

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025



Tourisme en Pays de Saint-Omer



MERCI !

Christian Crunelle
Président

Chères lectrices, chers lecteurs,

2025 ne raconte pas seulement une bonne année.

Elle confirme un basculement.

Le tourisme n'est plus un complément d'activité pour le territoire. Il en devient un levier économique à part entière. Un levier concret, mesurable, structurant.

Et ce mouvement, il ne vient pas de nous seuls. Ce sont les visiteurs qui nous obligent à évoluer. Par leurs attentes, par leurs usages, par leur exigence. Ils nous poussent à repenser nos offres, à décloisonner nos métiers, à transformer nos équipements en véritables lieux de vie. Les résultats sont là : plus de fréquentation, plus d'activité, des sites qui montent en puissance. Mais l'essentiel est ailleurs.

Nous avons changé de logiciel.

Nous ne gérons plus uniquement des équipements. Nous développons une économie touristique à part entière, avec ses codes, ses équilibres, ses opportunités. Rien de tout cela ne serait possible sans les équipes, leur capacité d'adaptation et leur engagement quotidien. Ni sans nos partenaires, qui contribuent à structurer une destination plus lisible et plus ambitieuse.

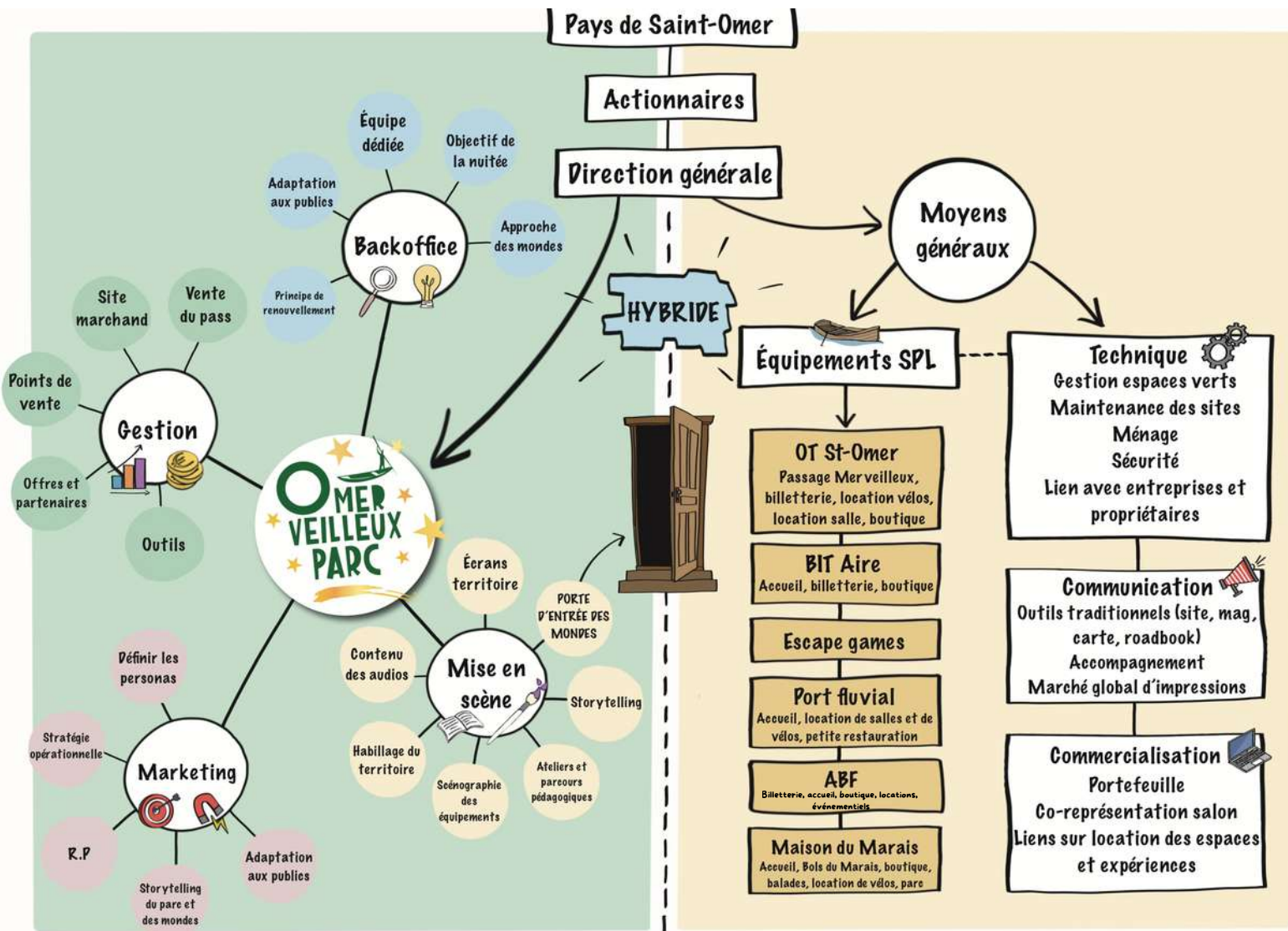
Ce rapport est le dernier que je signe en tant que Président. Je le fais avec une conviction simple : le plus dur n'est pas de lancer une dynamique. C'est de la tenir dans le temps. Et aujourd'hui, les bases sont là. À celles et ceux qui poursuivront le travail : ne ralentissez pas.

Parce que le tourisme n'est plus un sujet d'image. C'est devenu un sujet d'économie.



Le premier Office hybride

Conteur et gestionnaire



La notion d'hybridation d'un Office de Tourisme est une approche unique pour le Pays de Saint-Omer. Cette philosophie se déploie dans le monde de l'hôtellerie (MOB Hôtels, Mama Shelter...), du social (cohabitation d'une maison de retraite et d'une école maternelle) et de la culture (musée en lieu de vie quotidienne) mais pas encore officiellement dans l'organisation touristique.

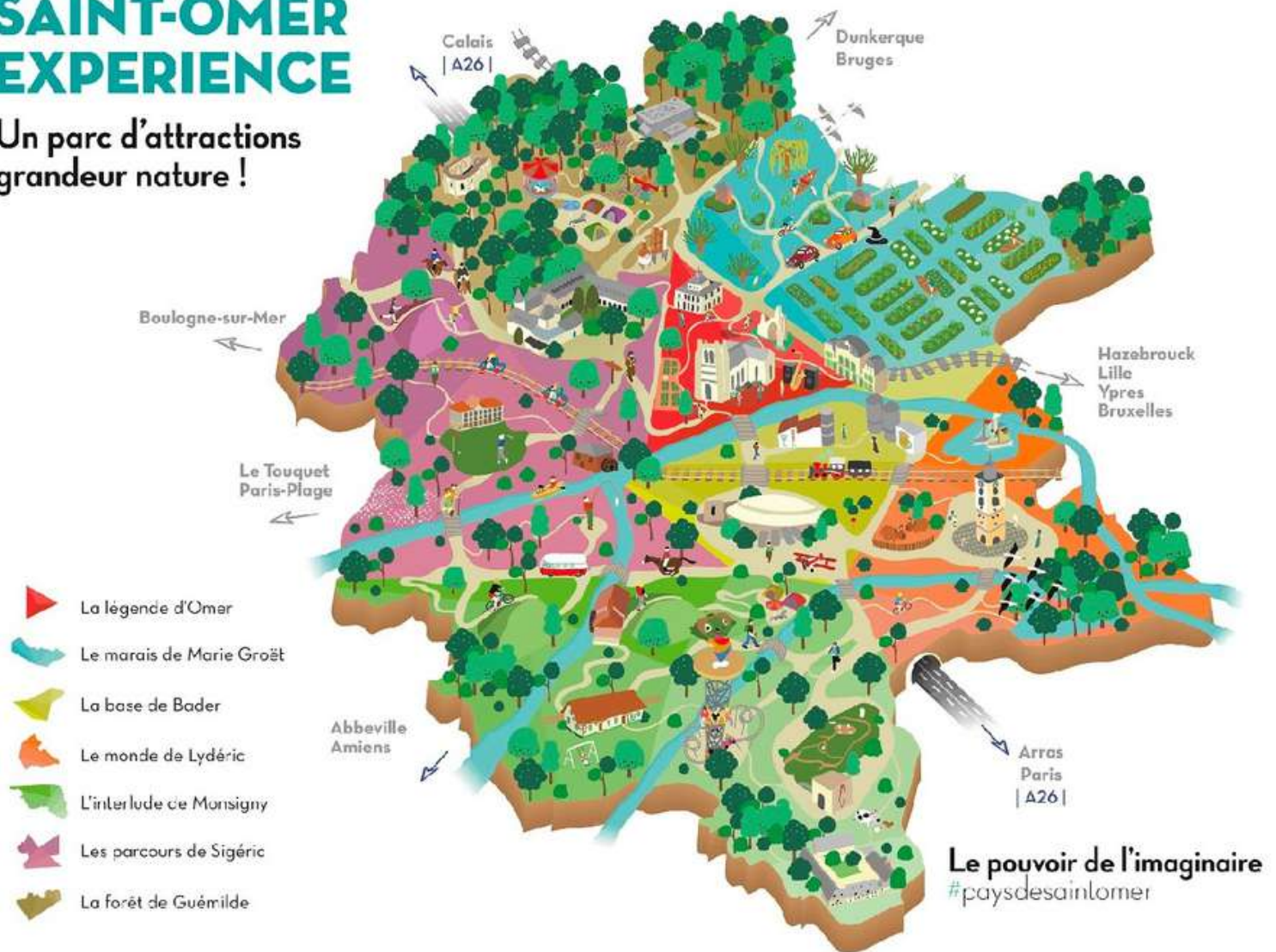
S'inspirant des travaux de la philosophe Gabrielle Halpern et du fondateur de MOB Hôtels dans la révolution de l'hospitalité, l'hybridation peut se définir comme « le mariage improbable, le fait de mettre ensemble des choses, des métiers, des compétences, des générations, des secteurs, des matériaux, des imaginaires qui sont radicalement différents ou qui semblent a priori n'avoir rien à voir ensemble, et qui, réunis, permettent de créer quelque chose de nouveau : un tiers-lieu, un tiers-secteur, un tiers-modèle, un tiers-métier... De nouveaux mondes, en somme. »

La SPL *Tourisme en Pays de Saint-Omer* a approché ce modèle en commençant à changer l'identité de la Maison du Marais sur le dernier contrat de gestion : lieu de scénographie, lieu de restauration, lieu de concerts, de débats, d'expositions citoyennes, d'apprentissage des langues...

L'hybridation nous paraît importante pour quatre raisons : le développement de l'image de nos équipements, l'attrait pour des postes transversaux qui répondent à la crise saisonnière du tourisme et de la restauration, le maintien des missions traditionnelles de la SPL et le développement original de l'attractivité touristique par le parc d'attractions inversé (présenté à la page suivante).

SAINT-OMER EXPERIENCE

Un parc d'attractions
grandeur nature !



Le premier métier d'un organisme comme le nôtre est de conter un territoire, d'en être un metteur en scène. Avec l'idée d'un parc, une identité et un liant entre les structures se créent. Dans un parc d'attractions traditionnel, les visiteurs viennent avec leur réalité quotidienne, quittant parfois les bouchons parisiens avec les enfants criant à l'arrière, la morosité d'une semaine de travail avec un objectif : prendre une bouffée d'imaginaire dans un décor inventé avec des adultes dans des peluches, des parades chronométrées...

Dans le cas de notre parc, c'est l'inverse qui prime. Nous titillons l'imaginaire des futurs visiteurs par des légendes, des histoires construites sur 13 siècles, par notre territoire qui se transforme naturellement en 7 mondes et, une fois sur place, le visiteur déambule dans un parc d'attractions à ciel ouvert où le faux décor est remplacé par une vraie cathédrale ou un beffroi, où la balade se fait à bord d'une véritable locomotive, où l'univers de l'eau est un marais de 3700 hectares et de 700 km de voies d'eau, où les parades prennent la forme par exemple un cortège nautique ou un festival de jazz...

C'est ainsi qu'il peut déjà se définir :

« Un parc qui vient tout juste d'être inauguré et qui s'est pourtant construit sur 13 siècles, au fil des conquêtes, des histoires et des légendes. Un parc où les forêts sont naturelles, où l'eau éblouit, nourrit l'Homme et où les chemins sont autant d'aventures. Un parc où les parades sont traditionnelles, où les personnages sont authentiques et si attachants. Notre parc est organisé en mondes. Chaque monde a sa thématique, chaque monde a ses activités, sa restauration, ses hébergements.

