

20
22

OFFICES DE TOURISME EN NOUVELLE-AQUITAINE



État des lieux du réseau



Jamais je ne me lasserai d'en vanter les mérites : la Région Nouvelle-Aquitaine, 1^{ère} destination pour les touristes français, regorge de trésors à découvrir de mille et une façons ! Pour ne pas se perdre au milieu de tant de paysages, de lieux, d'activité, les offices de tourisme en sont les irremplaçables opérateurs de terrain – la vitrine de nos fabuleux sites propices à la découverte, la culture, l'évasion, l'émerveillement !

Par nature, ils constituent également le baromètre des attentes des clientèles et la MONA joue, là, un rôle essentiel pour renforcer leur capacité d'innovation et leur professionnalisation. Et ce, au service de l'ensemble du public.

En outre, la Nouvelle-Aquitaine est très attentive aux évolutions de ce secteur, dont l'accompagnement aux changements et aux transitions des territoires est incontournable si on veut faire du tourisme un outil de développement économique, territorial et respectueux de l'environnement.

En sa qualité d'actrice de premier plan, la MONA aura d'ailleurs toute sa place pour contribuer de façon décisive à la feuille de route régionale de tourisme durable, tant il faudra accompagner et embarquer l'ensemble des acteurs, socioprofessionnels et institutionnels pour relever les défis qui nous attendent ; ils sont nombreux, et nous n'y parviendrons qu'ensemble.

Alain Roussel

Président du Conseil Régional
de Nouvelle-Aquitaine

Vous connaissez notre souhait à la MONA de stimuler les individus et les territoires. L'observation de notre réseau, via cet outil "Radioscopie", répond à cet enjeu de projection et de transition de nos organisations comme actrices du cadre de vie local.

Vous trouverez dans ce zoom pour les offices de tourisme des éclairages sur des points de stabilité, de légères baisses et de légères hausses depuis 2018 tels que le nombre d'offices de tourisme, de bureaux d'informations touristiques, le nombre d'ETP, les grandes masses budgétaires, etc...

Cependant, vous y trouverez aussi ces chiffres qui en disent long sur le chemin pris par notre réseau. Les engagements nombreux pour des organisations durables, poussés par l'ADDES (Animation Durable des DESTinations) à la MONA, permettront certainement de mesurer à l'avenir les externalités positives et négatives du tourisme. Le social notamment, parent pauvre des piliers du durable, est aussi scruté par le prisme des Ressources humaines, de l'intégration de la Qualité de vie au travail, des démarches Tourisme et Handicap, de l'emploi. Tous les ingrédients qui permettront de valoriser, reconnaître et ancrer les compétences et talents présents ou à venir dans le réseau des organismes de tourisme : alternance, service civique, saisonniers, parité, CSE, accords d'entreprise, accord de télétravail, gratification, actions de professionnalisation, évolution des statuts, etc.

Cette radioscopie, c'est aussi mettre le doigt sur la capacité de résistance et d'adaptation après des années mouvementées. Les services proposés aux partenaires en sont un bon indicateur et le réseau rassemble 37 % de partenaires en plus par rapport à 2018. Cette progression marque encore davantage ces rôles de fédérateur, de rassembleur et d'apporteurs de services nécessaires.

Vous retrouverez également des analyses départementales et nous en profitons pour remercier les ADT-CDT avec lesquels nous avons pu collaborer pour la collecte et l'analyse des données présentées.

Ce document a pour objectif de donner à chacun - salarié, manager, administrateur, élu, partenaire - des clés de compréhension des évolutions en cours et doit nous permettre de mieux se projeter dans notre réseau de demain.

Bonne lecture

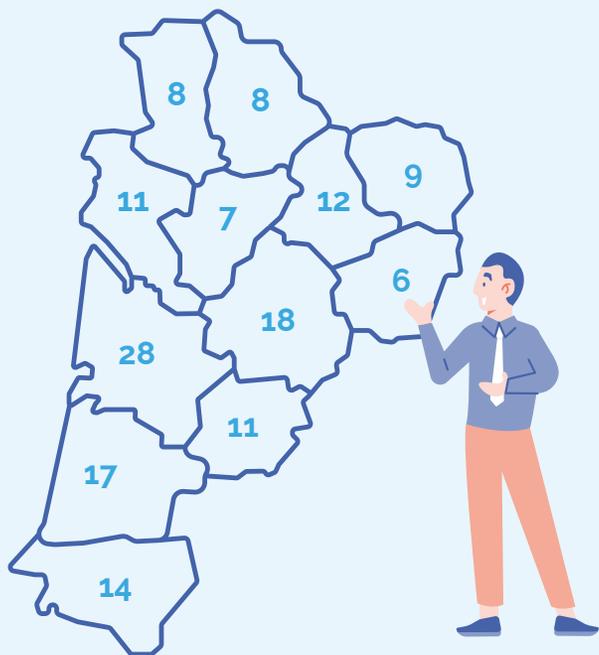
Nicolas Martin

Président de la MONA

Chiffres clés du réseau des offices de tourisme en 2021



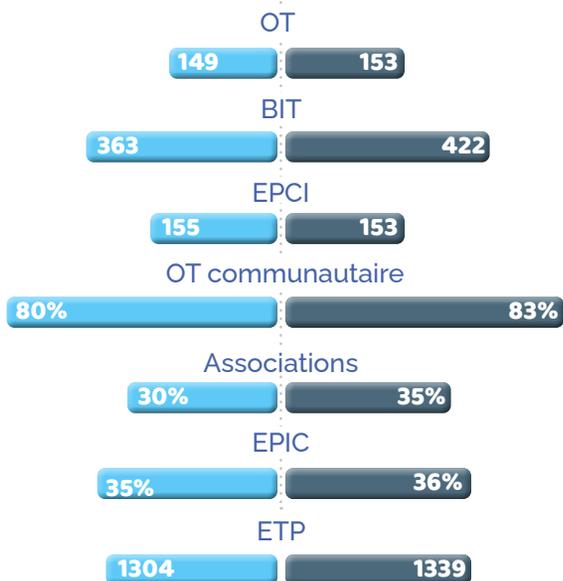
Répartition des OT



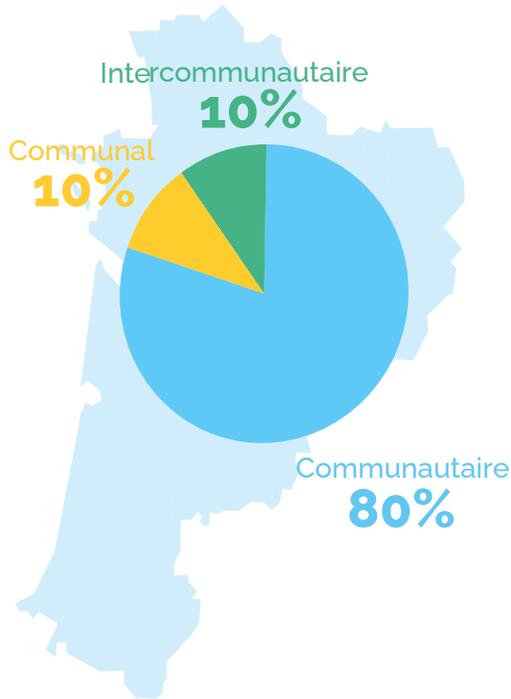
Le jeu des 7 différences



2021 VS 2018



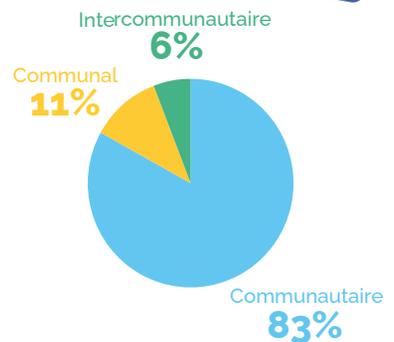
Une majorité d'offices de tourisme communautaires



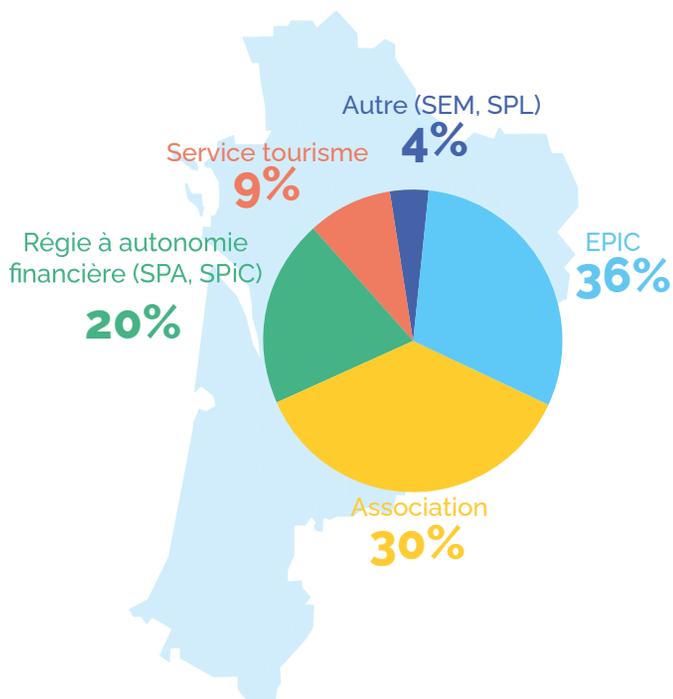
A noter :

Une stabilité dans les territoires de compétences avec des offices de tourisme à 90% communautaires ou intercommunautaires. La possibilité pour les stations classées de récupérer leur compétence engendrera peut-être quelques retours au territoire communal dans les prochaines années

