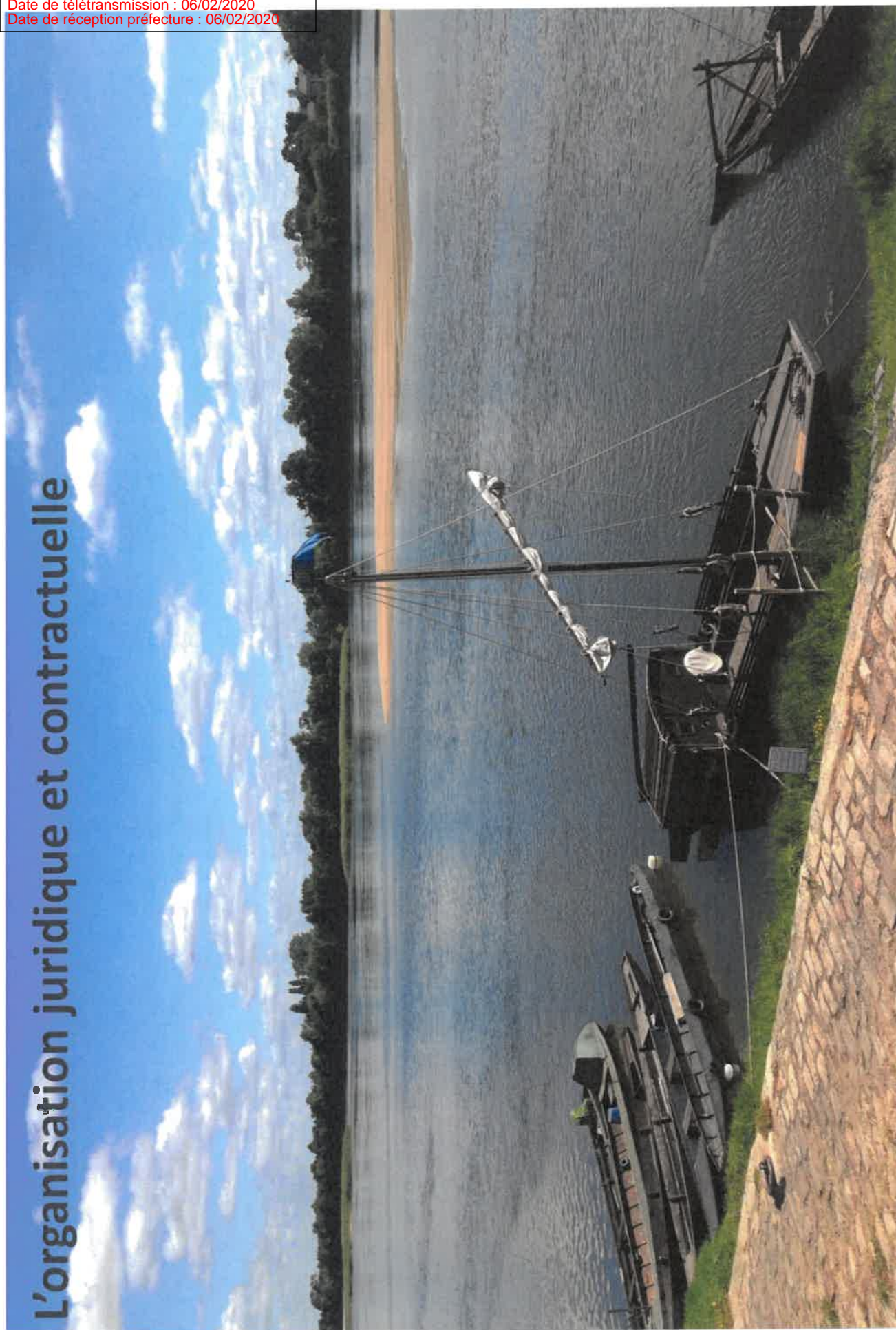
**L'enjeu de l'organisation spatiale rationalisée** concerne essentiellement, comme nous l'avons mis en exergue lors du diagnostic, le secteur Nord Ouest du territoire.

- **Nécessité de faire un choix entre deux bureaux : les Rosiers-sur-Loire et Gennes** (« pas de pertinence d'un OT à chaque bout du pont »)
- **Nécessité de réinterroger les fonctionnements actuels sur Cunault et sur Longué – Jumelles**



**Par ailleurs, les faibles fréquentations sur la période hivernale de Doué-la Fontaine militent pour une fermeture à minima partielle – ouverture le matin par exemple**

# L'organisation juridique et contractuelle





# Structures existantes et objectifs

Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-AU  
Date de télétransmission : 06/02/2020  
Date de réception préfecture : 06/02/2020

## 4 Office de Tourisme aujourd'hui

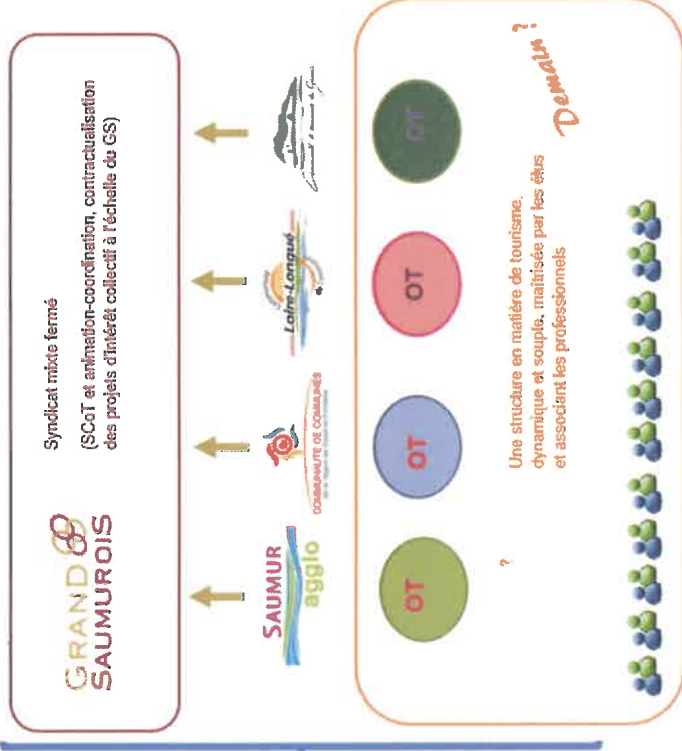
### Demain 1 OT de Destination

- compétences renforcées des EPCI par les lois (dont NOTRe sur le tourisme)
- 3/4 OT associatifs : compta privée, personnel de droit privé très majoritairement.

### Attentes exprimées par les élus

- rôle essentiel des élus mais dialogue avec les socio-pro
- missions actuelles conservées mais commercialisation renforcée ( dont développement du tourisme d'affaires)
- promotion de l'évènementiel (globale, sur l'année)
- gestion de l'évènementiel
- pas de gestion des équipements

*Antennes*





# Les structures publiques : une lourdeur nouvelle

- Les + : pas de mise en concurrence : organisateur du service est public
- Les - : comptabilité de droit public
  - séparation de l'ordonnateur et du comptable
  - pas d'adhésions ni de subventions de personnes privées
  - recours en annulation contre les délibérations (BP, DM, compte financier, affectations des résultats...)
  - comptabilité d'engagements
  - budget d'un SPIC (pas de subventions d'équilibre)
  - pas de déficit > 5% des recettes ou saisine CRC
  - principe de spécialité de l'EPIC ou la régie
  - pas de participation décisionnelle des partenaires socio -pro.

- Très large majorité des structures déjà de droit privé.
- Lourdeur et complexité d'une gestion de droit public nouvelle.

**=> ni régie ni EPIC mais structure de droit privé ou mixte.**



# Les limites de l'association

Conseil d'Administration de l'Association :  
rapport professionnels / Collectivités = 0 % → 100 %



+	-
Larges compétences d'intervention, y compris l'événementiel Intérêt général (vs logique lucrative) Gestion privée et souple Gouvernance mixte Possible affectation de la Taxe de Séjour	Publicité et mise en concurrence (délais) Logique économique moins exprimée Faible contrôle (notamment des collectivités) Dilution des responsabilités Faible appréciation des risques Risque de transparence (requalification, gestion de fait, prise illégale d'intérêts)

- Association loi 1901 possible (adhésion des pro, équilibres financiers et recettes similaires).
- Événementiel possible si DSP mise en place.
- Antagonisme : contrôle par élus = risques financiers et pénaux (assoc. transparentes), + commande publique conseillée = **Pas association**



# L'attrait de la SPL avec association des socio-pros

- Pas de mission à SPL sans contrat limité dans le temps.
- 1 SA de droit privé (capital  $\geq 37$  k€ publics,  $\geq 2$  pers. publiques)
- compétentes : exploiter 1 SPIC ou activité d'IG
- salariés de droit privé
- comptabilité privée et fiscalité des entreprises.
- reconnaissance de la qualité « *in house* »

Conseil d'Administration de la SPL :  
conseil professionnels / collectivités = 0 %



Comité technique consultatif externe



In house – pas de DSP	Limites territoriales de l'action de la SPL (territoire des membres)
Maîtrise politique	
Enracinement local	
Gestion privée et souple	Contraintes du contrôle analogue (comités de décisions, de contrôle)
Contrôles divers et nombreux	
Collectivités de niveaux différents	Pas d'intégration décisionnelle des acteurs professionnels, nécessité d'un dispositif de représentation <i>ad hoc</i> des professionnels
Maîtrise de la taxe de séjour	
Possible événementiel	Possible risque de délit de favoritisme (en cas de remise en cause de l' <i>in house</i> )



# La SEM : une mixité institutionnelle de principe

- SA ( $\geq 2$  actionnaires (1 pers. privée)
- capital : 50-85 % public, 15-49,9% privé
- Pas de limite territoriale : possibles clients non actionnaires
- Compta, gestion RH privées
- Pas de principe de spécialité
- Concurrence préalable
- Pas d'aides publiques (sauf compensations OSP)

Conseil d'Administration de la SEM :  
Rapport professionnels / Collectivités : 45 % -> 49,9 %



Maîtrise politique (majorité des capitaux publics : 50%-85%)  
Enracinement local  
Gestion privée et souple (pas de contrôle analogue)  
Contrôles divers et nombreux (collectivités, Préf., CRC, CAC...)  
Possible événementiel  
Collectivités de niveaux différents  
Champ d'intervention non territorialement limité  
Maîtrise de la taxe de séjour  
Intégration décisionnelle des acteurs professionnels  
Lisibilité sur le long terme (investissements, ...)

