



RAPPORT D'ACTIVITE au 31/12/2022

Société Publique Locale

SAUMUR VAL DE LOIRE TOURISME

Août 2023

La Société Publique Locale Saumur Val de Loire Tourisme, outil incontournable du territoire, bras armé de la politique touristique de la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et de ses actionnaires.

Créée en 2017, l'année 2022 est depuis la pandémie une année complète d'ouverture pour l'Office de tourisme et ses Bureaux d'information touristique.

Les acteurs touristiques sont très satisfaits, une majorité est restée ouvert jusqu'au 11 novembre bénéficiant ainsi d'une belle activité d'arrière-saison.

L'office et ses BIT ont accueilli près de 20% de clientèle internationale, retrouvant ainsi la fréquentation de 2019.

La SPL Saumur Val de Loire sera marquée cette année par

- Une nouveauté pour la **mise en tourisme fluvial** avec l'évènement du Saumur Loire Festival en septembre qui aura lieu tous les deux ans
- Une refonte de notre **site internet** dont la mise en ligne se fera en janvier 2023.
- L'arrivée à la direction opérationnelle de Mme BELLO
- Travail sur la **création du GIE** Saumur Val de Loire
- **Anjou Vélo Vintage** n'a pas lieu en 2022 néanmoins tout a été mis en œuvre pour structurer cet événement qui s'inscrit dans la durée puisque l'Agglomération Saumur Val de Loire et la ville de Saumur ont signé un contrat avec la société événementielle LEO jusqu'en 2027 pour organiser cet événement clés sur le territoire faisant ainsi rayonner l'ensemble de nos villes et villages.
- L'écriture de la feuille de route dans le cadre de la **Délégation de Service Public** signée pour 2023-2028

Sur un plan financier, les efforts se poursuivent, 2022 reste une année pour laquelle des actions de promotion n'ont pas été toutes réalisées mais également certaines commandes ont été moindres notamment le guide de la destination afin de s'adapter au contexte (les autres frais -36% Vs 2021), toute l'équipe reste très attentive au développement du chiffre d'affaires (+26% des ventes vs 2021) en activant les différents leviers.

Les charges de personnel quant à elles progressent (fin de l'activité partielle, arrivée de la directrice des opérations en septembre, deux augmentations de l'indice pour l'ensemble des équipes en juin et en octobre).

Nous sentons que les prestataires du territoire se mobilisent pour l'attractivité du territoire, soit en créant des moments clés, en faisant des rénovations, en proposant des nouveautés. Important chacun est sensible à l'environnement et ils ont déjà initié différentes actions qui vont se poursuivre en 2023.

La SPL Saumur Val de Loire s'emploie à faire un travail d'équipe au quotidien pour faire rayonner la destination.

MIGLIERINA Jean-François
Président Directeur Général

Tendances de saison 2022....

Une saison marquée par le retour de la clientèle internationale et un retour à la normale.

La destination continue d'attirer une **clientèle de proximité** (Grand Ouest – Maine et Loire). On constate le retour des clientèles internationales notamment **européenne et surtout les Anglais** qui avaient déserté pendant la période du Covid (Brexit),

Attention toutefois, les épisodes caniculaires, l'inflation et la hausse du carburant, les incendies, le manque d'eau ont impacté la fréquentation à certaines périodes de la saison notamment en plein été.

Le retour des grands événements booste toujours la fréquentation et les demandes de billetteries, ou de courts séjours.

Suite à la crise sanitaire, les visiteurs se tournent vers un tourisme de nature et de découverte : La Loire à Vélo connaît un engouement et la pratique du vélo s'installe durablement. Elle tend d'ailleurs à se répartir sur l'ensemble de l'année avec une hausse des demandes sur l'ensemble des mois tout comme les demandes de randonnées pédestres. Les promenades sur la Loire et activités nautiques ont connu un vif succès également cette année avec la chaleur malgré les difficultés liées au niveau de l'eau. Les demandes liées aux visites de villes et villages, Cadre Noir et troglodytes sont toujours très fortes.

La saison confirme les nouvelles pratiques touristiques et de nouveaux modes de consommation : en plus de l'accroissement d'un tourisme de proximité, et de réservations de dernières minutes, les consommations touristiques se tournent naturellement vers des activités sportives et de plein air et la clientèle est toujours très attirée par les espaces de nature : le secteur de la randonnée progresse chaque année (Loire à Vélo, Vélo Francette, Vélobussonnière, randonnée pédestre) ainsi que les activités nautiques (balades en bateau, en canoë).

Sommaire

- I. Rappel stratégie schéma Développement de l'attractivité
- II. Pôle Marketing de l'offre et Développement
- III. Pole Marketing – Promotion & communication
- IV. Pole Commercialisation
- V. Pole Accueil & Information
- VI. Qualité
- VII. Ressources humaines – Administratif et financier

I. RAPPEL DE LA STRATEGIE ISSUE DU SCHEMA LOCAL ADOPTE EN 2016

Les grands objectifs :

- 1- Lisibilité au sein du Val de Loire
- 2- Elargissement de la saison et des clientèles
- 3- Augmentation des retombées économiques

Des filières touristiques selon 4 niveaux stratégiques :

- | | |
|--|---------------------------------|
| 1- Les Spécifiques | TROGLODYTISME – CHEVAL |
| 2- Les incontournables du Val de Loire | CHATEAUX/PATRIMOINE |
| 3- Les complémentaires | TOURISME NATURE – EVENEMENTIELS |
| 4- Les transversales | HEBERGEMENTS – 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

1/ clientèles principales à cibler (nouvelles ou à renouveler)

Courts séjours urbains à 3h (grand ouest et Ile de France) Affinitaires sur filières d'excellence

Rencontres d'affaires, événements moins de 500 personnes

2/ clientèles à intensifier

Touristes découverte Val de Loire (Fr/étr) Prolonger la durée de séjour ?

Les habitants du territoire

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)

Le tourisme évolue en permanence, le marketing est dorénavant expérientiel... L'Office de Tourisme du futur est celui qui tient compte de ces changements, des parcours clients, 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.

Aux clientèles traditionnelles purement touristiques viennent s'ajouter désormais les habitants du territoire qui constituent un réservoir d'ambassadeurs, de consommateurs et d'acteurs de l'attractivité globale.

Le numérique, les évolutions du marketing, les nouvelles tendances conduisent l'Office de Tourisme de Saumur 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 tourisme et en marché) et de nouvelles interventions (conseil, réalisation, gestion de projet) au service du développement local et de la performance.

II. POLE MARKETING DE L'OFFRE - DEVELOPPEMENT

Renforcer l'attractivité du territoire fait partie intégrante des objectifs du pôle Marketing de l'Offre et Développement tel que précisé dans le schéma de développement touristique du territoire. Le pôle Marketing de l'offre et Développement est chargé de valoriser et de porter, les filières touristiques, la veille et l'observation, La coordination d'événements et de projets, la prospective marché et la structuration de l'offre, l'accompagnement des actionnaires dans leurs projets structurants, des labels et classements hors Office de Tourisme, ainsi que de l'animation de réseau et du conseil aux socio-professionnels.

