

Le Mag'

ICI

Organisation

Bilans

**Votre Office de Tourisme
Communautaire**



Destination
HAUTE-PROVENCE
DURANCE LUBERON VERDON



Stratégie

Idéalement positionné en Provence-Alpes-Côte d'Azur, entre les parcs naturels régionaux du Luberon et du Verdon, Durance Luberon Verdon Agglomération a naturellement une vocation touristique.

25

25 communes composent la communauté d'agglomération, qui compte près de 62 000 habitants ; soit un peu plus d'un tiers des personnes vivant dans les Alpes de Haute-Provence.

78

Avec respectivement 360 et 320 chambres, Manosque et Gréoux-les-Bains représentent **78% de la capacité hôtelière** de DLVAgglo.

190

190 restaurants sur le territoire (Manosque et Gréoux-les-Bains regroupent 50% du total) : 5 sont référencés au Guide Michelin, dont un étoilé (Pierre Grein, à Manosque).

1

Il faut **une heure** pour relier en voiture Manosque et l'aéroport international Marseille Provence ; 50 minutes pour aller à la gare TGV d'Aix-en-Provence.

9500

Le plateau de Valensole compte **9500 hectares de champs de lavande**. « La lavande est l'âme de la Provence » : c'est ainsi que Jean Giono qualifiait cette odorante fleur bleue.

4,1

4,1 millions de nuitées par an sur le territoire de DLVAgglo.

4,5

4,5 millions d'excursionnistes par an : 1 excursion sur 5 est effectuée par un touriste étranger ; 7 excursions sur 10 durent entre 2 et 6 heures.

1

1 centre des congrès, basé à Gréoux-les-Bains, avec des espaces répartis sur 2500 m² (avec des salles de réunion modulables et accessibles aux personnes à mobilité réduite, quatre cabines de traduction, deux amphithéâtres de 680 places et plusieurs parkings extérieurs). Sa capacité d'accueil peut atteindre 1500 personnes. Il a accueilli 525 événements depuis son inauguration en novembre 2013.

52 000

52 000 lits touristiques, dont 19 715 lits marchands : les lits marchands représentent 38% de la capacité totale (contre 27% à l'échelle départementale et nationale et 21% à l'échelle régionale). On compte 84 lits touristiques pour 100 habitants, contre 33 à l'échelle nationale et 64 à l'échelle régionale.

3

Gréoux-les-Bains est la **3^e station thermale française** et la 1^{re} de la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les Thermes sont gérés par la Chaîne Thermale du Soleil, premier opérateur thermal français.

70

Les bureaux d'information touristique accueillent et renseignent plus de 150 000 personnes par an ; soit plus de **70 nationalités différentes**. Les pays les plus représentés sont l'Allemagne, l'Italie et la Belgique.

2440

DLVAgglo compte **2440 lits touristiques**, soit 1220 chambres ; c'est un tiers de l'offre départementale. 85% de cette offre est classée (de 1 à 4 étoiles).

276

La consommation touristique représente **276 millions d'euros de retombées** (directes, indirectes et induites), dont 40,2 millions d'euros pour les excursions. C'est également 800 emplois directs et 3700 emplois indirects et induits.

3

3 produits du territoire sont labellisés : l'AOP Pierrevert (6 domaines viticoles sur 300 hectares), l'AOC huile d'olive de Haute Provence (avec une forte production à Manosque et Valensole) et l'AOC Banon. Le territoire compte également 4 IGP (Indication Géographique Protégé) : farine de petit épeautre de Haute-Provence, agneau de Sisteron, thym de Provence, miel de Provence

2

20 communes de DLVAgglo se situent dans l'un des **2 parcs naturels régionaux** : Luberon et Verdon. DLVAgglo compte également de grands espaces naturels : les Basses-Gorges du Verdon, les Gorges de Baudinard et le Plateau de Valensole.

ICI



Jean-Christophe Petrigny



Paul Audan

Que de chemin déjà parcouru !

Si l'officialisation du transfert de la compétence tourisme ne date « que » du 1^{er} janvier 2017, nous sommes nombreux à constater aujourd'hui que cette gestion communautaire est désormais devenue une évidence. Une synergie, à la fois logique et indispensable, qui nous immerge en permanence dans une vision territoriale. Au-delà de la volonté politique de notre communauté d'agglomération, il y a aussi, et surtout, l'engagement de tous nos professionnels du tourisme.