Publicité et mise en concurrence  
37.000 € de capital social minimum  
Décisions collégiales public – privé  
2 associés minimum (dont des actionnaires privés à hauteur de 15 % à 49,9 % de l'actionariat)  
Nécessité d'un dispositif de représentation *ad hoc* professionnels s'ils ne sont pas actionnaires  
Déséquilibre entre la part des activités SPIC par rapport aux activités SPA et l'ambition commerciale de la SEM



# Planning de mise en œuvre d'une SEM / SPL

- SEM avec DSP

Création de la SEM : 6 mois

Passation DSP : 9 mois (avec décalage de 3 mois sur création SEM)

Total : 12 mois

- SPL

Création de la SPL : 7 mois

Pas de passation d'une DSP

Total : 7 mois

*In fine* : dissolutions des associations préexistantes



# Synthèse des recommandations juridiques

Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-AU  
Date de télétransmission : 06/02/2020  
Date de réception préfecture : 06/02/2020

- Pas structures de droit public, compta publique
  - Pas association (transparence vs contrôle des élus)
  - SEM et SPL :
    - participation des socio-pro (structure ad hoc)
    - faibles risques pénaux (élus) et financiers (structures)
- Anticipation estimation des risques

## SEM + / SPL - :

délai DSP mais ni assoc. transparente ni potentiel défaut de contrôle analogue (-> favoritisme)  
Pas de limites territoriales

## SEM - / SPL + :

difficile réunion d'actionnaires privés



# L'impact RH de la création d'une nouvelle structure de droit privé

Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-AU  
Date de télétransmission : 06/02/2020  
Date de réception préfecture : 06/02/2020

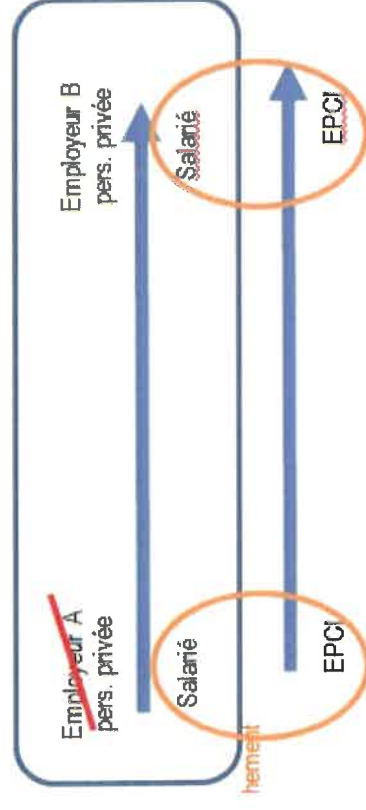
- Agent déjà en CDI privé

Un seul contrat et substitution de parties employeurs



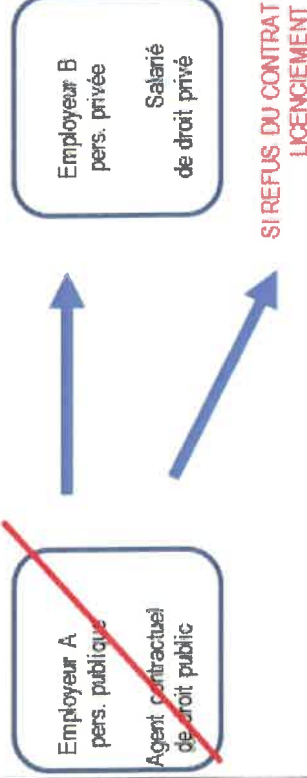
- Fonctionnaire détaché / MàD

Un seul contrat et substitution de parties employeurs



- Contractuel de droit public

Deux contrats (1 privé, 1 public) ou un licenciement



- Agent saisonnier

Deux contrats de droit privé





# Conclusion / les décisions à prendre

- Acter l'office de tourisme de destination
- Acter la décision de garder une structure de droit privé
- Faire un choix de statut juridique entre SPL et SEM
- Définir un calendrier : dans l'année ou pour l'année suivante
- Entériner les contours revus des missions de l'OT de destination en 3 pôles produit/marketing/accueil : actuel + tourisme d'affaires + chef d'orchestre événements + organisation de certains événementiels



## Rapport de l'activité 2018

Destination Saumur Val de Loire...  
« Bien plus que vous ne l'imaginez...! »

Si le premier semestre d'exercice a permis de finaliser les outils de management et de gestion (stabilisation de l'actionnariat, installation du Comité Technique, du Conseil d'Administration...), l'année 2018 est celle de la mise en œuvre de la dynamique souhaitée par les collectivités. Positionnement marketing, définition graphique, création des nouveaux outils, lancement de la stratégie numérique, affirmation de la stratégie commerciale, pilotage d'Anjou Vélo Vintage, nouveaux partenariats... sont autant d'actions qui ont ponctuées cette première année d'activité tout en maintenant un niveau de performance en termes d'accueil et d'information touristique.

La définition et mise en place d'un nouvel organigramme début 2018 a permis de consolider l'équipe de la SPL pour faire face à la fois aux évolutions des métiers du tourisme et à la valorisation de l'attractivité de notre destination tant auprès des visiteurs que des populations locales.

Outil de la Communauté d'Agglomération et de ses actionnaires, véritable « bras armé » en matière de tourisme, Saumur Val de Loire Tourisme incarne et impulse cette nouvelle dynamique et doit continuer de valoriser son rôle d'accueil et de diffusion de l'information touristique, de commercialisateur tout autant que celui de centre de ressources pour accompagner les changements et favoriser la mise en synergie des acteurs.

Sophie SARAMITO  
Présidente de Saumur Val de Loire Tourisme



## Eléments de stratégie issue du Schéma local de développement touristique

Les grands objectifs

### 1 - Visibilité au sein du Val de Loire

Comment la destination Saumur réussit à se rattacher pleinement au Val de Loire tout en affirmant son identité en valorisant ses filières spécifiques ?

### 2 - Élargissement de la saison et des clients

Comment la destination Saumur Val de Loire devient une destination à l'année, grâce à une combinaison optimale des différentes cibles de clientèles et le développement de gammes d'offre affinitaires et bien commercialisées ?

### 3 - Augmentation des retombées économiques

Comment optimiser les retombées du tourisme sur le territoire par le développement de filières particulièrement rétributrices (affaires) et l'optimisation de celles qui sont incontournables ?

La SPL Saumur Val de Loire Tourisme poursuit sa croissance via le développement de son activité et de ses missions...

Après une gestation et une préparation qui ont permis d'écrire les grandes lignes de notre scénario de développement touristique, l'été 2017 a vu la création de la SPL Saumur Val de Loire Tourisme. C'est dans ce cadre global que les Offices de Tourisme de la nouvelle Communauté d'Agglomération ont fusionné conformément à la Loi NOTRe du 7 août 2015. Si cette dernière n'a pas remis en cause le principe selon lequel les compétences en matière de tourisme sont partagées entre les différents niveaux de collectivités territoriales, elle a en revanche prévu un transfert de plein droit aux communautés d'agglomération et aux communautés de communes, au 1er janvier 2017, d'une compétence obligatoire en matière de « promotion du tourisme dont la création d'offices de tourisme ».

Ce nouveau maillage territorial a engendré une nouvelle organisation à l'échelle de la collectivité (fusion des offices de Tourisme) et de nouveaux partenariats doivent permettre d'optimiser la performance des actions concourant à consolider l'économie touristique de la Destination Saumur Val de Loire. Dans un contexte de réalisme budgétaire, de nouveaux modes et méthodes de gouvernance touristique se mettent en place pour mettre en synergie les moyens et ressources disponibles entre les différentes structures de développement et de promotion touristique et les acteurs privés. Le renforcement de la coopération et de la complémentarité entre les différents acteurs du tourisme est essentiel dans un contexte fortement concurrentiel.

Approche marketing synthétique : quelles cibles pour la destination Saurmur-Val de Loire ?

### 1/ clientèles nouvelles à cibler

Court séjour urbains à 3h (grand ouest et Ile de France)  
Affinitaires sur filières d'excellence : vélo, vin, cheval, patrimoine au travers des grands événements  
Rencontres d'affaires, événements moins de 500 personnes

### 2/ clientèles à intensifier

Touristes découverte Val de Loire (Fr/étr)

### 3/ clientèles à fidéliser

TYPOLOGIE :

- Couples sans enfants (dont senior actifs), plutôt CSP+
- Familles avec enfants, CSP moyen à +
- Groupes (autocaristes / TO ; petits groupes ; CE/entreprises)

Des filières touristiques selon 4 niveaux stratégiques

#### 1 Les spécifiques

- . TROGLODYTISME
- . CHEVAL

#### 2 Les incontournables du Val de Loire

- . CHÂTEAUX/PATRIMOINE
- . LOIRE À VÉLO
- . VIN

#### 3 Les complémentaires

- . TOURISME NATURE
- . ÉVÉNEMENTIELS

#### 4 Les transversales

- . HÉBERGEMENTS
- . AFFAIRES

Les Grands principes de l'action touristique

Renforcer et apporter de la nouveauté dans les filières spécifiques et identitaires  
= SE DEMARQUER

Assurer les filières incontournables en mettant l'accent sur quelques offres originales  
= SORTIR DU LOT

Coordonner et hiérarchiser les offres dans les filières complémentaires  
= RENDRE LISIBLE

Le tourisme évolue en permanence, le marketing se réinvente pour toujours plus d'expériences et de sensations... L'Office de Tourisme du futur est celui qui tient compte de ces changements, du parcours client, de l'attractivité globale de son territoire et qui a parfaitement conscience d'être dans une démarche de prestations de services concurrentiels (clients, prestataires, collectivités), de qualité et de performance.

Le numérique, les évolutions du marketing, les nouvelles tendances conduisent l'Office de Tourisme de Saurmur Val de Loire vers de nouveaux rôles et donc vers de nouveaux métiers. Ces nouveaux métiers se concentrent aujourd'hui autour de thèmes spécifiques (numérique, qualité, développement durable, mise en scène) et de nouvelles interventions (conseil, réalisation, gestion de projet) au service du développement local.



## 2-MARKETING

Avec la mise en œuvre du repositionnement du territoire (automne 2017) et le lancement de Destination Saumur Val de Loire... et de sa nouvelle ligne graphique début 2018...



La SPL Tourisme est le garant de la marque, de ses valeurs, de son expression et du marketing territorial liée à celle-ci. La richesse de l'offre, sa diversité, sa légitimité s'expriment ainsi au travers d'une signature ambitieuse :

**Bien plus que vous ne l' imaginez !**

Elle est donc en charge de la stratégie opérationnelle en matière de mise en tourisme de la destination.



## DEVELOPPEMENT DE L'ATTRACTIVITE

## 1 - MARKETING DE L'OFFRE

Ce pôle correspond aux nouvelles missions de la SPL en termes d'accompagnement et de développement des projets au sein de la destination. Il pilote notamment les filières et les chantiers prioritaires identifiés dans le cadre du schéma local de développement touristique dont ils constituent la « feuille de route »

**Missions/chantiers de la  
SPL SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME**

Intervenant	Etat d'avancement	Observation
Vulgarisation des TROGLOS		Structuration (recensement des lieux : ski) ; Organisation ; Mise en tourisme (programmement marketing : dé) ; LAV
CHAPELLE de Saumur (maître de la découverte)		Participation COPA ; projet Pays d'art et d'histoire
Country Kersy (balade à Saumur, Judoval, vélo, équestre)		Audit des itinéraires SVL ; Relance de l'actualisation du nautisme web ; Mise en tourisme des communes rurales ; VBS l'ancienne coppi... ; terre LAV Trogl
Organisation du Calendrier des Evénements		Réalisé pour 2019, en cours 2020
Relance d'une offre grand public et festive autour du cheval		Avril CES, Présence sur plateformes et réseaux sociaux ; Mise en tourisme pour le grand événement équestre : projet Route d'Antagrin ;
Constitution d'une gamme d'offres attractives et d'un plan marketing mutualisé		Repositionnement Organisation Saumur Val de Loire ; Mise en tourisme avec nouvelle organisation ; Mise en tourisme site web en cours ; réflexion sur l'usage information touristique ; Relance partenariat ; Réseau soci...



2018... année de transition pour la charte graphique éditions...

### 5 - AUDIENCE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Lancement d'une nouvelle stratégie début 2018 : être lisible et crédible... et impactant

#### Facebook

- 33 000 abonnés à la page (+ 27 500 nouveaux abonnés en 2018) : 66 % de femmes ; 6,3 % de Franciliens
- 29 097 mentions j'aime
- Une moyenne de 14 publications par mois ; + de 1 000 interactions par post (2 600 en juillet)
- De plus en plus de réactions, commentaires et partages avec un Taux d'engagement moyen : 4,9 %  
(un taux très correct dans le tourisme est de l'ordre de 2 %...)
- Une portée toujours plus importante, avec un record de 400 000 personnes atteintes durant le mois de juin
- Un 1er concours lancé à l'occasion d'Anjou Vélo Vintage qui a suscité plus de 1 250 réactions.
- Plus de 500 000 impressions

#### Instagram

- Création du compte mi-avril 2018
- Au moins une publication par jour
  - 2 400 abonnés fin 2018 (3 700 en juin 2019)
  - Plus de 6 000 impressions de publications par semaine
- Une audience plus jeune et féminine que Facebook avec une majorité de 25-34 ans

### 3 - PROMOTION COMMUNICATION

#### Les relations presse

Des partenaires : Anjou Tourisme, Agence Régionale, Le Prieuré, l'Abbaye Royale de Fontevraud...