Le pôle est composé d'une responsable et de 5 chargés de missions (+ 1 chargé de mission en CDD)

Marie Wambeke : Chargé de mission Marketing de l'Offre (CDD de 1 an du mois d'août 2022 au mois d'août 2023) 100%

Caroline Vignon : Chargé de mission Développement Durable : 91,4% (32h)

Séverine Rochelet : Chargé de mission Œnotourisme : 25% (également infographiste 75% de son temps de travail)

Sophie Lecerf : Chargé de mission Gîtes et Chambres d'hôtes : 100% depuis le mois d'octobre 2022

Virginie Guillemet : Chargé de mission patrimoine et filière troglodyte / 80% reprise de poste le 3 novembre 2022 à la suite d'un congé parental

Simon El Helou : chargé de mission tourisme vert - itinérance / 100%

Juliette Besançon : Responsable du pôle Marketing de l'Offre-Développement / 100%

L'année 2022 marque une reprise de la dynamique à la fois au niveau des projets sur le territoire mais également de la consommation touristique.

Le tourisme en Saumur Val de Loire a retrouvé un très bon niveau en 2022, dépassant même l'année 2019 dite « de référence ».

On constate le succès des activités de loisirs et des fêtes et manifestations. L'activité touristique connaît un pic de fréquentation en fonction de l'agenda des manifestations. Le nombre de nuitées estivales (juillet et août) a augmenté de 8% entre 2019 et 2022. L'activité touristique représente 2,69 millions de nuitées à l'année entre 2019 et 2022, ce qui reste stable.

Les projets déployés sur le territoire et le travail mis en place avec les partenaires visent à renforcer ces tendances.

1. L'OENOTOURISME

L'objectif est de toujours faire parler de la destination par le biais de ses différentes facettes et notamment par le biais de l'œnotourisme qui est une des cartes postales incontournables de la destination. L'œnotourisme fait partie du top 5 des demandes des visiteurs.

L'animation et développement de la filière passe par plusieurs actions tout au long de l'année :

Le Label Vignobles & Découvertes : 2022 – 2024 avec pour le territoire de Saumur Val de Loire :

- Caves et domaines viticoles : 30 reconductions / 3 entrants
- Campings : 3 reconductions / 1 entrant
- Chambres d'hôtes : 4 reconductions
- Meublés de tourisme : 3 reconductions / 1 entrant
- Hôtels : 8 reconductions / 1 entrant
- Restaurants / bars à vins : 6 reconductions / 1 entrant
- Sites de visite : 7 reconductions
- Office de tourisme / agence réceptive : 1 reconduction / 1 entrant
- Activités de loisirs : 9 reconductions / 1 entrant
- Événements : 5 reconductions / 1 entrant

Total : 86 partenaires labellisés

La Mise à jour des informations "caves et domaines viticoles" présentes sur le SIT

Depuis 2017 : saisie des informations/mises à jour des caves et domaines viticoles sur le Système d'Informations Touristiques pour alimenter le site web d'Interloire.

Objectif : les informations sont utilisées pour les sites internet et documents d'Interloire et des structures touristiques (OT, ADT 49, 44 ou 72, région et agence régionale Pays-de-la-Loire).

La base de données est actualisée en cours d'année pour toute mise à jour. L'image et la vidéo occupent une place plus importante. Tous les partenaires ont le même niveau d'information sur les données et l'activité touristique de ma cave. Le site vinsvaldeloire.fr est responsive.

Le Guide du routard œnotourisme

Parution des vignobles Anjou-Saumur dans l'édition Œnotourisme du Guide du Routard.

La Proposition renouvelée de la formule packagée

Circuit de groupe proposé par le service groupe en lien avec le vin, journée "Coteau du Layon". Ex : week-end Epicur'vin à Saumur.

Le développement de la rubrique œnotourisme dans les newsletters grand public et professionnels

Le maintien de la rubrique "vignoble et dégustation" dans le guide de la destination

Edition à 53 000 exemplaires : 50 000 version FR/GB/NL et 3 000 D/ES/I.

51 partenaires de la SPL dont 34 labellisés V&D.

La présence de l'œnotourisme sur les réseaux sociaux

Facebook : 6 publications. Apéritif, week-end (32 860 Pers. Touchées), vidéo sur Festivini (06/07 - 14 000), soirée AOC fines bulles (18/07 - 12 611), zoom grande Vignolle (07/10 - 11 012), zoom début vendanges (19/10 - 10 409), suggestion vin Noël (30/11 - 377). 21 Stories offrant au mieux 1 812 ouvertures uniques (04/08 - grandes tablées), 892 (05/04 - repost L. de Grenelle) et 758 (09/11 - dégorgement Robert&Marcel).

Instagram : 4 publications. Suggestion vin début été (21/06 - 6 204 Comptes Touchés), toujours l'occasion de trinquer (09/08 - 3 299), début des vendanges (08/09 - 2 366), zoom sur appellations (08/11 - 2 231).

23 Stories offrant au mieux 1 511 comptes touchés (18/07 - repost soirée AOC), 1 169 (05/04 - repost L. de Grenelle) et 1 160 (09/11 - dégorgement Robert&Marcel).

La première édition de l'œnomag

Magazine dédié à l'œnotourisme en Saumur Val de Loire dans un objectif de valorisation de la filière et de nos partenaires. Édition tirée à hauteur de 2 000 exemplaires. Les labels ont été évoqués afin d'apporter une clé de compréhension aux non-initiés.

Eductour à thématique œnotouristique le 31 mars 2022

Moment d'échange et de convivialité avec les partenaires de la SPL à Turquant (45 participants).

Les 1^{ère} rencontres "Vignobles et découvertes" Anjou-Saumur Val de Loire : Le 8 décembre 2022

Avec l'ADT Anjou Tourisme, au Château de Fesles (81 participants) dont 35% en provenance du Saumurois (taux de participation le plus élevé du territoire de l'Anjou).

2. ACCOMPAGNEMENT-CONSEIL

En lien étroit avec les différents intervenants territoriaux et au cœur de l'activité touristique locale, nous intervenons en matière d'accompagnement, de conseil et d'ingénierie, les cabinets d'études, les porteurs de projet, les actionnaires de la SPL ou encore les différents acteurs du domaine du Tourisme et de l'activité économique locale.

En 2022, nous avons participé aux projets de :

GIP de Verrie et du **Pôle muséal** ; Participation au comité scientifique pour l'étude et la mise en place du projet des musées militaires.