Les pages qui suivent permettent ainsi de prendre la mesure de « tout » ce qui a été fait. Nous insistons volontairement sur la quantité et la qualité des réalisations, des missions, des projets... Du développement du marché chinois au déménagement du Bureau d'Information Touristique de Manosque en passant par la mise en place du pass tourisme, l'animation de la station thermale, la mise en tourisme de notre océan de lavande, la valorisation de nos produits d'excellence, le développement de l'œnotourisme et de l'agritourisme...

Nous ne saurions évidemment être exhaustifs !

Nous tenons à mentionner la participation active de toute l'équipe de l'Office de Tourisme Communautaire dans l'élaboration du schéma directeur à l'horizon des cinq prochaines années. Cette orientation stratégique majeure va nous permettre d'aller plus loin encore dans la professionnalisation de nos actions.

Ce magazine est donc l'occasion de passer du savoir-faire au faire savoir. Nous ne doutons pas qu'au fil des pages, vous constaterez, vous aussi le chemin déjà parcouru.

Nous ne doutons pas, non plus, que beaucoup s'associeront aux remerciements sincères que nous adressons à l'ensemble de l'équipe de l'Office de Tourisme Communautaire.

Jean-Christophe Petrigny, Président de Durance Luberon Verdon Agglomération

Paul Audan, Maire de Gréoux-les-Bains, 4^e vice-président délégué au tourisme de Durance Luberon Verdon Agglomération, Président de l'Office de Tourisme Communautaire

Qui sommes-nous ?

