

Manuel **Qualité**
de **l'Office de Tourisme**





Notre Office de Tourisme est classé en Catégorie 1 (le niveau le plus élevé dans le classement national des Offices de Tourisme de France) et s'engage depuis 2015 à suivre une démarche d'amélioration continue de l'ensemble des services, pour un tourisme de qualité, basé sur l'écoute de nos visiteurs.

Ce manuel qualité décrit notre organisation, nos objectifs, et l'organisation de notre système qualité en interne.

Il s'adresse à l'ensemble de notre personnel mais pas seulement. Nous souhaitons l'ouvrir à nos partenaires, clients actuels et à venir, ainsi qu'à toute personne désireuse de mieux nous connaître, mieux comprendre notre philosophie, notre vision d'entreprise, nos valeurs et engagements.

Sommaire



p 4-7

QUI SOMMES-NOUS ?

Le territoire.....	4
L'Office de Tourisme IOMN.....	5

p 8-10

NOTRE STRATÉGIE

La stratégie touristique globale de la destination.....	8
Plan d'actions de l'OT - 2018-2020.....	9

p 11

QUALITÉ TOURISME, POURQUOI ? POUR QUI ?

p 12

NOS OBJECTIFS QUALITÉ

p 13-25

NOS ENGAGEMENTS

Engagement envers les collectivités.....	13
Engagement en interne.....	13
Nos engagements envers le développement durable.....	14
Engagement pour la promotion.....	15
Typologie et origine de la clientèle	
La promotion	
Nos supports de communication	
Le numérique	
Engagement envers les socio-professionnels.....	19
Engagement envers la clientèle touristique.....	20
Nos bureaux d'accueil et de conseils	
Un cœur de métier - le conseil en séjour	
La boutique	
La commercialisation.....	24
Un service commercial dédié à la production de visites guidées pour individuels	
Un service commercial réceptif exclusivement dédié à la cible groupes.	
Nos actions partenaires.....	25

p 26

S'AMÉLIORER, PROGRESSER

1 • LE TERRITOIRE

Des chiffres clés :

138 300 lits touristiques,
24% de l'offre départementale

- ▶ 34 hôtels classés (1 950 lits)
- ▶ 81 campings classés (36 400 lits)
- ▶ 685 meublés classés
- ▶ 3 sites de + de 60 000 visiteurs

3 646 700 nuitées touristiques
(d'avril à septembre)

20% des nuitées du département

Source : INSEE

📍 12 communes, 37 833 habitants

La destination est composée de 2 communautés de communes :

le **bassin de Marennes** (4 communes)
et l'**île d'Oléron** (8 communes).

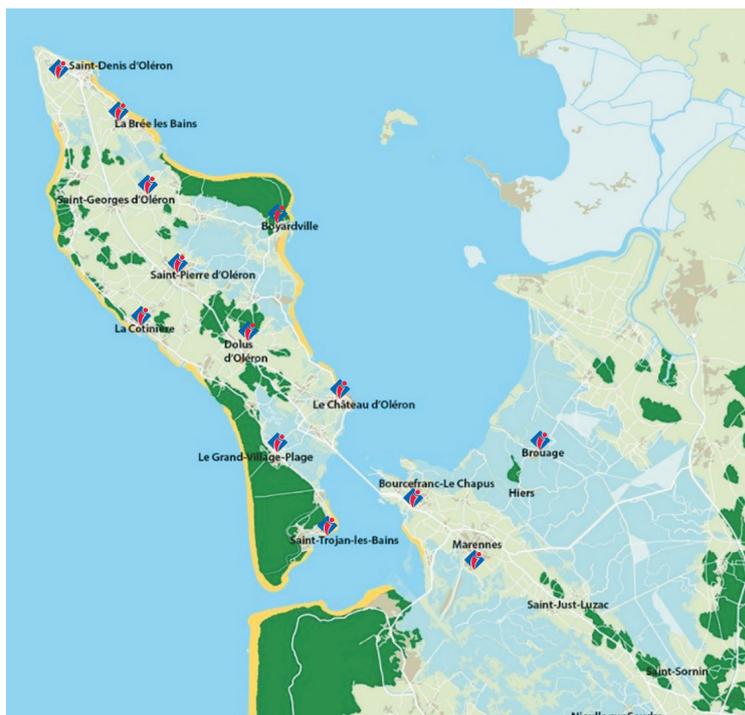
Un territoire aux multiples atouts : son climat, ses plages, ses activités traditionnelles, ses sites architecturaux, ses espaces naturels préservés, la grande diversité dans son offre touristique (nature, sportive, famille, gourmets...)...

📍 Office de Tourisme

11 BAT permanents + 4 saisonniers

300 000 visiteurs/an

Budget : + 2M€



L'Office de Tourisme de l'Île d'Oléron et du Bassin de Marennes, sous statut associatif, a été créé le 1^{er} janvier 2015 suite à la mutualisation des **12 Offices de Tourisme** du territoire Marennes-Oléron ; les enjeux principaux ont été de mutualiser les moyens et de développer et structurer de nouveaux projets de développement touristique pour le territoire.

Cette mutualisation a fait l'objet d'une convention de partenariat et d'objectifs entre deux parties : d'une part, les Communautés de Communes de l'Île d'Oléron et du Bassin de Marennes et d'autre part, « l'Office de Tourisme de l'Île d'Oléron et du Bassin de Marennes ». (cf Engagements envers les collectivités)

L'OT poursuit diverses missions qui sont regroupées en **6 pôles de compétences** :

- ▶ Accueil/information
- ▶ Presse
- ▶ Numérique
- ▶ Marketing/commercial
- ▶ Conseil aux prestataires/développement
- ▶ Administratif & Ressources Humaines

La structure compte **28 salariés permanents** et plus d'une dizaine de saisonniers qui viennent renforcer les effectifs en saison estivale.