Des conventions de partenariat : Marathon, Livre et vin, Syndicat des Vins

- 51 journalistes accueillis
- 25 accompagnements presse Française, Canadienne, Espagnole, Chinoise, Belge...
- Des sujets sur l'œnotourisme, Loire, Patrimoine, Troglodytes... pour de la presse écrite, TV, blog...
- Conventions de partenariat : Marathon, Livre et vin, Syndicat des Vins

73 retombées presse dont Des Racines et des Ailes (mars), JT de 20h TF1 (mars), Momoondo, C'est au programme sur FR2, Partir en France (TV), 100 lieux qu'il faut voir « France 5, juillet) Magazine, Télé Matin (juin), quotidien chinois « Nouvelles d'Europe » (octobre), Voyage (avril), Anjou Vélo Vintage (France 3, juin)...

Encarts publicitaires :

- Figaro Magazine
- Guide du Routard Anjou 2019
- Loire Vallée Magazine
- France Today Magazine

#### Les salons et opérations

7 salons ou opérations (dont Anjou Vélo Vintage) ont été reconduits en France (Nantes, Paris, Angers) ou à l'étranger (Gijon, Bruxelles) en 2018.

### 4 - LA FRÉQUENTATION NUMÉRIQUE

#### Audience Web

- 1 126 000 sessions (3 085 sessions/jour)
- 744 654 nouveaux utilisateurs (+ 3,7 %)
- 3,5 pages vues en moyenne ; près de 3'
- Taux de rebond : 50,87 %
- Visiteurs directs : augmentation de 12,5 à 14,5% = notoriété en hausse

Contrairement aux idées reçues, les 25/34 ans « catégorie la mieux représentée, mais décroît petit à petit. Celle des 55/64 ans progresse (depuis 2015, apparition du critère chez Google Analytics)

Femmes majoritairement représentées : 62 %

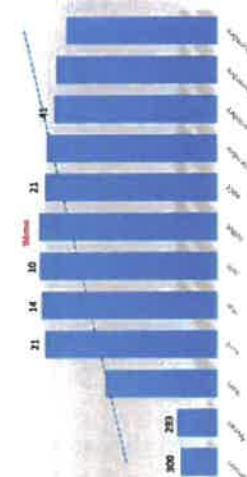
Les points forts : référencement naturel France (3/4 du trafic), capacité à capter de nouveaux utilisateurs très importante par rapport à la moyenne des destinations concurrentes.

- 90% des visiteurs du site sont Français :
  - 23 % des visiteurs proviennent de Paris Ile de France
  - 27 % des Pays de la Loire...
  - 1,6 % de Tours
  - 1,2 % de Bordeaux

#### Baromètre national We Like Travel

Saumur Val de Loire se classe à la 39ème place annuelle en termes de performance numérique sur un total de 562 destinations (28 régionales, 87 départementales, 447 OT ; sources : We Like Travel 2019)

Rang SVA au sein des OT en 2018



Les raisons de cette ascension :

Création du community management (1 ETP)

Changement et redéfinition de la stratégie et des contenus

La création du compte Instagram en avril

## 6 – COMMERCIALISATION

L'activité commerciale de la SPL Tourisme est au service de la destination. Elle a pour objectif de donner du contenu à la marque, à la destination et de montrer toute l'étendue quantitative et qualitative de l'offre présente. Elle répond également à un souci de diversification des recettes de la SPL

### INDICATEURS ACTIVITE

#### BOUTIQUE (diffusion toute l'année de produits identitaires)

CA : 140 120 € (+ 28 %), 109 734 € en 2017  
Marge : 44 620 € (+ 32 %) 33 651 € en 2017  
Panier moyen 12,43 €, 11,76 en 2017

#### Remarques

- Nouvelle organisation interne avec la mise en place d'un poste dédié pour la boutique de Saumur et des BIT
- Redistribution de l'espace boutique au sein des locaux de Saumur
- Le CA 2017 a été égalé le 30 août 2018
- Anjou Vélo Vintage : 43 800 € (31 % du total) dont 55 % réalisés en juin
- Elargissement des gammes de produits dérivés génériques et Anjou Vélo Vintage

### RECEPTE INDIVIDUEL : 198 462 € 759 dossiers

#### • Packages

- CA : 115 233 € (- 10 %)
- Nombre dossiers : 342 (- 18 %)
- 1 131 nuitées (+ 6 % ; 1 069 en 2017) => des séjours un peu plus longs (durée moyenne 2018 de 1,28 nuits)
- Marge : 16 030 € (- 12 %)

#### • Coffrets cadeau : Séjours sans date

- CA : 44 200 € (+ 14 %)
- Nombre dossiers : 152 : + 14 % (133 en 2017)

#### TOP 5 des thématiques vendues :

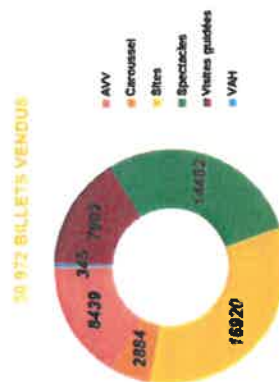
- N° 1 : cadre noir
- N° 2 : troglo
- N° 3 : nuit romantique sur un bateau
- N° 4 : vin et vignoble
- N° 5 : gastronomie

#### • Hébergements : 39 029 € ; 265 dossiers ; 3 167 € marge

- (2017 : 41 791 € ; 337 dossiers ; 3 390 € marge)
- Hôtels : 143 dossiers en 2018 (- 25 %) CA : 20 556 € (- 9 %) marge : 1 704 € (- 4 %)
- Ch. Hôtes : 107 (- 17 %) CA : 11 931 € (- 25 %) marge : 810 € (- 10 %)
- Campings : 15 (- 11 %) CA : 6 542 € (+ 103 %) marge : 653 € (+ 92 %)

### BILLETTERIE

- CA : 771 213 € (- 15 %)
- Nombre de billets émis : 51 000 (- 15 %)
- Anjou Vélo Vintage : 271 888 € ; 8 439 billets
- Carroussel : 29 840 € ; 2 884 billets
- Sites : 144 998 € ; 16 920 billets
- Spéctacles : 235 716 € ; 14 482 billets
- Visites guidées : 81 914 € ; 7 902 billets
- Ville d'Art et d'Histoire : 1 396 € ; 345 billets



#### Remarques

- Evolution du Carroussel en 2018 vers un spectacle gratuit, soit - 10 173 billets sur l'été par rapport à 2017
- Impact CA : - 137 K€, Impact marge : - 17 K€
- Des événements en alternance : ex pas de FIMM en 2018 mais Festival des Géants gratuit
- Des animations avec un calendrier non garanti pour des raisons conjoncturelles : pas de Printemps des Ecuers 2018, spectacle de Noël par le Comité Equestre (Triskell) ; billetterie 2018 plus assurée par TOT : Fête de la Bière

### AGENCE RECEPTIVE (groupes + individuels) : 894 810 € 949 dossiers

#### RECEPTE GROUPES

CA : 696 348 € (+ 15 %), 607 336 € en 2017  
Marge : 138 932 € (+ 17 %), 115 623 € en 2017  
Nb dossiers validés

- 2018 : 190 (146 circuits/séjours packagés + 44 visites guidées sèches ; d'avantage d'intégration de visites guidées directement dans les produits groupes et de produits intégrant le petit train)
- 2017 : 232 (151 circuits/séjours packagés + 81 visites guidées sèches)
- Séminaires
- 2018 : 30 dossiers ouverts ; 13 confirmés
- 2017 : 12 dossiers ouverts ; 6 confirmés

#### Remarques

- Le Cadre Noir reste le moteur de l'activité
- Moins de dossiers Visites guidées mais autant de dossiers circuits/séjours
- Plus de 30 dossiers incluant le petit train touristique... offre plus adaptée à clientèle séniors notamment ; enjeux de déplacements et de mobilité
- Tourisme d'affaires : ERAM, ZODIAC, PASQUIER, NEOPOST, MMA, SEPHORA, DIOR, CLARINS... GRDF, SNCF... : une opportunité

## 7 - ACCUEIL / INFORMATION

Cette mission reste le cœur de métier de l'Office de Tourisme et nécessite une forte présence afin de maintenir un niveau de qualité de services 7/7 jours durant 10 heures.

Les métiers de l'accueil nécessitent une parfaite connaissance de la destination et ne sont plus cantonnés à la distribution de brochures.

Au-delà de la dimension conseil, les équipes font également de la vente de billetterie, de la boutique ou encore de la réservation de dernière minute...

La fréquentation (BIT / Saumur)	
Nombre de contacts (avril/sept.)	50 086
Nombre de demandes	72 637
Nombre d'entrées (compteur à Saumur)	98 325
Nombre d'entrées BIT (estimations)	40 000
Appels entrants	18 410
Contacts comptoir	83 %, 15 % téléphone, 2 % emails/Internet
Nb moyen client/jour (Saumur)	714/jour août 2018
Nb jours ouverture	349 à Saumur
Nb contact France	77 %
Nb contact étrangers	23 %

## CERTIFICATION ET LABELISATION

L'entreprise est très engagée en matière de Qualité et réponse client. Une salariée pilote l'ensemble de la démarche interne.

L'Office de Tourisme Saumur Val de Loire Tourisme, puis la SPL, a obtenu la certification NF Service délivrée par AFNOR Certification depuis avril 2001.

Norme NF X50-730 et règles de certification NF 237 (activités d'accueil, d'information, de promotion/communication, de production/commercialisation, de la boutique, l'évaluation et l'amélioration de la qualité de services)

Renouvellement de certification actuellement en cours (prochain audit : 20, 21 et 22 novembre 2019)

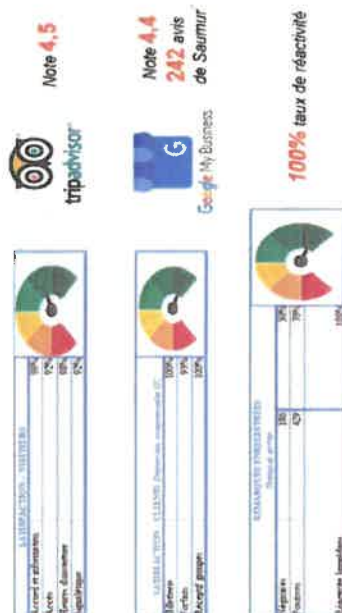
Marque nationale QUALITE TOURISME depuis septembre 2005 (démarche QUALITE des Offices de Tourisme de France)

Elle est renouvelée automatiquement après chaque audit NF Service.

Depuis juillet 2014, l'Office de Tourisme, puis la SPL, est classée dans la « catégorie I » selon les critères de classement national. Ils font l'objet d'une révision pour une simplification et un arrêté du 16 avril 2019 a fixé les nouveaux critères de classement des Offices de Tourisme.



## Qualité services



BIT	Nb de contacts saison	nb moyen de contacts/jours (avril/sept.)
Saumur	31 853	175
Montsoreau	6 802	38
Doué en Anjou	3 780	23
Montreuil-Bellay	3 158	21
Gennes-Val-de-Loire	1 706	11.8
Longué-Jumelles	167	2.6

## ADMINISTRATIF ET FINANCIER

Effectif au 31/12/2018 : 25 ETP 28 personnes 4 hommes, 19 femmes

Grille de classification	hommes	femmes	ensemble
1.1 Employé		1	1
1.2 Employé		3	3
1.3 Employé	1	7	8
2.1 Agent de maîtrise technicien		3	3
2.2 Agent de maîtrise technicien		4	4
2.3 Agent de maîtrise technicien	1	3	4
2.4 Agent de maîtrise technicien		2	2
3.1 Cadre		1	1
3.2 Cadre	2		2
3.3 Cadre	4	24	28
Total			

### Formation

- . 1 120 heures réalisées au sein de l'équipe, 46.60 heures en moyenne par personne dont 628 heures (56 %)
- consacrées à la connaissance du territoire, des sites, des offres, des prestataires
- . 347 heures par les saisonniers

Total jours d'absence : 107 jours dont 17 de maladie et 90 de maternité  
(2017 : 220 dont 42 de maladie et 178 de maternité)

## CONTRAT PRESTATION PARC EXPOS DU BREIL

La gestion du Parc du Breil est effective depuis juillet 2018.

