

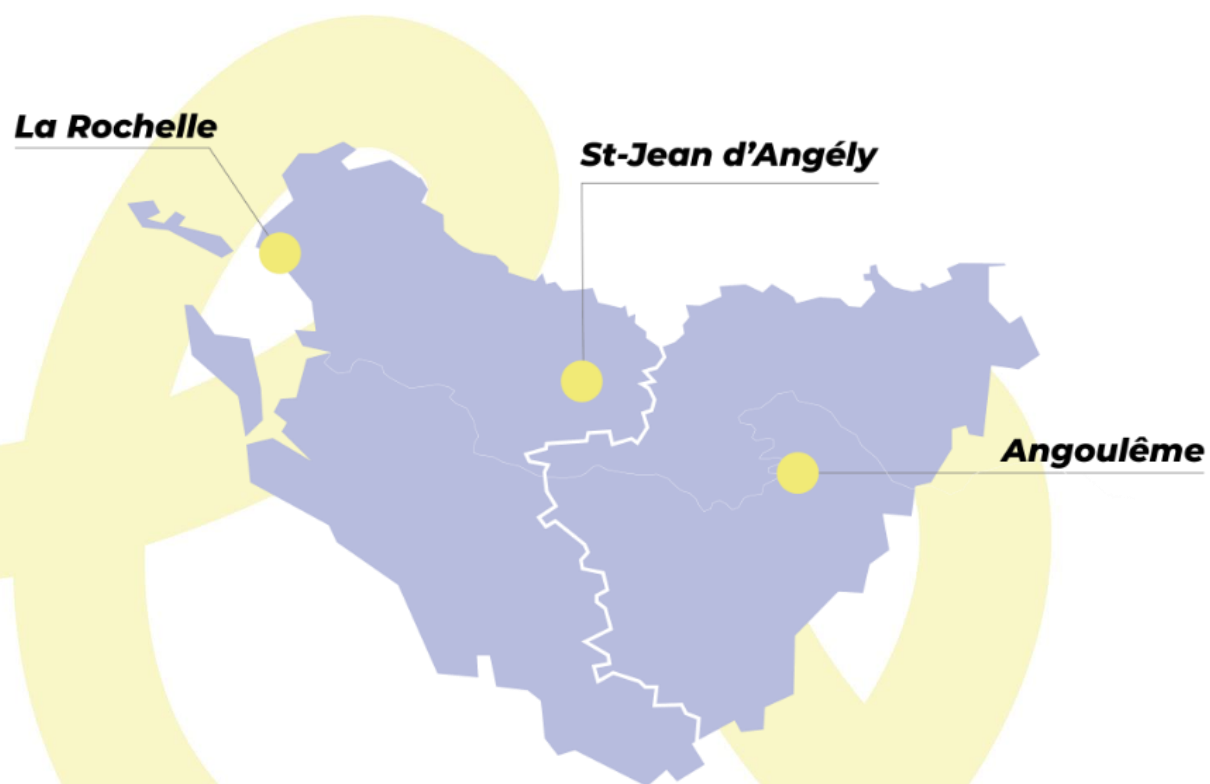
Rapport d'activité 2025





57 salariés dont :

- Charentes Tourisme : 39
- Gestions déléguées : 18
(10 OT VDS, 1 Destination Côte Atlantique,
1 Explore Cognac, 1 La Flow Vélo/La Vélidéale,
5 La Vélodyssée/La Scandibérique)



3 sites :

Angoulême / La Rochelle /
Saint-Jean-d'Angély

Nos valeurs :



—
Engagement



—
Innovation



—
Coopération



—
Solidarité

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 fondé
sur l'acceptabilité sociale par les habitants,
la satisfaction 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

**Inspirer en partageant les réussites
collectives et en valorisant les expertises
individuelles de notre équipe.**

- **3 réunions du Comité de mission**

- 18/02 : 1 journée en présentiel - participation de tous les membres
- 16/05 : 1 journée en présentiel - participation de tous les membres
- 10/10 : 3h30 en visio – participation de tous les membres

Enjeux : installation du Comité de mission, appropriation du modèle de mission de Charentes Tourisme, validation des objectifs et indicateurs de mission.

- **Départ d'Antoine ANGEARD**, Directeur d'ADN Tourisme et **intégration de Jean-Baptiste SOUBAIGNÉ**, Directeur de la MONA
- Publication du **1er rapport du Comité de mission** lors de l'Assemblée Générale



Objectif 1

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



Décryptons les solutions de demain !



Objectif 1

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

Sensibilisation et formation aux défis



28 ateliers de sensibilisation aux défis
(495 participants)



Participation au salon des maires (Angoulême)
et au Carrefour des Communes (La Rochelle)
20 contacts qualifiés
2 interventions publiques



Rencontres Accueil Vélo
50 inscrits - NPS : 60%

Près de 50 000 visites sur le site professionnel
(+18,8%)



Newsletters multi-sujets mensuelles
Taux d'ouverture moyen de 42 %



Plans d'adaptation



Echappées Solidaires
11 320€ de dons numéraires collectés
256 entrées offertes
64 personnes bénéficiaires
120 prestataires touristiques formés



Data & intelligence touristique
40 accompagnements
95 productions Data sur mesure



16 marques blanches Loopi

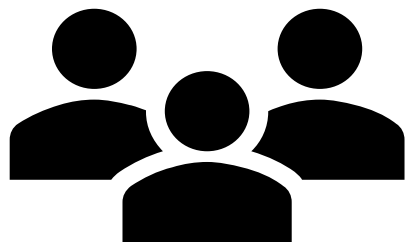


15 séjours bas carbone dont 4 nouveaux

Sensibilisation aux défis

7 défis prioritaires identifiés :

- l'IA,
- la data,
- les mobilités douces,
- la ressource en eau,
- l'accès aux vacances pour tous,
- la Gen Z,
- la régulation des locations de courte durée.



- **28 ateliers de sensibilisation** ont réuni **495 participants**

Zoom sur le défi de la ressource en eau

- Nouveaux **partenariats avec les acteurs de l'eau** dont Eau 17 et ONG Bleu Versant
- **Mobilisation et sensibilisation** des acteurs via des interventions et ateliers lors de la Co'Lab
- **Blog** spécifique [Ressource en eau enjeu essentiel](#)
- **Podcast** « Les Pieds dans le plat » : [Eau et tourisme : gérer demain ou profiter aujourd'hui ?](#)
- **Sensibilisation interne** : ressources, visite Site Usine L. Grand et Ateliers de l'Eau...



Accès aux vacances pour tous



Un dispositif pour offrir des vacances ici au plus grand nombre qui s'appuie sur 2 leviers :

1- La sensibilisation des acteurs du tourisme des Charentes à l'accueil des publics éloignés des vacances, grâce à l'expertise de l'association Vacances Ouvertes en lien avec les acteurs sociaux.

2- La création d'un fonds dédié solidaire hébergé par Essentiem pour participer au financement de séjours à destination des Charentaises et Charentais non partants.

