



Rapport d'activités 2020

OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

Niort Marais Poitevin
Vallée de la Sèvre niortaise



ORGANIGRAMME



Elisabeth MAILLARD
Présidente



Jeannine BARBOTIN
Vice-Présidente



Thierry HOSPITAL
Directeur
05.49.24.01.40
thierryhospital@niortmaraispoitevin.com

ADMINISTRATION-FINANCES : 05 49 24 57 06



Sylvie ROCHEREAU
Responsable de pôle
05.49.24.88.25
sylvierochereau@niortmaraispoitevin.com



Sophie AUDURIER
Régie commerciale
et taxe de séjour

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
Assistante commerciale
séminaire

SERVICE COMMUNICATION : 05 49 24 88 27



Alexandra BODET
Responsable de pôle
05.49.24.88.27
alexandrabodet@niortmaraispoitevin.com



Frédéric SOYEZ
Assistant de base de données
et nouvelles technologies
de l'information et de
la communication (NTIC).
Guide



Eva BOIREAU
Animatrice web

SERVICE ACCUEIL : 05 49 24 18 79



Magalie TENAILLEAU
Responsable de pôle
05.49.24.03.70
magalietenailleau@niortmaraispoitevin.com



François ARNAUD
Conseiller en séjour



Mathilde CORNUAU
Conseillère en séjour
et animatrice boutique



Lauriane ANGIBAUD
Conseillère en séjour, suivi
Taxe de séjour et animation
du réseau des prestataires



Camille SALEM
Apprentie Conseillère
en séjour



Audrey MOREAU
Conseillère en séjour & anima-
trice comptoir des itinérances
et randonnées

SOMMAIRE

2 | Organigramme

2020 COVID Annus Horribilis du Tourisme mondial | **4**

6 | Les impacts durables de la crise du COVID 2020

Nos « 6+1 » missions principales | **7-8**

9 | Nos données financières

10 | L'action de l'Office de Tourisme en détail

11 | • Promouvoir et Communiquer

13 | • Accueillir et informer

14 | • Commercialiser

19 | • Mobiliser les acteurs locaux

L'Office de Tourisme,
établissement public | **20**

ANNEXES

• La Carte d'identité du Tourisme en « Niort Marais poitevin »

2020 ANNUS HORRIBILIS DU TOURISME MONDIAL

Quelques dates

- **17 mars** restriction de tous les déplacements non essentiels, fermeture de l'Espace Schengen
- **11 mai** : fin progressive du 1er confinement strict
- **19 mai** ouverture de l'Accueil Niort
- **1^{er} juin** Fin de la règle des 100 km – réouverture des restaurants & ouverture Accueil Coulon
- **5 juin** Ouverture Accueil Arçais
- **Août** obligation du port du masque
- **14 et 30 octobre** nouveau confinement généralisé jusqu'au 28 novembre
- **Décembre** réouverture progressive des commerces non essentiels avec couvre-feu – Le secteur des HCR n'est pas autorisé à rouvrir.

... Il faudra attendre le 19 mai 2021 pour un début d'activité autour des terrasses.

L'Office de Tourisme en mode « crise » 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 restriction d'activités imposées nationalement.

L'Office, pour la 1^{ère} séquence de confinement s'est organisé pour maintenir un lien régulier avec les prestataires touristiques au travers de 2 newsletters régulières hebdomadaires.

- une première dédiée aux aides et décisions successives prises par l'État et les collectivités

- une seconde dédiée à la transmission de connaissances métiers ou sur la destination

Il s'est mobilisé aussi pour coordonner les reports (nombreux) d'événements

programmés sur le territoire en 2020 (Congrès FNSEA, Semaine du Camping-Car, ...) tout en assurant un versement aux hôteliers des acomptes encaissés par l'Office de Tourisme (**27 000 € distribués**) Le produit collecté de Taxe de séjour au 1^{er} trimestre a également pu être conservé, comme facilité de trésorerie, au sein des établissements jusqu'à l'automne.

Dans le même temps, en matière de fonctionnement interne, l'Office de Tourisme a adapté son format aux réalités économiques et financières de cette période

- en recourant à l'activité partielle (jusqu'à 2.5 mois pour le service Commercial)

- en réduisant sa « voilure » en supprimant des postes de saisonniers

- en sollicitant des aides publiques pour son fonctionnement dès lors qu'il était éligible

- en utilisant les dispositifs exceptionnels et dérogatoires instaurés au niveau national (congrés obligatoires).

