

Rapport d'activité 2024



Sommaire

- **Charentes Tourisme
Association à Mission**

- **Objectif 1**

Accompagner les territoires et les filières aux défis environnementaux, sociétaux et aux mutations de notre secteur

- **Objectif 2**

Contribuer à un tourisme équilibré par la satisfaction des habitants, des touristes et des acteurs

- **Objectif 3**

Créer les conditions d'une démarche active de coopération et d'innovation avec l'ensemble de nos partenaires

- **Objectif 4**

Faire de Charentes Tourisme une référence en partageant les réussites collectives et en valorisant les expertises individuelles de son équipe

- **Mission Vals de Saintonge**

Un modèle de mission

↳ qui s'articule autour d'une raison d'être :

**« RELEVER AVEC CRÉATIVITÉ ET
COOPÉRATION LES DÉFIS DES TRANSITIONS
POUR INCARNER ET IMPULSER UN TOURISME
POSITIF ET ÉQUILIBRÉ »**

4 objectifs statutaires :

1

**Accompagner les territoires et les filières
aux défis environnementaux, sociétaux et
aux mutations de notre secteur.**

2

**Contribuer à un tourisme équilibré
par la satisfaction des habitants,
des touristes et des acteurs.**

3

**Créer les conditions d'une démarche active
de coopération et d'innovation
avec l'ensemble de nos partenaires.**

4

**Faire de Charentes Tourisme une référence
en partageant les réussites collectives
et en valorisant les expertises individuelles
de son équipe.**

01

Objectif Statutaire 1

***Accompagner les territoires et les filières
aux défis environnementaux, sociétaux
et aux mutations de notre secteur.***



Objectif 1

**ACCOMPAGNER LES TERRITOIRES ET LES FILIÈRES
AUX DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX, SOCIÉTAUX ET AUX MUTATIONS DE NOTRE SECTEUR**



Décryptons les solutions de demain !

Cet objectif vise à favoriser la prise de conscience et l'engagement des acteurs du tourisme à travers des **actions de sensibilisation** ciblées et des **programmes adaptés** aux enjeux de demain.

Il s'agit également **d'anticiper les mutations** en **contribuant au déploiement de nouvelles pratiques** pour répondre aux défis majeurs du secteur.

Enfin, cet objectif permet **de concevoir et piloter des plans d'adaptation** sur mesure pour aider les destinations et les filières à innover, évoluer et renforcer leur résilience face aux transformations à venir.

Journée des Experts du Tourisme

- **5^e édition de la JET**, le 1^{er} février dernier à Jonzac
Modèle économique payant à hauteur de 20€

Partenaires financiers de l'événement :
ADEME, FDHPA 17, EXCELIA, l'OT Jonzac Haute Saintonge



Sujets évoqués :

- Intelligence artificielle
- Transformation durable du tourisme
- Economie circulaire.



- 3^e édition des « Têtes de la JET » avec remise de 6 trophées

360 participants (21% Charentais - 72% Charentais-maritime)

NPS de recommandation : 28%

(NPS : Net Promoter Score – Indicateur pour mesurer la satisfaction client)



Journée de l'ingénierie Touristique

- **Le rendez-vous des techniciens de collectivités et offices de tourisme**

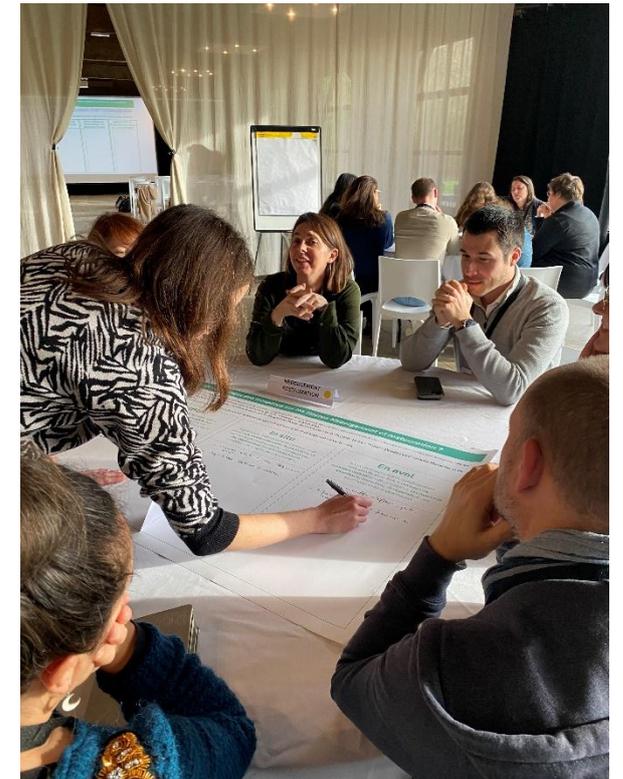
Sujet évoqué :

Adaptation aux aléas climatiques

37 inscrits

NPS de recommandation : 69%

(NPS : Net Promoter Score – Indicateur pour mesurer la satisfaction client)



+ 2 webinaires assurés en 2024

- Comment remettre sur le marché des établissements en friches tout en apportant une nouvelle offre de service pour les touristes et les populations locales [18 structures représentées]
- Présentation de solutions durables et innovantes destinées aux collectivités [10 structures représentées]

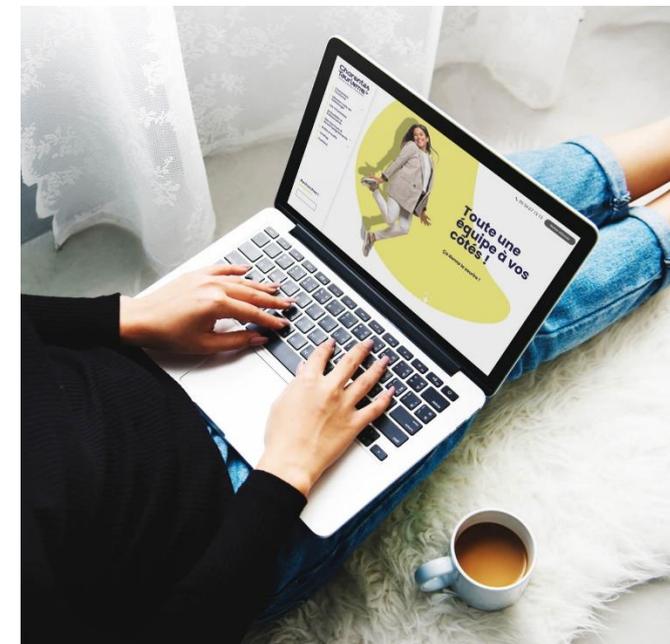
Rencontres Accueil Vélo

- **Des rendez-vous plébiscités**
50 inscrits – NPS : 91 %



Communication régulière auprès des acteurs et territoires

- **www.charentestourisme.com**
 - **41 487** visites
 - **86 444** pages vues
- **9** newsletters multi-sujets et **60** e-mailing adressés avec un taux d'ouverture moyen de **42,5 %**



Fonds Tourisme Durable



- **18** dossiers déposés
- **229 300 €** mobilisés pour des actions et investissements
- **135 000 €** d'aides accordées auprès des acteurs charentais

Loopi

- **17** marques blanches
 - **71 176** visiteurs uniques
 - **735** offres valorisées dans Loopi
- Premiers tests d'un outil intermodalité

