



Rapport d'activités 2021

OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

Niort Marais Poitevin
Vallée de la Sèvre niortaise



ORGANIGRAMME



Elisabeth MAILLARD
Présidente



Thierry HOSPITAL
Directeur
05.49.24.01.40
thierryhospital@niortmaraispoitevin.com



Jeannine BARBOTIN
Première vice-Présidente



Philippe LEYSSENE
Second vice-président

ADMINISTRATION-FINANCES : 05 49 24 57 06



Sylvie ROCHEREAU
Responsable de pôle
05.49.24.88.25
sylvierochereau@niortmaraispoitevin.com



Sophie AUDURIER
Régie commerciale
Taxe de séjour
Base de données hébergements
et démarche RSE

SERVICE COMMERCIAL : 05 49 35 99 29



Laurent GALLAS
Responsable de pôle
05.49.24.89.76
laurentgallas@niortmaraispoitevin.com



Estelle DECEMME
Groupe, Administratif,
Billetterie loisirs



Béatrice VALADE
Attachée commerciale
séminaires

SERVICE COMMUNICATION : 05 49 24 88 27



Alexandra BODET
Responsable de pôle
05.49.24.88.27
alexandrabodet@niortmaraispoitevin.com



Eva BOIREAU
Animatrice web

+ Un poste en Webmarketing à pourvoir

PÔLE SÉCHOIR - PORT BOINOT : 05 49 24 18 79



Magalie TENAILLEAU
Responsable de site
Promotion / Observation / Hospitalité
magalietenailleau@niortmaraispoitevin.com

SERVICE ACCUEIL : 05 49 24 18 79



Mathilde CORNUAU
Responsable pôle
accueil
Animatrice boutique



François ARNAUD
Conseiller en séjour



Lucie DELAVENNE
Conseillère en séjour
démarche Tourisme
durable

+ Un poste de conseiller(ère) en séjour à pourvoir

SOMMAIRE

2 | Organigramme

2021 toujours à l'aune d'une crise qui n'en finit pas ! | 4-5

6-7 | Les conséquences durables de la crises du covid 2020

Nos "7 + 1" missions principales "cœur d'activités" | 8-10

11 | Nos données financières

12 | L'action de l'Office de Tourisme
Communautaire en quelques focus

- 13-16 • Promouvoir et Communiquer
- 16-17 • Accueillir et informer
- 18-21 • Commercialiser
- 22-23 • Mobiliser les acteurs locaux

L'Office de Tourisme, établissement public | 23-27

ANNEXES

- Annexe 1 : Carte d'identité du Tourisme
- Annexe 2 : Rapport d'orientation budgétaire
- Annexe 3 : Plan d'actions 2021
- Annexe 4 : Synthèse du Schéma de Développement Touristique

2021 TOUJOURS À L'AUNE D'UNE CRISE SANITAIRE QUI N'EN FINIT PAS !

Si la crise aiguë liée à la pandémie COVID s'est concentrée sur l'année 2020, les premiers mois de 2021 ont toutefois continué à connaître des restrictions de voyages ou activités lors des phases successives de confinement, mesures drastiques de distanciation ou de limitations administratives de pans entiers de l'économie.

... Ainsi il faudra attendre

- Début avril pour relancer l'activité de batellerie
- Le 19 mai 2021 pour un début d'activité autour des terrasses des restaurants et juin pour pouvoir accueillir à nouveau les clients en intérieur.

Comme pour l'année 2020 les impacts de cette crise se sont cumulés pour les secteurs d'activités ou entreprises travaillant sur l'année entière ou sur un mix de clientèles affaires-groupes-individuel.

Les mesures d'accompagnement sur l'activité partielle ou les compensations de chiffres d'affaires ont toutefois joué à plein et permis d'éviter une catastrophe économique majeure pour la filière. Les répercussions resteront néanmoins durables tant en terme financier que de ressources humaines avec une crise des recrutements qui s'annonce.

Une opportunité de réinterroger ses missions, de se réinventer !

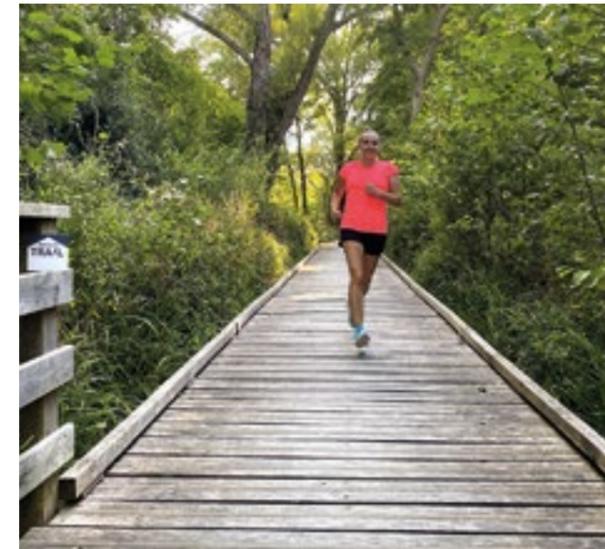
Cette crise a été un formidable accélérateur de tendances du côté des « consommateurs » ; le besoin de grand air, les attentes de nature ou de pratiques plus raisonnées, l'urgence climatique relayée par les grands sommets internationaux, les publications scientifiques du GIEC notamment, ... ont orienté dès 2021 les grands opérateurs ou organisations du voyage vers une intégration, presque violente, de ces nouvelles préoccupations et la définition progressive d'un nouveau paradigme.

Pour l'Office de Tourisme 2021 a été l'occasion de réfléchir à son positionnement et de s'affirmer sur des réalités du territoire dont la pertinence s'est révélée au grand jour.

Le triptyque « **Itinérance-Nature et Savoir-faire** » s'est ainsi imposé tout comme les premières orientations pour le développement d'un tourisme durable portées au travers du « Manifeste pour un Tourisme responsable » dévoilé en septembre 2021 à Agen lors du congrès national de la Fédération ADN, fusion des anciennes représentations nationales des organismes institutionnels du Tourisme.



Nouveau site de Boinot



Un des 15 parcours de la Station Trail

Dès lors, l'Office a entrepris de décliner cette nouvelle posture tant sur le volet agrément que Affaires.

Ainsi naîtront la **Station de Trail**, la gamme des « **expériences au naturel** » la nouvelle **politique partenariale** de l'Office de Tourisme ainsi que la nouvelle **identité visuelle** de notre communication.

Le nouveau site **Port Boinot** en constitue, depuis le 3 juillet 2021, la synthèse physique !

L'Office de Tourisme en mode « crise » & projet au diapason du secteur

Comme tout un chacun, les équipes de l'Office de Tourisme ont dû rapidement s'adapter au contexte fluctuant des mesures sanitaires et restrictions d'activités imposées nationalement.

Outre le lien étroit entretenu avec les acteurs, l'Office de Tourisme s'est impliqué dans différentes actions dont la plus significative reste l'organisation des Bons cadeaux « **on aime nos Restos** » entre décembre 2020 et janvier 2022. La vente de 1520 bons cadeaux (dont la validité

a été finalement repoussée jusqu'au 31 décembre 2021) s'est accompagnée de réalisations de 23 vidéos de présentation de restaurants volontaires et d'une campagne de soutien à cette filière sur les réseaux sociaux mais a aussi permis, sur le budget propre de l'office de Tourisme alloué à cette opération, d'accueillir environ 500 enfants répartis sur 23 classes pour une journée d'activités et de découverte dans le marais poitevin, à Niort et au château du Coudray-Salbart ; les prestataires partenaires de l'OT ont pu profiter de ce surcroît d'activité en juin. Ces journées découvertes ont été organisées avec le soutien du Secours populaire et du CCAS de Niort pour identifier les enfants bénéficiaires au travers d'une sélection de groupes scolaires.