Dès la réouverture possible des accueils (11 mai), l'Office de Tourisme a progressivement redéployé ses équipes en appliquant les protocoles sanitaires obligatoires (gestes barrières, distanciation physique, jauges et sens de circulation dans les bureaux d'accueil...)

Ces conditions ont permis d'assurer durant l'été l'essentiel de sa mission d'accueil et d'information malgré des contraintes lourdes de fonctionnement et une attente majeure de réassurance de nos visiteurs.

L'action commerciale de l'Office de Tourisme (accueil des groupes, séminaires et congrès, billetterie estivale) a été le pan de son activité le plus impacté par la crise du Covid.

Ainsi, sans aide particulière des collectivités et face aux pertes financières liées

-aux baisses de recettes de taxes de séjour (200 K € perçus contre 350 K € habituellement)

-à l'interruption immédiate de son action commerciale faute de clients (perte de 50 % de ses recettes propres)

L'Office de tourisme a fait le choix de recourir à des emprunts pour financer certains investissements afin de sécuriser ses ressources immédiates.

Cette gestion lui a permis, en mobilisant 105 000 € de ses réserves accumulées sur les exercices antérieurs, de maintenir un budget à l'équilibre tout en offrant à ses partenaires privés une réduction de 50 % du montant des partenariats de l'année, représentant un effort budgétaire supplémentaires de 50 000 €.

Un évènement fondateur

La crise sanitaire et ses répercussions économiques 2020 impacteront durablement les comptes des entreprises du secteur touristique.

Toutefois chaque type d'entreprises a vécu différemment cette situation :

-celles déployant leur activité toute l'année et sur des cibles relevant du tourisme de groupes ou du tourisme d'affaires ont connu une baisse très forte de leur chiffre d'affaires, principalement sur le printemps.

-celles, à l'inverse, très saisonnières, qui ont pu, malgré les contraintes réglementaires instaurées, bénéficier d'une très forte activité estivale enregistrée en juillet et août et ainsi préserver leur trésorerie

-d'autres, comme le secteur de l'événementiel, des agents de voyages et autocaristes voire de la restauration, ont vu leur activité stoppée nette en raison de l'interdiction ou de restrictions des rassemblements et des déplacements

L'impossibilité des voyages intra-européens a également empêché l'arrivée de clientèle étrangère.

Les dispositifs d'aides de l'État et des

collectivités (Région Département Agglomération et Commune) se sont révélés puissants et couvrant une part importante des besoins pour faire face à la situation : prêts relais, abondement de dispositifs, suppression de taxes ou charges sociales, activité partielle, aides directes...

Toutefois, certains dispositifs, remboursables, impacteront dans un second temps la comptabilité des entreprises.

Pour l'hôtellerie, les baisses enregistrées en 2020 dépassent le plus souvent 30 % ; cette donnée correspond d'ailleurs à la baisse constatée du produit de la taxe de séjour sur ce type d'hébergements.

Le secteur économique du tourisme, sur notre territoire, a pleinement bénéficié du soutien collectif des autorités publiques et des aides exceptionnelles de l'État, aides prolongées jusqu'en 2021.

En matière de comportement de la clientèle, 2020 aura accéléré la digitalisation du tourisme (support de communication et vente en ligne) et mis en lumière des attentes sociétales plus fortes de nos concitoyens (conscience écologique, tourisme plus responsable...). Ces aspects changeront durablement l'économie touristique des territoires.

LES IMPACTS DURABLES DE LA CRISE DU COVID EN 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 2020 a conduit l'Office de Tourisme à repenser son action et à repositionner sa présentation du territoire.

5 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.

Un positionnement « **Nature-Itinérance et Savoir-faire** » nous est apparu comme une évidence au regard de notre réalité touristique, du potentiel de notre territoire.

■ 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 **valorisant l'accompagnement du territoire par des passionnés & experts.**

■ 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.

■ La **vente en ligne** est devenue une norme de la promotion des territoires et 2020 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.

Nos " 6 + 1 " missions principales

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 de l'année 2020 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, la fréquentation des accueils a chuté de 43 % en 2020.

