

CHARENTES

TOURISME

Booster d'activité

BILAN

PLAN D'ACTION 2019



Unis pour votre
performance!



DÉCLINAISON OPÉRATIONNELLE DE LA STRATÉGIE

ATTRACTIVITÉ

Stratégie marketing
Grand Public



Réseaux sociaux
Magazine
Campagne
webmarketing
.....



PERFORMANCE

Stratégie d'accompagnement
Opérateurs touristiques

Une offre de services globale en collaboration étroite avec les offices de tourisme



Compétitivité



Qualité



Visibilité

INFINIMENT
CHARENTES

PERFORMANCE ÉCONOMIQUE

PIB Touristique
Emploi



CHARENTES
TOURISME
Booster d'activité

1

GRAND PUBLIC

France - International



1 - A FRANCE





STRATÉGIE MARKETING

**STRATÉGIE DE CONTENUS
INSPIRANTS & AUTHENTIQUES**



Phase de **séduction**

Objectif : générer du trafic, on intéresse le public à la marque

Identité marque, réseaux sociaux, SEO, éditions (magazine), site internet,...



Phase d'**intérêt**

Objectif : engager une interaction avec le prospect

Landing pages, RP & Influenceurs, e-mailing selon personas, marketing conversationnel,...



Phase de **transformation**

Objectif : transformer le prospect en client

Marketing automation, éditions (Passeport Découvertes), KPI,...

ATTRACTIVITÉ

PERFORMANCE



INFINIMENT
CHARENTES



MARQUE DE DESTINATION

INFINIMENT
CHARENTES

- **Site Marque**



351
Ambassadeurs
4 524
Connexions
11 912
Pages vues



- **E-boutique**
Catalogue de
70 références produits



SUPPORTS PRINT GRAND PUBLIC

Objectif : optimisation de la production et de la diffusion



Vacances et handicap

5 000 exemplaires
Promotion de la marque d'État
Tourisme & Handicap



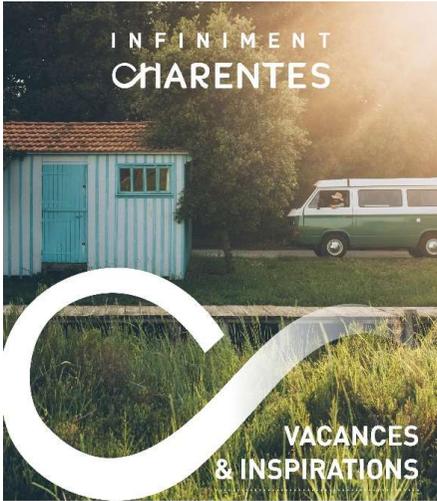
Carte touristique

200 000 exemplaires
Nouveauté au verso : agenda des
festivals et manifestations



Passeport Découvertes

80 000 exemplaires
Valorisation des sites de visite des
Charentes



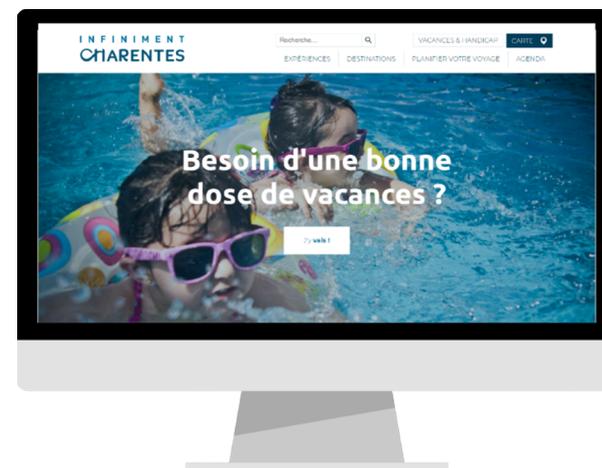
Vacances et inspiration

60 000 exemplaires
Support de séduction de 28 pages
Nouveau format 21x27cm
Validité de 2 ans

STRATÉGIE DE CONTENUS GRAND PUBLIC

Objectif : coordonner la production et la diffusion de contenus à destination de la cible Grand Public

- **Mise en place de comités édito mensuels**
- **56 articles produits** permettant d'animer le site GP infinimentcharentes.com, de créer du trafic et de générer de la conversion





ÉVÉNEMENTS GRAND PUBLIC

Objectif : une présence mutualisée au service de l'attractivité de la destination

- **Voyage de l'Hermione « Normandie Liberté »**

Partenariat avec l'Office de Tourisme de Rochefort Océan

- Cherbourg-en-Cotentin (4 - 8 mai)
- Nantes (25 – 28 mai)
- Rouen (7 -16 juin)



- **Bordeaux fête le Fleuve**

20 – 23 juin

Stand Infiniment Charentes et coordination de la présence des destinations

Royan Atlantique, Destination Cognac, Saintes et la Saintonge, Haute-Saintonge, Châtelailon-Plage et La Rochelle

- **Grand Pavois**

18 – 23 septembre à La Rochelle

En partenariat avec le Conseil départemental de la Charente-Maritime





Objectif : priorisation des actions à forte valeur ajoutée au service de l'attractivité de la destination

- **Nouveau dossier de presse**

 - **500 exemplaires Print**

 - 64 pages qui font la part belle aux nouveautés et actualités de la destination Infiniment Charentes.

- **Forum Deptour**

 - 14 et 15 janvier à Paris

 - **46 journalistes / influenceurs rencontrés et 14 accueils presse programmés.**

 - + Présence du Club Thalasso pour cette édition 2019 placée sous le signe du bien-être



www.infiniment-charentes.com   



- **Accueils de presse**

 - **48 accueils et voyages de presse** planifiés entre janvier et juin
 - **101 journalistes accueillis :** *Le Figaro, Grands Reportages, le Monde du Camping Car, Cap Sud Ouest, Arte, Détour en France...*

ACTIONS PARTENARIALES RP & INFLUENCEURS

Objectif : production de contenus qualitatifs et développement de l'attractivité de la destination

- **Salon des blogueurs de voyage - 11 et 12 avril** à Lille

Présence mutualisée* pour la 6e édition de l'évènement rassemblant près de **300 blogueurs de voyage**.
+ **40 rendez-vous** au cours des 2 jours de salon



- **Mutualisation d'une agence de presse** en partenariat avec 9 destinations**

3 voyages de presse thématiques valorisant 3 territoires chacun : Bulle Détox dans les Charentes, Saveurs et Bains de mer et Vignoble

3 communiqués de presse associé à chacun des voyages

*partenariat avec la Fédération Départementale de l'Hôtellerie de Plein Air et les offices de tourisme de Cognac, La Rochelle, Châtelaillon-Plage, Marennes Oléron, Rochefort Océan, Royan et Destination Ile de Ré dans le cadre du Club Presse

** La Rochelle, Châtelaillon-Plage, Rochefort Océan, Jonzac, Saintes, Saintonge Dorée, Aunis-Marais Poitevin, Sud Charente et Cognac



ACTIONS PARTENARIALES RP & INFLUENCEURS

Objectif : production de contenus qualitatifs et développement de l'attractivité de la destination



Clo & Clem

Dates : du 13 au 18/05

Thématique : vélo

Influence :

- 23K fans Facebook
- 53K followers sur Instagram
- 25K abonnés sur leur blog
- 14K abonnés sur YouTube



Johan Lolos

Dates : du 21 au 25/05

Thématique : sport et nature

Influence:

- 23K fans Facebook
- 500K followers sur Instagram
- 460K abonnés sur son blog
- 1 livre de voyage en 2017 - *Peaks of Europe*

Contenus : **Article / Stories / Posts / Photos / Vidéos**



ACTIONS PARTENARIALES RP & INFLUENCEURS

Objectif : production de contenus qualitatifs et développement de l'attractivité de la destination

Dans le cadre de ses actions de promotion, le collectif **Emotion Marais Poitevin*** a organisé un défi d'influenceurs intitulé « Le Marais'scape » du 20 au 24 mai 2019.

Chaque département a accueilli une équipe d'influenceurs sur son territoire : cloetcllem.fr en Deux-Sèvres ; <https://littlegypsy.fr> en Vendée et <https://www.worldelse.com> en Charente-Maritime.

Ces 3 équipes de blogueurs animent une communauté de plus de **450 000 fans**.

Au programme : découverte de la destination sous forme de jeu de piste.

Production d'un article de blog et d'une vidéo de 2 à 3 minutes pour chaque blogueur diffusés sur leurs réseaux sociaux + live blogging.

