

SESSION 2017

CAPET CONCOURS EXTERNE

Section : ÉCONOMIE ET GESTION

Option : GESTION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES

COMPOSITION DE SCIENCES DE GESTION

Durée : 5 heures

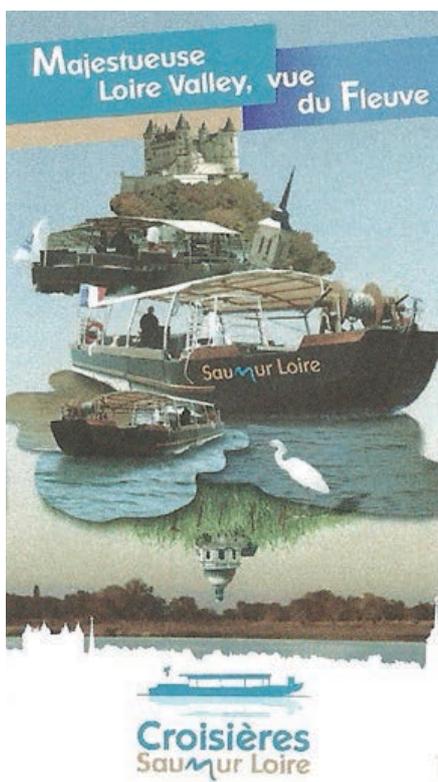
Calculatrice électronique de poche - y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

NB : *La copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.*



Fin 2010, Bernard Henry en pleine reconversion professionnelle, est interpellé par la mise en vente, annoncée dans la presse, d'un bateau de passagers, le « Saumur Loire », alors exploité par la société des Bateaux Nantais. L'arrêt de l'exploitation du bateau aurait signifié la fin d'un effort de mise en valeur du potentiel ligérien du Saumurois, effort initié par les autorités municipales et poursuivi pendant plus de dix ans avec le soutien du monde viticole.

Cet ancien officier de marine passionné de navigation et amoureux de son territoire y voit l'opportunité de se reconvertir dans le domaine touristique. Il rachète le bateau et fonde en mai 2011 la **Compagnie Saumuroise de Navigation Saint Nicolas (La CSNSN)**, une société par action simplifiée unipersonnelle (SASU) au capital de 10 000 €.

Sous la marque « Croisières Saumur Loire », il développe une activité de croisières fluviales au départ de Saumur en proposant plusieurs produits à une clientèle de locaux et de touristes français et étrangers : croisières découvertes, croisières repas, croisières à la carte. Afin de faire atteindre à la CSNSN une taille critique, Bernard Henry décide en 2013 d'élargir son activité à un service de navettes sur la Loire.

Le succès est rapidement au rendez-vous. En cinq ans, grâce à l'exploitation du seul bateau de sa flotte (le Saumur Loire), le chiffre d'affaires de la CSNSN est multiplié par trois et le nombre de passagers double quasiment.

	2011	2012	2013	2014	2015
Chiffre d'affaires	53 157 €	96 837 €	112 968 €	137 990 €	151 013 €
Nombre de passagers	6 798	9 700	11 100	11 629	13 400

Bernard Henry ambitionne faire de la CSNSN l'un des opérateurs touristiques qui contribuent à donner à Saumur l'image d'une destination de tourisme durable majeure. Il est convaincu qu'il convient pour cela d'œuvrer à la fédération des acteurs ligériens qui concourent à la mise en beauté et à la préservation du patrimoine régional. Il milite également depuis la création de la compagnie auprès des collectivités et des élus pour le développement d'un projet d'itinérance fluviale sur la Loire à l'image de « la Loire à Vélo » : la « Loire à Bateau ».

S'appuyant sur les recommandations d'un cabinet d'études marketing auquel il a confié la réalisation d'un diagnostic stratégique, il a identifié quatre axes de développement prioritaires :

- ✓ Assurer la pérennité de l'entreprise
- ✓ Devenir acteur du tourisme durable
- ✓ Créer une synergie locale entre les acteurs concernés
- ✓ Devenir une vitrine du patrimoine local et des savoir-faire locaux.

C'est dans le cadre de la mise en œuvre de ce plan stratégique que trois dossiers vous sont confiés :

Dossier 1 - Les orientations stratégiques de la CSNSN

Dossier 2 - L'ouverture de la boutique « Les Docks de Loire »

Dossier 3 - La gestion de la boutique « Les Docks de Loire »

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie.

Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► **Concours externe du CAPET de l'enseignement public :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8054E	101	7392

LISTE DES ANNEXES

Numéro	Intitulé	Page
1	La CSNSN : quelques dates importantes	3
2	Les parties prenantes de la CSNSN	3
3	Les produits « croisières » et « navettes »	4
4	L'action du MAEDI en matière de promotion du tourisme	5 et 6
5	Données financières de la SASU CSNSN	7 et 8
6	Les attraits touristiques du territoire saumurois	9 et 10
7	L'ouverture de la boutique « Les Docks de Loire »	10 et 11
8	Interview de Bernard Henry	11 et 12
9	Eléments d'information relatifs à la trésorerie de la boutique	12

DOSSIER 1 - Les orientations stratégiques de la CSNSN
--

Avant de réfléchir aux orientations stratégiques qui s'offrent à la CSNSN, Bernard HENRY souhaite disposer d'un état des lieux du tourisme durable dans lequel il souhaite intégrer sa démarche.