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. 2020 n'aura pas permis de déployer les programmes initialement prévus en dehors de salons (Proxiloisirs à Poitiers, So Events à Bordeaux) et de publi-rédactionnels thématiques ; inversement de nouvelles actions de communications post Covid (opération On aime nos restos / asilage de la carte dans camping-car magazine...) ont été impulsées.

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 générés directement en 2019 ; ce dernier s'est effondré en 2020 passant à 232 000€ du fait de l'arrêt total du tourisme d'affaires, des restrictions de déplacements des individuels et des groupes et du contexte sanitaire de l'été.

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...

2020 a essentiellement consisté en un accompagnement des prestataires pour les aider à traverser l'immense crise 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.

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, cette mission s'est trouvée fortement dégradée en l'absence de production nationale 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 €)

7 PORT BOINOT

2020 aurait dû voir l'ouverture 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 ; Le report des travaux a différé d'un an l'ouverture de ce lieu dont la gestion est confiée à l'Office de Tourisme, impulsant ainsi une nouvelle mission, celle de gestionnaire d'un site de visite. Si l'ouverture a été reportée l'investissement quant à lui a été engagé en 2020.

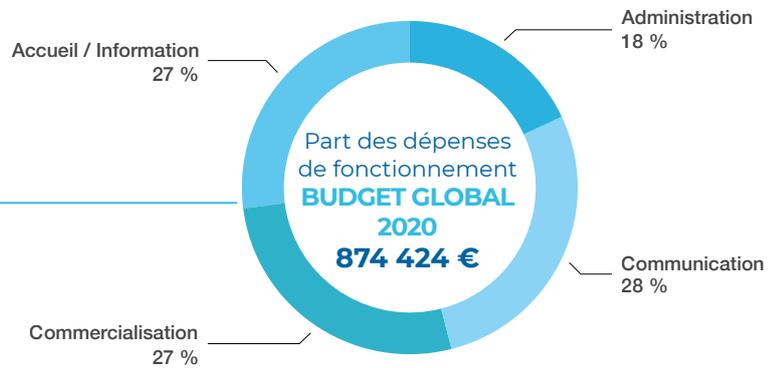
L'Office de Tourisme assure ces missions pour le compte de la Communauté d'Agglomération du Niortais qui le dote à cette fin d'une subvention annuelle de fonctionnement. Elle est restée stable en 2020.

Il 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.

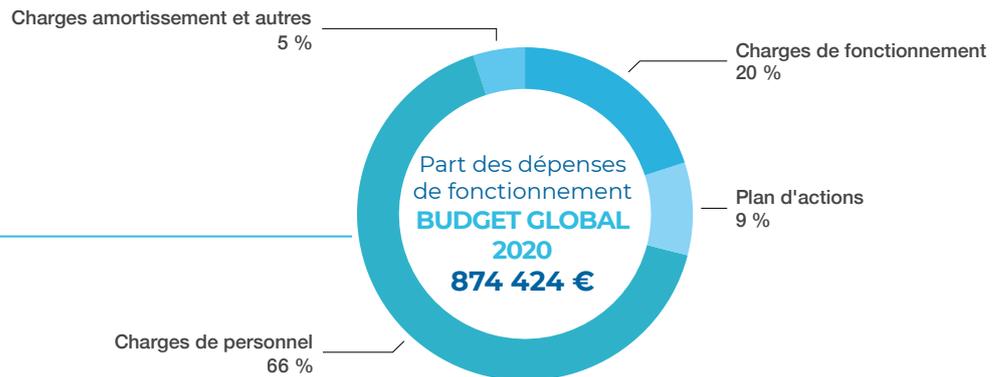
Ces contributions ont chuté de 45 % en 2020, du fait la disparition de certains supports, des difficultés des entreprises et de certaines filières (restauration et événementiel notamment) et de la réduction de 50 % des tarifs consentie par l'Office de Tourisme.