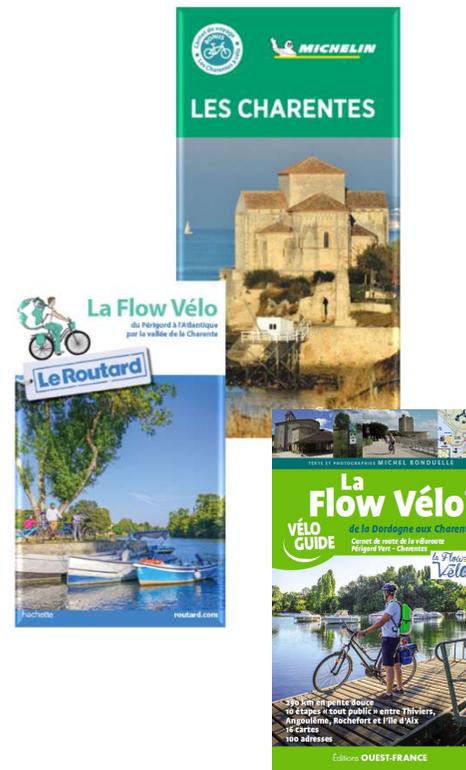
**le Parc Naturel Régional du Marais Poitevin, Charentes Tourisme, le Département des Deux-Sèvres, les offices de tourisme de Vendée Tourisme, Sud Vendée Tourisme, Niort Marais Poitevin Vallée de la Sèvre et Aunis Marais Poitevin*

PARTENARIATS ÉDITEURS

Objectif : Optimiser la visibilité de notre destination via une présence sur les guides incontournables.

Engagement de Charentes Tourisme avec trois éditeurs :

- **MICHELIN**
1^{er} Guide Vert Les Charentes
Parution février 2020 – **15 000 ex.** mini sur 2 ans
- **HACHETTE**
Guide **Routard Flow vélo**
Parution mars 2020 – **10 000 ex.** mini sur 3 ans
- **OUEST FRANCE**
Parution février 2020 – **3 000 ex.** mini sur 3 ans





AUTRES PARTENARIATS

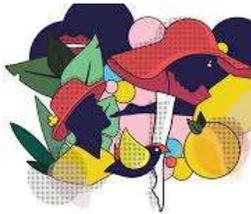


- **Francofolies**

Insertion dans le numéro événement de 48 pages encarté dans le magazine Society de juillet édité à 80 000 exemplaires à l'occasion de la 35ème édition des Francofolies

+ accueil de l'influenceuse Elisa Gallois <https://www.etdieucree.com/>

FESTIVAL
**COGNAC
BLUES
PASSIONS**
26th ÉDITION
04.07 > 08.07



- **Cognac Blues Passions**

Participation au voyage de presse organisé pour le magazine Rolling Stone à l'occasion du festival



- **La Charente j'adore**

Insertion en 4^{ème} de couverture du nouveau magazine du groupe Sud-Ouest.
7 500 exemplaires en kiosque

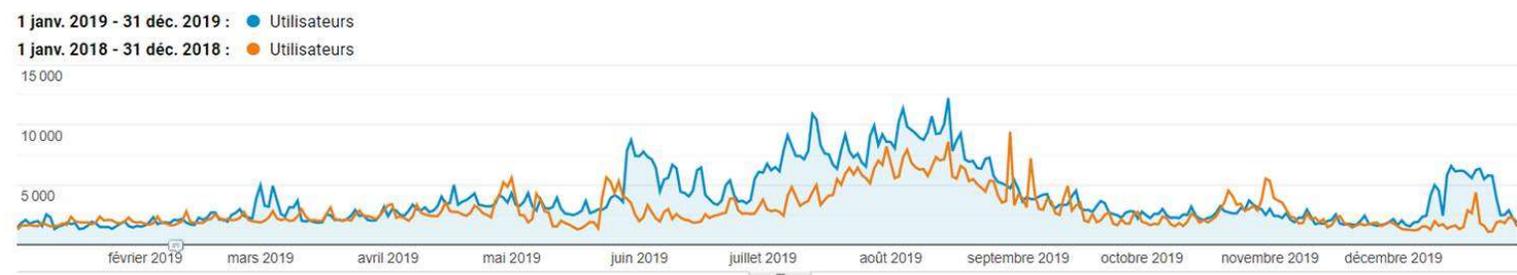
DIGITAL

• Site internet Infiniment Charentes

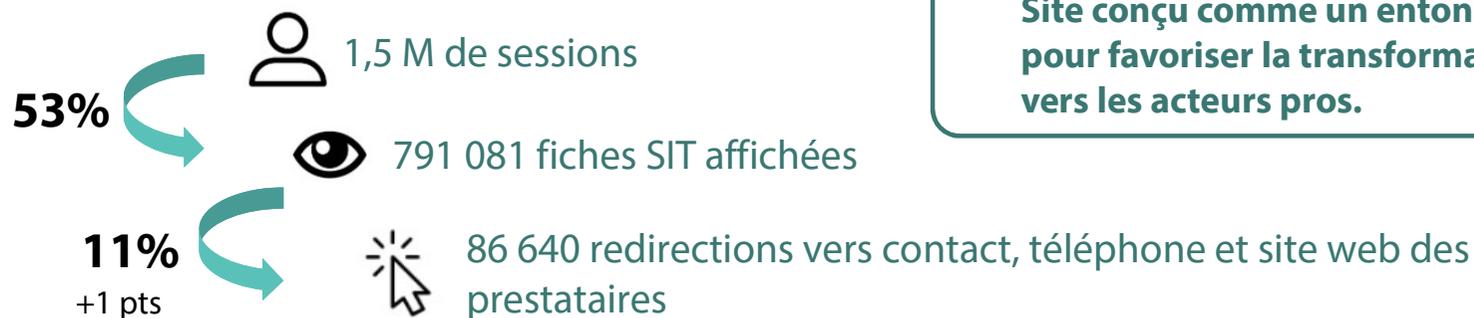
Croissance significative de l'audience

1,5 M de sessions soit +27%

55 % de notre trafic est sur mobile (45% en 2018, +10 pts par rapport à N-1)



6,7% de taux de transformation vers les sites web des prestataires



Site conçu comme un entonnoir pour favoriser la transformation vers les acteurs pros.



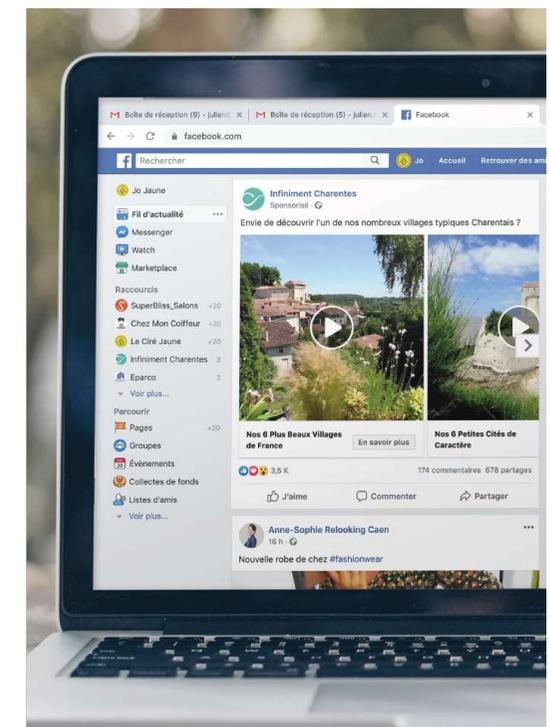
22 000 contacts reçoivent
la newsletter mensuelle
+12 500 contacts depuis le début
d'année
35% de taux d'ouverture en moyenne



8% de notre trafic provient de
campagnes WEB CPC

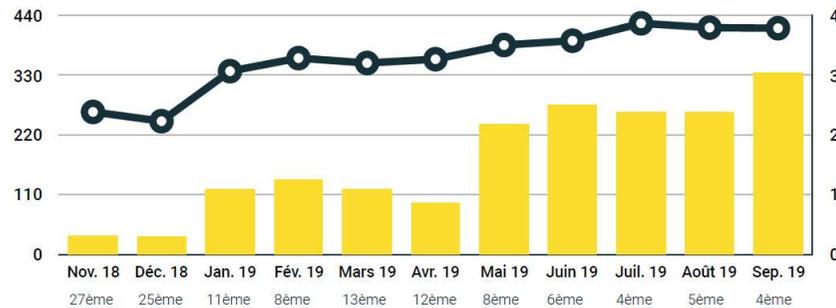
7 campagnes au total, 6,9M d'impressions, 46 485 clics
0,12€ CPC – 0,67€ CTR

Campagne	Période	Media
Villages Typiques FB Automne	17 Oct - 6 Nov	Facebook / Insta Ads
Thalasso Senior Automne	17 Oct - 6 Nov	Facebook / Insta Ads
Villages + Thalasso Automne Senior	22 oct. - 1er Déc	Quantum



DIGITAL

- **4ème du classement We Like Travel** des départements les plus influents de France sur les réseaux sociaux
+ 21 places par rapport à Décembre 2018



- **8,68% de taux d'engagement à fin 2019** (interactions + clics / impressions) sur 153 00 abonnés + 4 points sur l'année



@LesCharentes



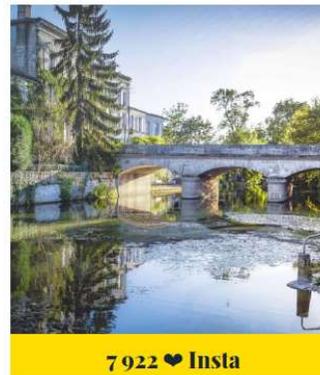
7 562 abonnés

- **20 000 abonnés**



+109 % par rapport à décembre 2018
soit +10 400 abonnés en 2019

5,6% de taux d'engagement
(sur les 12 derniers posts)



