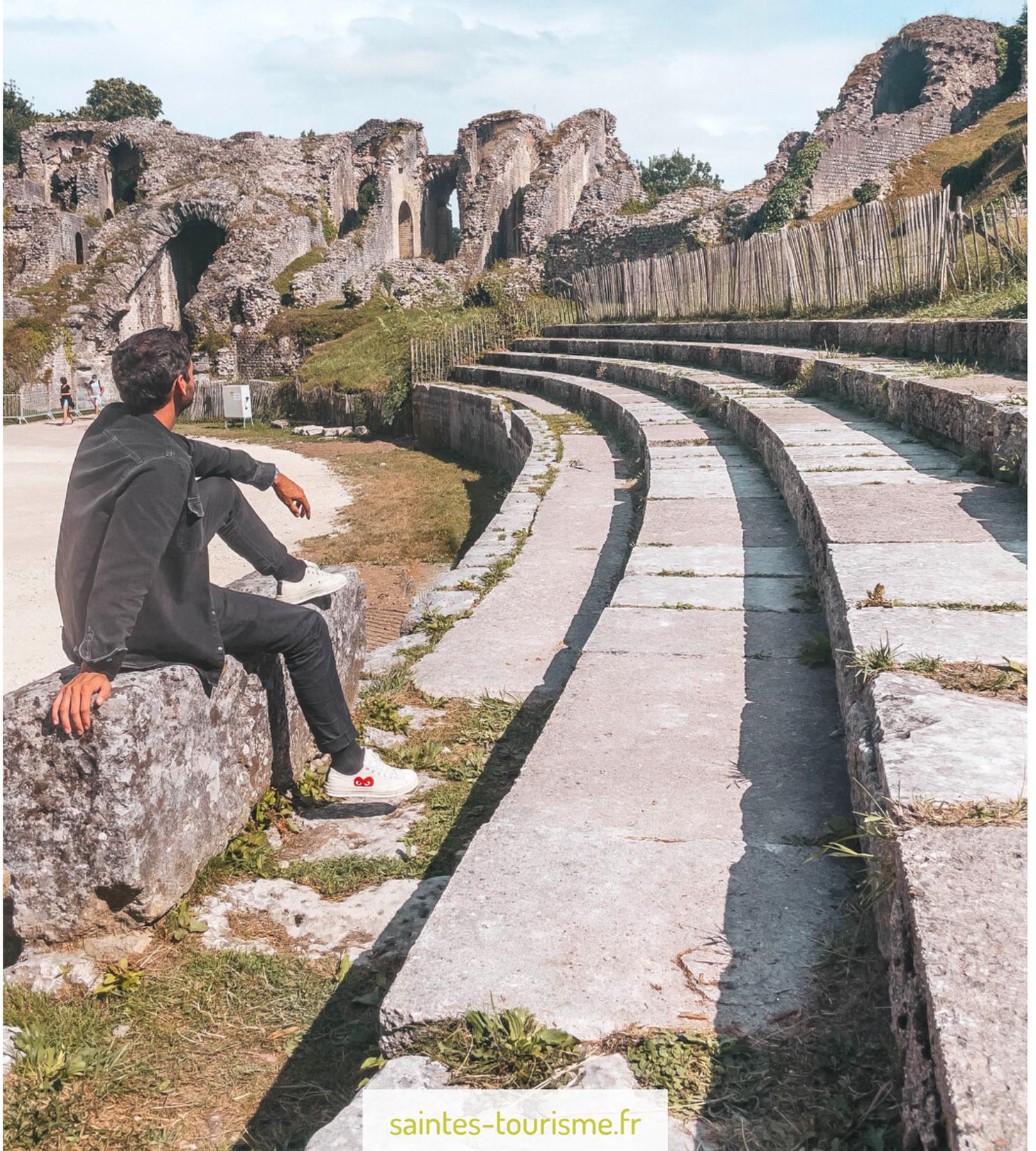


Rapport d'activité

2021

**OFFICE DE TOURISME DE SAINTES
ET DE LA SAINTONGE**



saintes-tourisme.fr



Sommaire

1.....	Édito du Président - Alexandre GRENOT	P. 3
2.....	Le fonctionnement de l'Office de Tourisme	P. 4
3.....	L'accueil et les clientèles touristiques	P. 12
4.....	Communication, Marketing & Presse	P. 17
5.....	L'accompagnement des prestataires touristiques	P. 29
6.....	La commercialisation et la gestion d'équipements	P. 32
7.....	Orientations & plan d'actions 2022	P. 39

Édito du Président



Alexandre GRENOT
Président

Chers partenaires, chers collègues,

L'année 2021 a été de nouveau marquée par la crise sanitaire et par les inondations qui sont venues chamboulées l'activité de l'Office de Tourisme pendant les 6 premiers mois de l'année. Avec une absence d'espace d'accueil de Février à Juin, de nouvelles périodes de confinement et une activité touristique en dents de scie, la saison touristique a été néanmoins plus favorable qu'en 2020.

Malgré un contexte particulier, l'équipe de l'Office de Tourisme a su adapter ses méthodes de travail et proposer de nouvelles actions pour accroître l'attractivité du territoire et accueillir les clientèles. Les activités estivales ont été nombreuses et la communication boostée. Globalement, le pari de faire mieux qu'en 2020 et presque aussi bien qu'en 2019 a été gagné.

Afin de poursuivre l'accueil touristique pendant la durée des travaux, un espace d'accueil temporaire a été installé sur la Péniche Restaurant Le Batia puis dans un chalet qui a servi de point billetterie en Juillet et Août.

Avec un nouvel espace d'accueil totalement relooké et la création d'une boutique de produits locaux, l'Office de Tourisme a augmenté sa fréquentation de 15% en moyenne sur toute la saison.

L'Office de Tourisme a de nouveau concentré ses efforts sur la communication et la notoriété de la destination en proposant un plan de communication de plus de 40 000 € lancé à partir du mois de Mai à destination des clientèles de proximité et notamment de Nouvelle-Aquitaine. Deux couples de blogueurs de voyage sont venus découvrir et promouvoir sur leurs réseaux la destination Saintonge.

Les activités fluviales (Gabare, location de bateaux électriques) ont connu un franc succès avec une hausse de fréquentation et de chiffres d'affaires. Quant aux visites guidées, de nouvelles visites d'entreprises et du territoire saintongeais sont venues compléter l'offre et cette activité affiche un record de fréquentation.

Après plus d'une année passée à la Présidence de l'Office de Tourisme, je suis ravi de constater le travail accompli avec les membres du Comité de Direction et l'équipe de l'Office de Tourisme pendant toute cette année 2021. Une année où l'adaptation était encore de mise mais où les résultats sont encourageants et meilleurs qu'en 2020.

J'espère désormais que 2022 reviendra pour nous tous à un niveau d'activité similaire voire supérieur à 2019.

Ce rapport d'activités retrace l'ensemble du travail produit durant toute l'année 2021 et j'ai plaisir à le partager avec vous.

Je vous remercie de votre engagement à nos côtés et vous souhaite une excellente lecture !

Alexandre GRENOT

Fonctionnement de l'Office de Tourisme



> Le Comité de Direction et ses séances

- Les séances 2021 du Comité de Direction

> Le budget 2021

- Le budget primitif et le budget supplémentaire
- La réalisation budgétaire
- La convention d'objectifs et de moyens avec la CDA de Saintes

> Le plan d'actions 2021

> Les ressources humaines

- Organigramme de la structure
- Les mouvements de personnel
- Les saisonniers
- Les formations du personnel
- Les réunions d'équipe

le Comité de Direction et ses séances

L'Office de Tourisme est administré par un Comité de Direction de 24 membres répartis en deux collèges :

- Un collège de 13 conseillers communautaires représentant la Communauté d'Agglomération de Saintes
- Un collège de 11 membres représentant les acteurs socio-professionnels du tourisme (hébergeurs, restaurateurs, sites de visite, activités touristiques et de loisirs, activités commerciales et oeno/agri tourisme).

LES SÉANCES 2021 DU COMITÉ DE DIRECTION

Le statut d'Établissement Public Industriel et Commercial nécessite l'organisation de Comités de Direction au cours desquels les membres délibèrent sur le fonctionnement général de la structure, les aspects financiers et les actions portées par l'Office de Tourisme.



- 11 janvier 2021
- 18 février 2021
- 8 mars 2021
- 24 mars 2021
- 27 mai 2021
- 28 juin 2021
- 30 septembre 2021
- 16 décembre 2021

le budget 2021

LE BUDGET 2021

Le Budget Primitif 2021 a été voté le 18 février et le Budget Supplémentaire le 27 mai 2021.



