



# OLÉRON MARENNES

ÎLE D'OLÉRON - BASSIN DE MARENNES





## Rapport moral





## Rapport d'activités 2023





# LA FREQUENTATION TOURISTIQUE





## Marennes-Oléron

*Bien comprendre les volumes : une nuitée touristique = 1 touriste vu entre 00h00 et 6h (cf. Déf. d'un touriste p2)*

## FRÉQUENTATION et nuitées touristiques



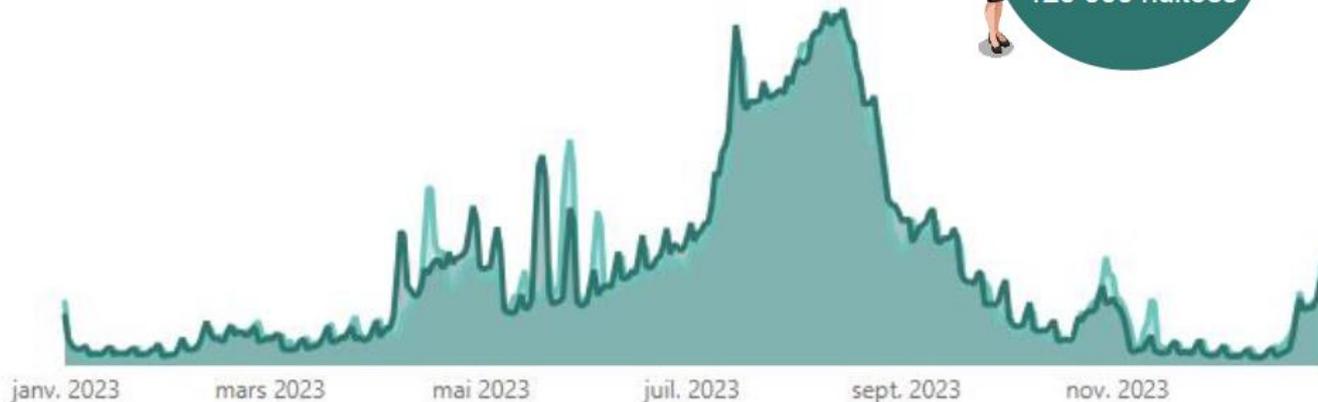
11,1 millions de nuitées touristiques totales (+5% / 2022)



20,5% de la fréquentation de la Charente-Maritime

● 2022 ● 2023

Pic de  
fréquentation  
en saison  
14 août :  
120 000 nuitées

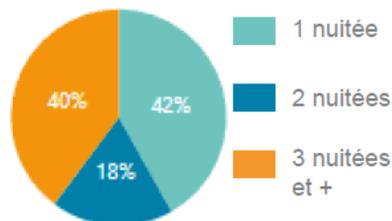


# ORIGINE et nuitées touristiques

Français Etrangers

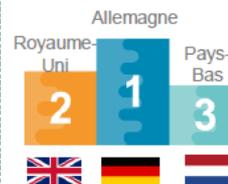
Ens. des séjours	82%	18%
Séjours 3 nuits & +	85%	15%

Répartition des séjours étrangers par nombre de nuits



## TOP 3 Nationalités

Total Nuitées

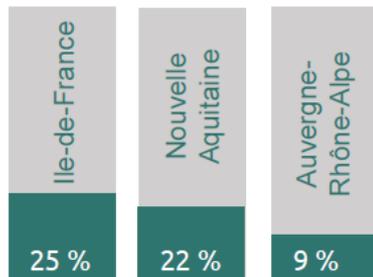


Ensemble des séjours



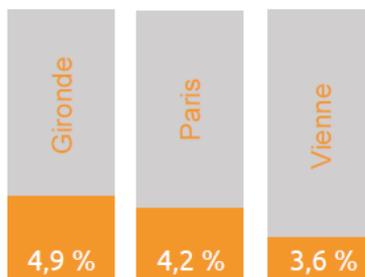
## TOP 3 Régions

Régions



## TOP 3 Départements

Départements



Séjours de 3 nuitées & +



### Population globale sur le territoire

- **Près de 800 personnes / km<sup>2</sup> par jour sur Marennes Oléron pendant la saison estivale**  
*Bassin de Marennes : 460 pers / km<sup>2</sup> | Ile d'Oléron : 900 pers. / km<sup>2</sup>*
- Des niveaux de fréquentation pendant les **week-ends de septembre supérieurs à ceux du mois de juin**
- En moyenne, sur l'année, près de la moitié des personnes présentes en journée sur le territoire sont des visiteurs : une des proportions les plus fortes sur le département avec l'île de Ré