Avant 2015

2015 et la loi NOTRe

15 septembre 2016

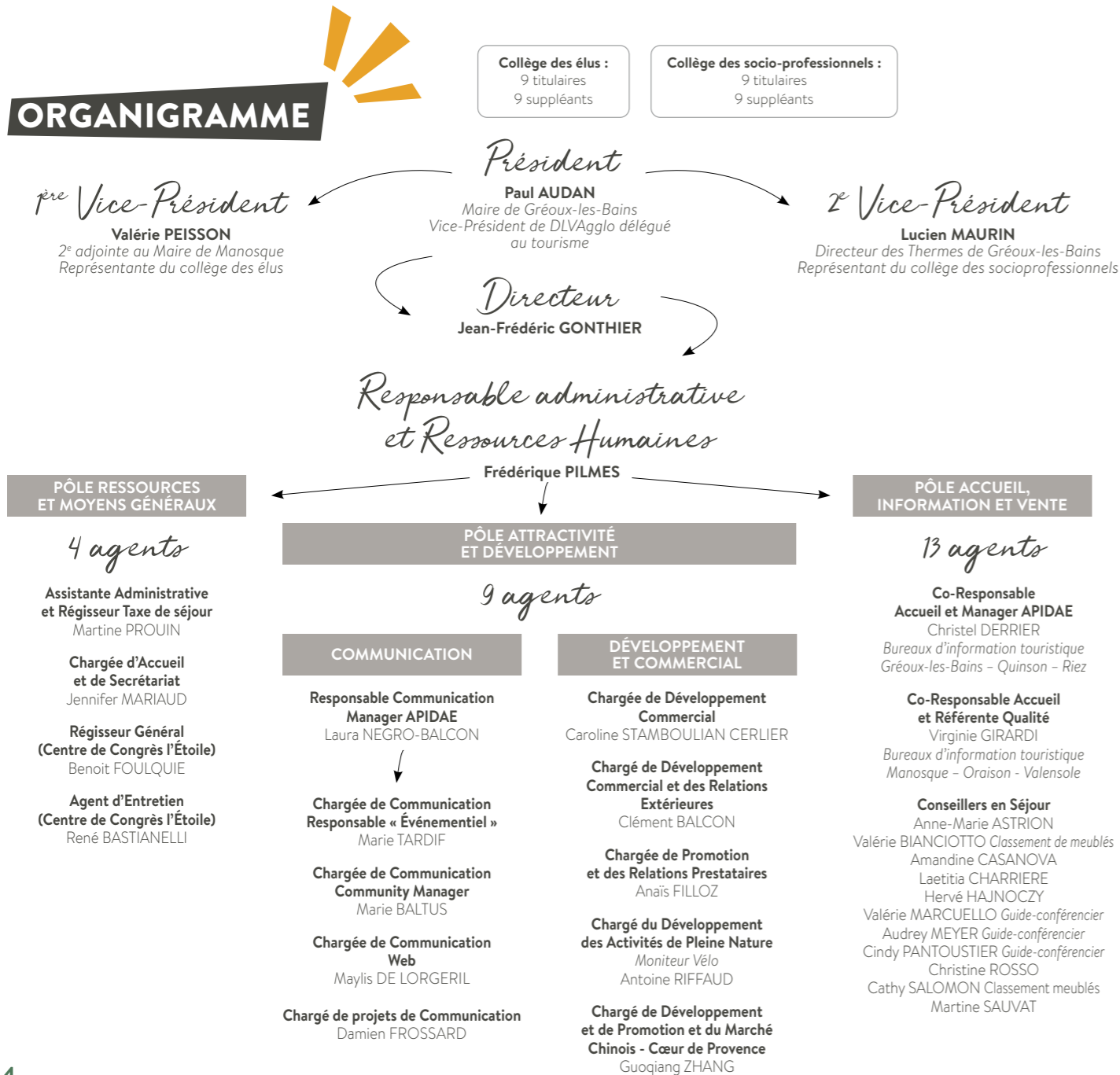
Depuis le 1^{er} janvier 2017

La Communauté d'Agglomération Durance Luberon Verdon Agglomération (DLVAgglo) comptait 8 offices de tourisme municipaux (Esparron-de-Verdon, Gréoux-les-Bains, Manosque, Oraison, Quinson, Riez, Valensole et Vinon-sur-Verdon) et un syndicat d'initiative (Allemagne-en-Provence). Sur l'ensemble de ces structures, seuls deux Offices de Tourisme étaient classés (Gréoux-les-Bains et Manosque). En l'absence de coordination, de répartition des missions et de stratégie commune, l'organisation touristique n'était pas adaptée au territoire.

Depuis la loi du 7 août 2015 portant la nouvelle organisation territoriale de la République, dite loi NOTRe, la répartition de la compétence tourisme a été modifiée. Elle prévoyait le transfert obligatoire de la compétence « promotion du tourisme dont la création d'offices de tourisme » aux intercommunalités au plus tard le 1er janvier 2017.

Par arrêté en date du 15 septembre 2016, le Préfet des Alpes de Haute-Provence approuve le transfert de la compétence « promotion du tourisme dont la création d'Offices de Tourisme » à la Communauté d'Agglomération Durance Luberon Verdon Agglomération. DLVAgglo souhaite en effet faire du tourisme un axe stratégique majeur, nécessaire à son développement et apte à fédérer l'ensemble de ses composantes. L'enjeu est donc de renforcer l'activité touristique actuelle afin de faire du territoire une destination privilégiée en matière de thermalisme, de tourisme d'agrément et d'affaires.

La Communauté d'Agglomération Durance Luberon Verdon Agglomération approuve (le 13 décembre 2016) la création d'un Office de Tourisme Communautaire par la transformation de l'Office Municipal de Tourisme de Gréoux-les-Bains, à compter du 1^{er} janvier 2017. Constitué sous la forme d'un Établissement Public Industriel et Commercial (EPIC), l'Office de Tourisme Communautaire se substitue aux structures touristiques préexistantes. Basé à Gréoux-les-Bains, il gère six Bureaux d'Information Touristique permanents à Esparron-de-Verdon, Gréoux-les-Bains, Manosque, Oraison, Quinson, Riez et Valensole.



“ Nos forces ? Passion et professionnalisme ! ”

Rencontre avec Jean-Frédéric Gonthier, directeur de l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo depuis sa création, en janvier 2017.