Île d'Oléron Marennes Tourisme



Lionel PACAUD
Directeur



Cécile GUENEBAUT
Assistante de direction & Responsable RH



Emrick HERBAUT
Assistante de direction & Responsable NOIT

Direction



Marielle CALVEL
Responsable comptabilité



Nathalie CATROU
Chargée des Plannings



Céline ROCHES
Responsable qualité

Service support



Khrystyna ROY
Chargée de la clientèle groupe



Marion CARLES
Chargée du service des guides & du GALPA



Léa NORMANDIN
Chargée des partenariats pubs



Véronique JOANDET
Chargée de missions du service groupe

Service commercial



Céline ROCHES
Responsable du service conseil & développement



Karine PINEAU
Chargée du Label Famille plus



Estelle FLOCH
Auditrice éligibilité environnementale



Nathalie CATROU
Chargée du label Tourisme & Handicap



Agnès LE ROUX
Chargée du label Accueil Vélo



Nathalie BON
Chargée de la marque Assiette Saveurs

Service conseil & développement

Île d'Oléron Marennes Tourisme



Lionel PACAUD
Responsable Service
Communication
& Promotion



Sylvain BRÉFFY
Assistant /
promotion &
Community manager



Mathias DOÏNE
Responsable du
service numérique



Cécile CHARTIER
Responsable du
service presse



Laëtitia PROUET
Animatrice numérique



Gaëlle CARMAGNAC
Infographiste



Estelle FLOCH
Infographiste



Sophie SAUVAGE
Infographiste



Maxime GAUTIER
Coordinateur accueil &
Animateur qualité



Kévine VITET
Chargée boutique &
Conseillère en séjour



Sophie PIERRE
Conseillère en séjour



Stéphane HEURTEBISE
Conseiller en séjour



Mylène NORMANDIN
Conseillère en séjour



Muriel PARENTEAU
Conseillère en séjour



Agnès LE ROUX
Conseillère en séjour



Nathalie BON
Conseillère en séjour



Patricia MICHAUD
Conseillère en séjour



Véronique JOANDET
Conseillère en séjour



Nathalie CATROU
Conseillère en séjour



Léa NORMANDIN
Conseillère en séjour
& Guide



Laëtitia PROUET
Conseillère en séjour



Céline ROCHES
Conseillère en séjour



Estelle FLOCH
Conseillère en séjour



Khrystyna ROY
Conseillère en séjour
& Animatrice



Sophie SAUVAGE
Conseillère en séjour



Marion CARLES
Conseillère en séjour
& Guide



Karine PINEAU
Conseillère en séjour
& Guide



Sylvain BRÉFFY
Conseiller en séjour

1 LA STRATEGIE TOURISTIQUE GLOBALE DE LA DESTINATION

Depuis 2013, l'Office de Tourisme est associé à la réflexion du schéma de développement touristique à l'échelle des deux Communautés de Communes de l'île d'Oléron et du Bassin de Marennes et à la mise en œuvre opérationnelle d'un certain nombre d'actions, autour de **4 enjeux majeurs pour le territoire** :

🕒 **LA QUALITÉ** : La question de la qualité globale d'une destination est au coeur des débats : la diversité et la qualité de l'offre de services, la présence de plusieurs niveaux de gamme, le rapport qualité / prix, la qualité urbanistique et paysagère du territoire, l'accueil des saisonniers, la préservation des sites naturels remarquables...

🕒 **LA SAISONNALITÉ** - La destination compte une fréquentation très hétérogène. Les « ailes de saison » doivent impérativement être renforcées. Cela va nécessiter de réfléchir aux offres touristiques à proposer, aux évènementiels à organiser...

🕒 **LA GOUVERNANCE** - L'accueil, l'information, la promotion et la commercialisation touristique sont aujourd'hui totalement bouleversés par l'avènement des nouvelles technologies qui nécessitent de nouvelles approches, de nouveaux outils, de nouvelles compétences...

🕒 **LES INFRASTRUCTURES** - Le territoire est confronté à la fois à des accessibilités routière et ferroviaire limitées, à une mobilité notamment sur l'île très difficile, à des parkings saturés... L'amélioration du réseau routier, des pistes cyclables, de la signalisation touristique, de la gestion des stationnements sont des enjeux majeurs à prendre en compte.

Source – Extrait du schéma de développement touristique Ile d'Oléron-Bassin de Marennes



En totale cohérence avec le schéma de développement touristique du territoire et objectifs fixés par les collectivités, l'Office de Tourisme a axé son plan d'actions 2018-2020, autour de 4 axes stratégiques prioritaires correspondant aux diverses missions des pôles de l'Office de Tourisme, et déclinés de la manière suivante :

AXE 1 : OPTIMISER L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE

- ▶ Adapter l'accueil aux nouvelles attentes des visiteurs : conseil éclairé, qualité de l'accueil, meilleure connaissance de l'accueil, restructuration de l'accueil, accueil mobile.
- ▶ Améliorer la diffusion de l'information touristique : programme d'éducteurs, salon du tourisme.
- ▶ Maintenir la communication avec les prestataires : déploiement des visites de prestataires.
- ▶ Apporter de nouveaux services à la population locale : développement du service billetterie, valorisation des animations locale.