L'action commerciale de l'Office de Tourisme (accueil des groupes, séminaires et congrès, billetterie estivale) a été une nouvelle fois la partie de son activité la plus impactée par la crise du Covid avec une chute, pour la seconde année consécutive, du Chiffre d'affaires enregistré (-64 % en 2020 mais - 21 % en 2021 vs 2019) et plus encore de la marge générée (-71 % et -31 %).

Les reports nombreux de voyages réservés par les groupes ou séminaires d'entreprises ont rythmé jusqu'à l'automne l'année qui s'est achevée. La tenue effective les 21 & 22 septembre du Congrès national de la FNSEA (initialement programmé en mars 2020) suivi le 19 au 21 octobre par le Forum national de l'ESS en plein centre de Niort puis du Salon international Capr'Inov les 24 & 25 novembre ont permis de relancer cette activité.

Au final, 2021 se solde par un CA direct de 511.5 K€ TTC (vs 653 K€ en 2019) – hors Billetterie MMP (63 K€) et hors le CA indirect favorisé par le dispositif de vente en ligne Open system (225 K€, en progression constante depuis 10 ans)- La marge HT atteint 63 100 € HT.

LES CONSÉQUENCES DURABLES DE LA CRISE DU COVID DEPUIS 2020

Au-delà des pertes de chiffres d'affaires, des mesures d'urgence mises en œuvre pour soutenir les acteurs de la filière et de l'organisation interne impactée par le télétravail, l'année 2021 a vu l'Office de Tourisme décliner son action et se repositionner en fonction des nouvelles orientations arrêtées en 2020.

6 changements majeurs ont émergé de cette période de remise en question :

■ Les attentes de nos compatriotes se sont franchement tournées vers des destinations offrant un vrai bol d'oxygène, le ressourcement et le goût du partage avec une forte croissance des pratiques de pleine nature.

Le positionnement « **Nature-Itinérance et Savoir-faire** » a trouvé sa transcription dans nos supports et sur l'identité visuelle choisie au printemps et sur Port Boinot.



■ L'action de l'Office de Tourisme s'oriente également vers la mise en place d'une plus grande diversification de l'offre de loisirs et de séjours actifs en mobilisant les prestataires privés sur ces nouveaux marchés.

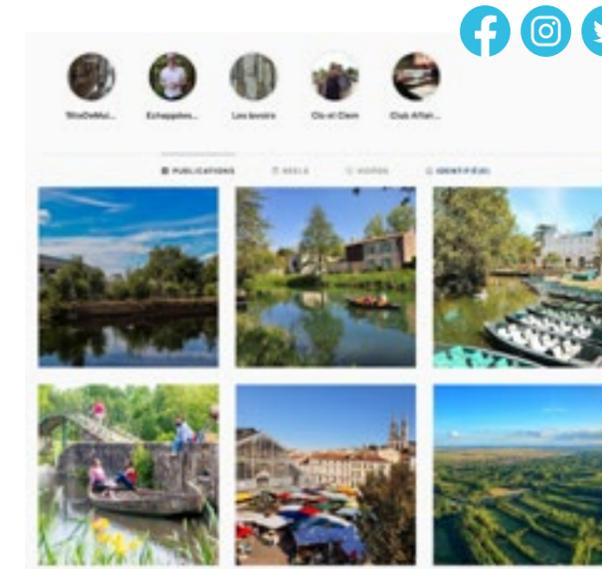
C'est l'essence d'une nouvelle gamme de produits billetterie construite sur l'hiver 2020-2021 -et testée sur la saison 2021 -valorisant l'accompagnement du territoire par des passionnés & experts.



La naissance de la **Station de Trail** est aussi une extension de cette très forte aspiration de nos concitoyens à la redécouverte des grands espaces et du « grand air » !



■ D'une **communication généraliste**, les orientations privilégient désormais des actions plus segmentées évitant l'écueil d'une dualité Niort - Marais poitevin et mobilisant davantage le marketing digital, les actions numériques et les réseaux sociaux.



■ Les mesures de distanciation physique décourageaient la manipulation des brochures et prospectus en libre-service ; une plus forte préoccupation environnementale et le recours accéléré aux informations en format numérique par nos concitoyens, nous ont poussé à accélérer la réduction de nos supports imprimés et de supprimer les dépliants des partenaires en libre-service afin de valoriser l'échange avec nos conseillers en séjour. Déjà planifié dès le début du projet pour le site de Niort Boinot, cela s'est mis en œuvre définitivement sur les antennes saisonnières de Coulon et Arçais.

■ La vente en ligne est devenue une norme de la promotion des territoires et 2021 a conduit l'Office de Tourisme à se doter d'une solution de vente en ligne de ses activités de billetterie ; la digitalisation des supports permet enfin de n'imprimer qu'à la demande ou de diffuser directement sur les adresses de messagerie des visiteurs. De nouveaux pupitres tactiles ont été installés dans les accueils.



■ Les organisations ont également été profondément impactées par la crise sanitaire ; entre télétravail, demande de sens dans l'action, prise en compte des préoccupations environnementales des collaborateurs et des notions de « Qualité de vie au travail » (QVT), les nouvelles orientations prises par l'Office de Tourisme, le tout combiné avec une intensité des tâches liées à l'ouverture de Port Boinot, les mesures sanitaires renforcées, les modifications incessantes des contrats commerciaux, cette succession d'événements a généré un période de fortes tensions. Plusieurs collaborateurs ont fait le choix de quitter la structure ; un besoin de perspectives claires et de partage du sens de la mission est clairement apparu dès la fin de l'été. Plusieurs séminaires internes pour partager le projet se sont tenus (11 octobre à Echiré - 22 novembre à Celle-sur-Belle - 6 décembre à Boinot) pour aboutir à une nouvelle organisation effective début 2022 et qui s'échelonne tout au long du 1^{er} semestre.



Nos " 7 + 1 " missions " cœur d'activités "

1

ACCUEILLIR ET INFORMER

Mission première de l'Office de Tourisme ! Après les importants investissements produits sur les sites d'accueil en 2014 (création d'un nouveau bureau d'accueil à Niort, transformation de l'accueil saisonnier d'Arçais), et la création en 2017 sur St Hilaire la Palud d'un « Point info Tourisme » adossé à la Poste communale.

Les circonstances exceptionnelles des années 2020 et 2021 n'ont permis qu'un accueil limité de visiteurs dans nos locaux, même si Arçais a connu une intense activité sur le cœur de l'été tout comme Boinot du fait de la nouveauté et de la proximité physique des activités de Niort Plage.

2

PROMOUVOIR LA DESTINATION

Compétence historiquement partagée avec l'Agence départementale de développement touristique (ADT 79, devenue Mission Tourisme au sein du Conseil départemental) et la Région mais également le Parc Naturel Régional du Marais poitevin. Depuis 2017, l'Office de Tourisme maintient des actions de communication en coordination avec les autres acteurs institutionnels du tourisme. 2021 n'aura pas permis de déployer qu'un programme réduit du fait des mesures Covid en dehors des exceptions notables comme l'opération « On aime nos restos » ou celles propres à la Station de Trail (marathon de La Rochelle). A noter que depuis 2019, le Conseil départemental développe, de manière isolée, un programme de promotion très puissant.

3

COMMERCIALISER NOS PRODUITS

Depuis 2011, l'Office de Tourisme accentue son rôle commercial au travers de ses activités de billetterie, de vente de séjours groupes ou du tourisme d'Affaires. Depuis 2013, les résultats économiques enregistrés progressaient régulièrement ; ils s'établissaient à 654 000 € de Chiffre d'affaires généré directement et 170 000 € indirectement (Open System) en 2019 ; Un chiffre d'affaires qui s'est effondré en 2020 du fait de la crise sanitaire et qui a connu pour l'exercice 2021, un redémarrage chaotique évoluant au rythme de la pandémie et des restrictions sanitaires. La gestion des annulations-report successifs des événements planifiés sur le premier semestre, reprogrammés pour certains fin 2021 ou 2022, a constitué une part importante de cette mission de février à mai ; l'accalmie de l'été à l'automne a toutefois permis le maintien de séminaires et quelques accueils de groupes. Au final, avec les congrès réalisés depuis septembre, le Chiffre d'affaires direct 2021 atteindra 511 500 € et 63 000 € de marge.