Nous avons collaboré avec :

- La CCI de Maine et Loire et auprès des porteurs de projet dans le domaine du tourisme
- **Station Verte et Station de pêche,**
- Le **Tourisme Innovation Lab**, et la start-up Symbioïde
- Les **Petites Cités de Caractère**
- Des porteurs de projets touristiques thématiques
- Intervention auprès du référent tourisme pour la mise en valeur de la Prieurale de Cunault
- Le Cabinet d'études Pluralités
- Le Cabinet Emprixia – étude de territoires commerciaux

⇒ La coordination de projets

Coordination du calendrier des grands événements :

70 temps forts / grands événements - annuels sur la destination (certains événements étant récurrents)

3. TOURISME DE SAVOIR-FAIRE

La SPL participe aux Journées Régionales de la visite d'entreprise par le biais de la déclinaison locale « Visitez nos entreprises en saumurois ». Il s'agit d'un travail partenarial avec la CASVL, la CCI de Maine et Loire et l'association Visitez nos entreprises en saumurois.

En octobre 2022, 19 entreprises ont pu accueillir et faire découvrir leur cœur de métiers à 310 visiteurs, lors des 3 journées dédiées.

Les filières représentées : 42% vins et spiritueux, 16% alimentaire, 16% formation, 10,5% industrie, 10,5% artisanat, 5% agriculture

Année	Nb d'Entreprises	Nb de visiteurs
2019	23	575
2020	18	NC
2021	18	200
2022	19	310

1. **Une belle dynamique engagée** en 2019, une stabilisation du nombre d'entreprises participantes, des créneaux qui se superposent sur les journées de l'événement impactant le nombre d'entrées par site.

2. Pour rappel, **nombre d'entreprises participantes à l'échelle régionale en 2022 :**

En Pays de la Loire ce sont 230 entreprises qui ont participé à l'événement, permettant l'accueil de 7 000 visiteurs. 110 entreprises ont ainsi ouvert leurs portes en Maine et Loire, contre 42 en Vendée, 41 en Loire Atlantique, 22 dans la Sarthe et 14 en Mayenne.

Communication régionale et locale :

15 000 programmes, 1000 affiches Site web dédié, page web en local 140 retombées médias

4. FILIÈRE PATRIMOINE ET TROGLODYTES

Filière Troglodytes :

Chiffres-clés :

43 partenaires de la SPL en 2022 :

- 19 sites de visite
- 15 hébergements
- 9 restaurants

13,2% des demandes d'informations « patrimoine » concernent les troglodytes à visiter - en quatrième position après les visites de villes/villages, l'Abbaye de Fontevraud/patrimoine religieux et les châteaux - (source Avizi)

Positionnement d'une borne de valorisation des troglodytes dans l'espace d'accueil à Saumur (jusqu'en septembre 2022).

La Loire à vélo Troglo : travail en lien avec la Communauté d'Agglomération Saumur Val de Loire et le maître d'œuvre lors des comités de pilotage.

Patrimoine :

Pôle muséal de Saumur : accompagnement et ingénierie en lien avec le futur regroupement du Musée de la Cavalerie, du Musée des Blindés et du Musée du Cheval du Château de Saumur.

Projet de centre d'interprétation du camp de Montreuil-Bellay : participation aux Comités de pilotage, accompagnement de la collectivité, en lien avec le Centre Régional Résistance et Liberté de Thouars.

Collaboration avec le Syndicat Mixte de la Vallée du Thouet pour le projet de **Route de la Vallée du Thouet**, offre touristique adaptée aux touristes itinérants motorisés.

Les 2 thématiques les plus likées sur les réseaux sociaux : "Troglos et châteaux"

5. FILIERE CYCLOTOURISME

Conjugué à un souci de moins polluer tout en étant au plus près de la nature, le succès du cyclotourisme se confirme avec une forte augmentation de la fréquentation des itinéraires vélo du territoire saumurois.

Compteurs positionnés à : (Evolution 2021 / 2022)

Candes Saint-Martin : + 32%

Saumur : + 29%

Artannes sur Thouet : + 4%

Longué-Jumelles : + 39%

L'implication au sein des comités de pilotage et Comités techniques est essentielle afin de porter la voix de Saumur Val de Loire.

Participations aux réunions COTECH ET COPIL pour les itinéraires de la Loire à Vélo, la Vélo Francette et de la Vélobuissonnière.

Participations aux Groupes de Travail marketing (digital, socio-professionnel...) pour la Vélo Francette.

Collaboration avec Solution & co pour l'édition du "Passeport La Loire à Vélo".

Collaboration édition et production la Vélobuissonnière : **1 carte touristique de l'itinéraire** - Une vidéo promotionnelle de l'itinéraire.

Création du comité Technique pour la mise en tourisme de l'Euro vélo 6.

8 partenaires cyclotourisme dont un nouveau : Somelac – Je loue mon vélo.

1 nouvelle boucle vélo "Entre Abbaye et châteaux - 80 km".

Une marque, Accueil Vélo :

94 prestataires touristiques portent la marque Accueil Vélo (dont 74 partenaires et 6 bureaux d'informations touristiques). En 2022 un partenaire a quitté le réseau : le Pôle Nautique de Saumur.

Animation du site web SVL, rubrique cyclo :

Des collaborations sont mises en place très régulièrement pour les éditions et sites Internet (mise à jour de données, communication d'actualités...) : Anjou Tourisme, Thouet à Vélo, La Loire à Vélo, France Vélo Tourisme.

Les chiffres du site Web 2022 de destination :

36 104 : consultation totale des articles de la rubrique "Itinérance et boucles vélo", tous articles confondus

Dont les plus consultés :

*19 008 consultations de l'article "La Loire à Vélo du côté de Saumur"

*12 487 consultations de l'article "Autres itinéraires et boucles vélo"

*3 055 consultations des articles VTT

*1 680 consultations de la Vélo Francette

*1 634 consultations de la Vélobuissonnière®

6. FILIERE LOIRE-NATURE/ÉQUESTRE (Randonnée Pédestre, VTT, Équestre, Nautisme, Écotourisme)

Partenariats :

Collaboration avec **5 plateformes externes** pour la promotion de la filière et des itinéraires :

- IGNRando
- Cirkwi
- Visorando
- Enpaysdelaloire.com
- Anjou-tourisme.com

⇒ **Filière équestre :**

Balisage de **2 nouvelles boucles équestres** (Gennes-Val-de-Loire et La-Breille-les-Pins).

Diagnostic et sensibilisation des hébergeurs pour l'accueil des cavaliers avec leurs montures (mailings, formulaire de sondage, appels téléphoniques, visite sur site).

Mise en place d'un fichier retraçant tous les services autour du cheval en Saumur Val de Loire (Hébergements, vétérinaires équestres, fournisseurs d'alimentations...).

Le salon du Cheval Angers a eu lieu du 11 au 13 novembre 2022 – 3 partenaires présents sur le stand (Cheval Nature, espace équestre Équitao et Saumur Equipassion) 130 contacts ont été pris lors de ce temps fort.

3372 consultations de la rubrique Loisirs et centres équestres.