Chiffres 2018



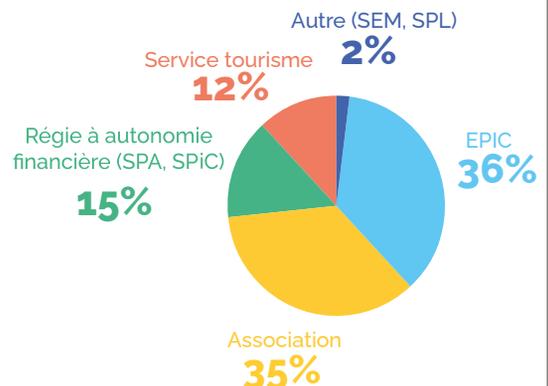
Les statuts



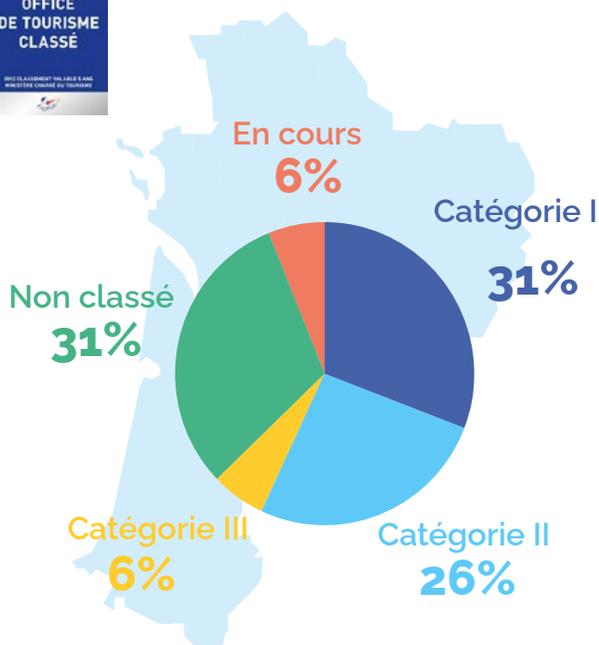
A noter :

Il y a une stabilité dans les statuts avec une tendance renforcée à la gestion par la collectivité

Chiffres 2018



Les démarches de progrès



Le 1er juillet 2019, les nouvelles grilles de **classement des offices de tourisme** et des stations de tourisme sont entrées en vigueur.

Les critères ont été simplifiés, avec désormais **deux catégories**, intégrant une plus grande souplesse des horaires d'ouverture, une dématérialisation possible des supports d'information touristique, une meilleure adaptation des langues parlées demandées...

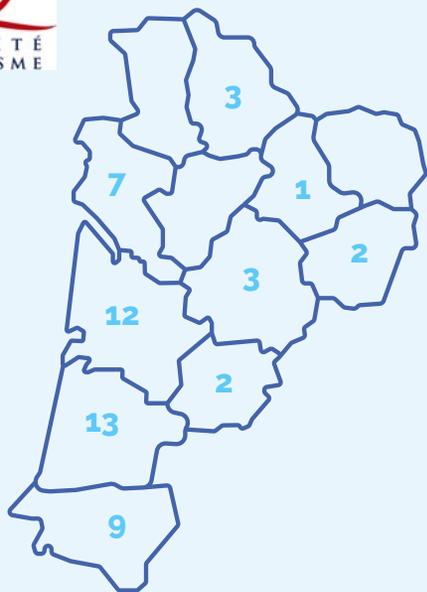
Les offices de tourisme classés avant le 1er juillet 2019 « conservent le bénéfice de leur classement pour la durée fixée par l'arrêté préfectoral prononçant le classement ».

D'ici 2024, les 6% d'OT en catégorie III devront repasser leur classement selon les nouvelles grilles.

A noter :

69 % des offices de tourisme sont classés ou en cours de classement.

Un chiffre en légère augmentation de 5 points par rapport à 2018.



52

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

35 % en 2018



61

soit **41%** des offices de tourisme labellisés **Tourisme & Handicap**

38 % en 2018

Les ressources humaines



1263
salariés permanents
en Nouvelle-Aquitaine

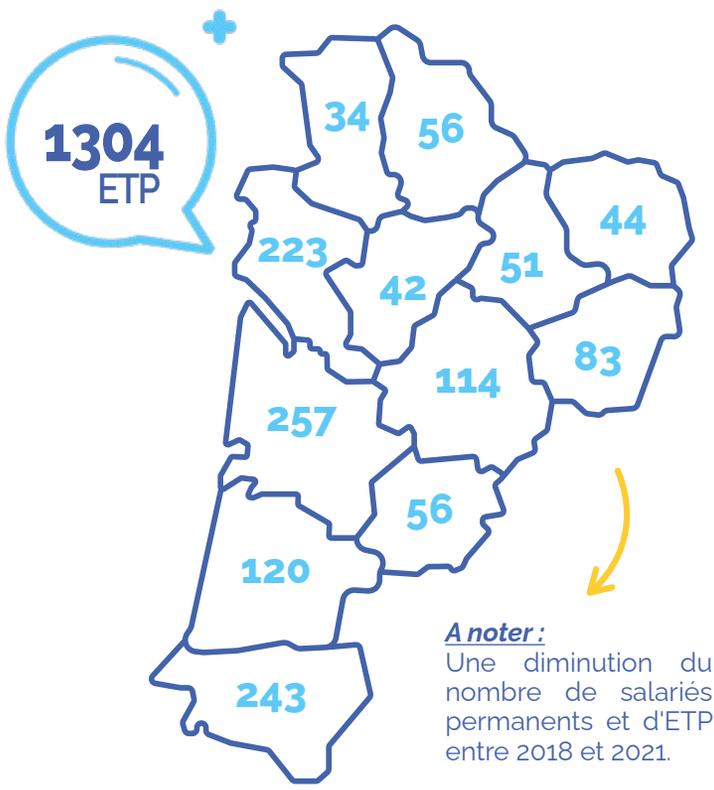
Moyenne d'ETP
8,8

Nombre d'ETP minimum
0,45

Nombre d'ETP maximum
72

Nombre de saisonniers
552

Répartition des ETP par département



ETP	Nb d'OT	% du réseau
<5	63	42%
5<11	54	36%
11<49	29	19%
>49	3	2%

A noter :
78 % du réseau des offices de tourisme ont moins de **11 salariés**

Répartition par contrat de travail

A noter :
Sur la base des OT répondants, on estime à :

53 % le nombre de contrat en CDI
47 % le nombre de contrat en CDD



Répartition Femme - Homme

sur 126 OT répondants



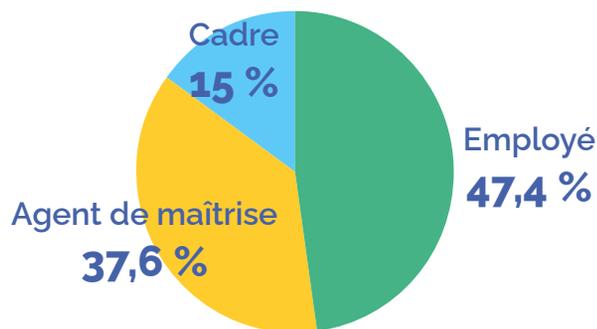
81%



19%

Répartition par statut

sur 126 OT répondants



Répartition Femme - Homme / CSP

sur 126 OT répondants

Employé

83%

17%

Agent de maîtrise

85,7%

14,3%

Cadre

61,6%

38,4%

La prise en compte de la Qualité de Vie au travail dans le réseau

La qualité de vie au travail devient un réel enjeu dans le réseau des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine. En 2021, **8%** des **managers** sont accompagnés dans leur **transformation managériale et organisationnelle**, touchant ainsi **18%** des **salariés du réseau**.



La gestion des RH en matière d'accords d'entreprises et gratification

sur la base des répondants



20 accords d'entreprise

50 accords de télétravail

114 systèmes de gratification

18 CSE mis en place dont

12 pour les OT de + de 11 salariés

L'encadrement aux métiers



552 saisonniers

188 stagiaires sur la base des répondants

36 alternants sur la base des répondants

7 service civique

Les ressources financières

BUDGET CUMULÉ des offices de tourisme

107

millions d'euros



A noter :

Le budget cumulé des offices de tourisme est stable entre 2018 et 2021

Représentation du budget par statut

sur la base des 50% du réseau ayant répondu à ces items

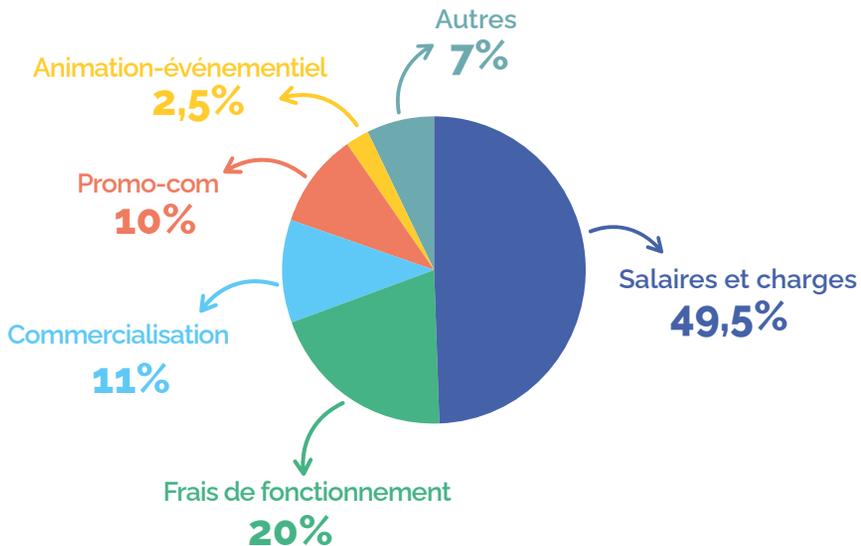
	Asso	EPIC	SPA/SPIC
Budget moyen	628 726 €	1 244 104 €	270 484 €
Part des salaires dans le budget	51,2 %	47,7 %	60,8 %
Part des subventions dans le budget	75,6 %*	33,5%**	48 %