AXE 2 : DEVELOPPER LA NOTORIETE DE LA DESTINATION

- ▶ Presse : Développer l'accueil des journalistes en priorisant les médias à forte audience et l'accueil des influenceurs du web (blogueurs, twittos...) afin de faire connaître les SINGULARITÉS du territoire pour imposer une image d'un territoire 100% nature, dédié aux sports nautiques ou terrestres, à la gastronomie de terroir à forte valeur ajoutée et possédant un patrimoine architectural remarquable.
- ▶ Renforcer la stratégie et les actions numériques de la structure auprès des prestataires touristiques et auprès du personnel en interne ; gérer et développer le site internet ; assurer la veille autour de la e-réputation du territoire et du e-tourisme, déployer le Wifi territorial avec des hotspots, développer l'Internet de séjour avec des sites offrant des informations en temps réel et des outils numériques pour répondre aux nouveaux usages des touristes et internautes...
- ▶ Renforcer le plan de communication (campagne de promotion, opération TV, Editions...).



AXE 3 : STRUCTURER ET QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE

- ▶ Poursuivre la dynamique autour du développement de la politique qualité : Marque Qualité Tourisme, sensibilisation des prestataires autour des labels Famille Plus, Tourisme & Handicap, Etiquette environnementale, Accueil vélo, Marque Assiette Saveur...
- ▶ Faciliter la mise en réseau de l'offre touristique autour de thématiques porteuses pour le territoire : Famille, Ecotourisme, Tourisme sportif...
- ▶ Mettre en place un observatoire touristique facilitant une meilleure connaissance de l'offre et de la fréquentation touristique : partenariat Charentes Tourisme

AXE 4 : DÉVELOPPER LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS TOURISTIQUES SUR LE TERRITOIRE

- ▶ Développer le service commercial
Cible Clientèles groupes : tourisme d'affaires et comités d'entreprises, sportifs et scolaires, tour-opérateurs, agences de voyages et autocaristes...
- ▶ Etoffer le programme de visites guidées pour les individuels



Qualité **TOURISME**, pourquoi ? pour **QUI** ?

Qualité Tourisme est une marque nationale qui a pour objectif d'accroître le niveau de qualité des établissements accueillant des visiteurs notamment les hébergeurs, sites de visite, activités de loisirs, musées et bien sûr les offices de tourisme, dont le cœur de métier est d'accueillir et d'informer sur une destination.



Les engagements de la marque vis-à-vis des visiteurs :

- ▶ Un accueil chaleureux
- ▶ Un personnel attentif
- ▶ La maîtrise des langues étrangères
- ▶ Des informations claires et précises
- ▶ Une propreté et un confort assurés
- ▶ La découverte d'une destination
- ▶ Votre avis pris en compte
- ▶ Engagements envers la collectivité
- ▶ Engagements en interne à l'OT
- ▶ Engagements liés à la promotion
- ▶ Engagements envers les réseaux institutionnels
- ▶ Engagements envers les socio-professionnels
- ▶ Engagements envers les visiteurs
- ▶ La Boutique
- ▶ La Commercialisation



Les gains de la qualité

- ▶ Un client satisfait devient le meilleur ambassadeur pour la destination
- ▶ Une meilleure mise en œuvre du projet stratégique et du plan d'action
- ▶ La cohésion et la motivation de l'équipe
- ▶ La reconnaissance des partenaires



L'Office de Tourisme s'est engagé à définir sa politique qualité visant à améliorer de manière permanente l'accueil, l'information et la satisfaction des visiteurs, des prestataires et des élus ainsi que le management de la structure.

De manière générale, la qualité sous-tend une organisation du travail interne efficace. Il s'agit de mettre l'accueil du client au cœur de l'organisation puis d'adapter de manière périphérique le travail des autres missions, en fonction des objectifs fixés. Aussi, elle implique une communication interne et externe fiable dans l'ensemble des services.

L'accueil recevant une multitude de contacts et d'informations (c'est le cœur névralgique de la structure), il est indispensable de clarifier le process de collecte, puis de transmission de l'information, non seulement pour l'équipe d'accueil, mais pour l'ensemble des salariés : promotion, commercialisation, boutique, observation économique...



COTÉ VISITEURS

- Ⓢ Garantir un accueil efficace et performant tout au long de l'année, dans une démarche personnalisée.
- Ⓢ Permettre à la clientèle d'accéder à une information touristique fiable, à jour et accessible à tous (tourisme & handicap, clientèle étrangère) et à un service billetterie élargi (sites de visites, activités, transports, spectacles,...), un large programme de visites guidées et de nouveaux produits boutique.



COTÉ PARTENAIRES

- Ⓢ Élaborer un plan d'actions annuel de promotion de la destination, à l'attention des cibles prioritaires, en favorisant les partenariats avec l'ensemble des acteurs locaux du territoire.
- Ⓢ Améliorer les services rendus aux prestataires (rendez-vous personnalisés, réunions d'information, commissions de travail par filières d'activité...)
- Ⓢ Développer l'action portée par le service commercial de l'OT : création de nouveaux produits touristiques par thématique.



COTÉ OFFICE DE TOURISME

- Ⓢ Pérenniser le système de management par la qualité, notamment par l'organisation d'une communication interne soutenue (réunion de services, suivi des tableaux de bord d'indicateurs d'activité par service).
- Ⓢ Réflexion permanente des process de travail et de l'accueil, à l'OT et à l'échelle du territoire, ayant pour but de faire progresser l'ensemble du territoire et de ses prestataires, de manière continue.

1 ENGAGEMENTS ENVERS LES COLLECTIVITÉS

Au titre des conventions de partenariat, l'Office de Tourisme s'engage à poursuivre les missions et objectifs fixés par les deux Communautés de Communes de l'île d'Oléron et du Bassin de Marennes :

- Ⓢ **Améliorer** la qualité de l'accueil et de l'animation touristique au sein des Bureaux d'accueil de l'île d'Oléron et du Bassin de Marennes.
- Ⓢ **Promouvoir** l'offre touristique de l'île d'Oléron et du Bassin de Marennes.
- Ⓢ **Assurer et renforcer** la coordination entre les différents acteurs touristiques locaux.
- Ⓢ **Créer** des prestations touristiques thématiques pour mettre en valeur le territoire.
- Ⓢ **Développer** les relations presse et l'offre numérique sur le territoire.