La Route Européenne d'Artagnan :

- Balisage finalisé sur l'ensemble de l'itinéraire en Saumur Val de Loire.
- Participation à la mise en tourisme de la Route des Cardinaux en vue de la mise en place d'un comité d'itinéraire.
- Participation aux réunions du bureau exécutif de l'AERA en tant que membre.
- Présence à l'Assemblée Générale.

Randonnée pédestre :

- Nouveauté 2022 : Circuit de "Concourson-sur-Layon" une convention a été signée pour la promotion de cette nouvelle fiche de randonnée.
- Actualisation des articles en continu.
- **GR® de Pays Saumur Val de Loire :**
Inauguration de l'itinéraire de Grande Randonnée "GR® de Pays Saumur Val de Loire".

Quelques chiffres

1914 consultations de la page de l'itinéraire sur le site web

Les chiffres du site web de destination

Pour la randonnée pédestre :

- 4 303 : vues de la page d'accueil de la rubrique.
- 29 719 : total des vues de l'ensemble des articles.
- 1 914 consultations de la page du GR ® de Pays Saumur Val de Loire.
- 1 935 consultations de la page du GR ®3 La Loire Sauvage à pied.

Chiffres clés Visorando 2022

Randonnée pédestre :

- 15 451 : total nb de vues de l'ensemble des articles web
- 21 889 : vues via l'application
- 3 136 : téléchargements des parcours PDF

Randonnée VTT/Équestre :

- 1730 : total des vues de l'ensemble des articles web
- 2368 : vues via l'application
- 239 : téléchargements des parcours PDF vtt/équestres

Station Trail :

Mise à jour et gestion de l'information en lien avec le site On Piste et Apidae

12 parcours trails pour la destination : 3 parcours verts - 4 bleus – 4 rouges et 1 noir

Le top 10 des parcours en termes de consultation.

1	Chemin des Dames	Départ : Saumur
2	Les Chemins de Joreau	
3	Cœur de Troglo	
4	Entre vignes Tuffeaux	
5	Vignes Château	Départ Saumur
6	Loire Tuffeau	
7	Cœur de forêt	Brain sur Allonnes
8	Sur la trace des chevaliers	
9	Le Faucon Noir	
10	Courbettes Croupades	

Nautisme :

Coopération avec la Région des Pays de la Loire et Anjou Tourisme sur le déploiement de la marque Vogue & Vague à l'échelle du territoire :

⇒ 4 prestataires adhérents à la marque

7. FILIERE DEVELOPPEMENT DURABLE

Un état des lieux a été réalisé au mois de novembre 2022 afin de faire le point sur l'offre labellisée compte tenu de l'arrivée de Caroline Vignon au sein du pôle pour faire monter en puissance cette filière qui devient incontournable dans notre domaine d'activité :

7 écolabels représentés sur le territoire par 34 prestataires :

- **Ecolabel Européen** : 1 hôtel
- **Clef Verte** : 1 hôtel + 3 campings + 1 restaurant
- **Gite Panda** : 1 chambre d'hôtes
- **Ecotable** : 1 restaurant
- **Etoile Verte au Guide Michelin** : 1 restaurant
- **Agriconfiance** : 1 site
- **Ecocert / AB** : 24 domaines viticoles

2 prestataires ont reçu une certification à une norme AFNOR :

- 1 site de visite en ISO 14001
- 1 site de visite en ISO 26000

16 prestataires marqués Valeurs Parc : 5 gîtes + 4 chambres d'hôtes + 2 campings + 2 restaurants + 2 sites de visite + 1 atelier artisanal.

16 prestataires engagés dans une démarche écoresponsable, accompagnés par Kyrielle / Saumur Agglopropreté :

- 10 restaurants ont participé à une éval gaspi de la CCI, prise en charge par Saumur Agglopropreté
- 6 campings ont mis en place un composteur partagé

7 refuges LPO identifiés : 3 campings, 1 hôtel, 1 chambre d'hôtes, 1 gîte, 1 site de visite.

Animation :

Création de poste au 1er octobre 2022 occupé par Caroline VIGNON.

Elaboration d'une feuille de route et d'un plan d'actions pour 2023.

Préparation de contenus pour le site web (Grand Public + espace Pro/Presse).

Participation au Club Passeport Vert piloté par Anjou Tourisme.

8. LABELS et HEBERGEMENTS

Au sein de notre structure : Le dossier des Hébergements locatifs, gîtes et Chambres d'hôtes, est suivi par Sophie Lecerf après reprise progressive de l'ensemble des dossiers = gestion des dossiers des chambres d'hôtes (transmis par Marion en automne 2022), meublés de tourisme, hébergements collectifs.

Mission du référent :

Le premier contact est assuré avec tout nouveau propriétaire : conseil sur les démarches obligatoires (déclaration en mairie, collecte de la taxe de séjour), informations sur les critères pour pouvoir être partenaire de l'Office de Tourisme, facilitation des démarches via la fourniture de liens/contacts utiles, rendez-vous pour visite des lieux et rencontre des propriétaires, saisies des données, informations à l'équipe, suivi des partenariats, etc.

Dans le cas des meublés de tourisme : transmission aux propriétaires des contacts utiles pour se faire classer (Anjou Tourisme ou le Cetire, organismes agréés) ou les labels (Gîtes de France ou Clévacances)

Dans le cas des chambres d'hôtes : visite de certification avec le référentiel Anjou, par nos soins, dans le cas où les propriétaires ne souhaitent pas s'engager dans un label. Déplacement gratuit, mené par Sophie Lecerf. Validité de la certification : 5 ans.

191 partenaires au cours de l'année 2022

> 132 meublés de tourisme (dont 131 présents dans le Guide 2022)

> 10 hébergements collectifs (Guide 2022)

> 49 chambres d'hôtes (Dont 46 dans le Guide 2022)

57 visites-terrain chez les partenaires ou porteurs de projets (77 hébergements visités)

> 7 visites de certification « Chambres d'hôtes Anjou » (référentiel départemental)

52 nouveaux contacts

Porteurs de projets en demande de conseil et information en vue d'un achat de propriété ou propriétaires avec des projets aboutis et envisageant une promotion de leur hébergement par l'intermédiaire de l'Office de Tourisme. En général, plusieurs contacts sur une voire plusieurs années avant que certains projets se concrétisent.

Autres actions : échanges réguliers avec nos partenaires : Anjou Tourisme - Gîtes de France - Clévacances - Service Taxe de Séjour de l'Agglo - Mairies de l'Agglo - Cetire - Cerfrance...

> **Mise à jour et suivi des dates de classement des hébergements au sein de notre base de données, vérification des labels avec le concours des Gîtes de France et de Clévacances**, mise à jour iconographique et descriptifs selon les besoins de nos partenaires, au cours de l'année.

Campagne annuelle de mise à jour des informations-cotisation à compter de novembre.

+ de **160 000** pages consultées.

9. PROJETS COMPLEMENTAIRES

Mise en place de parcours connectés pour la destination Saumur Val de Loire, via l'application Baludik.