7 922 ❤️ Insta



11 100 ❤️ Insta



11 300 ❤️ Insta

GÉOCACHING



- Les Charentes **1^{ère} destination de Nouvelle-Aquitaine** en 2019
- **60 parcours** en Charentes
- 1^{er} parcours de géocaching à vélo à Fléac (16)
- Une fréquentation record qui a triplé sur l'été 2019

Département	Nbre de cache	Nbre visiteurs 2019	Nbre moyen visiteurs (par cache) 2019	Nbre de caches 2018	Nbre visiteurs 2018	Nbre moyen visiteurs (par cache) 2019	Évolution visiteurs 2018/2019
Les Charentes	62	382 024	12 382	52	124 932	4 871	206%
Charente-Maritime	30	213 224	7 107	24	68 712	2 863	210%
Charente	32	168 800	5 275	28	56 220	2 008	200%
Vienne	18	74 004	4 111	9	13 704	1 523	440%
Deux-Sèvres	27	103 256	3 824	19	22 552	1 187	358%
Gironde	25	95 084	3 803	11	18 548	1 686	413%
Dordogne	34	123 152	3 622	20	27 120	1 356	354%
Haute-Vienne	85	292 164	3 437	70	127 308	1 819	129%
Landes	21	64 304	3 062	12	13 876	1 156	363%
Pyrénées-Atlantiques	20	50 132	2 507	8	6 660	833	653%
Corrèze	60	149 568	2 493	54	63 128	1 169	137%
Lot-et-Garonne	31	64 672	2 086	26	23 496	904	175%
Creuse	39	62 108	1 593	35	29 036	830	114%
Nouvelle-Aquitaine	422	1 460 468	42 921	316	470 360	17 333	211%



1-B

INTERNATIONAL





OBJECTIFS STRATÉGIQUES

EUROPE DE L'OUEST
GB, NL, ALL, BLG, ESP, SUI
+ marchés d'opportunités



ATLANTIC COAST
COGNAC COUNTRY

- **PRESCRIPTEURS PRESSE/INFLUENCEURS
CONSOUMATEURS FINAUX**

Accroître la notoriété de la destination
à l'international

- **PRESCRIPTEURS TOURS OPÉRATEURS**

Développer la mise en marché

- **ACTEURS DES CHARENTES**

Internationaliser l'offre, mieux accueillir nos
clientèles internationales





B to B to C – Accroître la notoriété de la destination à l'international

ATLANTIC COAST
COGNAC COUNTRY

CHARENTES
TOURISM



Janvier
150 ex.

www.atlantic-cognac.com



PRESCRIPTEURS PRESSE/INFLUENCEURS & CONSOMMATEURS FINAUX

- **Stratégie RP/ERP** en GB (dossier de presse, news presse, accueils)
- 1^{ère} participation au **workshop International Presse** à Londres en mars
- Accompagnement **Horizon International** (Chine)
→ 10 médias rencontrés par le Président
- Nouveau **site web en anglais** (développement de contenus)
- **63 journalistes/influenceurs internationaux** accueillis
- Gestion de projet délégué : **Destination Côte Atlantique**
Plan d'actions sur les marchés allemand/néerlandais/belge flamand
- **Nouveau contrat de Destination « Experiences Cognac »**

Octobre
300 ex.

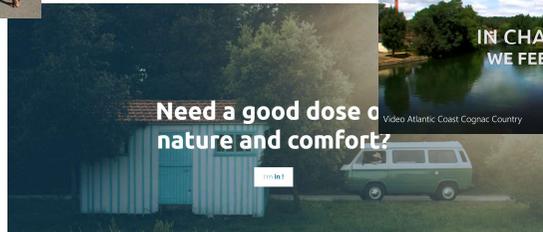


www.atlantic-cognac.com



ATLANTIC COAST
COGNAC COUNTRY

Search...
STORIES DESTINATIONS



www.atlantic-cognac.com



Atlantikküste
Frankreich





B to B Développer la mise en marché



PRESCRIPTEURS TOURS OPERATEURS (TO)

- Outils : **Manuel des ventes** en anglais, brochure en chinois
- **Workshop** Rendez-vous en France à Marseille
→ 22 TO
- Accueil de 3 **Eductours**
→ 19 TO (anglais, allemand, belge, américain, chinois, japonais)

ATLANTIC COAST
COGNAC COUNTRY

CHARENTES
TOURISM

• ZOOM - Eductour Chine du 15 au 19 avril

5 Tour opérateurs et 1 influenceur à La Rochelle, Saintes, Cognac, Mirambeau, dans l'île de Ré, le Marais Poitevin et le vignoble.

Objectifs : mise en marché pour petits groupes à hauts revenus hors saison, notoriété, compréhension du marché, accompagnement des acteurs pour adapter l'offre à la spécificité des attentes des chinois.



Zoom Actions Presse et TO

- **Parutions en anglais** diffusés auprès des professionnels lors de salons professionnels, eductours et rendez-vous médias
Manuel des ventes (240 acteurs locaux répertoriés) - **Dossier de presse**

- **Accueils presse**

63 journalistes et influenceurs accueillis

Mail Online

THE  TIMES *Celebrated Living*

- **Événements pros**

- **Workshop Rendez-Vous en France** / 19 au 20 mars à Marseille

32 contacts : TO et agences de voyages en provenance d'Allemagne, Russie, Pays-Bas, Grande-Bretagne, Norvège, Belgique, Italie, Autriche, Finlande, Israël, Croatie, Japon, Corée du Sud, Lettonie

- **Eductour de tours opérateurs en amont des RDV France** / 16 au 18 mars

4 TO Allemands et Canadiens pour une découverte de Cognac, Ile de Ré et La Rochelle

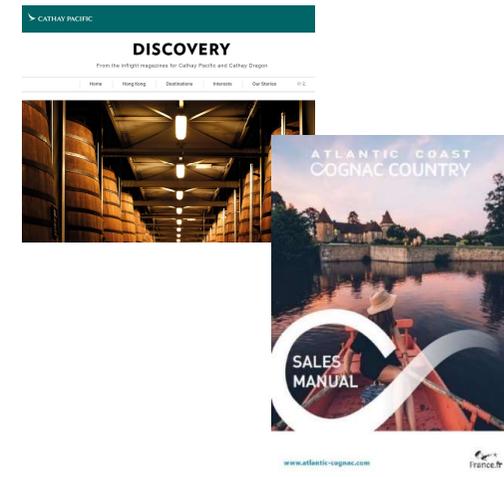
- **International Media Market Place à Londres**, 1^{ère} participation

- **Workshop Presse, influenceurs / le 25 mars à Londres**

47 contacts journalistes/influenceurs anglais

- **Workshop BtoB le 25 avril à Bruxelles**

7 TO et 3 médias belges rencontrés





INTERNATIONAL

Projets en gestion déléguée

- **Projet contrat de destination « EXPERIENCES COGNAC »**

- Réunion en mars avec 31 partenaires sur les fondamentaux du projet : périmètre géographique, positionnement marketing, valeurs/promesses, marchés internationaux prioritaires et cibles clients.
- **Constitution de groupes techniques** Communication & Marketing / Structuration de l'offre & Professionnalisation de l'accueil / Observation & Évaluation
- **3 Comités de pilotage, 3 Comités techniques**
- **Dépôt du dossier de candidature au ministère en octobre**
- **Plan d'actions en cours pour 2020**



- **Contrat de destination « CÔTE ATLANTIQUE »**



- **Recrutement d'une cheffe de projet** – coordination depuis le site de La Rochelle
- **Dynamisation du projet ciblant les marchés allemand, néerlandais, belge flamand**
Nouveaux sites internet en allemand et néerlandais, Réseaux sociaux, insertion mag famille, accueils presse et influenceurs)
Session de sensibilisation au marché allemand



INTERNATIONALISER L'OFFRE, Mieux accueillir nos clientèles internationales



« B to B » ACTEURS DES CHARENTES

Co Tech International
Septembre à décembre en partenariat avec Excelia Group
22 étudiants de La Rochelle Tourism & Hospitality School
(étude auprès de 1800 professionnels du tourisme des Charentes,
analyse et rendu en décembre)

L'HOSPITALITÉ touristique,
c'est l'affaire de tous !



Attente des résultats de l'étude (+ de 400 répondants)
Rendu des éléments de diagnostic et proposition d'offres adaptées aux
besoins identifiés sur votre territoire : **mi décembre 2019**



PRINCIPAUX INDICATEURS



63
journalistes
et influenceurs
accueillis



23 Millions
d'euros de CVP

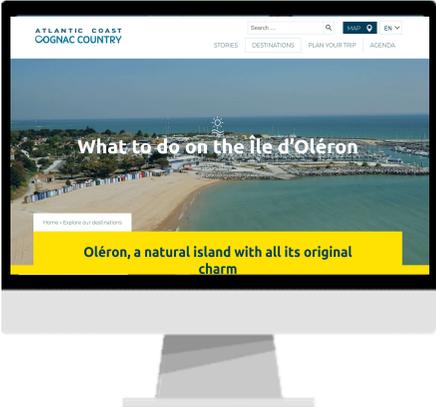
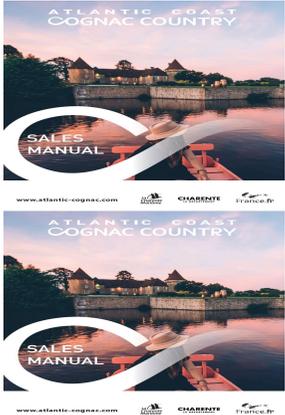


71
TO étrangers
rencontrés



3
workshops
internationaux

- **5 OUTILS**



2

ACTEURS



2 - A

COMMUNICATION

CORPORATE



MARQUE CORPORATE

CHARENTES TOURISME Booster d'activité



- **Lab. Interne**

Journée d'acculturation des équipes mixant intervention d'information et ateliers

- **Boite à outils**



Espace pratique et accessible pour retrouver les essentiels de la communication corporate (fichiers logos, gabarit modèles, PPT Entreprise...)