1.1 Identifiez les grandes caractéristiques du tourisme durable (environ une page).

Le ministère des Affaires étrangères et du développement international (MAEDI) a lancé une politique touristique ambitieuse visant à renforcer l'attractivité et le rayonnement de la France avec l'objectif d'accueillir 100 millions de visiteurs internationaux en France en 2020. Cinq pôles d'excellence ont ainsi été définis.

1.2 Montrez en quoi les nouvelles directives du MAEDI en matière de tourisme constituent une opportunité de développement pour l'activité touristique du saumurois d'une part et de la CSNSN d'autre part.

La réflexion stratégique doit également prendre en compte la situation financière de la CSNSN. Bernard Henry souhaite que vous l'éclairiez sur ce point.

1.3 Élaborez le diagnostic financier de la CSNSN avec les indicateurs qui vous paraissent pertinents (en une vingtaine de lignes).

L'ensemble des travaux précédents permettent désormais de réfléchir sur les orientations stratégiques possibles pour la CSNSN.

1.4 En vous aidant de la matrice produits/marchés d'Igor ANSOFF, faites trois propositions d'axes de développement d'activités possibles pour la CSNSN. Pour chaque proposition vous préciserez ses intérêts et ses contraintes (légal, financières, organisationnelles...).

DOSSIER 2 - L'ouverture de la boutique « Les Docks de Loire »

Suivant les recommandations de développement stratégique élaborées par un cabinet d'études mercatiques, Bernard Henry a décidé d'ouvrir en 2017 une boutique située à 75 mètres du ponton d'embarquement du Saumur Loire. Cette boutique sera ouverte toute l'année sous l'enseigne « Les Docks de Loire ».

2.1 Justifiez le choix stratégique d'ouverture de cette boutique.

La CSNSN a choisi de développer une stratégie de marque particulière en plaçant l'activité croisière sous la marque « Croisière Saumur Loire » et l'activité boutique sous celle des « Docks de Loire ».

2.2 Faites une analyse critique de cette stratégie de marque en identifiant ses avantages et ses inconvénients.

À ce jour, M. HENRY n'a pas souhaité entreprendre une démarche de protection de ces noms de marques. Il a en revanche déposé les noms de domaines www.croisieresaumurloire et www.docksdeloire.

2.3 Cette attitude vous paraît-elle judicieuse ? Vous justifierez votre réponse.

DOSSIER 3 - La gestion de la boutique « Les Docks de Loire »

Bernard Henry vous confie plusieurs missions dans le but d'optimiser le fonctionnement de la boutique. La première d'entre-elles est d'en vérifier l'équilibre financier prévisionnel de court terme.

3.1 Construisez le budget de trésorerie prévisionnel de la boutique « Les Docks de Loire » pour les mois de juin, juillet et août 2017.

Il est important de faire connaître cette future boutique aux prescripteurs potentiels du territoire (sites réceptifs, hébergeurs, institutionnels...).

3.2 Faites une proposition argumentée d'actions qui permettront d'améliorer la connaissance des « Docks de Loire » auprès de cette cible et de développer son réflexe de prescription.

L'un des objectifs est de développer la fréquentation des groupes au niveau de la boutique.

3.3 Quelles recommandations feriez-vous à Bernard Henry pour atteindre cet objectif ?

Avec l'ouverture de la boutique, il apparaît indispensable d'embaucher une personne supplémentaire pour la saison 2017.

3.4 Compte tenu des spécificités de la CSNSN, quels conseils pourriez-vous donner à Bernard HENRY en matière de choix de contrat de travail pour cette personne ?

Annexe 1 - La CSNSN : quelques dates importantes

2011 : Bernard Henry fonde la CSNSN et rachète le « Saumur Loire » à la société des Bateaux Nantais. La CSNSN lance des croisières repas entre Saumur et Saint-Martin-de-la-Place. Présence du bateau « Saumur Loire » aux « Assises régionales de la Loire » à Nantes.

2014 : la CSNSN ajoute un service de navettes vers Gennes en 2014, qui est étendu au Thoureil en 2015.

2015 : la CSNSN est nommée aux Eco Trophées du parc naturel Loire Anjou Touraine dans la catégorie « Innovation sociale / Implication territoriale ».

2016 : pour assurer un retour facile, la CSNSN double la navette hebdomadaire vers le Thoureil avec service de repas à bord midi et soir. La CSNSN se lance dans une certification ISO 9001 pour optimiser son fonctionnement et pour se préparer aux exigences futures des Tour Opérateurs étrangers.

Annexe 2 - Les parties prenantes de la CSNSN

Les clients sont les étrangers - majoritairement britanniques – et les Français souhaitant voyager à la découverte des châteaux de la Loire et de la gastronomie locale ainsi que les locaux, fiers de leur patrimoine, souhaitant faire découvrir à leurs amis ce fleuve toujours plein de surprises.