### Fréquentation touristique

- **Le territoire de Marennes-Oléron représente 20,5% de la fréquentation touristique du département**  
*Bassin de Marennes : 4,5% | Ile d'Oléron : 16%*
- **Une activité touristique en 2023 en légère hausse par rapport à l'an passé (+2,5%)**  
*Bassin de Marennes : -5% | Ile d'Oléron : stable*
- **Origine des clientèles :**
  - **¼ des clientèles françaises provient d'Île-de-France.** Un poids des Néo-aquitains important tout au long de l'année (22%)  
*Bassin de Marennes : Ile-de-France (27%) | Ile d'Oléron : Ile-de-France (24%)*
  - **Une forte proportion de touristes originaires d'AURA,** notamment l'été (9% contre une moyenne départementale de 7%)
  - **Les Allemands,** principale clientèle touristique étrangère du territoire sur l'ensemble des saisons.  
*Bassin de Marennes : Néerlandais | Ile d'Oléron : Allemands*
  - **Des saisonnalités différenciées selon les nationalités :** des Belges qui arrivent plus massivement dès début juillet, des Britanniques davantage fin juillet et la présence des clientèles néerlandaises est très concentrée sur la période de mi-juillet à mi-août
- **Des touristes en séjour sur Marennes Oléron peu mobiles en dehors du territoire : 75% des touristes restent sur le territoire en journée.**  
*Bassin de Marennes : 46% | Ile d'Oléron : 95%*
- **Marennes Oléron attire notamment les excursionnistes en provenance du Royannais (30%)**  
*Bassin de Marennes : Royan Atlantique (31%) | Ile d'Oléron : Ile de Ré (21%)*

# BILAN 2023

## La satisfaction des professionnels



# BILAN 2023

## Les informations majeures



- Un **printemps satisfaisant** avec un calendrier favorable
- Une **clientèle étrangère** bien de retour
- Des **prestataires d'activités et sites de visite** satisfaits

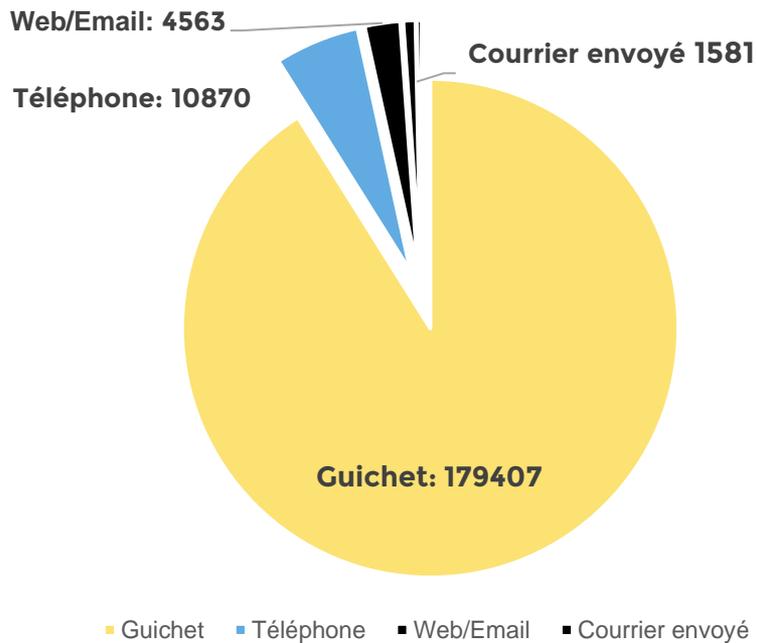


- Une météo **instable**
- Peu de départs de dernière minute
- Un **contexte inflationniste** tendu ayant des conséquences sur la consommation