- **Matrice de langage**

Charte proposant un champ sémantique différencié pour chaque population cible

Descriptif de la cible
Qui/Quoi/Comment/Pourquoi ?
Tonalité rédactionnelle
Mots clés
Préférence de supports



SUPPORTS PRINT CORPORATE

Informer pour performer



- **Chiffres clés 2018**

Territoire, offre, fréquentation...
les principales données
touristiques des Charentes



- **Chiffres clés Taxe de séjour**

État des lieux de la collecte de la taxe de
séjour sur les territoires des Charentes en
2019



- **Démarches qualité touristique pour les collectivités**

Un guide pratique qui accompagne les collectivités pas à pas dans le choix de leurs démarches en apportant les ressources nécessaires pour faciliter leur compréhension et leur mise en œuvre.

SUPPORTS PRINT CORPORATE

Valoriser l'offre de service de Charentes Tourisme

- **Catalogue**
Offres de Service 2019



- **Documents d'appel**

Propriétaire d'hôtels et de campings
Responsables d'activités de loisirs et de sites



Meublés & chambres d'hôtes





ÉVÈNEMENTS

Créer du lien, fédérer les professionnels du tourisme



- Journée des Experts du Tourisme -

1^{ère} édition le 8 février 2019 au Centre des Congrès de Jonzac.
Près de **500 participants** : sites de visite et activités de loisirs, hébergeurs, restaurateurs, offices de tourisme et collectivités
3 conférences et 5 ateliers

Les interventions de Saskia COUSIN sur l'anthropologie du tourisme, de Georges LEWI sur les générations Z ou de Catherine TESTA sur l'Optimisme ont également été retransmises en Facebook Live cumulant près de 2 300 vues et une portée de plus de 4 600 personnes.



80% des participants recommandent d'assister à la prochaine JET

+ de 90% souhaitent y participer l'an prochain



ÉVÈNEMENTS

Créer du lien, fédérer les professionnels du tourisme



- **Déclic Saison**

4 avril à l'Espace 3000 - Cognac

+ **de 140** exposants et une centaine de visiteurs

Près de **150 000 brochures** de Charentes Tourisme distribuées

- **Assemblée générale & workshop**

13 juin Beauséjour – Châtelailon-Plage

Organisation d'un **workshop** en marge de l'AG pour favoriser la rencontre entre les professionnels du tourisme et l'équipe de Charentes Tourisme et présenter les offres et accompagnements proposés





ÉVÈNEMENTS

Développer les actions partenariales

- **Salon des Maires**

12 & 13 juin - Angoulême

19 maires ou adjoints rencontrés
+ diffusion de la nouvelle édition
« Démarches qualité touristique »



- **Universités du Tourisme Durable**

3 & 4 octobre – La Rochelle

Organisées en partenariat avec l'Association des Acteurs du Tourisme Durable.

250 participants aux conférences et ateliers et **80 participants** aux éducteurs



ÉVÈNEMENTS

Développer les actions partenariales

- **Atlantica**

8 – 10 octobre – La Rochelle

En partenariat avec la Fédération Départementale de l'Hôtellerie de Plein Air



- **Workshop Comités d'entreprise**

15 octobre – Abbaye aux Dames - Saintes

1^{ère} édition en partenariat avec l'Association Nationale des Chèques-Vacances

50 prestataires touristiques des Charentes et 50 comités d'entreprises





ÉVÈNEMENTS

Développer les actions partenariales / sponsoring événement

- **Rencontres Tourisme & Spatial**

27 – 28 mai – La Rochelle

En partenariat le Centre National d'Etudes Spatiales



- **Journée Accélérateur du tourisme innovant**

24 – 27 juin – La Rochelle

En partenariat avec **PiXii** (Parcours Interactif d'eXpériences Immersives et Innovantes)

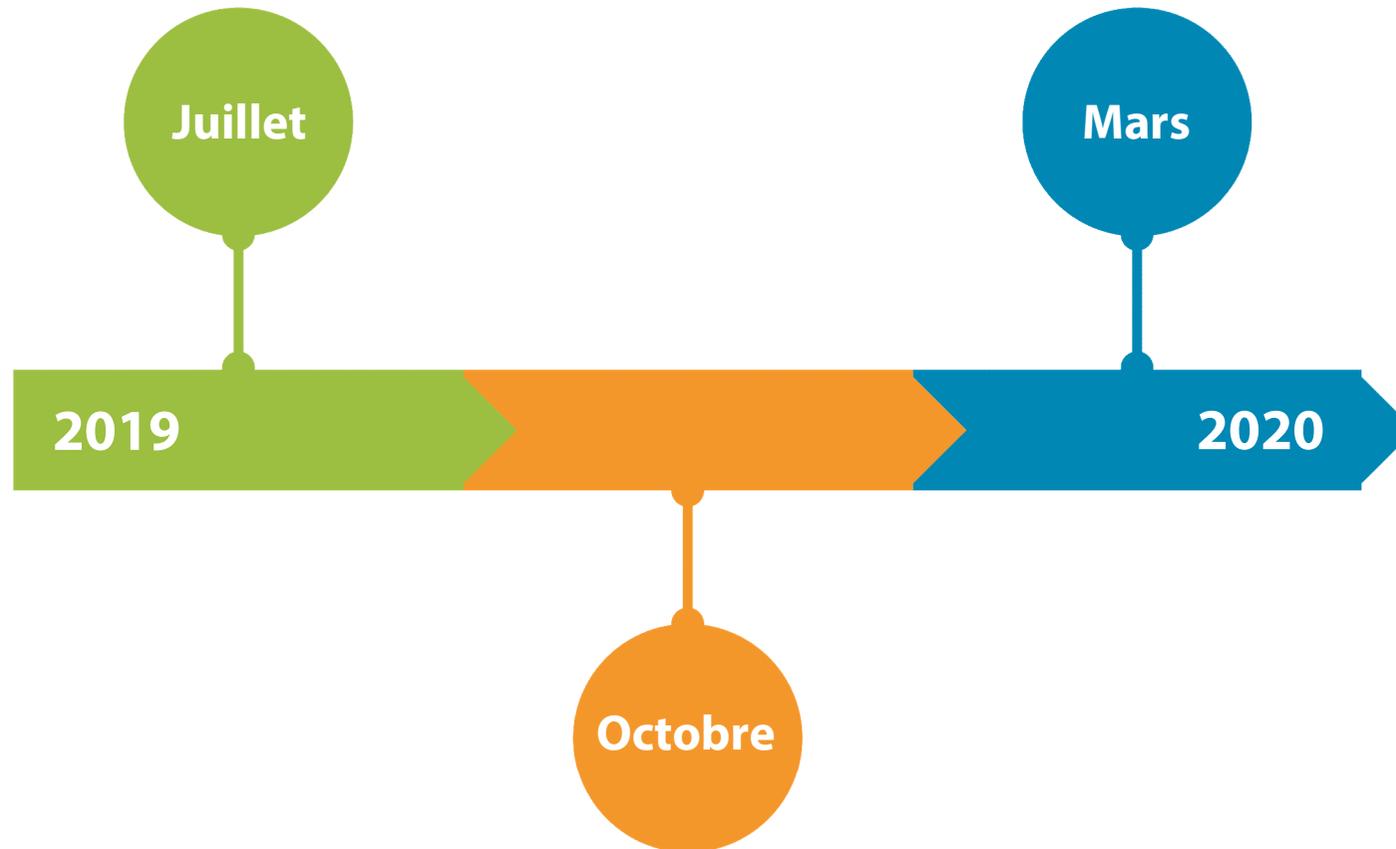


CONSULTATION MÉDIATHÈQUE

Disposer d'une médiathèque partagée à l'échelle des Charentes

Lancement de la consultation

Mise en ligne de la nouvelle médiathèque



Choix de la **société Agélia avec sa solution Alphasia**



NOUVEL ESPACE PRO lancé le 16 octobre 2019

- **Un site au service de la performance des professionnels du tourisme**
Une lecture facilitée de nos offres d'accompagnement et une présentation de l'équipe pour trouver rapidement l'expertise nécessaire.
- **Un site informatif et ergonomique**
Un site moderne et responsive.
Un accès rapide aux outils : photothèques, ressources documentaires, espace Presse et Médias.
- **Un espace blog**
Chaque mois des articles de fond, des reportages, des interviews pour mieux appréhender les problématiques liées à l'activité touristique et profiter de l'expertise de Charentes Tourisme.