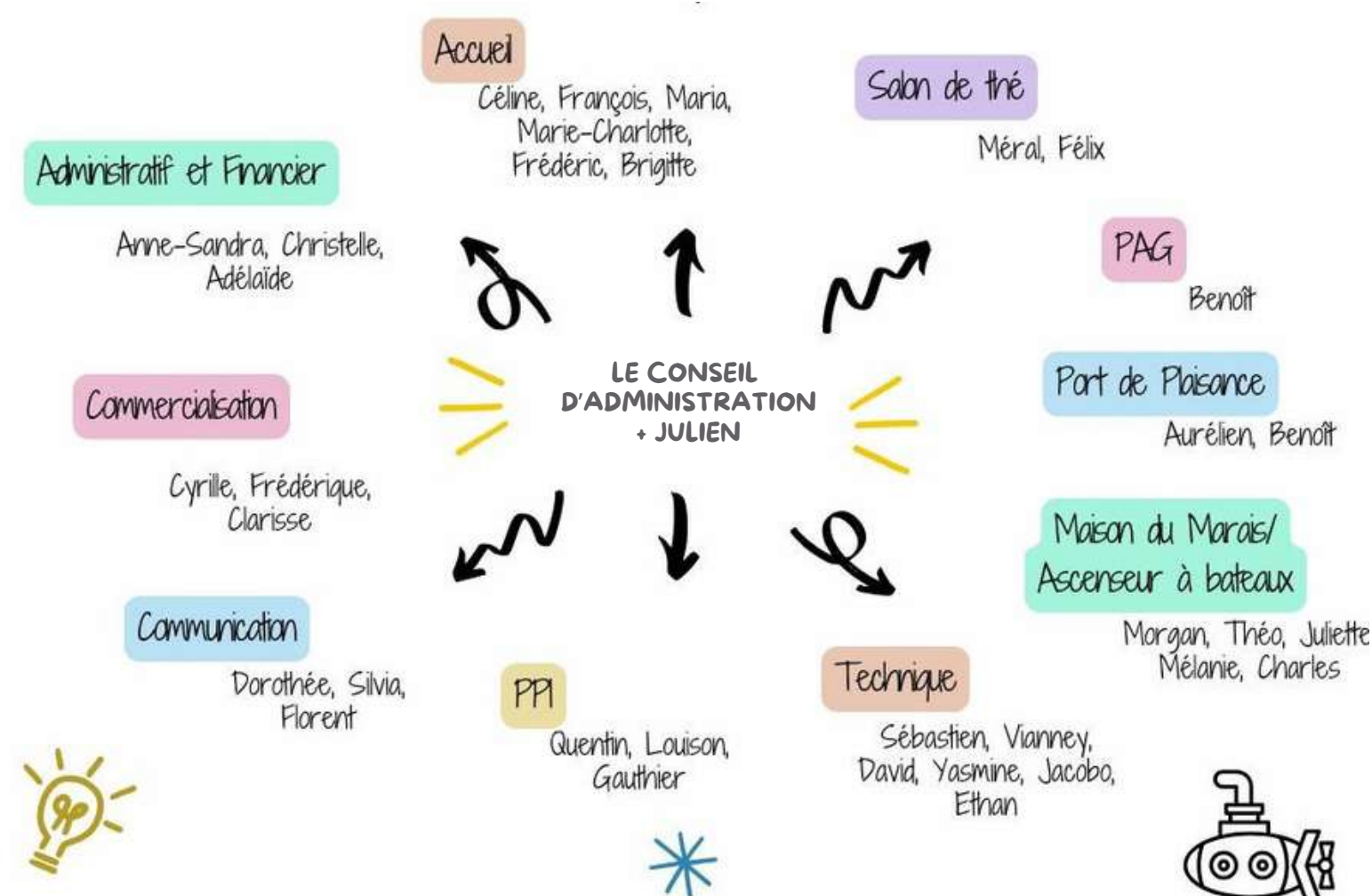
Ici, le monde du patrimoine regorge de secrets, le monde de l'industrie est une capitale à lui tout seul, le monde du marais vous plonge hors du temps, le monde de la Mémoire est surprenant... Vous vous y déplacez à pied sur les sentiers de randonnée, à vélo sur les voies de cyclotourisme, en bateau dans un labyrinthe qu'il faut apprivoiser, en train d'époque derrière une véritable locomotive à vapeur, en canoë le long de la Lys, en 2CV ou sur un Rando-rail.

Les mondes sont si vastes à explorer qu'il vous faudra y passer plusieurs jours, choisir un hôtel, une chambre d'hôtes, un gîte, un emplacement de camping... Il y aura toujours une place pour vous d'autant qu'après avoir admiré le coucher du soleil dans notre marais, le parc s'anime, en soirée, de festivals de théâtre, de jazz ou de documentaires, de spectacles grandioses, de cortèges et de fêtes traditionnelles. Aucune soirée ne se ressemble parce que chaque moment y est unique.

Au réveil, les sportifs trouveront toujours un parcours de running ou de trail, un club de golf ou un cheval, une magnifique piscine ou un circuit de vélo. Les autres pourront profiter du temps, de la quiétude, essayer même une séance de yoga après un copieux petit-déjeuner avant d'entamer une nouvelle journée.

Le parc est si bien situé qu'il vous permettra de profiter d'une journée à la plage d'Ostende à Wimereux, de découvrir le site des Deux Caps, Bruges, Lille, Arras, le Louvre-Lens, Nausicaá et bien d'autres escapades qui sont à moins d'1h15 de Saint-Omer. »

C'est pour suivre cette dynamique hybride que la SPL Tourisme s'est organisée dans un modèle qui cherche à faire rayonner plutôt qu'à ordonner

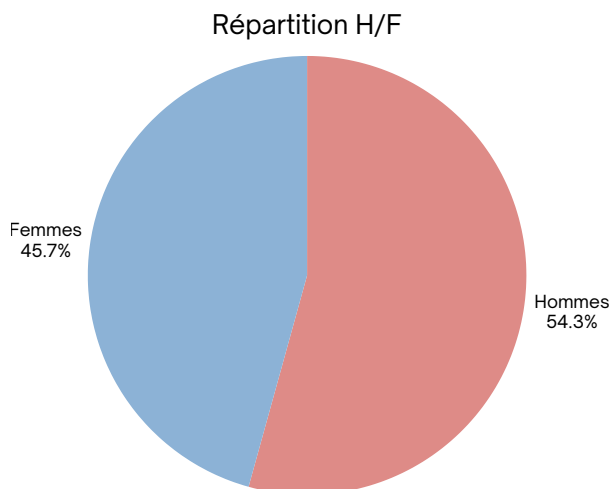


La Société Publique Locale a assuré les contrôles périodiques relatifs au Code du Travail et à la législation en vigueur en matière d'hygiène et de sécurité du personnel.

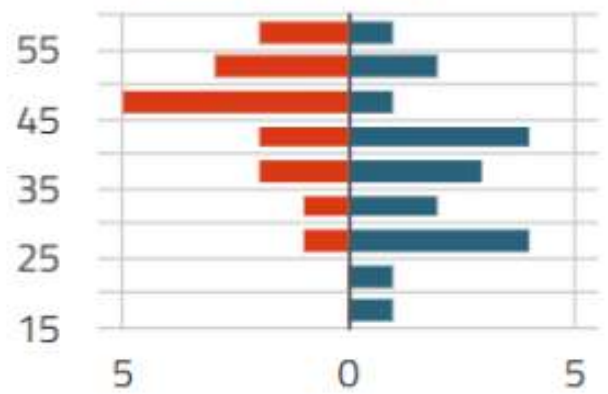
En 2025, l'effectif est 35 soit **33,19 Equivalents Temps Plein**.

Nous procédons au recrutement de plusieurs saisonniers en haute et très haute saison, afin de maintenir une ouverture des équipements 7 jours / 7jours.

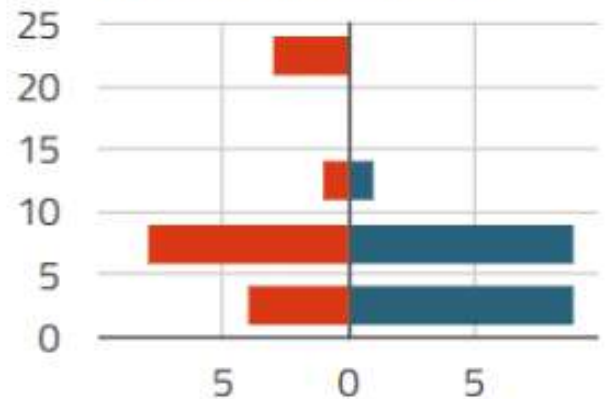
En 2025, 17 saisonniers recrutés répartis sur les différents établissements
(1 OT, 2 SDT, 1 Escape, 2 ABF, 2 Port, 4 MdM, 4 Bols).



Pyramide des âges



Pyramide d'ancienneté



Mais aussi...

17 guides conférenciers vacataires (depuis avril 2013 un partenariat existe entre l'Office de Tourisme et le Pays d'Art et d'Histoire pour la gestion des visites guidées, ateliers et des guides conférenciers. Cette convention de partenariat décrit les règles en matière de programmation annuelle, politique tarifaire, recrutement des guides conférenciers par le biais de CDD, formations etc.)

24 stagiaires accueillis dans les différents services.

2 contrats en alternance :

- Ethan : alternant à la Maison du Marais, sur la partie Aquarium.
- Gauthier : alternant au Pôle Production Innovation.



LA FACE MÉCONNUE DU PÔLE ADMINISTRATIF ET FINANCIER

La gestion des boutiques

Le pôle administratif et financier assure la gestion et l'animation d'un réseau de vente diversifié, réparti sur l'ensemble du territoire. Ce réseau comprend 5 boutiques principales et 2 points de vente spécialisés : la Maison du Marais, l'Office de Tourisme de Saint-Omer, le Bureau d'Information Touristique d'Aire-sur-la-Lys, le Port de plaisance, l'Ascenseur à bateaux des Fontinettes et 2 points de vente à la Maison du Patrimoine et à la Maison de l'Archéologie.

TOP 5

Cartes Postales
Kéfir
Fiches Rando
Gaufres Bourdon
Médailles souvenir



Indicateur	2023	2024	2025	Évolution 24/25
Nombre de ventes	8 021	7 621	8 983	+17.8%
Nombre de produits vendus	19 506	15 441	17 989	+ 16.5%



Le club des partenaires de *Tourisme en Pays de Saint-Omer*

Un club mis en place avec la disparition de notre statut associatif pour accompagner, fédérer, découvrir notre destination ainsi que celles et ceux qui la font vivre.

En 2025 plusieurs rendez-vous ont eu lieu :

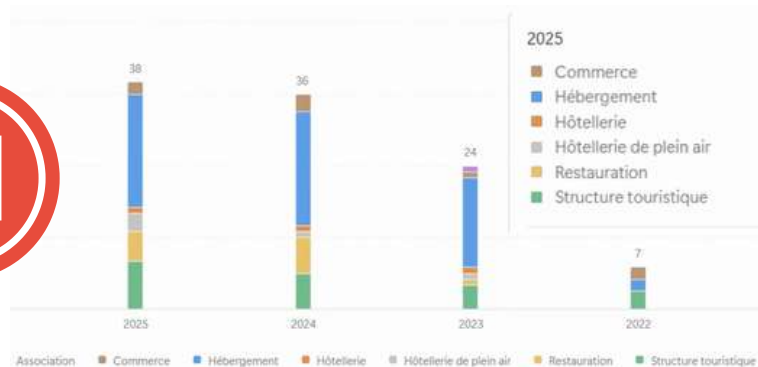
- Lancement de saison : Un temps fort pour fixer les objectifs communs (20/03).
- Visites de la Maison du Patrimoine (24/04) et de la Maison du Marais (26/05).
- Visite du Chais de Mentque-Nortbécourt (23/10).
- Visite de l'exposition « Le grand déballage » au Musée Sandelin (13/11).
- Organisation d'un atelier SIT (Système d'Information Touristique) pour accompagner les partenaires dans la gestion de leurs données (20/11).
- Visite du Palais de la Cathédrale/ Colegram (04/12).
- Rencontre des services de la SPL (08/12).



En 2025, le réseau compte un total de 38 adhérents, répartis de la façon suivante : 27 renouvellements : témoignant de la fidélité et de la confiance des partenaires historiques, 11 primo-adhésions : une progression qui démontre l'attractivité de notre structure auprès de nouveaux acteurs du territoire.



51



Le club compte déjà 51 membres en 2026. Dennlys Parc est le dernier à rejoindre l'aventure



Le travail de classement et de labellisation

L'année 2025 a été marquée par l'obtention du label Tourisme & Handicap à l'Ascenseur à bateaux des Fontinettes pour les deux familles de Handicap « Auditif et Mental ».

Nous poursuivons nos investissements pour un accueil inclusif et conforme aux normes PMR (Personnes à Mobilité Réduite) : Sanitaires : Livraison des WC PMR effectuée le 10 février.

Sécurisation : L'installation des mains courantes est programmée et en attente de planification technique définitive.



Quelle route pour 2026 ?

L'exercice à venir sera placé sous le signe de l'excellence et de l'itinérance douce avec trois objectifs majeurs :

- Renouvellement du label "Tourisme & Handicap" pour l'Office de Tourisme.
- Obtention du label "Destination d'Excellence" : Engagement dans cette nouvelle marque d'État pour valoriser la qualité de l'expérience client sur notre territoire.
- Déploiement du label "Accueil Vélo" : Candidature conjointe pour l'Office de Tourisme et la Maison du Marais, afin de capter la clientèle croissante du cyclotourisme et de garantir des services adaptés (stationnement, kits de réparation, conseils dédiés).

Le pôle administratif et financier a réaffirmé son rôle de relais de proximité en accompagnant plusieurs acteurs associatifs et culturels dans la gestion de leur billetterie. En assurant cette prestation pour des tiers, nous facilitons l'accès au public et déchargeons les associations de la gestion administrative des ventes.

- Orchestre de la Morinie : 2 concerts
- Les amis de la Cathédrale : 1 concert
- Confrérie du chou-fleur : 1 spectacle
- Lyrics & Co : 1 concert
- Les Baladins : 1 concert
- Fédération colombophile française : 1 spectacle

La billetterie d'un territoire

Nous établissons également chaque année des conventions avec des partenaires touristiques pour la gestion de leur billetterie : CFTVA, Croisière merveilleuse, ARC Outlet, ISNOR pour leur départ d'Arques ...

Face à l'outil de billetterie qui permet à un visiteur de concevoir directement son séjour, le *Omerveilleux Pass* a poursuivi son développement en 2025 avec des ajustements stratégiques visant à mieux cibler les familles et à renforcer le réseau de distribution. Le mois de juillet a marqué une étape importante dans l'adaptation de l'offre :

- Introduction de tarifs spécifiques pour les enfants et les adolescents afin de renforcer l'accessibilité familiale.
- Organisation de sessions de formation pour les équipes, garantissant un conseil client optimal et une meilleure maîtrise de l'outil technique.

Avec 128 utilisations enregistrées, le Pass confirme son attrait auprès d'une cible majoritairement adulte, tout en s'ouvrant aux plus jeunes : 109 adultes, 14 adolescents et 5 enfants.

Une consommation rapide et efficace avec une moyenne de 1,4 jour d'utilisation par *Omerveilleux Pass*.

Le *Omerveilleux Pass* favorise la découverte des sites emblématiques du Pays de Saint-Omer. Le classement 2025 s'établit comme suit :

1. Les Faiseurs de Bateaux
2. Arc France
3. La Maison du Marais
4. Le Musée Sandelin
5. La Distillerie Persyn

En 2026, une adaptation de ce dernier sera proposée sur la plateforme mondiale *Get Your Guide*





Un accueil touristique mais vraiment, vraiment...pas que



À l'Office de Tourisme du Pays de Saint-Omer, l'accueil est une culture partagée.

En 2025, ce sont :

24 821 personnes conseillées à l'Office de Tourisme de Saint-Omer

6 691 visiteurs accueillis au Pôle d'Information Touristique d'Aire-sur-la-Lys

Soit plus de **31 500 rencontres humaines** sur nos deux sites.

À cela s'ajoutent **971 carnets de voyage personnalisés** envoyés, prolongeant l'expérience au-delà des murs de nos accueils.

Chaque échange est une opportunité de valoriser le territoire, d'orienter avec précision et de transformer une simple demande en souvenir positif.