- **11 320€ de dons monétaires et 256 entrées** dans des sites de visites et des activités de loisirs.
- **64 personnes** ont pu à cette mobilisation des professionnels du tourisme et de l'accompagnement aux vacances, profiter de séjours dans les Charentes.
- **120 prestataires touristiques** ont participé à un atelier de sensibilisation animé par Vacances Ouvertes.



Accompagnements data

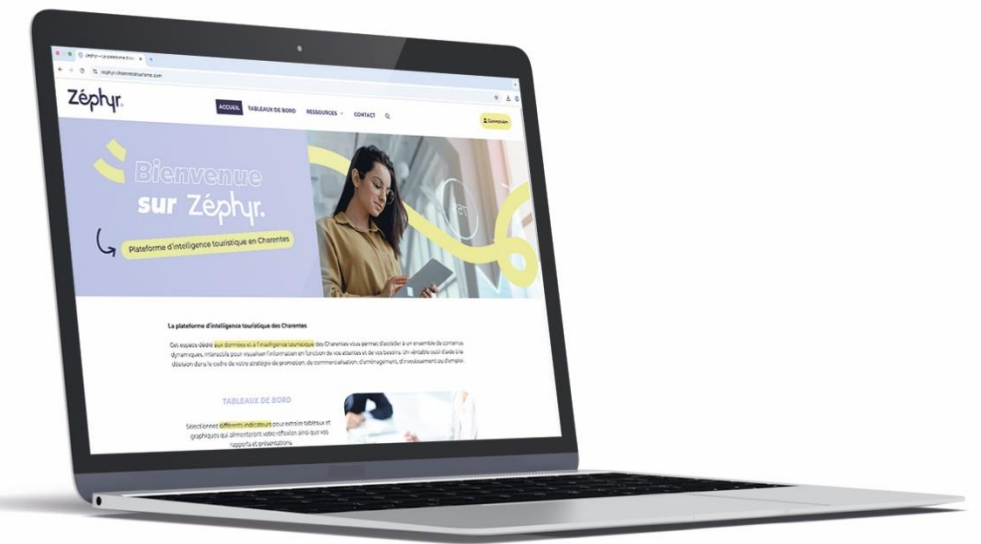
Un site web intégrant un **outil de visualisation des données touristiques** de la Charente, de la Charente-Maritime, des Charentes ou d'un territoire dédié (via connexion privilégiée) pour :

- accéder à des données fiables et actualisées
- **anticiper** les tendances et prendre les bonnes décisions, **piloter** ses projets et appuyer ses stratégies.



Zéphyr a été enrichi d'une **nouvelle thématique dédiée à la fréquentation à vélo.**

10 territoires des Charentes ont contractualisé avec Charentes Tourisme pour disposer de leurs données territoriales sur cette plateforme.



40 accompagnements data à destination des Offices de tourisme ou des EPCI (Charente : 13 ; Charente-Maritime : 27) produisant des livrables sur mesure (baromètre de fréquentation, infographie interactive et personnalisée, chiffres clés Instant Data sur la location saisonnière...), soit un total de **95 productions réalisées** (Charente : 24 ; Charente-Maritime : 71).

Participation au Carrefour des communes et au Salon des maires

- Carrefour des Communes de La Rochelle – 24 avril 2025
10 contacts qualifiés et **1 intervention** sur Zéphyr.
- Salon des Maires d'Angoulême - 11 juin 2025
10 contacts qualifiés et à **1 intervention** sur Zéphyr



Mobilités douces

- **Loopi**

16 marques blanches créées (8 Charente-Maritime/ 7 Charente / 1 Charentes). 80% des territoires sont couverts par la solution.

85 805 visiteurs uniques en 2025 (+ 12% vs 2024) sur la totalité des marques blanches.

906 offres valorisées dans Loopi, soit 90% des offres des schémas départementaux (7 équestres, 442 pédestres, 457 vélos).

Déploiement de Loopi multimodal en juillet avec 23 transporteurs intégrés dans l'outil (7 en Charente et 19 en Charente-Maritime), soit 90% des transporteurs recensés des Charentes.

3 réunions club réunissant plus d'une quarantaine de participants.

The logo for Loopi, featuring the word "Loopi" in a dark green, rounded, handwritten-style font.

- **Séjours bas carbone**

15 séjours créés dont 4 en 2025 (séjour vélo « estuaire de la Gironde » co-construit et commercialisé par le Tour opérateur Grand Angle, séjour Royan Atlantique, séjour équestre Route des Cardinaux, séjour vélo La Flow Vélo spécifique pour personnes en situation d'handicap).

12 partenaires du dispositif (+3 partenaires), 53% des territoires des Charentes proposent un séjour (29% Charente / 67% Charente-Maritime).



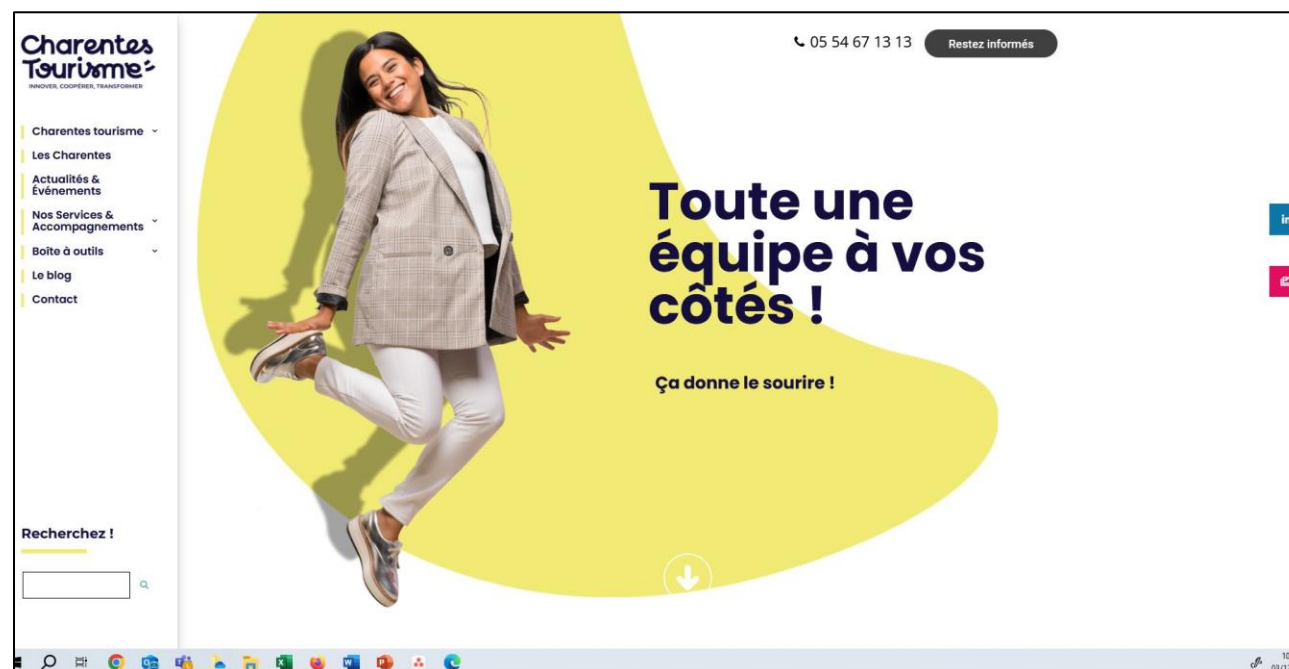
Communication pro

Une trentaine de news et e-mailings (taux d'ouverture moyen de 42 %) ciblant en moyenne **4 000 adresses** ont permis de mettre en avant les expertises, actions et accompagnements proposés par Charentes Tourisme pour répondre aux défis des transitions.

