



FROTSI

Fédération
Régionale
des Offices
de Tourisme
et des Syndicats
d'Initiative

ARDENNES

MARNE

AUBE

HAUTE-MARNE



CARTOGRAPHIE 2009

Le réseau d'accueil
et d'information touristique
en **Champagne-Ardenne**



Cette nouvelle édition de la cartographie du réseau apporte des éléments qui font ressortir l'évolution des activités de notre réseau professionnel. Outre les moyens humains, financiers et organisationnels quelques thématiques complémentaires ont été explorées en 2008 : l'implication du bénévolat (qui représente plus de 22 équivalents temps plein à l'année), la prise en compte des rémunérations des personnels mis à disposition, l'observation de l'activité des OTSI* au travers des animations organisées (visites guidées,...) en plus de leurs missions d'accueil, d'information et de promotion.

N'hésitez pas à nous communiquer vos suggestions et commentaires relativement à cette synthèse.



Le réseau champardennais

LA COMPOSITION DU RESEAU

OTSI ayant participé à l'élaboration de cette cartographie par département et classement

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne	Total région
OT ★★★★★	0	1	1	0	2
OT ★★★★	3	1	3	3	10
OT ★★★	4	3	5	2	14
OT ★★	4	6	2	6	18
SI ●	0	1	2	0	3
TOTAUX	11	12	13	11	47

Composition du Réseau régional

OT 4*	OT 3*	OT 2*	OT 1*	SI	Totaux
2	10	14	20	13	59

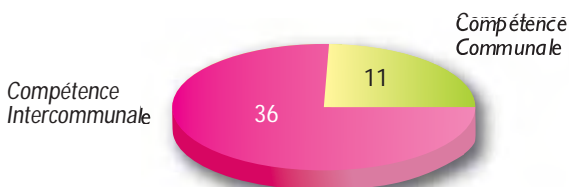
LE STATUT

Tous les OTSI de la région Champagne-Ardenne sont constitués sous forme d'association loi de 1901, à l'exception d'une régie communautaire dans le département de l'Aube et d'un EPIC dans les Ardennes.

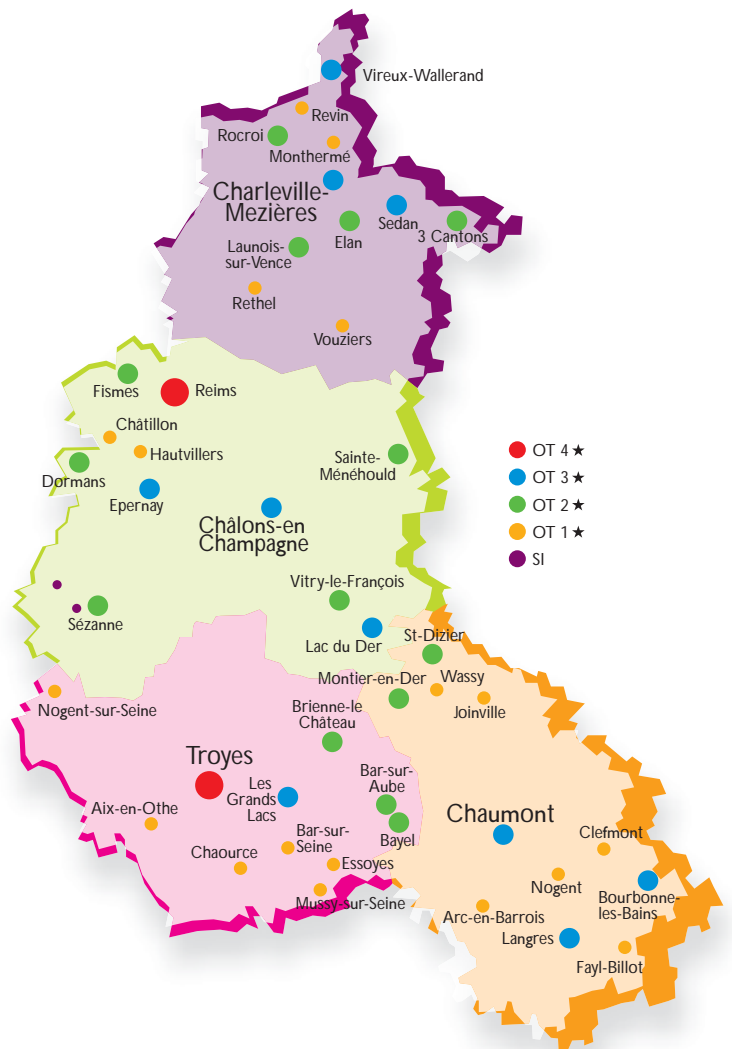
LA COMPETENCE TERRITORIALE par département (nombre d'OTSI concernés)