- . 7 événements (Finale Coupe du Monde, Foire de Saumur, Vins et Champignons, Bim Boum Parc, soirée CIDES, Fête de la bière, arbre de Noël SAUR)

. 48 jours d'occupation (montage/démontage inclus)

. 37 000 visiteurs

Equipe dédiée SPL en charge de la commercialisation, relations clients, suivi administratif : 3 personnes

## Indicateurs financiers

Au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2018 :

- . Le chiffre d'affaires H.T. s'est élevé à 1 523 583 euros
- . Le total des produits d'exploitation s'élève à 3 784 881 euros
- . Les charges d'exploitation de l'exercice se sont élevées à 3 774 316 euros
- . Le résultat d'exploitation ressort à 10 565 euros
- . Le montant des traitements et salaires s'élève à 1 317 351 euros
- . Le montant des charges sociales s'élève à 505 500 euros

Compte tenu du résultat financier de 3 228 € le résultat courant avant impôt ressort à 13 793 €

Compte tenu des éléments ci-dessus, du résultat exceptionnel de 3 939 € le résultat de l'exercice se solde par un bénéfice de 12 853 €

Au 31 décembre 2018, le total du bilan de la Société s'élevait à 1 017 409 €

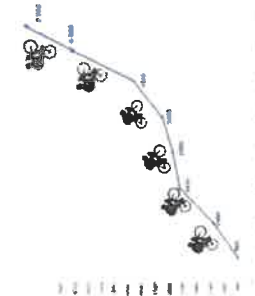
L'actif immobilisé est de 69 798 €. L'actif circulant est de 947 611 €

Les capitaux propres sont de 288 000 €

## DSP ANJOU VELO VINTAGE

Participants 2018 : 8 300 inscrits

Inscriptions complètes en 7 jours, dont 4 000 en 24 heures (soit une moyenne de 167 ventes/heure).



### Profil et engagements

- . 69 % hors département
- . 52 % hors Région
- . 12 % Franciliens
- . 3 % étrangers

- . 57 % ont entre 25 et 49 ans
- . 36 % ont plus de 50 ans
- . 6 % ont moins de 25 ans

48 % ont séjourné à Saumur dont 67 % entre 2 et 4 jours (32 % campings, 28 % hôtels, 12 % chez l'habitant/parents et amis)

Village : 14 000 m² sur 2,5 jours, 140 exposants, 40 000 personnes, 200 artistes

### Relations presse

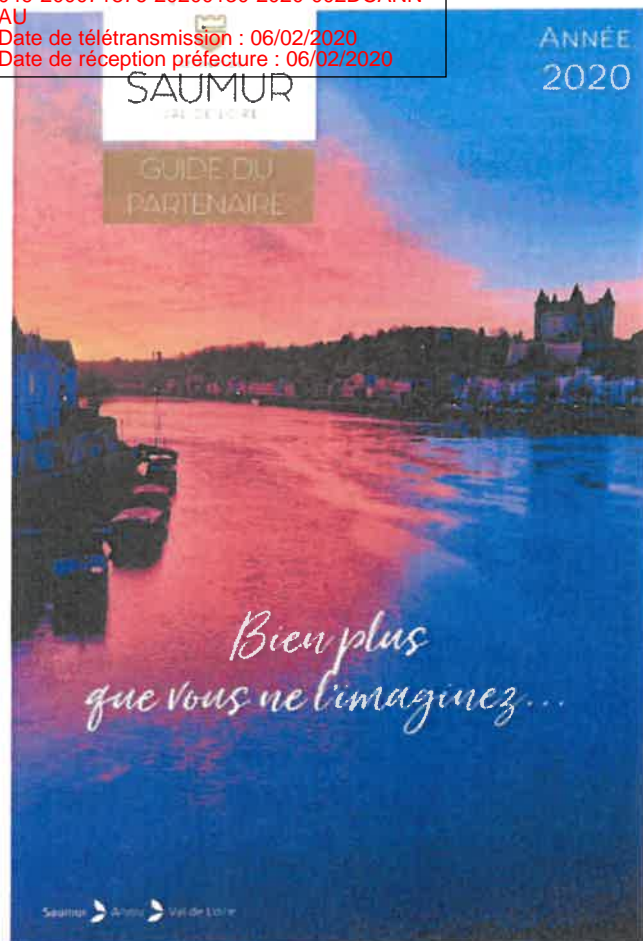
- . 2 700 contacts : newsletters, dossiers presse, communiqués, référencements...
- . 29 journalistes accrédités (20 nationaux, 9 régionaux)
- . 11 photographes/vidéastes professionnels

. 136 sujets presse écrites nationale (78 en 2016, 94 en 2017)

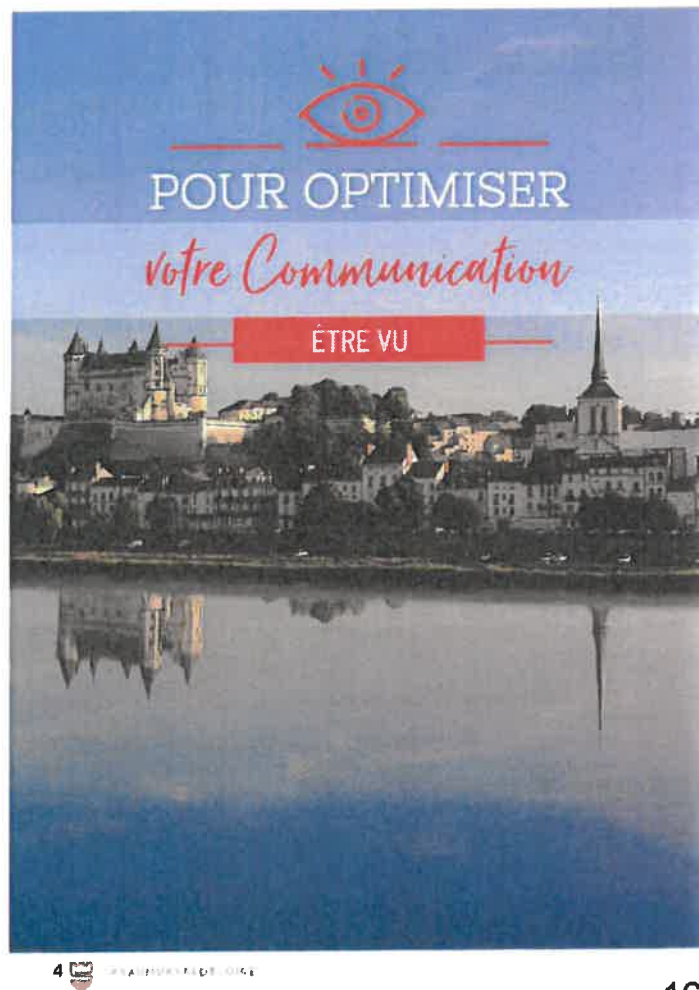
. 213 retombées directes hors citations simples : 67 % internet, 23 % print, 9 % radio, 1 % tv

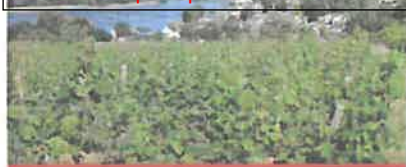
Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-  
AU  
Date de télétransmission : 06/02/2020  
Date de réception préfecture : 06/02/2020

*Merci de votre attention...*



www.saumur-tourisme.com





ETRE VU

“ Faites la promotion de votre activité ! ”

Une page sur le site web



Un espace dédié dans le Guide de la destination 6 langues / 88 000 ex



Les Plans / 60 000 ex

SAUMUR DÉPARTEMENTAIRE 5

Sur nos supports de promotion/information imprimés (largement diffusés, dans le cadre de nos opérations de promotion et par voie postale en réponse aux demandes d'information par exemple) et digitaux (site web, réseaux sociaux...).

- + Sur notre site web qui bénéficiera d'une refonte totale en 2020
- + Sur nos newsletters destinées au grand public et aux professionnels
- + Sur nos réseaux sociaux Facebook et Instagram #saumurvaldeloire
- + Diffusion et mise à disposition de votre documentation dans nos Bureaux d'Informations Touristiques, dans le respect de notre politique Qualité (NF Service et Qualité Tourisme).
- + Relais de communication : pour vos nouveautés, vos animations, vos événements...

Possibilité de participer aux salons et opérations de promotion inscrits dans notre plan de communication.

Possibilité de recevoir des journalistes dans le cadre de nos accueils de presse (en fonction de leurs demandes et des programmes établis avec nos partenaires d'Anjou Tourisme et de l'Agence régionale Pays de la Loire).



“ Devenez un partenaire actif ”

En nous accompagnant sur les salons et opérations de promotion

En utilisant le Kit de promotion « Destination Saumur Val de Loire ».

Depuis de nombreuses années, l'Office de Tourisme, accompagné par de nombreux et fidèles partenaires, va à la rencontre de nos potentiels visiteurs/clients afin de leur donner tout simplement envie de programmer leurs vacances, leur week-ends chez nous.

Si vous aussi, vous êtes intéressés, n'hésitez pas à nous renvoyer le bulletin d'inscription que vous recevrez sur la prochaine Newsletter Pro.

Pour un déplacement professionnel ou pour votre établissement, votre site web... la SPL met à votre disposition des outils utiles pour la valorisation du territoire :

- ☐ Vidéos
- ☐ Photos
- ☐ Affiches
- ☐ documentations...

N'hésitez pas à nous contacter !

En mutualisant pour une agence de presse unique - **Nouveauté 2020**

Pour 2020 la SPL a choisi de continuer à développer ses actions presse, au service de l'ensemble des prestataires. La nouveauté est de vous proposer la possibilité de travailler ensemble, c'est-à-dire avec la même agence de presse. Au prorata de la participation financière, un espace spécifique sera alloué dans les différents supports presse. Cette proposition faite dans un esprit de synergie et de mutualisation, ne remplace pas le fait que l'ensemble de la Destination sera mis en avant en fonction des actualités, nouveautés du territoire.

Inscription également possible sur le bulletin intégré dans la prochaine Newsletter Pro.



ETRE VU

SAUMUR DÉPARTEMENTAIRE 6

POUR AMÉLIORER  
votre Qualité d'accueil

ÊTRE AMBASSADEUR

ENSEMBLE

Tout commence avec vous et pour vous !

Être ambassadeur c'est être le reflet de notre territoire, les piliers de son dynamisme.

Vous avez à cœur de promouvoir les valeurs et de porter fièrement les couleurs de la marque Saumur Val de Loire ?

Alors rejoignez-nous car nous avons cette priorité nous-aussi : défendre et valoriser l'image de notre destination, empreinte de force, de caractère, d'innovation mais aussi de douceur !



“ Profitez des rendez-vous pour connaître au mieux notre territoire ”

UNE GAMME DE DOCUMENTS à mettre à disposition de vos clients pour mieux les orienter et les conseiller.

+ PARTICIPER AUX EDUC'TOURS pour (re)découvrir une offre locale en perpétuelle évolution et de vous conforter dans votre rôle d'ambassadeur de la destination.

+ UNE BOURSE D'ÉCHANGE ANNUELLE DE DOCUMENTATIONS en mars, pour diffuser vos documents aux autres acteurs du tourisme local, collecter les leurs, celles de l'Office de Tourisme et développer un réseau d'acteurs du tourisme.

+ UNE TOURNÉE DE DIFFUSION en début d'été.

+ DES NEWSLETTERS d'informations générales ou thématiques (sites ouverts [en hiver], agenda du week-end)...

+ DES HOTSPOTS WIFI GRATUITS à disposition de vos clients dans nos points d'accueil et en gare de Saumur.



ETRE AMBASSADEUR

SAUMUR DÉPARTEMENTAIRE 8



ÊTRE AMBASSADEUR

#### LA QUALITÉ DE NOS ACTIONS

La raison d'exister d'un Office de Tourisme est son territoire, sa destination touristique.

En plus d'en être la vitrine, il en assure le développement, l'accueil des visiteurs et l'animation des professionnels. Il est donc indispensable que l'Office de Tourisme puisse garantir la qualité de ses services, améliorer son fonctionnement.

La démarche qualité adoptée par l'Office de Tourisme depuis près de 20 ans montre l'intérêt de l'équipe pour la satisfaction de toutes les clientèles. Cette démarche est devenue une véritable culture d'entreprise et un état d'esprit.