SECTION D'EXPLOITATION

Dépenses		BP + BS 2021
011	Charges à caractère général	460 470,00 €
012	Charges de personnel	519 850,00 €
65	Autres charges de gestion courante	1 010,00 €
69	Impôts sur les bénéfices	3 000,00 €
022	Dépenses imprévues	75 766,78 €
023	Virement à la section d'investissement	12 900,35 €
042	Opération d'ordre entre section	16 500,00 €
TOTAL		1 089 497,13 €

Recettes		BP + BS 2021
70	Produits des services	132 750,00 €
74	Subvention d'exploitation	480 100,00 €
74	Subvention région NOTT	12 400,00 €
753	Taxe de séjour	150 000,00 €
77	Produit exceptionnel	100,00 €
002	Excédent antérieur reporté	314 147,13 €
TOTAL		1 089 497,13 €

SECTION D'INVESTISSEMENT

Dépenses		BP + BS 2021
20	Immobilisations incorporelles	12 000,00 €
21	Immobilisations corporelles	31 000,00 €
TOTAL		43 000,00 €

Recettes		BP + BS 2021
13	Subvention région NOTT	1 800,00 €
021	Virement section fonctionnement	12 900,35 €
040	Amortissements	16 500,00 €
001	Excédent antérieur reporté	11 799,65 €
TOTAL		43 000,00 €

Les recettes proviennent :

- de la subvention versée par la CDA de Saintes pour un montant global de 480 100 €
- des ventes d'activités, de partenariats et de publicités gérées par l'Office de Tourisme pour un montant de 132 750 €
- de l'excédent antérieur reporté pour un montant de 314 147,13 €
- du reversement de la taxe de séjour qui est prélevée et encaissée par la CDA de Saintes et reversée intégralement à l'Office de Tourisme du fait de son statut d'EPIC

LA RÉALISATION BUDGÉTAIRE 2021

Charges réalisées - Fonctionnement

673 076,15 €



- Charges à caractère général 245 061,95 €
- Charges de personnel 416 157,90 €
- Autres charges 11 856,30 €

Recettes réalisées - Fonctionnement

785 897,08 €



- Vente de produits et services 129 629,92 €
- Subvention de la CDA 477 370,00 €
- Taxe de séjour 177 528,62 €
- Produits exceptionnels 1 368,54 €



Charges réalisées - Investissement

30 587,90 €



- Immobilisations incorporelles 8 055,00 €
- Immobilisations corporelles 22 532,90 €

Recettes réalisées - Investissement



- Amortissements 11 389,77 €

Résultat de clôture d'exercice

- Fonctionnement : 112 820,93 €
- Investissement : - 19 198,13 €

Résultat Global
2021
93 622,80 €

Une convention d'objectifs et de moyens 2020-2022 avec la CDA de Saintes

L'Office de Tourisme étant porté par la CDA de Saintes en charge de la compétence tourisme, une convention d'objectifs et de moyens a été signée en Mars 2020 entre les 2 entités fixant des objectifs sur les 3 années à venir ainsi que les montants prévisionnels alloués à l'Office de Tourisme en corrélation avec les actions proposées :

ACTIONS DE L'OFFICE DE TOURISME			
	2020	2021	2022
Subvention CDA de Saintes	390 000 €	475 000 €	490 000 €
PROJETS COMPLÉMENTAIRES OT / CDA			
Contrat de destination Expériences Cognac	18 000 €	18 000 €	18 000 €
Développement Terra Aventura	5 100 €	5 100 €	5 100 €

Dans le cadre de ses missions, l'EPIC a défini un plan d'actions pluriannuelles (2020- 2022) en concordance avec la politique et les projets de la CDA de Saintes.

Ce plan est décliné chaque année en objectifs opérationnels et soumis à la validation du Comité de Direction de l'EPIC. Il est transmis à la CDA de Saintes pour être présenté ensuite aux instances communautaires.

4 axes stratégiques majeurs ont été inscrits :

- Développer la notoriété et l'attractivité de la Saintonge Romane
- Qualifier, renforcer et enrichir l'offre touristique
- Faire du tourisme un levier de développement économique
- Optimiser et structurer l'organisation touristique

Avec l'installation d'un nouveau Comité de Direction en Août 2020, il a été décidé que certaines actions proposées dans le plan d'actions pluriannuelles seraient portées directement par la CDA comme la démarche de marketing territorial ou abandonnées comme la mise en place d'une stratégie mutualisée et partagée à l'échelle de la destination Saintonge Romane dans le cadre de l'appel à Projet NOTT.

le Plan d'actions 2021



les objectifs

- Accompagner les acteurs touristiques dans la relance de l'activité économique
- Travailler la stratégie digitale pour augmenter la visibilité de la destination
- Développer l'attractivité du territoire auprès des bassins émetteurs
- Développer la commercialisation touristique
- Proposer une nouvelle stratégie d'accueil : espace et services proposés
- Poursuivre les actions NOTT à l'échelle de la Saintonge Romane
- Poursuivre la mise en place de l'EPIC et optimiser l'organisation et le fonctionnement interne

COMMUNICATION - MARKETING - PRESSE

- **Editions touristiques**
 - Magazine de destination
 - Carte touristique
 - Suggestions de circuits à faire «Une semaine en Saintonge»
 - Activités de l'été
 - Guide hébergements et restaurants en PDF et téléchargeables
- **Digital / numérique**
 - Mise à jour du diagnostic numérique
 - Refonte du site internet www.saintes-tourisme.fr
 - Référencement SEO
 - Nouveau Système d'Information Touristique APIDAE
 - Déploiement de l'outil de Gestion Relation Client Avizi
 - Développement de l'outil de médiathèque via Charentes Tourisme
 - Développement des newsletters et e-mailing
- **Publicité / communication**
 - Campagne de communication estivale dont :
 - Relations presse / Campagnes d'affichage et publicitaires (radio et presse)
 - Campagnes digitales (réseaux sociaux)
 - Opération blogueurs / Influenceurs en Juillet et Septembre
 - Accompagnement au storytelling
 - Reportage photos
 - Relations presse

ACCOMPAGNEMENT - PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS

- Programme d'ateliers de professionnalisation à destination des prestataires
- Organisation d'éductours / rencontres prestataires et RDV de l'OT
- Newsletters mensuelles d'informations et rapports d'activités
- Campagne de diffusion des éditions touristiques à compter d'Avril
- Mise en place d'un kit de communication remis aux partenaires
- Accompagnement dans la montée en qualité - Label Accueil Vélo et qualification Chambres d'hôtes référence

COMMERCIALISATION - GESTION DES ÉQUIPEMENTS

- Développement de la billetterie en ligne d'activités / loisirs / culture
- Développement du démarchage commercial (emailing / RDV autocaristes / salon)
- Création de la brochure Groupes 2022
- Déploiement de la solution départementale de vente en ligne ELLOHA et accompagnement
- Élaboration du programme des visites guidées 2021
- Organisation des programmes d'activités Gabare et E-Boats

ACCUEIL - QUALITÉ - CLASSEMENT

- Nouvel agencement de l'espace d'accueil
- Développement d'un espace boutique au sein de l'espace d'accueil
- Démarche pour l'obtention de la Marque Qualité Tourisme (2021 et 2022)
- Classement de l'Office de Tourisme en catégorie 1 (2021 et 2022)

Les ressources humaines



L'ORGANIGRAMME DE LA STRUCTURE AU 31/12/2021

L'Office de Tourisme emploie toute l'année 10 salariés soit environ 7 équivalents temps plein et 5 saisonniers de Juin à Septembre, dont :

- 7 temps plein
- 2 temps partiel
- 1 guide conférencier avec contrat à temps partiel modulé
- 3 saisonniers à temps plein
- 2 saisonniers à temps partiel



Laëtitia ADEBIAYE
Directrice



Krystel SAUVION
Responsable Comptabilité et
ressources humaines



Thomas COUGNON
Responsable
Communication



Marie-Pierre GUILHOT
Chargée de commercialisation
et gestion des équipements



Morgane RICHER
Conseillère en séjour
Assistante Commercialisation



Amandine TONIN
Chargée de projets
numériques



Frédérique HERBEC
Responsable Accueil



Christophe ARDOUIN
Conseiller en séjour



Cécile TRÉBUCHET
Guide conférencière

LES MOUVEMENTS DE PERSONNEL

En 2021, l'Office de Tourisme a enregistré les mouvements suivants :

- Mise à la retraite de l'agent "Guide conférencier" en Août 2021
- Démission de l'agent « Conseillère en séjour et Assistante Promotion » en Septembre 2021

LES SAISONNIERS

Afin d'assurer la gestion des équipements touristiques (Gabare et E-boats) et renforcer l'équipe d'accueil, 5 saisonniers sont venus compléter l'équipe de l'Office de Tourisme :

- 2 contrats à durée déterminée de Juin à Septembre 2021 d'un capitaine et d'une assistante Navigation pour la gestion de la Gabare « Ville de Saintes »
- 1 contrat à durée déterminée de Juillet à fin Août 2021 de l'agent chargé de la location des E-boats
- 1 contrat à durée déterminée de Juin à Septembre d'un conseiller en séjour pour l'accueil à l'Office de Tourisme
- 1 contrat à durée déterminée de Juillet à Septembre d'un conseiller en séjour pour l'accueil à l'Office de Tourisme

LES FORMATIONS DU PERSONNEL



8 formations pour un total de 143 heures ont été suivies par certains salariés sur les thématiques suivantes :

- Mettre en place la démarche qualité
- Club INSPI' Services Commerciaux
- Optimiser son temps de travail
- Repenser sa stratégie boutique autour du durable
- Optimiser sa billetterie
- Déployer une stratégie numérique de territoire
- Développer les relations presse et médias
- Définir, reconnaître et sélectionner une « bonne photo »

LES RÉUNIONS D'ÉQUIPE

Afin de travailler sur l'ensemble des dossiers de la structure et de permettre la fluidité des échanges au sein de l'équipe, des réunions sont organisées généralement les jeudis matins pour traiter des dossiers en cours et à venir.

Les points réguliers sont faits également entre services ou entre la Direction et les services.

Compte-tenu de la crise sanitaire, l'alternance entre présentiel et télétravail a été maintenue jusqu'à début Juin.

15 RÉUNIONS
EN 2021

Accueil et clientèles touristiques



> L'accueil à l'Office de Tourisme

- Un accueil touristique repensé pour un accueil optimisé
- Une fréquentation retrouvée

> Les clientèles touristiques

- Provenance des visiteurs à l'Office de Tourisme
- Les clientèles étrangères
- Les typologies de clientèles sur le territoire

> Tendances chez les prestataires touristiques

- Satisfaction globale en %
- Satisfaction globale par catégorie

L'accueil à l'Office de Tourisme

UN ACCUEIL TOURISTIQUE REPENSÉ POUR UN ACCUEIL OPTIMISÉ



Suite aux inondations de Février, l'accueil de l'Office de Tourisme a été fermé pour travaux de rénovation et de réagencement intérieur. L'accueil téléphonique et numérique ont cependant été maintenus jusqu'à sa réouverture le 23 juin 2021.