L'audience du site est en progression par rapport à 2024 tant au niveau des visites (+18,8%) que du nombre de pages vues (+10%).

49 216 visites, 95 070 pages vues.

Le top 3 des pages les plus consultées est identique à celui de 2023 et dans les mêmes proportions : Accueil (22%), Nous rejoindre (8,8%), Organigramme (4,9%).





Objectif 2

**CONTRIBUER À UN TOURISME ÉQUILIBRÉ FONDÉ SUR L'ACCEPTABILITÉ SOCIALE
PAR LES HABITANTS, LA SATISFACTION DES TOURISTES ET DES ACTEURS**



Concentrons-nous collectivement sur ce qui compte le plus !



Objectif 2

Contribuer à un tourisme équilibré en considérant à la fois l'acceptabilité sociale par les habitants, la satisfaction des touristes et des acteurs

Favoriser une offre équilibrée



943 visites Meublés de Tourisme
(+2%)



488 structures labellisées Tourisme & Handicap (+5%)
93 visites de renouvellement et de labellisation
(-19%)



99 prestataires et 135 prestations
labellisés Vignobles & Découvertes
(+6,5%)



312 prestataires labellisés Accueil vélo
(+13%)



Destination d'Excellence
16 socio-professionnels porteurs du nouveau label
7 Offices de Tourisme labellisés



Ingénierie
52 conseils et accompagnements
de collectivités et offices



Favoriser une demande équilibrée



Guide TAO Charentes
4 000 ex imprimés recensant 300 adresses
et expériences locales engagées



27 532 abonnés Instagram
(+3,4%)



148 retombées presse France
Audience : 134,17 millions
1^{er} Prix du Meilleur Dossier de presse
Touristique 2025 (Workshop Partir en France)



Terra Aventura
92 parcours en Charentes dont 4 nouveaux



Lancement en mars d'un agent virtuel IA
sur le site www.infiniment-charentes.com



7 000 supports mobilités douces
téléchargés ou diffusés

Accompagnements qualité



- **Destination d'Excellence**

Déploiement du nouveau label (ex. Qualité Tourisme) : **16 établissements labellisés en Charente-Maritime.**

8 conventions de partenariat signées (7 en 17 et 1 en 16) **avec les Offices de Tourisme** pour bénéficier d'un accompagnement mutualisé externalisé pour accéder à la marque. 2 OT de la Charente conseillés sur le classement.

- **Accompagnements démarche Qualité de collectivités**

9 collectivités accompagnées (7 en 16 et 2 en 17) : 2 au sujet des stations de tourisme, 2 pour Village Étape et 5 pour les Petites Cités de Caractère.

- **Classement des meublés**

943 meublés de tourisme (89 en Charente et 854 en Charente-Maritime) ont été visités par Charentes Tourisme (+2%).

Charentes Tourisme a produit 49% de la totalité des classements dans les deux départements.



Accompagnements qualité



- **Chambre d'hôtes Référence :**

14 dossiers (-52 %) pour 33 chambres ont obtenu la qualification lors des 3 commissions départementales. (2 dossiers pour 4 chambres en Charente et 12 dossiers pour 29 chambres en Charente-Maritime).



- **Tourisme&Handicap**

Le parc des structures touristiques labellisées Tourisme&Handicap s'élève à **488** (128 en Charente et 360 en Charente-Maritime) ce qui représente une hausse de 5 % par rapport à 2024.



- **Accueil Vélo**

122 labellisés en 2025 dont 35 en Charente et 87 en Charente-Maritime soit un total de 312 prestataires labellisés Accueil Vélo en Charentes (228 en Charente-Maritime et 84 en Charente).

La 4ème rencontre Accueil Vélo à réuni plus de 50 participants (NPS* : 60).

1 webinaire de présentation de la marque a été réalisé (23 participants)



- **Développement œnotourisme Vignobles & Découvertes**

En 2025, obtention du renouvellement du label auprès d'Atout France pour 3 ans.

99 structures labellisées contre 93 en 2024 (56 en Charente et 43 en Charente-Maritime) et 135 prestations labellisées (85 en Charente et 50 en Charente-Maritime).

Terra Aventura

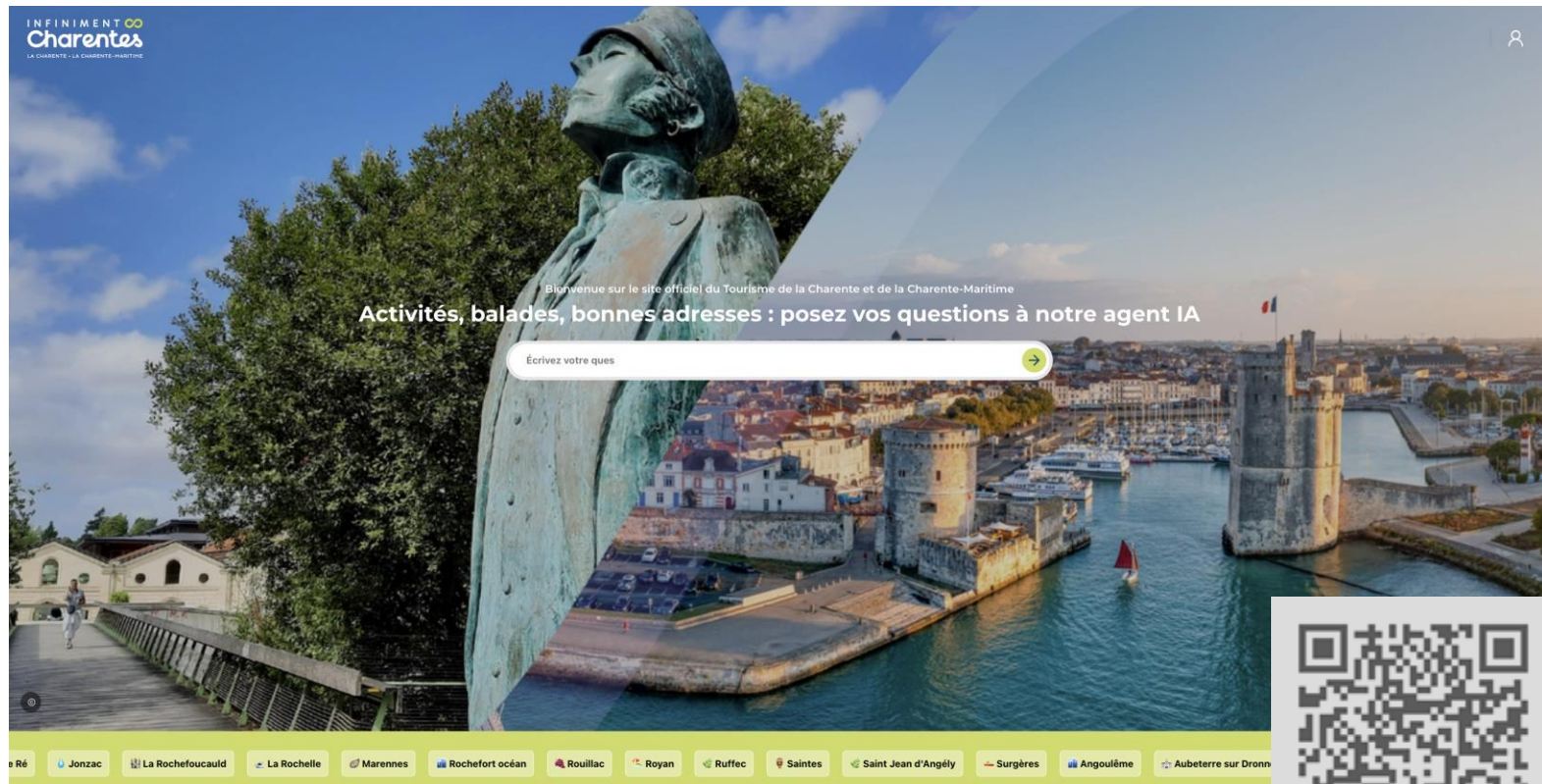
92 parcours au total (41 en Charente / 51 en Charente-Maritime)
dont **4 nouveaux parcours en 2025**