Les collectivités sont au cœur de l'entreprise. La Loire appartenant au domaine public, leur pouvoir de décision est très important. Elles décident de l'apportement et de l'organisation des balades. Il faut savoir que la plupart des concurrents sont des services financés ou subventionnés.

Les fournisseurs et partenaires commerciaux, actuellement au nombre de trois, fournissent les vins, les biscuits et les sirops locaux. Ils semblent satisfaits des relations avec la CSNSN. D'autres partenaires sont importants pour l'entreprise, telles que la société de communication Sensorielle ou l'agence pour la Gestion des salariés Strego.

Les salariés – pour la plupart saisonniers – sont constitués de passionnés du fleuve et de la navigation, retraités ou proches du dirigeant. Les guides, polyglottes et riches d'anecdotes, assurent l'animation et la sécurité des passagers. Le pilote du bateau n'intervient que rarement auprès des touristes, il est le chef de bord et s'occupe de la navigation. Son rôle est d'assurer la sécurité du bateau dans un fleuve sauvage et donc dangereux. Les salariés s'occupent également de la partie logistique en réceptionnant les Biscuits « le Vinaillou », ainsi que des réservations téléphoniques. De plus ils sont mandatés par l'entreprise pour promouvoir les croisières auprès de leur entourage et des autres bateliers de la Loire dans le but d'obtenir des partenariats.

Les associations concernées par l'entreprise sont de trois types : environnementales, culturelles et territoriales. Elles ont un rôle à jouer dans les prises de décision de l'entreprise car elles sont au centre de l'animation locale. Elles peuvent apporter beaucoup de visibilité si elles ont l'impression d'être considérées, tout comme faire de la mauvaise publicité si la CSNSN les ignore.

Des experts interviennent ponctuellement pour une formation, un apprentissage ou des conseils sur la stratégie de l'entreprise. Ils sont, pour la plupart, des « amis » du directeur ou des anciens collègues de son passé militaire. Ces experts du tourisme et de l'environnement nautique sont importants pour le dirigeant. Le monde du tourisme et de la navigation sont des cercles assez fermés, particulièrement dans les régions de la Loire. Leur vision plus globale permet de guider plus justement l'entreprise.

Extraits du diagnostic stratégique réalisé par KAIZEN - 2013

Annexe 3 - Les produits « croisières » et « navettes »



Navette Coche d'eau Saumur / Montsoreau / Candes-Saint-Martin

Comme autrefois, tous les samedis, voguez d'un château à l'autre en embarquant ou débarquant au fil des ports ! Quel charme de se rendre au marché de Saumur ou de s'octroyer un détour à Montsoreau en empruntant un fleuve si magique et envoiement !

Saumur Théâtre	11:00	14:50	17:00	19:50
Villebernier	11:25	14:34	17:25	19:34
La Brèche	11:46	14:20	17:46	19:20
Île de Souzay	11:54	14:14	17:54	19:14
Gaure	12:12	14:00	18:12	19:00
Montsoreau	12:28	13:40	18:28	18:48
Candes-Saint-Martin	12:38		18:38	

Le Samedi
On Saturday

Du 7 Mai au 27 Août

Retour possible en vélo (chargement gratuit) ou en bus (1, 1B et 8)

Croisière Dînatoire

1h45 de navigation - Panier repas du marinier

Descente de la Loire jusqu'à Saint-Martin-de-la-Place avec en apéritif la dégustation d'un verre de fines bulles de Saumur Brut ou d'un sirop de fruit Comblair. Puis remontée vers Saumur en savourant les paniers repas du Domaine de la Blairie.



Le Jeudi Soir
On Thursday Evening

Du 5 Mai au 8 Septembre

Horaires de départ :

- ▶ 19h30 du 5 mai au 25 août
- ▶ 19h15 le 1^{er} septembre
- ▶ 19h00 le 8 septembre



Navette Coche d'eau Saumur / Gennes / Le Thoureil

Comme Gustave Flaubert le 8 mai 1847, quittez Saumur par bateau. Allez par exemple honorer Saint-Clément et visiter son musée des mariniers.

Puis dégustez au retour le panier repas du Domaine de la Blairie.

Saumur théâtre	09:15	13:40	16:00	20:00
Saint-Martin-de-la-Place	09:50	12:40	16:44	19:00
Saint-Clément-des-Levées	10:15	12:19	17:00	18:30
Gennes	10:30	11:52	17:20	18:12
Le Thoureil	10:50	11:25	17:40	17:45

Le Vendredi
On Friday

Du 6 Mai au 26 Août

Retour possible en vélo (chargement gratuit) / free boarding for bicycles

Croisière Découverte

Pour déceler les mystères de notre majestueuse Loire Valley...

Paysages peu connus, angles de vue charismatiques avec le château de Saumur, le sanctuaire marial des Ardilliers et les imposantes et élégantes façades de tuffeau.

Un voyage fluvial où le bateau Saumur Loire aime frôler les bancs de sable et s'approcher au plus près des palimpèdes et autres oiseaux pêcheurs. Magnifique Loire Sauvage qui côtoie une lumière et une architecture de caractère...