* Taxe de séjour comprise

** Taxe de séjour non-comprise pour EPIC et SPA/SPIC

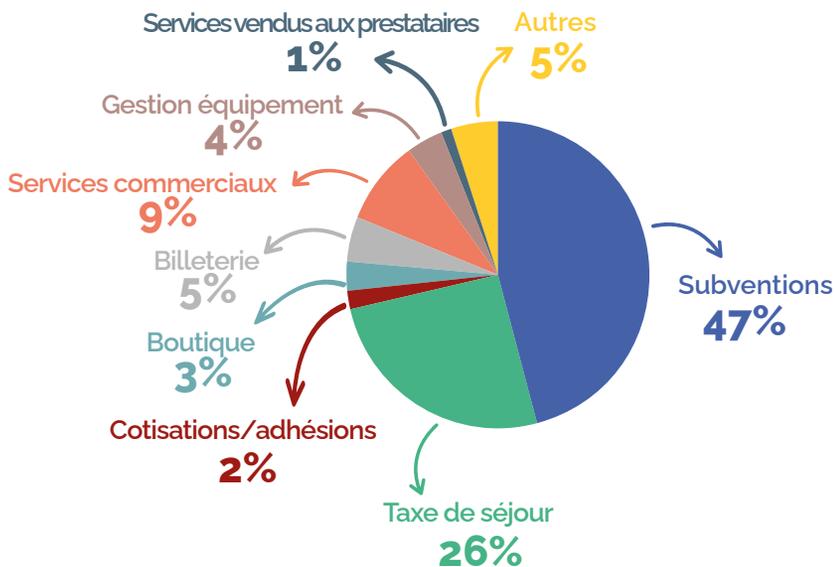
Répartition des budgets par poste de charges

sur la base des répondants à ces items



Répartition des budgets par poste de produits

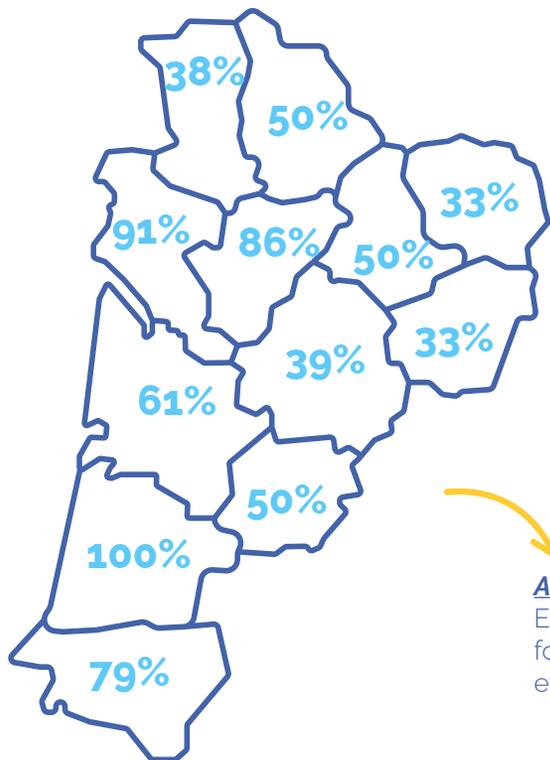
sur la base des répondants à ces items



La professionnalisation du réseau



% des OT de Nouvelle-Aquitaine touchés par département

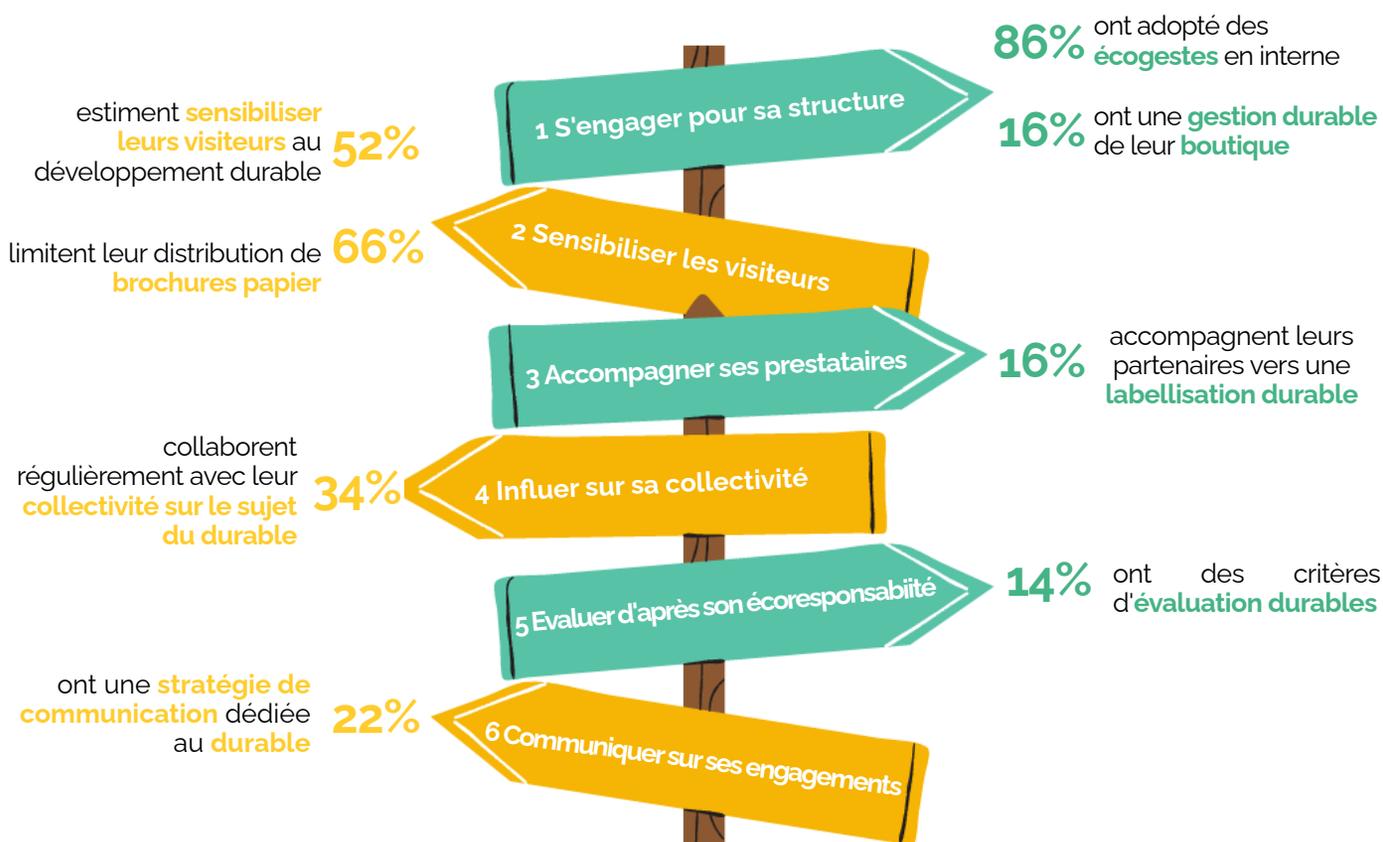


A noter :

En 2021, une action collective de formation a rassemblé CDT, collectivités et 100% des OT des Landes

L'Animation Durable des Destinations en Nouvelle-Aquitaine

Depuis le #NADOT19 à Sarlat, le réseau des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine s'engage petit à petit à travers les 3 piliers du développement durable pour répondre aux défis suivants : préserver l'environnement, promouvoir une économie responsable et favoriser la cohésion sociale. Petits tours d'horizons des actions entreprises auprès des 73% du réseau ayant répondu à l'enquête :



149 bonnes pratiques à retrouver [dans le guide pratique et inspirant de l'ADDES](#)

Repenser les services

D'un point de vue statistique, on relève sur la période 2018-2021 une stabilisation globale dans la manière dont les offices de tourisme se saisissent des missions complémentaires qui leur sont proposées, ce qui paraît cohérent dans un contexte post-structuration très marqué depuis 2017.

L'enjeu semble plus particulièrement se diriger vers le design de cette offre de services, notamment dans la communication qui en est faite auprès des prestataires touristiques de la destination, ou encore dans la définition de la politique tarifaire afférente.

A noter :

Le réseau rassemble **37%** de partenaires en plus par rapport à 2018.

Chiffres clés



71%
gèrent une billetterie



76%
ont une boutique



48%
gèrent les animations et événementiels



52%
sont immatriculés pour commercialiser



29%
gèrent des équipements



4%
sont offices de commerce

AUTRES MISSIONS DES OFFICES DE TOURISME

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

Les stratégies d'accueil

35 millions

de visiteurs accueillis en 2021
dans les offices de tourisme
(physiques et numériques)

8,6 millions

de visiteurs physiques

A noter :

Une baisse de fréquentation de -15,7 %
certainement expliquée par la crise Covid19

27 millions

de visiteurs sur les sites
internet des offices de tourisme

A noter :

Une augmentation de fréquentation des
sites internet de + 32 %

A noter :