« L'un de nos premiers objectifs, au moment de la création de l'Office de Tourisme Communautaire, a été de mettre en place une organisation à la fois stable, pragmatique et efficiente, aussi bien au niveau des moyens humains qu'au niveau du fonctionnement. Il s'agissait de faire travailler ensemble des personnes qui, jusque-là, étaient réparties dans huit structures avec, souvent, des savoir-faire, des compétences et des modes de pensées différents. Mais chacun possédait déjà de solides compétences avec, pour certains, des expertises spécifiques. Chacun connaissait déjà très bien le territoire et son potentiel, et entretenait des liens forts avec certains professionnels du tourisme ».

Comment parvenir à rassembler toutes les structures sous le même étendard ?

« Nous avons su nous appuyer sur ce réseau des bureaux d'accueil et sur nos outils de communication en direction des entreprises touristiques. En complément, nous avons mené un travail d'appropriation, qui est passé par de nombreuses rencontres, de réunions, d'échanges, de visites sur le terrain... Cela nous a permis de répondre présents à chaque sollicitation, que ce soit au niveau de la communication, de l'événementiel ou de l'édition. En évitant toute rupture opérationnelle, l'Office de Tourisme Communautaire a rapidement trouvé sa place, tout en remplissant ses premiers objectifs ».

La mutualisation représentait donc un gros défi...

« Face à une certaine forme de résistance à tous changements, nous devons faire nos preuves. Et nous les avons faites ! Aujourd'hui, c'est une fierté de pouvoir affirmer que nous avons apporté quelque chose à chacune des 25 communes de DLVAgglo. Nos forces ? Notre connaissance du territoire, notre connexion aux entreprises

touristiques et notre capacité à répondre présent à chaque fois que l'on a besoin de nous. Et la plus belle des récompenses a été la validation de notre schéma de développement touristique 2021-2026, accompagné du plan marketing, par le conseil communautaire de DLVAgglo, en décembre 2020. Nous avons donc le soutien des élus, qui se traduit par un appui financier non négligeable, sans oublier l'appui des services de l'agglomération ».

Comment ce territoire peut tirer son épingle du jeu en matière de tourisme ?

« Nous devons rester souples et pragmatiques afin de répondre plus efficacement aux changements incessants. Mais nous ne devons jamais oublier la vision « client » : c'est elle qui guide nos actions. Nous avons plusieurs offres majeures, à travers des produits et des destinations extrêmement forts qui ont, parfois, un écho mondial, comme la lavande ou le Verdon. Il ne faut jamais perdre de vue que la promotion d'une marque forte ruisselle positivement sur tout le territoire communautaire. Je citerai comme exemple la station thermale de Gréoux-les-Bains qui a attiré 34 633 curistes en 2019. Sachant que le curiste ne l'est que deux heures par jour. Le reste du temps, c'est un touriste qui se déplace, visite, découvre... Notre territoire possède donc un très fort potentiel touristique que beaucoup nous envient ».

Quels sont les principaux axes de développement ?

« Nous devons continuer à travailler sur nos destinations phares afin d'améliorer l'attractivité du territoire. Nous devons donc sans cesse créer et/ou améliorer l'offre touristique locale en accord avec nos filières touristiques prioritaires. Car je suis intimement persuadé que c'est la qualité de l'offre qui fait la demande ! Je n'oublie pas l'importance de la digitalisation de nos services, qui doivent être en phase avec la révolution du numérique ».

Les 4 grandes missions de l'Office de Tourisme Communautaire

ICI

Une convention d'objectifs et de moyens a été approuvée par délibération du conseil communautaire de DLVAgglo. Elle définit l'activité de l'Office de Tourisme Communautaire, ainsi que les moyens matériels et financiers mis à sa disposition. Elle précise les obligations incombant à l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo, la durée et les modes de réalisation de la présente convention. Elle a été conclue fin 2016 et a pris effet le 1^{er} janvier 2017 pour une durée de 3 ans. Elle a été renouvelée le 1^{er} janvier 2020 (jusqu'au 31 décembre 2022).

1 OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

MISSIONS OBLIGATOIRES

Les missions obligatoires d'un office de tourisme sont « l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique, en coordination avec le comité départemental et le comité régional du tourisme. Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local ». Ces missions sont inscrites dans le Code du tourisme à l'article L.133-3 et dans l'article 2 des statuts de l'Office de Tourisme Communautaire.