50 minutes de navigation avec commentaires et dégustation d'une fine bulle de Saumur Brut Bouvet-Ladubay ou d'un sirop de fruit Comblair accompagné d'un délicieux biscuit Vinailloir des Rosiers-sur-Loire.

Du dimanche au jeudi

Du 7 Avril au 8 Octobre

- ▶ 19h15 le 1^{er} septembre
- ▶ 19h00 le 8 septembre



Extraits de la brochure grand public 2016



Annexe 4 - L'action du MAEDI en matière de promotion du tourisme

A l'issue des Assises du tourisme, le Ministère des affaires étrangères et du développement international (MAEDI) a annoncé la mise en place de cinq pôles d'excellence touristique. Ces pôles doivent permettre de renouveler et d'adapter l'offre touristique française aux évolutions des attentes des touristes, sur des thèmes porteurs sur lesquels la France peut développer et mieux valoriser son offre.

Pourquoi des pôles d'excellence touristique ?

- Pour rassembler les professionnels concernés par chaque thématique : au total, près de 200 professionnels auditionnés par les fédérateurs des pôles et les services du MAEDI.
- Pour identifier collectivement des actions à mener pour développer leurs offres et promouvoir leurs produits à l'international...
- ... et donc inciter les touristes internationaux à prolonger leur séjour et à découvrir l'ensemble de notre territoire.



Pôle "tourisme nocturne"

La vie nocturne française englobe une multitude d'activités ouvertes aux touristes internationaux, et ce dès qu'ils ressortent de leurs hôtels en début de soirée pour aller dîner. Ce travail sur le tourisme nocturne a donc été l'occasion de s'intéresser aux salles de spectacles et de concerts, clubs, débits de boisson mais aussi restaurants, sites culturels ou magasins ouverts à des heures tardives. L'objectif de ce pôle d'excellence est de fédérer les acteurs de la vie nocturne et les professionnels du tourisme, afin de développer l'offre française et d'en faire une promotion efficace auprès des clientèles touristiques étrangères.

- La vie nocturne française est constituée d'une offre foisonnante et de bonne qualité, à Paris comme en région
- Nous avons des atouts à promouvoir à l'international : une offre nocturne à la fois festive et culturelle ; un fort développement de la scène électro ces dernières années ; des festivals de qualité, tant au niveau de la programmation que de l'accueil
- Mais l'offre française est avant tout conçue pour une clientèle française, et doit être internationalisée
- La vie nocturne souffre encore d'une mauvaise image auprès des élus nationaux et locaux, alors qu'elle constitue une offre à forte dimension culturelle, source de créativité et d'emplois non délocalisables
- Il faut donner à la nuit française une réelle identité de marque pour faire face à la concurrence de Barcelone, Londres ou Berlin.

Pôle "tourisme de savoir-faire"

Le tourisme de savoir-faire consiste en la découverte des techniques, des métiers, des traditions et du fonctionnement d'une filière artisanale ou industrielle à travers, notamment, les visites d'entreprises et d'ateliers. L'objectif de ce pôle d'excellence est de fédérer les entreprises et ateliers concernés et les professionnels du tourisme, afin de développer l'offre française et d'en faire une promotion efficace auprès des clientèles touristiques étrangères. C'est aussi l'un des rares produits touristiques susceptibles de toucher tous les types de publics : individuels et groupes, jeunes et seniors, groupes d'amis et clientèle familiale...

- Le tourisme de savoir-faire offre la possibilité de capitaliser sur la renommée du luxe à la française et de nos savoir-faire d'excellence pour faire connaître ce type de visites
- L'ouverture au public apporte de nombreux avantages aux dirigeants et employés des entreprises concernées et aux artisans d'art : c'est une source de notoriété pour la marque et de fierté pour les employés ou artisans
- Mais des investissements sont nécessaires avant ouverture et une méconnaissance des bénéfices apportés par ces visites n'incitent pas toujours les chefs d'entreprise à se lancer
- Les liens entre entreprises et ateliers ouvrant au public et acteurs du secteur touristique (institutionnels, hôteliers, restaurateurs) doivent être renforcés pour faire connaître ces visites.

Pôle "écotourisme"

Même s'il peut englober une grande diversité d'offres, nous employons ici le terme d'écotourisme pour désigner les formes de tourisme centrées sur l'itinérance douce (tourisme fluvial, à vélo, à pied ou à cheval) et privilégiant des hébergements permettant une proximité avec la nature et les habitants des territoires visités.

- La France dispose d'avantages comparatifs exceptionnels pouvant en faire une référence en matière d'écotourisme : diversité des paysages français, qualité et importance des circuits écotouristiques
- Nous souffrons cependant d'un déficit d'hébergement à proximité des circuits écotouristiques
- L'intermodalité doit encore être renforcée, même si des progrès considérables ont déjà été faits
- Des actions de promotion communes à plusieurs filières et plusieurs territoires doivent être développées.