4

FÉDÉRER LES ACTEURS

L'Office de Tourisme poursuit sa fonction de conseil au profit des prestataires-partenaires (publics ou privés) qui le sollicitent pour leur support de communication, stratégie commerciale, projets de développement... 2021 a essentiellement consisté en la poursuite de l'accompagnement des prestataires pour les aider à traverser l'immense crise Covid en assurant un contact régulier et en diffusant une information vérifiée sur les dispositifs / protocoles mises en place par les collectivités locales et l'État. Une journée des acteurs rassemblant 45 prestataires s'est tenu le 30 septembre à l'Acclameur.

5

OBSERVER

Au travers des études ou enquêtes menées par la Région Poitou-Charentes, le Parc Naturel Régional ou l'ADT 79 (fréquentation des Hôtels et Campings de l'INSEE, enquête SOFRES), l'Office de tourisme recueille les données relatives aux fréquentations des sites de visite. Il analyse la provenance des touristes se présentant dans ses bureaux d'accueil et évalue en cours d'année, par sondage auprès des prestataires, l'intensité de l'activité entre avril et septembre. En 2020 et 2021, cette mission s'est trouvée fortement dégradée en l'absence de production nationale complète de données (INSEE).

6

GESTION DE LA TAXE DE SÉJOUR

L'Office de Tourisme s'est vu confier par la Communauté d'Agglomération du Niortais la gestion du suivi de la collecte de la Taxe de séjour instaurée sur le territoire communautaire ; **Le produit de cette taxe a chuté de 31 % en 2020** (257 K€ au lieu de 373 K€) mais en partie du fait d'un retard de versement et d'imputation sur l'exercice comptable 2020 ; cela impacte l'exercice 2021 qui enregistre comptablement plus de 500 K€ de taxe de séjour du fait de ce report – une lecture analytique établit à 342 K€ les recettes réelles sur l'année 2021.

7

GESTION DE PORT BOINOT

2021 a enfin vu l'ouverture, après 15 mois de report, du site de Port Boinot, espace dédié à la valorisation du patrimoine des 40 communes de l'agglomération ainsi que de l'offre de randonnées au travers du Comptoir des Itinérances & randonnées ; La gestion de l'ensemble du site, où a été transféré le bureau d'accueil principal antérieurement localisé rue Brisson, est confiée à l'Office de Tourisme, impulsant ainsi une nouvelle mission, celle de gestionnaire d'un site de visite.

(8)

LES PRÉMICES D'UNE NOUVELLE MISSION

Vers la création d'une nouvelle offre de loisirs : le nouveau positionnement sur les thèmes « Itinérance-Nature et Savoir-faire » amène l'Office de Tourisme à intervenir dans la construction sur le territoire d'une nouvelle offre de loisirs ; ainsi la création de la Station de Trail, la sélection des produits de la gamme « Expérience au naturel » rend l'Office de Tourisme directement plus « acteur » ; la stratégie communautaire autour du développement de la randonnée au sens large ouvre de nouvelles perspectives à brèves échéances.

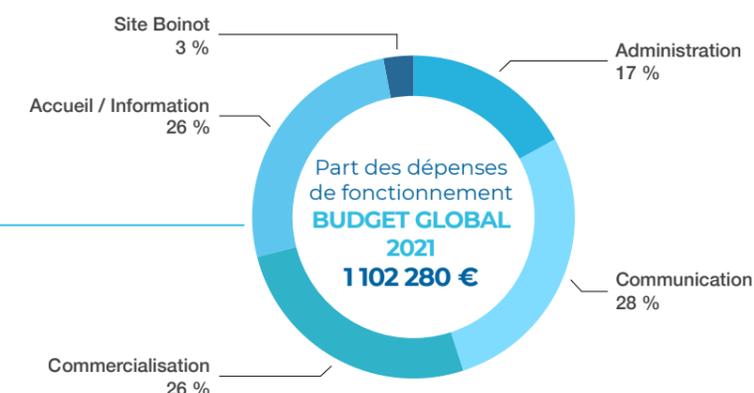
L'Office de Tourisme assure ces missions pour le compte de la Communauté d'Agglomération du Niortais qui le dote à cette fin d'une subvention annuelle de fonctionnement. Elle est restée stable en 2021 mais devrait être complétée d'une prise en charge des frais inhérents à la gestion de l'Espace EPONA sur le site du Séchoir-Port Boinot)

En complément l'Office de Tourisme s'appuie pour la mise en œuvre de ces actions sur des prestataires touristiques qui ont fait le choix d'être partenaire de leur office. Ils contribuent au fonctionnement de l'Office de Tourisme en alimentant son budget au travers de partenariats de niveau « argent » ou « platine » ou par l'achat d'espaces publicitaires.

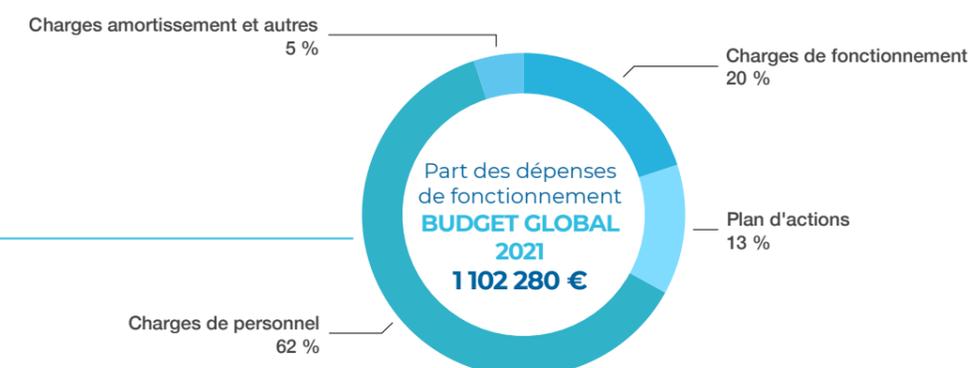
Ces contributions ont chuté de 45 % en 2020 et de seulement 24 % en 2021 (115 000 €) par la disparition de certains supports, les difficultés des entreprises et de certaines filières (restauration et événementiel notamment).

Budget 2021 en 3 diagrammes

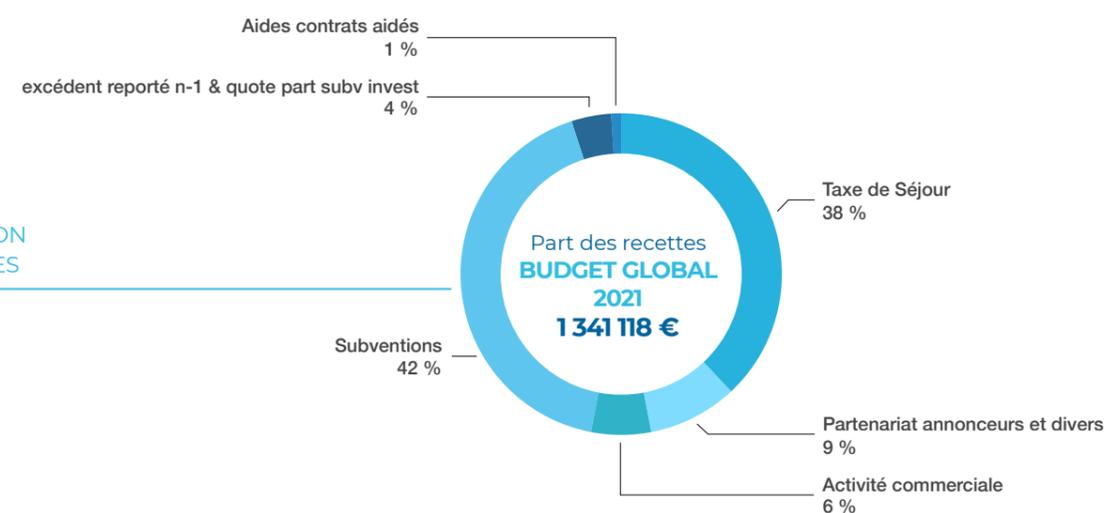
1. RÉPARTITION ANALYTIQUE DES DÉPENSES



2. RÉPARTITION DES DÉPENSES PAR POSTE



3. RÉPARTITION DES RECETTES



L'ACTION DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE EN QUELQUES FOCUS

Pour mémoire 4 grands champs structurent notre action

LA PROMOTION ET LA VALORISATION DU TERRITOIRE

L'ACCUEIL ET L'INFORMATION DES CLIENTÈLES

LA COMMERCIALISATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

LA MOBILISATION DES ACTEURS LOCAUX

Un office de tourisme est un outil né de la volonté d'une collectivité qui en définit les moyens et les statuts. L'Office de Tourisme Niort Marais Poitevin Vallée de la Sèvre niortaise a été créé le 1er janvier 2010 sous forme **d'Établissement Public** à caractère Industriel et Commercial (E.P.I.C.).