La notoriété de Saumur Val de Loire n'est avant tout possible que grâce :

- A l'accueil de qualité, et au professionnalisme de tous nos partenaires
- A leur engagement pour la valorisation de notre destination.
- A la mobilisation du plus grand nombre

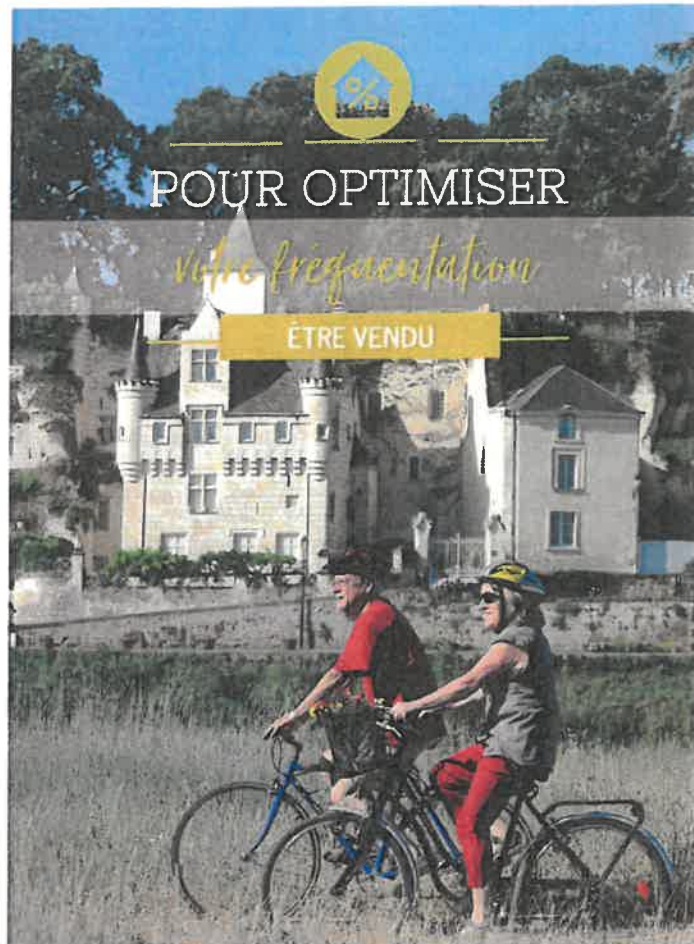
d'acteurs désireux de participer, chacun à sa manière, à améliorer l'attractivité de notre destination.

Nous souhaitons par-dessus tout créer du lien, et des synergies entre tous les acteurs du territoire afin de tendre vers un accueil d'excellence qui fera toute la différence dans un marché de plus en plus concurrentiel.

La qualité de service de l'Office de Tourisme Saumur Val de Loire souvent récompensée et celle de la destination - les avis de nos clients l'attestent - n'existe que grâce à une force collective et une confiance construite entre l'Office de Tourisme Saumur Val de Loire Tourisme, ses partenaires et les habitants.

Transmettre sa passion, partager son enthousiasme pour ce territoire et faire rayonner les valeurs d'authenticité, d'élégance, de partage, d'art de vivre, de convivialité de la destination grâce à un accueil d'exception, c'est aussi ça être Ambassadeur de la destination Saumur Val de Loire.

GUIDE DU PARTENAIRE 2020 9



10 SAUMUR VAL DE LOIRE



#### LA BILLETTERIE DE VOS SITES ET ÉVÉNEMENTS

Vente aux comptoirs de nos différents bureaux d'informations touristiques et en ligne sur notre site internet.

Suivi des ventes via une interface partenaire dédiée.



#### UNE CENTRALE DE RÉSERVATION

Alternative locale aux grandes plateformes de réservation (Booking, Airbnb, Expedia...) avec un taux de commissionnement raisonnable.



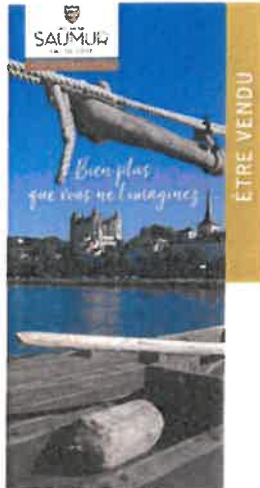
UN AFFICHAGE DE VOS DISPONIBILITÉS en haute saison (hôtels et chambres d'hôtes), tous les soirs après la fermeture de nos bureaux



#### UNE AGENCE RÉCEPTIVE = UNE AGENCE DE VOYAGES SPÉCIALISTE DE NOTRE DESTINATION

Interlocuteur unique sur le territoire pour nos clients, apporteur d'affaires pour votre établissement.

- UN SERVICE POUR LES INDIVIDUELS  
Week-ends et séjours clé en main, coffrets cadeaux et séjours sur-mesure pour la clientèle individuelle et mini-groupes. Réservation via la centrale de réservation en ligne sur notre site internet ou par téléphone.
- UN SERVICE POUR LES GROUPES  
Circuits à la journée et formules séjours semanales et week-ends bâtis sur-mesure et de A à Z pour la clientèle groupes loisirs.
- UN SERVICE POUR LES ENTREPRISES  
Séminaires, incentive, offres personnalisées et adaptées aux besoins de la clientèle professionnelle.

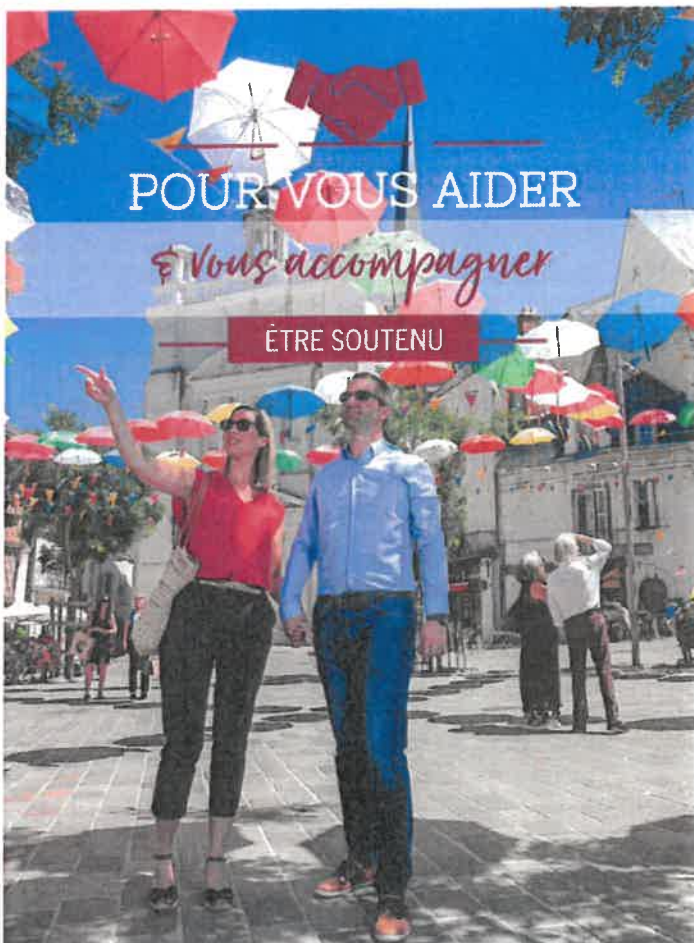


Billetteries et Bons Plans



Journées et formules séjours packagées

GUIDE DU PARTENAIRE 2020 11



12 SAUMUR VAL DE LOIRE



ETRE SOUTENU

“ Nous vous accompagnons dans vos projets ! ”

**DES CONSEILS ET UN ACCOMPAGNEMENT** dans vos démarches de labellisation : Accueil Vélo, la Loire à Vélo, Vignobles et Découvertes...

**DES CONSEILS ET UN ACCOMPAGNEMENT** dans vos démarches de qualification : classement meublé de tourisme, référentiel chambres d'hôtes...

**INGÉNIERIE, UNE ORIENTATION VERS LES BONS INTERLOCUTEURS**: en lien étroit avec l'Agence régionale Pays de la Loire, Anjou Tourisme, la CCI, Interloire, le PNR Loire Anjou Touraine, Gîtes de France, Clévacances, Fleur de Soleil... nous vous aidons à obtenir les meilleurs conseils techniques et réglementaires en amont de votre projet.

**DES INFORMATIONS, DES CONSEILS ET UN ACCOMPAGNEMENT** pour solliciter des aides auprès des éventuels financeurs publics (dispositifs d'aides régionales, appels à projets...).



EUROPE DÉPARTEMENTALE 13



NOUVEAUTÉ 2020

#### UNE AVENTURE COLLECTIVE

En 2019, la SPL Saumur Val de Loire Tourisme adhère au réseau APIDAE qui regroupe une communauté de destinations et un réseau d'acteurs proposant un véritable écosystème de services numériques. Il s'agit d'une véritable plateforme collaborative de l'information touristique.

Le but : gagner en efficacité dans le traitement de l'information, valoriser vos prestations et renforcer la compétitivité de notre destination.

#### En 2020, vos avantages en tant que partenaire ?

- Une information plus précise...
- Une base d'information enrichie et partagée
- Une mise en valeur de vos prestations et du territoire
- Une gestion relation client personnalisée et améliorée (grand public / pro / presse); la bonne information au bon moment.
- Une transmission de vos données à nos partenaires institutionnels et fournisseurs de services (Réseau E-Sprit, Anjou Tourisme, Réseau Apidae, DataTourisme, Atout France, etc.) en simplifiant vos démarches en ligne.

**Apidae**  
L'INFORMATION TOURISTIQUE

14

EUROPE DÉPARTEMENTALE 14

EUROPE DÉPARTEMENTALE 14

15

NOUVEAUTÉ 2020

Un gain en visibilité à travers différents supports numériques :

- Un nouveau dispositif web axé sur la mobilité pour dépasser les 1,2 millions de sessions actuelles sur [www.ot-saumur.fr](http://www.ot-saumur.fr)
- La poursuite de notre montée en puissance sur les réseaux sociaux (36 184 fans sur facebook et 4961 abonnés sur instagram en octobre 2019)
- De nouveaux dispositifs d'affichage numérique mettant en avant les événements à venir, les prochaines visites, les visites guidées, etc.
- Des éditions thématiques accessibles en ligne.
- Une photothèque de destination accessible à tous (Pro, presse, Grand public) avec un partage de clichés sur la Destination, en respectant le droit des auteurs.



- Une collaboration avec des start-ups pour innover en permanence en matière de promotion touristique.