loopi



© Istockphoto

Séjours bas carbone

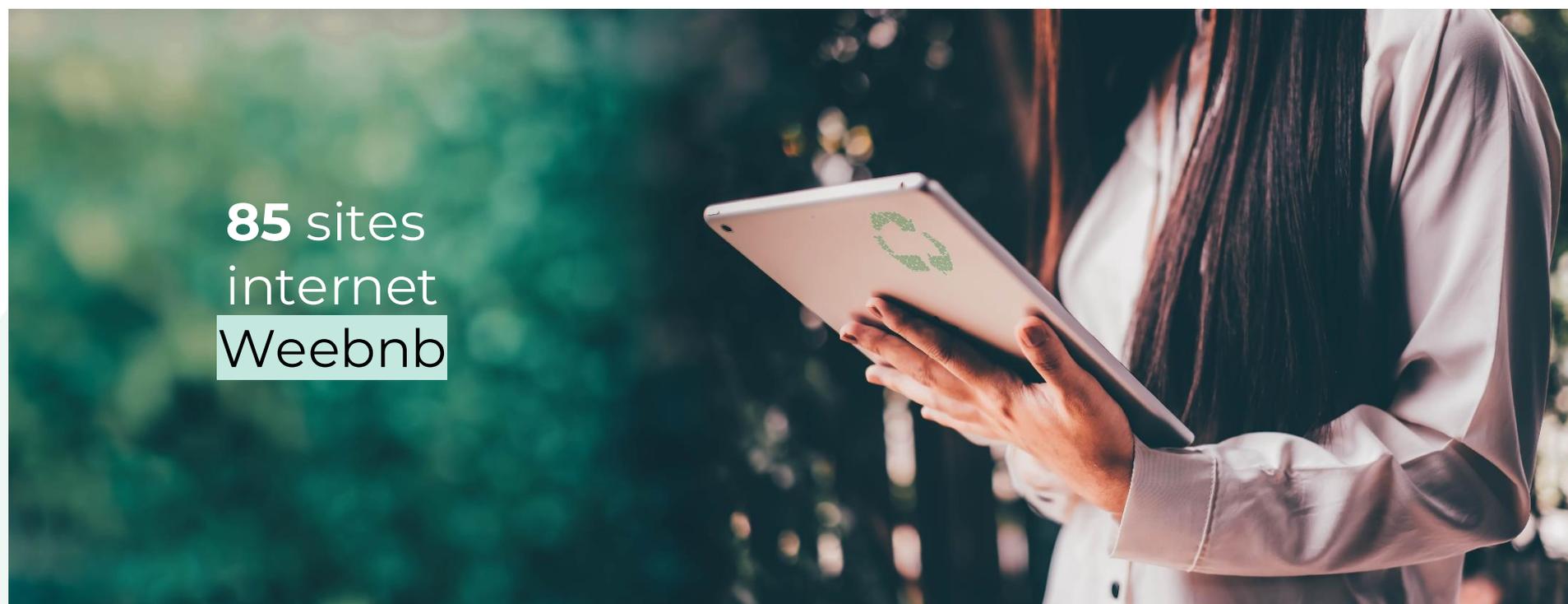
Participation au dispositif initié par le CRT NA, invitant les visiteurs à privilégier les solutions de **mobilités peu génératrices de gaz à effet de serre.**

Séjours accessibles sans voiture, intégrant itinérances à pied ou à vélo, activités sportives ou nature, découverte des produits locaux et privilégiant hébergements et restaurateurs engagés.

- **10** offres créées par les **Offices de Tourisme** de La Rochelle, l'Île de Ré, Angoulême, Marennes-Oléron, Rochefort Océan et Haute Saintonge
- **2** offres élaborées avec **Les Sentiers de la Mer**
- **1** offre avec **Allibert Trekking** sur l'itinéraire de la Vélo Francette



Optimisation et dynamisation de la commercialisation numérique



© Istockphoto

- Vente en ligne via la plateforme **Elloha**
Volume d'affaires = **11,7 M €**
(part des ventes en direct : 77 %)

Ingénierie de territoire



- **1** production de **schéma de développement durable du tourisme** pour l'agglomération de Saintes en partenariat avec la Mona
- **2** accompagnements en Charente pour la compréhension de la nouvelle réglementation sur les changements d'usage

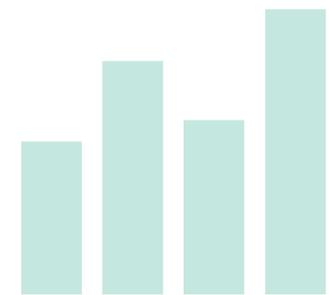
Data et Intelligence touristique...



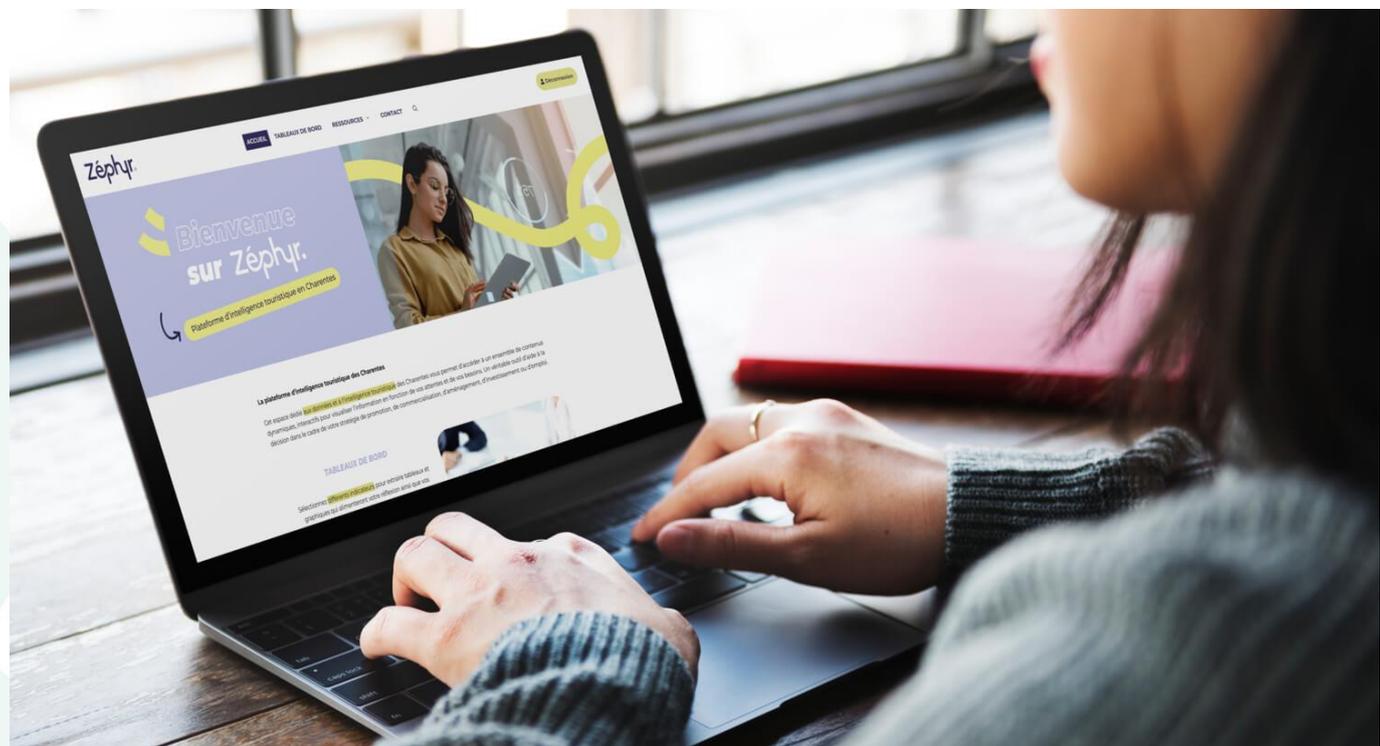
- **3** bilans réalisés sur l'activité touristique
- **2** éditions Instants data – Fréquentation
- **2** Instants Data Locations saisonnières
- **1** Edition chiffres-clés de l'activité touristique 2023
- **7** enquêtes de conjoncture
- **9** baromètres de fréquentation à l'échelle des Charentes, de la Charente et de la Charente-Maritime
- **15** partenaires accompagnés

... autour de la plateforme **Zéphyr**

- **Tous les OT et EPCI** ont un accès privilégié à Zéphyr
- **10** territoires ont contractualisé pour disposer de leurs **données territoriales** sur la plateforme



Nouvelle version en développement, mise en ligne début 2025...



Objectif 1

Accompagner les territoires et les filières aux défis environnementaux, sociétaux et aux mutations de notre secteur.

Sensibilisation et formation aux défis



JET

Journée des Experts du Tourisme
360 inscrits - NPS : 28%
(32% répondants)



Journée de l'Ingénierie Touristique
37 inscrits - NPS : 69%
(50% répondants)



Rencontres Accueil Vélo
50 inscrits - NPS : 91%
(44% répondants)



Newsletters multi-sujets mensuelles
Taux d'ouverture moyen de 42%
(+5%)



Plans d'adaptation



Transformation numérique
85 comptes sites internet Weebn
(-8%)



Fonds Tourisme Durable
18 dossiers déposés
229 300 € d'actions et investissements
135 000 € d'aides



Data & intelligence touristique
40 accompagnements
15 collectivités et offices accompagnés



Ingénierie
78 accompagnements de collectivités offices
(-6%)



02

Objectif Statutaire 2

***Contribuer à un tourisme équilibré
par la satisfaction des habitants,
des touristes et des acteurs.***



Objectif 2

**CONTRIBUER À UN TOURISME ÉQUILIBRÉ PAR LA SATISFACTION
DES HABITANTS, DES TOURISTES ET DES ACTEURS**



Concentrons-nous collectivement sur ce qui compte le plus !