Pôle "œnotourisme"

À la frontière du tourisme culturel et du tourisme gastronomique, l'œnotourisme se définit comme l'ensemble des prestations relatives aux séjours touristiques dans des régions viticoles et permet la découverte conjointe du vin, des terroirs et des hommes sur le territoire où ils se situent. L'objectif du pôle d'excellence « œnotourisme » est de fédérer les différents acteurs de la viticulture et du tourisme, afin de développer l'offre française et d'en faire une promotion efficace auprès des clientèles touristiques étrangères.

- L'offre française bénéficie de nombreux atouts à valoriser : qualité de nos vins, diversité de nos terroirs, un savoir-faire unique salué par le classement récent des vignobles de Bourgogne et de Champagne sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO
- Nous devons faire face à des destinations concurrentes à l'offre plus standardisée, mais ayant développé des stratégies marketing offensives pour se positionner comme destinations phares de l'œnotourisme
- La connaissance des publics internationaux et de leurs goûts par les vignerons doit être approfondie
- L'accessibilité aux exploitations doit être améliorée (davantage de réceptifs, d'hébergements à proximité des vignes)
- Certains dispositifs réglementaires doivent encore être adaptés aux réalités de l'accueil de touristes sur des exploitations.

Pôle "tourisme de montagne en été"

Le tourisme de montagne figure au nombre des piliers de l'activité touristique française. Il s'est développé autour de deux saisons aux différences marquées. L'été, l'activité touristique en fonction des massifs présente un tableau plus contrasté. L'objectif de ce pôle est de continuer à renforcer cette saison estivale, et accompagner les stations de montagne à repenser leur modèle pour proposer un tourisme moins dépendant de la neige, plus axé sur les 4 saisons.

- Des massifs différenciés susceptibles d'attirer une grande diversité de clientèles
- La demande est en forte croissance, notamment de la part des marchés émergents
- Nous pouvons capitaliser sur la notoriété de la montagne en hiver, notamment sur la qualité de notre domaine skiable
- Cependant, l'offre en matière d'hébergement et d'activités reste à améliorer pour répondre aux attentes de ces nouvelles clientèles. Son ouverture doit être garantie tout au long de l'année
- L'offre culturelle et festive déjà existante doit être développée et promue.

<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/>

Comptes de résultats :

	Charges		Produits	
	2015	2016	2015	2016
Charges d'exploitation			Produits d'exploitation	
Achats de marchandises			Ventes de marchandises	
Variation de stocks (marchandises)			Production vendue (biens)	
Achats de matières premières et autres approvisionnements	7 607,00 €	6 270,00 €	Production vendue (services)	151 012,00 €
Variation de stocks (Autres achats et approvisionnements)				122 633,00 €
Autres achats et charges externes	67 830,00 €	54 507,00 €	Chiffre d'affaires Net	151 012,00 €
Impôts, taxes et versements assimilés	3 222,00 €	2 594,00 €		122 633,00 €
Salaires et traitements	43 436,00 €	42 260,00 €	Production stockée	9 902,00 €
Charges sociales	9 591,00 €	10 515,00 €	Reprises sur amortissements et provisions, transferts de charges	200,00 €
Dotations sur immobilisations	16 251,00 €	13 763,00 €	Autres produits	6,00 €
Dotations sur Actif circulant				15,00 €
Autres charges	5,00 €	9,00 €		
Total Charges d'exploitation	147 942,00 €	129 918,00 €	Total Produits d'exploitation	151 218,00 €
				134 341,00 €
Charges financières			Produits financiers	
Intérêts et charges assimilées	2 519,00 €	2 498,00 €	Produits des valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé	
Dotations financières aux amortissements et provisions			Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement	
Total Charges financières	2 519,00 €	2 498,00 €	Total Produits financiers	0,00 €
				0,00 €
Charges exceptionnelles			Produits exceptionnels	
Sur opérations de gestion		31,00 €	Sur opérations de gestion	
Sur opérations en capital	969,00 €	1 894,00 €	Sur opérations en capital	213,00 €
			Sur provisions et transferts de charges	
Total Charges exceptionnelles	969,00 €	1 925,00 €	Total Produits exceptionnels	213,00 €
				0,00 €
Participations des salariés aux résultats de l'entreprise				
Impôts sur les bénéfices				
Total des charges	151 430,00 €	134 341,00 €	Total des produits	151 431,00 €
				134 341,00 €
Bénéfice	1,00 €	0,00 €		
Total général	151 431,00 €	134 341,00 €	Total général	151 431,00 €
				134 341,00 €

Extraits des états financiers de la SASU CIE SAUMUROISE DE NAVIGATION
Cabinet Comptable STREGO

Le cœur en Anjou, les yeux en Touraine et les bras chargés de trésors

Ouvrez grand les yeux, les trésors abondent : châteaux, abbayes, moulins, vues somptueuses sur la Loire et le vignoble, villes et villages à découvrir à pied, à vélo ou pour Saumur, en calèche ou en bateau. Voici une belle synthèse du Val de Loire.

Se distinguent également de mystérieux ensembles troglodytiques, de coteau le long de la Loire ou de plaine dans la région de Doué-la-Fontaine, capitale de la rose. Menhirs, dolmens, sont les témoins de la préhistoire. De par leur nombre et leur singularité, ils constituent une des originalités du Saumurois. Côté rive droite, la vallée de l'Authion est vouée au maraîchage et à l'horticulture. Vous serez charmés par la diversité du petit patrimoine rural et très étonnés de découvrir la boule de fort, jeu typique de notre région, seul sport au monde qui se joue en pantoufles !