- 1 parcours pédestre à Salles sur Mer
- 1 parcours à vélo à Marennes
- 1 parcours nocturne à Montendre
- 1 parcours éphémère à Angoulême
- (parcours Zaméla de Noël)



Site grand public Infiniment Charentes

Lancement de l'agent virtuel IA le 19 mars 2025



- Une innovation IA au service des **voyageurs, des habitants, des professionnels**, de tout un territoire :
- qui combine **IA & géolocalisation** pour des réponses instantanées, contextualisées et fiables
- qui **valorise les acteurs engagés**, les mobilités douces, les talents locaux, les éco-gestes ...

713 852 visites (-20,04% vs 2024) et **1 108 954 pages vues** (-30,10% vs 2024).

Cette baisse s'explique notamment par la refonte du site internet qui a été mis en production le 19 mars. Le site est passé d'un site vitrine de destination à un agent virtuel IA où l'internaute est invité à poser des questions. La baisse d'actions de communication et de campagnes de notoriété a fait chuter le trafic en même temps que la montée en puissance des IA génératives.

Site grand public Infiniment Charentes

Touristes et habitants fréquentent le site en proportions équivalentes.

Top 3 des recherches principales sur le site :

Quels sont les événements incontournables en Charentes ? (**4 414** recherches),
Propose-moi des événements en lien avec la nature autour de moi (**4 040** recherches),
Propose-moi des concerts et spectacles autour de moi (**1 995** recherches).

Top 3 des pages les plus vues en 2025 : Accueil (**152 331**), Agenda des événements (**59 875**), Villages et Paysages (**30 414**).

Le mobile reste l'outil privilégié pour accéder au site et représente **56,1%** des visites.

Réseaux sociaux



27 592 abonnés sur Instagram, 419 publications, 533 022 impressions et un taux d'engagement moyen de 5,84%



152 487 abonnés sur Facebook, 70 publications, 1 405 169 impressions

Guide TAO Charentes

Un voyage éthique et écologique en Charente et Charente-Maritime

- Un guide touristique de référence sur la **valorisation d'une offre responsable**
- S'adresse tout autant aux **voyageurs sensibles aux démarches responsables qu'aux habitants locaux** avec des adresses pour "Préparer le monde demain" et « Agir »
- **300 adresses, 160 pages, 4 000 exemplaires** avec une diffusion en librairie et préventes à des agences de voyage et comités d'entreprise.



Relations presse



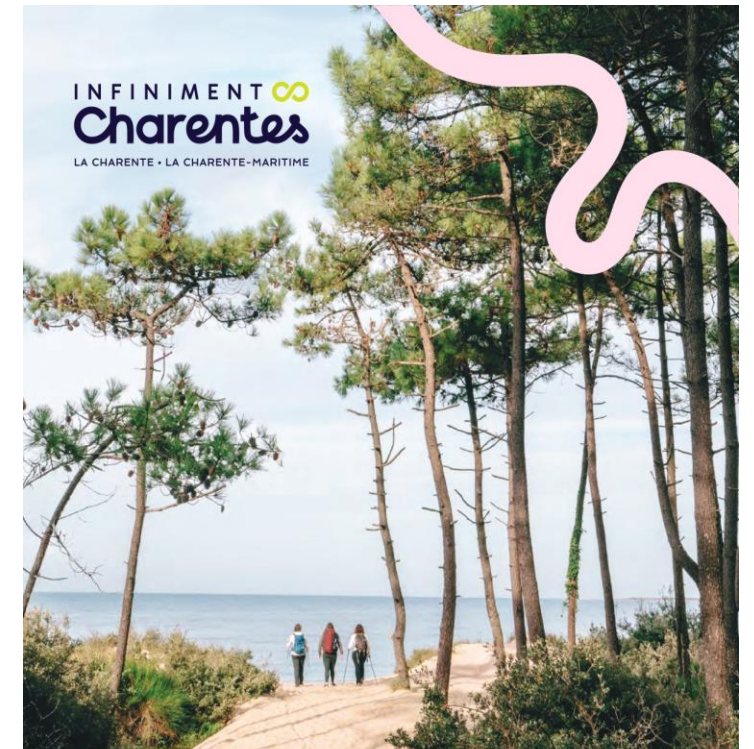
1er prix du meilleur dossier de presse touristique

au salon Partir en France (janvier 2025), organisé par ADN Tourisme, distinction attribuée par un jury de journalistes indépendants

48 pages pour inspirer des reportages dans les Charentes : nouveautés, pépites locales, incontournables à revisiter

Diffusion tout au long de l'année auprès de la presse nationale

- Présence renforcée lors de 2 salons presse à Paris : **Partir en France** (janvier) & **IMM** (mars)
- **286 retombées presse France** pour une audience cumulée de 378 millions de personnes



Dossier de presse 2025

CHARENTESGPT :
L'ESSENTIEL DE 2025
EN UN CLIC

  [infiniment-charentes.com](https://www.infiniment-charentes.com)

Actions de communication mobilités douces

- **Jeu Concours « Explor'acteurs Infiniment Charentes » - Lancement de la saison 2 :**

4 groupes d'ambassadeurs ont été sélectionnés et 4 produits testés : La Vélodyssée (Rochefort Océan, Marennes Oléron et Royan Atlantique), Saint-Jacques de Compostelle (Vals de Saintonge/Aunis Marais Poitevin), La Vélidéale (Nord Charente et Charente-Limousine) et la Route des Cardinaux (estuaire de la Gironde/ Royan Atlantique et Haute-Saintonge).