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne	Total région
Communale	0	6	3	2	11
Intercommunale*	11	6	10	9	36
Total	11	12	13	11	47

*communauté(s) de communes, agglomération



* Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative



LES MISSIONS

Complémentaires aux missions de base que sont :

- l'accueil / l'information,
- l'animation, la promotion.

62% des OTSI élaborent des produits touristiques (49% en 2007) ; 21% commercialisent par autorisation préfectorale.

LES AUTRES MISSIONS LES PLUS CITEES PAR DEPARTEMENT

(nombre d'OTSI concernés)

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne
Coordination des partenaires du développement touristique local	5	8	5	3
Conseil Technique aux prestataires	6	6	7	4
Commercialisation de Produits touristiques	4	1	3	2
Elaboration de produits touristiques	7	6	8	8

Autres missions citées : gestion d'équipements, organisation d'événements, concours fleurissement, organisation randonnées (+entretien sentiers et géo-référencement sentiers). Il est à noter que 20% des OTSI gèrent plusieurs points d'accueil et que 31% des OTSI ont signé une convention de partenariat avec d'autres OTSI ou territoires. Les offices sont de plus en plus nombreux à mettre en place de nouveaux outils technologiques : bornes extérieures, DVD, blogs, webcam,...

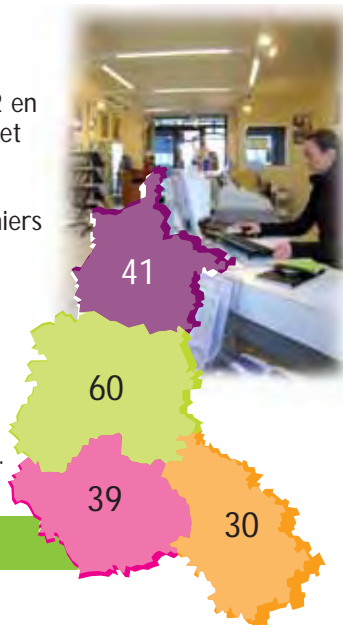


Les moyens humains

LES EFFECTIFS

• On recense **246 emplois** (212 en 2007) : 170 emplois permanents et 76 saisonniers (hors guides vacataires et stagiaires). Le niveau de l'effectif des saisonniers augmente très nettement : cela s'explique notamment dans les Ardennes par la gestion du Parc Terralitude par Val d'Ardenne Tourisme, dans la Marne par le développement des promenades en barque et l'ouverture des églises à Châlons-en-Champagne.

Effectif des permanents : 170



• Effectifs permanents + saisonniers par département

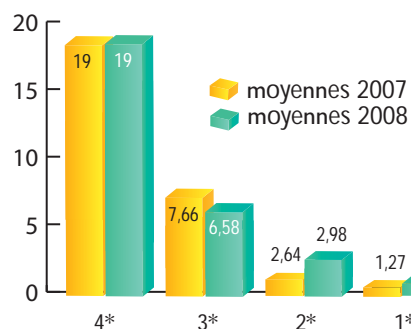
	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne	Total
Permanents +saisonniers	75	48	78	45	246

• Effectif des équivalents temps plein par département

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne
Equivalent temps plein	50,06	32,93	62,60	30,75

L'effectif salarié total en 2008 représente **176,34 équivalents temps plein**. (165,55 en 2007)

• Effectifs moyens par type de classement, région (salariés permanents)