Pays de Saint-Omer 1 / Paris 0



Suite à la fermeture de l'Office de Tourisme de Paris en janvier, nous avons été cités en contre-exemple par la presse nationale (BFM, Le Monde, Le Canard Enchaîné...) pour notre capacité à hybrider notre gestion en intégrant d'autres services depuis plusieurs années. Notre structure est cataloguée par la presse comme "l'Office innovant en France" (Le Monde).

A Saint-Omer (Pas-de-Calais), l'office abrite désormais un salon de thé, une salle de séminaire, propose de la location de vélos, des services postiers, de la vente de produits locaux, détaille son directeur, Julien Duquenne. La structure a aussi créé ses propres chasses au trésor et deux escape games. « L'office du tourisme à l'ancienne, s'il ne change pas, tranche-t-il, est condamné. »



Le salon de thé Le Passage Merveilleux illustre pleinement cette dynamique :
12 754 personnes accueillies
pour un total de 74 663,32 € de chiffre d'affaires.

Un lieu qui participe activement à l'attractivité, à l'image qualitative et à la vitalité économique de la structure.

Le jardin et les espaces intérieurs ne sont plus seulement des lieux d'accueil : ils sont devenus des espaces de vie.

Événements culturels, animations artistiques, escape games, ateliers, yoga, privatisations, rendez-vous patrimoniaux, dispositif *Toutourisme*...

L'Office est désormais un lieu de partage et de convivialité.



L'accueil génère également une activité économique significative :

- 23 784,90 € de ventes billetterie sur place
- 13 350,59 € via le relais Poste
- 11 591,54 € de ventes boutique

La location de vélos confirme l'intérêt pour la mobilité douce : 413 locations, pour un montant total de 3 080 €.

Ces chiffres traduisent la confiance des visiteurs et la qualité du conseil délivré.





VIANNEY

MANTI

DAVID

YASMINE

SÉBASTIEN

LE SERVICE TECHNIQUE

LES VEILLEURS DE STRUCTURES



L'ORGANISATION TYPE D'UNE SEMAINE

David

Lundi : journée point équipe, ménage Maison du Marais, ménage Office du Tourisme et ménage et nettoyage des vitres de l' Ascenseur à Bateaux.

Mardi : identique à lundi.

Mercredi : nettoyage de la terrasse et du ponton au nettoyeur haute pression pour la Maison du Marais.

Jeudi : idem que mercredi et mise en peinture des portes de placard.

Vendredi : nettoyage des vitres de la Maison du Marais et passage à la déchetterie.

Samedi et dimanche : repos.

Yasmine*

Lundi : repos.

Mardi : repos.

Mercredi : matin ménage Maison du Marais, ménage ascenseur à Bateaux, Office du Tourisme.

14h30/15h30 : ménage Escape Game.

Jeudi ,vendredi, samedi, et dimanche : idem que mercredi.

- 28h / semaine

Vianney

Lundi : point équipe travail au potager semis de radis et plantation d'ail et échalotes, travail sur les aquariums.

Mardi : travail au potager, travail sur les aquariums.

Mercredi : journée entretien des espaces verts de la Maison du Marais.

Jeudi : entretien et tonte du jardin de l'office du Tourisme, entretien des espaces verts.

Vendredi : mise en place d'un filet de protection sur les semis, aquariums.

Samedi et dimanche : repos.

Manti*

Lundi : travail au potager, travail du terrain.

Mardi : travail potager, semis des petits pois et des fèves.

Mercredi : repos.

Jeudi : tonte et entretien du jardin de l'office.

Vendredi : entretien des espaces verts de la Maison du Marais.

Samedi et dimanche : repos.

- ½ temps hebdomadaire



Sébastien

Lundi : point et plannings équipe, suivi avec la société Eiffage de la maintenance sur nos installations électriques et sur le paramétrage de la centrale intrusion de la Maison du Marais, dépannage sur un moteur bateaux, demande de devis pour la confection de plateaux pour les tables du restaurant, d'un meuble et de jardinières auprès de l'ESAT de Saint Martin lez Tatinghem, réception de commandes.

Mardi : échange avec plusieurs commerciaux afin de trouver le modèle de moteur bateaux le mieux adaptés à nos besoins, accompagnement du dératiseur sur le site de la Maison du Marais, suivi du chantier de la société Véolia sur le site de l'ascenseur à bateaux et vérifications des installations électriques avec la société Eiffage.

Mercredi : travaux au Port à Aire-sur-la-Lys pour l'installation des range-vélos terrassement et pose de bordures, travail de bureau.

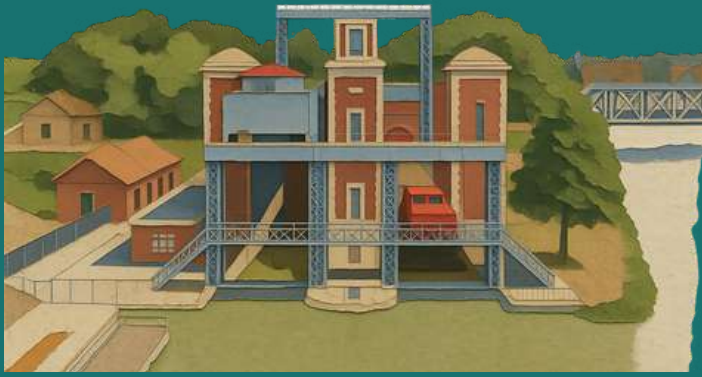
Jeudi : relamping sur les spots éclairage de la scénographie de la Maison du Marais, rajout d'un parc de batteries sur un bacôve.

Vendredi : accompagnement du technicien vérificateur du défibrillateur, travail de bureau, mise en place de nouveaux plateaux sur les tables.



- Entretien et maintenance des bâtiments
- Gestion des espaces verts et du potager conservatoire
- Gestion des aquariums
- Gestion du matériel et des véhicules
- Gestion des commandes
- Appui technique aux événements
- Suivi des contrôles réglementaires (sécurité, incendie ...)





- Entretien et maintenance des bâtiments
- Gestion des espaces verts et du potager conservatoire
- Gestion des aquariums
- Gestion du matériel et des véhicules
- Gestion des commandes
- Appui technique aux événements
- Suivi des contrôles réglementaires (sécurité, incendie ...)



- Petit entretien
- Gestion des espaces verts
- Ménage (Office et Escape Dupuis)



Parmi les travaux réalisés en 2025

- Parcours dans le parc de la Maison du Marais flash-code
- Expo Capiou accueil de la Maison du Marais
- Mise en place d'une deuxième parcelle en éco-pâturage
- Curage de la mare et taille de la roselière
- Relamping de l'étage de la Maison du Marais (passage en LED)
- Fleurissement du parc de la Maison du Marais et du jardin de l'Office du Tourisme

PREMIERS PROJETS 2026

- Remise aux normes de la ligne de vie du bâtiment de la Maison du Marais avec les services de la CAPSO
- Mise en place des arceaux pour l'accueil vélo sur nos différentes structures
- Travaux sur la nouvelle scénographie de la Maison du Marais
- Réflexion pour une nouvelle motorisation électrique pour nos bacôves





La Maison du Marais

Une année qui confirme la place du site dans le paysage touristique

Pour l'année 2025, l'équipe est composée de 5 membres permanents.

De janvier à mars et en novembre et décembre, ils assurent l'ouverture du site au public et proposent chaque jour des visites du marais audomarois en bateau traditionnel, la découverte de nos expositions, mais aussi des activités ludiques pour les anniversaires pour enfants et des ateliers lors de chaque période de petites vacances.

Dès le mois de mars, et jusqu'en octobre, l'équipe est renforcée jusqu'à atteindre 9 membres sur certains mois.

En 2025, c'est 2581 départs de visites guidées en bateau traditionnel qui sont affichés en billetterie pour le grand public auquel il faudrait ajouter les multiples départs proposés aux 220 groupes accueillis sur l'année, et les 62 départs de visites "thématiques" proposées sur l'été. C'est aussi 13 animations 100% création MDM en lien avec les thématiques du marais et la saisonnalité, destinées aux enfants de 2 à 10 ans en vacances sur notre territoire.

Enfin, c'est 329 jours d'ouverture au public, un contact constant avec une clientèle d'ici ou d'ailleurs, dédié à la présentation du Marais Audomarois et du pays de Saint-Omer.





30.000 visiteurs à la Maison du Marais, ça représente, entre autres...

24500

places en
bacôve

15500

entrées
musée

8500
enfants

95

événements
en billetterie

2400

heures
d'ouverture

220

groupes
accueillis

30.000 sans compter...

Les dizaines de milliers de visiteurs du parc, les participants aux assemblées générales, conférences, concerts, ciné-débats ne nécessitant pas d'inscription.

Les usagers des salles et de l'auditorium lors de séminaires...





5 INFOS ESSENTIELLES

EN 2025



**UNE FRÉQUENTATION EN
HAUSSE DE 18% PAR
RAPPORT À 2024**

1 ÉLÈVE SUR 10 PRIVÉ DE VISITE À CAUSE DES ALGUES



La problématique des algues a cassé la dynamique de la Maison du Marais en juin avec 591 élèves qui n'ont pu découvrir le marais en bacôve.



UN MOIS D'AÔUT RECORD

La mauvaise météo de juillet a permis de limiter l'épisode "algues" et de bénéficier d'une navigation optimale en août avec la belle météo. La fréquentation augmente de 8% en août par rapport au précédent record de 2023.

UNE FIN D'ANNÉE INÉGALE



Le mois de septembre est en augmentation par rapport à 2024 mais est contrebalancé par une fin d'année plus calme, en recul de 10.6 %. Elle se constate sur une baisse des groupes et des ateliers loisirs.



ON VIENT DE TOUTE LA FRANCE

Tous les départements de la France Métropolitaine sont venus à la Maison du Marais (sauf l'Ariège).

ON PARLE DE NOUS

**205 AVIS LAISSÉS SUR
LA PAGE GOOGLE
DE LA MAISON DU MARAIS**

QUELQUES EXEMPLES



**EN 2026, NOUS COMPTERONS
100% DE RETOUR
DE NOS SAISONNIERS 2025**



APRÈS UNE ANNÉE 2025 RECORD, 2026 EST PLEINE D'AMBITIONS !

Étoffement de l'offre de loisir des vacances scolaires pour enfants.

Réalisation de nos propres supports vidéos pour être 100% indépendants dans le développement de nos contenus pédagogiques.

Audit qualitatif pour toujours améliorer les conditions d'accueil de nos visiteurs.

Multiplication des interventions hors les murs pour faire vivre notre univers au-delà des murs de notre structure.



Lancement des phases de développement et de travaux de l'exposition "L'Aventure en Sous-Marais" 2.0.

Audit de notre parc de moteurs pour anticiper l'avenir et les évolutions technologiques.

Travaux sur la représentation commerciale de la Maison du Marais sur les salons, et la prospection clientèle.

Augmentation de nos capacités d'accueil sur les week-ends de jours fériés.





LES BOLS DU MARAIS

FIÈREMENT LOCAVORES

Composé quasi-exclusivement de produits locaux et régionaux, de légumes des maraîchers environnants, certains sont même fraîchement cueillis dans le Potager conservatoire tout proche.



NOUS SOMMES FIERS DE VOUS PRÉSENTER
NOS PRODUCTEURS LOCAUX





4 contrats saisonniers, sous la responsabilité d'Anne-Sandra Caron ont été recrutés :

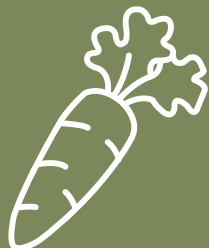
1 personne à 35h du 1er avril au 30 septembre

1 personne à 28h du 1er avril au septembre

1 personne à 28h du 1er mai au 31 août

1 personne à 30h du 1er juillet au 31 août

En 2025, l'espace restauration a été ouvert 141 jours du 1er avril au 30 septembre et a accueilli **10 468 personnes** (+18%/ 2024).



LES BOWL MAKERS



Les Bols du Marais se sont inscrits dans la démarche anti-gaspi via l'application To Good To Go.

Paniers sauvés	543
Tonnes de CO2 évitées	1.47
Favoris	1 383
Vues	194 248



FAIM DE 2026



Ouverture du 28 mars au 31 octobre 2026, pour coller davantage aux horaires de la Maison du Marais et englober la période des vacances de la Toussaint.

Recherche de nouveaux producteurs locaux.

Développement du « À emporter », Paniers pique-nique...

Intégration d'une nouvelle application facilitant la gestion quotidienne et pour la vente en ligne.



Super endroit ! Ça fait plusieurs fois que j'en entends parler et franchement c'est parfait
Des produits frais, une carte offrant des produits locaux, de commerçants ou restaurateurs

Merci :)
Mary Vasseur



Ce petit restaurant discret, niché au sein de la Maison du Marais, propose des plats tout simples, mais délicieux et à prix très doux. Des soupes et des bols de légumes locaux, frais et croquant, avec des protéines tout aussi locales (quand j'y suis allée, du potj, du porc fumé, de la truite et du saumon). Les desserts sont très bons (la tarte au sucre, whoua !). Un régal et un dépaysement, avec vue sur l'eau et la végétation. Accueil charmant.
Émilie T.

Je dirai même 6 étoiles !!
Ce petit restaurant se trouve dans la maison des marais et est accessible à tous.
Commençons par le concept : des salades préparées devant vous avec des produits frais et de saison. Le nombre de produits est indéterminé, varié et la qualité au top !! Vous choisissez entre un poisson et une viande puis vous terminez par un assaisonnement et hop, bon appétit ! 2 possibilités le grand ou le petit bol. J'ai testé le grand et il balaye tout ce que j'ai pu voir du même genre (salade bowl et compagnie). C'était franchement délicieux et copieux. Qualité prix imbattable !!
L'ambiance est décontractée avec un personnel sympathique, souriant et efficace.
Cédric Rodrigues

L'Ascenseur à Bateaux des Fontinettes



Ascenseur à Bateaux

Après 2 saisons d'ouverture au public,
l'année 2025 peut enfin s'appuyer sur une expérience pleine
d'accueil de public
"individuel" comme "groupe"



L'ouverture au public de l'Ascenseur à Bateaux des Fontinettes, après plusieurs années de travaux, était un évènement très attendu !

Après avoir été inscrit comme Monument Historique en 2013 puis classé en 2014, l'Ascenseur a connu une vaste période de travaux afin de retrouver de sa superbe, et accueillir à nouveau du public dès 2023.