Budget 2020 en 3 diagrammes

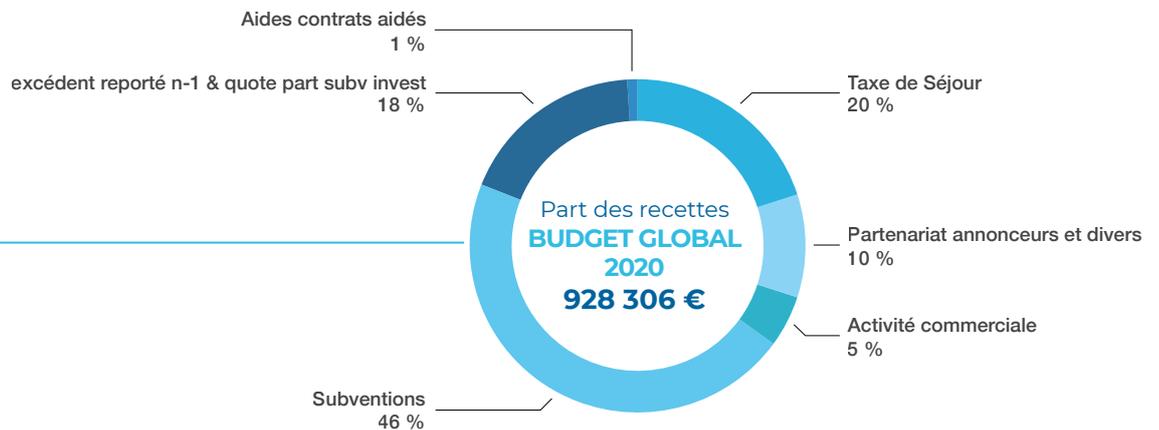
1. RÉPARTITION ANALYTIQUE DES DÉPENSES



2. RÉPARTITION DES DÉPENSES PAR POSTE



3. RÉPARTITION DES RECETTES



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

2020 s'est arrêtée en partie mi-mars avec la propagation du Covid19 à travers le continent européen ; les déplacements se sont réduits pour s'arrêter complètement, les populations ont été drastiquement confinées, l'essence même du tourisme s'est asséchée !

Nos éditions touristiques imprimées fin mars ont été présentée lors du Salon Proxi'Loisirs de Poitiers et en réponse aux demandes d'informations qui ont égrainées le printemps. Quelques publi-rédactionnels, en prévision d'événements finalement repoussés, ont été insérés dans des magazines spécialisés tels Camping-Car magazine,...
En revanche, le digital s'est fortement développé dans ce contexte sanitaire exceptionnel avec des consultations en hausse des outils numériques.

Nos 4 missions principales

**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**

L'Office de Tourisme 2020 : quelques données de cadrage !

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 1^{er} 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) et 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.

Un budget prévisionnel initialement de 1 065 000 € mais revu à la baisse successivement en cours d'année pour se stabiliser à 874 000 € de dépenses de fonctionnement sur l'exercice réalisé et nécessitant de mobiliser 105 00 € d'excédents antérieurs pour équilibrer les comptes.

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 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%)

Le site est consulté à 40 % via smartphone (croissance de 21 %) et l'impact des réseaux sociaux poursuit aussi son augmentation (7% des connexions)



■ La page [Facebook](#) et le profil [Twitter](#) et [Instagram](#) de l'Office de Tourisme

Bien que sur des petits volumes (1500 /1300 et 1900) **le nombre d'abonnés a augmenté de 50 % en 2020**, les communications « de crise » impulsées par l'Office de Tourisme mobilisant aussi ces types de média.

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 :
70 000 exemplaires

Guide Hébergements :
12 000 exemplaires

Guide pratique :
35 000 exemplaires

Ces brochures sont diffusées lors des opérations de promotion ou sur le territoire ; en 2020, du fait du programme réduit, les documents ont trouvé leur public soit par encartage dans une revue nationale (Camping-car magazine en février 2021) soit en étant diffusée directement auprès de la population urbaine de NiortAgglo

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

Seul le Salon Proxi'Loisirs de Poitiers a pu se tenir les 7 et 8 mars 2020, l'ensemble des autres évènements professionnels ayant été annulés.

Cette opération associait 7 partenaires différents dont les sites de visites et des activités emblématiques du territoire (embarcadère et vélo). Environ 5000 visiteurs poitevins ont sillonné ce salon.

Cette opération associait 7 partenaires différents dont les sites de visites et des activités emblématiques du territoire (embarcadère et vélo). Environ 5000 visiteurs poitevins ont sillonné ce salon.

A noter : un accord avec France Bleu pour animer des spots radio sur les principales activités de l'été pendant 8 semaines soit 27 chroniques.