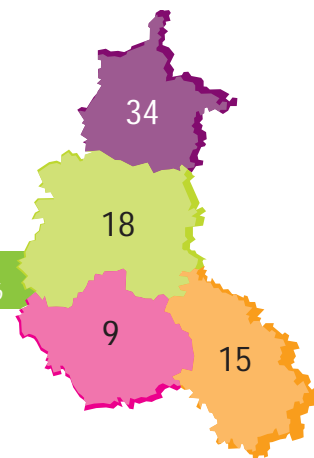


• Moyenne des effectifs permanents par type de classement et par département

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne
OT 4 *	-	16	22	-
OT 3 *	7,67	5	7,67	6
OT 2 *	3	3	2,2	2,5
OT 1 *	1,5	1,5	1	1,17
SI *	-	0	1	0

LES SAISONNIERS

Effectif des saisonniers : 76



LE BENEVOLAT

Temps consacré à l'OT (en heures/an) par l'équipe de bénévoles par type d'OTSI (nombre d'OTSI concernés)

	<100H	de 101 à 500H	de 501 à 1000H	de 1001 à 1500H	de 1500 à 2000H	>2000 H
OT 4 *	2	0	0	0	0	0
OT 3 *	6	4	0	0	0	0
OT 2 *	5	2	2	2	1	2
OT 1 *	3	5	4	1	2	3
SI	1	0	1	0	1	0
Total	17	11	7	3	4	5

Tout comme les années précédentes, les OT 1 et 2* sollicitent le plus leurs bénévoles.

Sur la base des éléments fournis par les OTSI, le nombre total d'heures de bénévolat représente plus de 3 300 heures par mois, soit 22,19 équivalents temps plein à l'année.



Les moyens financiers



BUDGET GLOBAL

Le budget des OTSI de la région Champagne-Ardenne représente un montant de 11 051 559 €.
Le montant global de la masse salariale est de : 6 190 567 €.
La part de la masse salariale reste la plus forte dans les OT 2* où elle représente 72,92% du budget global.



Remarques : Si l'on tenait compte des salariés mis à disposition des OTSI par les collectivités, le montant total de la masse salariale atteindrait 6 544 306 €.

Dans certains OTSI, la part des salaires des personnels mis à disposition peut atteindre jusqu'à 80% du budget global.

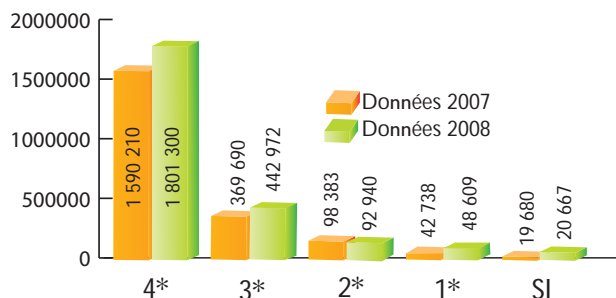
• Budget moyen par classement et par département (en €)

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne
OT 4*	-	914 922	2 687 679	-
OT 3*	995 509*	33 269**	411 466	331 646
OT 2*	113 190	83 020	74 070	101 481
OT 1*	45 469	50 224	56 055	42 690
SI	-	8 947	32 387	-

* tient compte des activités Château Fort à Sedan et Terralitude à Vireux Wallerand

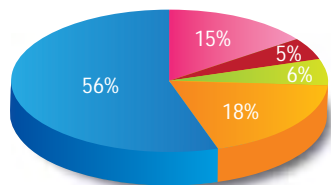
** personnel et locaux mis à disposition

• Budget moyen région Champagne-Ardenne par type de classement en € (évolution 2007/2008)



BUDGET : CHARGES

• Répartitions des postes de charges dans le budget réel



MASSE SALARIALE salaires, charges sociales, gratifications, contribution formation continue

FONCTIONNEMENT frais fixes, charges exceptionnelles

ACTIONS achat de marchandises pour revente, animations, visites guidées, forfaits