En attendant la fin des travaux, de début mai au 22 juin, l'accueil du public a été organisé dans un 1er temps, à bord de la Péniche Restaurant Le Batiâ puis, dans un chalet installé sur la Place Bassompierre à côté du local d'accueil.



Le chalet a fait office de point de vente billetteries pour les différentes activités, du 5 juillet au 16 septembre, du lundi au samedi de 14h à 17h.

Le réagencement a permis la création d'un espace boutique pour promouvoir les producteurs et artisans locaux (pinéau, Cognac, bières, galettes, miel, bougies parfumées, etc...).

L'accueil a ouvert en 7/7 de Juin à Septembre avec une fermeture de 12h30 à 13h30.

Sur la saison estivale (Juin/Septembre), l'équipe d'accueil constituée de 4 agents permanents a été renforcée avec le recrutement de deux agents saisonniers (CDD de 3 et 4 mois).

À l'automne, ont pu être réalisées les visites de contrôle pour les renouvellements du label Accueil Vélo (en septembre pour commission de janvier 2022) et du label Tourisme et Handicap (en décembre pour commission de mars 2022). Suite à avis favorables, ces deux labels sont reconduits respectivement pour 5 et 3 ans.

UNE FRÉQUENTATION RETROUVÉE

L'offre d'activités plus importante qu'en 2020 a boosté l'affluence, sans être trop impactée par la mise en place du Pass sanitaire en juillet.

De Juin à Septembre, l'accueil affiche une hausse de 15% avec 37944 visiteurs (33067 en 2020).

Hausse plus marquée en Juin (+25%) et en Septembre (+22%), et de 12% en Juillet et de 10% en Août.



Les clientèles touristiques

(Source : Dispositif de conjoncture Charentes Tourisme)

- 90% de clientèle française (80% en année normale)
- 10% de clientèle étrangère : belges, allemands, néerlandais et espagnols - absence des britanniques, généralement 1ère clientèle étrangère du territoire

LA PROVENANCE DES VISITEURS À L'ACCUEIL DE L'OFFICE DE TOURISME



90% de visiteurs français

Issus principalement de la Nouvelle-Aquitaine, de l'Île de France, de la région Auvergne-Rhône-Alpes des Pays de la Loire et de Bretagne

16% se sont arrêtés à Saintes sur la route des vacances

38% des visiteurs logés à Saintes ou en Saintonge

11% des visiteurs logés en Pays Royannais

LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

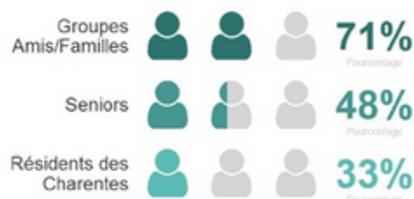
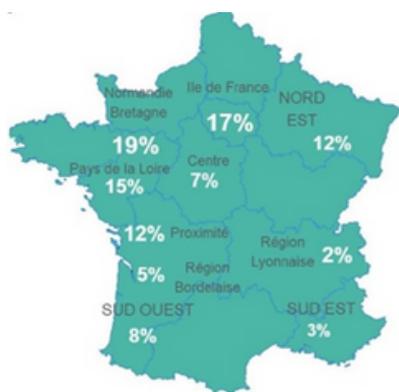


La clientèle étrangère représente que 10% de la fréquentation sur l'ensemble de la saison

- La clientèle belge reste la plus présente (46%), loin devant celle des Pays-Bas (12%) et de l'Allemagne [11,6%], dans des proportions assez équivalente à celles de 2020.
- Le Royaume-Uni (9,7%) traditionnellement la 1ère clientèle du territoire reste en retrait.
- Podium identique à l'échelle des départements 16 et 17

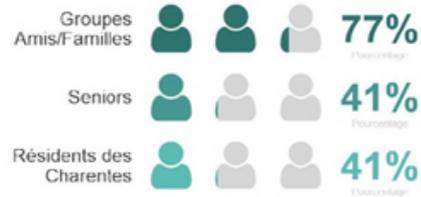
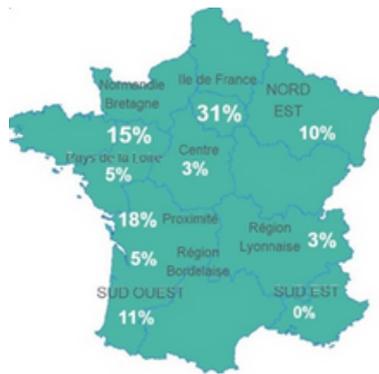
LES TYPOLOGIES DE CLIENTÈLES SUR LE TERRITOIRE

L'Office de Tourisme adhère chaque année au dispositif de conjoncture proposé par Charentes Tourisme afin de disposer de chiffres et de tendances sur le territoire.

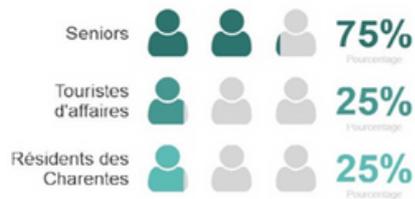
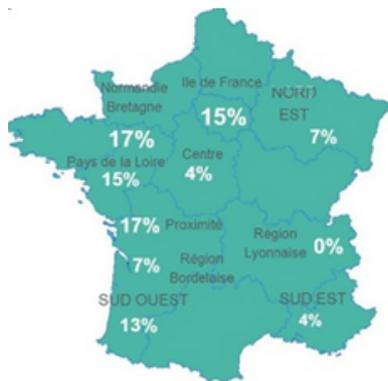


En juillet
2021

En Août
2021

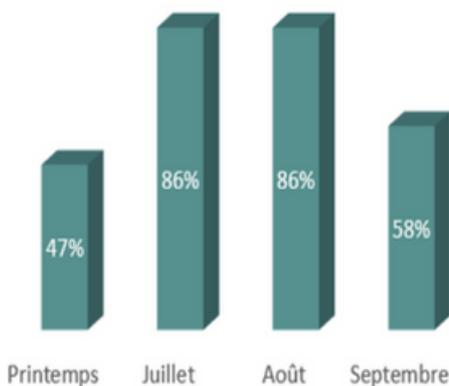


En Septembre
2021



Tendances chez les prestataires touristiques

SATISFACTION GLOBALE EN %



Les ailes de saison ne retrouvent pas encore leur fréquentation d'avant crise, notamment en Juin avec un taux de **47 %**.

Les professionnels étaient majoritairement optimistes pour Juillet et Août, avec au final un taux de satisfaction de **86 %**.

En fin de saison, ce taux atteint **66%** en Septembre.

Malgré un contexte toujours soumis à la crise sanitaire, les professionnels sont satisfaits malgré des variations en fonction des catégories.

SATISFACTION GLOBALE PAR CATÉGORIE

- **Au printemps**, la satisfaction est en hausse pour l'hôtellerie y compris de plein air, mais plus mesurée pour les chambres d'hôtes et les meublés avec des réservations de dernière minute nombreuses. Les sites et activités voient leur fréquentation augmenter quand les restaurants rouverts à partir du 19 mai affichent encore une baisse d'activité.
- **En Juillet**, parmi les hébergeurs, les hôtels et les campings continuent d'afficher une satisfaction en hausse, plus marquée sur la 2ème quinzaine du mois. Les chambres d'hôtes et les meublés ont une activité équivalente voire en baisse. La hausse se confirme pour les sites et les activités. Pour les restaurants, la fréquentation ne retrouve toujours pas son niveau d'avant crise.
- **En Août**, la satisfaction est plus marquée sur le 1ère quinzaine du mois. Les campings maintiennent leur activité mais pour les hôtels, la fréquentation reste à un niveau équivalent, comme pour les chambres d'hôtes et les meublés, dont certains voient leur CA diminuer. Pour les restaurants, la fréquentation revient à un niveau équivalent mais avec un CA en baisse. Quant aux sites et activités, la satisfaction reste bonne.
- **En Septembre**, bilan variable selon les activités. Pour les hôtels et les chambres d'hôtes la fréquentation est à la hausse, quand pour les campings et les meublés elle tend à baisser ou à se maintenir. C'est un peu la même tendance pour les sites et activités mais qui voient cependant leur CA augmenter pour la moitié d'entre eux. Quant aux restaurants, si leur fréquentation redevient positive, leur CA reste inférieur.

Malgré le manque de visibilité, la saison 2021 marque le pas sur celle de 2020 aidée par une météo favorable à la pratique des activités.

L'externalisation d'une partie de la billetterie au sein du chalet a permis une meilleure gestion des flux dans un contexte sanitaire encore incertain.