En 2021, **27%** du réseau
des offices de tourisme
accompagnés sur le

SADI

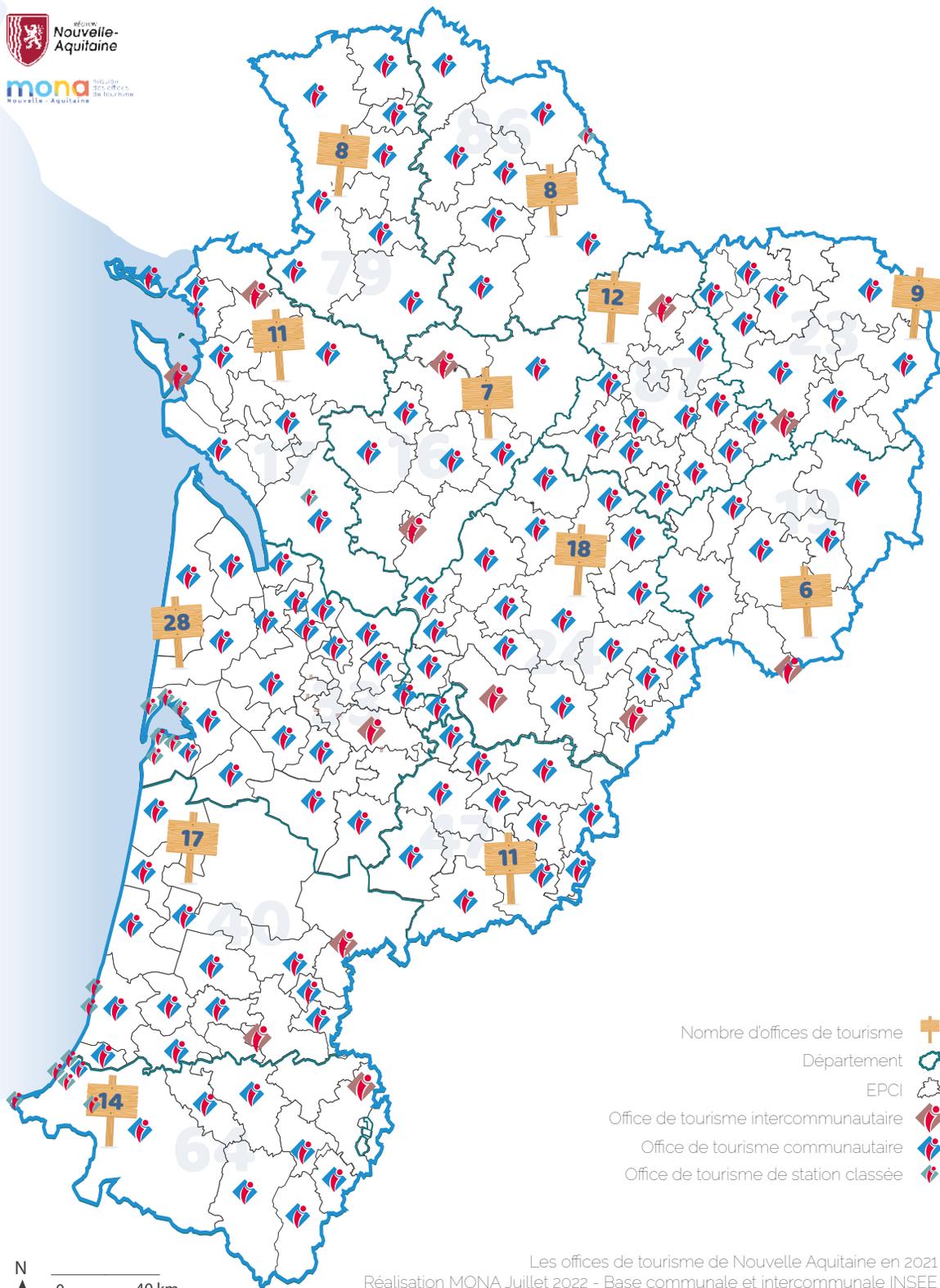
(Stratégie d'Accueil et de
Diffusion de l'Information)



Les offices de tourisme et territoires de Nouvelle-Aquitaine



MONA
Nouvelle-Aquitaine
REGULIER
LES OFFICES
DE TOURISME

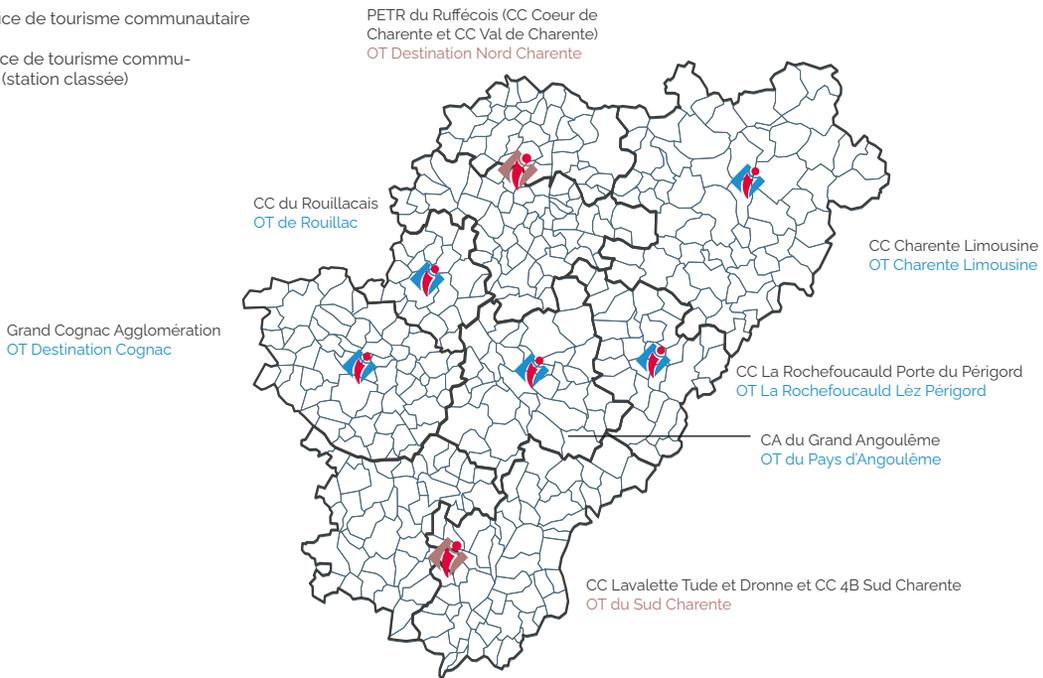


Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2021
Réalisation MONA Juillet 2022 - Base communale et intercommunale INSEE

La radioscopie par département

CHARENTE - 16

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



N
▲ 0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2021
Réalisation MONA Juillet 2022 - Base communale et intercommunale INSEE



Offices de tourisme

7



EPCI

9



BIT

15



ETP

42



Budget moyen

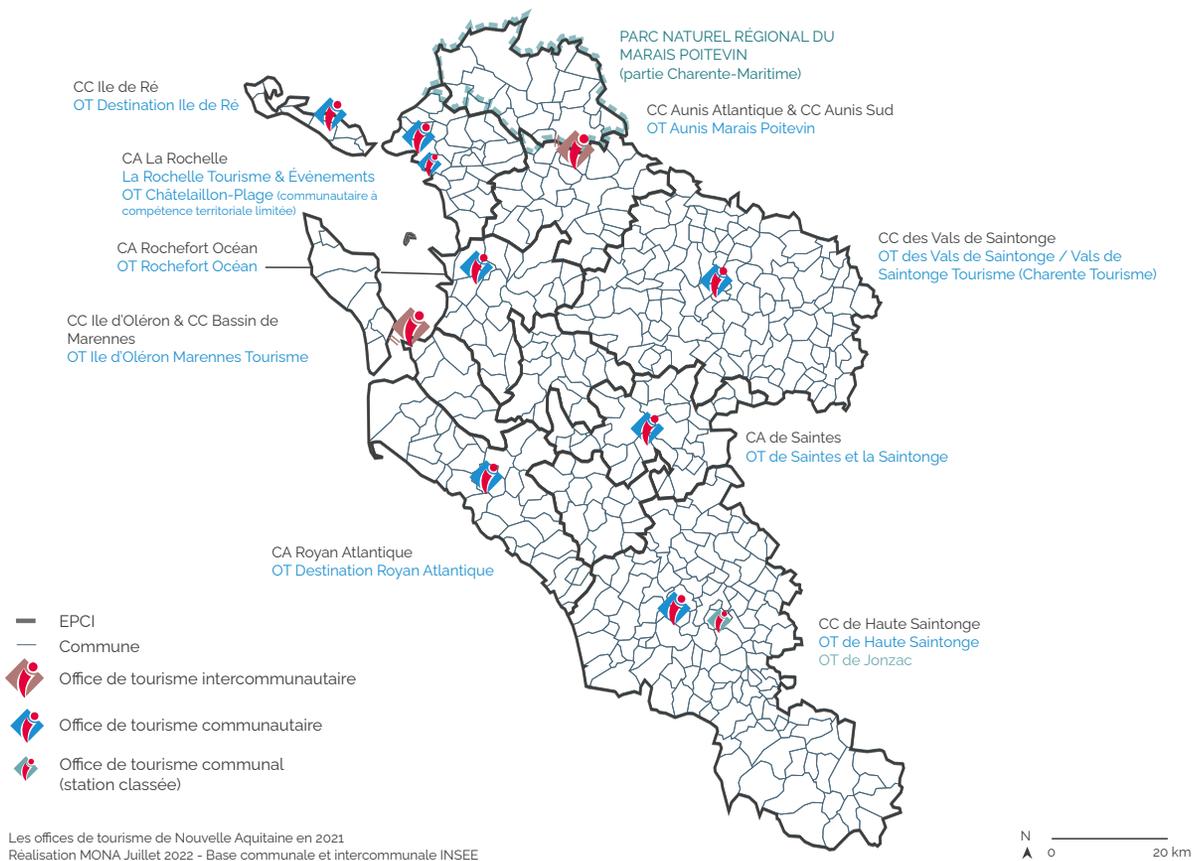
355 591 €

A l'échelle des Charente et Charente-Maritime, le réseau se constitue de 18 offices de tourisme, dénombre 265 ETP et à l'image de l'hétérogénéité régionale : entre 2 ETP et 53 ETP par structure.

Charentes Tourisme, agence touristique interdépartementale créée en 2018, favorise des synergies et compte 63 salariés.

3 offices de tourisme de la Charente sont classés (Catégorie II) et 71% des structures sont sous statut associatif. 6 offices de tourisme sont immatriculés pour commercialiser. 3 structures ont mis en place des accords d'entreprise et/ou des accords de télétravail. Les boutiques se sont maintenues puis développées pour couvrir 100% des structures de Charente-Maritime et Charente.