L'ouverture d'un tout nouveau centre d'interprétation, équipé d'un audioguide immersif vous emmenant découvrir l'histoire de cet emblème arquois aux côtés de Jacques, le dernier gardien des lieux à sa fermeture en 1967, a bien entendu éveillé la curiosité de bon nombre de visiteurs de la région.

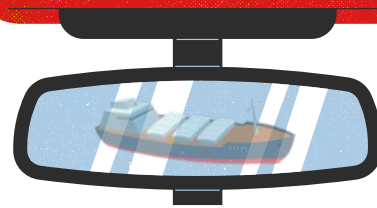
Toutefois, l'ouverture en cours d'été 2023 n'a permis de répondre qu'à la sollicitation de publics essentiellement "individuels".

C'est bien l'année 2024 qui sera la base de notre expérience d'accueil de groupes.

Tout l'enjeu de l'année 2025 était de profiter de l'élan donné par l'ouverture au public pour faire vivre les lieux au gré des visites, de densifier l'offre en variant les types de publics et de se servir d'une saison 2024 comme première année de pleine exploitation pour définir les forces et faiblesses de notre organisation, de nos conditions d'accueil et du contenu proposé, qu'il soit muséal ou de médiation.

Ascenseur à Bateaux

L'oeil dans le rétro : Hiver 2024



Un évènement bouleversant dans l'organisation d'une entreprise est venu poser la pierre d'une évolution dans notre fonctionnement quotidien.

Le départ de la référente du site vers d'autres projets professionnels a forcé la réflexion, aboutie sur un constat : **Celui qu'ensemble, on va plus loin.**



La priorité a été d'optimiser un modèle de gestion à l'Ascenseur qui s'adapte à la demande de nos visiteurs, et non l'inverse



La première étape était d'agrandir le cercle du personnel formé, en toute saison, à l'activité de l'Ascenseur à Bateaux des Fontinettes.

Et pour se faire, nous avons pu nous appuyer sur le savoir-faire interne à la SPL TOURISME EN PAYS DE SAINT-OMER, composé d'agents d'accueil et de médiateurs polyvalents et investis.

Résultat : à la sortie de l'hiver, l'Ascenseur à Bateaux des Fontinettes pouvait compter, avant même de lancer sa saison 2025, sur :



Responsable

Pratiques communes avec la MdM : formation, management, commercialisation, développement, mais aussi accueil sur site ...



Médiateurs

Expertise de médiateurs ayant déjà fait leurs preuves en visites auprès de tous types de publics : adultes, enfants, groupes, anglophones, publics à besoins spécifiques...



Agent d'accueil

Logiciels et pratiques communes, maîtrise de l'ouverture de la scénographie, rédaction de modes opératoires, gestion boîte mail

Ascenseur à Bateaux

SAISON 2025 : de nouvelles offres, de nouveaux publics

Une visite guidée qui ne vient plus en concurrence de la visite audioguidée, mais vient désormais la compléter : **Canal de Neuffossé, Ascenseur à Bateaux des Fontinettes, Écluse moderne des Fontinettes.**

- Exploitation de l'environnement extérieur
- Augmentation de **50%** de la durée de visite
- Jauge de visiteurs par guide **multipliée par 2**

Visites guidées

+89%

Fréquentation

Visites guidées destinées aux individuels, avec 4 à 6 visites programmées par semaine, en complément du musée

57%

Part de la visite guidée

par rapport à l'ensemble des offres destinées aux groupes, associations et entreprises de typologie adulte



Des ateliers loisirs pour chaque période de vacances scolaires 100% création SPL, un programme pédagogique basé sur des ateliers cycle par cycle qui font le lien avec le programme scolaire, une participation aux événements forts de l'Éducation nationale ...

Public enfant



+72%

Fréquentation aux animations "enfant" proposées par les médiateurs de l'ABF

+263%

Fréquentation Visites et activités proposées aux classes de cycle 1 à cycle 4

120

collégiens arquois accueillis
pour la
Fête de la Science 2025



Ascenseur à Bateaux

Au global, l'année 2025 nous offre une **augmentation de 15% de la fréquentation annuelle (9 946 + 3 621 sur les événementiels)**. Côté provenance, **48,7%** de nos visiteurs nous viennent d'une autre région que les Hauts-de-France, ce qui alimente le fait que l'Ascenseur à Bateaux des Fontinettes est un incontournable, unique en France et justifiant le détour.

Les graines du développement axé vers le public "enfant" ont elles aussi déjà germé avec la réservation de plusieurs **groupes scolaires pour 2026**.

Le retour de la même équipe que 2025 atteste d'une ambiance de travail positive et d'un investissement fort, et garantit un démarrage rapide et efficace dès le lancement de saison fixé au **samedi 4 avril 2026**.



Cap vers 2026

”

Forts d'une nouvelle saison de référence, de nouveaux challenges s'offrent à nous pour l'année 2026, avec notamment :

Arques, capitale du savoir-faire

ABF comme point central d'une dynamique touristique arquoise.

(513 billets vendus en guichet ABF en 2025 pour ISNOR, Cafés Boulet, CFTVA, Arc International, ...)

Travail de notoriété

Contre l'effet logique d'une baisse de notoriété après 3 ans d'ouverture en densifiant notre présence sur les salons.

Partenariat avec le CFTVA

Nouvelle offre de visite guidée au départ de l'Ascenseur à Bateaux, autour des mobilités d'antan, entre péniches et locomotives.





**UN ÉQUIPEMENT QUI TROUVE SA
VITESSE DE CROISIÈRE**

Après une première année d'exploitation 2024 rythmée par la mise en service de l'équipement et l'achèvement des travaux, la saison 2025 aura permis de proposer, d'expérimenter de nouvelles offres et de confirmer tout le potentiel et l'attractivité du site auprès d'un public varié.

Le premier public du port, les plaisanciers, apprécie unanimement le cadre de séjour et l'accueil qui leur est réservé. Le nombre de contrats annuels a légèrement progressé, passant de 34 à 38. Le chiffre d'affaires correspondant à ces locations d'emplacements a nettement augmenté, dans la mesure où peu de pro-ratas ont été appliqués contrairement à l'année précédente (où les bateaux sont arrivés progressivement durant toute la saison).

De nombreuses demandes d'emplacements continuent à parvenir à la capitainerie et ne peuvent pas toutes être satisfaites. De ce point de vue, la location d'anneaux sur des contrats longs atteint irrémédiablement un plafond déterminé par la capacité d'accueil du port.

L'accueil de plaisanciers en escale est également en légère progression: les **10 emplacements dédiés à cette clientèle itinérante** ont accueilli **77 bateaux** différents durant l'année pour un total de **651 nuitées** passées sur site. Aire-sur-la-Lys est désormais une halte privilégiée, une adresse incontournable sur le bassin de navigation régionale.

La notoriété et la réputation du port se renforcent même au-delà des frontières régionales, près d'un bateau sur deux en escale était d'origine étrangère: principalement britannique, belge et néerlandaise, mais aussi allemands, américains, australiens... Cette fréquentation stable est à analyser au regard des conditions de navigation rendues particulièrement difficiles cette saison, qui viennent impacter fortement le potentiel du site.

En effet, deux périodes de chômage ont été programmés sur les écluses Cuinchy et Fontinettes, pour travaux du 16 juin au 13 juillet, interrompant toute navigation sur le bief. Cela n'aura pas empêché les plaisanciers néo-zélandais du «Cornelis», de choisir de faire escale à Aire-sur-la-Lys durant toute la durée des travaux pour profiter du site et explorer le territoire...

Autre point d'entrée sur le port, La Lys a une nouvelle fois vu son potentiel touristique entamé par des arrêts de navigation, à hauteur de Merville, rompant ainsi la continuité de l'itinéraire fluvial. Les travaux des pont-levis et de l'écluse concernés seraient programmés pour septembre 2026. Une réouverture totale à la navigation de cet axe vert et à petit gabarit tant plébiscité par la plaisance régionale, belge et néerlandaise est donc espérée en 2027.



AURÉLIEN

L'équipe du port se compose de 2 personnes assurant le fonctionnement et l'entretien de l'équipement tout au long de l'année.

En haute saison, d'avril à septembre, l'équipe est renforcée par 2 saisonniers à temps partiel.

Durant l'année, nous avons également accueilli 2 stagiaires en BTS Tourisme et Animation du territoire pour quelques semaines au sein de la structure et de la SPL.



BENOÎT



Accueil touristique
Conseil en séjour
Billetterie
Documentation touristique
Vente de Omerveilleux
Pass

Espace bar et petite
restauration
Vente de boissons &
snack
Création d'une nouvelle
carte
Suivi du plan de maîtrise
sanitaire

Gestion et Suivi de
l'activité
Suivi statistique et
financier
Rédaction du Journal de
marche
Procédures et modes
opératoires

Espace Boutique
Vente de produits terroir,
librairie, souvenirs
Suivi des stocks

Loisirs, Animations &
Evènements
Location de vélos
Programmation annuelle
d'animations

Accueil Séminaires,
entreprises et formations
Location de salles
Suivi des réservations et
devis
Commercialisation &
Prospection



Maintenance, entretien et
espaces verts
Entretien capitainerie &
espaces sanitaires
Entretien des espaces verts
Suivi des contrats,
maintenance &
consommations
Gestion des incidents

Accueil des plaisanciers
Gestion des amarrages et
escales
Vente de services (eau,
électricité, laverie...)
Veille sur les avis à la
batellerie



Projet Accueil
Pédagogique (>2026)
Centre de loisirs
PEAC
Ateliers enfants



Communication &
Promotion
Site web (traduction,
référencement et
rédaction)
Affichage digital
Publication réseaux
sociaux



La répartition des emplacements

CONTRATS	2024	2025	évolution
ANNUELS	22	23	+1
RESIDENTS	4	4	=
SEMESTRIELS	8	11	+3
- dont saisonniers	6	4	-2
- dont hivernage	2	7	+5
TOTAL	34	38	+4



Signature de contrats en légère hausse.

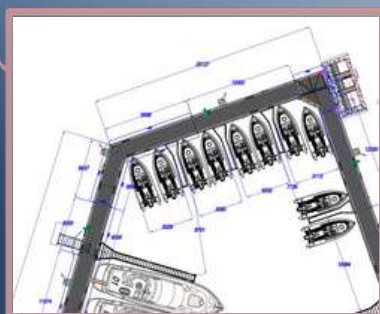
Peu de proratas appliqués en 2025 (par rapport à N-1, année de lancement)

Mise en place d'une liste d'attente pour les contrats longue durée 2026.

Stabilité du nombre de résidents



+ 5 emplacements bateaux <6,50m suite à la pose de 4 nouveaux catways en avril



ESCALES	2025	2024	évolution
BATEAUX	77	75	+2
NUITÉES	651	641	+10

Origine des bateaux	FR	UK	NL	BE	Autres
PAYS	42	11	9	6	Nouvelle-Zélande(3), Allemagne (2), USA (2), Australie(1), Luxembourg (1)

Un nombre d'escales stable malgré les conditions de navigation 2025 :

- Chômage des écluses de Fontinettes et Cuinchy **du 16 juin au 13 juillet**.
- Forte **limitation de la navigabilité de la Lys** : mouillage, pont-levis de Merville

(travaux prévus septembre 2027).

Près d'une escale sur deux effectuée par des plaisanciers étrangers.

Un port mais aussi...

Un accueil touristique

- Nos équipes sont formées à l'accueil touristique et à la connaissance de l'offre du Pays de Saint-Omer. La proximité de la balade des Ballastières ou de l'EV5 favorise également le port comme un spot pour les renseignements.
- La billetterie de la SPL permet la commercialisation de produits, à l'image des prestations de La Croisière Merveilleuse, implantée au port.



Une boutique

- La boutique met en avant le savoir-faire local et les articles en lien avec l'activité fluviale.



À SAVOIR

Catégorie de produits	Evolution CA 2024 > 2025
Terroir	+150%
Souvenirs	+350%
Librairie	+400%





Un Espace Bar et petite restauration

Cet espace était non prévu à l'origine mais, sur proposition de la SPL, la Communauté d'Agglomération a permis sa création.

Ce dernier participe à la vie de l'équipement. Il est un lieu de rencontre entre les bateliers, les touristes mais ouvre aussi les possibilités des événementiels et des séminaires.

Cette activité a nécessité une formation HACCP, la mise en place du PMS, d'un équipement de cuisine, d'une carte mais surtout d'une organisation interne totalement revue en saison.

Port de plaisance		À PARTAGER	
CHIPS		TAPAS	
CHIPS EN V'ORD NATURE :		ONION RINGS -12	4,50€
45G	1,50€	MOZZARELLA STICKS -6	4,50€
125G	3,50€	CHILI CHEESE -6	4,50€
CHIPS EN V'ORD BIB'S :		FALAFELS -8	4,50€
45G	1,50€	NACHOS CHEDDAR 100G	4,50€
125G	3,50€	CHUNKS DE POULET -6	4,50€
PLANCHE SAUCISSON	7,00€	POTATO POPS	4,50€
Saucisson sec aux nouilles tranchées		MIX TAPAS -10	10,00€
tomates cerises, cornichons, olives		8 Onions rings - 8 mozzarella sticks - 8 chili cheese - 18 falafels	
PAUSE SALÉE		PAUSE SUCRÉE	
BRUSCHETTAS		DESSERTS	
GRAND TARTINE	4,50€	GALETTE BOURDON	5,50€
PETITE TARTINE	3,50€	avec boules de glace vanille - Chantilly	
MARQUELES		COOKIE CHOCOLAT	5,50€
Base crème - Oignon - Pomme de terre -		PAIN PERDU	5,50€
Potiron fumé - Marjolaine		COEUR COULANT CHOCOLAT	5,50€
SALMON		GLACES :	
Base crème - Oignons - Pomme de terre -		1 Boule	5,50€
Saucon fumé - Mozzarella - Cornichons		2 Boules	6,00€
CHEVRE MIEL		Sauvons / Vanille, chocolat, Pistache	
Base crème - Pommes de terre - Mozzarella		Citron, Fraise, Fruit de la passion	
Chèvre - Oignon - Yacon		Servi avec glace vanille et chantilly	
CAMPAGNARDE			
Base Tartine - Oignon - Jambon blanc -			
Champignons - Pommes de terre -			
Mozzarella - Emmental râpé			

- Nouveautés 2025 :**
- o Tapas
 - o Bruschettas
 - o Glaces
 - o Kombucha
 - o Spritz
 - o Smoothies
 - o Bière du moment...