14 permanents répartis en quatre grands pôles :

- > Accueil – Information (5)
- > Commercial (3)
- > Communication (3)
- > Administration (3).

1 bureau d'accueil permanent à Niort et 2 bureaux d'accueil saisonniers ouverts entre 6 et 8 mois par an selon leur fréquentation sont implantés à Coulon (espace commun à la Maison du marais poitevin) et Arçais.

1. PROMOUVOIR ET COMMUNIQUER

En phase de préparation des vacances, mais aussi de plus en plus lors du séjour lui-même, les outils numériques constituent pour nos concitoyens le vecteur principal d'information, au premier rang desquels le site internet et les réseaux sociaux. Malgré le Covid, la fréquentation de ces outils a progressé.

Le rôle primordial du numérique : s'adapter aux comportements et pratiques de nos visiteurs

■ Le site internet

www.niortmaraispoitevin.com

Ce site déjà ancien a connu une érosion de sa fréquentation vers 2017 avant de retrouver une croissance plus régulière grâce à l'impact des campagnes / actions réalisées sur les réseaux sociaux ; en 2020, malgré le Covid, cette croissance s'est maintenue avec 246 000 sessions (+7%) et 571 000 pages vues (+2%) ; en 2021 ce score a progressé avec 308 000 sessions **(+25 %)** et 680 000 pages vues **(+ 19 %)**.

Le site est consulté à 43 % via smartphone (croissance de 36 % des consultations) mais l'impact des réseaux sociaux se stabilise.

■ La page Facebook et le profil Twitter et Instagram de l'Office de Tourisme

Bien que sur des petits volumes (2000 / 1900 et 2400) **le nombre d'abonnés continue d'augmenter (hausse de 30 %) en 2021.**

Le support « papier » : toujours apprécié mais son usage devient plus raisonné

Les comportements évoluent depuis une décennie mais le guide que l'on peut consulter simplement et transporter aisément restait une réalité. La crise du Covid a toutefois conduit nos concitoyens à un usage plus raisonné.

L'Office a édité ses brochures :



Carte :
20 000 exemplaires
Guide Hébergements :
12 000 exemplaires
Guide pratique :
35 000 exemplaires
(le guide pratique, ancienne version 10 000 exemplaires + 2 retirages de Le Guide : 15 000 + 10 000 exemplaires)

Ces brochures sont diffusées lors des opérations de promotion ou sur le territoire. Ces différents supports de communication – site internet et brochures - permettent à l'Office de Tourisme de mobiliser autour de lui des partenariats de communication, grâce à l'achat d'encarts publicitaires, par les prestataires touristiques. Ces partenariats génèrent l'essentiel des fonds propres de l'Office de Tourisme.

Quelques actions de communication

1. Mini-campagne estivale de soutien aux activités de loisirs avec la Nouvelle république : 9 bandeaux hebdomadaires ont été intégrés dans l'édition du vendredi de la Nouvelle République en juillet et août pour soutenir les acteurs du loisir au travers de notre nouvelle gamme « Expérience au naturel »



2. Dans le cadre de la création de la Station de Trail en lien avec le groupe Rossignol détenteur de la marque « Outdoor Expérience », l'Office de Tourisme a décliné un plan de communication lors de la phase d'ouverture des différents circuits.



Un reportage TV France 3 sur le balisage, diffusé le 29 septembre

Un point presse en présence des acteurs, partenaires organisés le 5 octobre
Des **inaugurations** du 16 octobre à fin novembre...

Ainsi, outre des inaugurations localisées, un temps officiel a été planifié le 9 octobre.

Autres temps forts « station de trail »



Le 24 novembre : une soirée au CGR.

Un moment convivial pour remercier tous les acteurs et partenaires, suivie de la diffusion du film la Course La course de ma vie, de Vincent Hulin.



Dans la continuité l'Office de Tourisme a participé le 17 octobre à la Coulée Verte à Niort puis du 26 au 28 novembre au village du Marathon de La Rochelle pour promouvoir auprès du public des coureurs la nouvelle station de trail Niort Marais poitevin.

3. Partenariat France Bleu : France bleu a délocalisé le 21 octobre ses studios pour la « Folle journée » et s'est installé toute la journée à Niort. D'abord au Halles en matinée, puis au musée d'Agesci, au Donjon pour terminer par l'Îlot Sauvage. L'office de tourisme a été mobilisé pour la préparation en amont de cette journée, sur le choix des lieux et des personnes à inviter.

Le partenariat avec France bleu se poursuit avec les 27 chroniques (à raison de 3 par semaine sur les 2 mois d'été).



Les accueils de presse

Quelques exemples : Accueil d'influenceurs.

Cet accueil d'influenceurs 2021 s'inscrit dans le cadre de la campagne PanEuropéenne réalisée avec Atout France, #CeQuiCompteVraiment / #Lo Que Realmente Importa. Valoriser les destinations, partenaires et filières de Nouvelle-Aquitaine pour accroître leur notoriété sur le marché espagnol.

2 accueils à deux périodes différentes :
Juanma Furio, sa compagne et ses enfants, du 17 au 22 août
Fatima Canto et sa famille du 24 au 30 août)

Tous les influenceurs accueillis pour cette campagne ont généré plus de posts et de stories que prévu.

@juanma_furio : Très bons résultats avec un taux d'engagement de 5,94 % 6 posts et 22 stories mettant en avant un résumé des lieux visités durant l'itinéraire avec mention des comptes.

@fatimacanto : 6 posts et 29 stories. Très bons résultats avec un taux d'engagement de 3,9 % (la moyenne se situe entre 2 et 3 %).

« Itinéraires Bis » à Coulon le 21 septembre. 3 sujets autour de l'angélique, rencontre avec un photographe Michel Paradinas et son livre sur le Marais poitevin et un zoom sur la Maison du Marais poitevin, lieu incontournable de visite

Le 17 mars, nous accueillons la quotidienne de France 5. Un tournage à La Garette sur l'histoire des balades en barque dans le Marais poitevin, en complément d'un reportage sur le patrimoine vivant illustré par l'entreprise Eno. Cette émission diffusée le 4 mai.

Dès Septembre, et sur l'année entière, toutes les semaines, une chronique en direct est proposée dans l'agenda du Week-end diffusée le samedi matin.

L'émission "Echappées Belles", diffusée le 13 mars dernier, a été un formidable coup de projecteur sur notre destination (1 500 000 téléspectateurs), le 2^{ème} record historique de l'émission. Merci à tous ceux qui ont apporté leur concours à cette opération initiée par le Conseil Départemental.

Ce succès laisse augurer la visite de curieux voulant découvrir un territoire qu'ils méconnaissent.

Notre site internet a enregistré de bons scores. Par exemple, il a été plus fréquenté le 13 mars qu'un 15 août !