Cet objectif vise le développement d'un tourisme attentif à la fois à la **satisfaction de ses visiteurs et des acteurs** et à **l'acceptabilité des habitants** du territoire.

Le déploiement de marques et de labels permet de structurer **une destination accueillante et durable** et **d'identifier, qualifier et valoriser une offre de tourisme et de loisirs engagée**.

Ces actions contribuent à **améliorer l'expérience des visiteurs tout en encourageant une consommation respectueuse des ressources** locales.

Des marques au service d'une offre de qualité



926
classements
réalisés



276
prestataires
identifiés



464
structures
labellisées



93 prestataires et
126 prestations
labellisés



17
audits blancs
menés



29 dossiers pour
66 chambres



90 parcours dont
6 nouveaux
proposés en 2024

Ingénierie de projet

34 accompagnements

- 10 en Charente
- 23 en Charente-Maritime
- 1 en Charentes

Prospection investisseurs

- 3 implantations
- 8 opportunités publiques à enjeux valorisées
- 18 nouveaux projets d'investisseurs potentiels détectés

3. Rapport d'étonnement et enjeux

NOTRE LECTURE



La campagne à la ville, avec des connexions fluvestre, historique, urbaine à créer (centre-bourg, le fleuve, Angoulême)

La présence d'un réseau hydraulique historique sur le site, une opportunité pour le maraîchage (production du verger, volet pédagogique)

Un panorama, un cône de vue naturel et urbain à raconter (La Charente, le plateau d'Angoulême, l'ancien site de la Poudrerie)

Un lieu ouvert à la promenade, aux familles et encore secret, préservé comme un atout positif

Une continuité écologique et de loisirs et une clientèle itinérante à cibler (fleuve, Coulée Verte, Flow vélo)

Un écrin de nature, îlot de fraîcheur et « poumon vert », un coteau accessible avec une maîtrise foncière, aux fonctions différentes (Jardin public-Château-Parc paysager Logis)

Un logis, un lieu de villégiature à taille humaine à caractère architectural commun dans un cadre paysager de qualité

Intérêt de lier le projet au territoire (offres), aux liaisons douces (mobilité)
S'inscrire dans le rayonnement culturel et touristique
Le coût pour la collectivité et les obligations du leg

Etude Logis de Chalonne - 2024



Relations Presse France NEWS

86 médias accueillis

Echappées Belles, Maison Côté Ouest, TF1, Le Monde...



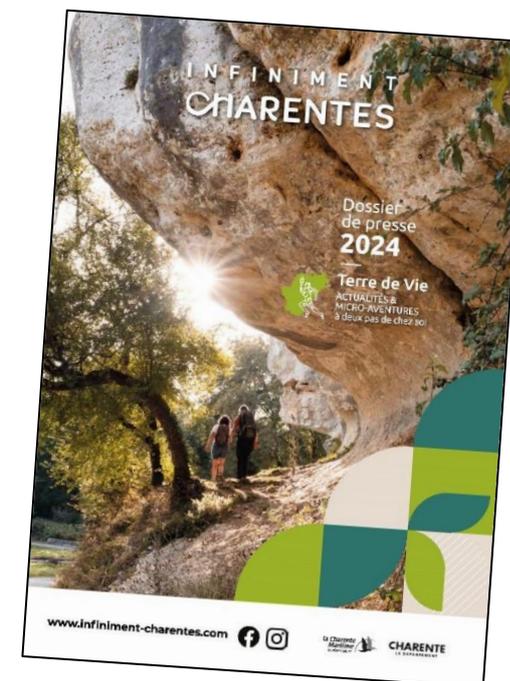
**Echappées
Belles
France 5**

Diffusion 18 mai 2024

1,02 million

de téléspectateurs

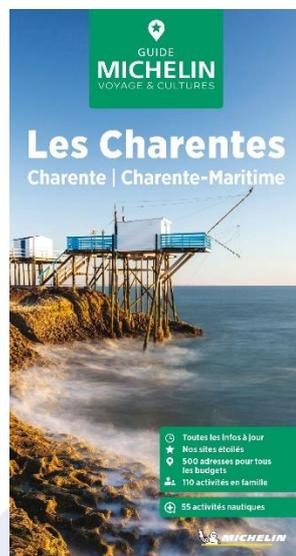
CVP 587 412 €



Médiathèque des Charentes

- Nombre d'utilisateurs : **643**
- Nombre d'éléments mis à disposition : **9 958**
- Nombre d'éléments téléchargés : **5 514**

Partenariats Editeurs - Guides touristiques

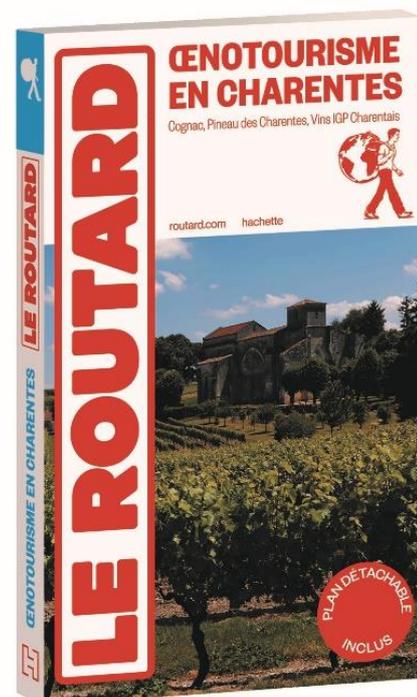


Réédition
468 pages
avec en 2024,
12 nouvelles
étoiles attribuées
à 8 sites.

Michelin Les Charentes

Parution en mars

- 1 conférence de presse
- 14 retombées
- 1,78 million d'audience
- 57,8K€ CVP



Nouveau

160 pages valorisant
l'offre œnotouristique
12 000 ex

14 partenaires et
3 interprofessions
impliqués.

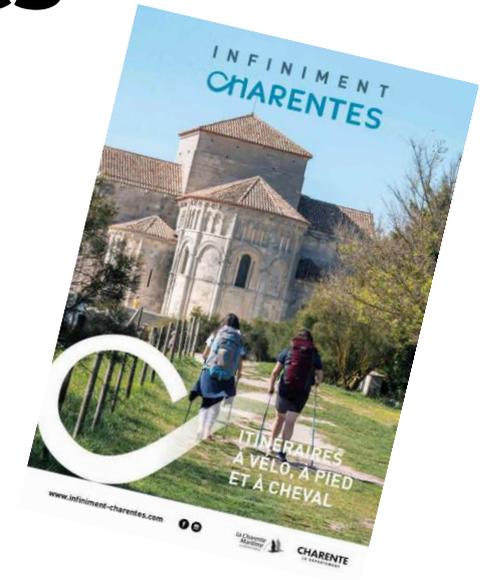
Routard - Hachette Œnotourisme en Charentes

Parution en avril

- 1 conférence de presse
- 17 retombées médias
- 387 K d'audience
- 27K€ CVP

Communication autour des mobilités douces

- Réédition de la carte itinéraires à vélo, à pied et à cheval : **20 000 ex.**
- Création de vidéos de promotion de la randonnée pédestre : **1 généraliste – 4 capsules par GR**
- Lancement du **Concours Explor'Acteurs**
Des ambassadeurs charentais ont testé un séjour de randonnée itinérante, à pied ou à vélo et partagé leur expérience sur Instagram



7 ambassadeurs

3 produits valorisés : tronçons de la Flow Vélo, du GR ® 655 et de la Roue Blanche

Explor'Acteurs
INFINIMENT CHARENTES



Communication digitale

- Site web inspirationnel

www.infiniment-charentes.fr

- **1 017 616** visites
- **1 820 445** pages vues
- **45 285** conversations enregistrées avec le Chatbot
- Pages les plus vues : Agenda
- **11** newsletters auprès de **15 200** contacts
Taux d'ouverture moyen : 24 %
- **65** publications Facebook - 153 428 followers
- **265** publications sur Instagram - 26 690 abonnés
Taux d'engagement : **7,14 %**



Objectif 2

Contribuer à un tourisme équilibré par la satisfaction des habitants, des touristes et des acteurs

Développer une offre équilibrée



Favoriser une demande équilibrée



03

Objectif Statutaire 3

***Créer les conditions d'une démarche active
de coopération et d'innovation
avec l'ensemble de nos partenaires.***



Objectif 3

**CRÉER LES CONDITIONS D'UNE DÉMARCHE ACTIVE DE COOPÉRATION
ET D'INNOVATION AVEC L'ENSEMBLE DE NOS PARTENAIRES**



Favorisons les synergies et l'intelligence collective !