Un espace ouvert, connecté aux réseaux sociaux, pour échanger et partager des contenus. La mise en place de Lab's, des rendez-vous virtuels, accessibles à tous, sur des thématiques précises.



DIGITAL

CHARENTES
TOURISME
Booster d'activité



17 oct. 2019 - 31 déc. 2019

	Utilisateurs	Sessions	Pages vues	Taux de rebond	Pages/session
Période en cours <i>N-1</i>	7 229 ↑ 10.3%	11 144 ↓ -28.9%	34 770 ↓ -16.3%	55,36 % ↑ 45.3%	3,12 ↑ 17.7%

- **Audience en hausse de + 10 % depuis le lancement**

À noter : Baisse des sessions et du taux de rebond puisque la connexion aux outils se fait désormais sur la plateforme e-tourisme : <http://plateforme.charentestourisme.com/>



- **Lancement de notre 1^{er} LAB**

Le lundi 18 novembre 2019 à 13h30 - durée 45 minutes

45 inscrits

Sur le thème du Revenue Management et conseils pour optimiser la rentabilité de son établissement.

RÉSEAUX SOCIAUX

- **Nouvelle stratégie sur les réseaux sociaux Corporate**

Formation interne de tous les collaborateurs en septembre 2019 afin d'harmoniser les 32 profils actifs



Charentes Tourisme
Publié par Frédérique Bruneau [?] · 4 novembre, 08:45 ·

Inscrivez-vous à notre premier **LAB en ligne** ! Les **LAB's** de Charentes Tourisme, c'est un nouveau format de conférences en ligne et en LIVE qui vous permet d'interagir avec nos experts !

👉 **Thème LAB#1** : Le Revenue Management : un outil d'optimisation de votre rentabilité.

👉 Intervenant : Stefan Landry, Revenue Manager Senior

👉 Date : lundi 18 nov. 2019 à 13h30 - ⌚ durée 45'

Infos et inscription 📄📄📄

CHARENTESTOURISME.COM
Lab#1 : Le Revenue Management, outil d'optimisation de votre rentabilité | Charentes Tourisme

Nouvelle ligne éditoriale

+ **36 % de fans** Facebook (+725 personnes)

15 publications par mois en moyenne pour 2000 personnes touchées

7,3 % de taux d'engagement

MARKETING B2B

- **Lancement d'une GRC BtoB**

pour gérer la relation commerciale avec nos prestataires de service, mieux connaître les attentes des professionnels et apporter une réponse personnalisée.

- **10 collaborateurs formés** pour suivre les opportunités et les ventes

- **4 000 prestataires** intégrés à l'outil

Plus de **200 opportunités** de ventes enregistrées



Si vous n'arrivez pas à lire ce message, cliquez ce lien.

**CHARENTES
TOURISME**
Booster d'activité



En 2020, bénéficiez d'une plus grande visibilité en communiquant dans le Passeport Découvertes.

Le Passeport Découvertes est une brochure de séjour destinée à promouvoir les sites de visite et activités du territoire des Charentes. Cette édition annuelle répond à 3 objectifs : faire connaître, faire aimer et faire visiter notre territoire.

Les +

- Une large diffusion en Charentes auprès des clientèles en séjour et des habitants : 50 000 ex. et un réseau de distribution de près de 150 sites
- Une édition qualitative avec une bonne prise en main : une édition conçue comme un guide de voyage qui bénéficie d'une belle notoriété depuis près de 10 ans.
- Une longue durée de vie du message.

2 formats d'annonce pour l'édition 2020

- Pleine page au tarif de 600 €
- Demi page au tarif de 400 €

Pour une présence dans l'édition 2020, votre bon de commande doit nous parvenir avant le 20 décembre 2019.

[Je découvre l'offre en détail](#) [Je commande mon annonce](#)

- **Des emailing appréciés**

57 newsletters Corporate envoyées à destination de nos prestataires

40 % de taux d'ouverture moyen

2 - B

OFFRES DE SERVICE





NOS OFFRES DE SERVICES, notre modèle économique et de distribution

Permettre aux acteurs du tourisme d'accéder à la même offre de service, quel que soit leur territoire de localisation

Un coaching personnalisé et des outils métiers adaptés aux besoins des acteurs et à leur niveau d'expertise



Compétitivité



Qualité



Visibilité

~ 60 offres gratuites et payantes

Les prérequis du dispositif commercial

Des **offres accessibles aux prestataires classés, labellisés**
OU **adhérents à un Office de Tourisme**

Un **déploiement par les offices de Tourisme.**
CT complète le dispositif.

Une **répartition**
commercialisation/ production
30%/ 70%

Durée de la prestation

Tarif (€)

Assistance technique	84
1/2 journée	96
1 journée	160
1 journée et demi	240
2 jours	300

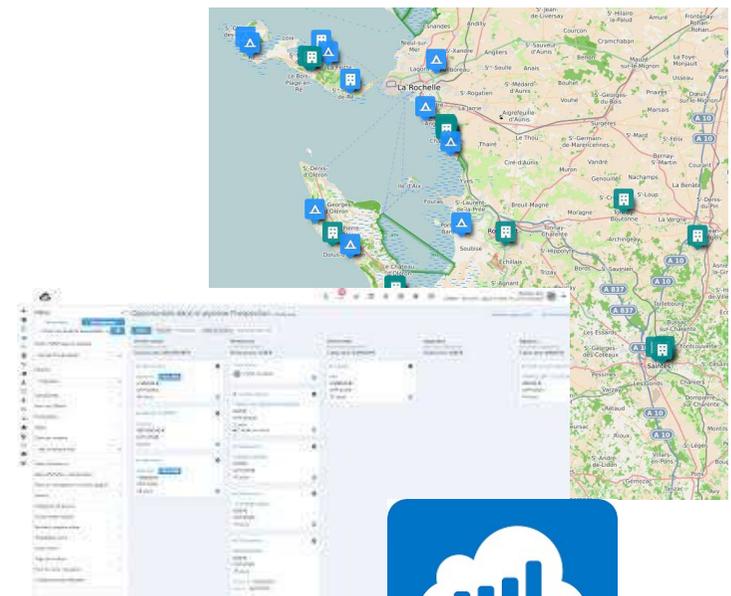


ACCOMPAGNEMENTS INDIVIDUELS

- **Les accompagnements individuels**
 - **150** accompagnements directement chez les prestataires
 - **280** prestations commercialisées
- +130 %** par rapport à 2018

L'optimisation du suivi des prestataires

- Un nouveau catalogue de service 2019
- Un outil de GRC dédié : Sellsy



- **Des partenariats renforcés**



OFFRES « COMPÉTITIVITÉ »

- **L'outil de vente en ligne Elloha**

733 comptes actifs

3,2 M€ de CA

70 % de vente « directe »



- Janvier : sélection du prestataire
- Mars : formation des offices de tourisme
- 30 juin : clôture du partenariat avec Alliance Réseaux
- Septembre : enquête de satisfaction prestataire

Un outil choisi à l'unanimité par les offices de tourisme des Charentes





OFFRES « COMPÉTITIVITÉ »

- Revenu Management de Destination

24 hôtels



- 34 RDV terrain
- 19 hôtels RMS
- 35 calls
- 4 réunions partenaires
- 1 nouvelle édition

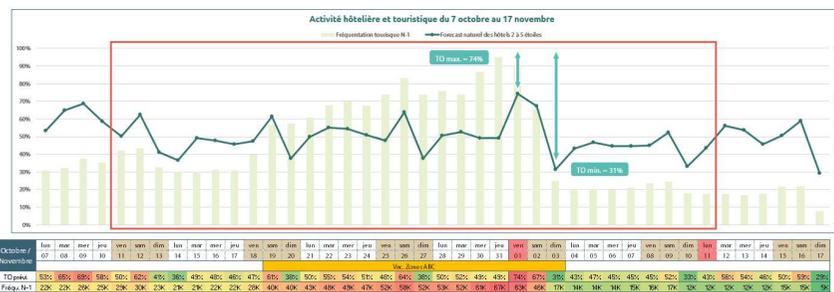
11 campings



- 1 nouvel outil
- 5 mois de suivi individuel
- 1 bilan de fin de programme

1 nouveau partenaire
la FDHPA

1 destination suivie à 100 %
Châtelailon-Plage





OFFRES « COMPÉTITIVITÉ »

Sites Internet de Charentes Tourisme

- 2 versions nouvelles de sites Premium
- 17 nouveaux sites Premium
- 77 nouveaux sites Essentiels
- 77 nouveaux prestataires engagés sur les mini-sites

- **Sites « Essentiels »**
pour commencer sur le web



- Site Clés en main
- Descriptif détaillé de votre offre
- Infos pratiques, recommandations
- Brochure pdf

- **Sites « Premium »**
pour aller plus loin sur le web



- Facilité pour travailler son référencement
- Navigation optimisée
- Valorisation visuelle
- Site sécurisé https (fin d'année 2019)



OFFRES « COMPÉTITIVITÉ »