Catégorie de produits	Evolution CA 2024 >2025
Bar	+50%
Restauration	+120%

À SAVOIR

Un lieu de séminaires

L'équipe du port déploie progressivement son activité à destination notamment du tourisme d'affaires.

Un travail a été réalisé sur la tarification, son offre, sa communication et sa commercialisation.

Janvier / Séminaire CAPSO

Avril / Soirée Saint-Omer Challenge

Juin / Accueil Réunion CCI Grand Lille

/ Séminaire & cocktail d'entreprise Réseau Entreprendre

Novembre / Séminaire CAPSO

/ Ateliers France Travail

Décembre / Ateliers France Travail



Un loueur de vélos

Notre offre de location se veut différente de l'offre gratuite de la Ville par des vélos originaux et destinés aux familles. Cette activité reste néanmoins à développer. Des contacts sont en cours avec un guide habilité à un accompagnement pour des groupes.



- **Renouvellement de l'offre locative 2025**

- 1 vélo cargo
- 2 mobipods
- 2 vélos à assistance électrique
- 1 tandem
- 1 VTT ado
- 2 remorques à pédales «Weehoo»



- ✓ **15 demi-journées de location en 2025**

Une activité «concurrencée» par la mise à disposition de VAE gratuitement en centre-ville

- une communication à renforcer sur l'offre



La multiplication des événements

Même si notre contrat de gestion nous oriente sur de l'événementiel sur le bassin, nous avons développé, par anticipation de nouveaux souhaits, une offre également centrée sur le port. Si cette dernière rencontre un grand succès, elle nécessite régulièrement une réorganisation des équipes qui n'était pas prévue à l'origine.

Mars 2025



Participation à l'opération
«Hauts-de-France Propres»



ATHLÈ **Marche Nordique**
Fédération Française d'ATHLÉTISME

Nordique airoise
22 Juin 2025

Circuit 100% Nature
5 boucles de 2.5 km : 12.5 km

Labels :
Label National
Epreuve du Challenge Nordique Tour 2025
Challenge Hauts de France 2024-2025

Lieu :
Centre équestre du Fort Gassion
Route d'Hazeubrouck
Aire sur la Lys (62)

Inscriptions :
Inscription et paiement uniquement en ligne entre le 1er mai et le 20 juin :
<https://www.chronopole.fr/>

Buvette et restauration possible sur place

4ème édition

Juin 2025

- Accueil Ravitaillement
- Marche Nordique Loisirs organisé par l'OSA Athlétisme
- Participation à la 1ère édition du «Barathon» d'Aire-sur-la-Lys





Juillet 2025

- **Soirée Barbecue** avec les plaisanciers + animation Blind Test
- **FÊTE DE LA LYS**
croisières, défi aviron, animation musicale, ateliers enfant, marche nature
- Accueil de l'épreuve de natation du premier **Triathlon d'Aire-sur-la-Lys**
- Ouverture exceptionnelle Passage du **Tour de France**
(diffusion de l'étape)



Août 2025

Accueil 8 bateaux du yacht club **Gravelines Plaisance**
Afterwork Electro / Bar à vinyles
 Soirées Happy-Hour
 Marches nature



Septembre 2025

- Balade vélo «Au fil de la Lys»
- Soirée **Moules-frites** avec les plaisanciers
- **Ateliers enfants** «Construis ton nichoir»



Décembre 2025

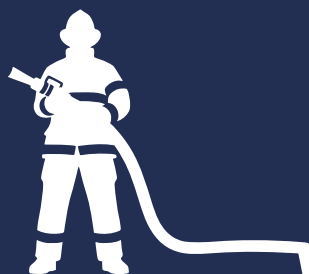
- **Repas de fin d'année** avec les plaisanciers avec animation musicale
- **Illuminations de Noël** sur le plan d'eau avec la participation des plaisanciers



2025, c'est aussi...

Juillet 2025

Incendie d'un bateau, le «DREAM» sur le bassin des 4 faces et intervention du SDIS



Mise à l'eau d'un véhicule amphibie de la Seconde Guerre mondiale



Décembre 2025

Démonstration pompes grandes puissance SDIS



Aire-sur-la-Lys : une pompe grande puissance pour lutter contre les inondations

Nord Littoral 21 décembre 2025 à 08h57



• On lève les voiles sur 2026



Réaménager l'espace extérieur et la terrasse pour les transformer en espaces de loisir et de détente ponctué d'animations conviviales pour toute la famille



Utiliser davantage de produits frais et locaux
Proposer des formules type « tapas » à partager en apéro, en entrée ou en plat...

Proposer une nouvelle programmation d'ateliers enfants à destination des écoles, dans le cadre du PEAC, et des individuels pendant chaque période de vacances sur des thématiques fluviales et biodiversité



Proposer de nouveaux produits à destination des familles et des enfants au départ du port : ateliers thématiques, demi-journées ou journées au départ du port, en partenariat avec Sylvain Raout, moniteur vélo diplômé d'Etat. Mais aussi avec le PAH...



Mettre en avant notre offre de locations de vélos et faire (re)connaître notre qualité d'accueil de la clientèle vélo itinérante et touristique

Développer l'offre et l'accueil de formations / séminaires et team-buildings



LA GAMIFICATION ET LE DESIGN D'EXPÉRIENCE

ESCAPE-GAMES, VERS UNE MUTATION ?

Depuis 2016, les visiteurs et les habitants du Pays de Saint-Omer ont accès à une activité très prisée dans les Métropoles et les grands centres urbains, l'escape-game. À l'époque, ce fut un véritable coup de tonnerre dans le monde du tourisme.

En 10 ans, le marché de l'escape-game s'est considérablement développé, devenant l'un des fers de lance de la filière des expériences immersives, mais en se concentrant toujours plus dans les grands centres urbains. Le Pays de Saint-Omer fait ici presque figure d'exception puisque rares sont, aujourd'hui en France, les territoires de taille équivalente à posséder ce type d'activité de loisirs. Il a donc su résister et perdurer, notamment en adoptant très tôt des concepts du théâtre immersif pour rendre ses expériences plus fortes et mémorables - virage qui a largement été emprunté depuis par un grand nombre d'enseignes.

En 2025, Les énigmes de Vissery, au Musée Henri Dupuis, et L'Hôtel de la Gare de Lumbres ont continué d'accueillir des groupes de 2 à 6 joueurs (7 selon l'escape-room) dans le respect de cette philosophie : offrir des moments uniques et inoubliables à des gens souhaitant s'amuser et construire des souvenirs collectifs forts, dans un contexte ludique de découvertes du territoire, de son histoire et de son patrimoine.

Pendant toute cette année, une équipe de 2 game masters s'est partagée la tâche d'accueillir et de faire vivre les aventures aux groupes de joueurs, sur les sites de Lumbres et de Saint-Omer. Bien que les salles soient accessibles 7 jours sur 7, matin, après-midi et soir, cette activité est demandée principalement les soirs, les week-ends et les périodes de vacances. Ce fait n'a pas été démenti cette année, avec un taux de remplissage en baisse, du fait du recul de l'activité à Saint-Omer.

"En devenant le tout premier office de tourisme à créer et gérer un complexe d'escape-game, le Pays de Saint-Omer a pris un virage décisif pour son renouveau touristique et le renforcement de son attractivité, mais a également inspiré bien d'autres destinations de la région et en France."

À SAVOIR

3e meilleure fréquentation de l'année mais un recul enregistré à Saint-Omer par rapport à 2024. En revanche, la fréquentation reste stable à Lumbres.

2 : Le nombre de maîtres de jeu pour accompagner l'ensemble des équipes

7 : Le nombre de personnages incarnés par les game master pour donner vie aux histoires et aux lieux

5 comme le nombre d'étoiles des retours clients

10 comme l'âge qu'aura l'activité au sein de l'office en 2026. Bientôt 10 ans !

PARMI LES MEILLEURS ESCAPE GAMES EN FRANCE POUR LES JOUEURS



Aurélie : " J'ai eu l'occasion de tester plusieurs escape games, et celui-ci a été une véritable révélation ! L'immersion était incroyable, en grande partie grâce à l'hôte, dont le jeu d'acteur était remarquable et a vraiment renforcé l'immersion. Le cadre et la décoration étaient soignés et réalistes, ce qui a contribué à une expérience vraiment immersive. C'est rare de trouver une telle qualité d'immersion "



Marion : " Nous avons passé un super moment lors de cet escape game ! De très beaux décors, des énigmes pas si faciles, et un très bon accueil... La recette parfaite ! "

Gérome : " Que dire ? Nous avons tout simplement vécu le meilleur escape game de notre vie. L'immersion est totale, maîtrisée de bout en bout, au point où la frontière entre la réalité et la fiction s'efface pour notre plus grand bonheur. Chaque détail contribue à créer une expérience intense, crédible et mémorable. Et que dire du réceptionniste ? Magistral. Une performance remarquable qui donne le ton dès les premières secondes et élève l'expérience à un niveau exceptionnel. "

Jérémy : " Super Escape Game dans un véritable musée. Nous venons de faire les deux d'affilés et nous avons adoré. Le maître du jeu est vraiment top il nous plonge dès le début dans le thème avec un grand professionnalisme et beaucoup d'humour. L'expérience de ce jour nous ramène dans ce qu'est un véritable Escape fait maison et non des grandes enseignes où il n'y a que du déjà vu. Félicitation pour votre travail "



L'ESCAPE GAME EN 2026 ?

La fin de l'année 2025 a été marquée par un travail en commun avec l'équipe des accueils touristiques et le salon de thé afin de créer un nouvel équipement : Les passages merveilleux.

Les objectifs de cet équipement sont de gérer les espaces locatifs, de les animer tout au long de l'année, de réunir dans un programme d'activité et de loisirs l'ensemble des offres disponibles dans ce lieu et de travailler sur un programme événementiel partenarial.

L'expérience des escape-game aura permis de développer des compétences dans la scénographie, l'écriture, notamment scénaristique, le game design et la gamification.

Cela permet aujourd'hui d'imaginer des événements ludiques exceptionnels pouvant faire l'objet de création de contenus atypiques, renforçant la communication du territoire. L'année 2026 doit être l'occasion de réaliser de nouveaux projets ambitieux dans ce cadre-là.

En tout cas, 10 ans ce n'est pas rien. Il faut donc s'attendre à s'amuser un peu (plus ?) en 2026

À plus de 250 ans, je songe "parfois" à la retraite



UNE SPÉCIFICITÉ AU SERVICE DU TERRITOIRE : LE DESIGN D'EXPÉRIENCE



Événement WELCOMER (janvier à février)

Le 27 février 2025 a eu lieu le lancement de la marque de territoire WELCOMER.

L'implication dans cet événement a été multiple :

Participation aux réunions de mise en place de la marque.

Participation au groupe projet de l'événement de révélation de la marque.

Écriture du conducteur de l'émission retransmise sur BFM.

Participation au tournage du film promotionnel.

Participation au tournage de préparation de l'émission.

Suivi du conducteur au sein de l'équipe de réalisation de l'émission.

À la suite de cet événement, le travail autour de la **marque de territoire** a perduré avec la participation au Comité de Rédaction Territorial.





Installation exposition Capiou (janvier à février)

La fin de l'année 2024 avait été marquée par un intense travail autour de la conception des nouveaux éléments scénographiques de l'exposition "Bienvenue chez Capiou" dans le cadre de son déplacement dans le hall d'accueil de la Maison du Marais. Le chantier d'installation a débuté au début du mois de janvier et s'est déroulé jusqu'au début des vacances de février.

En plus d'assurer le suivi du chantier d'installation, des travaux en conception ont été réalisés :

- Reprises des derniers textes et de leurs versions en anglais, allemand et néerlandais.
- Recherche et sélection des derniers contenus images.
- Mise en page de l'ensemble des contenus.
- Accompagnement à la conception du système de livraison des contenus.
- Mise en place d'un système de médiation étendue à la zone du parc de la maison du marais via l'outil TonGuideTouristique.



LES PASSAGES MERVEILLEUX

2026



Un nouveau projet de mutualisation d'équipements et de services pour former un nouveau pôle d'attraction en coeur de ville permettant le regroupement d'un nombre conséquent de services sous une même bannière...

⇒ des espaces locatifs :

- salle de séminaire (jauge 19 personnes)
- la chambre des rêves (salle de projection)
- le jardin (pour des moments d'exception)

⇒ des activités de loisirs et de découvertes :

- location de vélo (10 VAE, 3 VTC, 1 vélo cargo)
- des visites guidées
- des escape-game
- des explorations de ville en autonomie grâce à Ton guide touristique

⇒ de la petite restauration avec le Salon de Thé

⇒ du conseil en séjour

... avec la volonté de créer un programme d'animation et événementiel portant encore plus haut le Pays de Saint-Omer : "Ensemble, ouvrons les portes des Merveilles du Pays de Saint-Omer"

Les passages	Porte 1	Porte 2	Porte 3	Porte 4
Type de production	Décorum du Jardin aux couleurs de l'événement/ des événements mis en avant	Proposition d'activités et d'animation en lien avec les couleurs du moment	Création d'un événement fort	Les interstices et les traces
Les partenariats	En lien avec les personnes morales et physiques en charge des événements valorisés		Prestataire événementiel Expert du sujet	En lien avec les personnes morales et physiques en charge des événements valorisés
Mutualisation/ Transversalité	Soutien technique Prêt de matériel	Service animation Billetterie Communication	Création de contenu Youtube « hors norme »	Podcast Nouveaux outils de médiation en accueil Valorisation boutique



LA COMMERCIALISATION D'UNE DESTINATION



LA MISE EN RÉCIT POUR SE PROJETER

Parmi les publics accueillis sur le territoire, il en est un qui nécessite qu'on lui offre un service d'organisation basé sur une connaissance fine des acteurs et prestations touristiques : il s'agit du public des groupes.

Sous ce terme très général, nous retrouverons divers profils qui feront l'objet d'un travail très différent, tant en termes de prospection qu'en termes d'attentes de services. Ainsi, nous nous chargeons de communiquer et mener toutes les opérations pertinentes afin d'attirer sur notre territoire les associations de séniors, de randonneurs, de collectionneurs de voitures anciennes..., les comités d'entreprises, les entreprises diverses et variées et même des scolaires et des centres de loisirs.