Cet objectif soutient les projets qui favorisent **les synergies durables, les dynamiques collectives et les réponses innovantes** à des besoins émergents.

Ces projets sont portés par **des acteurs partageant une vision commune et des valeurs de coopération**, où chacun joue un rôle actif et complémentaire.

Ils impliquent une **mutualisation des ressources et des compétences entre structures publiques et privées**, dans une logique de confiance et d'engagement partagé, afin de répondre ensemble aux défis des transitions.

Partenariat CRT Nouvelle-Aquitaine

Une nouvelle dynamique pour renforcer les synergies

Signature d'une convention-cadre pluriannuelle

Objectif : **mutualiser les axes de collaboration, les actions et les expertises pour en améliorer l'efficacité et la lisibilité** au bénéfice des acteurs locaux du tourisme et du développement durable du tourisme en Charentes et en Nouvelle-Aquitaine.



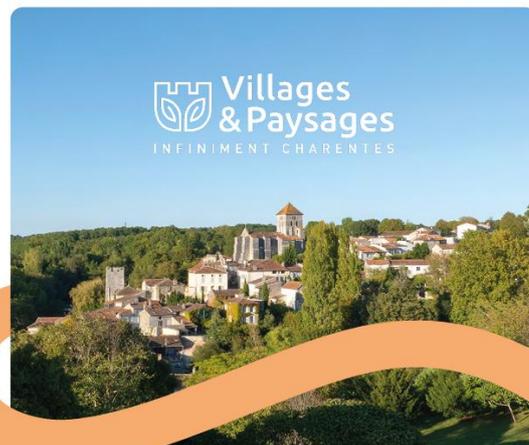
+ de 20 partenariats noués en 2024
Avec des acteurs clés comme l'UMIH17, Les Maires pour la Planète, Excelia, l'Université de la Rochelle, Crédit Agricole Charentes Périgord...



- **18** partenaires (10 en Charente, 8 en Charente-Maritime)
- Démarche de « tourisme créatif »
Creative Tourism network
- **22** expériences autour des artisans d'art cocréées.
- Insertions presse, vidéo cobrandée...



© S. Laval



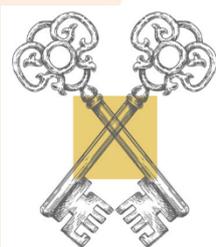
- **8** partenaires
- Campagne de sponsoring sur les réseaux sociaux
- Campagne de diffusion d'un spot dans les cinémas (16, 17, 86, 79) touchant **39 581** personnes.



© Unsplash ; Charentes Tourisme

CLUB INFINIMENT CHARENTES
INCONTOURNABLES

- 8 partenaires
- Relations presse : 51 retombées
CVP estimée : 370 575 €
- Campagne webmarketing :
279 000 personnes touchées



Trésors des
Charentes

- 36 partenaires
- Ateliers de professionnalisation assurés par Charentes Tourisme auprès des membres du réseau

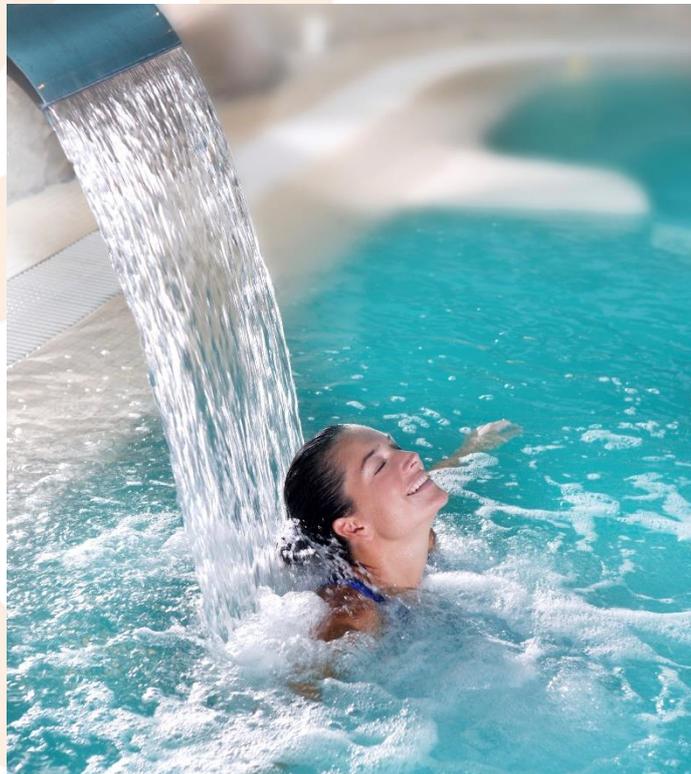
CLUB INFINIMENT CHARENTES
COUPS DE CŒUR

- 11 partenaires
- 57 000 ex booklet diffusés via Sud Ouest et La Charente Libre
- Diffusion vidéo dans 93 salles de cinéma (16, 17, 86, 79)
- Campagne de webmarketing :
33 949 clics vers les offres partenaires





- **4** partenaires
- Campagne de marketing d'influence : **90** contenus produits ciblant les 25-44 ans.
- Relations presse : **19** retombées médias – CVP estimée **249 900 €**



© Istockphoto



- **3** partenaires
- Relations presse
- Vidéo du club :
- campagne de webmarketing sur Instagram et Facebook (156 321 personnes touchées), de sponsorisation sur You Tube



© S. Laval

2 clubs ciblés OT et hébergeurs

Club des Offices de Tourisme

- **14** partenaires regroupés autour de relations presse partagées
- **87** retombées média :
30 pour la Charente, 48 pour la Charente-Maritime, 9 pour les Charentes
CVP estimée : **1 243 205 €**

Club ULICE

- **1 110** propriétaires de meublés et chambres d'hôtes
- **2** rencontres - **7** webinaires



Rendez-vous Décllic

Bourse d'échange de la documentation touristique en Charentes organisée pour mieux prescrire et promouvoir la destination.
210 structures touristiques inscrites en tant qu'exposants ou visiteurs (22% Charente – 76% Charente-Maritime).

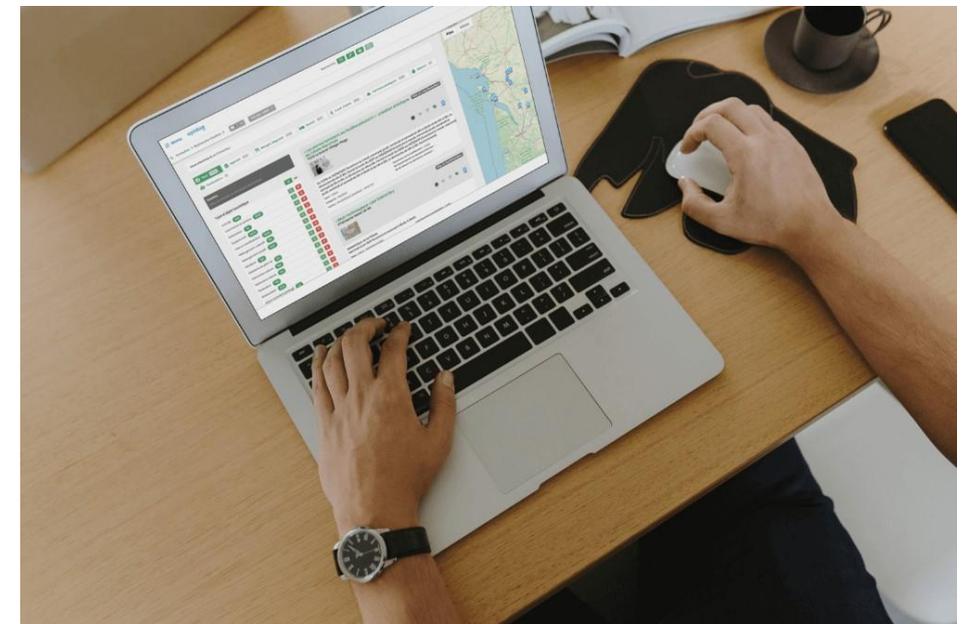
APIDAE

systeme d'information touristique des Charentes

- **47 423** fiches versées
hébergements, restaurants, sites de visites, activités de loisirs, agenda des manifestations, circuits et itinéraires, produits du terroir, équipements, commerces et services.
- **32** membres actifs :
OT, CDA, CDC, Mairies, FDHPA, départements, Chambre d'Agriculture...
- **190** projets numériques créés