- **Événement pro**

Workshop ANCV : 1^{ère} édition

50 prestataires inscrits

Plus de 50 CE présents

Un taux de satisfaction de 90%



Une **demi-journée** pour contractualiser
Un **catalogue prestataire** remis à chaque CE
Un **fichier CE** remis à chacun des participants



OFFRES « QUALITÉ »

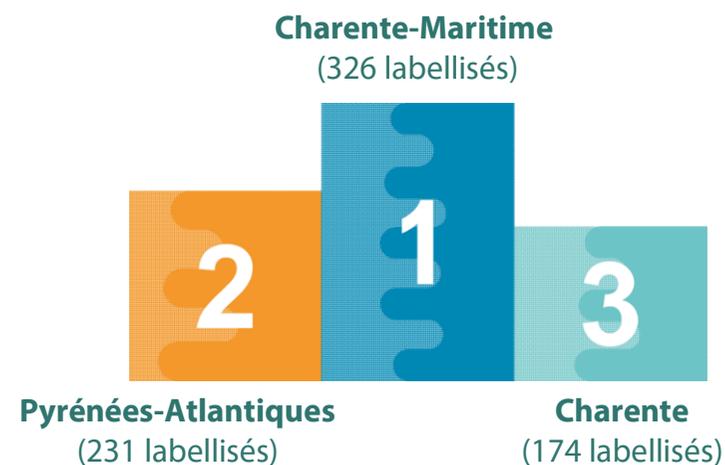
- **Classement des meublés**

- **1 328 meublés classés** (hausse de **17 %**) – Une année record !
- 4 interventions sur le classement à l’invitation des offices de tourisme
- Participation au groupe de travail national sur l’évolution de la grille de classement



- **Tourisme & Handicap**

- **500 structures** labellisées
- 130 accompagnements (reclassements/porteurs de projet)
- 3 commissions départementales
- 4 interventions dans les lycées et Universités



OFFRES « QUALITÉ »

- **Qualité Tourisme**

- **19 audits blancs** réalisés
- 6 campings et 12 sites de visites marqués et 2 activités sportives et de loisirs
- L'organisation d'un comité régional de la gestion de la marque (CRGM)
- Remise des plaques au salon Atlantica



- **Clévacances**

- **273 hébergements labellisés**
- 71 visites de labellisation ou de contrôle
- 2 réunions propriétaires organisées pour annoncer l'arrêt de l'animation du label par Charentes Tourisme



4 Clubs

25 partenaires

133K€ de budget

Une animatrice dédiée

- **Club « Thalasso »**

- Lancement du **mois de la Thalasso** : une 1^{ère} en France
- Participation au **salon Déptour** (sur le thème du bien-être)
- **Voyage de presse**



- **Club « Les Incontournables »**

- **2 voyages de presse** : CVP : 434 K€
- **Programmatique météo** : 2 millions de vues
- Publications **réseaux sociaux** : 1,2 millions 



POUR METTRE LE CAP SUR FORT BOYARD
ET LES ILES DE CHARENTE-MARITIME !



CLUBS



- **Club des « Coups de cœur »**

- Educ'tour « prescripteurs » : 160 participants
- Présence sur les salon CE
- Insertion Sud Ouest

- **Club Thermalisme**

- Campagne France 5
- Voyage de presse
- Accueil des Rencontres Nationales du Thermalisme à Jonzac



3

COLLECTIVITÉS & TERRITOIRES



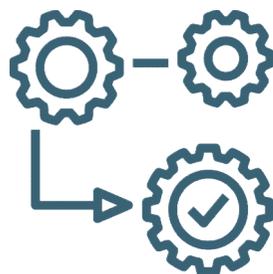
Offices de
Tourisme
de France

3 - A INGÉNIÉRIE



OFFRES DE SERVICES

- **54** accompagnements gratuits
- **18** accompagnements payants réalisés
- Un chiffre d'affaires de **12 100 €**



- Un renforcement de l'équipe avec l'arrivée de Nathalie GUELIN
- Une nouvelle organisation pour la production des offres de services

INGÉNIERIE DE PROJET



- **Accompagnement en ingénierie 360°** - Le Hameau du Cruzeau

Objectif : accompagner la collectivité pour repositionner l'hébergement sur sa politique produit, prix, promotion, sa place de marché et ses process ... Association d'expertises interne (3 services CT) et externe (1 bureau d'étude privé)

- **Réalisation d'un état des lieux sur la gestion des équipements publics**

Les communes gèrent des équipements publics touristiques alors qu'elles n'ont plus la compétence tourisme. La régie directe continue d'être le mode de gestion privilégié (hébergements et aires de campings car). Un travail est à mener sur la libéralisation de la gestion de certains équipements.

- **Autres accompagnements sur mesure**

- Avis sur des rénovations ou changement de mode de gestion d'hébergements publics
- Études d'opportunité pour la création d'hébergement
- Accompagnements aux réflexions sur l'implantation d'immobilier
- Réflexions sur la mise en tourisme de sites publics touristiques...

12 Collectivités accompagnées gracieusement sur un 1^{er} niveau de conseil dans leur projet

INGÉNIERIE DE TERRITOIRE

- **Poursuite des travaux du COTECH Taxe de séjour**

- **1 édition actualisée** : Taxe de séjour Chiffres Clés
- **5 collectivités outillées** pour la télédéclaration de TS
- **1 courrier et 1 note** adressés aux Ministres, Préfets et Parlementaires pour récapituler les dysfonctionnements liés à la taxe de séjour
- **8 accompagnements** réalisés et 1 veille régulièrement partagée



- **Suivi des appels à projet NOTT**

- Participation de Charentes Tourisme à **14 COTECH et COFIL NOTT**
- Liste des **11 projets NOTT** retenus par la région :
 - Côté 16 : Grand Cognac, Grand Angoulême, PETR Ruffecois Mellois, Sud Charentes
 - Côté 17 : CDA La Rochelle, CDA Rochefort, CDA Royan, Vals de Saintonge, CDC Haute Saintonge, CDC Ile d'Oléron associée à la CDC Marennes Saintonge Romane (CDA Saintes, CDC Saintonge Viticole, CDC Cœur de Saintonge)



ACCOMPAGNEMENTS QUALITÉ

Bilan 2019
Ingénierie

• Pour les Offices de Tourisme

4 conseils et accompagnements gratuits sur les démarches qualité des OT



5 OT accompagnés pour **Qualité Tourisme**



1 OT accompagné pour sa démarche de **Classement**



8 OT accompagnés pour développer **Chambre d'hôtes Référence**

• Pour les Collectivités



1 conseil et accompagnement gratuit **Petites Cités de Caractère** (Brigueuil)



1 conseil et accompagnement gratuit **Villages de Pierres et d'Eau** (Port des Barques)



4 conseils et accompagnements gratuits **Villages Etapes** (Jarnac, Mansle, Rochefoucauld Chabanais)



1 accompagnement pour rédiger un dossier **station de tourisme**

Un guide édité pour accompagner les communes !

20 labels identifiés
7 domaines d'excellence et identitaire
2 comparatifs des démarches
1 cartographie des communes et territoires labellisés



ANIMATION DE RÉSEAU

- **Pour les Offices de Tourisme**

- 1 réunion du club qualité des Offices de Tourisme
- 1 réunion sur la réforme du classement des Offices de Tourisme
- 1 réunion sur l'évolution du référentiel Qualité Tourisme pour les OT

- **Pour les Collectivités**

- 1 présence au salon des maires à Angoulême
- 1 CODIR Collectivité
- 21 participants



- **Équipements, espaces publics et labels touristiques :
Comment gagner en compétitivité ?**

- Restitution de l'Etat des lieux sur le mode de gestion des équipements publics
- Identification des démarches qualité des collectivités. Comment orienter nos élus
- Présentation du guide camping-cars et travail sur l'identification d'aires de camping-car idéales
- Présentation des solutions novatrices Camping de mon village et camping-car park

3 - B ÉTUDES





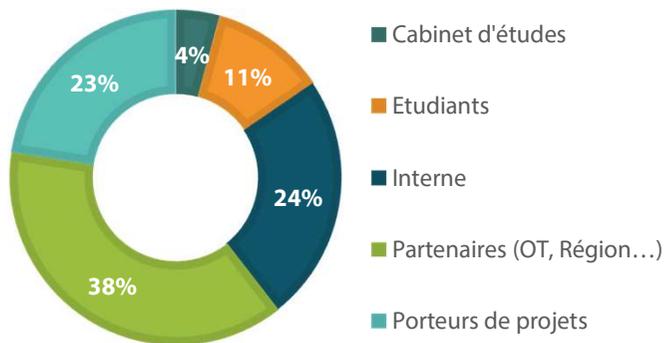
OBSERVATOIRE QUANTITATIF

- **Mise à jour des données**

Offre et fréquentation en hôtellerie et hôtellerie de plein air, sites de visite, aéroport,...