Plus de 40 candidatures, 1 595 consultations de la page site internet, 13 retombées presse (CVP : 22 507€, audience : 3 255 082).

- **Carte Itinéraires à vélo, à pied et à cheval**

7 000 supports vélo, à pied et à cheval (cartes, dépliants...) diffusés ou téléchargés.

- **Partenariat Outdooractive :**

1 822 parcours valorisés par Charentes Tourisme, 60 171 pages vues partagées par Charentes Tourisme.



Ingénierie de projet :

3 études restituées :

1 étude de retombées économiques et sociales d'un équipement touristique – le Train des Mouettes,

1 étude d'opportunité pour la valorisation de la Maison Grelaud à Aulnay-de-Saintonge,

1 étude de positionnement de la station sport nature de la Trézence.

2 études en cours en Charente

1 pour le Logis de Chalonne-Fléac

1 pour le repositionnement de l'Abbaye de Saint-Amant-de-Boixe.

22 Conseils en ingénierie de projet apportés aux territoires des Charentes (13 en Charente - 9 en Charente Maritime).

Mission de prospection d'investisseurs

- **6 opportunités** identifiées (5 en 17 et 1 en 16)
- **1 implantation** d'opérateur en 17 – Reprise du camping et de la base de loisirs de Thors en Vals de Saintonge



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 !



Objectif 3

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



La Co'Lab : 1er avril à Jonzac

un rendez-vous 100% inspiration & rencontres



- Un événement expérimental mixant **bourse d'échange de documentation touristique et ateliers pratiques.**
- **300 professionnels et partenaires réunis** (68 de Charente et 209 de Charente-Maritime)



Stratégie partenariale



Intensifier les partenariats externes avec des réseaux et filières dans une logique de développement responsable pour renforcer notre impact positif en nous associant à des acteurs clés en répondant à notre raison d'être en phase avec les enjeux environnementaux, sociaux et économiques.

Exemples :

- ✓ Poursuite et optimisation du partenariat avec l'**UMIH** - Union des Métiers de l'Hôtellerie et de la Restauration (soutien filière, partage de données, relais d'informations au réseau),
- ✓ **Les Maires pour la Planète** (partage de données, invitation ingénierie),
- ✓ Liens opérationnels avec **Gîtes de France Charente et Charente-Maritime** (Echappées solidaires ou Contrat de destination Côte Atlantique),
- ✓ **EXCELIA**,
- ✓ **Le Crédit Agricole**,
- ✓ **Le CRT Nouvelle-Aquitaine**

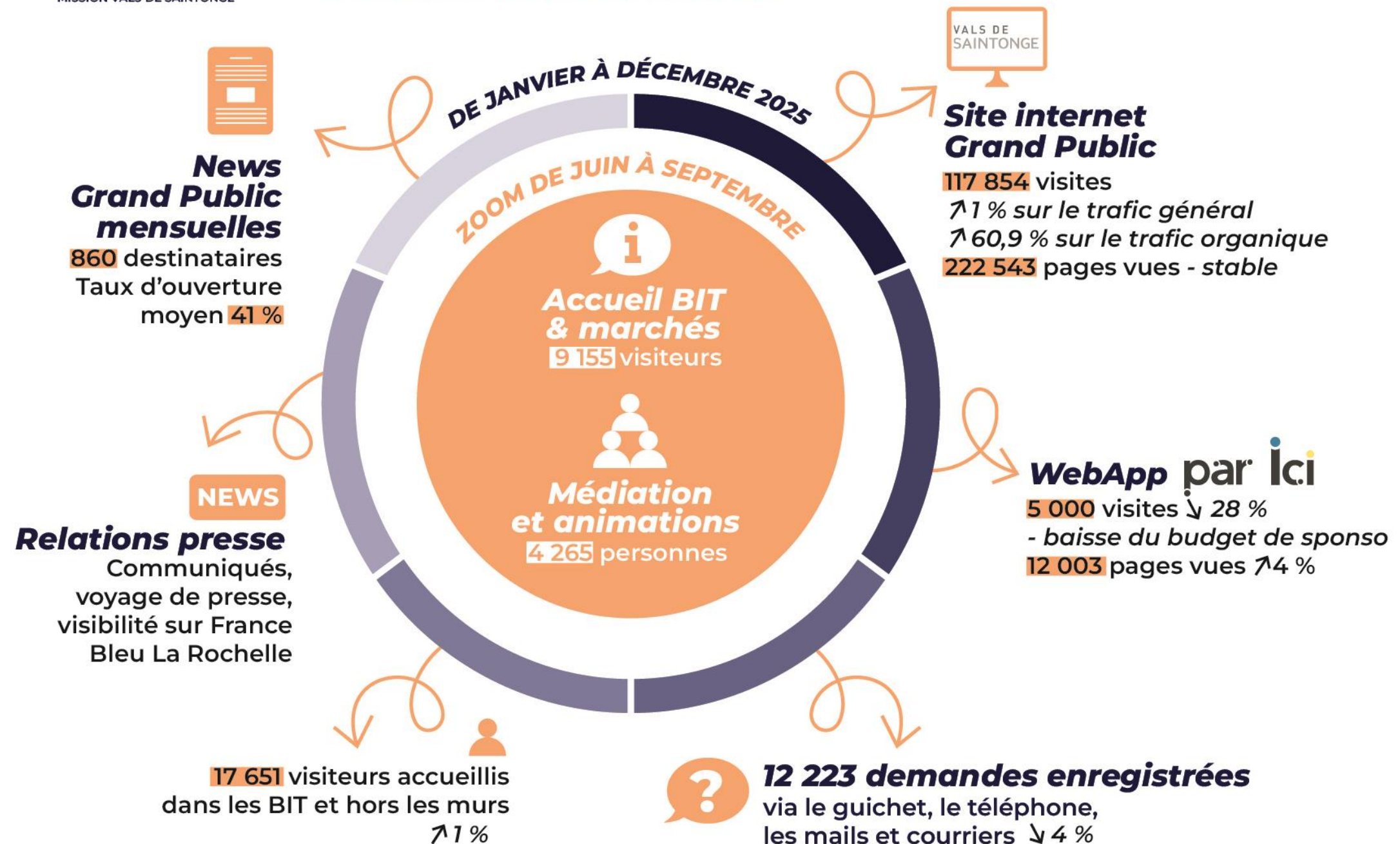
Signature d'une convention avec EAU 17, déjà à l'origine de 5 actions majeures (ateliers de sensibilisation sur la Co Lab, Podcast, visites et ateliers pour les collaborateurs, relais de communication de la campagne estivale, intervention à l'occasion du Forum du Club Ingénierie d'ADN Tourisme)



Office de tourisme des Vals de Saintonge



Année touristique 2025 en Vals de Saintonge POINTS D'ENTRÉES ET DE VISIBILITÉ



Clubs thématiques

- **Club Coups de cœur**

- **10 partenaires**

Création en avril support de promotion Familles - 16 pages distribué à 62 300 ex.