EDITIONS/INTERNET frais d'éditions, de création, mise à jour de site internet

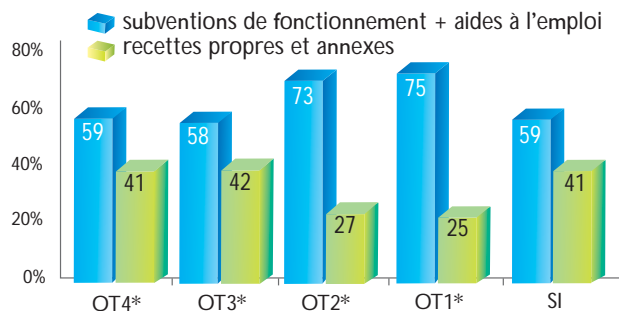
PROMOTION salons, marketing direct, publicité

• Masse salariale moyenne par classement et par département (en €)

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne
OT 4*	-	622 645	1 128 415	-
OT 3*	546 139	-	269 212	181 158
OT 2*	86 649	64 463	54 636	58 314
OT 1*	25 059	30 782	33 556	21 925
SI	-	-	18 298	-

BUDGET : PRODUITS

ANALYSE DES RESSOURCES : subventions et ressources propres. Part des subventions (fonctionnement, aide à l'emploi, sur actions) et des ressources propres dans le compte Produits des OTSI en % (arrondis)



Au niveau régional, les ressources propres représentent 38% (32% en 2007) du budget total et les subventions 62% (68% en 2007).

On peut remarquer la baisse importante du taux de subventionnement des OT 4* qui diminue de 15 points en 1 année. En contrepartie, le niveau des ressources propres augmente pour cette catégorie d'OT.

• Ventilation des ressources propres par type de classement

	4*	3*	2*	1*	SI
Cotisations	0,83%	5,81%	2,64%	3,62%	8,63%
Partenariat avec socioprofessionnels(1)	0,34%	1,97%	1,05%	1,55%	3,35%
Animations(2)	0,85%	18,58%	9,95%	10,16%	28,29%
Produits Touristiques(3)	34,67%	5,04%	1,64%	-	-
Boutique	3,58%	3,37%	4,04%	4,58%	0,10%
Billetterie	-	1,52%	2,20%	0,23%	-
Autres ressources(4)	1,05%	6,05%	5,85%	5,04%	0,27%

■ La vente de produits touristiques représente 34,67% des ressources propres des OT 4*.

(1) éditions, site internet, services additionnels, ...
(2) dont visites guidées

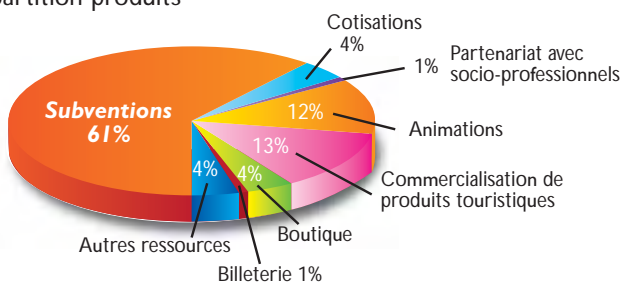
(3) pour les OT autorisés à commercialiser
(4) dont produits financiers, sorties adhérents,...



BUDGET : PRODUITS

Au niveau régional, tous classements confondus, les recettes sur les ventes de produits touristiques représentent le pourcentage le plus important des ressources propres : 38% (27% en 2007), notamment dans les OT 3 et 4*.
La seconde ressource importante des OTSI est le poste "Animations", notamment dans les OT 3*.

• Répartition produits



• La perception de la taxe de séjour s'étend ; elle est perçue sur 28% des territoires (20% en 2007)

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne
Territoire concernés par la taxe de séjour	Charleville-Mézières Pays Sedanais Val d'Ardenne	Troyes	Lac du Der Hautvillers Epernay	Arc en Barrois Pays de Langres Saint Dizier Pays du Der Pays de Chaumont Bourbonne les Bains

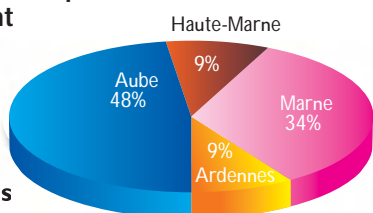


Fréquentation des OTSI

SITE INTERNET

Le nombre de visiteurs uniques sur site internet atteint 1 542 481 sur toute la région (1 548 129 en 2007) soit 4 fois plus que de contacts au comptoir de l'OTSI. Les sites les plus visités sont ceux des OT4*.
Le nombre moyen de pages lues est de 7 pages.