Afin de remplir sa mission d'accueil et d'information des touristes, l'Office de Tourisme Communautaire dispose de 6 Bureaux d'Information Touristique, ouverts à l'année. Cette organisation est complétée par la mise en place de présences ponctuelles « hors les murs » (pots d'accueil), de relais d'information touristique sur les zones de transit (parkings ou sites de visite) ou chez des prestataires partenaires.

La promotion touristique se fait en coordination avec l'Agence de Développement Touristique des Alpes de Haute-Provence et le Comité Régional du Tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Cette mission, particulièrement large, va de l'édition de documents (plans, flyers, magazines...) à la participation à de nombreux salons,

sans oublier la communication numérique. L'e-tourisme ne cesse en effet de progresser, modifiant les comportements et les pratiques. De plus, il s'oriente incontestablement vers un usage mobile.

La mission de coordination, qui est au moins aussi importante que l'accueil, concerne les quatre acteurs du développement touristique : les touristes, les professionnels, les élus et la population locale. L'Office de Tourisme Communautaire va régulièrement à la rencontre des entreprises touristiques (hébergeurs, prestataires...), des élus et du tissu associatif local en organisant des réunions, des éductours et des visites de terrain. Il favorise également le développement touristique local en accompagnant les porteurs de projets. La réalisation d'enquêtes de conjoncture, de bilans de fréquentation et de rapports d'activités favorise une « démarche qualité » territoriale. Enfin, l'Office de Tourisme Communautaire accompagne son personnel et les acteurs du territoire vers la professionnalisation accrue.

MISSIONS FACULTATIVES

L'article L133-3 du Code du tourisme fait figurer plusieurs missions facultatives : « l'Office de Tourisme peut être chargé de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique. Il peut également commercialiser des prestations de services touristiques ».

L'Office de Tourisme Communautaire dispose d'un service réceptif (organisation de séjours à la carte, excursions ou randonnées sur mesure, sorties VTT à la demande...). La commercialisation de prestations et de produits touristiques passe par la gestion d'un service de billetterie : inscription à une randonnée, à une visite guidée ou à une excursion ; accès à un événement culturel ; réservation d'une activité pour une clientèle « groupes »...

L'Office de Tourisme Communautaire peut également gérer des boutiques dans ses Bureaux d'Information Touristique. Enfin, la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique touche de très nombreux domaines : élaboration de services touristiques, exploitation d'installations touristiques et de loisirs, études et observation touristiques, animation des loisirs, organisation de fêtes et de manifestations (culturelles, touristiques et sportives), adaptation de l'offre aux exigences des clientèles (française et étrangère) en particulier par la création de nouveaux produits.

2 ANIMATION CULTURELLE ET FESTIVE DE LA STATION THERMALE DE GRÉOUX-LES-BAINS

Dans une station thermale, l'organisation d'animations culturelles, festives ou sportives est incontournable. Il s'agit de proposer aux curistes un séjour agréable mais aussi de potentialiser les effets de la cure. La concurrence est telle que les stations qui n'offriraient pas d'animations seraient négligées par les curistes au profit de destinations mieux organisées. L'enjeu est aussi pour les stations, non seulement de fidéliser les clients, mais également d'en attirer de nouveaux car les animations sont un facteur de notoriété. La finalité est donc économique puisqu'elle vise à accroître la fréquentation de la station.

3 LA GESTION DU CENTRE DE CONGRÈS « L'ÉTOILE »

La mission de l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo est de gérer le Centre de Congrès et de développer le tourisme d'affaires. Cet équipement communautaire peut en effet accueillir des séminaires, des formations, des ateliers, des colloques ou des salons à rayonnement régional, national ou international, afin de développer le segment économique du tourisme d'affaires. Il possède également un espace culturel (avec une salle polyvalente et un espace cinéma/théâtre) qui permet d'élargir la diffusion culturelle de DLVAgglo. Il constitue donc un espace économique, festif et d'animations locales. Depuis son inauguration, le Centre de Congrès a accueilli 525 événements dont 187 classés « affaires » (congrès, séminaires, dîners de gala, assemblées générales, foires, salons...). En 2020, malgré 145 jours de fermeture (en raison de la crise sanitaire), le Centre a accueilli 36 événements.