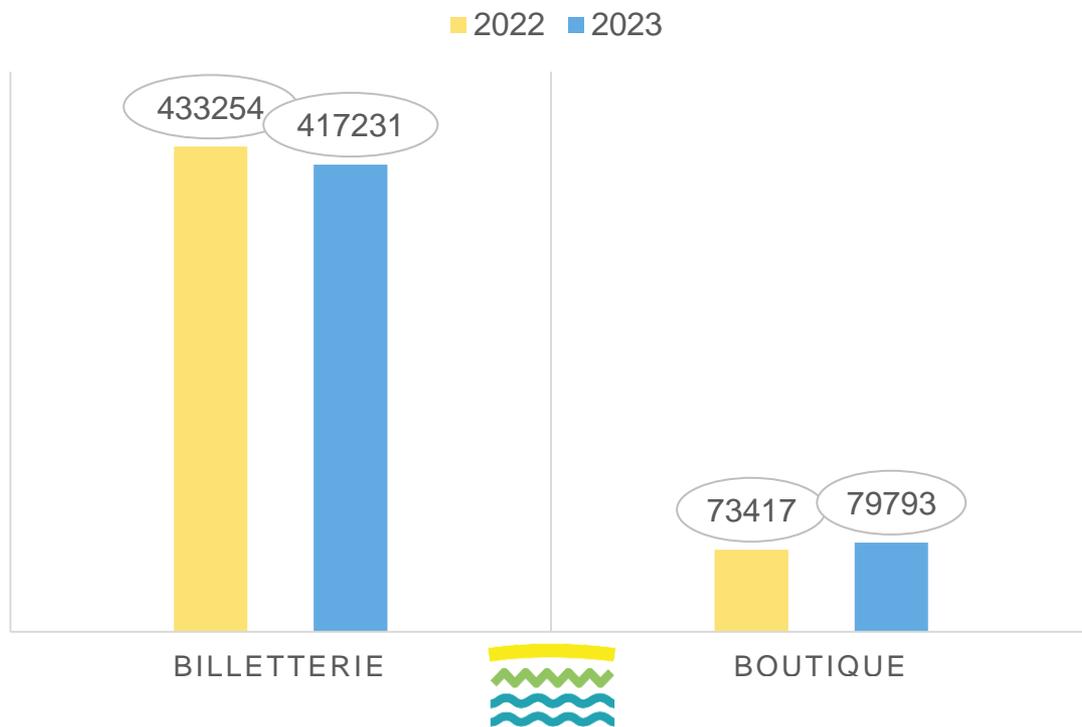
# BILAN 2023

Les chiffres de fréquentation de l'Office de Tourisme



# BILAN 2023

L'activité de l'Office de Tourisme : boutique et billetterie



# BILAN 2023

L'Office de Tourisme en 2023 c'est :

**917**  
**Adhérents**

- 65 campings
  - 31 hôtels
  - 15 résidences
- 371 meublés de tourisme
  - 136 commerces
  - 120 restaurants
- 26 chambres d'hôtes
- 105 activités de loisirs
- 48 activités nautiques



# 2023 : UNE NOUVELLE DYNAMIQUE



## Schéma de développement touristique

Voté au printemps 2023



## Démarche RSE

Gros travail sur la qualité de  
vie et les conditions de travail



## Identité graphique

Nouvel univers graphique  
bientôt décliné dans tous  
les supports



# L'EQUIPE



#IOMN

# L'EQUIPE

- 1 départ à la retraite
- 4 CDI
- 16 CDD saisonniers
- 7h de formation « Accueil d'excellence »
- 28h de formation anglais
- 14h de formation SST « Secouriste Sauveteur au Travail »





# COMMERCIALISATION

## Relance du service Affaires & Groupes

- 2016 : création du service
- Création d'un **club** tourisme d'affaires avec une **charte** de qualité
- 2022 : service mis en pause
- 2023-2024 : recrutement et relance





# COMMERCIALISATION

## Les visites guidées

En 2023 : 392 visites / 5 000 personnes

- Citadelle de Brouage
- Citadelle du Château d'Oléron
- Port de La Cotinière
- Saint-Trojan-les-Bains





# SERVICE DEVELOPPEMENT



# LE SERVICE DEVELOPPEMENT

L'animation de réseau, toujours aussi dynamique et prioritaire par le biais de toutes les démarches qualité engagées



Nautisme Responsable  
Marennes-Oléron



VIVRE ENSEMBLE  
DE BELLES EXPERIENCES



#IOMN

# Animation locale des labels portés par le CDT



En 2023 : 8 établissements  
labellisés sur le bassin de  
Marennes



En 2023 : 46 établissements  
labellisés



# Route des saveurs maritimes

Mise en réseau et valorisation des professionnels du tourisme autour de la thématique des métiers de la mer

- Ostréiculture, mytiliculture, pêche, pêche à pied, saliculture
- Sites de visite, restaurants, cabanes de dégustation

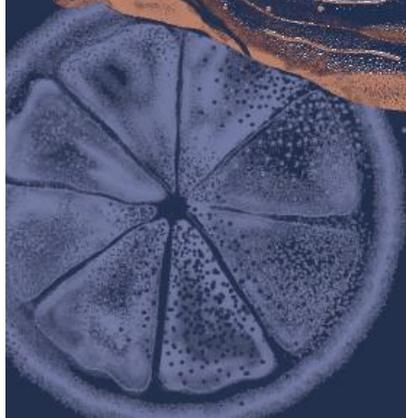
Périmètre élargi : échelle du « GALPA », sur 4 EPCI

En 2023, 49 adhérents / renouvellement de l'édition de 2 documents : livret et carte



# La route des saveurs maritimes

LE GOÛT D'ICI





# Vignobles & Découvertes

Mise en réseau et valorisation des professionnels du tourisme autour de la thématique du vignoble

➤ 39 partenaires labellisés

**2022** : reprise par l'OT de l'animation du label, mission de stage de 6 mois pour définir une stratégie

**2023** : lancement de la mise en œuvre avec du temps dédié par une salariée de l'OT



# Assiette Saveurs



Réseau de restaurateurs volontaires  
respectant une grille de notation exigeante  
en matière d'approvisionnement local

2023 :

- 8 restaurants adhérents
- Relance des outils de communication





# Tourisme sportif

En 2023 :

- Accompagnement de la relance de l'Office Intercommunal des Sports Oléronais (OISO)
- Implication sur l'événementiel sportif : marathon / ultra-trail / trail du Fort Boyard / Triathlon...
- Orientation de la communication de l'Office de Tourisme vers le sport
- Participation aux opérations Terre de Jeux / CPJ





# Randonnée

- Participation au **développement du Chemin d'Oléron** en collaboration avec la Communauté de Communes de l'île d'Oléron : édition de supports dédiés, site web, Loopi, création d'un réseau de partenaires hébergeurs, d'une charte d'accueil...
- Mise à jour du document « **Balades & Découvertes** »
- Elaboration des **circuits du patrimoine** pour différentes communes : Le Château d'Oléron, Saint-Georges d'Oléron, Marennes...