En 2020, en parallèle du rassemblement des Camping-cars sur Niort prévu en mai, **deux insertions ont été assurées sur les éditions de mars et avril valorisant notre destination et notre offre de billetterie.**



Les accueils de presse

Sur l'été, l'engouement des média nationaux pour la destination France a généré de nombreuses demandes d'information ou d'accompagnement presse, notamment

autour du Tour de France et de la préparation de l'émission Echappée Belle diffusée en mars 2021.

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.

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.

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 ; en 2020, ce budget est mobilisé pour lancer la réflexion sur un nouveau positionnement du territoire autour des activités de pleine nature

2. ACCUEILLIR ET INFORMER

Les implantations physiques sur le territoire



Accueil de Niort

L'accueil principal de Brisson a ré-ouvert le 18 mai, après la phase de confinement.

L'ouverture retardée des bureaux d'accueil saisonniers (2 juin pour Coulon et 5 juin pour Arçais) et surtout les mesures de distanciation physique (circuit, masque et «neutralisation" des boutiques ou présentoirs,...) instaurées ont généré une baisse sensible du nombre de visiteurs sur le printemps en 2020 ; **Ansi les jauges de 3 personnes (Coulon) ou 5 (Brisson) associées aux inquiétudes des visiteurs à se réunir dans des locaux exigus ont impacté négativement le passage enregistré.**

Sur Juillet et Août, les accueils ont connu une activité plus soutenue mais malgré tout plus faible qu'en 2019, exceptée pour Arçais.

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



Port Boinot, Niort plage depuis 2021

Cette édition marquée par les contraintes sanitaires s'est tenu du 9 juillet au 22 août ; les visites guidées nocturnes de la ville en canoë depuis la Sèvre niortaise sont organisées chaque mercredi et vendredi ; elles rencontrent encore en 2020 un vif succès.

Ce dispositif génère une marge de **13 628 € 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 (patrimoines 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'Office de tourisme 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. En 2018, une action complémentaire a été initiée sur les filières d'excellence locales dont les filières sportive, agricole, l'ESS et la filière numérique.

■ 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

2020, l'année de tous les regrets

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

Sur le seul volet commercial direct, l'année 2020 s'annonçait dès janvier comme un cru exceptionnel. La programmation d'événements majeurs sur l'ensemble de l'année était inédite tant par leur densité que par leur fréquence (estimation de 30 000 participants sur l'ensemble des événements 2020 dont Championnats de France de tir en février, Congrès National FNSEA en Mars, Championnats de France d'escalade en avril, Congrès des médecins urgentistes et rassemblement européen des campings caristes en mai, salon Niort Numéric, championnats de France d'escrime et convention DOREMI en juin...). Parallèlement, les premières réservations sur le marché du groupe tour étaient des plus prometteuses.

En février 2020, un premier prévisionnel pour l'exercice à venir au regard des réservations s'établissait comme suit :

	CA TTC	Marge TTC
Groupe	65 489.00 €	6 548.00 €
Séminaires	30 695.30 €	3 726.00 €
Congrès	406 183.00 €	33 587.00 €
TOTAL	502 367.30 €	43 861.90 €

Nous connaissons la suite. Dès la fin du mois de février 2020, la propagation rapide du virus du COVID 19 puis la phase de confinement de mi-mars à mi-mai, provoquait l'annulation ou le report de l'intégralité des événements et groupes programmés sur le premier semestre de l'année. Parallèlement, l'ensemble de notre programme d'actions pro-actif sur nos différents marchés (salons et workshops, stratégie web affaire, campagnes newsletter et phoning...) était de fait annulé. L'action du service commercial étant alors dédiée à la gestion de crise des annulations / reports en lien avec les professionnels, organisateurs et clients.

A partir de mi-mai, l'accalmie « sanitaire » nous permettait de valider quelques dossiers groupes et séminaires sur la période mi-juin à mi-juillet puis septembre à octobre. Durant la période estivale, la reprise de l'activité touristique, la programmation de salons professionnels en septembre (nous participerons à celui de So Event Bordeaux des 17 et 18/09) et le maintien de la programmation des événements reportés du 1er semestre au dernier trimestre 2020, étaient autant d'indicateurs encourageants.