“ Et bien plus que vous ne l'imaginez... ”

EUROPE DÉPARTEMENTALE 15



#### HÔTELS / HÔTELS-RESTAURANTS

HÔTELS	TTC	HT
H1 Hôtels 0 à 2 étoiles ou équivalent (de moins de 20 chambres)	215 €	179,17 €
H2 Hôtels 0 à 2 étoiles ou équivalent (entre 21 à 40 chambres)	245 €	220,83 €
H3 Hôtels 0 à 2 étoiles ou équivalent (de plus de 40 chambres)	315 €	262,50 €
H4 Hôtels 3 étoiles ou équivalent (de moins de 20 chambres)	275 €	229,17 €
H5 Hôtels 3 étoiles ou équivalent (entre 21 à 40 chambres)	325 €	270,83 €
H6 Hôtels 3 étoiles ou équivalent (de plus de 40 chambres)	375 €	312,50 €
H7 Hôtels 4 et 5 étoiles ou équivalent (de moins de 20 chambres)	375 €	312,50 €
H8 Hôtels 4 et 5 étoiles ou équivalent (entre 21 à 40 chambres)	425 €	354,17 €
H9 Hôtels 4 et 5 étoiles ou équivalent (de plus de 40 chambres)	475 €	395,83 €
HÔTELS-RESTAURANTS	TTC	HT
HR1 Hôtels-restaurants 0 à 2 étoiles ou équivalent (de moins de 20 chambres)	305 €	254,17 €
HR2 Hôtels-restaurants 0 à 2 étoiles ou équivalent (entre 21 à 40 chambres)	355 €	295,83 €
HR3 Hôtels-restaurants 0 à 2 étoiles ou équivalent (de plus de 40 chambres)	405 €	337,50 €
HR4 Hôtels-restaurants 3 étoiles ou équivalent (de moins de 20 chambres)	375 €	312,50 €
HR5 Hôtels-restaurants 3 étoiles ou équivalent (entre 21 à 40 chambres)	425 €	354,17 €
HR6 Hôtels-restaurants 3 étoiles ou équivalent (de plus de 40 chambres)	475 €	395,83 €
HR7 Hôtels-restaurants 4 et 5 étoiles ou équivalent (de moins de 20 chambres)	475 €	395,83 €
HR8 Hôtels-restaurants 4 et 5 étoiles ou équivalent (entre 21 à 40 chambres)	525 €	437,50 €
HR9 Hôtels-restaurants 4 et 5 étoiles ou équivalent (de plus de 40 chambres)	575 €	479,17 €
RESTAURANT DE L'HÔTEL	TTC	HT
R9 Restaurant de l'hôtel partenaire	115 €	95,83 €

16

EUROPE DÉPARTEMENTALE 16



Accusé de réception en préfecture  
049-200071876-20200130-2020-002DCANN-AU  
Date de télétransmission : 06/02/2020  
Date de réception préfecture : 06/02/2020

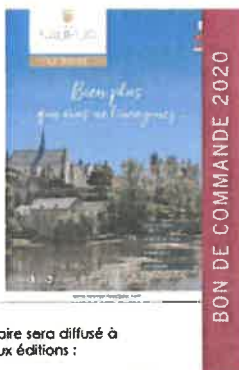
*Je booste ma visibilité par une  
insertion publicitaire dans le  
guide Saumur Val de Loire*



**Votre contact :**  
Marie-Hélène VILHEM  
Tél. 07.67.34.77.41  
mh.vilhem@ot-saumur.fr

Le Guide Saumur Val de Loire sera diffusé à  
88 000 exemplaires en deux éditions :

français, anglais et néerlandais d'une part (80 000 ex.),  
allemand, espagnol et italien d'autre part (8 000 ex.).



BON DE COMMANDE 2020

#### 1. JE VEUX SOUSCRIRE UNE INSERTION PUBLICITAIRE DANS LE GUIDE 2020 F. F. 2020

- ☐ Je souhaite reconduire mon insertion à l'identique, sans aucune modification de taille ni de contenu
- ☐ Je souhaite reconduire mon insertion avec une modification de contenu
- > Dans ces deux premiers cas, nous vous recontacterons pour prendre rendez-vous afin de confirmer votre commande et de prendre en compte les éventuelles modifications à apporter à votre encart.

- ☐ Je souhaite reconduire mon insertion avec une modification de taille.  
Taille souhaitée : \_\_\_\_\_ (cf : détail page suivante)
- > Dans ce cas, nous vous recontacterons rapidement ; nous fixerons un rendez-vous et viendrons vous voir pour étudier ensemble vos attentes et vous faire une proposition.

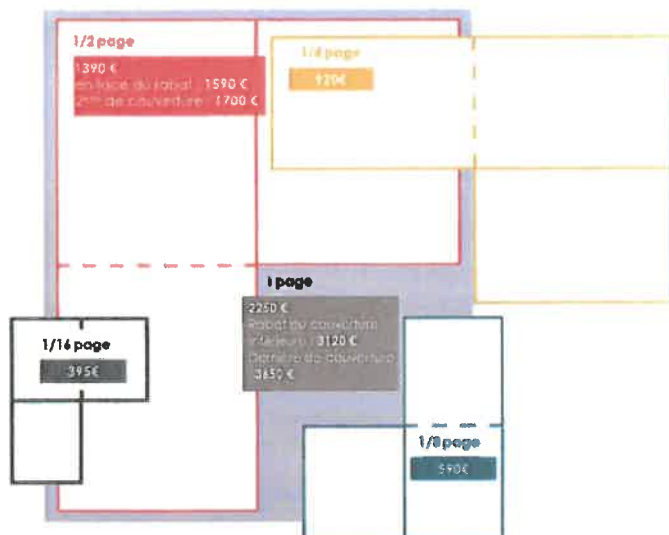
#### 2. JE VEUX FAIRE RÉSERVER UN ESPACE PUBLICITAIRE DANS LE GUIDE 2020 F. F. 2020

- ☐ Je souhaite réserver un encart publicitaire (voir tarif joint).  
Taille envisagée : \_\_\_\_\_ (cf : détail page suivante)
- ☐ J'envisage la possibilité de réserver un espace publicitaire et souhaite être contacté pour une prise de rendez-vous (sans aucun engagement de ma part).
- > Dans un cas comme dans l'autre, nous vous recontacterons rapidement et fixerons un rendez-vous pour étudier ensemble vos attentes et vous faire une proposition.

Service Client & Traitement 21

## Guide Saumur Val de Loire 2020

Régie Publicitaire : Tarifs H.T.



## Une question ?

Contactez-nous !

### Saumur Val de Loire Tourisme

8 bis, quai Carnot - CS 54032 - 49415 SAUMUR Cedex  
02 41 40 20 60 - [infos@ot-saumur.fr](mailto:infos@ot-saumur.fr)

NF Service, Marqué Qualité tourisme, et Classé en catégorie I

#### DOUÉ-EN-ANJOU

30, place des Fontaines - 49700 DOUÉ-EN-ANJOU  
02 41 59 20 49 - [douefontaine@ot-saumur.fr](mailto:douefontaine@ot-saumur.fr)

#### FONTEVRAUD-L'ABBAYE

Place Saint-Michel - 49590 FONTEVRAUD-L'ABBAYE  
02 41 51 79 45 - [fontevraud@ot-saumur.fr](mailto:fontevraud@ot-saumur.fr)

#### GENNES-VAL-DE-LOIRE

9b, Av. des Cadets de Saumur - 49350 GENNES-VAL-DE-LOIRE  
02 41 51 09 10 - [gennes@ot-saumur.fr](mailto:gennes@ot-saumur.fr)

#### MONTREUIL-BELLAY

Place du Concorde - 49260 MONTREUIL-BELLAY  
02 41 52 32 39 - [montreuil-bellay@ot-saumur.fr](mailto:montreuil-bellay@ot-saumur.fr)

#### MONTSOREAU

Maison du Parc - 15 av. de la Loire - 49730 MONTSOREAU  
02 41 51 70 22 - [montsoreau@ot-saumur.fr](mailto:montsoreau@ot-saumur.fr)

Photo: Eric ARNAUD - F. F. ÉVARD - K. HELLERBYCK



**Convention de partenariat en matière de promotion touristique  
entre la Communauté d'Agglomération « Saumur Loire  
Développement » et l'Association Office de Tourisme du Saumurois  
Année 2016  
Avenant n° 1**

**Avenant n° 1** à la convention entre la **Communauté d'Agglomération « SAUMUR LOIRE DEVELOPPEMENT »** représentée par son Président Guy BERTIN par délibération n° 2016/102 DC du Conseil du 1<sup>er</sup> décembre 2016 de la Communauté d'Agglomération ci-après dénommée « la Communauté d'Agglomération »

Et

**L'Association Office de Tourisme du Saumurois** régie par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901 dont le siège social est 8 bis quai Carnot CS 54032 49415 SAUMUR représentée par sa Présidente Sophie SARAMITO ci-après désignée « l'Office de Tourisme ».

**OBJET DE L'AVENANT**

Cet avenant a pour objet :

- de **prolonger la convention** entre la Communauté d'Agglomération « Saumur Loire Développement » et l'Association Office de Tourisme du Saumurois jusqu'à l'approbation d'une nouvelle convention d'objectifs,
- et d'**autoriser le versement d'un acompte à la subvention 2017** qui sera accordée par la Communauté d'Agglomération « Saumur Loire Développement » à l'Office de Tourisme du Saumurois, sur la base de 40 % de 144 870 € montant de la subvention globale en 2016, soit une subvention de 57 948 € au titre du **1<sup>er</sup> trimestre de l'année 2017**.

1/2

### **ARTICLE 3 : ENGAGEMENTS DE LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION « SAUMUR LOIRE DEVELOPPEMENT » – SUBVENTION DE FONCTIONNEMENT**

Sous réserve du vote du budget primitif 2017 par le Conseil de Communauté, la Communauté d'Agglomération procédera au versement d'un acompte correspondant à 40 % de la subvention attribuée pour l'année 2016.

Le montant à verser au titre du 1<sup>er</sup> trimestre 2017 s'élève donc à 57 948 €, soit 40 % de 144 870 € de la subvention globale de l'OTS pour 2016.

### **ARTICLE 4 : DURÉE DE LA CONVENTION**

La convention de partenariat en matière de promotion touristique 2016 passée entre la Communauté d'Agglomération « Saumur Loire Développement » et l'Association Office de Tourisme du Saumurois est prolongée jusqu'à l'approbation d'une nouvelle convention d'objectifs et du vote de la subvention 2017.

**Les autres articles de la convention restent inchangés.**

Fait à Saumur, le 16 DEC. 2016

**Pour la Communauté d'Agglomération  
« SAUMUR LOIRE DEVELOPPEMENT »**



**Guy BERTIN  
Président**

**Pour l'Office de Tourisme du Saumurois**

**Sophie SARAMITO  
Présidente**

## PLAN DE PROMOTION-COMMUNICATION 2019-2021 (prévisionnel)

### Stratégie de Promotion-Communication

#### Clientèles prioritaires :

- Dessaisonalisation / offre à l'année
  - Clientèle de court séjour à moins de 3 heures : Grand Ouest / Ile de France
  - Clientèles thématiques : vins, vélo, découvreurs, événementiels Cadre Noir...
- Développement : clientèle internationale et nationale du Val de Loire et de l'Anjou
- Fidélisation

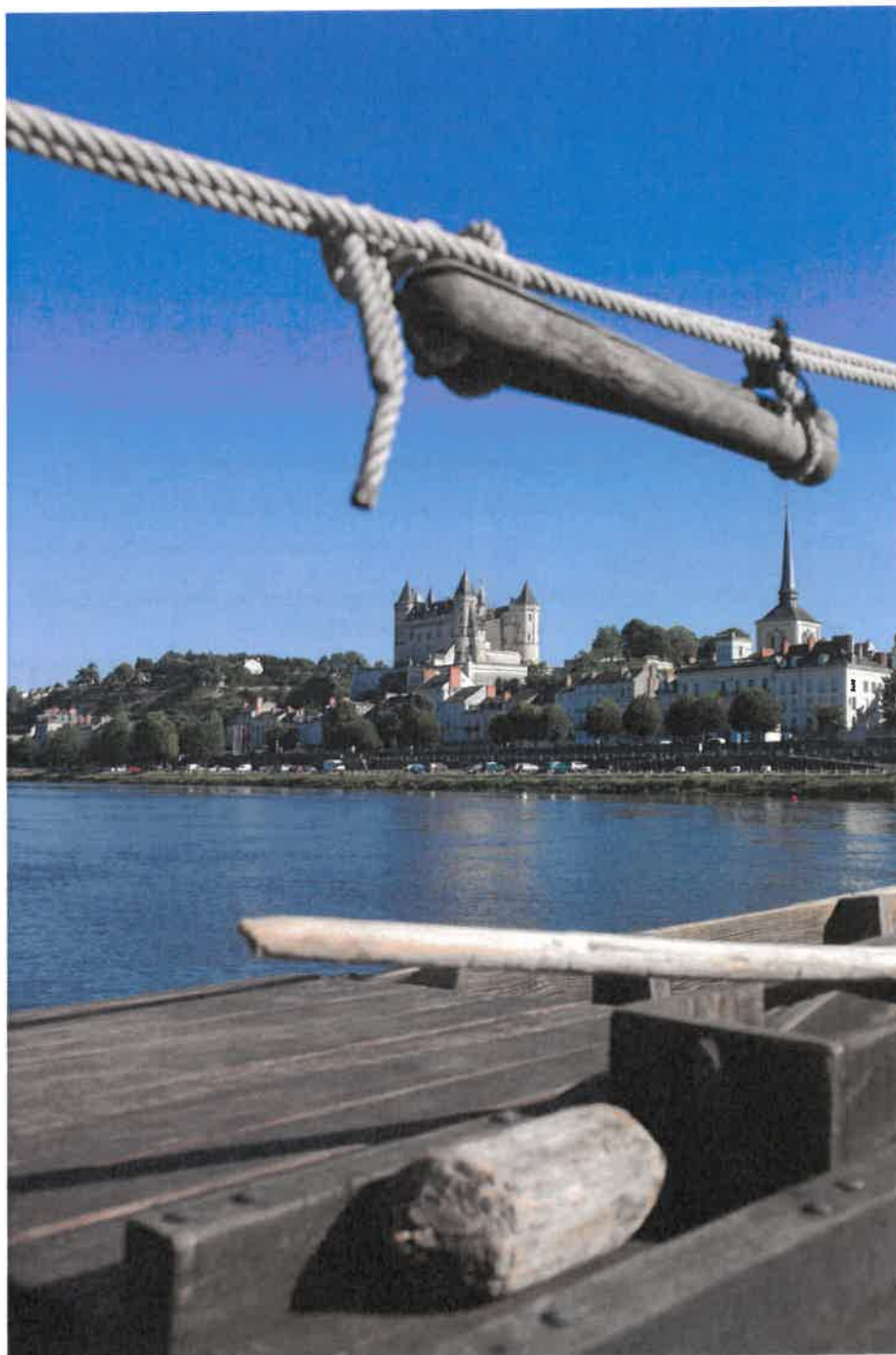
#### Clientèle traditionnelle des vacances estivales / Clientèle courts séjours de proximité / Clientèle œnotouristique