# Nautisme Responsable

En 2023 :

- **21 structures labellisées** au total (+1/2022)
- Un **programme complet** de rencontres et formations ouvert cette année à l'ensemble des adhérents de l'Office de Tourisme :

*Adaptation au changement climatique, économie circulaire, usages de l'eau, biodiversité locale...*

- Au total **114 personnes formées / 34 structures**



# Famille Plus



En 2023 :

- 59 structures labellisées (+10 / 2022)
- Renforcement de la **synergie** entre les acteurs du réseau : rencontre avec les adhérents et visite du musée de l'île d'Oléron en mars 2023
- Travail sur la **communication** : accueil influenceurs famille en mai 2023



# Offre “ado”

En 2023 :

- Déploiement de l'**escape-game** « Les clefs du père Fouras » à Saint-Trojan-les-Bains (66 sessions en 2023)
- Lancement d'une **enquête** à destination des adolescents et de leurs familles afin de définir leurs besoins et attentes en matière d'activité sur le territoire
- Réflexions pour la création **d'offres** supplémentaires



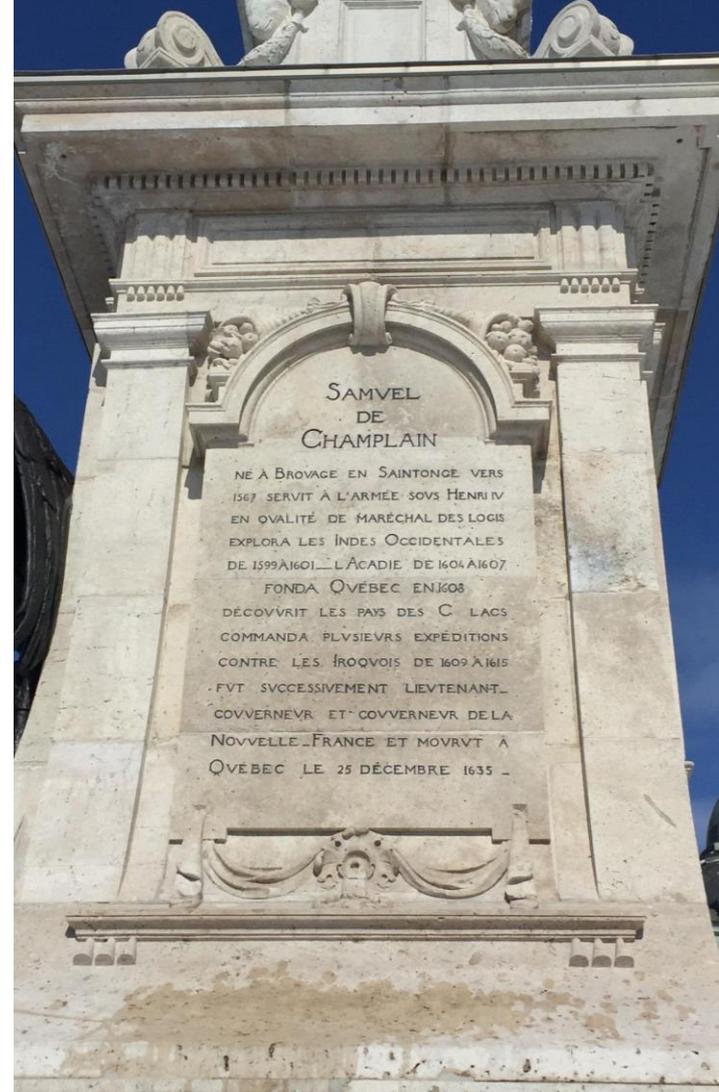
# Tourisme de racine



## Objectifs :

- Créer une offre à destination des nord-américains à la recherche de leurs racines
- Capitaliser sur le personnage de Champlain

**2023 : année de transition dans la perspective d'une passation de la mission de la CCBM à l'Office de Tourisme**



# Pass saisonnier



## PARTENAIRE du PASS' SAISONNIERS

Pour une «saison beunaise»

# 2023

En 2023 :

- 78 structures partenaires (+9/2022)
- 1612 cartes distribuées aux saisonniers (contre 1166 en 2022)

Une année record pour le dispositif !



#IOMN

# Appel à projet ACTT

Nouvel appel à projet régional permettant de mobiliser un soutien financier sur de nombreuses actions : Tourisme durable, RSE, démarches de labellisation, inclusion sociale, transition numérique, développement de nouvelles offres, politique d'accueil des saisonniers...