4 LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR COMMUNAUTAIRE

La taxe de séjour est instaurée dans le but de faire supporter aux touristes une partie des charges engagées pour les actions d'accueil, de promotion et de valorisation du territoire (lire en page 14).



L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo est classé en **Catégorie I** (jusqu'au 31 décembre 2021) ce classement correspond à une structure de type entrepreneurial, pilotée par un directeur, ayant vocation à fédérer les professionnels et à développer l'économie touristique dans sa zone géographique d'intervention, supportant un flux touristique naturel important, de provenance nationale et internationale.



L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo est immatriculé au registre des opérateurs de voyages et de séjours. Le registre recense les personnes physiques ou morales qui élaborent et vendent des forfaits touristiques et des services de voyages.



L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo dispose d'une **Licence d'Entrepreneur de Spectacles** : ce régime permet d'exercer une activité d'exploitation de lieux de spectacles, de production ou de diffusion de spectacles. L'office peut exercer cette activité seul, ou dans le cadre de contrats conclus avec d'autres entrepreneurs de spectacles vivants, quel que soit le mode de gestion, public ou privé, à but lucratif ou non.



L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo est agréé pour le classement des meublés de tourisme de son territoire. Le classement des meublés de tourisme est volontaire : il comporte 5 catégories allant de 1 à 5 étoiles et il est valable 5 ans.

« Ils ont dit... »



« Une équipe qui vient régulièrement à ma rencontre, pour m'apporter des programmes et brochures. C'est un véritable service de proximité et nous espérons que cela va durer ».

↳ Camping Le Pré de la Combe (Saint-Martin-de-Brômes)

« Ils ont dit... »



« Une relation de confiance et de partenariat, ainsi qu'un lien commercial via des prestations de traiteur. Le lien est désormais établi de manière durable et nous souhaitons le préserver ».

↳ Couleurs Paysannes (Valensole)



« Il faut investir sur les grands événements du territoire, voire en créer de nouveaux »

3 questions à Marie Tardif, chargée de communication et responsable de l'événementiel

Pour quelles raisons l'Office de Tourisme Communautaire gère l'animation à Gréoux-les-Bains ?

« L'activité thermale grésélienne génère d'importantes retombées sur le territoire. C'est incontestable ! Nous savons que la fidélisation des curistes passe par la qualité des soins dispensés par Les Thermes, mais également par le niveau des animations proposées tout au long de la saison. Il était donc indispensable de confier cette mission à l'Office de Tourisme Communautaire afin de garantir une animation permanente de la station et de coordonner le calendrier annuel en lien avec les services de la Commune et le tissu associatif. »

Comment organisez-vous la promotion de l'événementiel ?

« Nous recensons tout au long de l'année les événements du territoire à travers la base de données Apidae afin de donner à ces manifestations de la visibilité. Je remercie d'ailleurs les principaux contributeurs pour leur mobilisation : le service culturel de DLVAgglo et les Communes sans oublier le tissu associatif. »

GIONO 2020

Un investissement majeur

De nombreuses opérations ont été menées dans le cadre du cinquantième de la disparition de Jean Giono (1895-1970), commémoré en 2020 ; à commencer par un partenariat d'envergure avec le MUCM. Le musée marseillais a en effet mis en place, du 30 octobre 2019 au 17 février 2020, une rétrospective exceptionnelle consacrée à l'écrivain.

Cette exposition représentait une formidable opportunité pour Manosque et la Haute-Provence. L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo s'est naturellement associé au MUCM afin de prolonger l'expérience des visiteurs, et de développer une offre en matière de tourisme culturel.

Ce recensement alimente nos sites internet mais également des agendas papier que nous mettons à la disposition des habitants et de nos touristes.

En quoi l'événementiel est un atout pour le développement du tourisme ?

« L'événementiel est une source d'attractivité pour les territoires. Il génère de la visibilité et des retombées économiques. Aujourd'hui, les exemples ne manquent pas : le Festival des Correspondances à Manosque, la Fête de la Lavande à Valensole, la Fête de l'Amande à Oraison. Ces événements attirent un public venu de loin. Il faut investir sur les grands événements du territoire, voire en créer de nouveaux, comme le Rosé Day et La Fête des Vendanges à Pierrevert, la Fête du Lac à Esparron-de-Verdon, La Foire agricole à Manosque... »



Grâce à cette opportunité, l'Office de Tourisme a édité le magazine « Destination Haute-Provence, Voyage au pays de Jean Giono », en collaboration avec le service culturel de DLVAgglo. Il a également installé un espace « information » pendant toute la durée de l'exposition, qui a permis de générer plus de 10 000 contacts.