Actions		2019	2020	2021
<b>Opérations locales</b>		Anjou Vélo Vintage	Anjou Vélo Vintage	Anjou Vélo Vintage
<b>Salons ou opérations événementielles de proximité</b>		Salon du Tourisme de Rennes Salon du Tourisme de Nantes Salon du Cheval	Salon du Tourisme de Rennes Salon du Tourisme de Nantes ? Salon de Cholet Foire du Mans/ Tours ?	Salon du Tourisme de Rennes Salon du Tourisme de Nantes ? Festival de la Loire Orléans ?
<b>Opérations sur Paris</b>		Opération événementielle Saumur et sa Région à Paris Salon Destination Nature	Opération événementielle Saumur et sa Région à Paris	Opération événementielle Saumur et sa Région à Paris
<b>Opérations autres villes</b>		Galas du Cadre Noir	Galas du Cadre Noir	Galas du Cadre Noir
<b>A l'étranger</b>		Salon des Vacances de Bruxelles Galas du Cadre Noir Festival Gijon Espagne	Salon des Vacances de Bruxelles ? Galas du Cadre Noir	Salon des Vacances de Bruxelles ? Opération à Londres ? Galas du Cadre Noir
<b>Pour les professionnels</b>		Eductour à Saumur Workshop Chinois	Eductour Workshop RDV en France	Eductour Workshop
<b>La presse</b>		Accueils de presse Communiqué presse	Accueils de presse Communiqué presse	Accueils de presse Communiqué presse
<b>Réseaux sociaux</b>		Accompagnement partiel par WLT sur facebook et Instagram	Réduction de l'accompagnement par WLT pour gestion complète en interne Alimentation Twitter	Accompagnement pour la commercialisation sur RS ? Page GB ?
<b>Le web</b>		Envoi de lettre d'information Grand public et professionnel Mise en valeur du site FR avec visuel	Nouveau site web Envoi de lettre d'information Grand public et professionnel	Site GB ? Envoi de lettre d'information Grand public et professionnel



## Plan d'actions Développement durable 2019

---



## D'un point de vue environnemental

### 1. Limiter les consommations de l'Office de Tourisme

<b>Action 1</b>	<b>Veiller à la consommation d'énergie dans nos différents bureaux d'information touristique</b>
Responsable	<i>Catherine SARRE</i>
Mise en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappeler quelques éco-gestes simples régulièrement à l'équipe permanente via le koin koin (Cf. éco-gestes) : ne pas chauffer les pièces inoccupées, éteindre les lumières lorsque l'on quitte son bureau etc...)</li> <li>- Diffusion de la brochure « éco-gestes » aux nouveaux personnels entrants (permanents, saisonniers, stagiaires) au fur et à mesure de leur arrivée (brochure actualisée en 2018)</li> </ul>
Délais	Décembre 2019
Avancement	Respect du passage en mode chauffage fin octobre Veille sur les bureaux allumés
Efficacité	
<b>Action 2</b>	<b>Gérer au mieux les stocks de brochures et sensibiliser les tiers à la gestion raisonnée de la documentation</b>
Responsable	<i>Eliane GILLOT, Emilie ARRIBAS, Marion ROUSSELOT</i>
Mise en œuvre	<p>Tracer les brochures diffusées et faire un état des brochures jetées (Brochures OT, brochures de tiers) Faire un bilan régulier pour ajuster les quantités l'année suivante N'accepter que les documentations correspondant à la stratégie de l'OT</p>
Délais	Décembre 2019
Avancement	<p><b>Brochures de tiers</b> Une grande part des brochures jetées concernent les animations ou les anciens dépliants dont une réédition a été faite. Le tableau excel de gestion des stocks de documentations de tiers mutualisé avec les BIT a fait ses preuves et permet de bien gérer les commandes en mode groupé et les quantités nécessaires à commander pour chaque bureau. Un inventaire est réalisé en Février ce qui permet de réajuster les commandes l'année suivante.</p> <p><b>Brochures OT</b> Un compteur est affiché au dos de la porte de la réserve afin de savoir combien de cartons de nos brochures sont diffusés. Le comptage manuel étant fait tous les deux mois par la chargée de promotion, cela permet de vérifier les éventuels écarts et d'ajuster la diffusion (ralentir ou au contraire augmenter la diffusion).</p>
Avancement	<p>Les quantités des brochures sorties de la réserve à Saumur sont enregistrées chaque mois Point de nos stocks dans les BIT en août et septembre</p>
Efficacité	Bilan à réaliser en fin d'année : quantité de brochures restantes (OT / Tiers)
<b>Action 4</b>	<b>Veiller à ne pas imprimer trop de papier (Cf écocgestes)</b>
Responsable	<i>Catherine SARRE</i>
Mise en œuvre	<p>Relire les éco-gestes : Imprimer en recto verso et utiliser la qualité « économie toner » ou « format livret » quand cela est possible Favoriser les courriers et invitations par voie électronique et CR de réunions Ne pas imprimer ses mails sauf cas de nécessité absolue</p>

	Utiliser le papier brouillon dans les imprimantes
	Utiliser le vidéo projecteur lors des réunions (CA / Comité technique etc) pas imprimer de support quand cela n'est pas nécessaire)
Délais	Décembre 2019
Avancement	Rappel des Ecogestes dans le koin koin en janvier 2019 puis tout au long de l'année si nécessaire avec mention spéciale pour limiter l'impression du papier
Efficacité	
<b>Action 5</b>	<b>Privilégier le billet électronique pour les ventes de billets en ligne</b>
Responsable	Emilie MEUNIER
Mise en œuvre	Lors de son achat de billets en ligne sur notre site web, le client peut désormais recevoir son billet de manière électronique. L'OT n'imprime donc plus de billets
Délais	Février 2019
Avancement	Mise en service du système pour toutes les billetteries sauf lorsque l'organisateur fournit ses propres tickets
Efficacité	Système permettant de ne plus imprimer de billets à l'Office et de limiter les envois par courrier cependant il y a encore des partenaires qui nous livrent des billets papier (Grandes Tablées par exemple)

## 2. Communiquer durable

<b>Action 1</b>	<b>Diffuser le maximum de brochures SVL auprès de nos partenaires et socio-pros dès leur parution</b>
Responsable	Emilie ARRIBAS – Eliane GILLOT (personne en charge de la régie Lola Plat)
Mise en œuvre	Optimiser la diffusion des brochures dès le début de l'année en utilisant tous les moyens humaines et matériels nécessaires (diffusion du guide aux annonceurs en janvier, BAD en mars, distribution sur une semaine en juin, réapprovisionnement en juillet/août, relance en septembre)
Délais	Décembre 2019
Avancement	<u>Janvier 2019</u> Lola en charge de la régie publicitaire a diffusé le guide SVL aux 109 annonceurs <u>Après janvier</u> BAD en mars – Distribution de brochures en juillet – Distribution des guides pendant l'été à l'hôpital – Tournée avec le directeur général en juillet
Efficacité	Moins de stock de guides en fin d'année Comptage fin décembre à réaliser
<b>Action 2</b>	<b>Favoriser une stratégie web et dématérialisée</b>
Responsable	Laurent BONNET
Mise en œuvre	Les documents principaux de la SPL Saumur Val de Loire sont en version téléchargeable ou e-catalogue
Délais	1 <sup>er</sup> trimestre 2019 (pour les nouvelles versions)
Avancement	Des brochures et circuits pédestres permanents en version téléchargeable
Efficacité	Une majorité de nos brochures ou supports de communication sont en ligne sur notre site web pour consultation et téléchargement
<b>Action 3</b>	<b>Faire Le choix d'un éco format pour le guide SVL 2019</b>
Responsable	Emilie ARRIBAS
Mise en œuvre	Le guide SVL passe d'un format A4 à un format plus petit (moins de papier utilisé)
Délais	Janvier 2019

<b>Avancement</b>	<b>Format avantageux tant pour les clients que pour nos partenaires</b>
<b>Efficacité</b>	<b>Coût réduit en matière de production – Reconstitution du format pour</b>

### 3. Promouvoir dans chacun de nos BIT la marque « Accueil Vélo »

<b>Action 1</b>	<b>Faire en sorte que tous les BIT soient labellisés « Accueil Vélo »</b>
Responsable	<i>Sophie LECERF, Mathilde MARIE</i>
Mise en œuvre	Monter le dossier pour le BIT de Doué-en-Anjou afin d'obtenir le label (critères)
Délais	Printemps 2019
Avancement	Réception du label Accueil Vélo à Doué-en-Anjou au printemps – Affichage du panneau en juin sur façade – Communication sur les supports de communication au fur et à mesure
Efficacité	Tous nos BIT sont maintenant Accueil Vélo et répondent aux exigences de la marque
<b>Action 2</b>	<b>Proposer aux visiteurs le remplissage des gourdes</b>
Responsable	<i>Sophie LECERF</i>
Mise en œuvre	Dans le cadre du règlement Accueil vélo, il est demandé un point d'eau potable et des sanitaires proches – Aller plus loin en proposant le remplissage des gourdes d'eau
Délais	Printemps 2019
Avancement	Proposition faite par les conseillers dans les BIT notamment en été en cas de forte chaleur
Efficacité	

### 4. Gérer et trier les déchets

<b>Action 1</b>	<b>Confier le papier ou le matériel inutilisé à des associations spécialisées dans le recyclage</b>
Responsable	Emilie ARRIBAS – Eliane GILLOT – Angélique PINEAU
Mise en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lors des rangements, tri des réserves, une fois l'année ou avant le déménagement de certains BIT ou espaces, mettre de côté les brochures périmées ou matériel inutilisé</li> <li>- Etablir des partenariats avec les écoles</li> </ul>
Délais	Décembre 2019
Avancement	Tableau liste des écoles réalisé et affiché en réserve (planning de retrait et contacts des écoles)
Efficacité	Recyclage régulier que ce soit à Saumur ou dans les BIT

## D'un point de vue social

### 1. Faire vivre la marque « Tourisme & Handicap » obtenue en 2016 pour les 4 handicaps à Saumur et Montsoreau

<b>Action 1</b>	<b>Veiller à améliorer l'accueil des personnes en situation de handicap</b>
Responsable	<i>Eliane GILLOT – Sophie LECERF</i>
Mise en œuvre	Vérifier que les brochures mises à disposition soient toutes accessibles en hauteur dans les présentoirs des BIT
Délais	Décembre 2019

Avancement	Doublage des principales brochures dans les présentoirs (hors celui de Anjou Tourisme)
Efficacité	Vérification en auto-évaluation par Catherine Sarre en octobre : brochures disposées de manière à ce qu'une personne en fauteuil puisse avoir accès à la majeure partie des dépliant et aide du conseiller en séjour dans les BIT pour diffuser les brochures à la demande