4. Dans le cadre de l'approche marketing plus ciblée initiée en 2021 avec une segmentation des profils, une campagne sur les réseaux sociaux a plus spécifiquement fléché le public camping-cariste ; une plateforme numérique dédiée à ce type de campagnes a été réalisée et sera adaptée à l'avenir aux nouvelles actions thématiques prévues. Principalement basée sur l'achat d'une visibilité sur les réseaux sociaux (facebook) cette première campagne a permis, pour 1000 € investis, d'afficher 250 000 « posts » sur les régions limitrophes générant ensuite 7000 consultations du mini-site créé.



D'autres accueils de presse ont concerné des magazines étrangers (Magazine belge néerlandophone VKT), la Fondation du Patrimoine ou des accueils de Blogueurs (Clo et Clem) au titre de la vélo Francette.

Egalement divers repérage pour des émissions ou reportage (par ex. TF1 le 17 septembre pour un reportage « Un week-end à Niort »)

Autres communications spécifiques

Participation aux dispositifs pluriannuels Vélo Francette et Émotion Marais Poitevin

Vélo-route Voie verte La Vélo Francette

Ce dispositif pluriannuel auquel l'Office de Tourisme contribue à hauteur de 2000 € réunit tous les acteurs touristiques institutionnels impliqués dans l'itinéraire entre la Manche et l'Atlantique, chaque département associant ses relais locaux. En matière de fréquentation, plus de 60 000 passages sont enregistrés sur le compteur entre Niort et Coulon.

Dispositif mutualisé Émotion Marais Poitevin

Les différents acteurs institutionnels du tourisme qui agissent sur le périmètre du marais poitevin sont réunis depuis plus de 10 ans pour agir de manière coordonnée à la promotion de ce territoire remarquable ; un plan d'actions mutualisé est ainsi défini et mis en œuvre chaque année ; Un nouveau positionnement du territoire autour des activités de pleine nature, validé en 2020, a permis pour un budget d'environ 25 000 € de réaliser une campagne de communication sur les réseaux sociaux à partir de 3 mini-vidéos distinctes (3 cibles : familles-trentenaires sans enfants et seniors).

2. ACCUEILLIR ET INFORMER

Les implantations physiques sur le territoire

Outre l'accueil niortais qui s'est déplacé de Brisson à Boinot, 2021 a connu un réaménagement des accueils pour une meilleure valorisation des atouts du territoire, la valorisation des partenaires au moyen de pupitre tactiles en lieu et place de dépliants en libre-service.

Saison 2021 : Une ouverture progressive en début de saison

Au regard des dispositions sanitaires prises au début du printemps et de la prolongation de la fermeture des sites de visite, l'Office de Tourisme a adapté son déploiement pour le début de la saison.

Cela a conduit à l'ouverture effective des accueils saisonniers le samedi 3 avril... puis à leur fermeture immédiate suite à la nouvelle phase de confinement annoncée jusqu'au au 3 mai !

L'Office a appliqué les directives nationales avec l'instauration d'un **parcours « client »** selon les possibilités des bureaux d'accueil :

- Sens de circulation avec entrée et sortie différenciées
- Panneaux d'information sur les gestes barrières et le nombre maximal de personnes autorisées
- Mise à disposition de gel pour le public
- Limitation des assises pour réduire le temps de présence
- Recours privilégié au TPE « sans contact » ; à défaut utilisation d'un petit contenant (boîte, panier,...) pour récupérer les autres moyens de paiement et éviter les contacts des mains. Une affiche invitera les visiteurs à privilégier le paiement « sans contact ».
- Sur le site de Coulon, au regard de la double

fonction OT / MMP et de la complexité des espaces, un parcours particulier impose de réduire le nombre de personnes acceptées simultanément dans les locaux de l'Office de Tourisme.

Les accueils ont ainsi été ouverts au public :

- Dès le **18 mai** pour Niort Brisson
- La **1^{ère} semaine de juin** pour Arçais et Coulon

Sur des amplitudes adaptées :

- Du lundi au samedi (+ en matinée le Pont de l'Ascension et week-end de Pentecôte) en mai
- Puis **tous les jours à compter de juin**

En nombre de visiteurs, **la fréquentation s'est renforcée par rapport à 2020** malgré l'ouverture tardive des accueils, les jauges instaurées et un public soucieux d'éviter les espaces clos ! Nous comptabilisons toutefois plus de 88 000 entrées et ce, malgré les mois d'avril et mai grandement neutralisés ! Nous retrouvons des scores de 2018 et 2019 (50 000 en 2020).

Dans le détail :

- **Arçais** 14 500 dont 8000 en juillet et août
- **Coulon** 30 000 dont 18 500 en juillet et août
- **Niort** 42 000 dont 21 500 en juillet et août

En Juillet et août, les accueils ont connu une activité plus soutenue qu'en 2020 avec 10 000 visiteurs sur Boinot chaque mois grâce à l'effet nouveauté et à la proximité des activités Niort Plage.

A noter la fermeture définitive du site de Brisson le 27 juin. Le 3 juillet ouvrait l'accueil de Port Boinot !

Le 3 juillet, inauguration de l'accueil de Port Boinot

La décision prise début 2020 de regrouper sur le seul site de Port Boinot l'ensemble du pôle accueil de l'Office de Tourisme a nécessité en cours de finalisation du projet quelques ajustements et la mobilisation des 2 seuls bureaux fermés disponibles dans le bâtiment « séchoir » ; le site offre 3 niveaux thématiques :

- Au rez-de-chaussée, l'accueil de l'Office pour ses missions d'accueil et d'information du public touristique complété d'une Boutique

- Au 1^{er} étage, l'Espace EPONA dédié à la valorisation du patrimoine communautaire, déployé dans le cadre de la démarche de labellisation souhaitée Pays d'Art et d'Histoire



- Au 2^e, un espace d'exposition partagé entre Office de Tourisme (8 mois) et la Ville de Niort (4 mois).



Un accueil estival spécifique à Niort : Le dispositif Niort Plage

L'Office de Tourisme se mobilise chaque année pour assurer la billetterie de diverses activités payantes proposées lors de cette manifestation estivale.

Cette édition marquée par les contraintes sanitaires s'est tenue du 9 juillet au 22 août pour la première fois sur le site de Port Boinot participant ainsi à la forte attractivité de cet espace en bords de Sèvre ; les visites guidées nocturnes de la ville en canoë depuis la Sèvre niortaise sont organisées chaque mercredi et vendredi ; elles rencontrent encore en 2021 un vif succès.

Ce dispositif a ainsi généré un fort volume d'activités de 27 500 € dont 46 % à partir des réservations/ventes en ligne représentant une marge - en nette hausse - d'environ 13 200 € HT pour l'Office de Tourisme.

3. COMMERCIALISER

Rappel : depuis 2012 l'Office de Tourisme a déployé sa nouvelle stratégie commerciale qui s'appuie sur 4 axes principaux :

■ Renforcer son **rôle de prescripteur commercial** au bénéfice des prestataires locaux en renforçant son activité de billetterie ; les prestations proposées sont déclinées en trois familles : « découverte des sites de visites » et prestations de loisirs / prestations à la demi-journée et journée / visites insolites.

■ Structurer son offre pour les groupes en valorisant les produits locomotives conçus par nos opérateurs locaux et en complétant l'offre locale par des produits « thématiques » sur la destination (patrimoine architectural, culinaires, rallye et sorties actives). Cette stratégie permet aussi de proposer des extensions de séjours en s'appuyant sur les territoires voisins et, enfin, de positionner notre territoire en proximité des grands équipements phares régionaux (Futuroscope, Aquarium, Cognac, Puy du Fou ,...)

■ Accentuer les démarches de prospection sur le marché des séminaires en complétant l'action des opérateurs locaux. Depuis 2012 l'OT cible certaines filières économiques (Agroalimentaire – Automobile et BTP) et certains territoires (Gironde, Loire Atlantique, Ille-et-Vilaine) afin de ne pas concurrencer l'action directe des autres acteurs locaux.

■ Engager une action de mobilisation et d'accompagnement des présidents ou représentants locaux de corporations, groupes, syndicats, unions professionnelles, associations nationale, fédérations sportives et culturelles afin de les inciter à porter la candidature Niort Marais Poitevin pour l'organisation de leurs rassemblements nationaux, congrès ou séminaires.