Dans le cadre d'un partenariat avec le MUCM, l'Office de Tourisme Communautaire a participé à l'organisation du buffet lors du vernissage (offert par Couleurs Paysannes) et à la journée « portes ouvertes » en proposant vente et dégustation de produits locaux. Ces deux événements ont permis de toucher plus de 1600 personnes.

L'Office de Tourisme Communautaire a également participé à la soirée « Club Mucem », rassemblant dirigeants d'entreprises et mécènes marseillais du Musée (organisation du buffet dînatoire et mise à disposition de coffrets de produits locaux).

En parallèle, l'Office de Tourisme Communautaire a également collaboré avec le musée marseillais Regards de Provence pour l'organisation du vernissage de l'exposition « Lucien Jacques, le sourcier de Giono » ; 200 personnes y ont assisté.



AMPELO Un programme européen de promotion de l'œnotourisme

Il s'agit d'un projet transfrontalier franco-italien, soutenu par les fonds européens « Alcotra - Interreg ». L'objectif du programme est de promouvoir l'œnotourisme sur les marchés nationaux et internationaux et d'augmenter les compétences des opérateurs locaux. Les partenaires d'AMPELO sont : l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo, qui est également chef de file, l'Université Européenne des Senteurs et des Saveurs, l'Enothèque de Grinzane Cavour et l'Office de Tourisme Langhe Monferrato Roero, à Alba.

Depuis son lancement en 2018, le programme a permis de faire monter en gamme et en compétences les viticulteurs,



« Provence Verdon VTT »

www.provence-verdon-vtt.fr
#VTTProvenceVerdon



Avec 54 circuits et un total de 1100 kilomètres d'itinéraires balisés, cet espace VTT s'étend sur deux départements (Alpes de Haute-Provence et Var) au sein du Parc naturel régional du Verdon. L'objectif est de répondre à la dynamique toujours croissante de la demande, accélérée par le développement des vélos à assistance électrique. Cet espace répond à tous les critères du label « sites VTT FFC » mais également à tous les niveaux de pratique (de la piste large et familiale au « single-track » sportif et époustoufflant). Sa situation géographique au cœur de la Provence et aux portes des Gorges du Verdon, son étendue et la variété des parcours proposés, constituent des arguments majeurs pour attirer et fidéliser la clientèle. L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo s'est chargé du balisage des parcours, de la création d'une identité visuelle et des supports de communication. Ce projet a reçu le soutien de l'Europe (fonds LEADER), du Conseil Régional Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, de DLVAgglo, de la Communauté de Communes Lacs et Gorges du Verdon et de la Communauté de Communes Provence Verdon.

« Ils ont dit... »

« Des échanges toujours constructifs avec l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo, qui nous apporte une visibilité essentielle et un bon lien avec les touristes (...) Une équipe toujours disponible ! ».

← Alize Electronic, location de bateaux électriques (Esparron-de-Verdon)



tout en structurant l'offre dans une approche filière qui, désormais, a une identité visuelle commune et des supports de communication. De nombreuses actions de promotion ont été mises en place avec, notamment l'accueil de journalistes spécialisés. Le Rosé Day et la Fête des Vendanges, organisés à Pierrevert, ont également été impulsés par la synergie AMPELO. La refonte du Musée de la Vigne et du Vin de Pierrevert, et la création de trois itinéraires pédestres autour de la vigne et du vin, s'inscrivent également dans le cadre du programme européen.



« Provence Luberon Lure VTT »

C'est le complément naturel de l'espace « Provence Verdon VTT ». Labellisé « sites VTT FFC », il propose 63 itinéraires et un total de 1000 kilomètres, répartis sur deux départements (Alpes de Haute-Provence et Vaucluse) et les neuf bassins de vie du Parc naturel régional du Luberon. L'Office de Tourisme s'est chargé de baliser 180 kilomètres d'itinéraires sur les communes suivantes : Villeneuve, Volx, Manosque, Pierrevert, Sainte-Tulle et Corbières. Cette nouvelle offre d'itinérance sur le Pays de Manosque était très attendue des nombreux pratiquants (locaux et touristes).