- 5 500 ex. Lors de la Co'Lab'
- 100 points de diffusion Niort, Bordeaux, Limoges
- 47 300 exemplaires via le magazine « Diverto » : 231 000 lecteurs



Campagne webmarketing : KIDIKLIK, public affinitaire : 23 000 vues
Newsletter home page de site internet d'avril à juin.

- **Club Thermalisme**

- **3 partenaires**

Relations presse :

- 4 communiqués, 1 dossier de presse pour les 3 centres thermaux.
- 1 voyage de presse : 4 journalistes représentant 10 médias (santé / bien-être / beauté-forme - VS 9 médias en 2024).

23 retombées médias : audience estimée à 14 032 600 de personnes - CVP 251 200 €

Plan de diffusion de la nouvelle vidéo du Club :

Campagne France TV sur cible affinitaire :

342 000 personnes touchées

Campagne webmarketing : Facebook : 544 000 impressions

22 000 clics.



Clubs thématiques

- **Club des Incontournables**

8 partenaires

38 retombées médias

Audience estimée à 420 000 € - CVP estimée 50 530 €

12 retombées presse pour le partenaire de Charente, 21 pour les 7 partenaires de Charente-Maritime et 5 pour l'ensemble du territoire

Campagne d'influence marketing : 6 profils d'influenceurs accueillis

Campagne de webmarketing : "OUI Sncf" en septembre : plus de 1 million d'impressions et 403 656 individus uniques exposés à la campagne.

- **Club Villages et Paysages**

17 partenaires : 9 communes en Charente et 8 en Charente-Maritime

3 grands axes de travail ont été menés :

- Valorisation des savoir-faire via le tourisme créatif (31 artisans, 24 expériences),
- Rencontre partages d'expertises en ingénierie
- Webinaire.

1 dossier de presse

Campagne d'influence printemps et automne : 80 contenus publiés, plus de 43 K€ d'équivalence achat média

Campagne de sponsorisation locale en automne : valorisation des contenus réalisés par les influenceurs avec génération de 1 644 600 impressions.

**Charentes
Tourisme**
INNOVER, COOPÉRER, TRANSFORMER

Dossier de présentation

TOURISME CRÉATIF
« Creative Friendly Destination » un label international pour le club Villages et Paysages



charentestourisme.com

Clubs thématiques

Club des Offices de Tourisme

11 partenaires

1 dossier de presse dédié - 6 Communiqués de presse
4 voyages de presse - 69 retombées presse



Route Historique des Trésors des Charentes

39 partenaires

4 ateliers de professionnalisation au printemps et en automne :

- « Comment communiquer avec la presse » (26 personnes),
- l'IA (15 personnes)
- « La conception des éco événements » (26 personnes).
- « la gestion des conflits et les clientèles difficiles » (20 personnes) avec le CIPECMA.



Ulice

1 586 propriétaires de meublés et de chambres d'hôtes membres (+44 %). 135 en Charente et 1451 en Charente-Maritime.

157 participations aux 5 webinaires dont 79 sur les rendez-vous de l'actualité fiscale et juridique et à 1 atelier de sensibilisation à l'écomobilité.

Contrat de Destination Côte Atlantique 36 partenaires

Année de transition : fin de cycle partenarial et construction convention triennale 2026-2028

Déploiement du plan de communication digitale sur 3 marchés européens

- Belgique flamande
Campagne Meta valorisant l'offre Gîtes de France
1,27 M de vues / 25 850 clics
- Pays-Bas
Campagne publi-rédactionnelle sur ACSI Free Life
→ Mise en avant de l'hôtellerie de plein air
→ 167 000 impressions
- Allemagne
Campagne digitale sur 4 médias avec Atout France
→ 1,9 M d'utilisateurs touchés
→ Préparation des réservations 2026



Relations presse et visibilité média

- 70 retombées médiatiques générées
 - dont 42 en Charente-Maritime
- 14 communiqués de presse diffusés

Actions de promotion

- Tournée médias Allemagne avec Atout France
 - Munich & Düsseldorf
 - 18 médias rencontrés
- Workshop « Art de vivre & gastronomie » à Amsterdam
 - 15 médias touchés

Performance digitale

- Site web allemand de la destination
→ 132 000 visites en 2025
→ évolution : -12 %

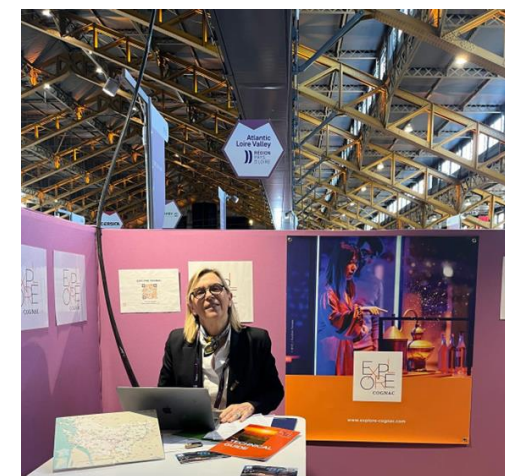
Stratégie oenotouristique mutualisée France et internationale 15 partenaires

Développement de la notoriété internationale

- Actions ciblées sur les marchés britannique et américain :
 - missions à Londres et aux États-Unis,
 - participation à RDV en France,
 - 7 webinaires et 3 newsletters,
 - accueil de 35 professionnels du tourisme,
 - 4 campagnes marketing.
- **400 vendeurs et chefs de produits formés** à la destination.

Visibilité média renforcée

- 67 articles, 2 publipédagogiques et 3 jeux concours,



Promotion professionnelle et grand public en France

- Présence à l'**IFTM Paris** sous la bannière
“Les Charentes de la vigne à l’océan”
 - 30 rendez-vous professionnels,
 - newsletter diffusée à 130 000 contacts,
 - campagne Tourmag (4 000 exemplaires)



Offres de séjours - Les Charentes, de la vigne à l'océan
Découvrez notre sélection d'offres de séjours oenotouristiques en Charente et Charente-Maritime

- **Campagne B2C automnale** :
 - publi-rédactionnel Sud Ouest,
 - accueil de 3 influenceurs (audience cumulée : 2 millions).
- Structuration de l'offre



- **Événement Symbiose** réunissant près de 100 partenaires des Charentes en janvier
- Lancement d'un projet d'offres packagées impliquant 32 structures locales.