Saumur, trésor en Val de Loire

On l'appelle « la blanche », couleur du tuffeau qui habille les châteaux et maisons de la région. Mais aussi celle des champignons « de Paris » qui poussent dans l'obscurité des caves troglodytiques et de la robe éclatante des vins pétillants élevés par les prestigieuses maisons de Saumur : Bouvet-Ladubay, Ackerman, Gratien Meyer, Paul et Marcel, Veuve Amiot... Campée sur la rive gauche de la Loire, la ville possède une élégance rare. Son château planté sur un éperon calcaire et dominant le fleuve le prouve d'emblée. Sa haute silhouette voulue par Louis 1^{er} d'Anjou au 15^{ème} siècle est comme un point d'orgue dans le ciel saumurois, plaçant toute découverte de la ville sous le signe de l'exception, de la beauté, de l'art.

Saumur est en effet une ville où se mêlent art de vivre, art du vin, artisanats d'exception avec trois fleurons labellisés «Entreprise du Patrimoine Vivant» : la distillerie Combier, la sellerie Butet et le médailler Martineau. Des entreprises uniques qui savent réconcilier la tradition et l'innovation, le savoir-faire artisanal d'excellence et la création, le patrimoine et l'avenir, et qui témoignent du rayonnement international de ces activités.

Saumur vit au rythme des chevaux et de l'art équestre avec le Cadre Noir, héritier de la tradition équestre depuis le 17^{ème} siècle, l'Ecole Nationale d'Equitation formant les plus talentueux écuyers, le musée du cheval, le musée de la cavalerie, le musée des blindés, les promenades en calèches... Ici, l'histoire se conjugue au présent.

La Loire, fleuve sauvage... qui sait aussi faire des ronds dans l'eau

C'est comme un miroir d'eau géant qui réfléchit, sur près de 30 kilomètres, toutes les beautés du Saumurois. La Loire rivalise de charmes et dévoile le long de son cours, joyaux religieux, ports marinières, coteaux de tuffeau et une multitude d'îles protégées pour la nidification des oiseaux. Sans oublier le PNR Anjou Touraine Poitou qui cache au creux de son territoire tant de villages viticoles, de manoirs, de moulins « caviars », de forêts et de rivières où abondent poissons, faune sauvage, gibiers, oiseaux, une flore endémique reconnue et qui propose pas moins de 9 sentiers d'interprétation.

Mais la Loire sait aussi se faire découvrir en douceur, avec « la Loire à Vélo », un parcours unique qui serpente tantôt près du fleuve, tantôt sur les hauteurs de ses coteaux, entre les vignes et les forêts, entre moulins-caviars et villages viticoles... un parcours à faire en famille ou entre amis.

Parler de chef d'œuvre n'est pas trop fort : le fleuve Loire et ses rives figurent au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Magie des profondeurs.... La vie sous terre

Les hommes ont creusé la terre du Saumurois pour en extraire le tuffeau, cette pierre délicate à qui l'on doit la plupart des châteaux du Val de Loire. Peu à peu, ces caves et carrières furent transformées en habitations. On recense près de 1500 km de galeries souterraines dans la région. Ces lieux insolites ont inspiré les professionnels du tourisme : restaurants, chambres d'hôtes, gîtes ou hôtels... offrant au public un cadre original et dépaysant.

À la table du Saumurois : paradis des gourmets

Au départ des coteaux de la Loire, deux étendues ondulent à perte de vue : d'un côté les eaux du fleuve Loire, de l'autre l'océan de vignes, labellisé « Vignobles et Découvertes ». Cette terre de vignerons a ses stars : le Saumur-Champigny aux arômes de fruits des bois, les moelleux Coteaux de Saumur et Coteaux du Layon et le pétillant Saumur Brut. Très prisées, les caves se visitent... sans modération.

Il n'y a pas que le vin qui mûrit en cave... les champignons trouvent également la terre à leur goût. Et puis dans l'intimité chaleureuse des caves et des troglodytes, on dîne encore à la manière de Rabelais : succulentes fouées, petits pains creux garnis, ou galipettes, gros champignons de Paris, farcis et cuits dans le four à pain.

Le Saumurois : « Heureux qui comme Ulysse... »

Dans ce cadre magnifique, la vie coule heureuse, ponctuée de rencontres et d'événements à partager en toute convivialité... Que ce soit autour de « la grande tablée » deux journées complètes festives entre musique et plats traditionnels, ou la randonnée « Vins et Champignons » avec son traditionnel dîner dans les vignes, « Anjou Vélo Vintage » qui accueille les adeptes de la petite reine en costumes des années 60 sur tout un week-end, la Fête des vendanges au Château de Saumur, le salon du Livre et des vins, ou les Galas du Cadre Noir avec leurs spectacles nocturnes tout au long de l'année... Nombreuses sont les animations autour du vin, du cheval, de la musique et de la gastronomie. Les restaurants et les bars vous ouvrent leurs portes en soirée, les caves se parent de nouvelles couleurs et de discrètes discothèques souterraines vous charmeront par leur décor...