## En 2023 :

- Rédaction et dépôt d'un **dossier de candidature** en août pour le compte des deux collectivités
- **Candidature acceptée en octobre** pour mise en œuvre à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024



## APPEL A PROJET ACTT

Accompagnement aux Changements des territoires  
Touristiques

Dossier de candidature de la Communauté de Communes de l'île  
d'Oléron et la Communauté de Communes du Bassin de Marennes

Août 2023





**SERVICE  
PROMOTION -  
COMMUNICATION**



# NOUVELLE IDENTITE VISUELLE

**OLÉRON**  
**MARENNES**  
ÎLE D'OLÉRON - BASSIN DE MARENNES



#IOMN

**OLÉRON**  
**MARENNES**  
ÎLE D'OLÉRON - BASSIN DE MARENNES



# DES DECLINAISONS

ÎLE D'  
OLERON



BASSIN DE  
MARENNES



A kitesurfer is captured mid-air, performing a high takeoff. The kite is white and yellow with 'RFS' and 'PFA' logos. The background is a dramatic sunset sky with large, fluffy clouds. The sun is low on the horizon, creating a bright glow. The foreground shows the ocean with waves and a splash of water. The text 'PRENEZ-EN PLEIN LA VIE' is overlaid in large, bold, yellow-to-orange gradient letters.

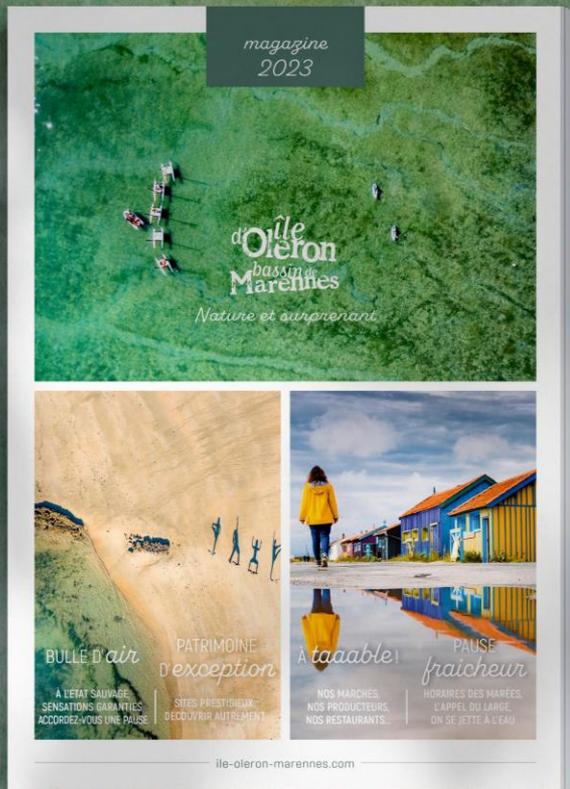
PRENEZ-EN  
PLEIN LA VIE



# LE SERVICE PROMOTION

- Les éditions
- La presse
- Le site web
- Les réseaux sociaux
- La campagne promo annuelle





## LES EDITIONS

- Un magazine de destination incontournable
- Un magazine hébergement

#IOMN



## LES EDITIONS

- Cartes touristiques, itinéraires cyclables, circuits pédestres, Oléron animations, Citadelle de Brouage, plan de communes, guide Famille Plus, guide des locations...
- Au total une vingtaine de supports édités



# LA CAMPAGNE DE PROMOTION 2023

## ODT MARENNES OLERON



TF1

- Une campagne sur 4 semaines de diffusion
- Géolocalisée sur les départements suivants :16, 24, 33, 37, 44, 49, 79, 86 et 87.
- Diffusion sur les chaînes du groupe TF1 et Replay et TV segmentée, pour un total de **plus de 1 527 379 Millions de spots (impressions) !**
- Un ciblage sur les 3 profils suivants : femme responsable des achats avec enfants, 25/49 ans et 50+



AGENCE  
**COMPACT**  
MEDIA | DIGITAL

#IOMN

# LES CONTRATS DE DESTINATION

Contribution à deux contrats de destination : Explore Cognac et Destination côte Atlantique



#IOMN



# Les Réseaux sociaux

Nombre de personnes touchées sur l'année 2023  
tous canaux confondus : 10,1 Millions

## 1. Facebook :

- 158 000 abonnés
- **9 millions de personnes touchées**
- 14 millions d'impressions