Route des Cardinaux



ROUTE
EUROPÉENNE
D'ARTAGNAN

Cultural route
of the Council of Europe
Itinéraire culturel
du Conseil de l'Europe



Inauguration : 350 km balisés

Intensification de la communication (événement inaugural, valorisation itinéraire et séjours sur internet et Hudada, dossier de presse, carnet de voyage, campagne réseaux sociaux, événement Equirando).

Poursuite de la sensibilisation des acteurs.

Déploiement de la Charte qualité « Étape de la Route » par Charentes Tourisme (10 labellisés).

Finalisation de la sécurisation de l'itinéraire (pose de panneaux).

La Vélidéale

1 dossier de presse actualisé

Rédaction et diffusion de 5 communiqués de presse.

17 retombées presse (équivalence publicitaire de 74K€).

3 accueils presse.

1 création de séjours clés en main (6 au total).

46 760 visiteurs sur le site internet (+92% sur la période précédente en 2024).

Réseaux sociaux : 2 916 abonnés Facebook et 1 907 abonnés Instagram.



1 opération d'influence avec Julien AUDIGIER (33.4k abonnés sur Instagram), 6 posts et une centaine de stories ont été publiés sur son compte Instagram sur 1 semaine pour un total de 184k vues et 4.6k interactions. 1 article publié sur son blog.

La Flow Vélo

Actualisation du dossier de presse.
Rédaction et diffusion de 5 communiqués de presse.
29 retombées presse (équivalence publicitaire de 250 K€).
1 accueil presse
1 annuaire des labellisés Accueil Vélo
4 créations de séjours clés en main thématiques (13 au total).
118 266 visiteurs sur le site internet (+7% sur la même période en 2024).
Réseaux sociaux : 3 549 abonnés Facebook et 2 747 abonnés Instagram.
1 concours sur les réseaux sociaux festivals



1 opération d'influence avec "Un monde à Vélo"

(16,8k abonnés sur Instagram) : 4 posts et 30 stories ont été publiés sur son compte Instagram sur 4 semaines pour un total de 37 904 vues et 555 interactions. 3 articles ont été publiés sur son blog (300 000 visiteurs uniques à l'année sur le blog).



© Un Monde à Vélo

SIT

APIDAE (32 membres)

18 offices de tourisme, 4 Communautés de communes ou d'agglomération, FDHPA de Charente-Maritime, Département et Chambre d'agriculture de Charente-Maritime et quelques mairies.

Plus de 40 000 fiches

(hébergements, restaurants, producteurs du terroir, commerces, sites de visite, activités de loisirs, équipements, services, agenda des manifestations) valorisées sur de multiples plateformes et sites internet.

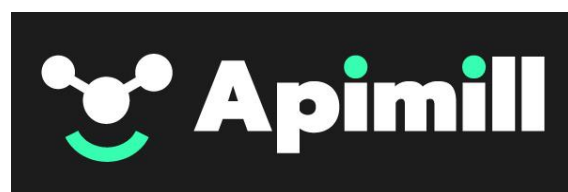
Le taux de transformation (volume d'actions des internautes sur les fiches SIT/ nombre de visites du site internet) sur le site web Infiniment Charentes est de 4.84 % (moyenne pour l'année 2025).

AVIZI : Solution de GRC utilisée par les 18 offices de tourisme.

En 2025, nous enregistrons 276 000 demandes qualifiées.

APIMILL

La solution APIMILL permet de créer des PDF personnalisés ou des brochures numériques en quelques clics. Plus de 50 brochures pour valoriser les fêtes et manifestations durant l'été.



Murmuration



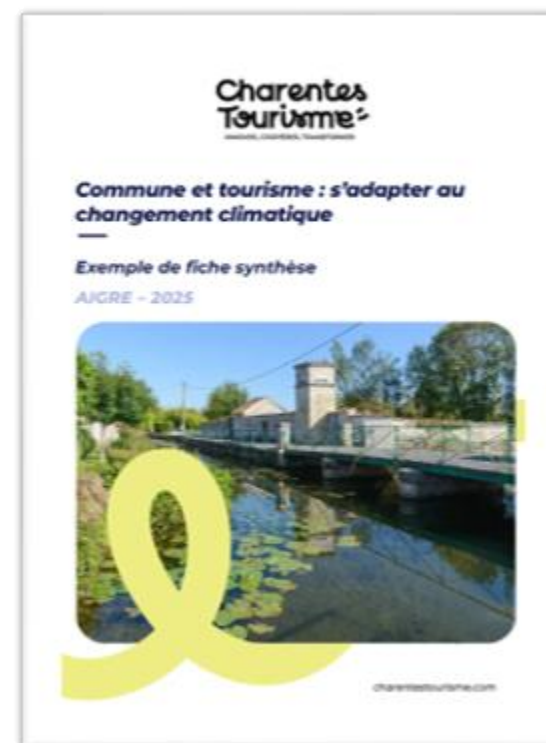
Concevoir un outil pédagogique d'intelligence géolocalisée pour sensibiliser les élus locaux (nouveaux indicateurs liés au changement climatique : air, eau, biodiversité,...etc).



Les communes de l'île d'Aix et de Ruffec ont pu tester l'outil et disposer d'un livrable.

Objectifs

- Mesurer les impacts du tourisme via l'IA
- Intégration de nouveaux indicateurs environnementaux et sociaux
- Coopération avec des communes test (Aigre et l'île d'Aix)





Objectif 4

**INSPIRER EN PARTAGEANT LES RÉUSSITES COLLECTIVES
ET EN VALORISANT LES EXPERTISES DE NOTRE ÉQUIPE**



Impulsons une énergie positive !



Objectif 4

Inspirer 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



Plan Mobilité Employeur
Réalisation du diagnostic et plan d'action



Formations
53 collaborateurs formés à l'IA



Lancement de 3 groupes de travail collectif :
Com interne, QVCT et Lab IA



L'Expresso : présentation du plan d'action 2025
142 319 vues en audience cumulée



Podcasts : saison 2
5 nouveaux épisodes
3 031 écoutes en 2025 (+61%)



8 929 abonnés LinkedIn (+14,6%)
94 publications
Taux d'engagement moyen de la page : 20,63 %



Interventions extérieures
20 prises de parole
16 collaborateurs concernés

Accueil d'événements nationaux
- Conférence Nationale du Tourisme à Vélo
185 participants – NPS +32 – Bilan Carbone 43,19KgCo2/pers
- Séminaire du Club Ingénierie d'ADN Tourisme
42 participants – NPS +100 – Bilan Carbone 12,06KgCo2/pers

Communication institutionnelle

- **L'Expresso - Présentation du plan d'action 2025**

142 000 contacts

- **Page LinkedIn de Charentes Tourisme**

En 2025, 94 publications sur la page LinkedIn de Charentes Tourisme ont mis en lumière les actions, expertises et engagements de l'équipe dans différents domaines, hissant le nombre d'abonnés de la page à **8 929** (en hausse de 14,6%) et son taux d'engagement moyen à 20,63% (hausse de 15,06%).