A partir de la rentrée 2020 et de la reprise de la circulation virale, le service commercial renouait, sur l'ensemble des marchés groupe et affaires / Event, avec les annulations et reports sur 2021. Jamais l'industrie touristique n'avait connu pareille catastrophe depuis l'après-guerre, l'activité et le résultat commercial de l'Office de Tourisme n'a pas fait exception.

Pour autant, cette période funeste nous a permis de nous projeter sur l'après, de repositionner notre stratégie, d'investir de nouveaux marchés émergents et de nous doter de nouveaux outils techniques.

Nous avons ainsi fait l'acquisition d'une plateforme web « **Welogin** » dédiée entre autre à la vente en ligne de nos offres billetterie.

Parmi les nouveaux marchés émergents, nous avons investi celui des « **tribus** » qui constitue une alternative à la baisse structurelle du marché du groupe tour. Une première e-brochure dédiée a été réalisée fin 2020.

Enfin, au sein de notre offre « Affaires », nous avons développé une nouvelle gamme de produits sur la thématique « **RSE & développement durable** », très en phases avec les nouvelles aspirations des acteurs économiques. Une tendance de fond exacerbée par la crise sanitaire actuelle.

En détail :

En matière financière, sur l'exercice 2020, 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
Séminaires en TTC	50 230 €	27 020 €	38 070 €	65 000 €	56 000 €	66 000 €	103 000 €	123 000 €	59 000 €
Congrès	145 573 € *	122 470 €	74 800 €	144 000 € *	69 000 €	182 000 €	131 000 €	215 200 €	119 000 €
Marge en TTC	21 210 €	14 755 €	22 140 €	44 871 €	22 759 €	37 555 €	27 076 €	47 304 €	15 480 €

*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 limité à **178 000 € TTC** (baisse de 47 %) ; **la marge commerciale atteint 15 480 € TTC (baisse de 68 %)**.

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 La Mission Tourisme, 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
Volume d'affaires TTC	58 300 €	107 300 €	101 000 €	141 600 €	132 475 €	111 160 €	197 627 €	148 960 €	6 822 €
Nbre de contacts / Nbre de prospects	45/188	52/178	60/170	82/209	65/218	65/218	71/176	51/172	
Marge en TTC	6 444 €	13 092 €	11 073 €	22 620 €	22 755 €	16 680 €	30 159 €	28 547 €	1 549 €

Cette activité représentait de 100 à 200 000 € ces dernières années ; en 2020, l'activité a stoppé nette.

Heureusement les reports sont privilégiés plus que les annulations pures et simples ; un indicateur plutôt positif pour 2021.

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
Volume d'affaires Boutique en TTC	25 000 €	22 700 €	40 500 €	38 100 €	41 740 €	36 290 €	27 838 €	27 849 €	18 269 €
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 €
Marge en TTC	7 100 €	7 390 €	16 390 €	16 290 €	16 760 €	14 440 €	12 700 €	16 800 €	6 356 €

L'Office de Tourisme développe une activité « billetterie » et « boutique » afin de répondre aux attentes des visiteurs qui souhaitent accéder à ce type d'offres ; elle couvre les prestations touristiques et la vente soit de produits locaux (limités), soit d'objets, cartes et livres en lien avec le territoire. Depuis 2014, l'Office de tourisme développe sa collection d'objets promotionnels (porte-clés, stylos, tasses, ...) qui participe à la consolidation de son chiffre d'affaires et à son image.

Les activités « Billetterie estivale et événementielle » (hors Niort Plage) et « Boutique » représentent respectivement **37 472 € TTC en 2021** et dégagent une marge pour l'Office de Tourisme de 6 356 € HT. **Ce score très faible s'explique par 2 phénomènes propres au contexte Covid :**

-la mise en place tardive des offres de billetterie, incertaine jusqu'à la dernière minute

-la priorité donnée à l'accueil-information dans les bureaux de l'OT face aux contraintes de capacité d'accueil, de parcours intérieur et à la gestion tendue des flux ; sur Coulon, les entrées MMP ont été privilégiées.

Ce montant n'intègre pas les 47 000 € 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 ; Ce montant est en baisse de 10 % par rapport à l'année passée et illustre le contexte difficile qu'a aussi connu cette structure en 2020.