La boutique ouverte au 1er Juillet a rencontré un beau succès qui invite à son développement

Communication Marketing & Presse



> Les éditions touristiques 2021

- La collection d'éditions 2021
- La diffusion des éditions
- Les supports dématérialisés

> Les outils numériques et les actions digitales

- Un nouveau site internet en 2021
- Les réseaux sociaux
- Les newsletters
- Le changement de Système d'Information Touristique

> La campagne de communication estivale 2021

- Les campagnes d'affichage
- Les insertions publicitaires
- Les campagnes digitales
- La campagne radio France Bleu
- Les opérations blogueurs

> Les relations presse

- Les accueils presse 2021
- Les retombées presse 2021

les éditions touristiques 2021

En 2021
81 900
BROCHURES
IMPRIMÉES

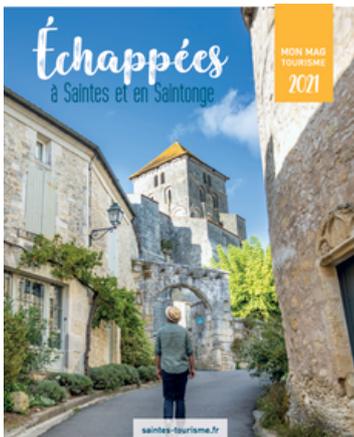
LA COLLECTION D'ÉDITIONS 2021

Les éditions touristiques ont été renouvelées en 2021 afin de proposer des outils de séduction et de médiation pour les clientèles en séjour sur le territoire :

- o Un magazine de destination pour promouvoir la destination Saintonge Romane
- o Une carte touristique pratique qui permet de se repérer sur la destination
- o Un flyer des activités estivales proposées par l'Office de Tourisme : visites guidées / Gabare / E-Boats
- o Un flyer "Une semaine en Saintonge" pour valoriser des idées de journées en Saintonge
- o La Brochure groupes

Ces documents sont nécessaires pour l'accueil des visiteurs à la fois chez les partenaires et chez les prestataires touristiques.

le Magazine de destination.....25 000 EXEMPLAIRES



Véritable outil de promotion et de séduction, le magazine de destination présente l'ensemble des attraits touristiques de la destination.

Composé de 90 pages, il a pour objectif d'encourager à la découverte du territoire à travers des articles expérientiels mais aussi de conforter le choix des visiteurs sur place.

À travers 7 thématiques sur les identités fortes du territoire, il incite à la découverte et à la lecture et donne toutes les informations pratiques et utiles sur les activités.



la carte touristique.....35 000 EXEMPLAIRES



La carte touristique est idéale pour se repérer sur l'ensemble du territoire et découvrir les activités de loisirs.

Un côté recense les sites et activités à Saintes et l'autre côté est consacré aux activités sur le reste de la Saintonge Romane avec des informations descriptives et pratiques.

Cette année et en raison de la crise COVID, cette carte n'a pas été déclinée en langues étrangères. Les anciennes cartes disponibles en anglais ont été diffusées pendant la saison.



Le flyer des activités..... 10 000 EXEMPLAIRES



Ce flyer donne toutes les informations pratiques pour profiter des activités gérées par l'Office, à savoir les balades en Gabare, la location des bateaux électriques e-boats ou encore les visites guidées.

Le Topito..... 10 000 EXEMPLAIRES



Ce nouveau document recense des idées de journées thématiques pour découvrir Saintes et la Saintonge sur une semaine.

La brochure groupes 2021..... 1 900 EXEMPLAIRES



Ce catalogue présente les offres de visites et d'activités dédiées aux groupes et autocaristes à travers des programmes touristiques d'une demi-journée, journée ou séjour. Les prestations sont présentées à la carte ou en journées packagées avec un tarif dédié.

La brochure Groupes est réalisée à l'automne pour l'année suivante. En 2021, le calendrier de l'activité des groupes étant perturbé par la crise sanitaire, la brochure a été envoyée seulement fin Février à un fichier de clients et prospects d'environ 1 690 adresses : agences, autocaristes, clubs, associations des départements de proximité et de la côte atlantique (axe A10).

Bien que les offres soient affichées sur le site internet, ce support demeure un outil et un support de vente apprécié des professionnels et des associations pour les voyages en groupe.

LA DIFFUSION DES ÉDITIONS

Les brochures sont envoyées par la poste aux futurs visiteurs et remises à l'accueil de l'Office de Tourisme. Elles font également l'objet d'une politique de diffusion sur le territoire qui leur permet d'être disponibles dans les Offices de Tourisme, sur les sites touristiques et activités de loisirs et chez les hébergeurs.

En 2021, hormis la diffusion des brochures à l'accueil et en réponse aux demandes des clients par téléphone, mail ou courrier, trois modes de diffusion ont permis de faire rayonner la destination par le biais des éditions :

- **La tournée de diffusion effectuée en Mai par l'équipe de l'Office de Tourisme** chez les prestataires du territoire et au-delà, soit plus de 200 points de diffusion et 17 000 brochures distribuées.
- **La diffusion par la société Totem de l'info effectuée en Juin et Juillet** sur les zones de Royan, Rochefort, Fouras, Marennes, La Rochelle, Cognac et Saintes et dans les Offices de Tourisme des 2 Charentes, soit 313 points de diffusion et 15 000 brochures distribuées.
- **L'envoi postal aux propriétaires de meublés de tourisme et producteurs locaux partenaires.**

LES SUPPORTS DÉMATÉRIALISÉS

*les fêtes et manifestations, hébergements,
activités et restaurants*

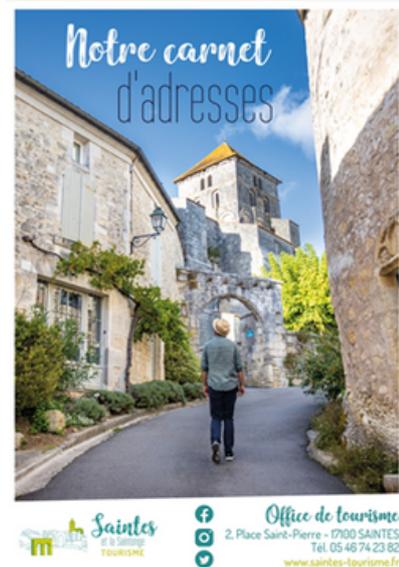
La dématérialisation des supports pour promouvoir les hébergements du territoire, proposée depuis janvier 2017, permet de personnaliser la réponse aux demandes des clients, au guichet, par courrier ou par mail.

En 2021, l'Office de Tourisme a fait l'acquisition d'un nouvel outil de Gestion de la Relation Clients (GRC) : AVIZI. Couplé à un autre nouvel outil APIMILL, les supports dématérialisés ont fait peau neuve.

Grâce à ces outils, l'internaute peut éditer un fichier PDF qui propose une présentation soignée des offres sélectionnées depuis le site internet www.saintes-tourisme.fr.

Par un ciblage fin des demandes, ce service donne une meilleure visibilité à l'offre des prestataires. Ce service est également proposé pour les offres des activités en famille et des restaurants.

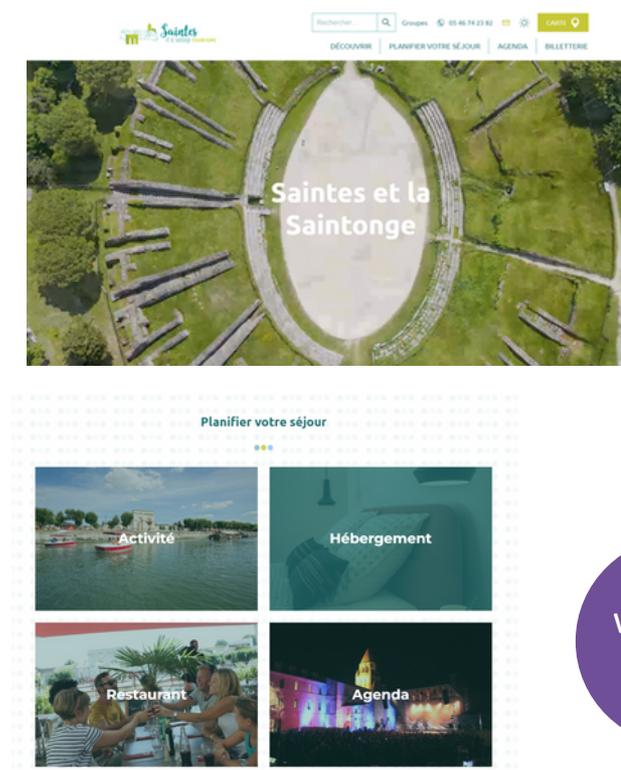
Cette réponse "sur-mesure" et service "à la carte" semblent satisfaire pleinement les visiteurs de l'Office de Tourisme.



Les outils numériques et les actions digitales

UN NOUVEAU SITE INTERNET EN 2021

www.saintes-tourisme.fr



Le site internet de l'Office de Tourisme a fait peau neuve en Mai 2021 et utilise la solution de sites référents Charentes Tourisme. Une large place est laissée au contenu expérientiel. L'arborescence est composée par 4 grandes entrées : Découvrir / Planifier son séjour / Agenda / Billetterie

Le site web de l'Office de Tourisme est mis à jour tout au long de l'année afin de valoriser l'offre touristique avec notamment des pages dédiées aux expériences, hébergements, restaurants, sites de visite et activités de loisirs ainsi qu'une rubrique « agenda » pour l'offre événementielle du territoire. Il est alimenté par la base de données départementale APIDAE et propose à ses partenaires un droit d'accès à leur fiche pour mise à jour à tout moment dans l'année.

En 2021, l'espace pro a été également retravaillé. Celui-ci-ci informe les partenaires : guide du partenaire, bon de commande, rendez-vous pro, actualités...

De nettes augmentations de trafic sont constatées depuis la migration de l'ancien vers le nouveau site internet de la destination.

Visiteurs uniques

- + 37,49 % en Mai
- + 115,74 % en Juin
- + 309,01 % en Juillet
- + 388,07 % en Août
- + 98,79 % en Septembre

Pages les plus consultées

- Fiches détaillées
- Page d'accueil
- Agenda
- Planifier votre hébergement
- Marchés et foires
- Découvrir
- Trouver un restaurant
- Trouver votre activité

LES RÉSEAUX SOCIAUX

#saintestourisme

Les réseaux sociaux ont été largement utilisés en 2021 et en particulier pendant la saison avec de nombreux posts sponsorisés pour conquérir davantage de visibilité.