CHARENTE-MARITIME - 17

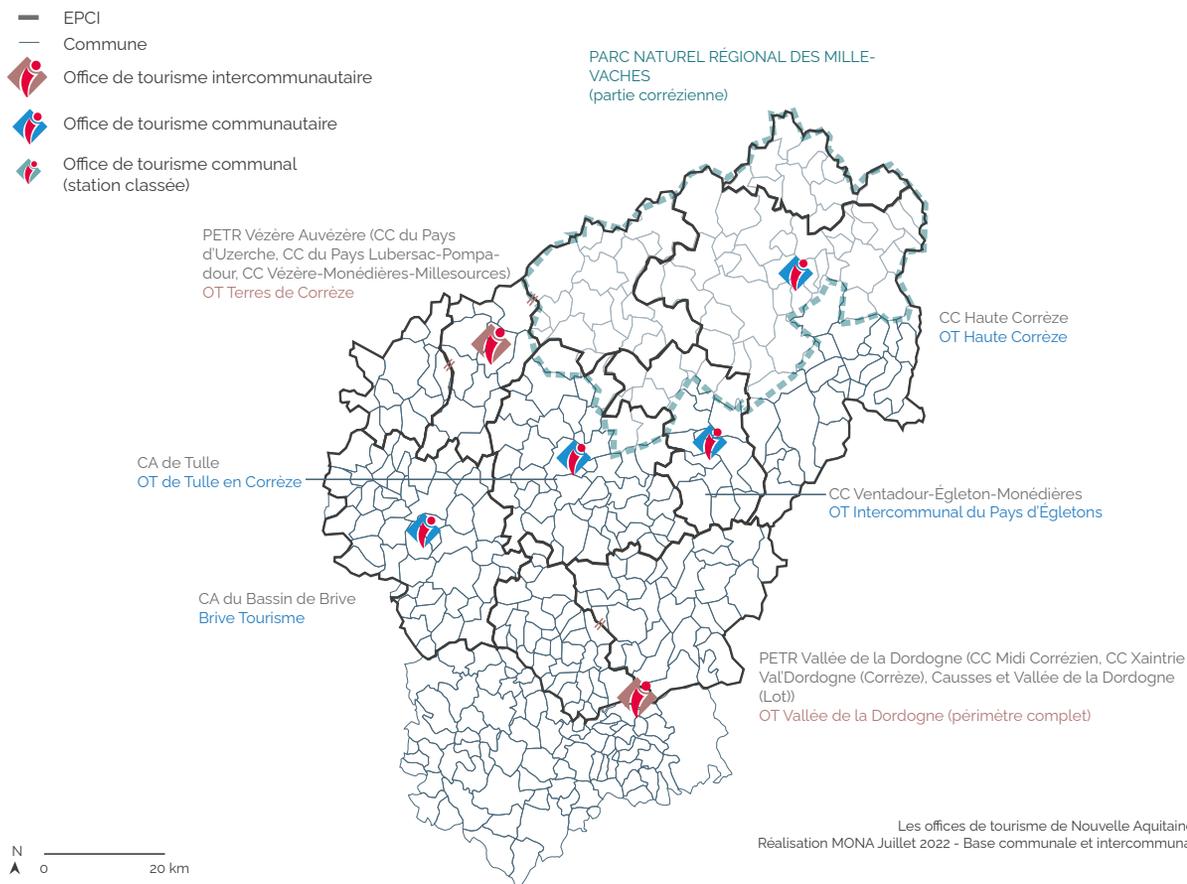


Les 11 offices de tourisme de Charente-Maritime proposent un large panel de statuts (EPIC, Association, SEM, SPL, SPA). 5 offices de tourisme ont plus de 20 ETP et 64% sont classés Catégorie I. Pas moins de 100 saisonniers complètent les équipes. 94 % des offices de tourisme de Charente et Charente-Maritime gèrent une billetterie et 83 % sont immatriculés pour commercialiser. Plus de 6100 partenaires trouvent un intérêt

à travailler avec les offices de tourisme des Charentes.

Comme en Gironde, le nombre important d'ETP en Charente-Maritime explique la déclaration de mise en place de CSE tandis que 6 OT déclarent la mise en œuvre d'accord de télétravail sur le département. Globalement, les offices de tourisme des Charentes se sont stabilisés depuis la précédente radioscopie.

CORRÈZE - 19



Offices de tourisme

6



EPCI

9



BIT

26



ETP

65



Budget moyen

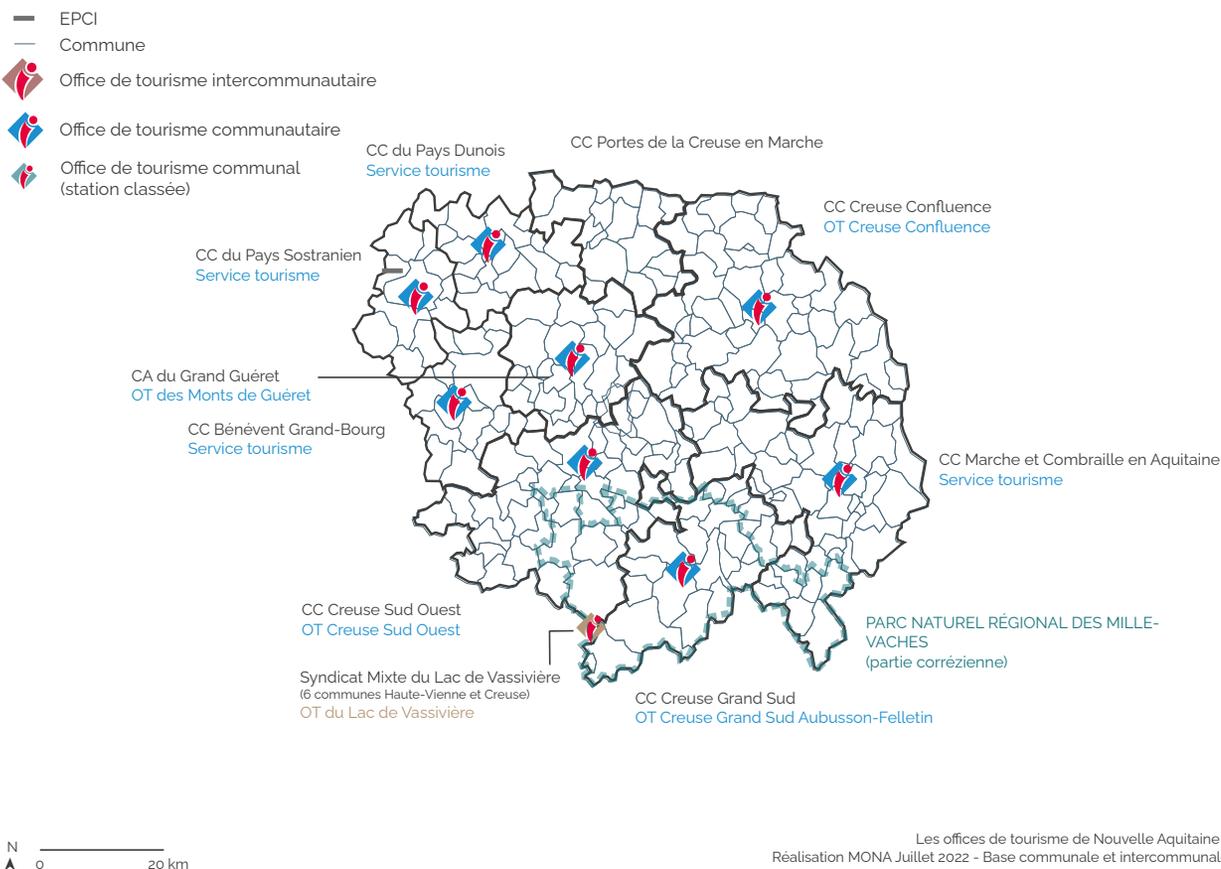
952 001 €

L'organisation touristique se caractérise par 4 OT communautaires et 2 OT intercommunautaires. Brive Tourisme, poids lourd commercial et attractif, représente 45 % des ETP du département et a fusionné avec la SPL au 1er janvier 2022*, marquant une hétérogénéité sur le nombre de salariés permanents : de 3 à 62 selon les structures. Vallée de la Dordogne se distingue par une compétence à cheval sur deux régions et deux départements dans une vraie logique de destination. Tulle est une agence d'attractivité tandis que Terres de Corrèze est

une SPL. Il est à noter que 100 % des offices de tourisme gèrent une billetterie et une boutique. 4 OT sont classés catégorie I et II ou en cours de classement. 2 OT sont marqués Qualité Tourisme.

L'Agence de Développement Touristique Corrèze Tourisme regroupe au sein d'une même structure la Direction du Tourisme du Conseil Départemental, et les ex CDT, SLA, et UDOTSI.