Source : DA 1 Statuts / DA 3 Convention d'objectifs et de partenariat



2 ENGAGEMENTS EN INTERNE

RÔLE DU GROUPE QUALITÉ DE DESTINATION

- ▶ Détecter les dysfonctionnements sur le territoire et les besoins d'amélioration
- ▶ Trouver des solutions avec les membres présents dans ce groupe
- ▶ Faire appliquer des choix qualité sur d'autres métiers que l'OT (hébergeurs, restaurateurs, collectivité, transports, signalisation...)
- ▶ Evaluer l'efficacité des actions d'amélioration décidées sur le territoire

- Ⓢ **Communiquer** son plan d'actions annuel à l'ensemble du personnel et à ses partenaires (réunion, newsletter...)
- Ⓢ **Suivre** l'activité de la structure par la mise en place d'indicateurs précis de performance.
- ▶ **Former** régulièrement son personnel permanent
- ▶ Faire de nos **saisonniers** de vrais conseillers en séjour, et faciliter leur intégration.
- ▶ Mettre en place des **outils concrets** pour faciliter la communication interne dans l'équipe.
- ▶ **L'écoute** client, au cœur de notre système qualité : suivi de l'évaluation du degré de satisfaction & d'insatisfaction des clients dans les BAT, évolution des attentes, amélioration continue (actions correctives...) en Groupe Qualité de Destination.

Source : DA 4 - Politique qualité / DA 5 - Plan d'action OT / DA 6 - Budget
P.2.2 - Accueil du nouvel entrant / FM 42 - Guide d'évaluation du personnel saisonnier et stagiaire / DA 11 - Plan de formation du personnel P
2.4 - Traitement des Réclamations - Remarques

Par son caractère insulaire, l'île d'Oléron est, plus qu'aucun autre territoire, consciente des enjeux de la transition énergétique : aux ressources limitées et exposé aux effets du changement climatique, le territoire s'engage à consommer moins de ressources fossiles et produire plus d'énergies renouvelables.

Désireuse de devenir à terme une "Destination 100% Nature", l'île d'Oléron multiplie les **initiatives innovantes**, et s'est constituée en 2010 un **Agenda 21** extrêmement ambitieux en matière énergétique : installation d'un vaste parc éolien marin, généralisation du solaire, plate-forme de rénovation énergétique ...

Autour de l'Agenda 21, une réelle dynamique s'est impulsée sur le territoire et a permis de renforcer fortement son identité au regard du développement durable et de développer de nouveaux plans d'actions

sectoriels structurants et efficaces : Territoire à énergie positive, zéro déchet zéro gaspillage, charte agriculture durable...

Aux côtés des collectivités, un ensemble d'acteurs locaux jouent un rôle de «laboratoire » de bonnes pratiques et un soin particulier est apporté au renforcement des actions de sensibilisation des habitants.



Un territoire engagé sur l'affichage environnemental !

En partenariat avec l'ADEME et la Communauté de Communes de l'île d'Oléron, l'Office du Tourisme de l'île d'Oléron et du Bassin de Marennes, accompagne, depuis 2017 les hôteliers dans la valorisation de leurs démarches vertueuses et responsables auprès des touristes, à travers l'étiquette environnementale.

C'est un outil qui permet aux hébergeurs d'évaluer leurs principaux impacts environnementaux en termes de consommation d'eau, d'énergie, de ressources non renouvelables, de gestion des déchets...

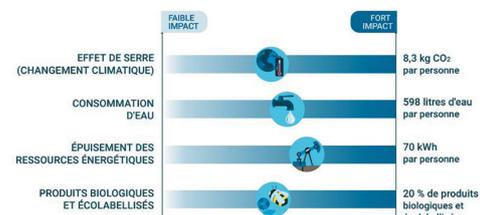
Cette démarche a pour double objectif de diminuer l'impact et les coûts de fonctionnement de l'établissement et de communiquer sur ses performances environnementales auprès de sa clientèle et de ses équipes.

À ce jour, 7 structures ont obtenu l'étiquette environnementale.



ANNÉE 2018

Impact calculé sur l'ensemble du cycle de vie, sur la base d'une nuitée avec petit-déjeuner





4 ◉ ENGAGEMENTS POUR LA PROMOTION

🕒 TYPOLOGIE ET ORIGINE DE LA CLIENTELE

La clientèle touristique du territoire est essentiellement française (86 % de la clientèle globale).

Le profil et l'origine géographique peut varier en fonction de la période de l'année.

La dépense moyenne d'un touriste est de 50€ par jour et par personne.

🕒 Durée moyenne de séjour : 6,2 nuitées



🕒 LA PROMOTION

🕒 Le Service Presse et communication

Ce service, en lien avec des attachés de presse, met tout en œuvre pour augmenter la notoriété de l'île d'Oléron et du bassin de Marennes à travers les médias.

Il est à la disposition des journalistes pour les aider dans la réalisation de leurs sujets.

Il participe également à l'enregistrement de chroniques radios pour valoriser le territoire, en partenariat avec la presse locale (France Bleu La Rochelle, Chassiron FM...).



🕒 Des campagnes de promotion

Chaque année, l'Office de Tourisme engage de grandes opérations de communication pour valoriser le territoire, que ce soit des opérations événementielles, des salons, ou des campagnes télés.



4 axes prioritaires :

Un territoire 100% nature respectueux de ses richesses écologiques et naturelles (forêts, marais, plage, écluses à poissons, site classé), et protégé pour ses richesses biologiques > pôle nature/engagement développement durable.