Facebook



Des posts hebdomadaires de belles photos du territoire, des idées de sorties, des jeux concours sont régulièrement proposés avec l'implication des partenaires pour la dotation de lots.

7 134 fans soit + 17.88%

170 publications soit + 32,81%

Meilleure publication 2021



- 86 296 personnes touchées
- 1 157 réactions
- 124 commentaires
- 500 partages
- 10 618 interactions



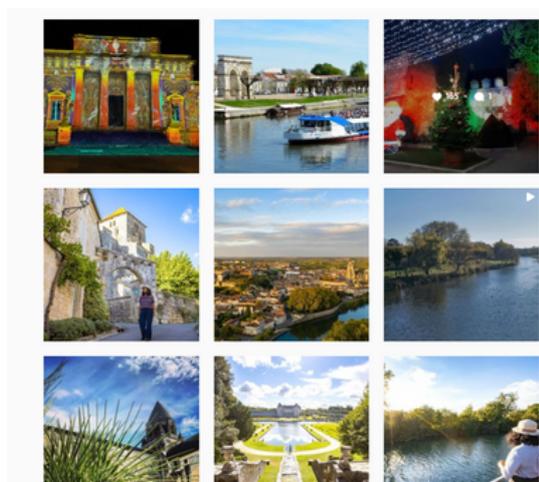
Instagram



Réseau qui est régulièrement utilisé pour proposer de beaux visuels sur le territoire ou les activités à faire.

2 300 abonnés soit + 27,78%

46 publications



Opération blogueurs l'oiseau rose et FMR Travelblog

267 STORIES

135 875 IMPRESSIONS

+ 401 110 COMPTES ATTEINTS

YouTube



La chaîne YouTube compte à ce jour 16 vidéos sur la destination. Les 4 vidéos réalisées en 2021 ont été ajoutées à la sélection.

3 548 vues

Twitter



Il est utilisé par l'Office de Tourisme comme un relais de l'information événementielle, des actualités, des rendez-vous culturels...

949 followers soit + 15.03%

LES NEWSLETTERS

En 2021, l'Office de Tourisme a envoyé des newsletters à son listing d'abonnés mais aussi aux prestataires touristiques.

👉 Ma Newsletter Activités et loisirs

Envoyée tous les mercredis de chaque semaine, "Ma newsletter Activités et Loisirs" présente l'agenda d'une semaine à compter du Jeudi et les activités à pratiquer sur le territoire.

Avec un fichier d'environ 1200 abonnés, cette newsletter permet d'informer sur les actualités et activités à faire en Saintonge.



Taux de clics : 18 %



👉 Ma Newsletter Pro

Une newsletter dédiée aux partenaires permet de les informer notamment sur les activités de l'Office de Tourisme, les actualités du réseau touristique local, les réglementations et les aides en vigueur.

- 13 newsletters en 2021
- Taux de clics : 21 %

LE CHANGEMENT DE SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE



Le Système d'Informations Touristiques AYALINE, utilisé depuis plusieurs années par Charentes Tourisme et les Offices de Tourisme des Charentes, a montré des limites dans son utilisation.

Après l'étude de plusieurs outils, Charentes Tourisme et les Offices de Tourisme du territoire ont retenu à l'unanimité la solution APIDAE.

Des formations internes et externes ont été nécessaires afin que l'équipe de l'Office de Tourisme puisse s'approprier l'outil et renseigner les fiches concernant les prestataires et activités de la Saintonge. Ces formations ont été réalisées fin 2020 - début 2021.

En 2021, 1091 fiches ont été créées sur APIDAE (hébergements, restaurants, sites de loisirs et de visites, événements...).

Cet outil permet d'agrèger et exploiter les informations du territoire sur les différents supports (site internet saintes-tourisme.fr, site internet infiniment-charentes.com, éditions, partenaires diffuseurs...).

Un nouveau formulaire en ligne permet aux organisateurs d'événements de transmettre directement les informations de leur événement à l'Office de Tourisme pour un relais sur ses supports de communication.

Des widgets sont également proposés aux partenaires et Mairies de la CDA de Saintes permettant d'intégrer les informations présentes dans APIDAE sur leurs sites internet respectifs.

la campagne de communication estivale

Afin d'accroître la notoriété de la destination, une campagne de communication estivale a été lancée par l'Office de Tourisme pour donner envie aux clientèles de découvrir la Saintonge.

Entre campagnes d'affichage, radio, réseaux sociaux et opération blogueurs, c'est un plan de communication de plus de 30 000 € qui a été mené de Juin à Septembre 2021.

Objectifs

- Communiquer sur la Région Nouvelle Aquitaine pour inciter à la découverte de la destination Saintonge Romane avec un axe fort sur les départements 16, 17 et 33
- Augmenter la notoriété de la destination "Saintes et la Saintonge"

LES CAMPAGNES D'AFFICHAGE

3 affiches différentes ont été créées sur les 3 thématiques : Visitez, Savourez et Inspirez



- Campagne d'affichage sur Bordeaux – Du 30/06 au 6/07 – 50 faces – Centre-ville de Bordeaux
- Campagne d'affichage sur La Rochelle – Du 4/08 au 10/08 – 18 faces – Périphérie de la Rochelle
- Campagne d'affichage sur Rochefort – Du 3/08 au 9/08 – 25 faces – Centre-ville
- Campagne d'affichage sur le Pays Royannais – Du 14/07 au 20/07 et du 18/08 au 24/08 – 8 m2



LES INSERTIONS PUBLICITAIRES

Insertion publicitaire Guide de l'été Sud-Ouest

Parution sur le 17 - Édition du 1/07 - Format Pleine Page

Insertion publicitaire Cahier de l'été Sud-Ouest

Parution sur le 16 et 17 - Édition du 25/07 - Format 1/2 page

Insertion publicitaire Cahier de l'été Sud-Ouest

Parution sur le 33 - Édition du 08/08 - Format pleine page

Insertion publicitaire Le Figaro

Parution sur la Nouvelle-Aquitaine - Juin - Format pleine page

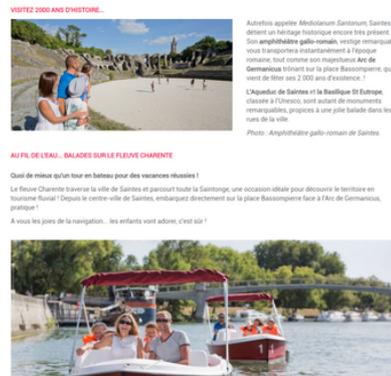
Insertion publicitaire Vid'Ici

Parution sur la Saintonge - Juin - Format pleine page



LES CAMPAGNES DIGITALES

- Article sur le site Kidiklik www.kidiklik.fr - Sorties enfants et activités en famille
 - Article sur la destination sur le site internet Kidiklik avec push sur 28 départements au niveau national - Août 2021



• Posts sponsorisés Facebook - Juillet et Août - #saintestourisme

- Idées week-ends / Activités / vidéos promotionnelles
- Jeu concours



LA CAMPAGNE RADIO - FRANCE BLEU

- Campagne France Bleu Gironde - La Rochelle

Du 11/07 au 17/08 - Diffusion d'un spot de 20 secondes - Découverte de Saintes et la Saintonge Romane - Jeu concours en parallèle avec dotations par les prestataires touristiques du territoire.

Le spot radio diffusé : « Envie d'une escapade authentique ? Venez en Saintonge Romane pour une pause culture et nature. Tombez sous le charme de Saintes de l'amphithéâtre gallo-romain à l'Abbaye aux Dames, 2 000 ans d'histoire s'offre à vous. Balades sur le fleuve Charente, activités en famille, sites d'exception, découvertes gourmandes, savourez la rencontre en Saintonge. Plus d'infos sur www.saintes-tourisme.fr »

LES OPÉRATIONS BLOGUEURS AVEC L'OISEAU ROSE ET FMR TRAVELBLOG

Afin d'augmenter la notoriété de la destination, l'Office de Tourisme a fait appel à des blogueurs de voyage reconnus, l'Oiseau Rose et FMR Travel Blog qui sont venus découvrir le territoire du 2 au 5 juillet et du 30 juillet au 1er août.

Avec plus de 120 000 abonnés sur Instagram et 40 000 sur Facebook, ils parcourent le monde à la découverte de nouvelles destinations qu'ils partagent avec leur communauté.

Pour ces reportages, la commande portée sur un article de la destination, un reportage photos et la prise en main sur les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme pendant la durée du séjour. Les thématiques étaient le Slow Tourisme et le patrimoine de Saintes et de la Saintonge.



VISITER SAINTES ET LA SAINTONGE SOUS LE THÈME DU SLOW TRAVEL

Pour lire l'article, c'est par ici : <https://oiseaurose.com/visiter-saintes-et-la-saintonge/>



Pour lire l'article, c'est par ici : <https://fmr-travelblog.com/weekend-saintes-saintonge/>

les relations presse

Depuis plusieurs années, l'Office de Tourisme est partenaire du Club Presse de Charentes Tourisme auquel adhèrent plusieurs Offices de Tourisme des Charentes.

Plusieurs opérations presse sont réalisées chaque année dont l'objectif est de renforcer l'image du département et du territoire comme destination famille.

En parallèle, l'Office de Tourisme est régulièrement sollicité pour répondre aux demandes presse et proposer des idées de reportage sur mesure.

LES ACCUEILS PRESSE 2021

- **5 Mai 2021 - Mag Sud-Ouest - Journaliste Julie Daurel**

Reportage sur la Flow vélo, le bac à chaîne de Chaniers, l'Abbaye aux Dames à Saintes, les bords de la Charente.