## 2. Participer au bien-être et à la cohésion des équipes

<b>Action 1</b>	<b>Participer aux formations sur le développement personnel et la relation client</b>
Responsable	Catherine SARRE
Mise en œuvre	Programme de formations FROTSI proposé aux membres de l'équipe avec des formations sur le développement personnel – En attente du programme du second semestre
Délais	Décembre 2019
Avancement	<u>Début d'année</u> Deux membres de l'équipe participeront à une formation FROTSI en février « mieux gérer vos situations difficiles dans vos relations avec vos clients et vos partenaires » En projet : recyclage SST et formation aux risques d'agression en milieu professionnel <u>Octobre</u> Pas de programme de la FROTSI pour le dernier trimestre 2019 (changement de la loi concernant la formation professionnelle) 5 personnes formées au MAC STT en septembre 2019 et 15 seront formées en décembre 2019 Projet de formation aux risques d'agression reporté
Efficacité	
<b>Action 2</b>	<b>Mettre en place un séminaire une fois par an en dehors des locaux de l'Office de Tourisme</b>
Responsable	Jean-Jacques MICOUD
Mise en œuvre	Par les responsables de Pôle en fonction des précédents ateliers de travail et des actions réalisées dans le courant de l'année
Délais	Octobre 2019
Avancement	Des réunions de cohésion de Pôle ont eu lieu et ont lieu à raison d'une par Pôle en plus de réunions ponctuelles Séminaire général décalé en novembre Date prévue le 28 à l'Abbaye Royale de Fontevraud
Efficacité	En plus des journées de travail, découverte d'un restaurant et d'une activité pour une meilleure connaissance de la destination Permet aussi d'accueillir les nouveaux entrants
<b>Action 3</b>	<b>Proposer deux journées de formation internes à l'équipe</b>
Responsable	Catherine SARRE – Mélanie LETHIELLEUX
Mise en œuvre	1 <sup>ère</sup> journée le 15 janvier 2019 : un programme surprise (réunion mensuelle avec galette des rois – Visite de Comber – Déjeuner au Londres – Chasse au trésor à Troglodytes et sarcophages 2 <sup>ème</sup> journée : le 22 janvier : visite de la centrale de Chinon – Déjeuner - Girouetterie
Délais	Fin janvier 2019
Avancement	2 journées qui permettent une cohésion d'équipe et une découverte de prestations de la destination

Efficacité Enthousiasme de l'équipe – Reportage photos à l'appui – Chasse au trésor : cohésion d'équipe par le jeu

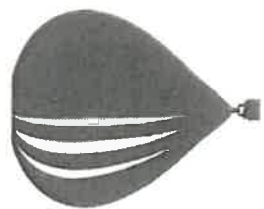
## D'un point de vue économique

### 1. Valoriser les entreprises et producteurs locaux

<b>Action 1</b>	<b>Faire appel aux entreprises ou producteurs locaux dans le cadre des actions de communication et promotion</b>
Responsable	JJ MICOUD et responsables de Pôle
Mise en œuvre	Solliciter les entreprises ou producteurs locaux (vins, pâtisseries fromage, champignons, imprimeries,
Délais	Décembre 2019
Avancement	Janvier 2019 : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adhésifs sur les vitres arrière de l'OT de Saumur (la société Belda)</li> <li>- Réalisation des supports de communication (Métiers Graphiques)</li> <li>- Impression de brochures (imprimeries locales)</li> </ul> Octobre 2019 : Animation avec 2 producteurs locaux à l'Office dans le cadre de la boutique (bilan mitigé de fréquentation en 2019 mais satisfaction des clients et partenaires)
Efficacité	Dans la mesure du possible, nous faisons appel aux entreprises locales et producteurs pour nos actions
<b>Action 2</b>	<b>Mener une politique d'achat visant à favoriser les produits locaux pour la boutique</b>
Responsable	Julie LUSSO
Mise en œuvre	Prendre contact avec de nouvelles entreprises ou artisans locaux pour développer de nouveaux produits pour la boutique notamment dans le cadre de l'évènement Anjou Vélo Vintage 2019 : une nouvelle sélection d'articles réalisées en local a permis d'étoffer l'offre des articles en vente et enrichir la boutique de nouveaux produits
Délais	Juillet 2019
Avancement	Janvier : choix des premières entreprises pour de nouveaux produits Printemps : de nouveaux produits made in France mais aussi des produits fait dans le saumurois (photophore en papier, confiture, crémets d'Anjou, bandeaux cheveux, cuvée Swing pour AVV etc..)
Efficacité	Chaque année, recherche de nouveaux partenaires locaux pour renforcer le made in Saumur
<b>Action 3</b>	<b>Inciter les clients à donner leur avis sur l'engagement de la destination Saumur Val de Loire (propreté des lieux, aménagements spécifiques, ville fleurie, accueil prestataires...)</b>
Responsable	Catherine SARRE – Responsables de Pôle
Mise en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer des questionnaires de satisfaction à l'accueil des BIT pour demander l'avis des clients sur la destination</li> <li>- Tracer les avis reçus en interne par nos clients : tout type d'indicateur (web, réseaux sociaux, mail, questionnaire groupes ou forfaits, oral, etc...</li> </ul>
Délais	Décembre 2019
Avancement	Retours consignés à l'oral dans le tableau des remarques et par écrit via les questionnaires de satisfaction dans les BIT Analyse des remarques à prévoir en fin d'année 2019
Efficacité	

## 2. Etre vigilant sur les achats et approvisionnements

<b>Action 1</b>	<b>Grouper et mutualiser les achats et commandes</b>
Responsable	<i>JJ MICOUD – Christiane GIRAULT – Emilie MEUNIER – Julie LUSSO</i>
Mise en œuvre	Pour limiter les commandes, recenser l'ensemble des besoins de chacun pour passer une unique commande
Délais	Décembre 2019
Avancement	Recensement des besoins en fournitures par Emilie et petit matériel
Efficacité	Commandes groupées et mutualisées pour les fournitures, les achats de petit matériel et commande groupée également en terme de produits boutique
<b>Action 1</b>	<b>Faire respecter la démarche de développement durable intégrée dans le cahier des charges du marché public d'Anjou Vélo Vintage</b>
Responsable	<i>JJ MICOUD – Juliette BESANÇON-LEGROS</i>
Mise en œuvre	Intégration dans le cahier des charges : CCP art.23.2.1 « proposer sur chaque point de ravitaillement des denrées ainsi que des boissons authentiques, artisanales privilégiant les circuits courts » « porter une attention toute particulière au tri et à la récupération des déchets » CCP art. 23.2.5 Développement durable « le projet porté par le titulaire devra porter une attention particulière aux consommables utilisés lors de l'évènement, à leur composition, et à leur traitement si nécessaire. La description de la filière lors du traitement des déchets sera appréciée dans le projet remis lors de l'appel d'offre »
Délais	5 au 8 juillet 2019 (date de l'évènement)
Avancement	
Efficacité	Produits du terroir proposés lors des repas sur les parcours, et également lors des ravitaillement (fraises au vin rouge, jus de pomme, dégustation de Saumur Brut...) Partenariat avec Agglopropreté pour le tri des déchets lors de l'évènement (poubelles installées sur les lieux de déjeuner et de ravitaillement ainsi que sur le village)



## Voyager responsable

À l'hôtel, au restaurant, au camping, en chambre d'hôtes, en gîte, mais aussi en randonnée, n'oublions pas ces petits gestes pour préserver l'environnement pendant nos vacances.



SAUMUR VAL DE  
LOIRE TOURISME

8 bis quai Carnot  
CS54032

49418 SAUMUR CEDEX

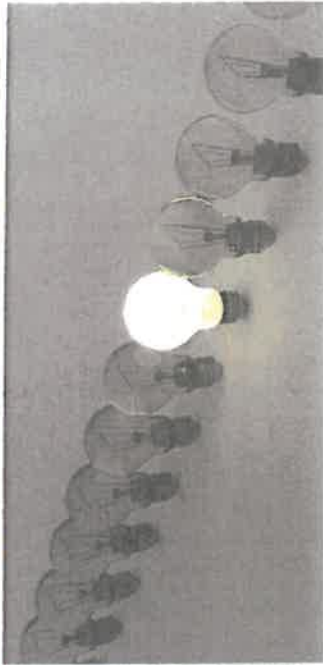
02.41.40.20.60

[infos@ot-saumur.fr](mailto:infos@ot-saumur.fr)

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



# ADAPTONS LES ÉCO GESTES AU BUREAU



## Le papier



- ◆ Nous utilisons le verso des feuilles déjà imprimées pour faire du papier brouillon. Chaque personnel possède un bloc notes constitué de papier brouillon.
- ◆ Lorsque nous imprimons, nous faisons du recto-verso, et utilisons la qualité « économie toner » ou le « format livret » dès que cela est possible.
- ◆ Nous favorisons les courriers et invitations aux réunions par voie électronique. Nous envoyons les compte rendus par voie électronique.
- ◆ Nous n'imprimons pas les courriers électroniques (sauf nécessité absolue) que nous recevons sauf les demandes de documentation à l'accueil que nous imprimons sur du papier brouillon.

- ◆ A l'accueil, nous donnons l'information demandée soit sur une carte de visite soit en imprimant la page issue de la liste concernée plutôt que de donner une brochure complète ou une liste de domaines d'information en entier.
- ◆ Lors de notre commande annuelle de papeterie, nous commandons au maximum du papier recyclé. Nous devons acheter du papier 80g pour le bon fonctionnement de notre photocopieur-imprimieur.

- ◆ Nous utilisons le vidéo projecteur dans les réunions pour limiter la diffusion de documents

## Les fluides et énergies



### La gestion de l'eau

- ◆ Nous fermons systématiquement le robinet d'eau après usage.
- ◆ Nous réglons la température de l'eau sans utiliser l'eau chaude inutilement.
- ◆ Nous informons les services compétents ce dès lors qu'une fuite apparaît.

### La gestion de l'énergie

- ◆ Nous essayons de maintenir une température normale de 19°C l'hiver dans nos locaux. La maintenance est assurée par des sociétés spécialisées.
- ◆ En été, nous utilisons la climatisation en cas de forte chaleur pour le confort de nos visiteurs quand c'est possible
- ◆ En hiver, nous fermons les portes des bureaux le soir pour maintenir la chaleur.
- ◆ Nous éteignons les lumières des bureaux (et salle de réunions, réserve) lorsque nous en sortons et à chaque fois que nous les quittons plus longtemps ainsi que tous les écrans (afficheurs, téléviseur, chaîne hi-fi etc...).
- ◆ Nous éteignons les interrupteurs des appareils informatiques lorsqu'ils ne sont pas utilisés notamment le soir avec l'interrupteur général, pour ne pas laisser en veille.
- ◆ Nous adoptons une conduite « écologique » avec le véhicule de service pour réduire les gaz à effet de serre.
- ◆ Nous privilégions les déplacements à pied ou à vélo lorsque cela est possible (notamment lorsqu'il n'est pas nécessaire de transporter des cartons).
- ◆ Nous utilisons le train comme moyen de transport pour nous rendre à des réunions lorsque les trajets nous le permettent (Angers, Nantes, Tours).

## La gestion des déchets



### Le tri des déchets

- ◆ Nous trions correctement les déchets et nous respectons les containers (enterrés) mis à disposition notamment pour les piles usagées, les cartouches, le papier, le carton, et le verre.
- ◆ Nous contribuons au recyclage du papier en participant à la collecte dans les écoles
- ◆ Nous privilégions les fournitures à longue durée de vie et rechargeables et non pas les fournitures jetables (crayons notamment).
- ◆ Nous utilisons des souris sur socle si possible.
- ◆ Nous privilégions les piles alcalines pour les claviers.

### Nos achats

Pour nos réunions :

- ◆ Nous utilisons des gobelets en carton recyclé et utilisons des carafes d'eau en verre et des tasses.
- ◆ Nous achetons des bouteilles de jus de fruits en verre ou des briques en carton recyclables (produits écobellisés).
- ◆ Nous faisons du café le matin et utilisons nos bouteilles thermos.
- ◆ Nous utilisons du linge (serviettes, torchons...) dans la cuisine et les toilettes.
- ◆ Nous privilégions l'achat en grand conditionnement (papier toilette recyclé, savon liquide, par exemple) et en vrac.