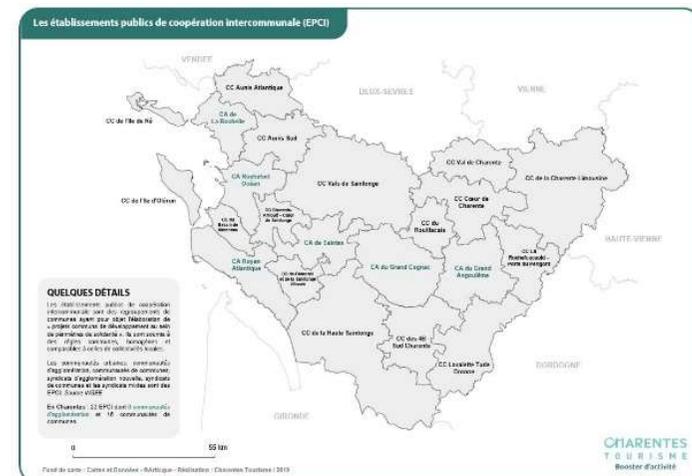


- **166** demandes de données traitées



- **Déploiement d'un référentiel sur l'outil Cartes et Données**

Production de + de **100 cartes** statistiques





NOTES DE TENDANCE

Déploiement du dispositif dans une **démarche partenariale avec les offices de tourisme**

Offre de service **évolutive et personnalisable**

Un **modèle gratuit / payant** adapté aux besoins de chacun

- **15 Offices de Tourisme partenaires**

Dont 8 qui ont choisi une option payante

- **9 vagues d'enquêtes**

- Plus de **1 800 professionnels** interrogés par vague (**nouveau** : intégration des chambres d'hôtes)

408 répondants en moyenne (173 en 2018)

23% de taux de retour (16% en 2018)





ÉTUDES



- Réalisation d'une étude sur **l'emploi touristique** en Charentes (4 pages sur l'emploi touristique en Charentes) *En partenariat avec l'Insee*

Création d'une offre de service :
23 fiches synthétiques sur l'emploi par **EPCI ou communes**



- Restitution des 5 rapports d'études sur la **satisfaction des clientèles en séjour**

Production d'une synthèse à l'échelle du **littoral de Charente-Maritime**





ÉTUDES



- Analyse des données issues du dispositif **FLUX VISION TOURISME**

Réalisation de 7 rapports d'analyse par territoire

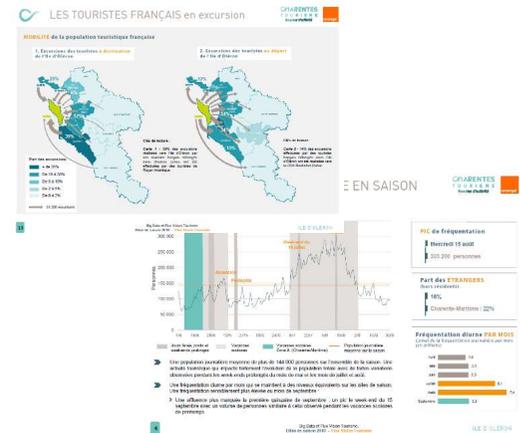
Poursuite des tests sur les données pour optimiser le dispositif dans le cadre du Groupe de Travail national (*Tourisme & Territoires, Orange Labs, ADT*)

Renouvellement du partenariat entre **Charentes Tourisme** et **Orange Labs** pour 2 ans (2019 – 2020)



- Lancement d'une étude sur l'**œnotourisme**
En partenariat avec le CRTNA

Résultats attendus en fin d'année 2019 ou début 2020





OUTILS ET SUPPORTS



- Réalisation de l'édition **Chiffres clés des Charentes**

- Rédaction d'un cahier des charges pour le déploiement d'un **Observatoire en ligne**



- Lancement d'une **démarche d'évaluation** des actions de Charentes Tourisme

Mise en place d'un plan de performance

3 - C

**SYSTÈME D'INFORMATION
PARTAGÉ**





ÉVOLUTION DE NOS SYSTÈMES D'INFORMATION, NOTRE PROJET COMMUN

« Bâtir collectivement un écosystème partagé innovant et créateur de valeur pour nos organismes et les opérateurs de nos territoires »

Collaboratif



Pérennité



Gratuité



Innovation





ARCHITECTURE CIBLE

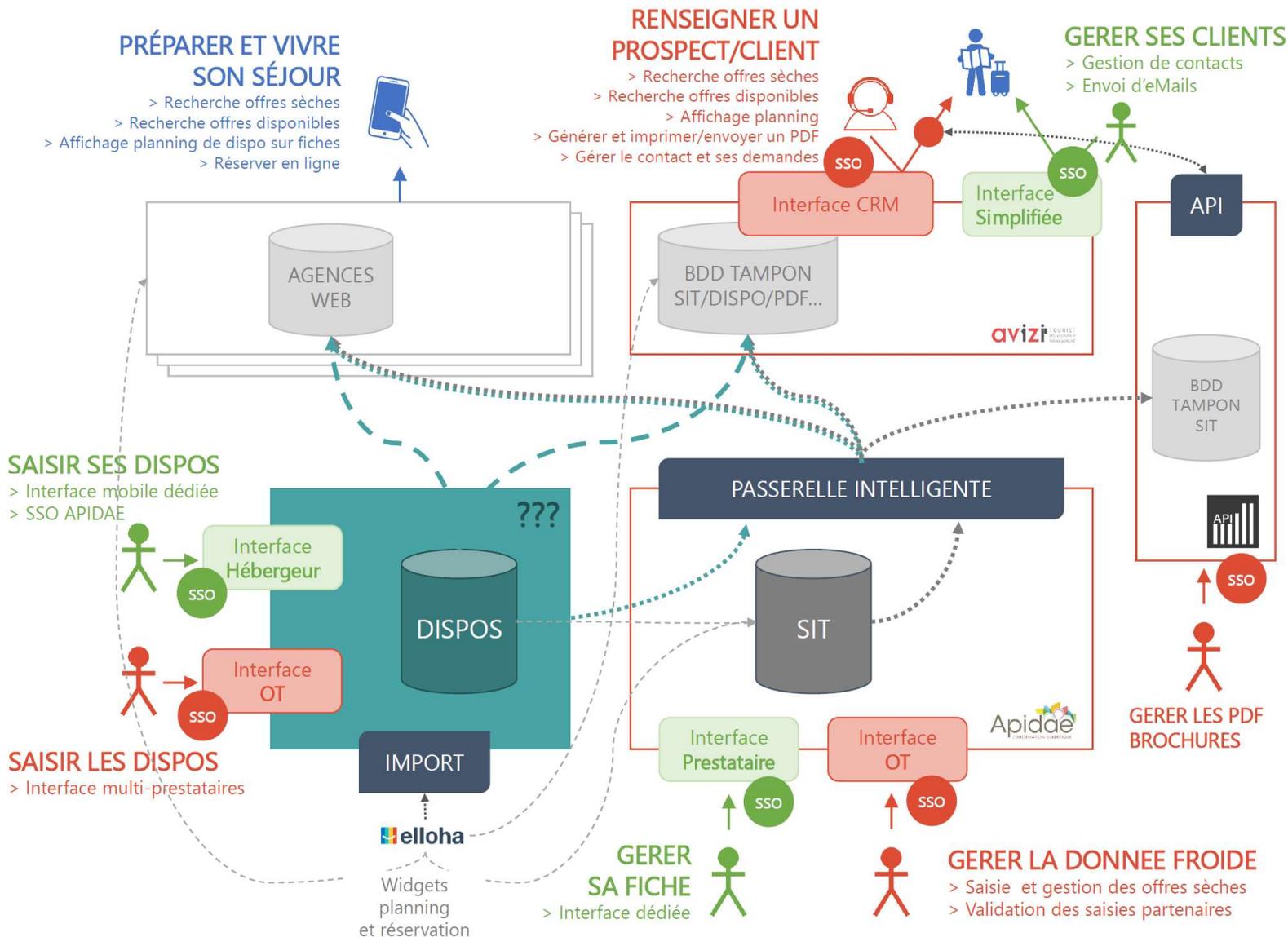
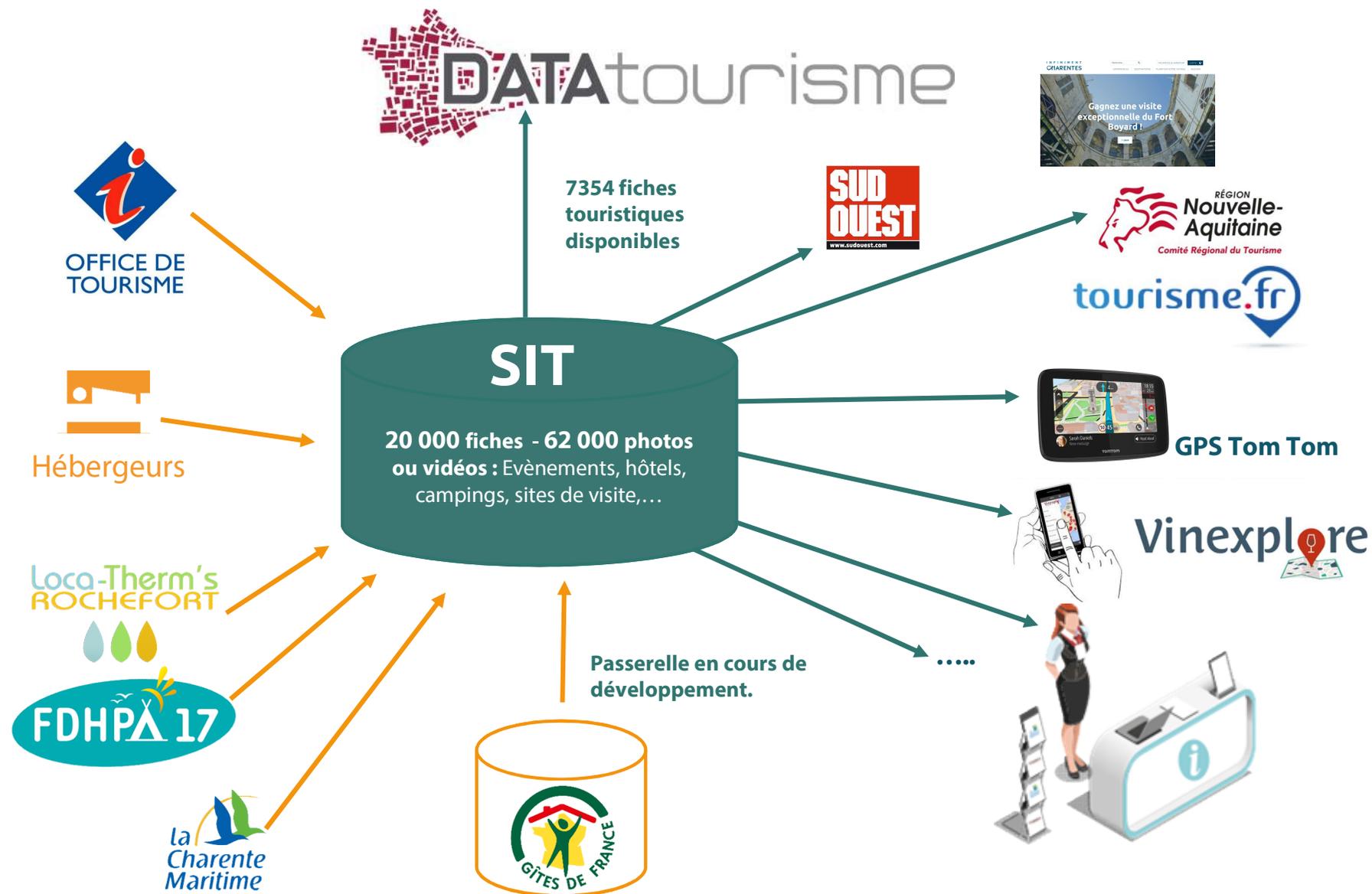