Nous sommes directement au service de ces groupes afin de concevoir, pour eux, la journée ou le séjour qui fera mouche et correspondra au mieux à leurs impératifs liés à leur budget, la durée, leurs centres d'intérêt et la typologie de personnes qui les composent. L'idée est bel et bien de gagner les faveurs du groupe qui, en général, sélectionne plusieurs destinations qui se trouvent, de fait, en concurrence.

Pour ce faire, notre service est organisé en fonctions des différentes missions menées par 3 personnes :

- Clarisse Cervoni : En 2017, ce qui était encore l'association de l'Office de Tourisme avait le souhait de développer un domaine prometteur peu travaillé jusque-là : Le tourisme d'affaires. Il s'agissait de créer les outils de communication adaptés (site internet, brochures) et de mettre en place une démarche d'organisation au service des entreprises qui souhaitent venir sur le territoire dans le cadre d'évènement de cohésion d'équipes, de séminaires, de congrès et autre sortie récréative. C'est à ce moment-là que Clarisse est arrivée avec cette mission qu'elle mène depuis avec brio et expertise.

- **Frédérique Magny** : attention, un poste peut en cacher un autre ! Une expérience de plus de 20 ans à l'Office de tourisme puis à la SPL, tout d'abord en tant que conseillère en séjour puis au service commercial, elle connaît les prestataires sur le bout des doigts. Aujourd'hui chargée de prendre en charge les demandes des groupes souhaitant venir en excursion journée ou en séjour, elle les accompagne dans toutes les étapes du parcours client, de la prise d'information à la venue effective du groupe en passant par l'émission des devis, la réservation des activités, la gestion des factures prestataires et l'édition des factures clients. Mais elle est également en charge de la gestion des guides et de la planification des visites guidées proposées par le Pays d'Art et d'Histoire, s'assurant de la disponibilité des guides conférenciers et de l'administratif affairant.
- **Cyrille Delattre** : Responsable du service depuis 2020, il est en charge de la coordination du service et travaille en binôme avec ses deux collègues sur les dossiers. En outre, il prévoit un plan d'actions et un budget dédié à la promotion et la prospection concernant les cibles groupes et tourisme d'affaires sur les marchés régionaux, nationaux et internationaux (salons, démarchage, workshops, e-mailing...). Il prévoit les opérations permettant de prospector et démarcher les associations, les entreprises mais aussi les professionnels du tourisme que sont les tours opérateurs, les agences de voyage et les autocaristes. Il gère également les éventuels litiges avec les clients et les prestataires le cas échéant. Une autre mission transversale menée avec Céline Raekelboom consiste à marketer des offres afin de les faire figurer sur la plateforme de réservation de Hauts-de-France tourisme.



LA RECETTE DES ACTIONS 2025

Les actions du service commercial permettront de valoriser notre territoire auprès des responsables de tous types de groupes et, pour autant que faire se peut, déclencher une demande de devis. Parmi ces actions, nous retrouvons des salons touristiques souvent grand public dans lesquels de nombreux responsables de groupes viennent chercher des informations et des inspirations pour leurs groupes, des workshops spécialisés et accueillant uniquement des responsables de groupe, des éditions, des e-mailing et autre démarchage.

Ainsi, à travers ses actions, ce sont les marchés français, belges, allemands et anglais qui ont été travaillés.



Pour les salons, workshops et eductours :

- **Deux workshops de voyagistes Belges.** L'un à Liège pour les Voyages Léonard et l'autre pour l'agence de voyages Viamundi.
- **Pour la France, deux salons** (Tourissima en janvier et Sénioréva en octobre, à Lille tous les deux), deux workshops (Pour l'agence de voyages SPVA à Nausicaa et pour l'autocariste Mariot Voyages à Plopsaland en novembre). A l'occasion du workshop de Mariot, nous avons pu amener les presque 200 décideurs à venir découvrir le territoire en éductour à travers la Brasserie Goudale et les Cafés Boulet. Enfin, un évènement co-organisé par Helman's Immobilier et Welcomer a permis d'approcher le public golfique à l'Hotel du Golf à Lumbres en septembre.
- Sur le **marché Allemand**, notre participation avec plusieurs acteurs de la région à la Fête Française à Dusseldorf en juillet.
- Enfin, **la Grande Bretagne**, à l'initiative du CRTC, nous avons accueilli quelques tour opérateurs Britanniques en éductour en septembre.



Pour les éditons :

- Un tiré à part spécial à l'occasion de l'**ouverture à la visite des Cafés Boulet** à Arques à été créé et envoyé à tous les professionnels du tourisme. Y est décrit les détails de l'entreprise et le contenu de 4 idées de journées packagées incluant également des structures arquoises mettant en évidence la thématique du tourisme industriel.
- La **nouvelle brochure groupe** a été éditée en français et néerlandais et diffusée via un e-mailing à tous les professionnels du tourisme et les responsables groupes rencontrés lors des évènement mentionnés dans le paragraphe précédent
- Concernant le **tourisme d'affaires**, un large travail autour d'une nouvelle direction artistique a débuté en juin afin de refondre les outils dédiés (brochure et site internet). La brochure a ainsi été éditée en ce début d'année 2026 et le site internet est en cours de construction en interne.



Démarchage :

Comme chaque année, un démarchage des autocaristes et agences de voyages a été organisé en France et en Belgique, soit à l'occasion des déplacements à l'aller et/ou au retour d'évènements ou de déplacements dédiés.





UN BILAN

Concernant l'activité groupe, ce n'est pas moins de 87 dossiers aboutis et facturés (3724 personnes) qui ont été traités par le service commercial, générant un chiffre d'affaires de 202 783 euros TTC. Parmi ces dossiers, 10 comprennent des prestations sur au moins deux jours, impliquant de l'hébergement sur le territoire. A titre de comparaison, l'année 2024 avait généré un chiffre d'affaires de 152 281 euros TTC pour 81 dossiers.

Pour le tourisme d'affaires, ce sont 31 dossiers aboutis pour un chiffre d'affaires facturé de 109 862 euros TTC contre 28 dossiers en 2024 et 121671 euros facturés (à noter un très gros évènement qui a généré un chiffre d'affaires inhabituellement élevé cette année-là). Il est important de signaler qu'autant de dossiers ont été traités sans que ceux-ci aient abouti (annulé, autre destination...) et que 6 dossiers ont été transférés pour traitement directement par la Maison du Marais et le Port d'Aire sur la Lys. Le taux de concrétisation est donc approximativement de 50% ce qui, dans ce domaine très concurrentiel, est très satisfaisant.

À noter qu'environ 85% de ces chiffres d'affaires bénéficie directement aux structures touristiques que nous incluons dans les packages.

A noter également que plus d'un tiers de ces dossiers inclut au soit l'Ascenseur à Bateaux des Fontinettes soit la Maison du Marais, les mettant en bonne places des structures vendues par notre intermédiaire.

DES PERSPECTIVES ?



Ce début d'année est déjà marqué plusieurs salons et opérations... la Belgique et la France ont déjà fait l'objet d'initiatives et des retours ont déjà été enregistrés. De nombreuses autres sont en prévisions.

Notre nouvelle direction artistique concernant le tourisme d'affaires a vu le jour et un site internet est en cours de création.

Afin de lancer cette nouvelle formule, un évènement a eu lieu à Lille en afterwork à Lille, une soirée de présentation est prévue Saint-Omer début avril à destination des prestataires du territoire et des clients et prospects locaux. Un salon dédié au tourisme d'affaires est également au programme en mars.

Nous espérons que l'année sera aussi bonne que la précédente, mais nous avons déjà dossiers contractualisés (sauf annulation avant la date) à ce jour et 8 en tourisme d'affaires.



LA COMMUNICATION ET LES ÉVÉNEMENTIELS



**SAVOIR-FAIRE
D'UN FAIRE
SAVOIR**

Derrière l'attractivité du Pays de Saint-Omer et du Pays de Lumbres, une équipe de trois professionnels œuvre chaque jour pour faire rayonner le territoire et ses événements. Leur mission : promouvoir l'offre touristique et valoriser les équipements de la SPL à travers une communication cohérente et créative.

À la tête du service, Dorothée, responsable et coordinatrice de l'équipe, met à profit son expérience de dix ans dans l'audiovisuel et l'infographie. Elle pilote les éditions et annonces presse, coordonne les actions du service et assure la programmation événementielle ainsi que les partenariats des équipements de la SPL.

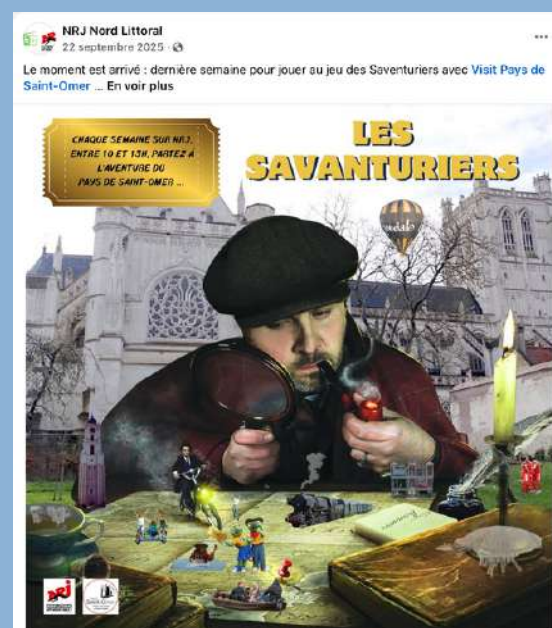
À ses côtés, Florent est le lien privilégié avec les médias. Chargé des relations presse, il assure la diffusion des temps forts auprès des journalistes et contribue à l'organisation des événements, en donnant à chacun l'écho qu'il mérite.

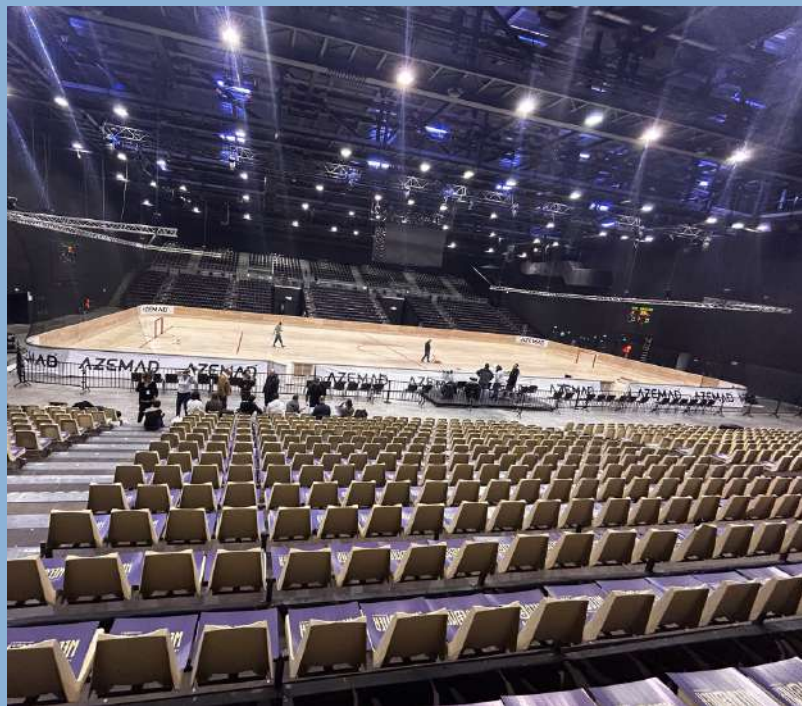
Silvia se consacre aux relations socio-professionnelles et à la promotion numérique des événements et au réseau *Toutourisme*. De l'animation de l'agenda du site internet à la mise en avant des rendez-vous incontournables, elle participe activement à la visibilité en ligne de l'offre locale, au plus près des acteurs du territoire.

Une équipe complémentaire et engagée, au service d'une destination vivante et en mouvement. Enfin Agathe complète les réseaux sociaux et participe à la gestion d'événementiels.

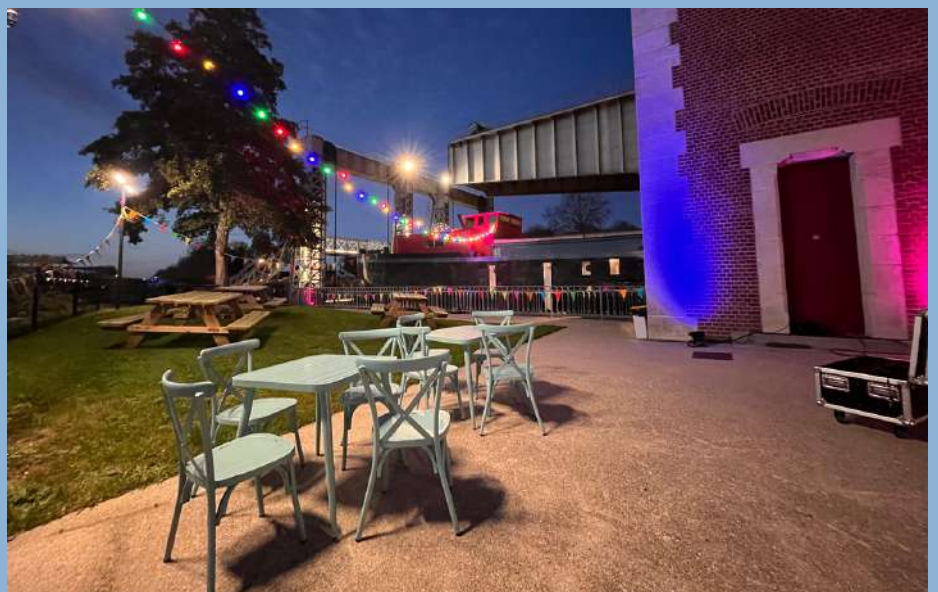


- **Réalisation de 15 000 exemplaires** (12 000 ex FR/NL et 3000 ex GB/DE) du **guide touristique** et **25 000 ex de cartes**, distribués dans les offices, hébergements et sites touristiques de la région+ salons commerciaux et événementiels.
- **Réalisation de sets de table avec le musée Sandelin (170 000 ex)**, diffusion secteur audomarois et Côte d'Opale, Calaisis intérieur et CCPL.
- **Campagne NRJ été.** Plan média de mai à septembre avec un jeu concours et des énigmes à résoudre toutes les semaines. Très bonne participation des prestataires pour la donation des lots à gagner. Il y a eu un engouement pour le jeu des participants.
- **Tournage TV:** Nous avons réussi à accueillir et à aider à la réalisation du tournage de la série Le Voyageur FR3.
- **Notoriété:** Plusieurs gros médias sont venus à Saint-Omer cette année: M6 pour l'Escape Game, Geo Mag, le JT de France 2 et Femme Actuelle pour le marais Audomarois, Le Routard pour la gastronomie, FR2/FR3 pour le Tour de France à Aire-sur-la-Lys.
- **Animations & Actus:** En plus du Tour de France, le toutourisme, la fermeture de l'office de tourisme de Paris, les 20 ans des beffrois à l'UNESCO ont rythmé une actualité touristique permettant de rebondir sur notre destination.