O.T. du Saumurois - Immatriculation : IM04910002 – www.saugur-tourisme.com

Annexe 7 - L'ouverture de la boutique Les Docks de Loire

Afin d'améliorer l'accueil de ses passagers, la Compagnie Saumuroise de Navigation Saint-Nicolas (CSNSN), qui organise les Croisières Saumur Loire, se prépare à ouvrir une boutique au 5 de la rue Bonnemère à Saumur, derrière le Cristal Hôtel et en face de la cour de la Mairie. Sous l'enseigne « Les Docks de la Loire », cette boutique de 48 m² « a vocation à servir d'escale, de lieu d'échange et de transit », affirme Bernard Henry, le propriétaire du bateau le « Saumur Loire ».

L'ouverture est prévue au moment des Journées Nationales du Livre et du Vin en avril prochain...

À la fois billetterie, lieu de conseils pour organiser les excursions fluviales des groupes et lieu de vente pour les produits dégustés à bord (sirop Combier, biscuits Vinaillou, cuvée « Saphir » de Bouvet-Ladubay, sans compter les croisières repas), Les Docks de Loire vont chercher à « **valoriser la culture locale et ligérienne, le travail des artisans. L'objectif est de mettre en avant autant les producteurs que les produits** », explique Bernard Henry. Pour les étals du magasin, ce dernier a fait appel à Théo Roche, charpentier de marine établi à Vivy, à un vannier de Vernantes et à un jeune compagnon tonnelier.

Un besoin identifié il y environ 5 ans...

La Compagnie Saumuroise de Navigation Saint-Nicolas, qui s'est attachée depuis sa création en 2011 à rendre disponible l'accès à la surface du fleuve, veut de la même façon rendre facilement accessible aux visiteurs l'accès aux produits locaux (1) : des confitures des Délices de Flo du Puy-Notre-Dame (labellisées Produits en Anjou) aux objets et médailles de l'entreprise Martineau de Saumur (également labellisés Produits en Anjou), en passant par les figurines MGB Mignot, les miels Girard de La Breille-les-Pins, la savonnerie Martin de Candre, etc. Tout cela avec « **l'intention de servir de vitrine à des artisans d'exception, comme le forgeron taillandier Victor Brocherie (24 ans) de Brézé et ses couteaux personnalisés ou encore Hélène Varennes, qui vient de reprendre le maroquinier ligérien Mamet de Saint-Clément-des-Levés, une entreprise du patrimoine vivant** », ajoute Bernard Henry. Bref, que du local, à l'image des artisans de l'entreprise Douessine de plâtrerie et carrelage Roux SARL.

Fin des travaux le 21 mars et ouverture pour le Salon Livre et Vin... Top chrono !

Des rencontres récentes au Dôme de Saumur et lors du salon Anima Libri à Montreuil-Bellay ont été l'occasion, pour Bernard Henry, d'interroger des artistes sur les thèmes saumurois. D'ores et déjà, Florence Francheteau (photophores en papiers découpés) et Maria de Carvalho (céramiste) ont déjà répondu à son

invitation par de nouvelles créations qui seront proposées en souvenir, dès cette saison. La boutique Les Docks de Loire devrait ouvrir au moment du Salon du Livre et du Vin, sachant que les croisières du bateau Saumur Loire débutent le 8 avril. L'inauguration officielle est quant à elle prévue à la fin du mois d'avril prochain. En 2017, avec l'embauche prévue d'un ou d'une responsable boutique, ils seront au total dix personnes (dont Bernard Henry) à contribuer au bon fonctionnement de l'entreprise (2).

(1) La boutique sera ouverte en semaine toute l'année et 7 jours sur 7 d'avril à octobre.

(2) La compagnie compte un salarié en contrat de professionnalisation, et sa démarche qualité ISO 9001 est assurée en temps partagé par un salarié détaché de Forval (groupement d'employeurs à Beaufort-en-Vallée). Elle comptait jusqu'à l'an dernier quatre saisonniers (le capitaine du bateau et son adjoint, et deux guides) et avait accueilli en mai-juin 2 stagiaires : une étudiante en BTS tourisme du lycée Duplessis-Mornay ainsi qu'une étudiante en économie et éthique de l'Université Catholique d'Angers.

d'après <http://www.saumur-kiosque.com/>

Annexe 8 - Interview de Bernard HENRY

Pourquoi ouvrir cette boutique Les Docks de Loire ?

La création de la boutique Les Docks de Loire est liée aux différents choix stratégiques de développement de l'entreprise et à la recherche de synergies entre les différentes activités. Son ouverture suppose une réflexion tant sur les partenariats à mettre en place que sur le choix des produits. Nous avons prévu de vendre essentiellement des produits locaux qui proviendront pour 80% d'entreprises artisanales dans un rayon de moins de 30 km autour de Saumur et qui seront des créations ou des fabrications locales de grande qualité.

Où sera située la boutique dans Saumur ?