■ Ces deux derniers axes trouvent dorénavant leur mode opératoire au sein d'un « **Club Tourisme d'Affaires** » initié fin 2014 et qui s'est structuré en 2015 en définissant sa stratégie d'actions et en réalisant son premier plan opérationnel à compter de 2016. Plus de 60 opérateurs se mobilisent autour de l'Office de Tourisme lors des travaux de d'élaboration conjointe d'une stratégie d'actions pour le développement des séminaires, congrès et évènements.

Les actions de l'Office de Tourisme en matière commerciale s'effectuent sous couvert de l'immatriculation dont il dispose depuis 2010, et renouvelée en 2013 puis 2016 ; ces actions couvrent traditionnellement 4 secteurs :

- Les séminaires et congrès
- La vente de produits individuels
- Les séjours et circuits groupes
- La billetterie et boutique

2021, un redémarrage chaotique

Après une année 2020 particulièrement affectée du fait de la crise sanitaire, l'activité commerciale 2021 a été également très perturbée. Les reports des évènements et groupes 2020 sur le 1er semestre 2021 se sont à nouveau reportés, du fait de la pandémie et de ses restrictions, sur le second semestre 2021 (FNSEA) ou 2022 (Rassemblement européen des Campings Cars) voire définitivement annulés (Championnats de France d'escalade, d'escrime, convention Doremi). Comme en 2020, le premier semestre a ainsi été consacré par le service commercial à la gestion des annulations et aux reports avec les professionnels, organisateurs et clients.

A partir de mi-mai jusqu'à mi-novembre 2021, l'accalmie « sanitaire » nous permettait de concrétiser une demande croissante de séminaires, quelques **groupes** mais aussi de valider avec les organisateurs les évènements reportés. Cette belle reprise d'activité et cette demande soutenue furent à nouveau contrariées à partir de la fin octobre par la nouvelle circulation virale active et ses contraintes associées.

Pour autant, dans la continuité de notre action 2020, cette période à été mise à profit pour la mise en œuvre de notre nouvelle ligne produit « **Expériences au Naturel** », illustration de notre positionnement Itinérance, nature et savoirs - faire.

L'exercice 2021 a également été celui de la généralisation de **la vente en ligne** à notre offre de billetterie. Les résultats exceptionnels de la vente en ligne des prestataires via Open system (225 K€) témoignent de l'essor de ce canal de vente.

Enfin, sur le volet « Affaires », notre positionnement sur une offre « RSE & Développement Durable » a reçu un accueil favorable de nos clients et prospects

En détail :

En matière financière, sur les dernières années et plus spécifiquement l'exercice 2021, le volume d'affaires généré sur le secteur du séminaire/congrès s'établit comme suit, du fait du contexte exceptionnel :

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020
Séminaires en TTC	50 230 €	27 020 €	38 070 €	65 000 €	56 000 €	66 000 €	103 000 €	123 000 €	59 000 €	88 500 €
Congrès	145 573 €*	122 470 €	74 800 €	144 000 €*	69 000 €	182 000 €	131 000 €	215 200 €	119 000 €	280 400 €
Marge en TTC	21 210 €	14 755 €	22 140 €	44 871 €	22 759 €	37 555 €	27 076 €	47 304 €	15 480 €	40 000 €

*En 2012 et 2015 : impact d'une forte billetterie de la Semaine Fédérale de Cyclotourisme et des Championnats de France de Gymnastique.

L'Office de Tourisme est reconnu pour sa capacité à fournir un appui logistique et un accompagnement efficace auprès des organisateurs de ces évènements. Tant sur l'hébergement, la restauration, le transport ou les activités loisirs, le savoir-faire de l'Office de Tourisme est un atout pour la réussite des évènements professionnels que la destination Niort Marais Poitevin accueille.

Cette filière sportive reste un vecteur majeur de développement sur notre territoire.

Au final, l'activité Séminaires & Congrès a généré un volume d'Affaires en développement qui se rapproche de l'exercice référent 2019 soit **368 800 € TTC** (hausse de 9 %) ; **la marge commerciale atteint 40 000 € TTC (baisse de 15 %).**

La vente de produits et séjours

L'Office de Tourisme propose la commercialisation de quelques séjours individuels mais cible principalement les groupes dans le cadre d'une action coordonnée avec l'ADT 79, qui a toutefois fait le choix d'abandonner ce segment de clientèle.

Depuis 2013, l'Office de Tourisme maintient quelques produits « vitrine » - pour une CA d'environ 3/4 000 € TTC chaque année - mais concentre ses efforts vers les prestations à plus forte valeur ajoutée, l'accueil des groupes !

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Volume d'affaires TTC	58 300 €	107 300 €	101 000 €	141 600 €	132 475 €	111 160 €	197 627 €	148 960 €	6 822 €	60 367 €
Nbre de contacts / Nbre de prospects	45 / 188	52 / 178	60 / 170	82 / 209	65 / 218	65 / 218	71 / 176	51 / 172	9 / 119	22 / 52
Marge en TTC	6 444 €	13 092 €	11 073 €	22 620 €	22 755 €	16 680 €	30 159 €	28 547 €	1 549 €	10 257 €

La vente de produits et séjours

L'Office de Tourisme propose la commercialisation de quelques séjours individuels mais cible principalement les groupes dans le cadre d'une action coordonnée avec l'ADT 79, qui a toutefois fait le choix d'abandonner ce segment de clientèle.

Depuis 2013, l'Office de Tourisme maintient quelques produits « vitrine » - pour une CA d'environ 3/4 000 € TTC chaque année - mais concentre ses efforts vers les prestations à plus forte valeur ajoutée, l'accueil des groupes !

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020
Volume d'affaires TTC	58 300 €	107 300 €	101 000 €	141 600 €	132 475 €	111 160 €	197 627 €	148 960 €	6 822 €	60 367 €
Nbre de contacts / Nbre de prospects	45 / 188	52 / 178	60 / 170	82 / 209	65 / 218	65 / 218	71 / 176	51 / 172	9 / 119	22 / 52
Marge en TTC	6 444 €	13 092 €	11 073 €	22 620 €	22 755 €	16 680 €	30 159 €	28 547 €	1 549 €	10 257 €

Cette activité représentait de 100 à 200 000 € ces dernières années ; en 2021, la demande qui s'est effondrée sur le premier semestre du fait de la crise sanitaire n'a pas eu le rebond du groupe affaire sur le second semestre. Le résultat demeure ainsi très inférieur à celui de l'année référence 2019 (-59%).

La billetterie et la boutique : des ventes en baisse mais avec un plus fort recours à la vente en ligne !



L'Office de tourisme assure, pour le compte des prestataires, une activité de billetterie concernant soit la vente de prestations sèches (entrée simple sur site hors barque), soit de forfaits à la journée (promenade en barque associée à une autre prestation, location de vélo, etc...). Cette offre se diversifie année après année et nous permet de disposer d'une gamme de produits intéressante pour nos visiteurs qui fréquentent nos bureaux d'accueil.

Description	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Volume d'affaires Boutique en TTC	25 000 €	22 700 €	40 500 €	38 100 €	41 740 €	36 290 €	27 838 €	27 849 €	18 269 €	24 166 €
Volume d'affaires Billetterie estivale en TTC	23 400 €	27 600 €	105 700 €	106 900 €	97 900 €	79 800 €	79 772 €	106 660 €	19 203 €	30 561 €
Marge en TTC	7 100 €	7 390 €	16 390 €	16 290 €	16 760 €	14 440 €	12 700 €	16 800 €	6 356 €	9 476 €

Les activités « Billetterie estivale et événementielle » (hors Niort Plage) et « Boutique » représentent respectivement **24 166 € TTC** et **30 561 € en 2021** et dégagent une marge cumulée pour l'Office de Tourisme de **7 897 € HT. Ce score en hausse par rapport à 2020 demeure pour autant largement en deçà des exercices pré-covid.**



Ce montant n'intègre pas les **63 605 € TTC** de volume d'affaires généré spécifiquement pour le compte de la Maison du Marais Poitevin au titre des droits d'entrée perçus pour les individuels. Un montant en hausse significative par rapport à 2020 mais aussi supérieur à 2019 (+9%) marquant la reprise (malgré les difficultés Covid) de la fréquentation de cet équipement.