- **Collaboration avec Mister Coaster et Dennlys Parc** pour épisode d'Halloween Dennlys Trap.
- **Marketing d'Influence**: Plusieurs influenceurs, micro ou macro, sont passés par Saint-Omer. Presque tous sont passés en direct sur site (Le Réenchanteur, Les sorties d'une lilloise, Sortir Lille etc...) mais ont contribué au rayonnement médiatique du Pays de Saint-Omer cette année.
- **Voyage de presse**: 7 VP seulement cette année (The Independent, Feeling Magazine, Geo Mag, Objectif Opale, Le Monde, WeDemain et Le Routard). Les journalistes sont passés en direct dans les sites touristiques pour une seule activité.
- **Partenariat et présence sur différents événements**: salon de l'étudiant et de la formation, cortège nautique, Soirée Lancement Welcomer, carte culturelle SNCF (Maison du Marais), la fête de la Bière, Sous les pavés l'Art, la Fête Médiévale, La Semaine des Chefs, l'Open de Golf...
- **Organisation de la Saison Merveilleuse** avec plus de **20 événements**.
- Depuis un an, un **travail de structuration et d'animation** a été mis en place, avec la publication de contenus visuels mettant en valeur le territoire, ses paysages, ses activités et ses points d'intérêt sur Pinterest.





**C'EST DÉJÀ AU
PROGRAMME !**

2026

- Venue du duo de « Nus & Culottés » Nans et Mouts en avril pour une conférence sur leur philosophie du voyage et pour leur faire découvrir l'Audomarois.
- Participation à la production de l'émission "La Meilleure cuisine régionale, c'est chez moi !" avec M6.
- Participation à un workshop Presse à Londres avec Pas-de-Calais Tourisme.
- Participation à la caravane des 4 Jours de Dunkerque et mise en place d'un stand sur la dernière étape Saint-Omer-Dunkerque.
- Une nouvelle formule pour les 10 ans des Visites Merveilleuses ?



LA PRODUCTION ET L'INNOVATION TOURISTIQUE



LE PARI RÉUSSI

“En 2024, le nouveau contrat de gestion avec la CAPSO permet la création d’un pôle capable de produire une multitude de contenus vidéos, photos et numériques...”

La mission principale du Pôle est d’assurer la production de contenus touristiques valorisant les richesses du territoire.

Il contribue activement à la communication des structures de la SPL Tourisme, et par définition, à l’attractivité touristique du Pays de Saint-Omer. Sur les réseaux sociaux, il joue un rôle clé en créant et diffusant des contenus engageants.

En parallèle, il répond à certains projets de communication des institutions locales (CCPL, CAPSO, OICA...) ainsi qu’à ceux des professionnels du tourisme - hébergeurs, restaurateurs et autres structures touristiques – notamment via le dispositif des Packs Partenaire proposé par la SPL Tourisme.

Il assure également la gestion, la veille et le développement des sites web et applications de la SPL, garantissant une présence digitale sur-mesure, dynamique et actualisée.



Shooting partenaire au Gîte Le Bon Temps





Shooting partenaire au Colegram, Palais de la Cathédrale



Tournage d'un grand format au Restaurant le Ril's

12 structures touristiques accompagnées par le dispositif club des partenaires

À travers des **shootings photos** ou des **tournages vidéos**, renforçant ainsi leur **visibilité** et leur **attractivité**.





Captation de Lili Leignel pour la CCPL au collège A. Camus de Lumbres - juin 2025



Production et co-réalisation d'une émission autour du Cortège Nautique de Saint-Omer - juillet 2025



Réalisation de la pub du Printemps du Commerce et de l'Artisanat, pour l'OICA - avril 2025

9 institutions du Pays de Saint-Omer ont bénéficié des services du Pôle

Qu'il s'agisse de réalisation Web ou de création de contenus visuels (photos, vidéos, motion design), le pôle Production Innovation a pu mettre ses compétences au profit des institutions telles que la CAPSO, la CCPL, l'OICA, l'Agence WELCOMER.



Production, tournage et montage du clip de lancement de la marque Welcomer + Billetterie et co-réalisation du direct - février 2025



Réalisation d'une pub pour les 10 ans de la Station Grandeur Nature en Pays de Lumbres - avril 2025



Une ressource interne pour l'exposition *Bienvenue chez Capiou*



En janvier 2025, l'exposition « Bienvenue chez Capiou » a ouvert ses portes. Le service a pris une part active à sa préparation, notamment à travers la conception, la réalisation et le montage des contenus audiovisuels intégrés au parcours scénographique. (En août 2024, le Pôle Production-Innovation avait assuré le tournage aux côtés de Benoît Allemane, incarnant le personnage de Capiou)

Les missions principales menées dans le cadre de l'exposition :

- La réalisation de shootings photos pour enrichir les contenus de l'exposition.
- Le montage vidéo et le sous-titrage des films présentés.
- La conception des panneaux de textes présents dans les écrans.

C'est technique mais capital !



En début d'année, le pôle Production & Innovation a procédé à la migration de l'ensemble des services web vers un serveur VPS nous permettant de centraliser les ressources, d'optimiser les coûts et de renforcer la connectivité entre nos outils.

Cette évolution a permis de mener, tout au long de l'année, plusieurs chantiers structurants :

Refonte du Site de l'Ascenseur à Bateaux

Mutualisation de modules avec le site de la Maison du Marais, amélioration de la visibilité de l'offre, optimisation du contenu SEO et enrichissement des informations touristiques.

Développement de deux sites dédiés aux escape games de Lumbres et de Saint-Omer

Création de deux sites dédiés aux escape games de Lumbres et Saint-Omer afin d'améliorer la visibilité de l'offre, jusque-là uniquement présente sur le site de l'office de tourisme.

Développement d'un dashboard interne

Outil visant à gagner du temps et à réduire les coûts, tout en générant facilement des contenus respectant les chartes graphiques de nos structures : visuels pour réseaux sociaux (posts, stories, vidéo), miniatures d'événements, signatures mail, PDF, rapports, QR codes... Le tout interconnecté avec nos différents outils et permettant également la consultation des statistiques.

Une API REST a également été développée pour agréer les données de sources multiples et les redistribuer en temps réel vers ses différents canaux numériques (site web, applications, dashboard, écran...).

Évolution de Ton Guide Touristique

Refonte technique (nouveaux modes de navigation, système de comptes utilisateurs, géolocalisation) et création de 3 parcours numériques - "Balade sur les anciens remparts" (30 min) et "Parcours libre dans Saint-Omer" (60 min) en partenariat avec l'AUD.

Création d'un parcours pour le parc de la Maison du Marais

Création d'un parcours d'accompagnement de l'exposition *Chez Capiau* à la Maison du Marais.

Amélioration du référencement

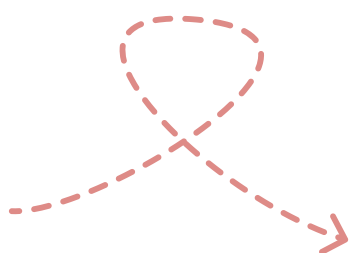
Notre stratégie SEO 2025 s'est articulée autour de trois axes majeurs. La refonte des pages agenda du site de l'Office de Tourisme a permis d'améliorer la visibilité de nos événements sur les moteurs de recherche et dans les mises en avant. Nous avons développé la création de contenus rédactionnels et pages thématiques ciblés pour répondre précisément aux requêtes des internautes sur Google et capter de nouveaux visiteurs. Enfin, un travail systématique d'actualisation des visuels de nos offres touristiques a garanti une présentation moderne et attractive de notre destination.

De la technique aux statistiques numériques

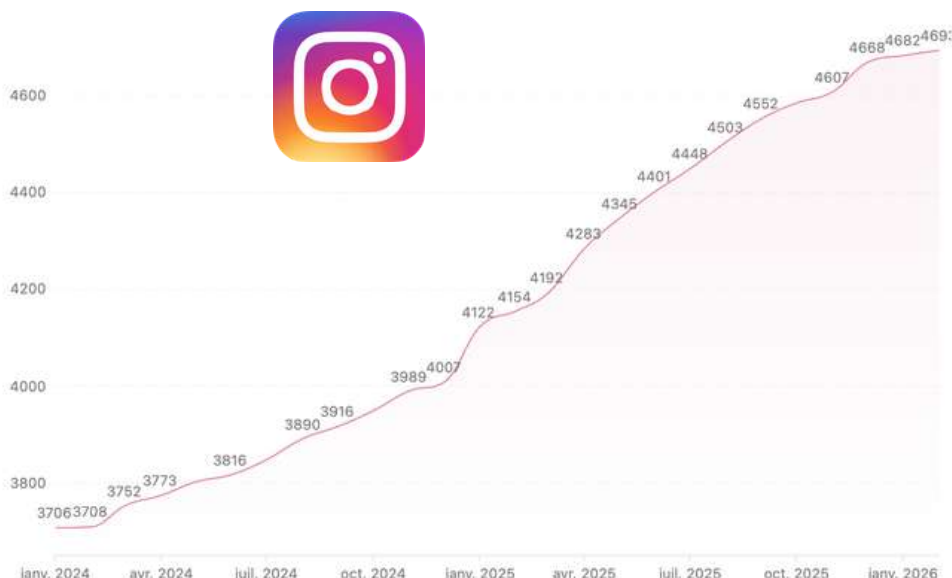
Les chiffres ci-dessous montrent les résultats positifs d'une ligne éditoriale claire et d'un calendrier de publications régulier, favorisant la visibilité des structures de la SPL Tourisme sur les réseaux sociaux. Ces chiffres encouragent nos orientations.

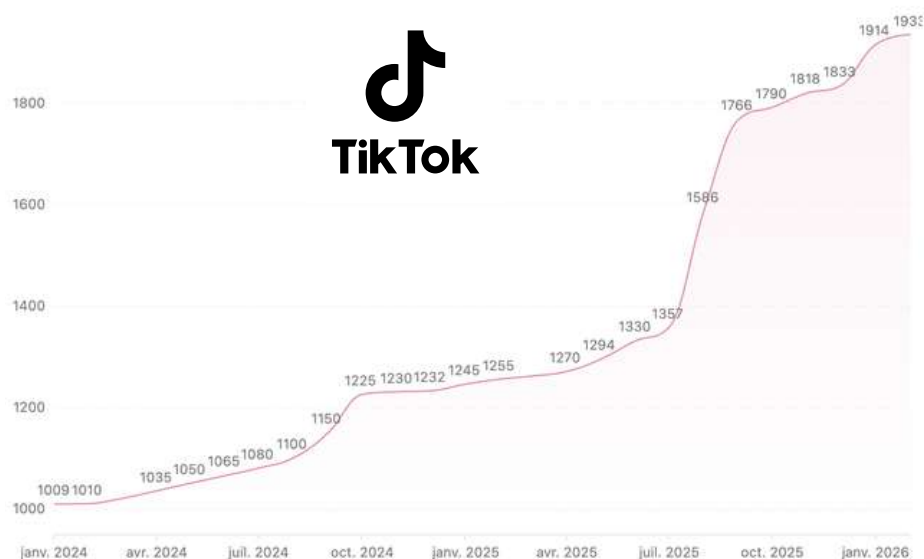


En 2025, la **page Facebook** a connu une belle progression, passant de 29 477 à 31 791 abonnés, soit une hausse de +7.9 %. La croissance mensuelle moyenne a plus que doublé par rapport à 2024, passant de +79 à +187 abonnés par mois. Cette dynamique s'est particulièrement accélérée entre mai et septembre, avec des gains mensuels pouvant dépasser les +500 abonnés, contre moins de +100 sur la même période en 2024



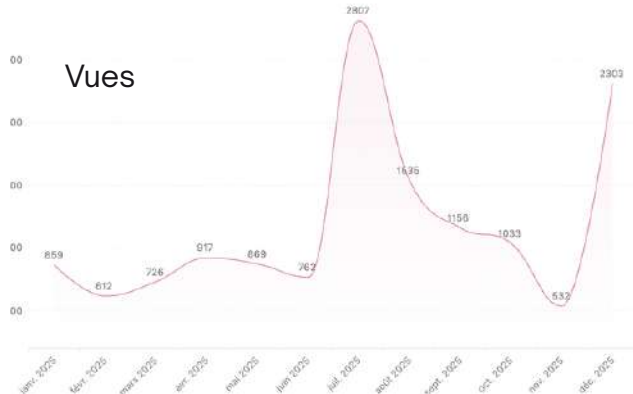
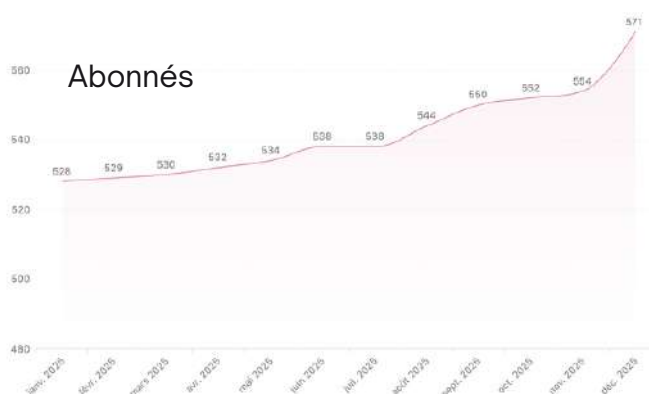
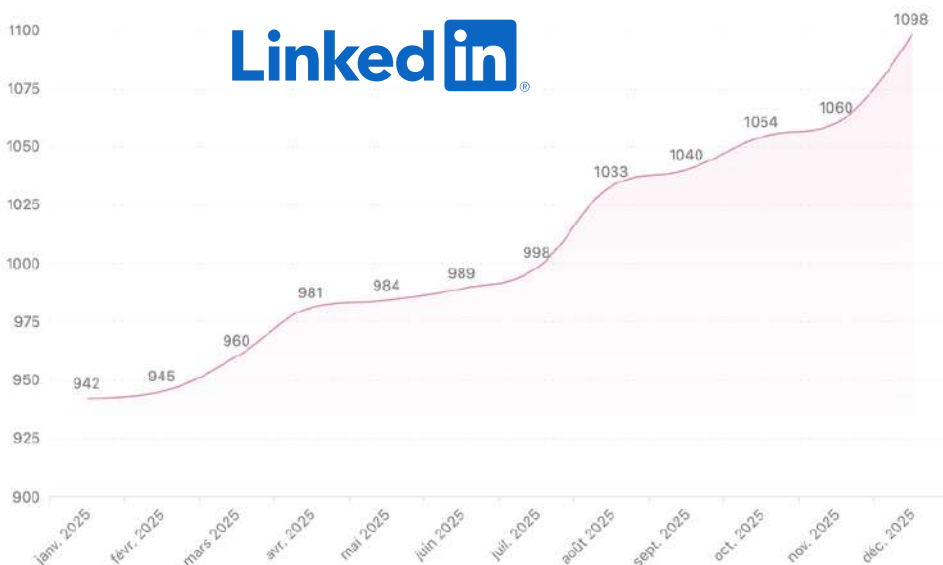
En 2025, le **compte Instagram** de l'Office de Tourisme est passé de 4 122 à 4 668 abonnés, soit une hausse de +13.2 %, contre +8.1 % en 2024. La croissance mensuelle moyenne a quasiment doublé, passant de +25 à +46 abonnés par mois, avec une progression plus soutenue sur 8 des 11 mois de l'année.