Depuis le début de leur mise en place en 2018, le nombre de téléchargements des parcours Baludik est de 6570 + 23% d'augmentation en 2022

En 2022 : 1314 téléchargements - note moyenne : 4,5/5

Chiffres clés, depuis leur mise en ligne :

« **Les explorateurs de l'Île d'Offard** » : 4350 téléchargements - 4,5/5

« **Voyage dans le passé de Doué-la-Fontaine** » : 1140 téléchargements - 4,5/5

« **Les enquêtes dans le vignoble "Cold Case en Saumur-Champigny"** » = 910 téléchargements - 4,6/5

Les enquêtes dans le vignoble "la Malédiction des farfadets" = mise en place le 10/10/2021 : 170 téléchargements - 4,5/5

10. L'OBSERVATOIRE

La SPL travaille en lien avec Anjou Tourisme qui dispose d'un observatoire départemental ainsi que de nombreux outils permettant l'obtention de données fines sur l'activité touristique, tels que Le Flux Vision Orange business, Liwango...

Aussi depuis 2021, une convention est réalisée afin d'obtenir des portraits de territoire, à l'échelle de notre EPCI.

La SPL reste en lien avec les sites de visites pour la collecte de leurs données de fréquentation.

III. POLE MARKETING-PROMOTION-COMMUNICATION

Depuis sa création, la SPL Tourisme est devenu un acteur incontournable de la destination et assume son rôle de 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'impose désormais au travers de sa signature ambitieuse : *Bien plus que vous ne l'imaginez !*

Tous les membres du pôle travaillent main dans la main pour atteindre les objectifs suivants :

- Renforcer la notoriété et l'attractivité de la Destination Saumur Val de Loire
- Passer d'une ville étape à une vraie Destination
- Désaisonnaliser

Le pôle est composé de 5 permanents + 1 contrat d'alternance :

- Emilie Arribas : Responsable de pôle
- Aude Genevaise : Community Manager et animatrice numérique du territoire
- Séverine Rochelet : Graphiste à 75%
- Mathilde Marie : Chargée de communication
- Cassandra Billy : Chargée de communication en apprentissage, Bachelor communication digitale – Septembre 2022 – Août 2023
- Quentin Vanbruwaene : Chef de projet web

1. Le numérique

- Alimentation de notre base de données d'informations touristiques > APIDAE : une plateforme collaborative et un écosystème de services (3130 objets touristiques enregistrés)
- Travail sur la création d'un nouveau site web lié à notre base de données Apidae + version mobile
- Intégration d'un outil de GRC (gestion relation client) > AVIZI
- Création d'une photothèque accessible à tous à terme > ALPHASIA

Fréquentation numérique en 2022 :

- 772 311 visiteurs web 2 701 915 pages vues
- 758 682 nouveaux utilisateurs soit 98,2%
- Part des visiteurs français : 90,74%
- 1 118 348 sessions (visites) Taux de rebond : 63,88%

Part navigation mobile : 66,53 %

Analyse démographique web

De 2022 à 2023, la part des recherches effectuées par les femmes progresse de 59% à 59,2%

Répartition de l'audience par tranche d'âge

% par tranche d'âge 2022	
18-24	13,38%
25-34	20,47%
35-44	20,94%
45-54	17,92%
55-64	14,86%
65+	12,42%

Un Zoom sur les Journées Européennes du Patrimoine

Collaboration entre le service ville d'Art et d'Histoire de la ville de Saumur + service animation du patrimoine de Doué-en-Anjou, Gennes-Val-de-Loire, Longué-Jumelles et la SPL Saumur Val de Loire

- 222 évènements collectés et diffusés via l'outil Apidae JEP
- 10 075 consultations

Audience des réseaux sociaux et actions

Facebook

46 962 fans soit + 3589 abonnés qu'en 2021
120 publications

Instagram

12 100 abonnés + 1572 qu'en 2021
120 publications
150 stories

LINKEDIN

1216 abonnés
20 publications

TIKTOK :

527 abonnés
31 publications

2. NEWSLETTERS / EMAILINGS

4 news pros + 21 emailings ciblés (2000 destinataires)

1 e-mailing ciblé Grand Public

Taux d'ouverture moyen 51.10%

Communication pour les groupes aux autocaristes et agences de voyage

3. ACCOMPAGNEMENT DE NOS PRESTATAIRES

- **+ de 450 partenaires**
 - **Réunions et rendez-vous thématiques** : opérations de promotion / filière œnotourisme, troglo...
 - **Bourse aux dépliants**
 - **Distribution de documentation**
 - **Visites sur le terrain**
 - **Pass ambassadeur**

4. EDITIONS

- **Guide SVL 2022 – 52 000 exemplaires** : La Bible Saumur Val de Loire Régie pub
105 annonceurs – recette 106 823€ HT
- **Magazine SVL** : diffusions stock restant édition pour 2 ans
- Plans Pliables et détachables Saumur / Saumur Val de Loire / Doué-en-Anjou
- Des fiches produits dédiées aux groupes (CE, autocaristes, associations.)
- Idées séjours individuels
- Dépliant billetteries/bons plans
- Circuits de randonnée
- OenoMag
- Guide équestre
- Liste des locations de salles et séminaires

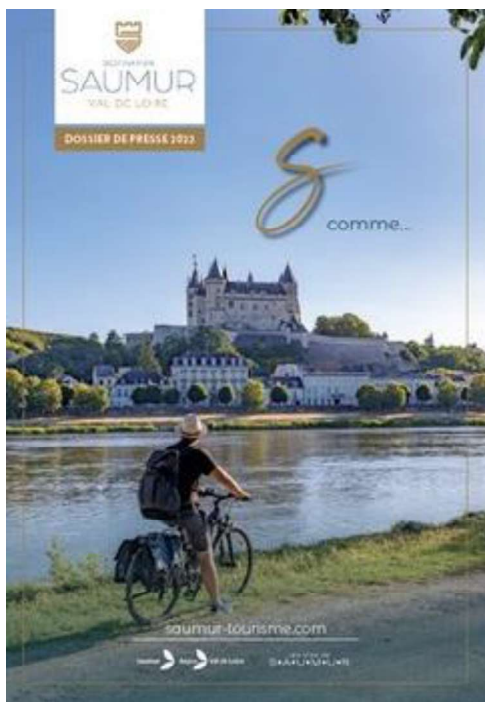
5. RELATIONS PRESSE

En collaboration avec l'agence de presse Sensorielle (& le Syndicat des Vins de Saumur)

Nos outils presse :

- 1 Dossier de presse annuel
- 2 communiqués de presse thématiques
- 2 flashnews

100aine de retombées presse sur la Destination



En parallèle nous travaillons avec l'Agence Départementale du Tourisme et l'Agence Régionale Solution & Co et recevons des demandes des journalistes en direct.