Dédié aux sports nautiques ou terrestres mais aussi aux plaisirs tranquilles pour les amateurs de balades pédestres, équestres, à bicyclette

A la gastronomie de terroir à forte valeur ajoutée : huîtres, poissons, vins, sel, produits maraîchers, limonade...

Avec un patrimoine architectural remarquable : phares, citadelles, forts, villages de caractère, ports, jardins...

Des chiffres clés

68 journalistes accueillis dont
17 émissions de télés ou de radios nationale

9 blogueurs

83 parutions écrites nationales
(dont Le Parisien, La Croix, Télérama, Rustica, Femme Actuelle Jeux, L'Express, Esprit d'Ici...)



Source : P 3.7 - Traitement des demandes presse / Dossier presse

Ⓞ NOS SUPPORTS DE COMMUNICATION

Ⓞ Des brochures annuelles à l'échelle du Pays Marennes Oléron,



Ⓞ En langues étrangères : anglais, allemand, néerlandais et espagnol.

Ⓞ Des plans détaillés de chaque village, incluant les informations touristiques et les adhérents.



Ⓞ Des éditions thématiques : Guide famille, guide de randonnées, carte des pistes cyclables, carte touristique, flyers de Brouage, du Moulin des Loges ...



Des chiffres clés :

450 000 brochures éditées

30 000 brochures téléchargées

Ⓞ Des brochures saisonnières et événementielles : manifestations, visites guidées, animations enfants.



Les avantages !

- Ⓞ Editions Téléchargeables et consultables en ligne sur notre site internet
- Ⓞ Editions respectueuses de l'environnement (imprimeur labellisé Imprim'vert)
- Ⓞ Remises gratuitement lors de votre visite dans nos bureaux d'accueil
- Ⓞ Diffusées en nombre sur le territoire (lieux d'accueil et de flux stratégiques, adhérents et partenaires de l'OT)
- Ⓞ Remise en nombre gratuitement auprès de nos adhérents sur simple demande

+ E NEWS PROFESSIONNELLES ET GRAND PUBLIC CIBLEES

Ⓞ E newsletter professionnelle : les abonnés reçoivent nos dernières actualités pro, les parutions sur la destination, les accueil-presse...

Ⓞ E-newsletter grand public: les abonnés reçoivent les coups de coeur, les bons plans.



LE NUMÉRIQUE

Le **Webmarketing** avec la gestion et le développement de nos **outils de communication**

www.ile-oleron-marennes.com



Des chiffres clés

1,3 million de visiteurs sur notre site internet pour

5 millions de pages vues

625 000 € de ventes sur l'Open System (vente en ligne)

96 000 fans sur notre page Facebook

La gestion de projets numériques et le développement d'outils web, du wifi public



Le **Community Management** avec l'animation quotidienne des réseaux sociaux



L'animation numérique de territoire

(accompagnement des prestataires sur le numérique) : Réunions de sensibilisation collectives et ateliers individuels personnalisés (solution de vente en ligne, solution Mini-sites pour refondre ou créer son propre site internet, «Mardis du numérique»...).

Notre site internet

- Traduction du site en 4 langues étrangères
- Responsive design (il s'adapte à toutes les tailles d'écrans et supports mobiles)
- Immersif pour un ressenti immédiat de la destination (grands visuels, vidéos, contenus exprimant des émotions, des atmosphères)
- Une offre exhaustive reliée à la base de données départementale
- Notre site rend possible le partage de nos pages sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter, Google + ou encore Instagram.

Les réseaux sociaux

- Animation quotidienne, réactivité
- Accompagnement de l'internaute à chaque étape de son séjour (avant, pendant et après)
- Spontanéité et relation de proximité
- Visibilité et retombées accrues pour le territoire
- Partage de photos, vidéos professionnelles ou amateurs

Source : P 3.8 - Mise à jour du site internet

Quels services propose chaque Office de Tourisme ?

- ⌚ La mise à jour et la diffusion des informations et des disponibilités pour les hébergeurs
- ⌚ La mise en avant de la documentation dans le bureau et la mise à disposition de la documentation touristique.
- ⌚ L'invitation à notre large programme d'Eductours et à la bourse d'échange annuelle.
- ⌚ Communication sur des informations régulières : tendances, agendas de manifestations...

Pourquoi être partenaire ?

- ⌚ Appartenir à un réseau de plus de 1000 partenaires et s'engager dans une collaboration autour de notre destination.
- ⌚ Accroître votre notoriété en communiquant auprès de toutes les clientèles (touristes, habitants, professionnels locaux).



Nos services + ?

⌚ "Nos services +" encarts publicitaires

Possibilité de promouvoir sa structure par une insertion publicitaire sur nos éditions et sur notre site internet.

⌚ **Au service numérique** : Revenu management, référencement, réseaux sociaux, vente en ligne, refonte de votre site web, avis clients.

⌚ **Au service commercial** : la possibilité d'être commercialisé dans les produits groupe du service

⌚ **Au service conseil** : Bénéficier d'un accompagnement personnalisé pour l'obtention de labels : Famille plus, Tourisme et handicap, étiquette environnementale...

⌚ **Accompagnement des prestataires du territoire sur des démarches de labellisation** : Tourisme durable, Tourisme & handicap...

⌚ **Structuration de l'offre** et animation de réseaux, mise en avant sur nos différents supports de communication : Tourisme d'affaires, Famille Plus, Bien-être, producteurs locaux, restaurants ...