Interconnecté avec

- La **GRC AVIZI** pour gérer les relations avec les clients et les prestataires
- Le **module de gestion des disponibilités des hébergements « DISPOS AVIZI »** en lien avec la solution ELLOHA



Portail national Open Data
Plus de **9 200** offres issues
d'APIDAE exploitées

2 contrats de destination animés



- **12** partenaires
- **13** éductours, soit 56 agences de voyage, TO, réceptifs.
- **5** campagnes marketing BtoB et BtoC sur les marchés britanniques et américains
- Participation au salon **Destination Vignobles**
- **4** newsletters BtoB : taux d'ouverture moyen **47 %**
- **Relations presse** générant **94** articles – CVP : 10 millions d'€

Destination
Côte Atlantique



- **37** partenaires
- **Relations presse** : **84** retombées dont 53 valorisant la Charente-Maritime
- **2** campagnes digitales sur le site allemand komoot
- **Campagne publi-rédactionnelle** sur le portail de réservation Pincamp.de
- **160 000** visites sur le site web allemand
- **2** newsletters BtoB : taux d'ouverture moyen **55 %**
- Création d'un parcours de micro-formation en ligne gratuit dédié à l'accueil de la clientèle allemande 37

Pilotage d'itinéraires vélo



Lancement de la véloroute La Vélidéale (V93)

- **665 km** de Royère-de-Vassivière jusqu'à Saint-Nazaire
- Itinéraire engagé et référent de la biodiversité avec ses 5 Parcs Naturels Régionaux
- **Relations presse** : **132** retombées – CVP : **747 000 €**
- Création comptes **Facebook** et **Instagram**
- Création **site internet** : **20 537** visiteurs
- 1 dépliant : **20 000 ex**
- Reportage **photos**
- **Topo-guide** Chamina

Extension de la Véloroute La Flow Vélo jusqu'à Sarlat (V92)

- **400 km** de l'Île d'Aix à Sarlat
- Dépliant : **15 000 ex.**
- **Relations presse** : **23** retombées – CVP : **126 070 €**
- Reportage photos – Création de **4 capsules vidéo**
- **Site internet** : **108 336** visiteurs



EuroVelo 1 La Vélodyssée



- Relations presse : **33** retombées dont 7 concernant la Charente-Maritime – CVP 73 790 €
- Résultats de l'étude de fréquentation et des retombées économiques 2023 : **3,9 millions de sorties** dont **0,4 en Charente-Maritime** **124,6 millions d'€** dont **17,5** en Charente-Maritime.

Janvier 2024

Reprise du pilotage de l'EuroVelo 3 La Scandibérique



Participation aux comités d'itinéraires





Organisation du pilotage de la Route des Cardinaux

- 1 comité de pilotage – 6 comités techniques
- Tracé itinéraire validé : **350 km** balisés
- Reportage photos
- Création de séjours valorisés sur la plateforme Hudada



Comité d'itinéraire Frankton

Participation au Cotech Communication

Métavers de destinations

1^{er} métavers français de destinations développé en partenariat
Objectif : capter la génération Z



LEKKO, accélérateur du tourisme durable



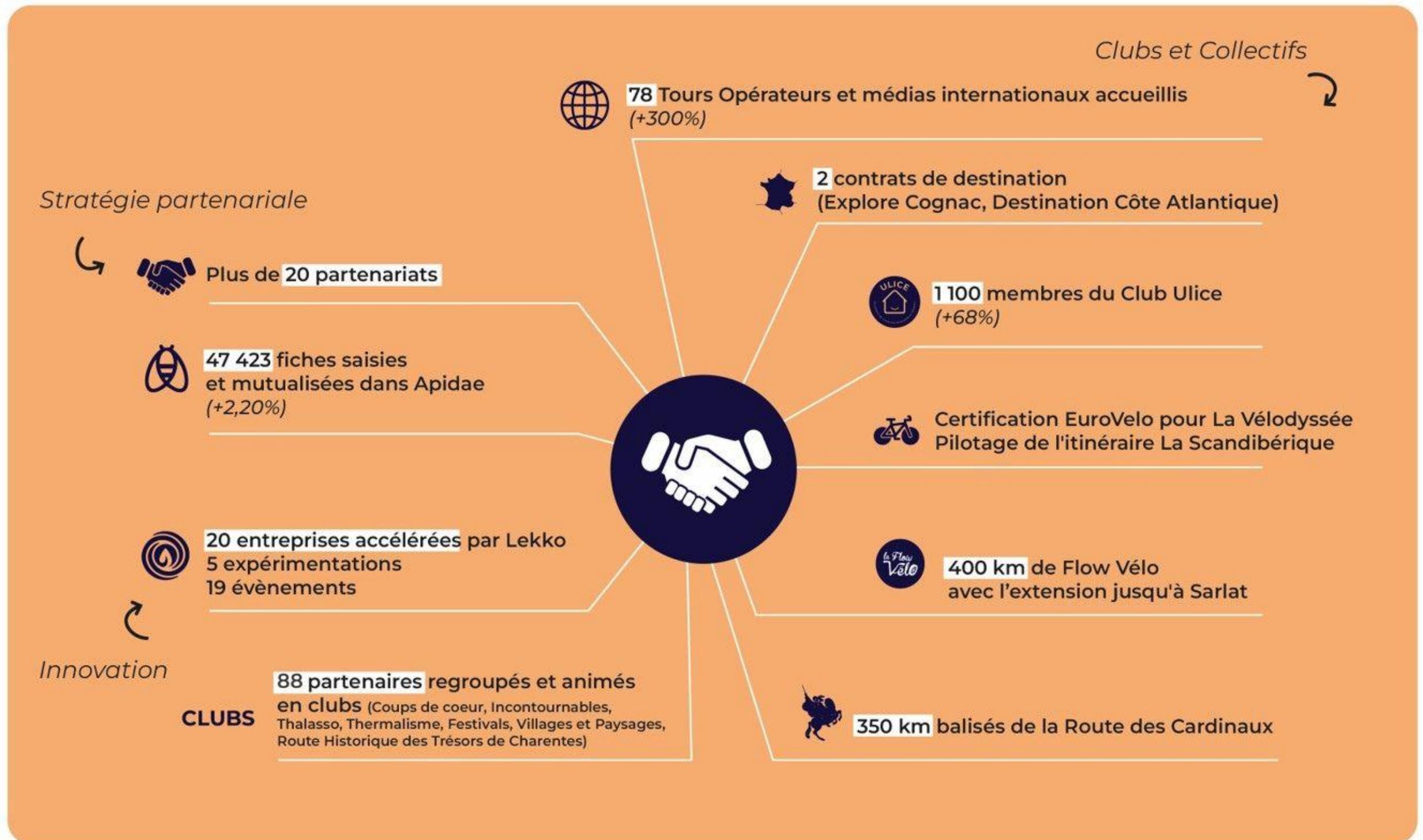
- 20 entreprises accompagnées
- Organisation des rencontres Lekkonect



C' Quelques chiffres à retenir

Objectif 3

Créer les conditions d'une démarche active de coopération et d'innovation avec l'ensemble de nos partenaires



04

Objectif Statutaire 4

***Faire de Charentes Tourisme une référence
en partageant les réussites collectives
et en valorisant les expertises
individuelles de son équipe.***



Objectif 4

FAIRE DE CHARENTES TOURISME UNE RÉFÉRENCE, EN PARTAGEANT LES RÉUSSITES COLLECTIVES ET EN VALORISANT LES EXPERTISES INDIVIDUELLES DE NOTRE ÉQUIPE



Impulsons une énergie positive !

Cet objectif place **l'humain** au cœur de l'action pour renforcer **la cohésion, l'engagement et l'alignement** avec le modèle de mission.

Forte de plus de 60 collaborateurs et collaboratrices répartis à Angoulême, La Rochelle et Saint-Jean-d'Angély, Charentes Tourisme s'appuie sur **les compétences de chacun, favorise l'épanouissement professionnel et valorise les réussites collectives** pour impulser une dynamique positive et durable.