Enfin, pour la première édition depuis Port Boinot, les activités nautique « NIORT Plage » sont en fort développement Le volume d'affaire généré en 2021 est de 27 500 € TTC (+12% / 2019), soit 13 200 € HT de marge (+14% / 2019).

Open System

En 2018, Département et Région ont poursuivi la mise à disposition à titre gracieux de la solution technique OPEN SYSTEM permettant la réservation-vente en ligne de séjours et d'activités touristiques.

L'Office soutient cette initiative et accompagne les prestataires du territoire dans la mise en place de cette solution en organisant des formations avec les techniciens de l'ADT 79.

En 2018, une cinquantaine de prestataires touristiques (dont une quinzaine au travers de passerelles technologiques entre Open System et leur propre système de réservation), pour l'essentiel hébergeurs, bénéficient de cette solution sur notre territoire.

Le chiffre d'affaires traité au travers de ce dispositif progresse continuellement depuis 2011 ; il atteint la somme de 225 973 € en 2021, contre 175 787 € en 2020, 170 000 € en 2019, 160 000 € en 2018 (soit une hausse de 18 %) contre 135 560 € TTC en 2017, 144 000 € TTC en 2016, 115 000 € TTC en 2015, 73 000 € TTC en 2014, 71 000 € TTC en 2013, 60 000 € en 2012 et 44 000 € TTC en 2011 ; la progression reste tendancielle depuis 2011 en lien avec l'affirmation des ventes sur internet.

Bilan de l'Activité Commerciale 2021

	2018	2019	2020	2021
CA TTC	921 688,22 €	1 003 362,71 €	506 023,60 €	875 527,00 €
Marge TTC	274 503,84 €	291 481,12 €	131 284,23 €	213 689,00 €

Au final, ces diverses actions commerciales génèrent un volume d'affaires d'environ 875 000 € TTC en 2021 ; la crise sanitaire lié au Covid aura ainsi encore impacté l'Office de Tourisme. Toutefois, par le mécanisme des reports et la nouvelle dynamique engagée, le résultat 2021 demeure encourageant.

4. MOBILISER ET SOUTENIR LES ACTEURS LOCAUX

En parallèle de ses actions portées vers l'extérieur, l'Office de Tourisme développe divers dispositifs locaux, notamment en fonction de l'actualité, au profit des prestataires touristiques du territoire :

Des communications ciblées « pros » : 20 lettres d'informations au format numérique ont été diffusées pour informer de l'actualité de la structure, de la crise Covid et des dispositifs sanitaires, juridiques ou financiers mis en œuvre par les autorités publiques.

La journée des acteurs le 30 septembre

A l'Accalameur, 45 professionnels ont assisté à diverses présentations planifiées sur la journée :

- Le matin : Le marketing digital au service de votre commercialisation avec Guillem SALLE
- L'après-midi, deux ateliers, l'un dédié au marché des groupes et des tribus - quelles perspectives ? animé par notre collègue de la Vienne David PRIOTON), l'autre avec l'intervention du spécialiste en fiscalité Charles LECOINTE



D'autres temps d'échanges avec nos socio-professionnels :



Le dispositif « Expériences au naturel » présenté aux acteurs hébergeurs les 26 mars (dans la Salle du chatelet à la Garette) et le 10 juin au Pré Leroy.

Bilan de saison et présentation de la nouvelle identité graphique le 9 septembre à Port Boinot Opération Spéciale.



« J'aime nos restos ! »

En décembre, la restauration restant pour l'essentiel fermée, l'Office de Tourisme a lancé une opération de soutien à cette profession en invitant nos concitoyens à acheter des bons d'achat d'une valeur de 15 € au profit de 31 restaurants partenaires de l'opération.

Pour chaque vente enregistrée, et afin de soutenir les ventes de bons cadeaux pendant cette période de fêtes, l'Office de Tourisme s'est engagé à mobiliser au printemps 2021, 5 € pour abonder une opération de solidarité envers les enfants issus de secteurs défavorisés de l'agglomération ; en lien avec le Secours

Populaire et le CCAS de Niort, l'objectif est de permettre à ces enfants de découvrir les sites touristiques de notre territoire.



NIORT
MARAIS
POITEVIN



Cette opération a permis la vente de 1520 bons cadeaux, générant ainsi une dotation de 7500 € allouée pour les journées de découverte

des enfants ; ils seront 501 enfants et 81 accompagnateurs à profiter de cette opération entre le 7 juin et le 2 juillet. 2021 au travers de 23 classes de 4 groupes scolaires différents. Ces données intègrent les 47 enfants reçus via le Secours Populaire (sortie du 19 juin)

En parallèle, outre l'accompagnement sur les réseaux sociaux de ce dispositif de soutien aux restaurants, 23 établissements ont profité d'une capsule vidéo de 60 sec valorisant leur savoir-faire.

L'OFFICE DE TOURISME, ÉTABLISSEMENT PUBLIC

L'Office de Tourisme du fait de son statut d'Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC) doit réunir au moins six fois par an son Comité de Direction composé de 22 élus communautaires titulaires (et autant de suppléants) et 15 représentants des filières touristiques (et autant de suppléants) ; depuis une évolution de ses statuts en 2020, il est complété de 3 personnes qualifiées. Le quorum est normalement fixé à 21 pour valablement délibérer lors des Comités.

L'ensemble des décisions de ces comités est accessible en ligne :
<https://administration.niortmaraispoitevin.com>

Spécificités liées au statut d'EPIC

La comptabilité de l'Office de Tourisme relève du secteur public (comptabilité M4) et s'organise autour d'un budget unique mais avec un taux de TVA, appliqué aux dépenses, proratisé en fonction du type d'actions conduites (commerciale, mixte ou non commerciale).

Un compte de dépôt de fonds centralise par ailleurs les actions commerciales assurées par l'Office de Tourisme. Depuis 2016 cette activité s'effectue sous le mode de régie à la demande du Trésor Public qui souhaitait suivre plus finement l'ensemble de nos actions au regard des volumes financiers dorénavant atteints.

Le statut d'EPIC implique plusieurs autres spécificités :

- Le formalisme administratif de l'EPIC s'apparente à celui d'une collectivité ; en matière de validité des délibérations, les règles de quorum, de pouvoirs entre membres ou de délais de re-convocation peuvent occasionnellement générer des difficultés pour la programmation des Comités de Direction

- La totalité du produit de la Taxe de séjour est obligatoirement versée à l'Office de Tourisme

- Le Directeur de l'Office de Tourisme est l'ordonnateur principal de la structure, il en est le représentant légal.

En 2020, la composition des Comités de Direction a été modifiée suite aux élections locales ; le nouveau CODIR installé le 15 octobre 2020 a vu l'élection de Mme Elisabeth MAILLARD, maire de St Rémy et Vice-Présidente de Niort Agglo en charge du Tourisme et du Patrimoine, présidente de l'Office de Tourisme. Mme Barbotin, élu de Niort, est vice-présidente.

Une évolution statutaire en date du 14 décembre 2020 prévoyait un second poste de Vice-président mais n'a pu être pourvu du fait de la difficulté de maintenir des Codir en présentiel ; son élection s'est finalement déroulée en février 2022.

Les 6 Comités de direction de l'année 2021 se sont ainsi tenus en présentiel avec un quorum. Rabaisé à 1/3 conformément aux textes législatifs. A noter une réunion consultative tenue fin janvier afin de préparer le document cadre support au Débat d'orientation budgétaire (annexe 2).

Aide au Développement & conseil aux porteurs de projets

Pour mémoire, l'Office de tourisme participe aux différents travaux initiés par la CAN quant à ses schémas de développement, documents réglementaires, études prospectives, ...