## 2. Instagram:

- 29 000 abonnés
- **400 000 personnes touchées**



## 3. Tik Tok:

- 3400 abonnés
- **900 000 vues**
- **700 000 personnes touchées**



#IOMN



# Les Réseaux sociaux

## Lancement de Notre TikTok en Juin 2023 !

### Audiences



#### Genres

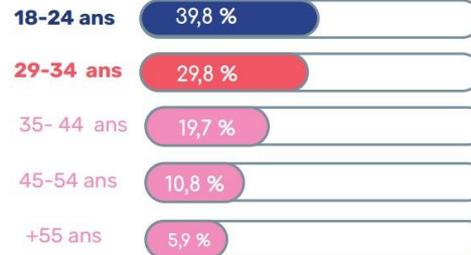


49,1%



50,9%

#### Âges



Coeur de cibles



Cibles principales



Cibles secondaires



#IOMN



# Les Réseaux sociaux

**Le compte TikTok affiche de belles perspectives pour l'avenir. En touchant une grande partie des jeunes âgés de 18 à 24 ans, il bénéficie d'une audience dynamique et engagée.**

**Stratégie de contenu :**

- 1. Contenus drôles et ludiques (second degré etc..) :** Ces contenus sont particulièrement populaires et génèrent beaucoup d'interactions. Ils contribuent à fidéliser l'audience et à attirer de nouveaux followers.
- 2. Contenus travaillés comme les bons plans :** En période de vacances, les jeunes sont très réceptifs aux bons plans liés à leur destination, nous devons proposer des contenus axés sur les meilleures activités/spots pour les vacances pour augmenter l'engagement et la portée



#IOMN



# LE SERVICE NUMERIQUE

## Projets numériques 2023

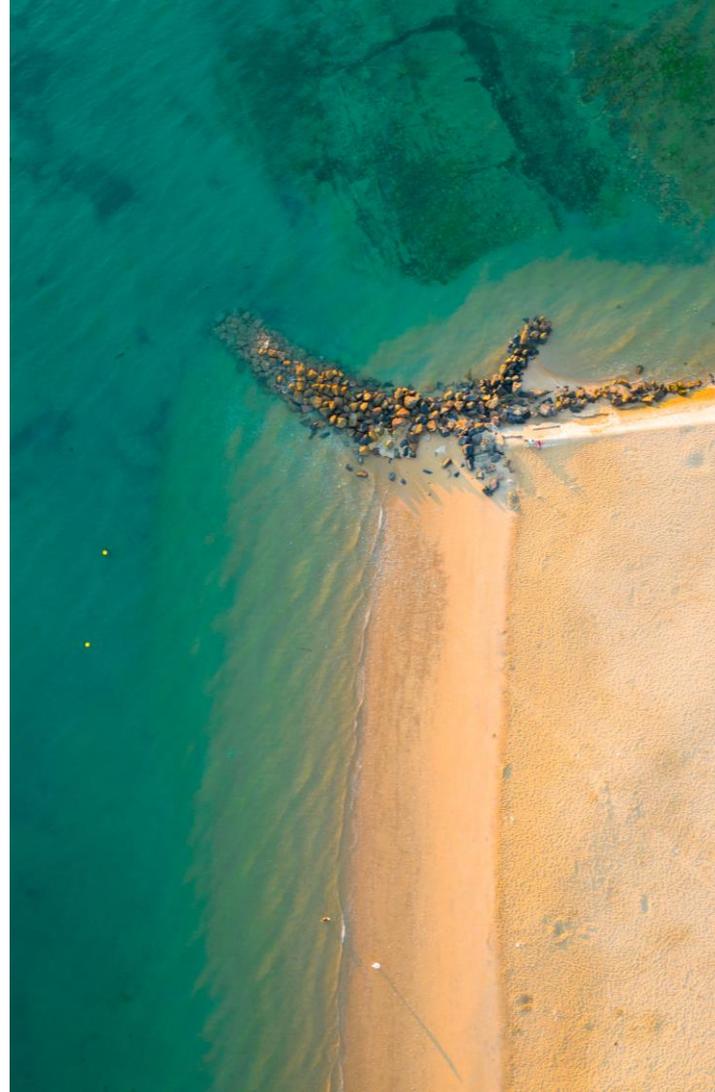
**1. Nouvelle section de blog :** création et mise en place d'une section dédiée aux articles d'inspiration expérientielle afin de renforcer la communication multicanale et enrichir l'expérience utilisateur sur le site principal en augmentant la visibilité du site.

**2. Numérique responsable :**

- Tri et recyclage du matériel informatique et des PC.
- Don du matériel recyclé à des associations locales et sociales.

**3. Nouvelle charte graphique :**

- Refonte du site web principal et des sites communaux afin de moderniser l'apparence et améliorer la navigation pour les utilisateurs.



# Animation numérique de territoire

Les rendez-vous numérique, c'est 1h à 1h30 un accompagnement individuel avec les prestataires pour les aider dans la découverte, la pratique et l'appropriation des nouveaux outils du web...

- Contenu web (rédaction web, prise de vues...),
- Référencement (Google MyBusiness, référencement naturel...)
- Vente en ligne (Elloha, stratégie commerciale...)
- E-réputation (gestion des avis clients, sensibilisation...)
- Gestion des réseaux sociaux (Facebook, Instagram...)

C'est 2 animateurs numériques totalisant 27 accompagnements en 2023 (soit +80% par rapport à 2022) et la réalisation d'une dizaine de sites web de prestataires locaux.