*Statut associatif pris en compte dans les données 2021

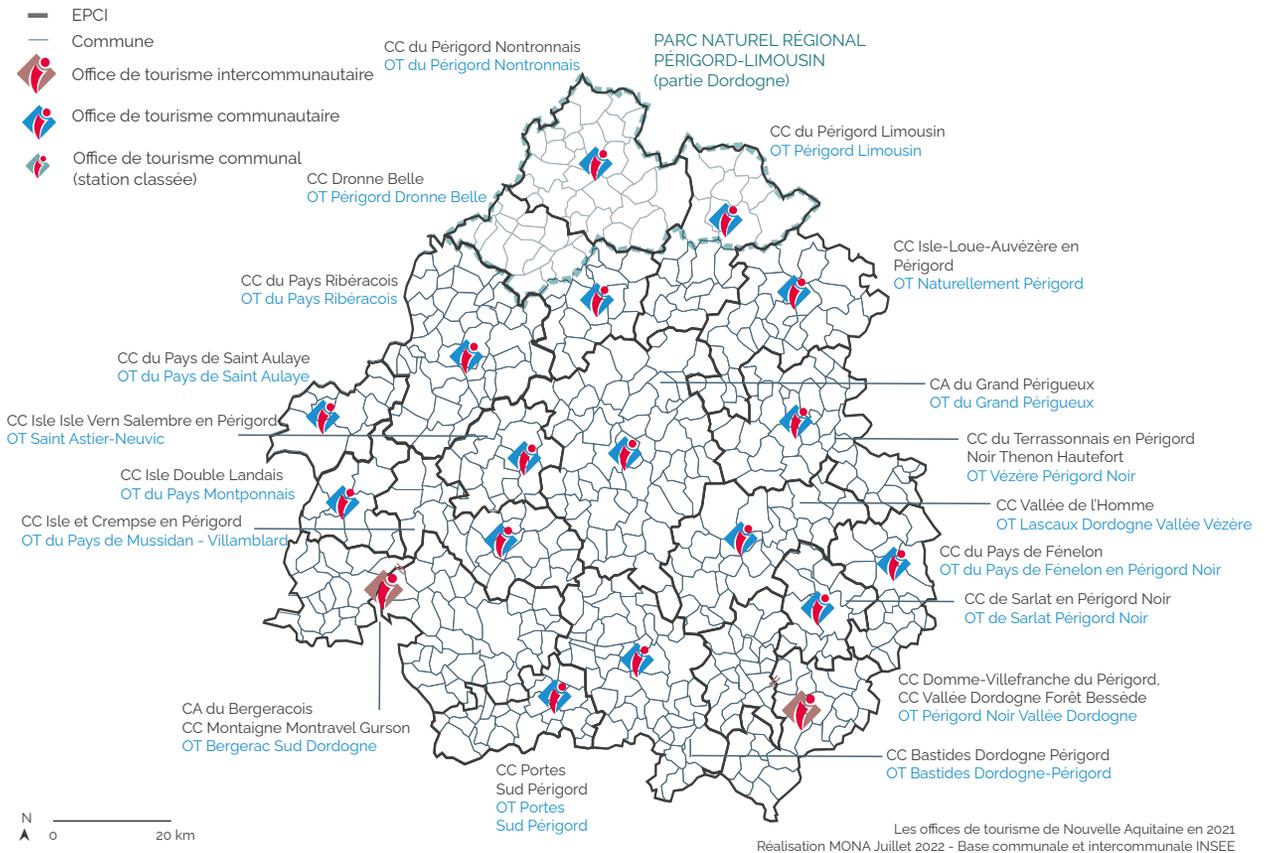


La Creuse a vécu en 2020 une étape de défusion. Ainsi, le département passe de 7 offices de tourisme pour 7 EPCI à 9 offices de tourisme pour 9 EPCI. Le statut d'EPIC est délaissé au profit d'une gestion intégrée à la collectivité au sein d'un service tourisme. On note une diminution importante du nombre d'ETP, avec une moyenne par structure de 4,9 ETP (7 ETP en moyenne en 2018). 5 OT sont

classés en catégorie II ou sont en cours de classement. Aucun OT n'est marqué Qualité Tourisme en 2021.

Enfin, le nombre de BIT est passé de 22 à 14. L'ADRT Creuse Tourisme s'est orientée plus fortement vers l'ingénierie territoriale. Un site internet portail a vu le jour, regroupant les informations et conseils de l'ensemble des territoires creusois.

DORDOGNE - 24



Offices de tourisme

18



EPCI

20



BIT

49



ETP

114



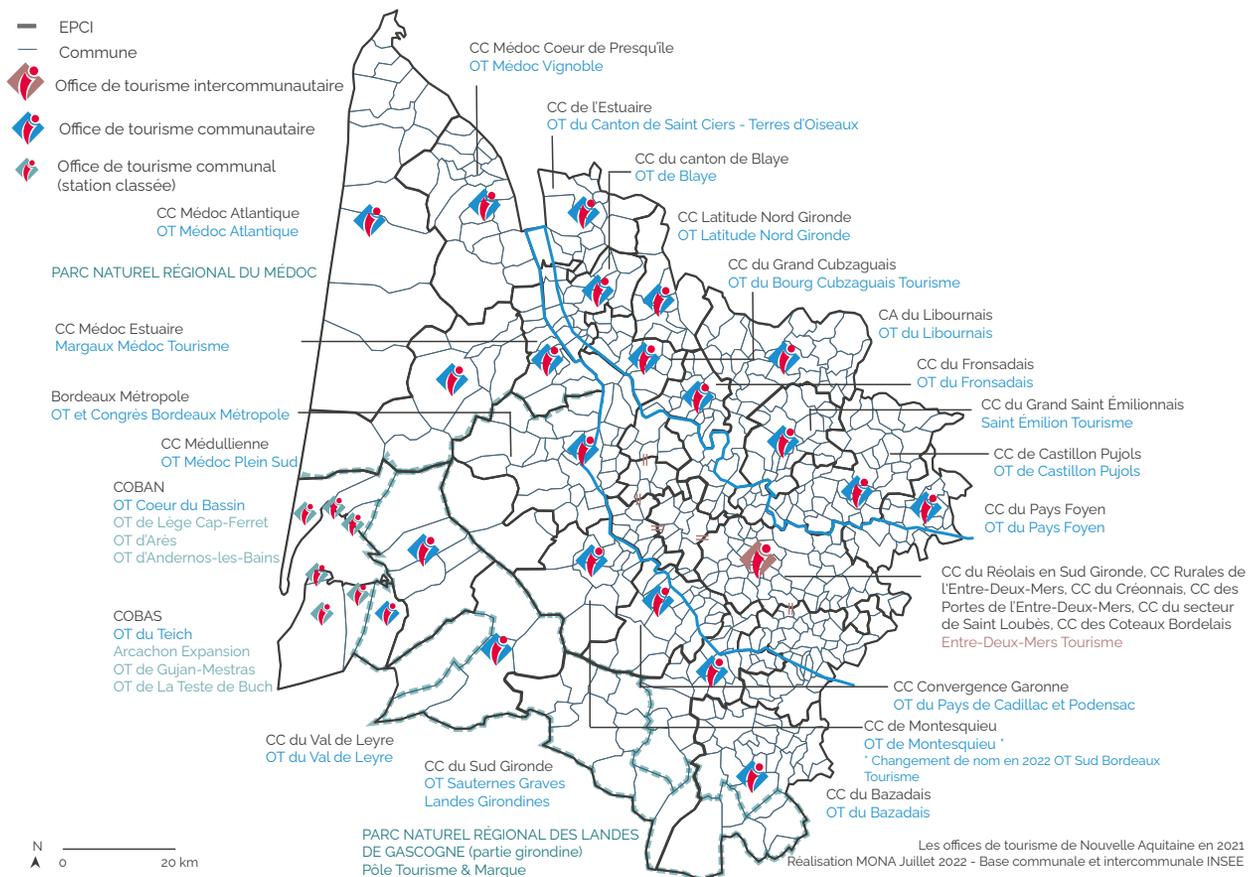
Budget moyen

645 624 €

Le département compte 88% d'OT communautaires. Les offices de tourisme offrent un large spectre de statuts avec 22 % d'associations, 28 % d'EPIC, puis une SEM, des SPA, des SPIC et des services Tourisme au sein de la collectivité. La gouvernance publique gagne du terrain progressivement depuis 10 ans en Dordogne. On comptait par exemple 47% d'association en 2019. 11 OT sont classés catégorie I, II et III ou sont

en cours de classement. En terme d'activité, on note une légère progression des indicateurs : +14 points pour la gestion de la boutique, et +12 points pour la billetterie. A noter que 56 % gèrent des animations, et qu'un tiers sont engagés dans Tourisme et Handicap.

GIRONDE - 33



Offices de tourisme

28



EPCI

28



BIT

52



ETP

257



Budget moyen

986 061 €

Département recensant le plus d'offices de tourisme en termes de volume, il est naturel de retrouver cette tendance se traduire dans le nombre d'ETP cumulés (257, stable par rapport à 2018).

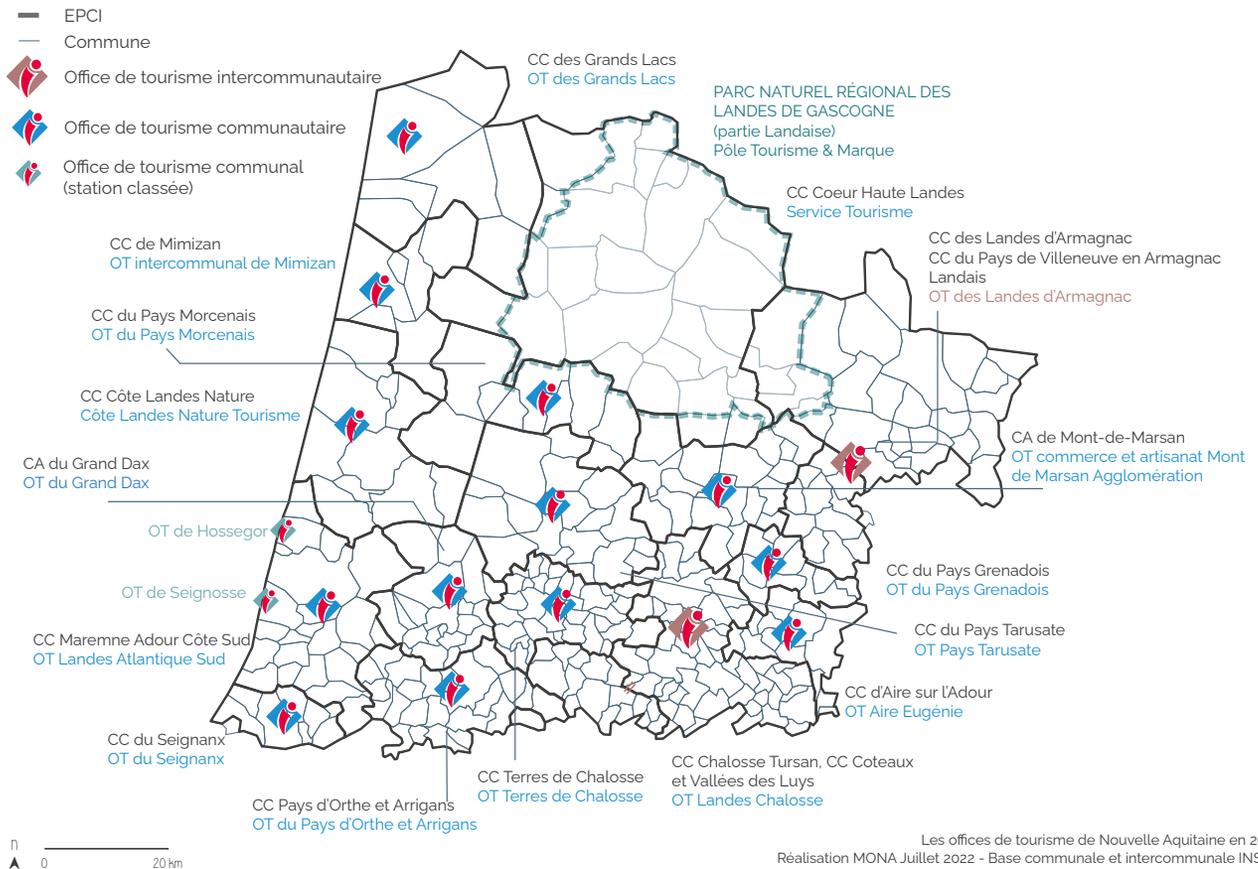
En conséquence, une certaine hétérogénéité dans les pratiques se constate : 35% sont impliqués dans la labellisation Tourisme & Handicap et 43% dans Qualité Tourisme.