De belles retombées presse valorisant toute la Destination



6. PROMOTION

- **Le Saumur Loire Festival** en septembre : une première pour l'Office qui fut pilote dans l'organisation de l'évènement.
- **Salon du Cheval à Angers** : pour une valorisation de la filière équestre.
- **Le forum des Séniors de Nantes**
- Les marchés flottants de Saumur / les Puces de Montsoreau / Les Journées de la Rose
- Une campagne d'affichage urbain (le Mans / Touraine / Vendée / Deux-Sèvres)



- **Rendez-vous en France**
 - 60 Tour-opérateurs internationaux accueillis en Saumurois pendant 3 jour
 - 61 20aine de TO rencontrés à Nantes

IV. POLE COMMERCIALISATION

L'activité commerciale de la SPL Tourisme constitue un élément stratégique essentiel 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 contribue à la diffusion de l'identité du Val de Loire. Elle permet également la mise en commercialisation de la destination grâce à l'offre riche et variée du territoire tout en proposant un service client de qualité. Elle répond également à un souci de diversification des recettes de la SPL.

1. RETROSPECTIVE 2022

La Covid-19 a eu des répercussions sur l'année 2022 avec un regain des contaminations en début d'année, ce qui a ralenti l'activité et les projets de la clientèle touristique au printemps. Le pass vaccinal toujours en vigueur jusqu'à la mi-mars était aussi un frein pour participer à des loisirs, séjours, et pour les groupes qui avaient encore du mal à se projeter.

Un second facteur a également perturbé l'activité commerciale : la déclaration de la guerre à l'Ukraine par la Russie, puis la hausse des prix des carburants, de l'électricité, des produits alimentaires, l'inflation en général. Ce contexte n'était pas favorable à la consommation de loisirs.

Une grève des écuyers du cadre noir a aussi perturbé l'activité en avril ainsi qu'une vague de froid.

Cependant, on note un rebond de l'activité lors de l'ouverture de la saison touristique (en mai) que ce soit pour la ~~hôtellerie~~ boutique, les séjours individuels, les groupes, les séminaires.

En 2022, la saison estivale est propice au tourisme de proximité, aux campings-caristes, aux cyclos et les manifestations maintenues sont très attendues.

Les départs en dernière minute sont plébiscités.

2. BILAN

Malgré la situation encore un peu chaotique au printemps 2022, l'équipe est restée mobilisée, à l'écoute des demandes et a su une nouvelle fois, démontrer son dynamisme et sa capacité d'adaptation. Les retours clients démontrent bien la qualité des services proposés, le savoir-faire et l'expertise de l'équipe au sein d'un service en activité depuis de nombreuses années. Se projeter, se remettre en question, chercher à innover pour optimiser la reprise de l'activité qui sera positive et encore plus attractive pour le territoire en 2023.

3. INDICATEURS CHIFFRES / BILAN DU POLE COMMERCIALISATION

BOUTIQUE

CA : 132 442 € HT (120 179 € en 2021)

Marge : 50 146,35 € HT (46 320 € en 2021)

Panier moyen 18,52 € (23€58 en 2021)

Nombre d'articles vendus : 28 986

Pas de boutique Officielle car pas d'évènement Anjou Vélo Vintage)

Top vente (En quantité d'articles vendus) :

- Catégories : alimentaire, gadgets et carterie
- Produits : Monnaie de Paris, cartes postales, quernons d'ardoise

Actions 2022

- Développement des produits personnalisés Saumur : sac et pochette "La vie est plus belle à Saumur", gamme d'articles personnalisés sur le thème du vin, etc...
- Proposition d'une box Saumur Val de Loire : 24 ventes
- Organisation de 4 RDV gourmands dont 3 dates en saison estivales.
- Démarchage physique et phoning auprès d'entreprises locales pour proposer la confection de coffrets gourmands 100% locaux en fin d'année : 4 commandes pour un CA de 16 275,49 € HT (+29% par rapport à N-1)
- Participation aux marchés flottants de Saumur : 2 dates (juin et décembre)
- Création d'une boutique éphémère sur le Saumur Loire Festival, avec produits dérivés en lien avec l'évènement.

BILLETTERIE

CA : 581 869.84 € (706 544 € en 2021)

Nombre de billets émis : 47 925 (contre 43 946 en 2021) - Pas d'Anjou Vélo Vintage en 2022.

49 billetteries de sites ou activités, 46 évènements (contre 52 billetteries de sites ou activités et 32 évènements en 2021)

Marge des billetteries en dépôt : 24 961 € HT

Remarques

Chiffres d'affaires en baisse, pas d'AVV en 2022 contrairement à 2023 mais nombre de billets émis en augmentation par rapport à N-1.

De plus en plus d'organisateur d'évènements nous font confiance pour gérer la billetterie de leur programmation.

AGENCE RECEPTIVE (*individuels + centrale de réservation + groupes + séminaires*) :

CA 783 861 € - Nombre de dossiers : 674

En détails :

- **RECEPTIF INDIVIDUEL**

Ventes de séjours en 2022 :

434 dossiers enregistrés en 2022 (*contre 323 dossiers enregistrés en 2021*)

CA = **146 710 €** (*contre un CA de 109 457 € en 2021*)

Marge **24 574 €** (*contre 17 667 € en 2021*)

13 dossiers reports

Dont coffrets cadeau vendus en 2022 :

CA : **84 409€** (*contre 80 214 € en 2021*)

280 coffrets cadeau vendus en 2022 (*contre 262 coffrets cadeau vendus en 2021*)

TOP 5 des coffrets vendus :

N° 1 = Séjour Cadre Noir (149)

N° 2 = Séjour thématique troglodytes (82)

N° 3 = Séjour Saumur Essentiel (16)

N°4 = Week-end Epicur'vin (13)

N°5 = Evasion sur la Loire (7) / Séjour Vintage (7)

Puis, séjour Gastronomique (4), sur-mesure (2)

- **CENTRALE DE RESERVATION**

TOTAL Hébergements secs = 78 dossiers / CA : 12 716 € / marge : 1 204 €

. Hôtels = 52 dossiers / CA : 8921 € / marge : 811 €

. Ch. Hôtes = 22 dossiers / CA : 2619.40 € / marge : 275 €

. Campings = 4 dossiers / CA : 1176€ / marge : 117.60 €

- **RECEPTIF GROUPES ET SEMINAIRES**

CHIFFRES CLES 2022

CA : 624 435 € (*295 532,40 € en 2021*)

Marge : 135 847 € (*56 470 € en 2021*)

223 dossiers ouverts (185 journées/séjours packagés + 47 visites guidées + 38 séminaires).

= **162 dossiers confirmés**

= **95 circuits/séjours/loisirs + 110 visites guidées** (42 visites sèches et 69 en guidage circuit) +
25 séminaires

. **5340 personnes ont été accueillies en groupe en 2022** en ayant fait appel aux services de l'agence réceptive.

Les clients sont des agences de voyages, des autocaristes, des associations, des clubs, des entreprises. Le cadre noir est toujours autant.