35 partenaires labellisés
«Tourisme et handicap»

7 hôtels «étiquette environnementale»



13 partenaires
«Assiette Saveurs»



52 partenaires «Famille plus»



8 structures «accueil vélo»

◉ Nos bureaux d'accueil et de conseils

L'Office de Tourisme d'aujourd'hui...
un accueil **plus dynamique !**

Des chiffres clés :

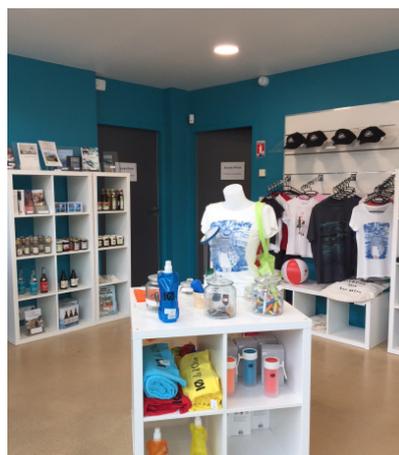
+ de 300 000 visiteurs

345 jours d'ouverture / an

40 000 billets vendus

35 000 utilisateurs du wifi office

◉ Un espace boutique / billetterie,
Soit + de 20 produits du terroir
et 30 objets souvenirs, cadeaux...



◉ De nouveaux aménagements
et un accueil physique basé sur le conseil



◉ Des écrans dynamiques
affichant l'actualité,
la météo...

◉ Un accueil mobile
au phare de Chassiron
tous les étés.



◉ Un espace wifi offert
dans chaque bureau.

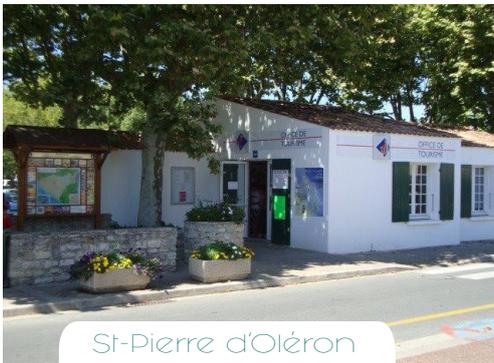


11 bureaux d'information (+ **4 saisonniers**) répartis sur tout le territoire

Des locaux accessibles et un accueil adapté à nos visiteurs en situation de handicap moteur, visuel, auditif et mental (boucle auditive, mp3, présentoirs et banque d'accueil adaptés...)

Des services à disposition en dehors des horaires d'ouverture : disponibilités des hébergements, plan affiché, numéros d'urgence.

Les Bureaux d'accueils....



St-Pierre d'Oléron



Le Château d'Oléron



St-Trojan-les-Bains



Le Grand-Village-Plage



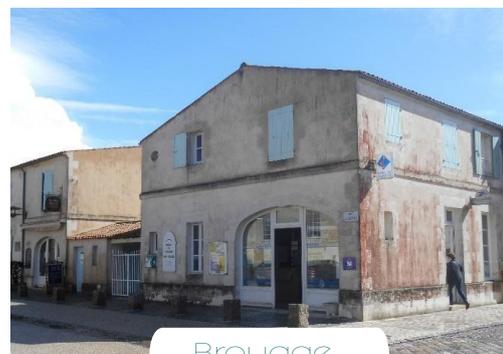
St-Georges d'Oléron



St-Denis d'Oléron



Marennes



Brouage

👉 Un cœur de métier / Le Conseil en séjour

Nos conseillers en séjour,

- 👉 **ont une expérience professionnelle dans le tourisme,**
- 👉 parlent **2 langues étrangères minimum** dont l'anglais, l'espagnol, l'allemand,
- 👉 **sont identifiés lors de l'accueil du public** (port du badge avec prénom, fonction et langues parlées),
- 👉 traitent les courriers **dans les 48h** et les mails dans les **24h au plus tard**,
- 👉 répondent aux appels téléphoniques avant la 4^{ème} sonnerie, et **limitent le temps d'attente** dans la mesure du possible,
- 👉 **savent écouter** les besoins exprimés,
- 👉 **accompagnent les visiteurs** dans l'organisation de leur séjour,
- 👉 **posent les bonnes questions** pour détecter et comprendre les attentes cachées,
- 👉 **ont de bonnes connaissances de l'offre touristique**, patrimoniale et des prestataires : curiosités, visites régulières,
- 👉 ont **expérimenté** les produits : « on vend mieux ce que l'on connaît »,
- 👉 **pratiquent le conseil éclairé** et maîtrisent les argumentaires de vente : ils savent convaincre et donner envie (points forts, preuves, avantages),
- 👉 utilisent un **vocabulaire positif**, sont souriants et restent courtois en toute circonstance,
- 👉 sont **réactifs, imaginatifs, enthousiastes, disponibles**,
- 👉 **bénéficient de formations régulières et continues** (vente, langues, expérimentent nos nouvelles visites...),
- 👉 **respectent nos règles** internes d'accueil qualité et d'organisation, et **participent pleinement à leur amélioration.**



P 6.13 - Gestion des stocks de documentation / P 6.14 - Gestion des stocks brochures IOMN / FM43 - Répertoire de documents / DA 9 - Règlement intérieur

🕒 La Boutique

Une boutique à l'image du territoire

- 🕒 **Un personnel formé à la vente**
- 🕒 Une large gamme de **produits locaux** : vin, pineau, sel, galettes, caramel, confitures, livres, cabas....
- 🕒 Des **articles uniques portant la signature IO** : mugs, t-shirts, stylos, magnets, casquettes...
- 🕒 Des articles pour **tous les budgets**
- 🕒 Pour les **collectionneurs** : médailles souvenir de la Monnaie de Paris de Brouage et de l'Île d'Oléron
- 🕒 Pour les **enfants et familles** : livrets coloriage...
- 🕒 **Une librairie** pour répondre aux besoins pratiques (plans, cartes, guides...) mais aussi de jolis ouvrages à ramener en souvenir, pour se faire plaisir ou faire plaisir à ses proches
- 🕒 **Boutique ouverte 7j/7** aux mêmes horaires que l'accueil et valorisée sur des supports adaptés
- 🕒 **Un suivi précis dans la gestion des stocks**, assurée par notre chargée boutique
- 🕒 Les modalités de fonctionnement avec chaque fournisseur sont définies au préalable entre l'OT et le prestataire, via des conventions de partenariat