• Répartition des visiteurs uniques



FREQUENTATION DES OTSI

• OUVERTURE DES LIEUX D'ACCUEIL

91% des OTSI sont ouverts 12 mois sur 12
100% sont ouverts le dimanche en haute saison et 23% à l'année.

NOMBRE D'OTSI OUVERTS PENDANT LE DEJEUNER

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne	Total
A l'année	1	0	2	0	3
Week end seulement	1	0	2	1	4
Haute saison seulement	0	2	1	0	3

Il n'y a pas d'évolution des horaires d'ouverture depuis 2007.

• Rappel méthode régionale de comptage

La méthode régionale de statistiques indique que les OTSI effectuent un double comptage des visiteurs au comptoir : les contacts et les flux. 1 flux = toute personne franchissant la porte de l'OTSI ; 1 contact = une réponse à une ou plusieurs questions posées par une ou un groupe de personnes. Les contacts sont donc intégrés dans les flux.

Important : l'enregistrement des origines des contacts est plus pertinente dès lors qu'elle correspond à la fréquentation au comptoir ET à distance.



Fréquentation des OTSI (suite)



• Répartition des visiteurs par origine

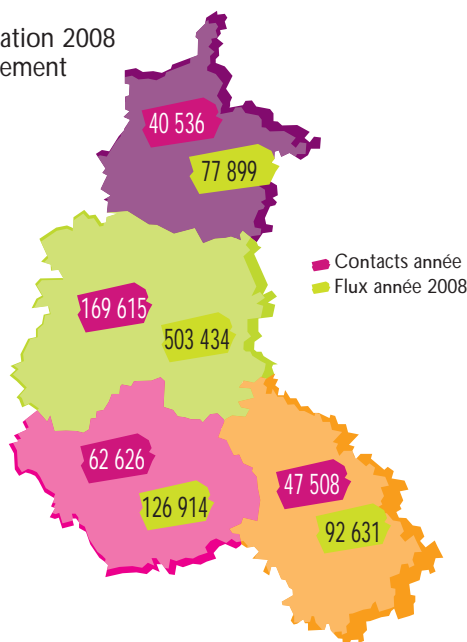
France			Autres nationalités	Nationalité la plus présente	
Champagne Ardenne	Autres	Total France			
Ardennes	39%	28%	67%	33%	Belgique/Luxembourg
Aube	43%	35%	78%	22%	Belgique/Luxembourg
Marne	51%	22%	73%	27%	Belgique/Luxembourg
Haute-Marne	52%	32%	85%	15%	Pays-Bas

FREQUENTATION REGIONALE

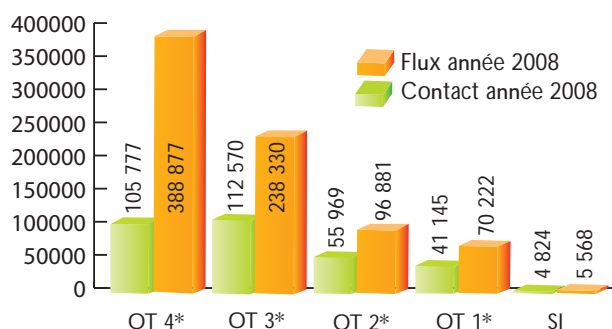
En 2008, le nombre total de flux sur site est de : **800 878** (1 006 875 en 2007), soit une baisse de 20% sur 1 année et le nombre total de contacts au comptoir de : **320 285** (405 614 en 2007).

Cette différence s'explique, en partie, du fait de la séparation de l'activité de l'OT du Pays Sedanais d'avec le Château Fort. La haute saison concentre entre 56 et 66% des flux. Le département de la Marne représente 63% de la fréquentation au comptoir.