En 2025, le compte **TikTok** de l'Office de Tourisme est passé de 1 245 à 1 833 abonnés, soit une hausse de 47.2%, plus du double de la progression en 2024 (+22.1%). La croissance mensuelle moyenne a été multipliée par 2.6, passant de +19 à +49 abonnés par mois. Le pic de croissance s'est concentré sur la période estivale, avec +229 abonnés en août et +180 en septembre.

En 2025, la page **LinkedIn** de l'Office de Tourisme a été réinvestie avec une ligne éditoriale recentrée autour du relais partenaires, des retombées presse, du service groupes et des coulisses de production. Le compte est passé de 942 à 1 098 abonnés sur l'année, soit une progression de +16.6 %



En 2025, la **chaîne YouTube** a connu une progression encore modeste mais encourageante, atteignant 571 abonnés, soit une hausse de +8.1% sur l'année. Depuis septembre 2025, un travail de fond progressif a été engagé : tri des anciennes vidéos, refonte des miniatures et des titres pour mieux s'adapter aux codes du réseau, ainsi que la création de playlists thématiques. Ce travail commence à porter ses fruits : la moitié des nouveaux abonnés de l'année (+21 sur +43) a été gagnée sur le seul dernier trimestre.

Top pays (provenance utilisateurs)

🇫🇷 France : 77,57 %
 🇧🇪 Belgique : 7,41 %
 🇨🇳 Chine : 5,65 % (robots d'indexation IA)
 🇬🇧 England : 2,39 %
 🇩🇪 Allemagne : 1,68 %

Top villes (provenance utilisateurs)

🗼 Paris : 13,89 %
 🌸 Lille : 13,44 %
 🏰 Saint-Omer : 2,47 %
 ⚓ Grenoble : 1,89 %
 🌳 Aire-sur-la-Lys : 1,51 %

Top établissements par vues

🏰 Fééryland
 🗝 Escape Saint-Omer Visser
 🏰 Audo'land
 🌳 Grange Nature
 🏠 Maison du Marais

Top événements par vues

🏛 Journées européennes du patrimoine
 🚤 Cortège nautique
 🏠 Longuenesse Générosité
 🎄 Marché de Noël de Saint-Omer
 🚂 Train de la magie de Noël

Top thématiques par vues

🌳 Le Marais Audomarois
 🗺 Balades et randonnées
 🎆 Feux d'artifices
 🧒 Animations pour les enfants
 🏛 Incontournable du centre ville de Saint-Omer



Pages vues



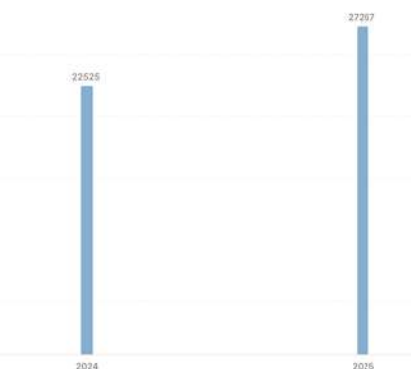
Utilisateurs



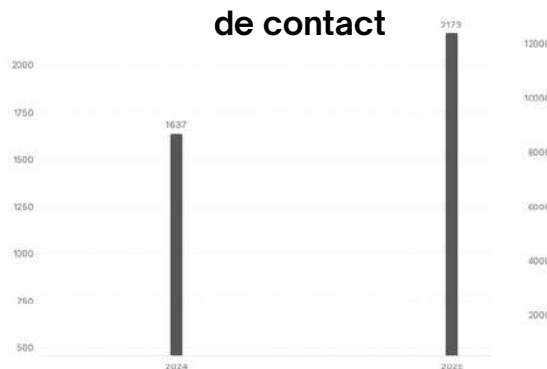
En 2025, le site de l'Office a enregistré 1 191 758 pages vues, soit une hausse de +10.8% par rapport à 2024 (1 075 501). Cette augmentation reflète le fait que les visiteurs consultent plus de contenus par session, traduisant un engagement plus fort et un intérêt accru pour les informations proposées.

Le nombre d'utilisateurs a également progressé, passant de 380 372 en 2024 à 426 036 en 2025, soit une hausse de +12%. Cette progression se traduit par un intérêt croissant des internautes pour les contenus du site, avec des pics saisonniers particulièrement marqués en juillet (61 174 utilisateurs) et août (49 592), correspondant à la haute saison touristique.

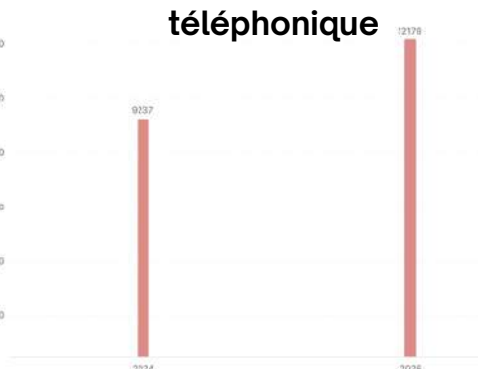
Réservation



Formulaire de contact



Contact téléphonique

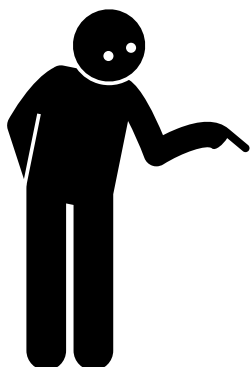


Les fiches prestataires du site (offres touristiques et événementielles) intègrent des boutons d'action permettant aux visiteurs de réserver, d'appeler ou d'envoyer un formulaire de contact directement depuis le site. En 2025, ces interactions ont connu une forte progression sur les trois leviers : 27 267 clics sur le bouton réservation (+21.1%), 12 179 clics sur le numéro de téléphone (+31.9%) et 2 173 formulaires de contact envoyés (+32.7%). Au total, ce sont 41 619 mises en relation qui ont été générées via le site, soit une hausse de +24.6% par rapport à 2024, confirmant le rôle croissant du site comme passerelle entre les visiteurs et les professionnels du territoire.

Autres données

- Le **site omerveilleuxparc.com**, a enregistré une progression du nombre de pages vues (24 534 / +6.4%) malgré un léger recul du nombre de visiteurs. Juillet et août concentrent la majorité des consultations. Il est à noter 139 applications téléchargées.
- Le **site aventurevelo.com** a accueilli 1 056 utilisateurs en 2025 (+10.9%). Ces chiffres plaident en faveur d'un renforcement de la création de contenus autour du vélo et de la mobilité en 2026.
- En collaboration avec les autres services de la SPL, le pôle assure la mise en ligne de la billetterie pour divers événements touristiques, afin de renforcer l'accessibilité et la visibilité des offres : CFTVA, Croisière Merveilleuse, Ô Marais by ISNOR, Moulin Mannessier, Café Ildier Boulet, Arc France...

Et les statistiques numériques des sites gérés par la SPL ?



DES PISTES POUR 2026 ?

LA MOBILITÉ TOURISTIQUE

La mobilité est un sujet au coeur du service en 2026.

Nous prévoyons de renforcer la création de contenus autour de la mobilité, notamment à travers la refonte du site internet "[Aventurevélo.com](https://aventurevelo.com)", qui deviendra prochainement → "emmenezmoi.com".

[Emmenezmoi.com](https://emmenezmoi.com) sera une plateforme consacrée à l'itinérance touristique.

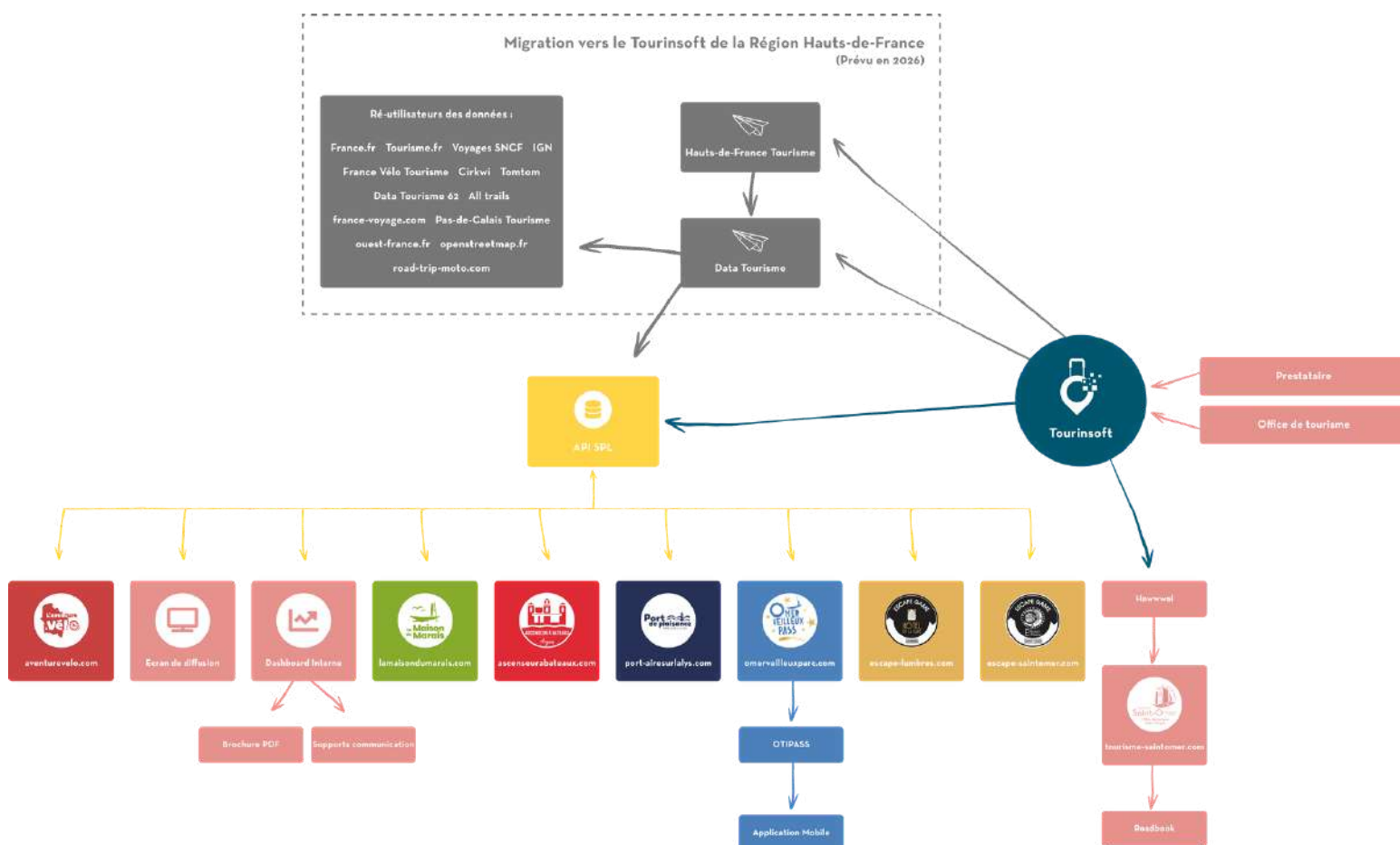
Quels sont les objectifs ?

- Être une plateforme ressource pour le voyage itinérant,
- Être un véritable support pour valoriser l'offre vélo sur notre territoire (support utile en salon et pour nos accueils),
- Centraliser les parcours rando et vélo sur notre territoire, mais aussi à l'échelle régionale.



LE DÉPLOIEMENT NUMÉRIQUE

- Deux projets de sites sont au programme : la refonte complète Aventure à Vélo avec un enrichissement des contenus et connexion à l'API plus approfondie, ainsi que le développement d'un nouveau site dédié au tourisme d'affaires.
- Nous déployons un système propriétaire de gestion de contenus pour remplacer notre solution actuelle d'affichage dynamique. Cette solution autonome permettra de diffuser vidéos, photos et flux SIT tout en réduisant drastiquement nos coûts d'exploitation et en multipliant les points de diffusion sur le territoire.
- L'année 2026 marquera notre connexion à l'écosystème régional grâce à la migration vers le SIT régional. Cette évolution stratégique nous permettra d'assurer une diffusion élargie et structurée de nos données touristiques vers l'ensemble des acteurs et plateformes du territoire.



GRANDS FORMATS



Cette année, nous poursuivons l'**optimisation des capacités de création de contenus** du service, afin de mieux alimenter l'ensemble des canaux de communication de la SPL.

Chaque grand format est conçu d'abord comme une vidéo optimisée pour YouTube, puis déclinée sur nos réseaux sociaux et dans nos contenus éditoriaux (articles et web).

Il s'agit d'une stratégie de communication 360 claire et cohérente, visant à renforcer la visibilité et l'attractivité touristique du territoire.

La progression des chiffres sur nos réseaux sociaux nous encourage dans cette démarche.





"LE VÉRITABLE VOYAGE DE
DÉCOUVERTE NE CONSISTE
PAS À CHERCHER DE
NOUVEAUX PAYSAGES, MAIS À
AVOIR DE NOUVEAUX YEUX."
MARCEL PROUST

Tourisme en Pays de Saint-Omer