Les offices de tourisme girondins peuvent,

pour ceci, s'appuyer sur l'expertise de l'ADT Gironde Tourisme pour l'accompagnement à l'obtention de ces labels, ainsi que sur d'autres sujets : classement préfectoral, Accueil Vélo, Vignobles et Découvertes, Hébergement Pêche...

En parallèle, 5 structures de taille importante ont mis en place un CSE ces dernières années, et on dénombre 7 contrats d'alternance en place.

LANDES - 40



Offices de tourisme

17



EPCI

18



BIT

35



ETP

120



Budget moyen

605 418 €

Contrairement à 2018, 76% des OT du département des Landes ont un territoire de compétence communautaire (-7 points). De manière générale, on remarque une stabilisation des indicateurs de structuration des offices de tourisme à l'échelle du département : le profil type se situe autour d'une structure en statut associatif (52%), engagée dans la marque Qualité Tourisme (76%). Au niveau RH, les structures se

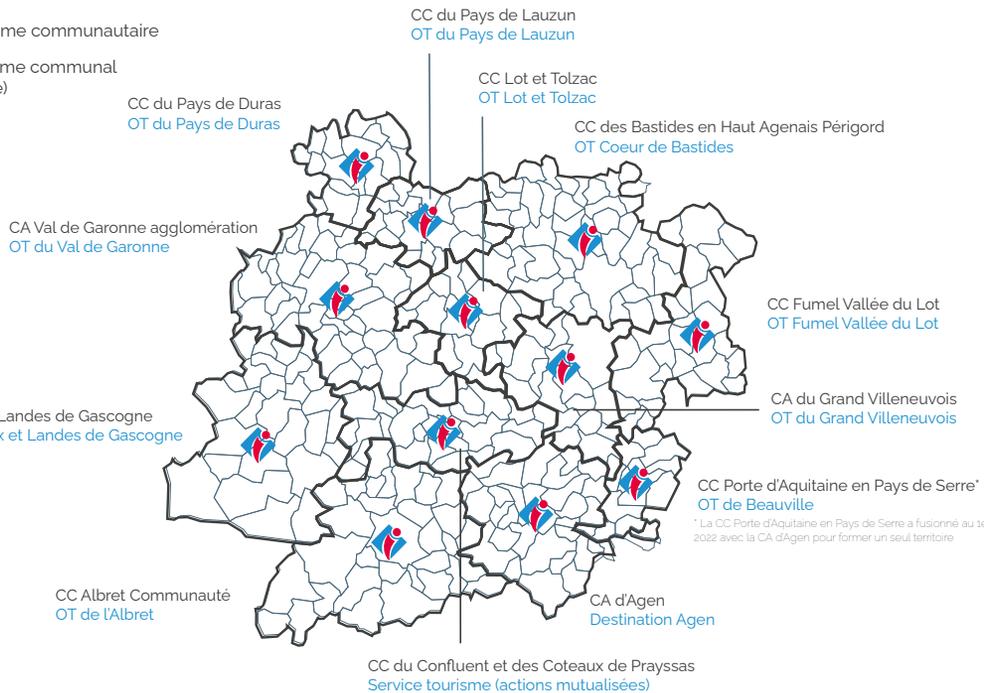
constituent de 1 à 17 ETP.

A noter la progression du nombre de structures classées en catégorie I (+9 points), et la spécificité territoriale de ce département qui recense 2 offices de tourisme qui sont dotés de la compétence "commerce".

A noter que les offices de tourisme peuvent désormais s'appuyer sur un CDT devenu une agence d'attractivité en 2022.

LOT-ET-GARONNE - 47

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



N
▲ 0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2021
Réalisation MONA Juillet 2022 - Base communale et intercommunale INSEE



Offices de tourisme

11



EPCI

12



BIT

22



ETP

56



Budget moyen

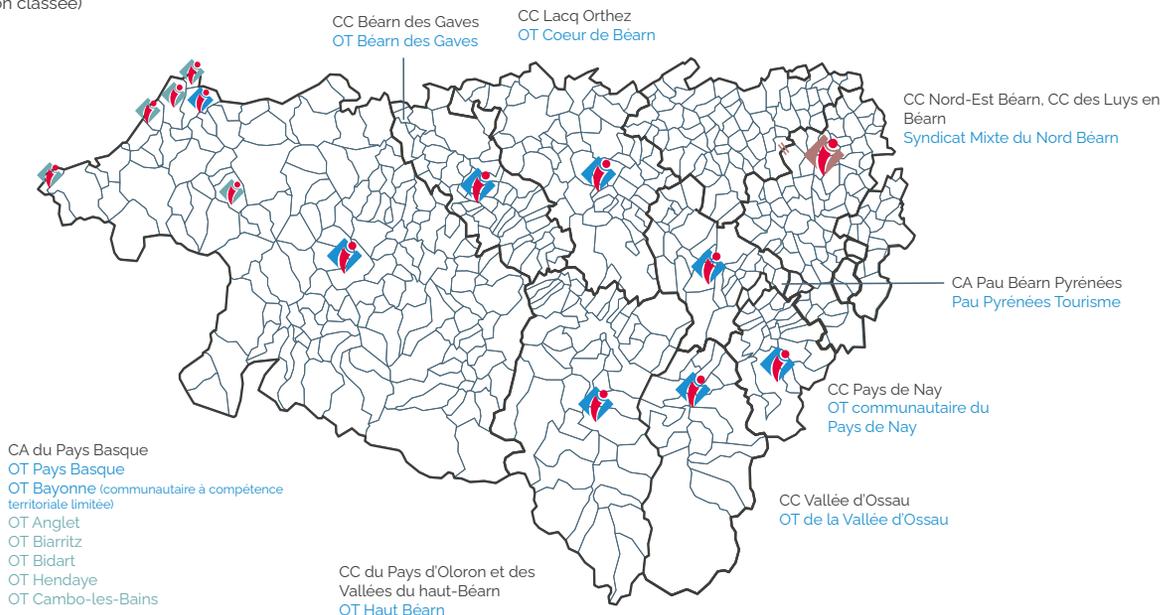
435 674 €

Les offices de tourisme du Lot-et-Garonne sont tous communautaires. Des évolutions sont à noter au niveau du classement avec 2 en Catégorie I, 4 en Catégorie II et 2 en cours de classement. Il est à noter que 54% des OT gèrent un équipement (+9 points) et ont une forte dimension développement territorial dans leur stratégie. Ils sont particulièrement engagés dans

la mission billetterie (72%), moins dans la commercialisation, la boutique et les animations. 56 % des offices de tourisme ont établi des accords de télétravail. 17 % des salariés ont un statut cadre. Le CDT est devenu Agence de Développement et de Réservation Touristique en 2022.

PYRÉNÉES-ATLANTIQUES - 64

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



N
▲ 0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2021
Réalisation MONA Juillet 2022 - Base communale et intercommunale INSEE



Offices de tourisme

14



EPCI

9



BIT

45



ETP

242



Budget moyen

1 480 051 €

Organisé autour de 2 pôles géographiques, le Pays Basque et le Béarn, le département des Pyrénées-Atlantiques recense 14 offices de tourisme, majoritairement sous statut d'EPIC (64%) et légèrement à tendance communautaire (59%).

Depuis 2019, on note une progression de l'implication des structures dans les démarches de progrès. Ainsi, 71% des OT sont marqués Qualité Tourisme et classés catégorie 1 (+11 points), et 78% sont labellisés Tourisme & Handicap (+2 points).

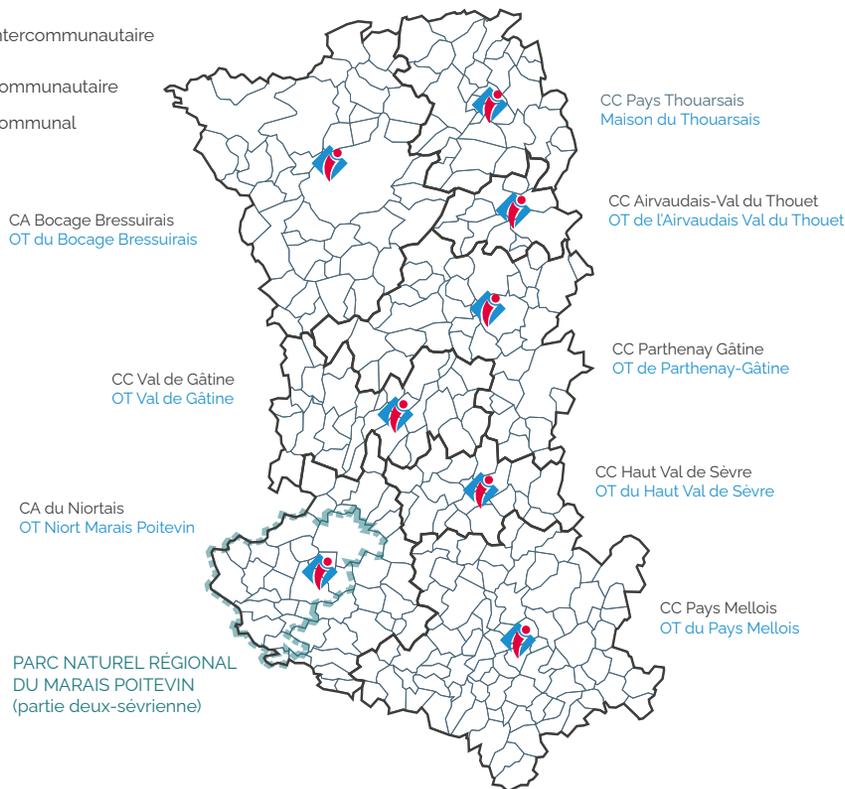
Au niveau RH, le nombre d'ETP a progressé de 10% depuis la dernière radioscopie, pour grimper à 242.