• Fréquentation 2008 par département



• Fréquentation au comptoir : cumul 2008 par classement



• Evolution du coefficient multiplicateur régional par catégorie d'OTSI

OT 4*	OT 3*	OT 2*	OT 1*	SI
3,67	2,11	1,73	1,70	1,15

FREQUENTATION ACTIVITES

Il convient d'examiner également la fréquentation des activités proposées par les OTSI, **non comptabilisée dans la fréquentation au comptoir** : visites guidées, événementiels, soirées, chasses au trésor, animations, promenades en barque,...) soit un total de **192 130** personnes (60% individuels et 40% groupes).

	Flux groupes	Flux individuels	Total
Ardennes	7 256	15 298	22 554
Aube	8 440	24 645	33 085
Haute-Marne	10 944	47 309	58 253
Marne	51 930	26 308	78 238
Total	78 570	113 560	192 130

70% des OTSI proposent des visites guidées, 19% des visites audioguidées.

Les visites sont réalisées par des guides diplômés dans 30% des OTSI, ainsi que par des bénévoles dans 51% des OTSI et par des salariés dans 18% des OTSI. Un même OT peut avoir recours à l'une et/ou l'autre de ces catégories pour assurer l'accompagnement des visites.





FREQUENTATION ACTIVITES

- Regard sur les niveaux départementaux

Dans les Ardennes qui représentent 12% des participants aux activités, les individuels sont deux fois plus nombreux que les groupes.

Les offices de tourisme 3* génèrent 87% des groupes et autant d'individuels.

Dans l'Aube qui représente 17% des participants aux activités, les individuels sont trois fois plus nombreux que les groupes.

L'office de tourisme 4* génère 66% des individuels ; les OT 2* drainent 78% de la clientèle en groupe.

Dans la Haute-Marne qui représente 41% des participants aux activités, les individuels sont quatre fois plus nombreux que les groupes.

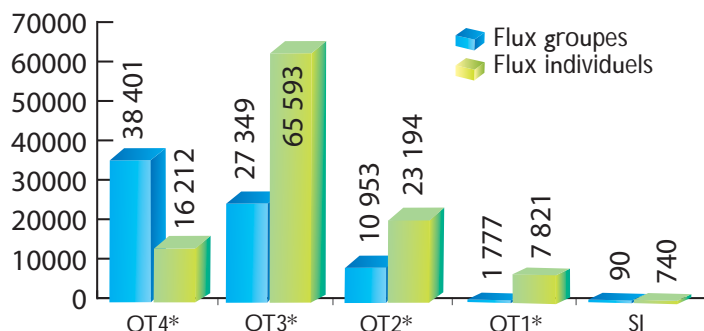
Les offices de tourisme 3* génèrent 71% des flux de groupes et 59% des individuels ; les OT 2* drainent 41% des individuels.

Dans la Marne qui représente 30% des participants aux activités, les groupes sont deux fois plus nombreux que les individuels.

L'office de tourisme 4* génère 72% des flux de groupes et les OT 3* drainent 93% de la clientèle individuelle.

Remarque : tous les OT n'ont pas comptabilisé la fréquentation sur activités en 2008 ; cette question sera reposée lors de l'enquête portant sur 2009.

- Fréquentation activités, nombre de clients/participants par type de classement



CONTACTS A DISTANCE

Les OTSI de la région enregistrent **114 265** contacts à distance pour l'année 2008 ; c'est-à-dire les demandes d'informations touristiques reçues, par téléphone, courrier, fax, courriel et fiche contact sur site internet.

Activité de commercialisation en ligne : nombre d'OT concernés

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne	Total
Vente en ligne de produits touristiques	en cours de développement pour 2009	1	3	1	5
Vente en ligne produits boutique		1	3	1	5

On constate une forte **augmentation de la commercialisation en ligne**, notamment dans le département de la **Marne**.

Actions de promotion : nombre d'OT concernés

	Ardennes	Aube	Marne	Haute-Marne	Total
Salons	8	9	13	9	39
Marketing direct	4	4	4	2	14
Accueils presse	4	6	9	4	23
Animations	11	12	13	9	45

La promotion via les salons est également en augmentation notable de même que les accueils presse.