Mais aussi : l'envoi régulier d'une newsletter pro, de newsletters thématiques, le suivi d'un groupe Facebook pour les pros, enrichissement de l'espace Pro / conseil et développement...



# Webmarketing

## Site web en chiffres :

- ✓ **Nombre de visites : 1 288 229 (+26,8% par rapport à 2022)**
- ✓ **Nombre de pages vues : 4 017 445 (+12,6% par rapport à 2022)**
- ✓ **Accès en mobilité : 911 851 visites via un mobile ou une tablette soit 71 % du total des visites (+32% par rapport à 2022).**
  
- ✓ **Top 10 des pages les plus consultées : Activités (avec en tête le patrimoine et les musées, les activités nautiques, les activités famille et les balades et randonnées), les hébergements (locations de vacances et campings), restauration, webcams, l'agenda des manifestations...**
  
- ✓ **Les région les plus représentées : île de France, Nouvelle Aquitaine, Centre-Val de Loire, Occitanie...**



# VENTE EN LIGNE

## Vente en ligne place de marché Elloha 17



### En quelques chiffres :

Par le biais des passerelles vers les OTA's, les ventes en direct saisies sur Elloha et les ventes sur Internet toujours via Elloha, le territoire a généré **8437 ventes et 2 000 123€.**

**4,2 %** du volume d'affaire provenant directement du site web : [www.ile-oleron-mareennes.com](http://www.ile-oleron-mareennes.com)

Une année 2023 équivalente à 2022.





# LA PRESSE

23 émissions de télé dont :

- 11 JT de TF1 ou France 2 (= des millions de téléspectateurs)
- 3 focus sur Météo à la Carte (France3 / 1 million de téléspectateurs)
- Participation à La Route des Coffres sur M6 (500 000 téléspectateurs – 6 spots oléronais mis en avant)
- 1 radio nationale : Radio Vinci Autoroute (= des centaines de milliers d'auditeurs).

46 publications presse écrite avec des supports à très forte portée médiatique tels que Le Figaro, Elle, Côté Ouest, Campagne Décoration, Ouest France, La Croix l'Hebdo, Notre Temps Jeux, Femme Actuelle Jeux Voyages...





# LA PRESSE

- **6 accueils blogueurs** via le service presse = **blogueurs triés sur le volet** et **ayant une communauté active** tels que Perspectives de Voyages, trip and twins, My wild Life, Travelisto...
- Soit **22 publications** sur des **blogs** et **réseaux sociaux** via le service presse + **plusieurs publications sur le net**.
- **A noter quelques publications sur des supports étrangers** tels que La Dernière Heure, Quid (presse belge), Camping, Margriet, Stuttgarter Zeitung... (presse allemande) et quelques médias néerlandais.



# LES RENDEZ-VOUS DE L'ANNEE



## LES RDV DU TOURISME DURABLE

Une série de rencontres et formations gratuites sur le terrain !

## LE LANCEMENT DE SAISON 2023

Un temps convivial associé à la traditionnelle bourse d'échanges

## LES EDUCTEURS DU PRINTEMPS

Mieux vous connaître en venant à votre rencontre

## LE FORUM DU TOURISME DURABLE

LE rendez-vous incontournable pour s'inspirer, se rencontrer et clôturer l'année



*+ toutes les autres réunions d'échanges thématiques, collectives, individuelles...*



# **RAPPORT FINANCIER**

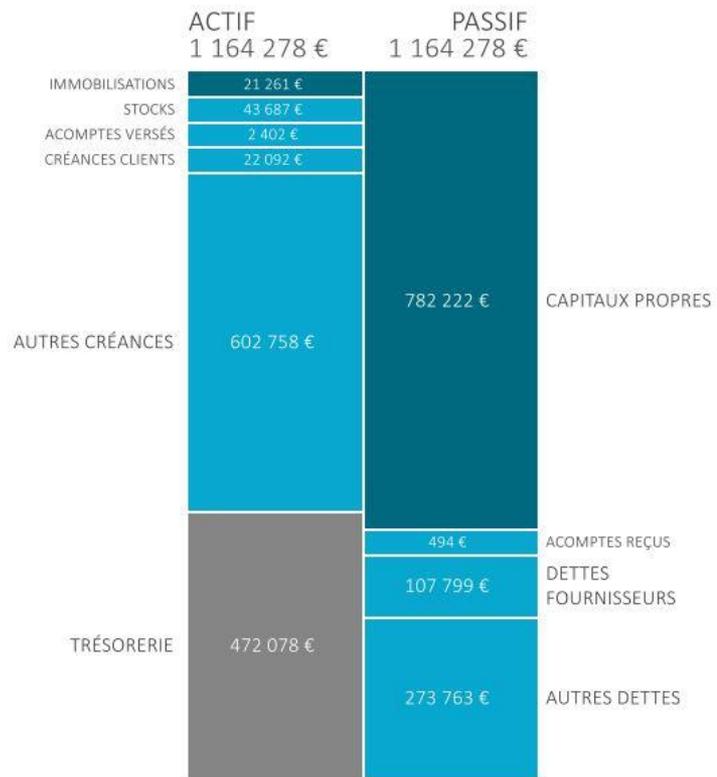
# Compte de résultat

Office de Tourisme de L'île d'Oléron et du Bassin de Marennes - (Exprimé en EUROS)