Nous avons choisi un emplacement à 75 mètres de l'embarcadère du bateau « Saumur Loire » situé en contrebas de la route qui va vers Fontevraud, et de l'autre côté du parking voitures et autocars, juste devant l'Hôtel de ville. La rue Bonnemère où se trouve la boutique longe la mairie, bâtiment du 15ème siècle, classé « monument historique » et est partiellement piétonne. La vitrine n'est pas très grande, avec seulement 5 mètres en façade, porte comprise. Mais il y a peu de concurrence autour de nous.

Quelles sont vos cibles de clientèles ?

Nos cibles de clientèles seront d'abord liées à la saison touristique du bateau « Saumur Loire » (d'avril à mi-octobre), donc les croisiéristes individuels, car les guides à bord feront la promotion de la boutique et des vins et produits dégustés à bord qui seront vendus à la boutique. Nous visons aussi les touristes de passage : français bien sûr mais aussi étrangers (D, NL, B, GB...) car ils représentent presque 20% de la clientèle touristique à Saumur en saison. Enfin, nous souhaitons attirer les personnes venues en groupe, car c'est la principale clientèle des croisières en avant et arrière-saison, mais nous devons mettre en place des actions spécifiques pour cela.

La boutique sera ouverte toute l'année, il faut donc attirer les Saumurois pour qu'ils deviennent des ambassadeurs des produits saumurois, en proposant des articles susceptibles d'être des cadeaux pour leurs familles ou leurs amis et leur permettre, par exemple, de créer leur propre panier pour Noël ou de personnaliser leurs achats !

Comment assurez-vous la promotion de la boutique ?

Nous n'avons pour l'instant que peu d'actions mises en place envers le grand public et nous n'avons pas de vrai budget pour de la publicité. Nous travaillons donc plutôt les relations publiques et les partenariats avec les structures institutionnelles et les prestataires touristiques. Mais les billets des croisières seront désormais vendus principalement dans la boutique.

Quel sera le rôle du responsable de la boutique ?

Il devra assurer toutes les tâches liées à la boutique : accueil, vente des produits, gestion des stocks et réapprovisionnement, tenue de caisse, ménage, vitrine...

Il devra aussi informer, en face à face ou par téléphone, conseiller et vendre les croisières du « Saumur Loire » pour les individuels, mais aussi pour les groupes : gestion des réservations, confirmations, facturations et suivi.

Enfin, il sera responsable du suivi du site Internet et de la mise à jour des différentes informations à propos du « Saumur Loire » et de la boutique.

Cette personne pourra aussi, parfois, remplacer un collègue et assurer le guidage, le service à bord du bateau, ce qui impose de passer l'ASP (Attestation Spéciale Passagers) pour la sécurité à bord.

Annexe 9 - Éléments d'information relatifs à la trésorerie de la boutique

Les Docks de Loire ouvriront leurs portes début avril 2017. Les données suivantes ne concernent que l'activité boutique de la CSNSN.

Les conditions d'encaissement des ventes et de règlement des achats et des charges sont les suivantes :

- 80 % des ventes seront encaissées au comptant, le reste sera encaissé à 30 jours fin de mois ;
- les achats sont payés 60 % à 30 jours, 40 % à 60 jours ;
- les autres charges sont payées le mois même.

La TVA à décaisser se règle le 20 du mois suivant le mois de calcul.

Charges de personnel : les salaires seront de 1500 € par mois. Les charges sociales représentent 42 % du montant des salaires, et sont payées aux organismes sociaux le mois suivant.

Il est prévu d'investir du mobilier dans la boutique, pour un montant de 15 600 € HT (TVA : 3 120 €), le fournisseur d'immobilisation sera payé en juillet. Pour financer cet achat de mobilier, un emprunt de 15 600 € a été obtenu auprès d'une banque. Il faudra prévoir des remboursements de 500 € à partir d'août 2017.

Budgets d'exploitation prévisionnels :

Budget des ventes			
Mois	Montant HT	TVA 20%	Montant TTC
Juin	8 670 €	1 674 €	10 044 €
Juillet	12 350 €	2 470 €	14 820 €
Août	15 680 €	3 136 €	18 816 €
Budget des approvisionnements			
Mois	Montant HT	TVA 20%	Montant TTC
Juin	4 725 €	945 €	5 670 €
Juillet	9 355 €	1 871 €	11 226 €
Août	12 545 €	2 509 €	15 054 €
Budget des autres charges soumises à TVA			
Mois	Montant HT	TVA 20%	Montant TTC
Juin	945 €	189 €	1 134 €
Juillet	1 030 €	206 €	1 236 €
Août	1 150 €	230 €	1 380 €

Données complémentaires sur l'activité boutique de la CSNSN :

Créances clients encaissables en juin 2017	348 €
Caisse au 31 mai 2017	1 436 €
Solde du compte Banque au 31 mai 2017	2 134 €
Dettes fournisseurs payables en juin 2017	7 875 €
Dettes fournisseurs payables en juillet 2017	4 367 €
Dettes envers la sécurité sociale payables en juin 2017	440 €
TVA à décaisser en juin 2017	367 €