Démarche qualité

Cette partie de l'enquête concerne uniquement les 33 offices de tourisme engagés en démarche qualité.

COMMISSION QUALITE

51% des offices engagés en démarche Qualité ont créé leur Commission Qualité.

Les principaux axes de travail des commissions Qualité sont :

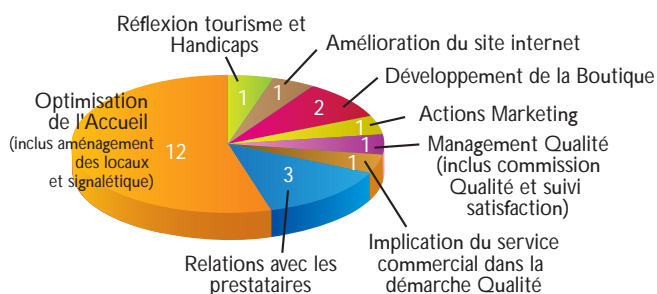
1. l'accueil comprenant : la professionnalisation des personnels, les locaux et la signalétique,
2. les relations avec les prestataires,
3. le développement de la boutique pour développer l'image de marque de l'OT et de la destination.

PLANS D'ACTIONS

Seuls 30% des offices travaillaient à partir d'un plan d'actions en 2008, majoritairement les OT 4 et 3*.

ACTIONS QUALITE

Actions Qualité le plus souvent menées en 2008



MANAGEMENT DE LA DEMARCHE

L'année 2008 voit émerger un certain nombre de nouvelles pratiques pour les offices récemment engagés en démarche Qualité. Ainsi la réalisation et le suivi d'un plan d'actions, la planification de visites aux prestataires, le suivi de la satisfaction clients, les auto-évaluations en interne. Ces actions d'accompagnement et d'animation en interne débutent et il sera intéressant de pouvoir en suivre l'évolution au cours des années à venir.



VISITES AUX PRESTATAIRES TOURISTIQUES

14 OT ont effectué de 6 à 72 visites à leurs prestataires au cours de l'année.

AUTO-ÉVALUATIONS

11 OT ont effectué entre 1 et 5 auto-évaluations.

- Questionnaire de satisfaction

La mise en place des enquêtes de satisfaction démarre dans les lieux d'accueil en 2008. Des données chiffrées seront disponibles concernant l'activité en 2009.

LES GROUPES THEMATIQUES EN 2008

6 groupes, soient 17 techniciens issus des 4 départements, soutenus par les UD et la FROTSI ont travaillé en 2008 sur les thèmes suivants :

- Boutique
- Partenariat prestataires : charte adhérent
- Gestion des domaines d'information
- Gestion des stocks de documentation
- Gestion du site internet

Comme chaque année, les synthèses de ces travaux ont été présentées lors du séminaire Qualité annuel qui s'est déroulé au Centre International de Séjour de Reims.

LES AUDITS QUALITE EN 2008

Résultats régionaux pondérés (cumul 2007 et 2008)

Indice moyen régional	1*	2*	3*
78%	80%	78%	76%

La progression par rapport aux 3 années d'audits initiaux confirme la tendance perçue en 2007 avec +5 points (+3 en 2007).

ATELIERS 2008

Un atelier sur la thématique Tutorat rassemblant 8 Offices de Tourisme engagés dans la démarche Qualité régionale donnera lieu en 2009 à un groupe de travail désireux d'approfondir cette thématique.



FROTSI
CHAMPAGNE
ARDENNE

Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative

48 place de la république - 51000 Châlons-en-Champagne
Fax : 03 26 22 15 13
www.frotsi-champagne-ardenne.fr

FROTSI Qualité & Réseau Tél. 03 26 22 15 00
courriel : contact@frotsi-champagne-ardenne.fr

FROTSI Formation
Tél. 03 26 26 54 19 ou 06 73 53 68 39
courriel : frotsiformation@frotsi-champagne-ardenne.fr

RÉGION

CHAMPAGNE  **ARDENNE**