- **11 Mai 2021 - Magazine "Notre temps jeux" - Journaliste Jean-Pierre Reymond**

Saintes : Amphithéâtre gallo-romain, Eglise Saint-Eutrope, centre historique avec balade dans les rues piétonnes, cathédrale Saint-Pierre, jardin de l'Hostellerie, Arc Germanicus et balade le long du Fleuve Charente. Visite de l'Abbaye aux Dames, la cité musicale, 50ème édition du festival cette année.

- **18 Mai 2021 - Magazine Femina - Journalistes Pascale Desclos et Bertrand Rieger**

Reportage sur la Flow vélo. Etape Chaniers- Saintes + découverte de la ville de Saintes : l'amphithéâtre gallo-romain et l'Eglise Saint-Eutrope, centre ville, bords de Charente et Abbaye aux Dames.

- **28 Mai 2021 - Voyage presse de 4 journalistes : Libération, Sénior Mag, la Voix du Nord, Globe trotters**

En recherche d'activités de pleine nature et originales. Balade avec un âne aux Anes de la Rêverie à Saint-Césaire. Découverte de la Vallée du Coran, de l'abbaye de Fontdouce et de Saint-Sauvant

- **3 Juin 2021 - Magazine allemand - Journaliste Muriel Brunswig**

Préparation d'un guide pour le marché allemand : nouveau guide de l'éditeur Reise Know How, couvrant les zones du littoral charentais et de la Loire vers les gorges de la Dordogne du centre de la France. Lectorat de type Guide Routard. Visite de l'amphithéâtre, de Saint-Eutrope, du centre-ville et de l'Abbaye aux Dames.

- **21 Juin 2021 - Magazine Motorboot - Journaliste hollandais**

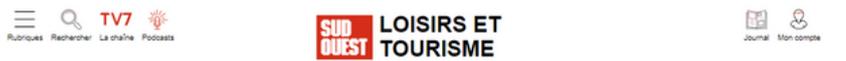
Découverte de la ville de Saintes

- **29 Juin 2021 - France 2 JT 20h**

Découverte de la ville de Saintes

LES RETOMBÉES PRESSE 2021

- Article dans la Voix du Nord
- Article dans le mag Sud-Ouest
- Article dans Notre Temps des Jeux décembre
- Article dans Version Femina sur la Flow vélo
- Article dans le Magazine digital Attitude Luxe par la journaliste Hélène FELTIN



ACCUEIL INSPIRATIONS DESTINATIONS

Patrimoine en Charente-Maritime : balade à Saintes au fil des siècles

Lecture 5 min

Accueil • Tourisme • Tourisme En Charente-Maritime



Le plus impressionnant édifice de la période gallo-romaine est sans conteste l'amphithéâtre. © Crédit photo : Patricia Marni

3. Saintes



l'accompagnement des prestataires touristiques



> Les partenaires de l'Office de Tourisme

- Le réseau des partenaires 2021

> Les services proposés aux prestataires

- Un programme de professionnalisation pour les acteurs
- Une newsletter dédiée et un nouveau site Pro
- Les accompagnements à la qualité et aux labels
- Le déploiement d'Elloha en 2021
- Les offres de services de Charentes Tourisme

les partenaires de l'Office de Tourisme

LE RÉSEAU DES PARTENAIRES 2021

Chaque année, à l'automne, l'Office de Tourisme lance sa campagne de partenariats. Plusieurs offres sont disponibles dont notamment la parution dans les éditions de l'Office de Tourisme ou encore l'achat d'encarts publicitaires dans les différents supports.

Un guide du partenaire a été créé afin de présenter la structure ainsi que les offres de services existantes par typologie de partenaires.



196 PARTENAIRES EN 2021 UN CHIFFRE SUPÉRIEUR À 2020

- 111 hébergements
- 24 restaurants
- 30 producteurs et commerçants
- 31 sites et activités de loisirs

les services proposés aux partenaires

UN PROGRAMME DE PROFESSIONNALISATION POUR LES ACTEURS

En 2021, l'Office de Tourisme a mis en place un programme de professionnalisation pour les acteurs touristiques afin de les accompagner dans le développement de leur activité.

- Lundi 12 Avril - Comment relancer son activité pendant et après la COVID-19 ?
 - Par Guest Strategy - 12 participants
- Mardi 11 Mai - Comment booster ma visibilité numérique avec de belles photos ?
 - Par Komlo - 8 participants
- Mardi 25 Mai : Comment générer du trafic sur mes réseaux sociaux ?
 - Par Envol Digital - 11 participants
- Mardi 5 Octobre : Développement durable : atelier de sensibilisation au zéro déchet
 - Par les Ecollectives - 12 participants
- Mardi 26 Octobre : Comment et pourquoi fidéliser mes clients ?
 - Par Guest Strategy - 4 participants

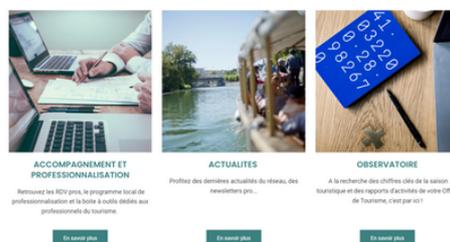
UNE NEWSLETTER DEDIEE ET UN NOUVEAU SITE PRO



Avec le changement de site internet, un nouveau site internet dédié aux professionnels a été créé.

Une newsletter Pro est régulièrement envoyée aux professionnels du tourisme pour les informer des actualités de l'office de tourisme et du réseau touristique local.

www.pro-saintes-tourisme.fr



LES ACCOMPAGNEMENTS À LA QUALITÉ ET AUX LABELS

En partenariat avec Charentes Tourisme, l'Office de Tourisme accompagne les prestataires touristiques qui souhaitent s'engager dans les démarches de labellisation, notamment avec le déploiement du Label "Accueil Vélo". Les hébergements, sites ou activités qui proposent des équipements et des services adaptés aux cyclistes peuvent en bénéficier.

En 2021, l'Office de Tourisme a accompagné pour l'obtention du Label Accueil Vélo :

- Le Camping Belle Rivière à Chaniers



L'Office de Tourisme accompagne également les chambres d'hôtes qui souhaitent obtenir la qualification "Chambre d'hôtes référence".

En 2021, dossiers suivis pour l'établissement :

- Le Clos des Morillons à Vénérand
- L'établissement La Rivière à la Clisse (renouvellement).



LE DÉPLOIEMENT D'ELLOHA EN 2021

La plateforme digitale de vente en ligne Elloha s'adresse autant aux hébergements qu'aux sites et activités de loisirs. Elle permet de gérer une vente intégralement par internet, de la prise de contact jusqu'au paiement et de distribuer également son offre sur son propre site internet, sur le site de la destination et via les agences en ligne comme Booking ou Airbnb.

L'Office de Tourisme accompagne les prestataires qui souhaitent utiliser cette plateforme en proposant l'ouverture, la migration et le paramétrage de leurs comptes ainsi qu'un service SAV. Une vingtaine de rendez-vous personnalisés ont été réalisés.

Une action a été mise en place pour accompagner les sites et activités de loisirs de la solution gratuite de vente en ligne Elloha. Sur un total de 17 prestataires éligibles 13 ont désormais un compte Elloha activité.



53
COMPTES
ACTIFS

LES OFFRES DE SERVICES DE CHARENTES TOURISME

CHARENTES
TOURISME
Booster d'activité

Charentes Tourisme a lancé en 2018 des offres de services à destination des acteurs du tourisme : visibilité et performance numériques, exigence de qualité des clientèles, études et accompagnement stratégique...

L'Office de Tourisme de Saintes et de la Saintonge participe à la commercialisation de ces offres en étant le relais local pour l'information et l'accompagnement auprès des prestataires du territoire.

Toutes les offres sur <http://www.charentestourisme.com>

Commercialisation & gestion d'équipements



> Les activités gérées par l'Office de Tourisme

- La Gabare "Ville de Saintes"
- Les bateaux électriques e-boats
- Les visites guidées estivales
- Les billetteries d'activités pour tiers

> La commercialisation pour les groupes

> Les parcours Terra Aventura

> La Boutique de l'Office de Tourisme

les activités gérées par l'Office de Tourisme

De Mai à Septembre, l'Office de Tourisme propose un programme d'activités aux clientèles individuelles.

Il établit la programmation, recrute le personnel et assure la logistique d'une partie de ces activités : gabare, e-boats, visites guidées.

**Une offre d'activités
plus tardive
mais des résultats au-delà des
espérances**

**Une billetterie privilégiée
EN LIGNE**

LA GABARE "VILLE DE SAINTES"



La Gabare « Ville des Saintes » appartient à la Ville, qui en assure l'entretien, l'accastillage et la gestion administrative. La mise en tourisme et la commercialisation sont confiées à l'Office de Tourisme, qui emploie un équipage de 2 personnes, établit la programmation et assure l'ensemble de la commercialisation groupes et individuels.

La Gabare circule habituellement de Mai à Septembre pour les groupes et de mi-juin à mi-septembre pour les individuels.



En 2021 compte-tenu de la crise sanitaire, elle a commencé son activité le 14 Juin. Elle a pu reprendre une programmation diversifiée de balades (balade des gabariers, balade du fleuve, balade pirate, balade contée) durant 13 semaines (contre 7 en 2020)

**3915 passagers en 2021
+ 157% par rapport à 2020
+ 21% par rapport à 2019**

soit un CA HT de 25 165 €



LES BATEAUX ÉLECTRIQUES E-BOATS



L'Office de Tourisme est propriétaire de 6 bateaux électriques E-boats de 5 ou 8 places achetés en 2015.

Il assure l'organisation et la logistique de l'activité de location pour laquelle il emploie 1 agent et met sur ce poste un agent d'accueil 2 jours par semaine.