Pour mémoire, NIORT Plage représente un volume d'affaires supplémentaires de près de 15 000 € TTC, soit 7 000 € HT de marge.

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 La Mission Tourisme. 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 175 000 € en 2020, contre 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 2020

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

Au final, ces diverses actions commerciales génèrent un volume d'affaires d'environ 506 000 € TTC en 2020 ; la crise sanitaire liée au Covid aura ainsi lourdement impacté l'Office de Tourisme. Toutefois, par le mécanisme des reports, nombre d'événements sont toujours programmés sur le territoire et ils devraient permettre une relance intense, dès lors que les contraintes réglementaires et sanitaires le permettront.

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 : en 2020 une part importante de l'activité de l'Office de Tourisme sur le printemps a été consacrée à ce volet :

- 37 lettres d'informations au format numérique ont été diffusées pour informer de l'actualité de la crise Covid et des dispositifs sanitaires, juridiques ou financiers mis en œuvre par les autorités publiques
- un relai vers les visioconférences abordant des sujets dits « métiers » propres au secteur touristiques organisées en nombre au printemps
- des jeux, animations organisées sur les réseaux sociaux.

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.

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 environ 500 à profiter de cette opération en juin 2021)



Bon cadeau « On aime nos restos »

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 secondes valorisant leur savoir-faire.**



Retrouvez ces capsules vidéo sur notre chaîne [Youtube](#)

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.

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 composée 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 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 a été installé le 15 octobre 2020 ; Mme Élisabeth MAILLARD, maire de St Rémy et Vice-Présidente de Niort Agglo en charge du Tourisme et du Patrimoine a été élue présidente de l'Office de Tourisme.

Une évolution statutaire en date du 14 décembre prévoit un second poste de Vice-président

mais n'a pu être pourvu du fait de la difficulté de maintenir des Codir en présentiel.

Les derniers Comités de l'année se sont ainsi tenus en visio-conférence conformément aux textes législatifs avec un quorum abaissé à 1/3.

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 en cours de finalisation.

En 2020, 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,...).

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 est prévue pour la saison 2022.

Le site de Boinot

La municipalité a lancé la requalification globale du site des anciennes chamoiseries en vue de déployer sur place à la fois des activités culturelles et patrimoniales mais aussi autour des pratiques de loisirs nature. Ce projet dont la livraison était programmée au printemps a été retardé du fait du Covid ; L'Office de Tourisme y déploiera un espace de promotion des randonnées au travers d'un Comptoir des Itinérances & Randonnées.

Il gèrera également pour le compte de la CAN un Espace Patrimoine sis au 1^{er} étage.



Terra Aventura®

Depuis quelques années, l'Office de Tourisme accompagne le développement des circuits Terra Aventura ; après le circuit de St Georges-de-Rex, Niort et Echiré accueillent cette année, 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.

L'Office de Tourisme a également impulsé un projet d'animation 3 D propres aux sites de Coudray Salbart et Mursay ainsi qu'une animation valorisant le patrimoine niortais à partir de vues 3 D ; ce projet a été pour l'essentiel reporté du fait du contexte sanitaires et des difficultés rencontrées par le prestataire.

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 2020, la structure se caractérise par une organisation générale rodée depuis 2014 autour de quatre pôles :

- 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 des projets autour des animations et services aux prestataires (Terra Aventura®, circuit patrimoine, produits Boutique, accueil des nouveaux arrivants...)

- un service administratif et financier suivant le fonctionnement de la structure et la régie Taxe de séjour.

- depuis 2018, un partenariat avec Citroën Niort & Parthenay permet de disposer d'un véhicule C3 Aircross mis à disposition en contrepartie d'encarts publicitaires sur différents supports.



Point sur les évolutions principales relatives aux effectifs

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

L'Office de Tourisme compte dorénavant **14 permanents** (dont 1 personnel à temps partiel).

En 2020 le déploiement territorial en saison, fortement impacté par le Covid a limité le recours à 3 contrats saisonniers, à temps partiel, dédiés au pôle Accueil.

Au printemps, l'ensemble des personnels a été placé, pour des durées et intensités variables, en activité partielle.

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



© Photos : Amaury Cibot, Bruno Derbord - Agglo Niort, J. Damases - Vélo Francette, Phytolab - V. Pégoraro, CD79 - Office de Tourisme. Mise en page : Chloé Rivière