Plus directement en matière de développement touristique, l'Office de Tourisme a apporté sa contribution à l'élaboration du Schéma de Développement Touristique de la CAN qui fut voté au printemps 2021. Une étude sur un Schéma Cyclable touristique a également été initiée en 2021 à laquelle l'Office de Tourisme est étroitement associé.



Comme chaque année, l'Office de Tourisme a été mobilisé pour conseil sur des projets individuels (hébergements collectifs ou chez l'habitant, restaurants, activités de loisirs...) ou portés par des collectivités (tourisme fluvial, hébergement collectif, refonte de la MMP, signalétique, Espace Tourisme d'Affaires, ...).

A noter en 2021, l'ouverture par le département de la Vélo-route V93 partant de Niort et rejoignant Aiffres -Prahecq puis le Mellois et ensuite la Charente pour finir au lac de Vassivière.

Le circuit V94, partant d'Echiré, suivant la Sèvre pour rejoindre la Vienne puis Bourges n'est opérationnel que sur le début de son parcours ; la partie traversant le département de la Vienne devait être livrée en 2023 / 24.

Équipements structurants et politiques sectorielles de la CAN

En matière d'activité fluviale, l'Office de Tourisme accompagne les collectivités dans leurs réflexions pour le redéploiement d'une activité fluviale sur la Sèvre niortaise, à partir de bateaux habitables, entre Niort et Marans avec des extensions d'itinéraires vers la Rochelle ou Fontenay-le-Comte. Ce « tourisme fluvestre », très directement connecté aux activités à terre pourrait offrir une opportunité majeure de développement de notre territoire notamment par la mobilisation de tours opérateurs étrangers. Ce projet est rentré en phase opérationnelle et est porté par le PNR et l'IIBSN. La livraison de 2 prototypes de bateaux habitables, pour un investissement de plus de 600 K€, est prévue pour la saison 2022 (juillet et septembre).



Le site de Boinot

La municipalité a lancé la requalification globale du site des anciennes chamoiseries en vue de déployer sur le site à la fois des activités culturelles et patrimoniales aussi autour des pratiques de loisirs nature. Ouvert depuis juillet 2021, le bâtiment séchoir est géré par l'Office de Tourisme ; les deux derniers bâtiments (Maison de maître et Fabrique) seront livrés en 2023 avec une ouverture début 2024 (activité de restauration et événementiel autour du Développement durable). Avec les activités fluvial (été 2022) et Niort Plage, ce site se renforce du point de vue « loisirs ».



Terra Aventura®

Depuis quelques années, l'Office de Tourisme accompagne le développement des circuits Terra Aventura ; après le circuit de Saint-Georges-de-Rex, Niort et Echiré ont accueilli en 2020, adossés aux patrimoines communautaires que sont le Donjon, le Château du Coudray-Salbart et la gentilhommière de Mursay, 3 nouveaux parcours, 2 pédestres et 1 vélo.

2021 a vu l'ouverture de **2 nouveaux parcours** très fréquentés à Chauray (Secrets de Sèvre bien gardés) et Magné (Maraîchin contre Bras rouge) . D'autres demandes n'ont pu être satisfaites en raison des critères de plus en plus sélectifs imposés par la Comité Régional du Tourisme propriétaire de la marque.

A noter : en 2021 l'Office de Tourisme a pu accéder à des espaces de communication sur la plateforme Terra Aventura pour valoriser les sites de visites du territoire.

En termes de fréquentation, les circuits de notre territoire sont très bien placés au niveau de l'offre régionale (environ 400 circuits) : 4 circuits enregistrent plus de 10 000 joueurs (estimation du CRT) : Echiré, Niort, Magné et Chauray – Saint-Georges-de-Rex atteint presque 7 000 joueurs mais souffre de son antériorité.

Pour mémoire, la communauté des joueurs représente 2 000 000 de personnes !
Les parcours de notre territoire figurent parmi les plus fréquentés des Deux-Sèvres et même de la région.



La Station de Trail Running Niort Marais poitevin

Fin 2020, en plein marasme « Covid » l'Office de Tourisme s'est mobilisé autour d'un projet alliant les atouts du territoire et les besoins croissants de nos concitoyens d'accéder aux loisirs de pleine nature ; Il s'agissait de décliner le nouveau positionnement « Itinérance-Nature et Savoir-Faire » de la destination Niort Marais poitevin porté par l'Office de Tourisme en appui de Port Boinot.

Mobilisant ses ressources propres, tant humaines que financières, l'équipe a validé le projet en février 2021 auprès de Niort Agglo, contractualisé avec le réseau Rossignol (réseau de stations Outdoor Expérience) en avril et réuni 100 acteurs locaux en visioconférence le 6 mai lors du lancement public du projet ; en 4 mois, ce seront 15 parcours et 2 ateliers techniques (dont 4 sont labellisés HandiSport) qui verront le jour en impliquant les communes et les pratiquants sportifs. La MAIF accompagnera plus spécifiquement ce projet en contribuant à la création de parcours.



Inauguration le 4 octobre à Niort

Vincent Hulin, coureur de Poitiers, journaliste et auteur de documentaires et livres sur la course à pied, est devenu le parrain de cette station.



Inauguration d'un parcours sur la commune de Prahecq

Dynamique générale et évolution de l'organisation interne de l'Office de Tourisme

Depuis sa création, l'Office de Tourisme fait le choix d'anticiper l'évolution des ressources publiques (disparition annoncée des aides départementales et régionales) et de contrôler l'évolution de ses charges fixes tout en accentuant fortement son action sur le développement commercial et son rôle d'apporteur d'Affaires.

S'il réduit la communication externe Grand public, largement prise en charge par le Département et la Région, son positionnement Nature Itinérance et Savoir-faire le conduit à renforcer son rôle dans l'émergence de nouvelles offres touristiques et le soutien aux prestataires.

Au 31 décembre 2021, la structure se caractérise une organisation générale autour de quatre responsables de pôle :

- Un service « Commercialisation » mobilisé sur les cibles « groupes », « congrès » et séminaires.
- Un service « Communication » dédié à la production des supports de communication, « print » ou numériques, intégrant les réseaux sociaux et la presse
- Un service « accueil » pour la mission principale d'accueil et d'information mais développant aussi d'autres activités conjointes (Terra Aventura, circuit patrimoine, produits Boutique,...)

■ Un service administratif et financier suivant le fonctionnement de la structure et la régie Taxe de séjour.

Avec l'Ouverture de Port Boinot, l'organisation évolue avec divers mouvements interne et l'identification d'un responsable « Port Boinot » et la mise en œuvre d'un nouvel organigramme.

Le nouveau projet de l'Office de Tourisme initié en 2021 se déclinera sur 2022 et permettra la définition d'un plan de formation pluriannuel pour accompagner son déploiement.

Point sur les évolutions principales relatives aux effectifs

	01/2013	12/2014	12/2015	12/2016	12/2017	12/2018	12/2019	12/2020	12/2021
Effectifs cadres	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Agents de maîtrise	4	6 dt 1 CDD	5	5	6	6	6	6	6
Employés	7	6 dt 1 congé parental	5	5 dt 1 CDD	6	6	7 dt 1 CDD	7	7
Apprentis	1	0	1	1	0	0	1	1	0
CAE	1	2	1	2	0	0	0	0	0
Contrat Emploi d'Avenir	0	3	3	2	0	0	0	0	0

L'Office de Tourisme compte dorénavant **14 permanents** (dont 1 personnel à temps partiel). En 2021 le déploiement territorial en saison, légèrement impacté par le Covid a nécessité le recours à 7 contrats saisonniers, dédiés au pôle Accueil, totalisant plus de 30 mois. A noter en 2021 un congé maternité remplacé sur 4 mois.

Sur l'année, les effectifs représentent, avec l'apprentie et les saisonniers, un 16.75 « équivalent temps plein » contre 15.32 en 2020 et 16.6 en 2019.