FOCUS TOURISME D'AFFAIRES – SEMINAIRES Bilan 2022 :

= 38 dossiers ouverts = 25 réalisés.
= CA 148 667.86 € / Marge 29 598.03 €.
= 807 personnes accueillies en séminaires.

Beaucoup de demandes de dernière minute, du sur-mesure et des besoins très spécifiques.
La réactivité face aux demandes a permis d'élaborer 38 devis dont 25 se sont confirmés.

Tourisme d'affaires : clients 2022 :

Centrale de Chinon, EDF Chinon, CCI de Maine et Loire, Cruard Couverture, Y Nexia, Crédit Mutuel, Caisse d'Epargne, La Poste, CAF Le Mans, Eiffage Construction Pays de la Loire, GEMO, ALLTUB, Agricultures et Territoires, Saumur Habitat, Denkavit, CPAM Angers, URMET, Fromageries LESCURE, PASQUIER, Mairie de la Roche-sur-Yon...

Tendances 2022 : la réassurance sanitaire recherchée par le client, l'annulation de la réservation sans frais, les petits groupes, les activités et sorties de plein air, la réservation de dernière minute.

ACTIONS REALISEES EN 2022 PAR LE POLE COMMERCIALISATION

. Création en interne (contenus et création) des outils : **catalogue « Idées séjours »**, **catalogue « Groupes »**, **édition « Billetterie et Bons Plans »**

. Mise en ligne de **l'ensemble des offres** sur **www.saumur-tourisme.com**

. Adhésion à différents **réseaux** tels que : **Bienvenue Défense**, **Carte CEZAM**, **Produit en Anjou**.

. **Démarchage en fin d'année auprès des entreprises saumuroises** pour leur présenter les offres commerciales de la SPL (boutique, billetterie, séjours, séminaires, etc..).

. **Adhésion** et présence sur les **Marchés Flottants de Saumur**.

Total du Pôle Commercialisation 2022

Boutique, billetterie, agence réceptive, séjours individuels, centrale de réservation, groupes et tourisme d'affaires :

CA HT: 1 012 081 € - Commission en net : 38 547 € / Marge en net : 184 055 €

V. POLE ACCUEIL ET INFORMATION

L'accueil du public est assuré par une équipe de conseillers en séjour basés dans 6 BIT sur la destination renforcée en période estivale. Ce maillage territorial permet d'accueillir les clientèles dans de bonnes conditions avec un accueil privilégié, personnalisé, local et expert sur chaque territoire.

6 BIT :

- Ouvert à l'année : Saumur et Doué-en-Anjou
- Ouvert de février à novembre : Montsoreau
- Ouvert d'avril à septembre : Fontevraud l'Abbaye – Montreuil-Bellay – Gennes-Val-de-Loire

Rappel des missions du Pôle Accueil Information :

- Accueil et conseil éclairé du public français et étrangers, au comptoir, par téléphone, par mail....
- Promotion du territoire et de ses prestataires touristiques, Gestion de la documentation et de l'information,
- Vente d'articles boutique et de billetteries, Respect des normes qualité du service,
- Recueil de la satisfaction client et de données statistiques, Relation prestataires,
- Mise à jour de la donnée touristique (restaurants/bars à vins, activités de loisirs, hôtels, campings, artisanat d'art, lieux de visites, producteurs locaux, hébergement locatif, agenda...) dans notre base de données touristiques (Apidae) et sur notre site internet.

Après 2 années impactées par la crise de la covid 19 (en termes d'adaptation de nos horaires d'ouverture, de réassurance sanitaire, et de fréquentation touristique) nous avons pu aborder l'année et surtout la saison touristique plus sereinement.

Les chiffres de fréquentation des bureaux d'accueil 2022

A. Du 19 Mai au 30 Septembre (tous bureaux d'information confondus)

(Cf bilans statistiques 2022 Saumur et tous BIT confondus)

Du 19 mai au 30 septembre, tous bureaux confondus, la SPL Saumur Val de Loire Tourisme enregistre 20% de clientèle internationale en 2022 contre 11% en 2021 avec majoritairement des touristes européens (Britanniques, Néerlandais, Belges, Allemands et Espagnols).

La clientèle française, quant à elle, provient majoritairement du Grand-Ouest (Pays de la Loire, Bretagne, Îles de France, Nouvelle Aquitaine en tête), et est en baisse de 9,27% sur cette période depuis 2021.

Les grands évènements sont de retour depuis la crise de la Covid-19 avec des galas du Cadre Noir, Les journées de la rose, Le Carrousel de Saumur, les Grandes tablées du Saumur Champigny, le Festival de La Loire etc.. Ce qui contribue pleinement à faire de la destination Saumur Val de Loire une destination incontournable pour un séjour actif (activités de pleine nature, randonnée, Loire à vélo, balades sur la Loire) mais aussi culturel (visites de villes et villages, patrimoine, sites troglodytes et caves).

TOP 5 des clientèles internationales pour la période de mai à septembre

Royaume-Uni = 45%

Pays Bas = 16%

Belgique = 16%

Allemagne = 12%

Espagne = 8%

États-Unis = 3%

Part des étrangers = **20%** contre 12,24% en 2021

Part des Français = **80%** contre 87,76% en 2021

- Nombre de demandes tous BIT confondus = **40 798 (+ 1,57% par rapport à 2021)**
- Essentiellement au comptoir = **84,2%**
- Nombre de visiteurs = **80 636 (+ 8,42% par rapport à 2021)**

B. Du 1er janvier 2022 au 31 décembre 2022 tous BIT confondus

- Nombre de demandes clients (= contacts Avizi) = **57 998 en 2022** (48 614 en 2021 soit +19,30%)
- Nombre de demandes d'informations **93 082 en 2022** (76 287 en 2021 soit + 22%) avec en 1^{ère} position les demandes liées au patrimoine – troglos, châteaux, visites de villes et villages = 32% des demandes
- Nombre d'entrées au compteur de Saumur = **85 297 visiteurs entrants en 2022** (65 524 en 2021)
- Nombre de personnes accueillies (Avizi) tous BIT confondus = **115 209 en 2022** (90 115 visiteurs en 2021) soit +27,85%
- Mode de contacts = **en direct 79%** (progression de 25,46%), **par téléphone 18%** (= 10 376 demandes), **3% par email ou web**, **2% courrier** et les réseaux sociaux restent à la marge en 2022
- Clientèle internationale = 9625 demandes soit **16,60%** de la totalité de la clientèle (+107% par rapport à 2021)
- Clientèle française = 48 373 demandes soit **83,40% de la totalité de la clientèle (+10% par rapport à 2021)**

C. AU BUREAU DE SAUMUR Période du 1er janvier au 31 décembre 2022

Pic atteint le lundi 8 août à Saumur avec **1010 personnes accueillies** (compteur d'entrée) de 9h30 à 19h

La région des Pays de la Loire représente **42% de la clientèle française (panel de 27 836 contacts)**.