En 2021, l'activité a été ouverte 7 jours sur 7 du 3 Juillet au 5 Septembre soit 9 semaines (au lieu de 7 en 2020) avec une offre de 24 à 25 locations possibles par jour. L'ouverture journalière a été pour la 1ère fois répartie entre le matin et l'après-midi.

Des incidents techniques ou météorologiques ont nécessité l'annulation d'un peu plus de 8% des départs programmés.

La vente des billets est proposée quasi exclusivement en ligne.

909 locations en 2021 (soit + 16%)
un CA HT de 26 700 €

LES VISITES GUIDÉES ESTIVALES

En été, l'Office de Tourisme propose un programme de visites guidées pour la clientèle individuelle. En 2021 les visites guidées estivales de l'amphithéâtre, historiquement assurées par l'Office de Tourisme avec les guides-conférenciers, ont été reprises par la Ville et les guides du site. De nouvelles visites d'entreprises et des villages de la CDA sont venus compléter l'offre de visites.

VISITES AVEC UN GUIDE-CONFÉRENCIER

Les visites de la Ville de Saintes – Du 1er Juillet au 31 Août 2021

- Promenade au cœur de Saintes – les mardis et jeudis à 11h00
- 16 départs proposés – 278 visiteurs – CA HT de 1657 €

Les visites de villages

- 4 itinéraires : La Chapelle des Pots, Pisany, Villars les Bois, Chaniers
- Le lundi après-midi en Août
- 4 départs – 25 personnes – CA HT de 228 €



VISITES DES ENTREPRISES

- 3 entreprises : Sellier Antarès, exploitation laitière à l'Agrocampus de Saintonge, Maraichage au Petit Chadignac,
- Le lundi après-midi en Juillet
- 4 départs proposés – 42 personnes – CA de 197 € (commission 18 € HT)



345 visiteurs – CA HT de 1 903 €

LES BILLETTERIES D'ACTIVITÉS POUR TIERS

L'Office de Tourisme propose sur son point d'accueil et sur son site internet la vente de billets pour les partenaires qui le souhaitent. En 2021, les billetteries suivantes ont été proposées :

- Les croisières Bernard Palissy III - 790 billets vendus
- Repas au Moulin de la Baine - 159 repas
- Le Petit Train de l'Ouest - 5466 billets vendus
- Visites théâtralisées Saintes Belle de Nuit - 99 billets
- Visites Les Mystères de l'amphithéâtre - 992 billets
- Visites Focus l'amphithéâtre - 164 billets
- Musicaventure - 11 billets
- Visites Agrocampus de Saintonge - 18 billets
- Manifestation Escapade Fleuve Charente - 222 billets
- Ateliers Pâtisserie au 38 - 1 billet
- Concert Trio Padopoulos - 96 billets

8 201 billets
CA de 63 885 €

La commercialisation pour les groupes

L'Office de Tourisme propose tout au long de l'année des produits à destination de la clientèle groupes : visites guidées, balades en gabare, programmes packagés incluant les offres des prestataires restaurateurs, sites, producteurs, activités...

Les prestataires pouvant accueillir des groupes sont sollicités chaque année à partir du mois d'Août au moment de la conception des offres de l'année N+1.

L'Office de Tourisme signe avec les prestataires volontaires une convention de commercialisation qui prévoit une commission accordée à l'Office de Tourisme.

Les produits sont ensuite présentés en ligne et sur la brochure diffusée auprès des clubs, associations et autocaristes.

Tout au long de l'année des produits sur mesure sont conçus pour les clubs ou les autocaristes qui les diffusent dans leur propre catalogue.



L'année 2021 a connu une reprise des groupes à partir de Septembre avec :

- 61 groupes reçus de Septembre à Novembre. 1709 personnes pour un CA de 30 834 €
- Les annulations sont restées nombreuses (35 % des commandes).
- Incertitude ou nouvelles habitudes issues de la crise, les réservations et les annulations sont plus tardives qu'auparavant.

les parcours Terra Aventura



LA PLUS GRANDE CHASSE AU TRÉSOR DE NOUVELLE-AQUITAINE

L'Office de Tourisme accompagne les communes de la CDA de Saintes qui souhaitent accueillir un parcours Terra Aventura. Les dossiers de candidature sont préparés par les communes candidates en lien avec l'Office de Tourisme durant l'année précédant l'ouverture éventuelle du parcours.

Les dossiers sont déposés en Décembre et soumis à la sélection du CRT Nouvelle-Aquitaine en fonction des critères du cahier des charges

En cas d'acceptation, les frais de création du parcours sont pris en charge par le CDA de Saintes via l'Office de Tourisme. Pour le fonctionnement du parcours, les achats de matériel et de fournitures sont à la charge des communes tout comme la surveillance et l'entretien des itinéraires et de la « cache ».

En 2021, on compte 37 600 joueurs sur la totalité des parcours dont :

- Les Gonds - 9 756 joueurs
- La Chapelle des Pots - 8 924 joueurs
- Saintes - 7 148 joueurs
- St-Sauvant - 6 884 joueurs
- Burie - 4 864 joueurs

> En 2021, ouverture d'un nouveau parcours
Le parcours "ça rigole dans le marais" ouvert
en août sur la commune de Les Gonds

la boutique de l'Office de Tourisme



CRÉATION D'UNE BOUTIQUE 100% PRODUITS LOCAUX

L'Office de Tourisme de Saintes et de la Saintonge disposait depuis plusieurs années de quelques produits classiques et « indispensables » en vente à l'accueil comme des magnets, des cartes postales et des guides Flow Vélo.

L'Office de Tourisme a créé une boutique 100% locale qui a ouvert le 1er Juillet 2021 afin de valoriser les productions locales et de développer les services à la clientèle en remplissant un double objectif :

- être une vitrine pour les producteurs locaux en présentant leur produit « phare » et en incitant à en découvrir plus sur leur activité
- Faire connaître les spécialités locales aux touristes du territoire



LES PRODUITS EN VENTE

Les produits ont été sélectionnés en privilégiant l'économie locale avec une démarche écologique/écoresponsable de préférence.

La boutique comptabilise une quarantaine de produits différents regroupés en quatre catégories :

- **Les produits locaux**

- Pineau rosé – Begey
- Pineau rouge – Maison Barbotin
- Pineau blanc – Bossuet – Logis de folle blanche
- Cognac XO – Ecomusée du Cognac – Domaine Tesseron
- Vin blanc charentais – Clos de Nancrevant
- Bière « La Cervoise » – La 17, Les Essards
- Crème caramel cognac « Cara & Co » – Vallein Tercinier
- Liqueur de rose – Maria's Spirit
- Jus de pomme – Vergers du Maine Allain
- Jus de raisin tranquille – La ferme de l'Orée
- Jus de raisin pétillant – Clos de Nancrevant
- Sirop de rose – Maria's Spirit
- Galette charentaise – Beurlay
- Boite de galettes charentaises – Beurlay
- Gatopineau – Le chant du Coq
- Les croquants – Le chant du Coq
- Cookies vegan – La marmotte gourmande
- Huile de chanvre – La ferme de l'Orée
- Gelée de poire – Vergers du Maine Allain
- Angélique en bâton – Véronique Guionnet
- Confit d'angélique – Véronique Guionnet



- **Les produits souvenirs**

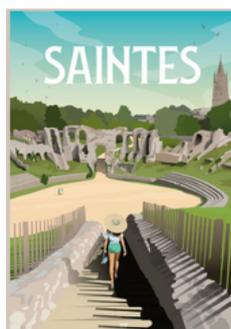
- La Vegan bottle – Lyspackaging
- Le jeu de 12 pieds – La Matière avec Cyclad
- Les bougies Rives de Saintonge – Rives de Saintonge

- **La librairie**

- Les aqueducs de Saintes – Jean-Louis Hillairet
- Saintes – Association Mediolanum
- Laissez-vous conter l'Abbaye aux Dames
- Guide du Routard Flow Vélo
- Guide Ouest France Flow Vélo
- Guide Vert Les Charentes
- Andantino de E. Fontanin – Les Productions du Pertuis
- Livret Visite Guidée de Saintes – Les Productions du Pertuis

- **La carterie**

Affiches, cartes postales, magnets, bloc magnétique, carnet illustré...



BILAN D'UNE PREMIÈRE SAISON

Les ventes ont été nettement plus importantes durant la saison estivale que pendant le reste de l'année.

La période de Noël n'a pas été la plus propice à l'achat dans l'Office de Tourisme, malgré la mise en valeur des produits avec la possibilité de faire des paniers garnis.