SCHÉMA DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE





RÉFLEXIONS SUR L'ÉVOLUTION DE NOTRE PLATEFORME PARTAGÉE

- **2 groupes de travail** constitués afin de récolter les besoins
Groupe SIT (20 personnes) – 2 rencontres en novembre 2018 et avril 2019
Groupe GRC (20 personnes) – 2 rencontres en juin et septembre 2019
- **1 état des lieux global** via analyse de questionnaires (audit widgets, sites web destinations, sites web des prestataires, appli, bornes, écrans tactiles, portail wifi) afin d'affiner l'architecture cible et le plan de migration
- **Entretiens avec 6 OT et 2 CDT** hors territoire afin de récolter des retours d'expérience (Caen, Bénodet, Dinan, Biscarosse, Aix les Bains, Clermont Ferrand, Calvados et Tarn)
- **Participation à 3 séminaires APIDAE** en novembre 2018, mars et septembre 2019
- **2 démonstrations utilisateurs** (Apidae et Avizii) en présence des groupes de travail concernés afin de valider les fonctionnalités.

4

FILIÈRE VÉLO





CONTRIBUTION AUX PLANS D' ACTIONS DES ITINÉRAIRES NATIONAUX



- **Sites web**

- La Véloodyssée, La Vélo Francette, Le Canal des 2 Mers à vélo : Refonte des sites web
- La Flow Vélo : Evolutions du site web
- La Scandibérique : Préparation de contenus pour le site web (sortie prévue en mars 2020)

- **Salons**

- La Flow Vélo et Le Canal des 2 Mers à vélo : **Destinations Nature** et **Salon Mondial du Tourisme** à Paris
- La Véloodyssée, Le Canal des 2 Mers à Vélo, La Flow Vélo : stand mutualisé sur le salon **Fiets en Wandelbeurs** aux Pays Bas + présence de La Vélo Francette sur un stand dédié

- **EV1- La Véloodyssée**

- Restitution nationale de **l'étude des retombées économiques** sur La Véloodyssée
- **Reportage photos** (180 nouveaux visuels)

- **La Flow Vélo – Pilotage du COTECH Services et Marketing**

- Collaboration avec les éditeurs **Le Routard** et **Ouest France** pour les topoguides à sortir en mars 2020
- Recensement, cartographie et projection de l'implantation des **aires de services** le long de l'itinéraire
- Réalisation d'une maquette de **Relais Information Services**



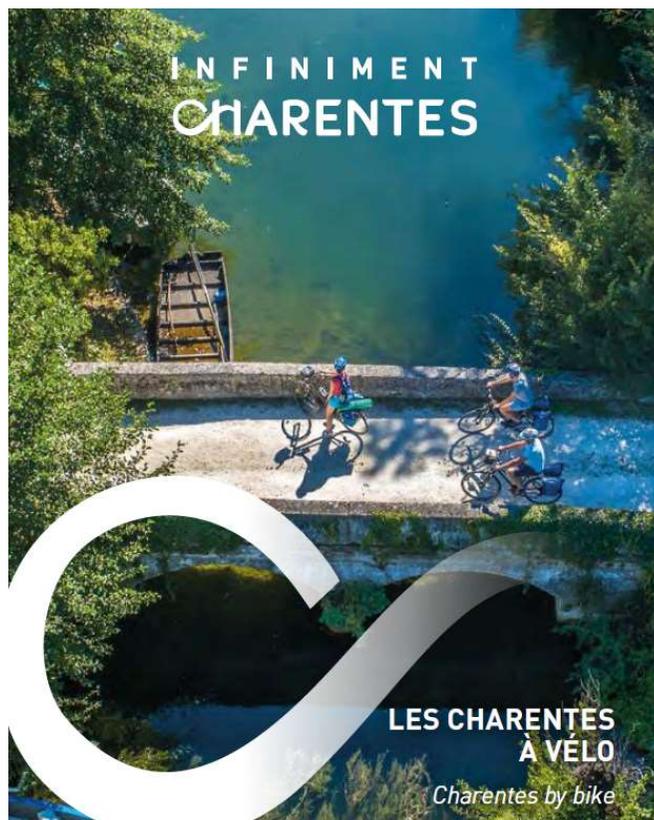
DÉVELOPPER ET QUALIFIER L'OFFRE DE SERVICES AUX USAGERS



Accueil Vélo

- Participation au groupe de travail national qui a aboutit à **l'évolution des référentiels**.
2 évolutions majeures : meilleure prise en compte de l'itinérance dans les campings + flotte de vélos qui passe de 40 à 20 vélos pour les loueurs
- Déploiement de la **marque Accueil Vélo** : 180 labellisés
Année marquée par le non renouvellement de la part des prestataires en Charente, ce qui explique un chiffre en baisse
- Chaque territoire des Charentes a désormais un référent en charge du déploiement de la marque (excepté Le Rouillacais, moins concerné par la marque).

UTILISER LA FILIÈRE COMME LEVIER DE L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE



www.infiniment-charentes.com



- Contribution aux évolutions de **Loopi Charentes**
- Rédaction de contenus pour **Loopi Voyages**
- Support papier « **Les Charentes à vélo** » dédiée à la filière
- Accompagnement du COSFIC et présence pour la **Semaine Fédérale Internationale de Cyclotourisme**

5

RELATIONS MÉDIA CORPORATE



FAIRE DÉCOUVRIR NOTRE NOUVELLE IDENTITÉ AUX MÉDIAS

Instants presse

Janvier à La Rochelle et Cognac
16 retombées

Conférence de presse Trophées Tourisme & Handicap

3 partenaires - septembre – La Rochelle
7 retombées

Eductour chinois

Avril
6 retombées



Conférences Club Thalasso

Octobre à Paris et novembre à La Rochelle
8 retombées

Étude emplois INSEE

Juin
4 retombées

Notes de tendances

11 retombées



SYNTHÈSE DES INDICATEURS



6
Conférences
de presse



54
Retombées
presse



12
Communiqués
de presse



6

PARTENARIATS



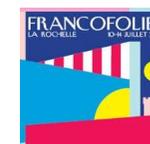
PARTENARIATS

Objectifs :

- Encourager la **culture du partenariat à l'interne**
- Renforcer et développer des partenariats en **cohérence avec notre stratégie**



En cours de réflexion



CHARENTES

TOURISME

Booster d'activité



Charentes Tourisme

Site d'Angoulême
21, rue d'Iéna CS 82407
16024 ANGOULÊME Cedex

Site de La Rochelle
85, boulevard de la République
17076 LA ROCHELLE Cedex 9

Ligne pro : 05 46 31 76 38
pro@charentestourisme.com
www.charentestourisme.com

CHARENTE
LE DÉPARTEMENT

la
Charente
Maritime