4 axes prioritaires :

- ▶ Visites guidées (individuels et groupes)
- ▶ Accompagnement et guidage des groupes (à la journée et en séjour)
- ▶ Vente de produits packagés auprès des groupes (journées et séjours)
- ▶ Organisation de séminaires (suivi personnalisé dans le cadre du tourisme d'affaires)

Les cibles :

- ▶ Les comités d'entreprises : élaboration de produits adaptés et démarchage
- ▶ Les groupes de loisirs : mise en place de séjours thématiques et innovants
- ▶ Les Petits groupes «Privilège» : haut de gamme, suivi sur mesure avec des produits insolites
- ▶ Mise en valeur et développement du tourisme sportif

Un service commercial dédié à la production de visites guidées pour individuels

- ⊙ Une offre variée de visites guidées (centre historique, citadelle du Château d'Oléron, port de pêche de la Cotinière ...)
- ⊙ Des guides passionnés, multilingues
- ⊙ Des produits et animations **familles** : visites théâtralisées, jeux de piste...
- ⊙ Des tarifs attractifs avec une vraie politique d'accessibilité pour tous

Un service commercial réceptif exclusivement dédié à la clientèle groupe

- ⊙ Une page dédiée à l'offre **groupes, voyagistes** sur notre site internet (prochainement un mini site dédié aux professionnels)
- ⊙ Une offre variée de visites guidées et de **produits clé en main** (1/2 journées, journées, excursions, séjours),
- ⊙ Des interlocuteurs **disponibles et à votre écoute**
- ⊙ Du sur mesure, nos offres s'adaptent à vos possibilités et attentes (choix des dates, de la durée, adaptation des contenus, offres VIP, privatisations...)
- ⊙ Un **interlocuteur privilégié et unique** pour le suivi de votre dossier de A à Z
- ⊙ Guidage et accompagnement possibles en **2 langues minimum**
- ⊙ Parfaite connaissance du territoire
- ⊙ Devis et propositions transmis **dans les 7 jours**





Nos actions partenariales sont importantes afin de mutualiser les moyens, de développer nos ressources et nos partenaires touristiques et économiques susceptibles de s'associer aux diverses stratégies de développement et de promotion du territoire.

Nous travaillons avec :

COMMUNAUTÉS DE COMMUNES DE L'ÎLE D'OLÉRON ET DU BASSIN DE MARENNES : partenaires financiers et partenaires pour la mise en place de projets de développement touristique à l'échelle du territoire.

CHARENTES TOURISME : mutualisation plateforme Etourisme, solution de commercialisation, programme revenue management, mutualisation outil de l'observatoire touristique...

LA MONA NOUVELLE AQUITAINE & OTF : développement des plans de formations

REGION NOUVELLE AQUITAINE : programme de développement Nouvelle Organisation des Territoires Touristiques

ADEME ET CABINET BETTERFLY TOURISM : soutien au projet de déploiement de l'étiquette environnementale dans le secteur de l'hôtellerie.



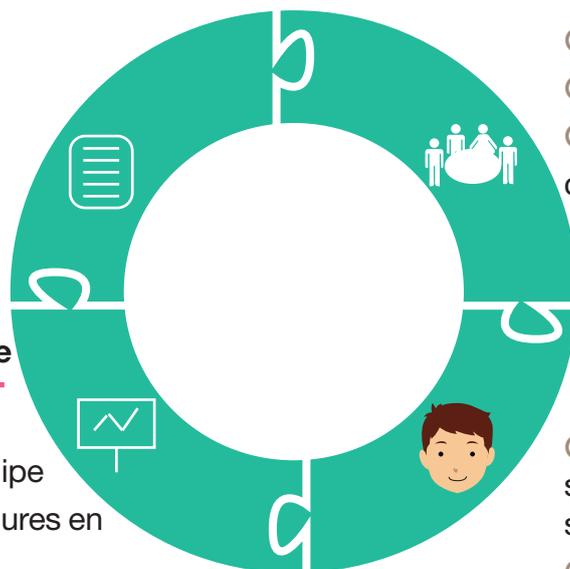
Source : Conventions de partenariat

• Des objectifs clairs

- ⌚ Une convention d'objectifs à 3 ans
- ⌚ Des objectifs Qualité & axes stratégiques clairement définis

• Une adaptation en continue

- ⌚ Une forte implication de l'équipe
- ⌚ Une simplification des procédures en interne
- ⌚ Une culture de l'amélioration continue des services