Les missions des offices se diversifient toujours plus, au fur et à mesure que les structures se développent : 93% font de la billetterie (+5 points), 78% gèrent une boutique (+18 points), 85% sont immatriculés pour commercialiser (+14 points), en synergie notamment avec l'Agence d'attractivité et de Développement Touristiques.

DEUX-SÈVRES - 79

- EPCI
- Commune

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



N
▲ 0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2021
Réalisation MONA Juillet 2022 - Base communale et intercommunale INSEE



Offices de tourisme

8



EPCI

8



BIT

10



ETP

34



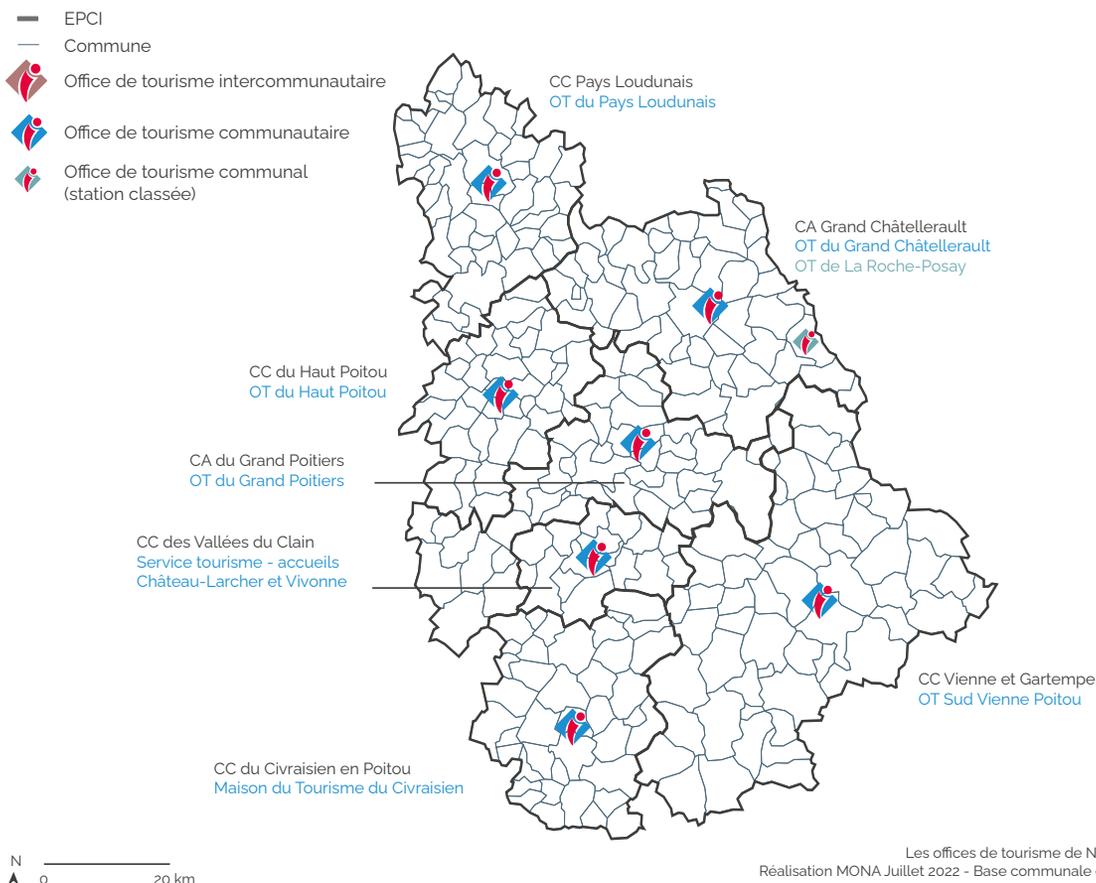
Budget moyen

345 919 €

Le département des Deux-Sèvres se caractérise en 2021 par une gouvernance en majorité publique à l'échelle communautaire. 75% des structures sont en régie à autonomie financière ou gérées directement par la collectivité au sein d'un service tourisme. L'échelon départemental est également représenté directement par le Conseil départemental. Le seul office de tourisme

persistant en association se transforme en EPIC en 2022. Cela explique le faible taux de classement ou de labellisation. Le nombre de bureaux d'accueil, lui, n'a pas évolué. On note une évolution à la hausse du nombre d'ETP. (+2% par rapport à 2018) Enfin, 87% des OT ont une boutique, 38% commercialisent des séjours et 63% font de la billetterie (+12,5 points).

VIENNE - 86



Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2021
Réalisation MONA Juillet 2022 - Base communale et intercommunale INSEE



Offices de tourisme

8



EPCI

7



BIT

23



ETP

56



Budget moyen

450 399 €

La moitié des 8 offices de tourisme constitués sur le département de la Vienne le sont en tant qu'EPCI. Les enjeux territoriaux locaux ont amené les structures à fortement se saisir de missions optionnelles : 75% sont dotés d'une boutique, 63% gèrent une billetterie, 75% organisent des animations, et 38% commercialisent.

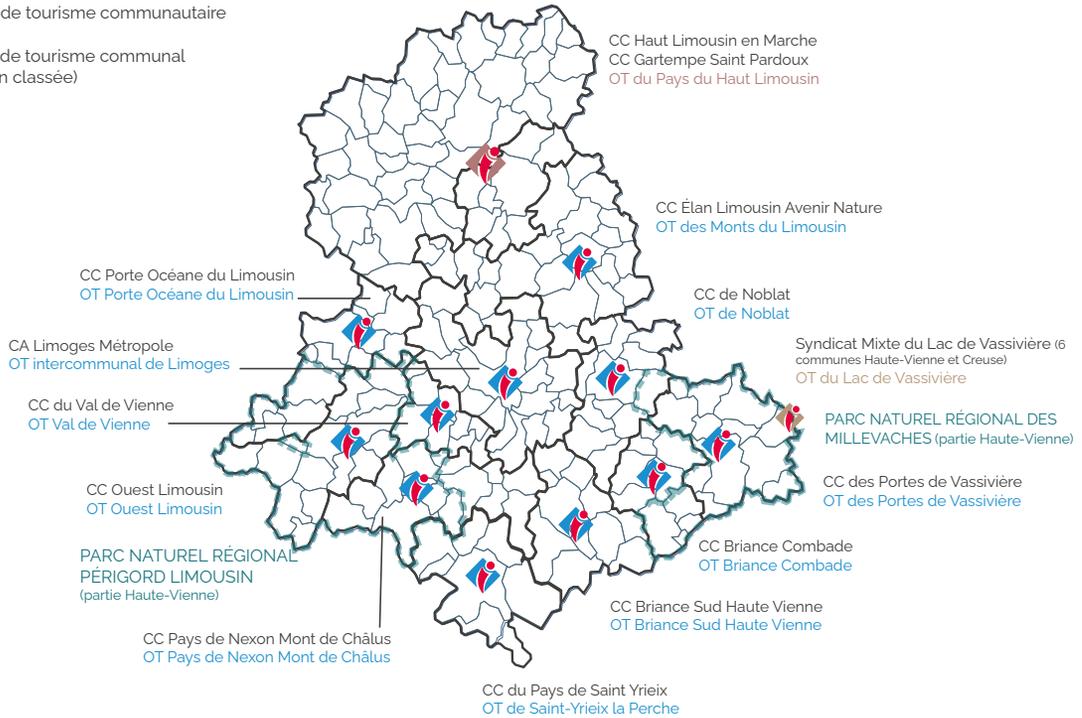
En matière de démarche de progrès, la dynamique autour de Tourisme & Handicap se

stabilise par rapport à 2019 (38%), et on note une légère augmentation de l'implication dans Qualité Tourisme (38%, à +13 points).

L'agence de créativité et d'attractivité du Poitou est l'agence opérationnelle de développement du tourisme dans le département de la Vienne. Elle anime également des projets avec les offices de tourisme via le Club Poitou Pro.

HAUTE-VIENNE - 87

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



N
A 0 20 km

Les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine en 2021
Réalisation MONA Juillet 2022 - Base communale et intercommunale INSEE



Offices de tourisme

12



EPCI

13



BIT

21



ETP

51



Budget moyen

328 299 €

Les limites territoriales, statuts et nombre d'ETP des offices de tourisme de Haute-Vienne sont restés stables depuis 2018. Les statuts sont très hétérogènes avec des associations, EPIC, régies autonomes en SPA et services tourisme. Billetterie (50%), boutique (75%) et animations (58%) sont les missions le plus souvent prises en charge par les offices de tourisme dans le département.

33% d'entre eux commercialisent des séjours. La principale évolution se trouve dans la création de Terres de Limousin, une nouvelle structure sous forme de Société Publique Locale qui reprend les missions du CDT Haute-Vienne Tourisme et souhaite travailler sur la synergie entre échelon communautaire et départemental.

Radiocopie des offices de tourisme Nouvelle-Aquitaine

mona mission
des offices
de tourisme
Nouvelle - Aquitaine

SUIVEZ-NOUS !



La certification qualité a été délivrée au titre
des catégories suivantes :
ACTIONS DE FORMATION



60-64 rue Joseph Abria
33000 Bordeaux



05 57 57 03 88



mona@monatourisme.fr
professionnalisation@monatourisme.fr



www.monatourisme.fr

MENTIONS LEGALES

Données récoltées auprès des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine par la
MONA et les ADT/CDT sur des données de 2021.

Textes : MONA

Photos : MONA

Illustrations : MONA & freepik.com