	2023	%	2022	%	2021	%	2020
					-		
Subvention CDC Bassin de Marennes	262 285	12%	262 285	10%	262 285	12%	262 285
Subvention CDC de L'île d'Oléron	1 087 285	48%	992 285	39%	992 285	46%	1 005 200
Autres subventions-projets et partenariat	8 200	0%	62 226	2%	90 135	4%	99 018
Autres subventions COVID	-		-	0%	13 000	1%	11 500
Adhésions sans TVA	44 100	2%	42 249	2%	39 007	2%	43 104
Ventes/ Prestations de services	412 005	18%	699 025	28%	409 454	19%	388 148
Ventes commissionnées ttc	442 609	20%	474 136	19%	373 110	17%	247 045
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>2 256 484</b>	<b>100%</b>	<b>2 532 206</b>	<b>100%</b>	<b>2 179 276</b>	<b>100%</b>	<b>2 056 299</b>
Achats commissionnés	409 315	18%	433 013	17%	349 504	16%	227 110
Charges hors frais Communic.(net transferts)	555 413	25%	785 141	31%	490 303	22%	453 771
Frais de communication	43 674	2%	134 297	5%	163 336	7%	81 663
Impôts et Taxes	33 093	1%	29 638	1%	22 502	1%	23 411
Charges de Personnel (net transf et mise à dispo.)	1 262 328	56%	1 235 718	49%	1 090 927	50%	999 785
<b>TOTAL DES CHARGES (% des pdts)</b>	<b>2 303 822</b>	<b>91,0%</b>	<b>2 617 805</b>	<b>120,1%</b>	<b>2 116 572</b>	<b>102,9%</b>	<b>1 785 740</b>
Dotations Amortiss. & Provisions	13 677		13 311		12 307		15 965
Charge de gestion courante-PGC	472		-923		388		-715
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>-60 543</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-99 834</b>	<b>-4%</b>	<b>50 010</b>	<b>2%</b>	<b>255 309</b>
Résultat Financier	3 225		1 754		1 435		1 541
Résultat Exceptionnel	1 517		2 575		-762		1 810
<b>RESULTAT</b>	<b>-55 801</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-95 505</b>	<b>-4%</b>	<b>51 458</b>	<b>2%</b>	<b>258 660</b>

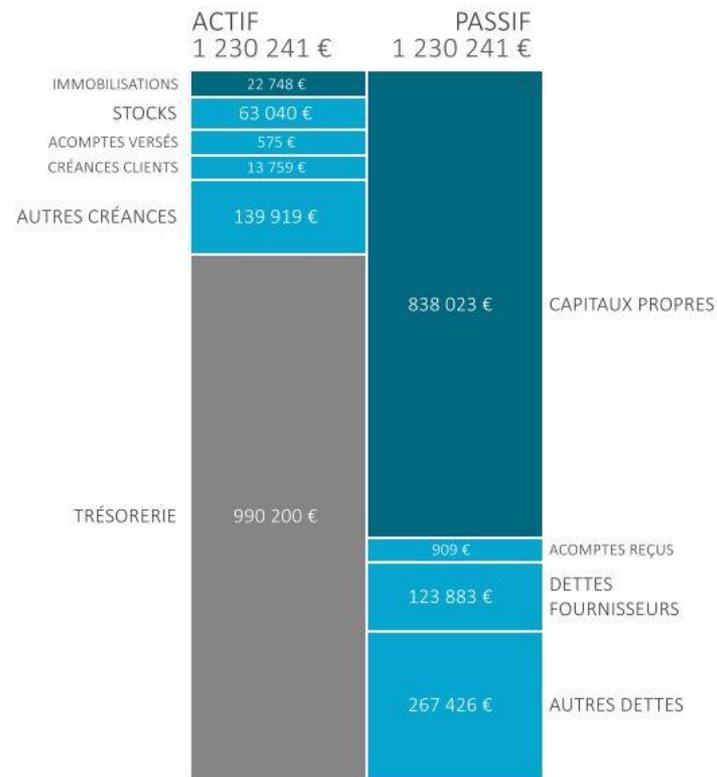
# Bilan ( en Euros)

## BILAN AU 31/12/2023



FONDS DE ROULEMENT 760 961 €
  BESOIN EN F.R. 288 883 €
  TRÉSORERIE 472 078 €

## BILAN AU 31/12/2022



FONDS DE ROULEMENT 815 275 €
  EXCÉDENT EN F.R. 174 925 €
  TRÉSORERIE 990 200 €

**Questions diverses ?**



# OLÉRON MARENNES

ÎLE D'OLÉRON - BASSIN DE MARENNES