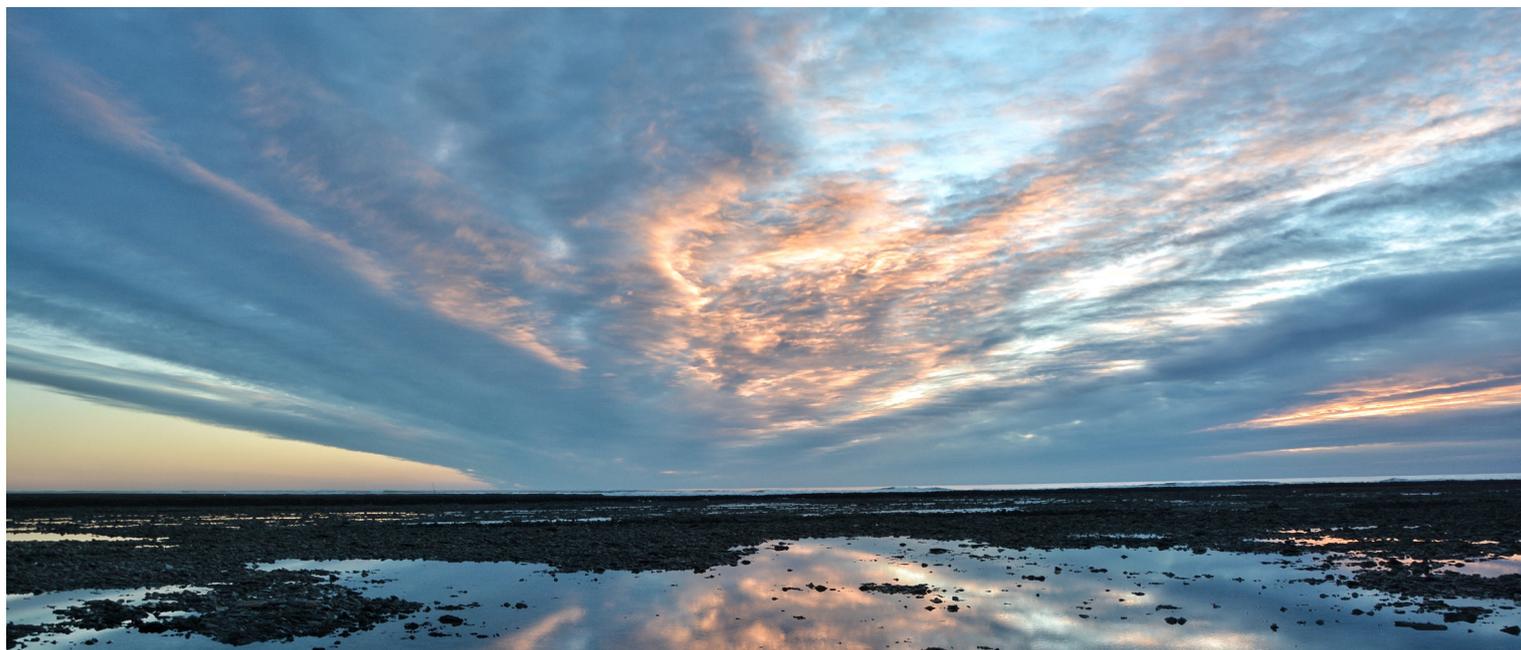


• Une organisation interne efficace pour agir

- ⌚ Des réunions d'équipe
- ⌚ Des réunions qualité
- ⌚ Des outils de communications communs en interne

• Des indicateurs à surveiller

- ⌚ Tableau de bord des indicateurs, suivi par les responsables de services
- ⌚ Bilan d'activité annuel
- ⌚ Suivi des avis clients sur place et en ligne
- ⌚ Sondages de nos partenaires dans le cadre de l'observatoire



• **A venir : Une nouvelle approche par processus**

Après avoir mis en place et amélioré au fil des années notre système qualité : organisation, procédures, fiches techniques et structure documentaire, nous souhaitons aller plus loin avec une approche par processus de notre fonctionnement.

En annexes, en interne :

- ⌚ Tableau des enregistrements
- ⌚ Index des Procédures
- ⌚ Index des Documents Applicables
- ⌚ Index des Modes opératoires
- ⌚ Index des Fiches Modèles





Les bureaux d'accueil
de l'**office** de **tourisme**
de l'île d'Oléron et du bassin de Marennes

• **BROUAGE**
2, rue de l'Hospital (17320)
www.brouage-tourisme.fr
brouage-tourisme@marennes-oleron.com

• **MARENNES**
Place Chasseloup-Laubat (17320)
www.tourisme-marennes.fr
marennes-tourisme@marennes-oleron.com

• **BOURCEFRANC-LE-CHAPUS**
65 bis, avenue Jean Jaurès (17560)
www.bourcefranc-lechapus-tourisme.fr
bourcefranc-lechapus-tourisme@marennes-oleron.com

• **SAINT-TROJAN-LES-BAINS**
Carrefour du port (17370)
www.st-trojan-les-bains.fr
saint-trojan-les-bains-tourisme@marennes-oleron.com

• **LE GRAND-VILLAGE-PLAGE**
12E bd de la Plage (17370)
www.legrandvillageplage.com
le-grand-village-plage-tourisme@marennes-oleron.com

• **LE CHATEAU D'OLÉRON**
Place de la République (17480)
www.ot-chateau-oleron.fr
le-chateau-oleron-tourisme@marennes-oleron.com

• **DOLUS D'OLÉRON**
Parvis Saint-André (17550)
www.dolus-oleron-tourisme.fr
dolus-oleron-tourisme@marennes-oleron.com

• **SAINT-PIERRE D'OLÉRON**
Place Gambetta (17310)
www.saint-pierre-oleron-tourisme.fr
st-pierre-oleron-tourisme@marennes-oleron.com

• **LA COTINIÈRE** - De Pâques à Septembre
Place du Marché (17310)
la-cotiniere-tourisme@marennes-oleron.com

• **SAINT GEORGES D'OLÉRON**
28 rue des Dames (17190)
www.saint-georges-oleron-tourisme.com
st-georges-oleron-tourisme@marennes-oleron.com

• **DOMINO** - en saison
Place du Marché (17190)

• **BOYARDVILLE** - De Pâques à septembre
Place du Marché (17190)

• **LA BREE LES BAINS**
20 rue des Ardillières (17840)
www.la-bree-les-bains-tourisme.fr
la-bree-les-bains-tourisme@marennes-oleron.com

• **SAINT-DENIS D'OLÉRON**
Boulevard d'Antioche (17650)
www.saintdenisoleron.fr
st-denis-oleron-tourisme@marennes-oleron.com

Office de Tourisme Île d'Oléron – Bassin de Marennes
22, rue Dubois Meynardie
17320 Marennes
Tél. 05 46 85 65 23
Courriel : accueil@marennes-oleron.com