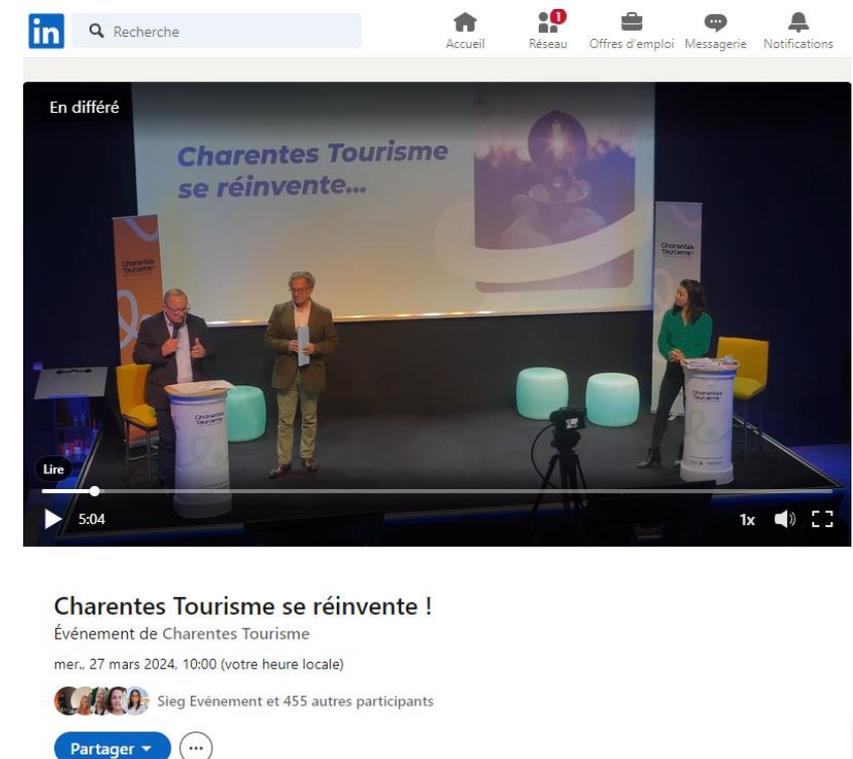
Charentes Tourisme devient association à mission

- Nouvelle marque
- [Vidéo](#) de présentation



Live « Charentes Tourisme se réinvente »

- Organisation d'un **événement hybride** au sein du Biôpole de Léa Nature
- Présentation du modèle à mission, des objectifs statutaires associés, et de la nouvelle marque corporate.
- **40** invités sur site et **460** personnes inscrites au Live sur LinkedIn
- **156** heures de visionnage cumulées



Podcasts « les pieds dans le plat »

Des conversations inspirantes entre un collaborateur de Charentes Tourisme et un invité expert pour apporter un éclairage sur les enjeux actuels du secteur touristique.

- **7** épisodes
 - **+ de 3 000** écoutes actives
 - Auditeurs originaires à 36 % de nouvelle Aquitaine et 21 % d'Île de France
 - **2^e prix** aux trophées de la Communication
- Communication touristique : menace ou opportunité pour les territoires ?
 - La pratique du vélo : où sont les femmes ?
 - Vacances pour tous : leurre ou réalité ?
 - Événements éco-conçus : simple business ou acteur du changement ?
 - Profits durables : mythes ou réalité ?
 - Tourisme & IA, opportunité ou bullshit ? La génération Z en vacances : influenceurs ou influencés ?



Présence renforcée sur LinkedIn...



- **7 790** abonnés
- **104** publications
- Taux d'engagement moyen de la page : **15,06 %**

... et dans la presse pro et locale

- **2** dossiers de presse corporate
- **11** communiqués de presse
- **13** infos presse
- **5** rencontres et conférences presse
- Audience : **93 382 956 personnes**
- CVP : **1 463 380 €**

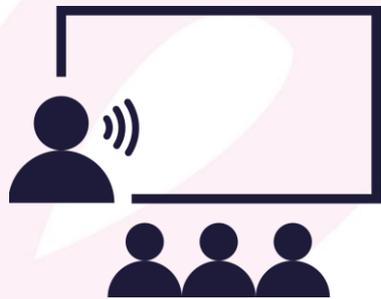


Plan de développement des compétences

Simbel

Charentes Tourisme s'est dotée d'un outil pour :

- Centraliser les demandes de formation
- Faciliter la procédure de demande et de validation
- Optimiser le suivi des dossiers



- **1 047 heures** de formation dont 147 heures de formation liées à l'obligation légale et réglementaire relative à l'hygiène et la sécurité (sauveteur secouriste du travail, sécurité routière)
- **44 salariés** ayant participé à au moins une formation soit : 37 femmes, 7 hommes

En 2024

2 alternants – 11 stagiaires – 2 services civiques en collaboration avec l'OT de Saintes

C' Quelques chiffres à retenir

Objectif 4

Faire de Charentes Tourisme une référence, en partageant les réussites collectives et en valorisant les expertises individuelles de notre équipe.

Plan de communication & presse

Amélioration continue de la performance



Questionnaire QVCT : 90% répondants
Vis ma vie au travail : 15 participants
Stage sécurité routière : 18 participants



2 alternants
11 stagiaires
2 services civiques en collaboration avec l'OT de Saintes



Stratégie d'inclusion



Live "Charentes Tourisme se réinvente"
495 participants – 2 300 vues



+ de 3 000 écoutes actives des Podcasts Les Pieds dans le Plat
2^e prix aux Trophées de la Communication



7 790 abonnés LinkedIn (+22%)
104 publications
Taux d'engagement moyen de la page : 15,06 %



Audience 93 382 956 lecteurs / auditeurs / téléspectateurs
CVP : 1 463 380 €



05

Mission

Vals de Saintonge





Rapport d'activité

-

Actions

**à destination des
consommateurs
de la destination**

Accueil Public

- **548** jours d'ouverture cumulés (BIT, hors les murs)
- **12 223** contacts enregistrés dans les 4 Bureaux d'Information Touristique et en accueil hors les murs
83 % au guichet – 13 % par téléphone
- **19 752** visiteurs (personnes physiques) accueillis

- Poids de la clientèle d'origine française : **91 %**

Top 3 des régions françaises

Nouvelle-Aquitaine
Île-de-France
Pays de la Loire

- ### Top 3 des demandes
1. Services pratiques
(plans, carte, billetterie)
 2. Patrimoine
 3. Manifestations

- Poids de la clientèle d'origine étrangère : **9 %**

Top 3 nationalités



Médiation

Objectifs : Valoriser les monuments emblématiques sur le chemin de Saint-Jacques de Compostelle, privilégier la relation avec un guide, expérimenter de nouvelles médiations, rayonner en Vals de Saintonge, impliquer les acteurs locaux

2 guides saisonniers recrutés
en complément du médiateur OT

- **Visites monuments :**
Tours, Donjon, Tour de l'Horloge : **3 088 pers.**
- **Visites guidées :**
Eglise d'Aulnay, Abbaye Royale, St Jean d'Angély, St Savinien sur Charente, balade 0-6, Vol immersifs, joëlette **486 pers.**
- **Animations dans les BIT:**
rencontres gourmandes, atelier: **113 pers**

3 687 pers. accueillies via la médiation

Projet soutenu par l'Europe



Cofinancé par l'Union européenne



Boutique



**Chiffre d'Affaires
Boutique**

18 574 €

Billetterie



**Chiffre d'Affaires
Billetterie**

47 460 €

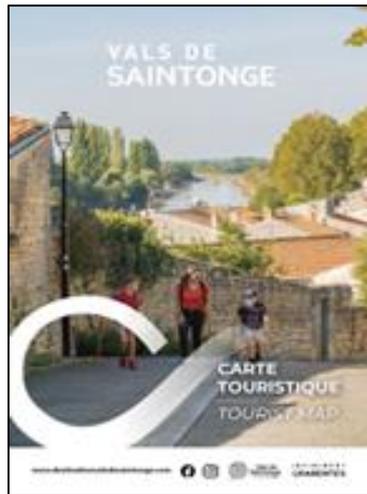


Dispositif Val'Idées

Inciter et fidéliser habitants et visiteurs à découvrir les Vals de Saintonge en permettant aux clientèles de bénéficier d'offres préférentielles.

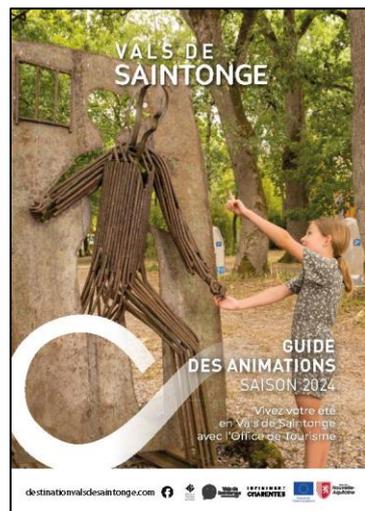
En 2024, pour sa 4^e édition, nouveau logo, nouvelles offres, nouveau principe... L'acquisition de la carte permet d'accéder à des réductions d'au moins 5% proposées par une trentaine de prestataires, partenaires du dispositif valorisé sur le site destinationvalsdesaintonge.com dans le guide des animations ou sur la carte touristique.