En 2021, elle représentait 40% de la clientèle française (panel de 26 517),

Mode de contact :

73% en direct (+ 21,12% par rapport à 2021)

24% par téléphone (-1,93%)

3% mail / web (-5,82%)

Le compteur d'entrées affiche une **progression de 30,18%** par rapport à 2021 et une baisse de 4,46% par rapport à 2019.

Le ratio nb de visiteurs / jour d'ouverture est en augmentation de 9,62 % au compteur par rapport à 2021 et de 28,77% par rapport à 2019.

Nombre de jours ouverts sur l'année

BIT	2021	2022
SAUMUR	240	342
FONTEVRAUD	119	138
MONTMOREAU	168	216
MONTREUIL-BELLAY	107	135
GENNES	153	115
DOUE	165	226
Total des jours ouverts	952	1172

VI. QUALITE :

Document annexe : bilan qualité 2022

Rappel

- Engagement dans une démarche qualité depuis 2001 (1er audit NF Service avec AFNOR Certification)
- Marque Qualité Tourisme depuis en 2005 – Dernier renouvellement le 8 octobre 2020
- Dernier audit complet NF Service en 2019

Visite mystère en août 2021 dans les BIT (**94,69% : taux de réussite de la visite mystère Qualité Tourisme** réalisée le 3 août dernier 2021 dans 5 de nos bureaux d'information touristique de la Destination Saumur Val de Loire)

- Abandon de la norme NF Service en décembre 2021 au profit de la marque Qualité Tourisme uniquement
- **Prochain audit complet en 2024 et visite mystère.**
- Classement de l'OT en catégorie I **Classement Office de Tourisme** = L'Office de Tourisme Saumur Val de Loire a obtenu son classement en catégorie I pour l'ensemble de ses bureaux d'information touristique selon la nouvelle grille de classement entrée en vigueur en 2019. Arrêté en date du 1er septembre 2020 valable **pour 5 ans. Prochain renouvellement du classement en 2024.**
- Tourisme & Handicap (La SPL Saumur Val de Loire Tourisme s'est vu attribuer en décembre 2021 le renouvellement du droit d'usage de la marque Tourisme & Handicap pour les 4 familles de handicap : auditif, mental, moteur et visuel. Cette distinction a été obtenue pour une durée de 5 ans pour 2 de nos bureaux : **Saumur et Montsoreau. Prochain renouvellement en 2026.**
- Et des démarches plus spécifiques avec des référentiels comme Accueil Vélo – Vignobles & Découvertes + des engagements en matière de tourisme durable

La E-Reputation

4,5/5 : c'est la note de l'Office de Tourisme Saumur Val de Loire sur Tripadvisor. Une performance remarquable par la plate-forme d'avis qui lui a décerné à nouveau le prix "Traveller's Choice 2022". Ce prix récompense chaque année les hébergements, attractions et restaurants qui reçoivent régulièrement de très bons avis de la part des voyageurs et qui sont classés parmi les meilleurs 10 % de leur catégorie. 3 BIT sont sur Tripadvisor : Saumur, Fontevraud l'Abbaye et Doué-en-Anjou.

Google : 4,5/5 est la note moyenne de Saumur avec un total de 804 avis – 139 avis publiés en 2022 sur la page de Saumur (97,20% avis positifs en 2022). 159 avis publiés en 2022 sur l'ensemble des 6 fiches google de nos BIT.

VII. RESSOURCES HUMAINES – ADMINISTRATIF ET FINANCIER

A. INDICATEURS RESSOURCES HUMAINES

Nouvel indicateur depuis la crise sanitaire de la Covid-19.

Part du télétravail en 2022 : 8450 heures réalisées sur 43 412 heures réalisées par l'ensemble des salariés (CDI, CDD, Stagiaires soit 41 personnes) soit 19,5% de télétravail sur l'année. (8395 heures en 2021 soit 20%)

Formation 2022

- Permanents : **856 heures réalisées**
- Saisonniers : **187 heures réalisées** – La formation a concerné les 9 saisonniers embauchés en 2022 dans nos 6 BIT, avec deux jours de formation minimum par salarié intégrant le service Accueil (réunion générale, visites terrain, explication des spécificités locales, etc..)
- Territoire : **65%** de connaissance du territoire tous salariés confondus soit 736 heures
- Heures par salarié : nombre d'heures de formation en moyenne par salarié CDI = **34h/salarié**
- Les visites de sites et hébergement locatif occupent les premières position des visites terrain réalisées par l'équipe.

Cette année a été consacrée à des formations axées sur la sécurité des salariés et des visiteurs : Accueil du public en situation de handicap, réussir votre pitch dans le cadre des Rendez-vous en France, perfectionnement en anglais, surveillez vos marchés, créer et commercialiser des coffrets cadeaux, Sauveteur secouriste du travail, Pour vos offres, ne parlez plus d'un produit, mais racontez une histoire qui captive, Dynamiser sa relation client avant pendant après le séjour, atelier google, Travailler avec des blogueurs et des influenceurs.

B. INDICATEURS FINANCIERS

Budget global : 2 592 093 € (2021 : 2 390 498 €)

Part de l'apport public : 1 415 333 € (exercice précédent : 1 598 981 €)

(1 400 000 Agglo Saumur Val de Loire, 15 333€ Aide unique aux employeurs apprentis)

Chiffre d'affaires : 1 176 760 € (791 517 € en 2021) ; représente 45,40 % (33,11 % l'an dernier)

Marge brute globale : 431 470 € (342 223 € en 2021, +26,08%)

Résultats 2022 : + 33 880 € (2021 : + 317 153 €)

Part de la masse salariale : 1 376 250 € (1 059 345 € en 2021)

Effectif au 31/12/2022 : 29

4 hommes, 25 femmes

Grille de Classification		Femme	Homme	Ensemble
1.1	Employé		1	1
1.2	Employé		1	1
1.3	Employé	6		6
2.1	Agent de maitrise	2	1	3
2.2	Agent de maitrise	10		10
2.3	Agent de maitrise			
2.4	Agent de maitrise	5	1	6
3.1	Cadre	1		1
3.2	Cadre	1		1
3.3	Cadre			0
		25	4	29

CDD (43 mois, soit 3,6 ETP) :

- Apprenties : 2
- Saisonniers : 9 de 2 à < 6 mois, 1>6mois
- Remplacements : 1>1 mois
- Accroissement temporaire d'activité : 1= 1 mois
- Stagiaires accueillis : 3 <2 mois, 4>2 mois

Total jours d'absence 2022 : 500 jours dont 156 de maladie, 131 de maternité et 213 de congés parentaux

(2021 : 706 jours dont 214 d'activité partielle, 201 de maladie, 234 de maternité et 45 de congés parental)

Comité Social d'Entreprise : la représentation du personnel a été renouvelée en décembre 2019. Elle compte 2 collègues. Pas de représentation syndicale.