

Publié le 18 septembre 2013

Angers Loire Tourisme met la performance au service du public

En centre ville, face au château d'Angers, Angers Loire Tourisme veut s'affirmer comme une locomotive du développement touristique local. A la notion de service public s'ajoute celle de performance économique, dans une logique de valorisation des atouts du territoire.



En passant en 1994 du statut d'association à celui de Société d'économie mixte, l'office de tourisme est vite devenu le fer de lance du développement touristique de la communauté d'agglomération Angers Loire Métropole. « Avec son statut de Sem, l'office conjugue intérêt général et pertinence économique sur ce territoire de Maine-et-Loire qui compte 270 000 habitants et 33 communes », explique Jean-Michel Geneteau, directeur général d'[Angers Loire Tourisme](#). Cette logique de performance se retrouve dans toutes les missions confiées à l'office de tourisme : accueil et information, promotion et marketing, communication, exploitation de sites et d'événements, et bureau des congrès.

Quatre départements ont été créés pour gérer chacun de ces pôles, avec cette double notion de service public et de réussite commerciale. « La fonction accueil, par exemple, est avant tout de donner une bonne information aux habitants et aux touristes, mais aussi de valoriser les produits et services de nos partenaires régionaux grâce à la boutique et à la billetterie. L'un et l'autre génèrent du chiffre d'affaires », commente Jean-Michel Geneteau. « Le service de billetterie propose l'accès à des sites touristiques, à des manifestations, ou encore à des activités comme le vélo et le tourisme fluvial ». Avec onze « équivalent temps plein », ce service génère ainsi environ 420 000 euros de chiffre d'affaires par an.

Des objectifs de qualité

Ces objectifs de performance se retrouvent dans l'implication des salariés de l'office de tourisme dans une politique de qualité. « L'objectif est d'optimiser les ressources et les moyens déployés », poursuit le directeur général d'Angers Loire Tourisme. Un contrat d'intéressement a été fixé pour mieux impliquer le personnel de l'office, basé sur des critères de performances. En ligne de mire : promouvoir la consultation du site internet, maîtriser les charges, pérenniser la certification Iso 9001 (version 2000) obtenue en 2007, « ou encore être à l'écoute des clients, usagers d'un service public qui doit rester de haut niveau ».

Autre exemple : le développement des rencontres professionnelles, assuré au sein de l'office du tourisme depuis 2009 par un bureau des congrès composé d'une équipe de 5 à 6 personnes. « On est dans le même esprit, confirme Jean-Michel Geneteau. Le travail est d'accompagner les organisateurs pour les inciter à choisir la destination et à utiliser les prestations locales les mieux adaptées à leurs besoins ». L'ambition est là encore de « générer des flux bénéfiques à l'ensemble des acteurs économiques locaux ».