335 cartes distribuées.



Carte touristique 2024

Nouvelle carte venue supplanter le guide vacances, avec un verso revisité permettant de valoriser sites, activités, infrastructures, mobilités douces, les dispositifs Par ici et Val'Idées. **15 000 exemplaires. Taux de diffusion : 70 %**



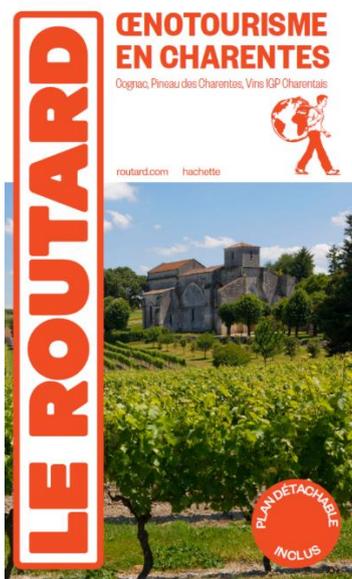
Guide des Animations

Document de séjour valorisant les animations proposées par l'Office ainsi que les dispositifs Par Ici ou Val'Idées

3 500 exemplaires

Taux de diffusion : 100 %

486 visiteurs individuels accueillis en visites guidées lors de la programmation estivale.
297 en visites groupe



Guide du Routard Œnotourisme en Charentes

Participation à ce guide dédié à l'œnotourisme, vecteur d'attractivité fort auprès des clientèles nationales et locales en recherche d'authenticité, de partage et de produits du terroir. Un opus référencé dans les réseaux de points de vente de Hachette en France, Belgique, Suisse et Canada francophone.

60 ex. mis à disposition de l'Office pour ventes en boutiques 6

Mobilités douces

- **Carte "itinéraires à vélo, à pied et à cheval"**
(avec mise en avant du territoire)
- **Vidéos randonnée pédestre**
« Randonnée en Charentes :
une Aventure à pied ! » et GR655
- **Concours Explor'acteurs**
avec mise en avant du territoire



Laure,
explor'actrice
sur le GR ® 655



Loopi

- **Poursuite de l'intégration de l'offre** vélo et pédestre de la CDC Vals de Saintonge dans Loopi
- **Communication renforcée** sur le dispositif

Site internet grand public

Site www.valsdesaintonge.com

- **116 614** visites
- **211 297** pages vues

Consultation des fiches SIT

- **22 615** visites
- **Top 3** : l'étang de l'Hommeée, la Base de loisirs de Bernouet et la piscine Saint-Hilaire de Villefranche.



- **818** créations uniques de fiches en 2024 dont **300 créées** via le formulaire Apidae intégré au site internet
- **Taux de transformation** des fiches : **5,81 %** pour **116 614** sessions



- Top 3
des pages
les plus vues**
- 1.** Page Accueil
 - 2.** Article Canoë Kayak à Saint-Jean-d'Angély
 - 3.** Article « 10 idées de randonnées »

12 newsletters mensuelles envoyées
Taux d'ouverture : **36 %**

Par'ici

Webapp optimisée pour l'usage mobile à destination des habitants et des touristes en mobilité sur le territoire, qui permet de valoriser des suggestions d'activités en fonction de la localisation, de l'heure ou du temps.

Chiffres clés Par Ici

- Visites : **7 000**
- Pages vues : **22 800**

Sources de Trafic

- Campagne META 57%
- Moteur de recherche : 18%
- Entrée direct : 12%
- Sites web : 7,5%
- QRCode : 5,5%



Par'Ici

Campagne Meta Par Ici

- Du 12 juillet au 19 août et du 18 octobre au 2 novembre
- 800 € de budget
- **555 218** Impressions
- **5 834** clics avec une très belle performance de la campagne des vacances de la Toussaint

Campagne d'affichage print
5 emplacements
(prêt gracieux de la mairie de Saint-Jean-d'Angély)
sur le mois d'août, sur une période de 15 jours en périphérie de la ville



Mise en avant dans le dossier de presse 2024 de Charentes Tourisme

Participation au CLUB PRESSE des Offices de Tourisme

- 1 page dédiée dans le dossier de presse Club 2024
- 2 Communiqués de presse : En avril - « Vivre les Charentes autrement : des escapades nature pour explorer des paysages authentiques » et en septembre - « Une rentrée culturelle dynamique dans les Charentes »
- 1 Voyage de presse du 29 au 31 mai 2024 « Le printemps en Charentes, entre culture et nature » / 4 médias.

Partenariat avec France Bleu La Rochelle

- Visibilité de VDS du 30/09 au 4 octobre dans « l'heure du jeu » (un séjour offert en VDS)

À 2 pas

Au programme :
Notre cabane au fond des bois

Circuit
Saint-Jean-d'Angély - Saint-Savinien

Temps conseillé
2 jours / 1 nuit

Déplacements
Marche
+ vélo à assistance électrique

JOUR 1

10h, départ de Saint-Jean-d'Angély
On récupère les VTC réservés sur internet auprès de VDS Mobilité. Puis direction les halles de Saint-Jean-d'Angély, bien achalandées en produits locaux pour notre pique-nique.

11h, en route vers Saint-Savinien
On passe par les petites routes, itinéraire est facile, super pour les enfants ! On met 1h30 pour parcourir 18 km en prenant notre temps.

12h30, île de la Grenouillette
On pique-nique dans le parc de l'île de la Grenouillette. Une stèle en bord de Charente serait la bienvenue... Mais les enfants veulent visiter - il faut dire que Saint-Savinien, labellisé Ville et Métiers d'Art et Petite Cité de Caractère, ne manque pas de trésors. On tombe sur l'insolite Musée de la Miniature. Diorames et maquettes nous font voyager en 1900... On échange avec Liz, la propriétaire : les enfants restent bouche bée devant son atelier !

18h, en route pour Les Nouillers
Il faut moins d'une demi-heure pour faire le parcours à vélo jusqu'aux Cabanes de Bois Charmant. Au cœur des bois, une cabane perchée dans un arbre nous attend pour la nuit. Le lieu est féérique... On dîne en famille à la table d'hôte du château. On s'endort tous ensemble, blottis dans notre cabane, au son du vent dans les branches.

JOUR 2

5h30, départ au lever du soleil
Les enfants ronchonnent un peu mais la surprise qui les attend vaut les grognements ! Notre destination est l'un des plus beaux « spots » de pique-nique de Charente-Martinie - la Butte de Puyroland. Dans la lumière matinale, le panorama est à couper le souffle. L'église Saint-Pierre, bâtie en haut du « tertre » à 50 m d'altitude domine la vallée de la Trézence. Personne aux alentours. La mauvaise humeur des enfants ne résiste pas à ce paysage enchanteur !

11h, Saint-Jean-d'Angély
A Saint-Jean-d'Angély, on visite à pied le centre historique. Puis rendez-vous au Musée des Cordeliers : les enfants appréhendent le fonds consacré aux expéditions Citroën en Afrique et en Asie grâce à un livret-jeu.

16h, direction l'Abbaye Royale
Impossible de quitter la ville sans avoir vu l'Abbaye Royale, classée au patrimoine mondial de l'UNESCO au titre des chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle. L'héritage architectural des lieux est redoublé par le fait qu'elle abrite la Micro-Folie, à la fois FabLab, espace de réalité virtuelle, espace scénique et musée numérique dévoilant des milliers d'ouvrages issus de musées nationaux ou internationaux. Suffisant... et gratuit !

19h, dîner au Scorpion
Les enfants ont été courageux et curieux toute la journée. Alors récompense collective - un dîner au Scorpion, restaurant gastronomique au sein de l'Abbaye Royale. On se délecte de la cuisine allant terroir et notes d'exotisme du chef Thomas Routhiau qui a une prédilection pour le travail du poisson. Point final parfait pour notre aventure en Vals de Saintonge.