Dans le top des posts 2025 en taux d'engagement : le lancement de saison en Vals de Saintonge (109,22%) et l'essentiel des Charentes concentré dans notre dossier de presse 2025 (87,34%).

La page Charentes Tourisme se place au **13e rang des pages LinkedIn animées par des ADTs** (Agences d'Attractivité Départementales).

- **Presse Corporate Charentes Tourisme**

29 supports diffusés

413 retombées

198 millions de personnes touchées

Podcasts

Les Pieds dans le plat – Saison 2

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

+ de 3 000 écoutes supplémentaires en 2025 (+61%)

5 nouveaux épisodes

- Taxe de séjour : Mine d'or ou outil d'impact ?
- Clientèle étrangère : indispensable ou surcotée ?
- Eau et Tourisme : gérer demain ou profiter aujourd'hui ?
- L'accueil physique en Office de Tourisme : avenir doré ou mort annoncée ?
- Tourisme accessible : on agit ou on fait semblant ?

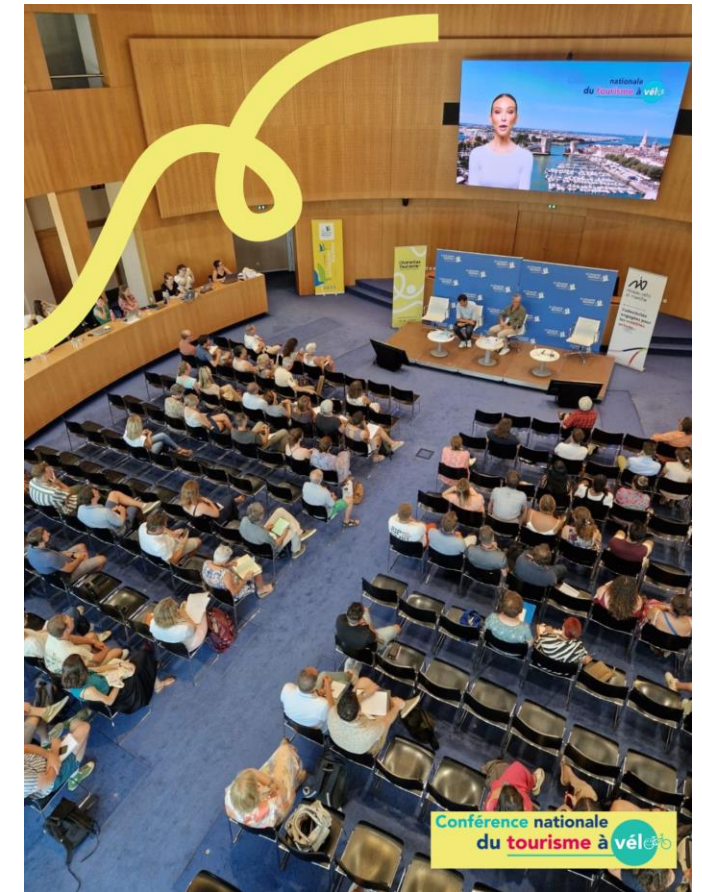


Accueil d'événements nationaux

Charentes Tourisme a accueilli les 30 juin et 1^{er} juillet, la **Conférence Nationale du Tourisme à Vélo** aux côtés du Département de la Charente-Maritime, de la Communauté d'Agglomération de La Rochelle et de La Rochelle Tourisme & Événements.

Un événement organisé par France Vélo Tourisme, le Réseau Vélo & Marche, avec le soutien d'ADN Tourisme

185 participants
NPS 32



Charentes Tourisme a également accueilli les 4 et 5 décembre à La Rochelle le **Séminaire du Club Ingénierie d'ADN Tourisme** dédié à « la fabrique des équilibres » entre développement, habitants, visiteurs et ressources.

42 participants
NPS 100

Plan Mobilité Employeur

Relatif aux déplacements professionnels

- **Réalisation d'un diagnostic** permettant de cartographier nos déplacements professionnels (analyse de données et interviews 5 personae avec profils de mobilité différents)
- **Formalisation de pistes d'actions concrètes pour :**
 - ✓ Optimiser les trajets en voiture via un tableau mensuel de suivi
 - ✓ Sensibiliser aux trajets en train, dès que possible
 - ✓ Accompagner aux changements d'habitude à travers des outils et nudges.

green & blue



© Istockphotos

Qualité de vie et conditions de travail

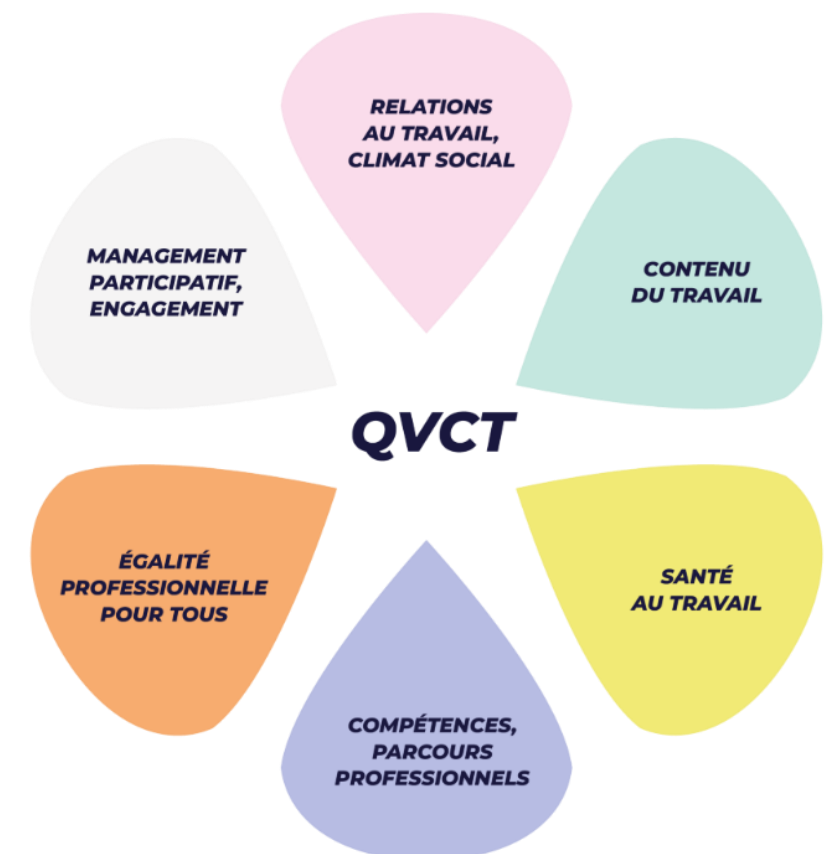
Mise en place d'un **groupe de travail interne** pour travailler sur **4 axes** :

- Cohésion d'équipe
- Relations managers et collaborateurs
- Égalité professionnelle femmes et hommes
- Charge de travail et droit à la déconnexion

➤ 2ème questionnaire interne QVCT
90% de répondants

Objectifs :

- Augmenter la performance de l'entreprise
- Améliorer le bien-être des salariés



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