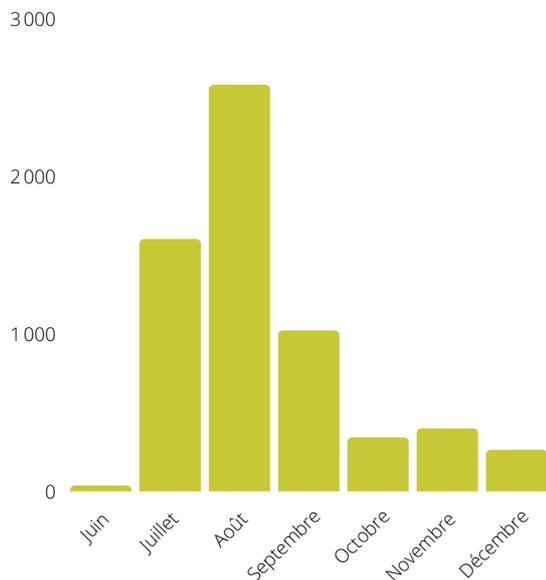
CA sur l'année 2021

CA réalisé	Quantité vendue
Total : 6 526,65€	Total : 2 280
TOP 5 - Pineau blanc - Carte postale - Pineau rosé - Magnet	TOP 5 - Carte postale - Magnet - Galette fourreau - Enveloppe - Carte DOZ

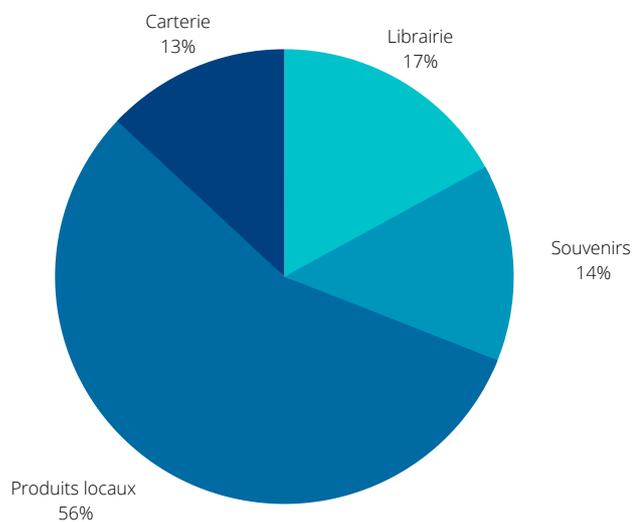
CA de Juillet à Septembre

CA réalisé	Quantité vendue
Total : 5 193,70€	Total : 1 943
TOP 5 - Pineau blanc - Carte postale - Pineau rosé - Magnet - Cognac XO	TOP 5 - Carte postale - Magnet - Enveloppe - Galette fourreau - Carte DOZ

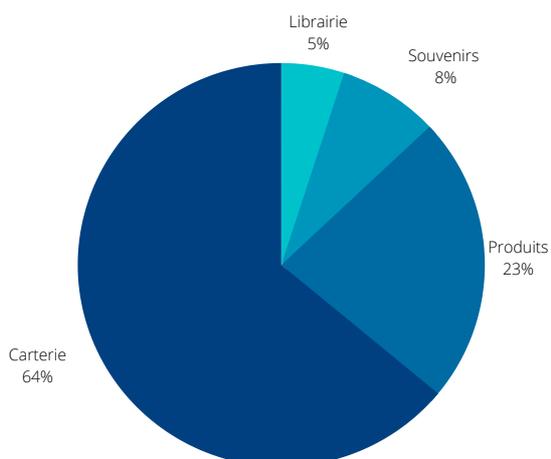
CA 2021 (par mois)



Répartition CA (par catégorie)



Répartition Quantité (par catégorie)



Orientations & Plan d'actions 2022



Les objectifs



- Poursuivre l'accompagnement des acteurs touristiques
- Développer l'attractivité du territoire de la CDA auprès des bassins émetteurs
- Augmenter la visibilité de la destination au niveau digital
- Travailler une stratégie de commercialisation partagée
- Construire un schéma d'accueil qualitatif et performant
- Poursuivre la mise en place de l'EPIC et optimiser l'organisation et le fonctionnement interne
- Participer et contribuer aux projets de territoire notamment la marque de territoire et l'Agence d'Attractivité

Plan d'actions

COMMUNICATION - PROMOTION - PRESSE

- **Éditions touristiques**
 - Magazine de destination - 15 000 exemplaires
 - Carte touristique - 35 000 exemplaires
 - Suggestions de circuits à faire «Une semaine en Saintonge»
 - Top 10 ou 20 des balades et randonnées en Saintonge - 10 000 exemplaires
 - Activités de l'été
 - Guide hébergements et restaurants en PDF et téléchargeables
- **Digital / Numérique**
 - Développement complémentaires du site internet www.saintes-tourisme.fr et référencement
 - Reportage photos de destination
 - Développement et utilisation de l'outil de Gestion Relation Client Avizi
 - Développement de l'outil de médiathèque via Charentes Tourisme
 - Installation d'écrans dynamiques
 - Déploiement de l'outil DAHUB
 - Développement des newsletters et e-mailing
- **Publicité / Communication**
 - Campagne de communication estivale dont :
 - Relations presse / Campagnes d'affichage et publicitaires (radio et presse)
 - Campagnes digitales (réseaux sociaux)
 - Prestation de service auprès d'une Agence de Presse spécialisée
 - Participation à des salons grands publics en partenariat avec le CRT Nouvelle Aquitaine

ACCOMPAGNEMENT - PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS

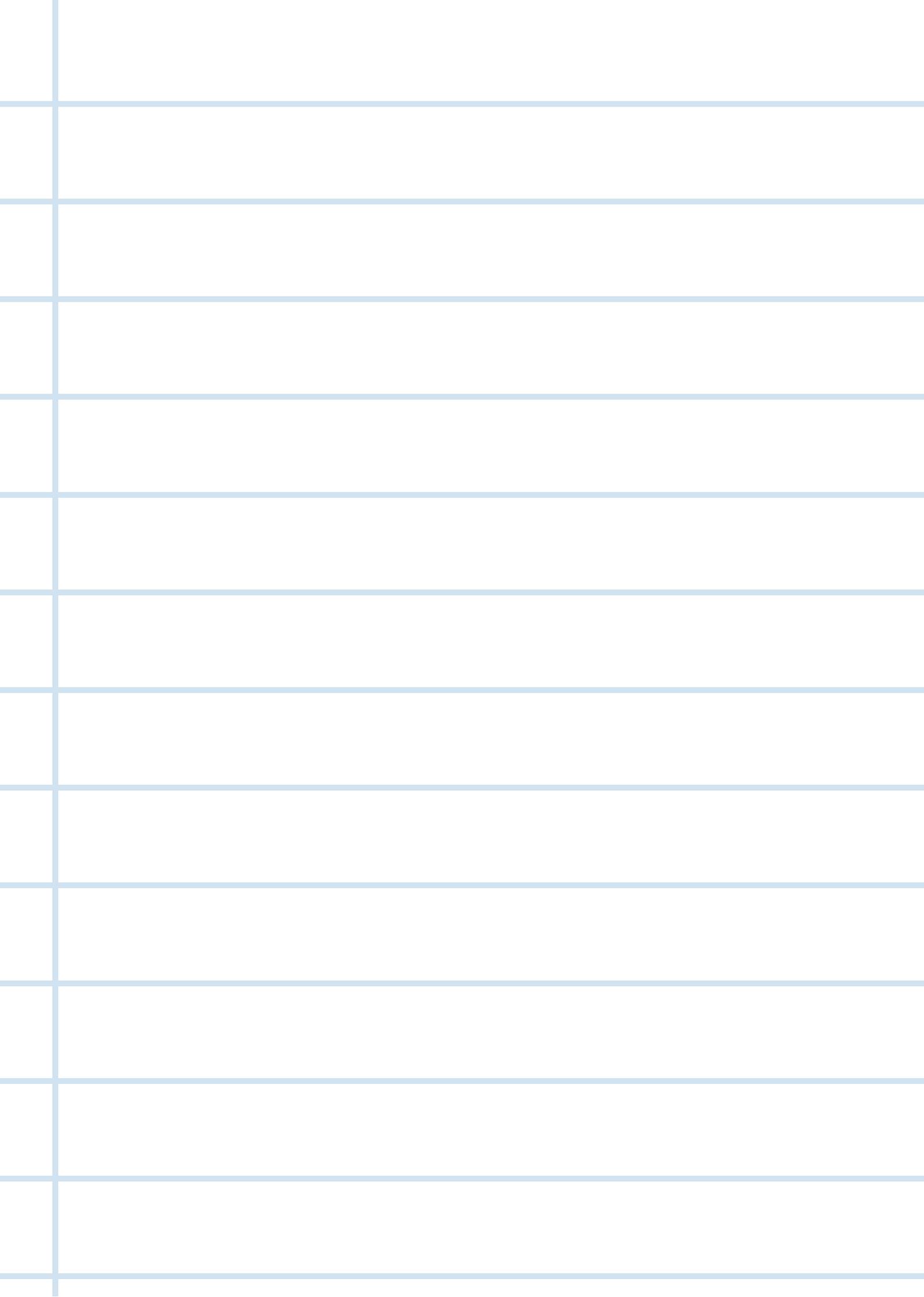
- Éditeurs et ateliers de professionnalisation à destination des prestataires
- Newsletters mensuelles d'informations et rapports d'activités
- Campagne de diffusion des éditions touristiques à compter d'Avril
- Mise en place d'un kit de communication remis aux partenaires
- Accompagnement dans la montée en qualité - Label Accueil Vélo et qualification Chambres d'hôtes référence

COMMERCIALISATION - GESTION DES ÉQUIPEMENTS

- Écriture d'une stratégie de commercialisation partagée
- Développement d'une plateforme de vente en ligne d'activités / loisirs / culture
- Développement de la billetterie en ligne d'activités / loisirs / culture
- Poursuite du déploiement de la solution départementale de vente en ligne ELLOHA
- Développement du démarchage commercial (emailing / RDV autocaristes / salon)
- Mise en place de produits pour les mini-groupes et scolaires
- Création brochure groupes 2022
- Élaboration du programme des visites guidées 2022
- Organisation des programmes d'activités Gabare et E-boats

ACCUEIL - QUALITÉ - CLASSEMENT

- Démarche pour l'obtention de la Marque Qualité Tourisme (2021 et 2022)
- Démarche pour le classement de l'Office de Tourisme en catégorie 1 (2021 et 2022)
- Renouvellement du Label Tourisme et Handicap en 2022





Saintes
et la Saintonge **TOURISME**

Office de Tourisme

Accueil du public - Place Bassompierre
Siège : 2, place Saint-Pierre - 17100 SAINTES

Tél. 05 46 74 23 82

www.saintes-tourisme.fr