Rapport d'activité

-

Actions

**à destination des
acteurs touristiques
et collectivités**

Objectifs

Contribuer à la **transformation des pratiques de la filière tourisme face aux défis environnementaux** pour favoriser :

- La baisse des émissions carbone
- La préservation de l'environnement, de la biodiversité et des ressources
- L'adaptation au changement climatique



Actions

Déploiement **Fonds Tourisme Durable**

- **2** structures accompagnées en 2024
- **48 000 € d'aides** générées pour un **investissement de 94 000 €**



Bilan de fin du dispositif en décembre 2024 :

- **6** structures accompagnées
- **118 500 € d'aides** générées pour un **investissement de 212 600 €**

Classement des meublés de tourisme

- **22** meublés classés en 2024 en VDS soit 2 % du volume total de **926** pour toute l'année



Tourisme & Handicap

- **3** nouvelles labellisations :
Meublé « Logis de Valentine » à Bignay
Le « Gîte du court caillou » à Saint-Georges-de-Longuepierre
Le Gîte « Halte du Pinson Junior » à Aumagne
- **1** renouvellement : le « Musée des Cordeliers »

Marque Accueil Vélo

- **Animation de réseau :**
Rencontre des labellisés Accueil Vélo des Charentes
Développement boîte à outils
Organisation 3 webinaires thématiques



- **Information et sensibilisation des labellisés potentiels**

- Participation au lancement de saison (information sur la marque)
- Rendez-vous de sensibilisation auprès des acteurs du territoire

Eductour pro

14 mars 2024

Journée de découverte à travers plusieurs sites des Vals de Saintonge : Musée des Cordeliers et Abbaye Royale à Saint-Jean d'Angély, Auberge "Les Sources du Moulin" à Migré, Musée de l'Ecole Publique à Vergné. Echanges constructifs entre acteurs du tourisme et découverte de sites de visite et de nouvelles méthodes d'accueil.

- **18 structures** du territoire
- **NPS +89**

(NPS : Net Promoter Score – Indicateur pour mesurer la satisfaction client)



Participation à Déclic

28 mars à Saintes

Distribution de **1 100 cartes des Vals de Saintonge** aux 250 professionnels présents et originaires des Charentes.

Lancement de saison

4 avril 2024 à Aulnay-de-Saintonge

Balade en vélo électrique à la découverte des "Grands Chemins" et atelier de réparation en collaboration avec VDS Mobilité, visite guidée pédestre, bourse d'échange de documentation, interventions sur la thématique des mobilités douces, présentation des nouveautés, temps d'échange...

- **27** structures touristiques participantes
- **NPS +67**

(NPS : Net Promoter Score – Indicateur pour mesurer la satisfaction client)

Afterwork

11 avril 2024 à l'Eden

Mobilisation pour une action solidaire.

- **800 €** de bénéfices reversés à l'association locale "On S'porte pour toi".
- **130** personnes ont participé à cette soirée festive et musicale dont des acteurs du tourisme du territoire.



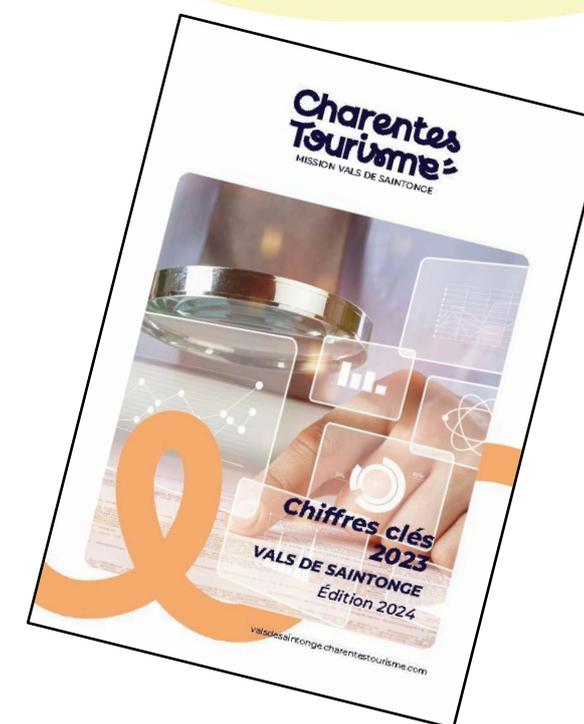
Auprès des Collectivités et porteurs de projets privés

- **1** étude d'opportunité pour la valorisation de la maison Grelaud à Aulnay
- **1** suivi de projet d'implantation de camping - Groupe Alpha / Thors
- **2** contributions à des études relatives à des projets publics en tant que ressource
- **4** contributions à l'accompagnement de porteurs de projets privés à la demande de la collectivité

C² Préalable

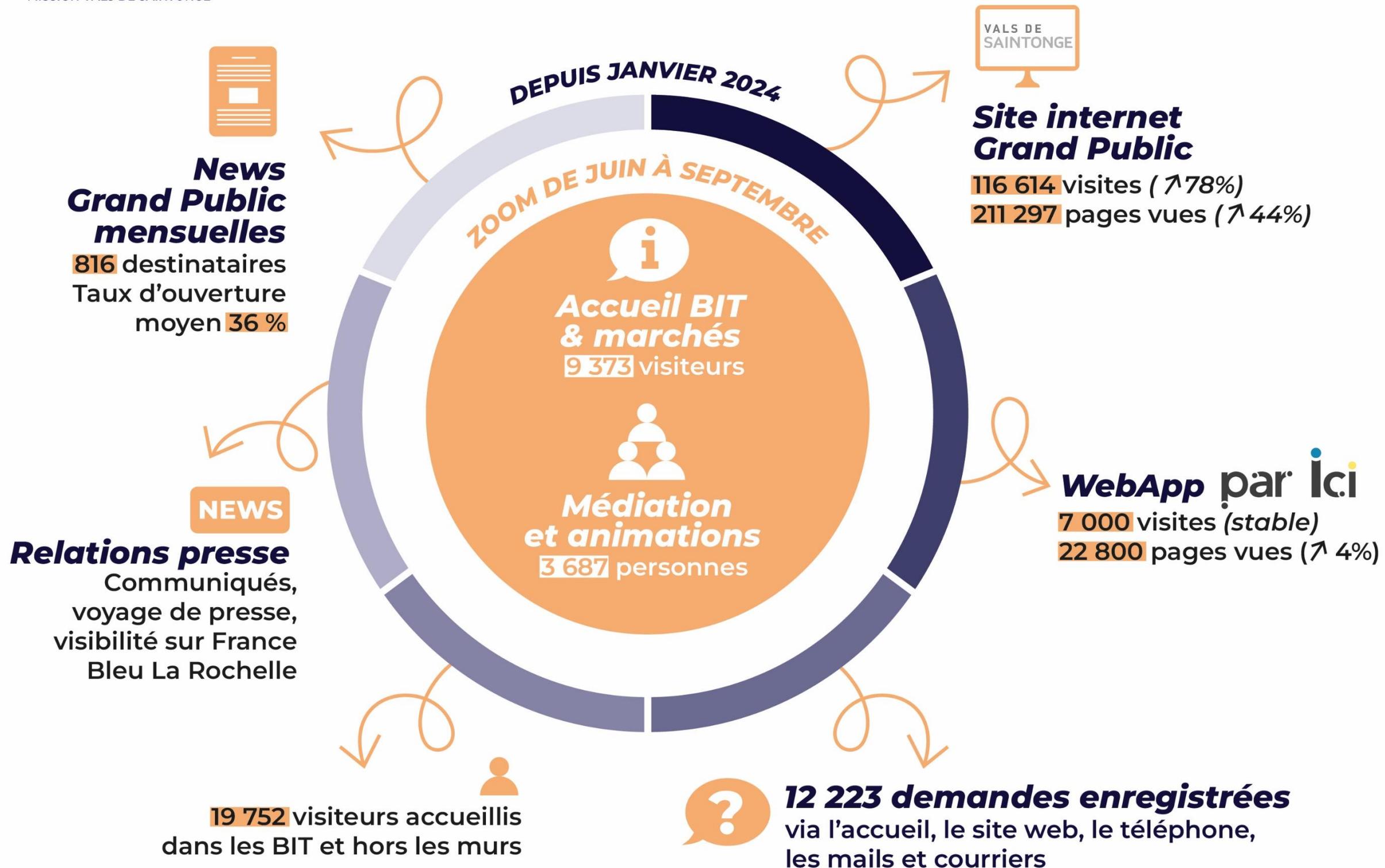
OBJECTIF DE L'ETUDE

Analyser l'opportunité d'un projet d'accueil, d'animation culturelles, de valorisation du patrimoine et de promotion de l'activité artistique, sur le site de la « Maison Grelaud », en face de l'Église St Pierre, afin de devenir un lieu stratégique de la commune d'Aulnay.



Saison touristique 2024 en Vals de Saintonge

POINTS D'ENTRÉES ET DE VISIBILITÉ



Charentes Tourisme

INNOVER, COOPÉRER, TRANSFORMER

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

Site de Saint-Jean-d'Angély

8, rue Grosse Horloge
17400 SAINT-JEAN-D'ANGÉLY

Ligne pro : 05 54 67 13 13
pro@charentestourisme.com
www.charentestourisme.com