« Ils ont dit... »

« Nous sommes très satisfaits du travail de l'Office de Tourisme Communautaire et nous entretenons de bonnes relations avec l'équipe. L'intérêt de notre collaboration ne fait aucun doute ! ».

← La base Yannick (Montagnac-Montpezat)

Les actions par commune

Manosque

- Qualification de l'offre touristique communale
- Alimentation du site de la commune via un flux APIDAE
- Création et commercialisation du package « Art et culture à Manosque » (formule à la journée, groupes ou autocaristes)
- Gestion du site tourisme-manosque.fr
- Participation à l'exposition Giono, au Mucem, dans le cadre du cinquantenaire de la disparition de l'écrivain
- Participation active au développement de l'offre « La truffe noire de Villedieu »
- Gestion et promotion du Pass tourisme
- Aménagement et gestion du nouveau Bureau d'Information Touristique, place de l'Hôtel de Ville
- Balisage de parcours VTT dans le cadre de l'espace « Provence Luberon Lure »
- Accueils presse (France 3, Version Fémina, magazine italien, magazine « Quotidien de l'art »)
- Mise en avant des producteurs locaux et commerçants locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence ») et Fréquence Mistral
- Édition : guide « hébergements », guide « Les incontournables de Manosque » (également en anglais et en allemand), plan de Manosque (également en anglais), magazine « Voyage au pays de Jean Giono », carte touristique du Pays de Manosque, balade ludique Randoland. Mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer »

Montfuron

- Qualification de l'offre touristique communale
- Accueil presse (« En balade », édité par La Provence)
- Mise en place de visites guidées d'un jardin à papillons et du moulin Saint-Elzéard
- Balisage (en cours) de parcours VTT dans le cadre de l'espace « Provence Luberon Lure »
- Mise en avant des producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence ») et du Jardin à papillons Fréquence Mistral
- Édition : guide « visite libre du village », balade ludique Randoland, mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique « Haute-Provence, pays de Manosque »

Pierrevert

- Qualification de l'offre touristique communale
- Développement de l'œnotourisme à travers le projet Ampelo (lire également en page 9)
- Co-organisation du Rosé Day (en partenariat avec la Mairie et l'UESS) et de la Fête des vendanges (en partenariat avec la Mairie)
- Accueil presse (Guide Dumont, magazine italien)
- Mise en avant des producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence »)
- Balisage de parcours VTT dans le cadre de l'espace « Provence Luberon Lure »
- Édition : mise en avant de la commune dans la carte touristique « Haute-Provence, pays de Manosque », balade ludique Randoland et dans le guide « Balades à jouer »

Corbières

- Qualification de l'offre touristique communale
- Soutien actif aux organisateurs des Terres de Jim
- Balisage de parcours VTT dans le cadre de l'espace « Provence Luberon Lure »
- Interview du maire sur France Bleu (émission « La cigale d'or »)
- Édition : mise en avant de « Corbi Parc » dans le guide « famille », mise en avant de la commune dans la carte touristique « Haute-Provence, pays de Manosque » et dans le guide « Balades à jouer »

Villeneuve

- Qualification de l'offre touristique communale
- Mise en avant de la société Terre d'Oc dans le cadre de la Foire aux santons de Gréoux-les-Bains
- Balisage de parcours VTT dans le cadre de l'espace « Provence Luberon Lure »
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique « Haute-Provence, Pays de Manosque »

Volx

- Qualification de l'offre touristique communale
- Promotion de l'Écomusée et de son restaurant « Le petit Ribier »
- Accueil de l'association « CHINAFI » (étudiants chinois à Marseille)
- Organisation de 2 éditions (2018 et 2019) de la randuro VTT « La Capellane »
- Balisage de parcours VTT dans le cadre de l'espace « Provence Luberon Lure »
- Création d'itinéraires interactifs de découverte dans le cadre du projet « Eco-balade 2.0 » (en projet)
- Mise en avant de producteurs locaux sur Fréquence Mistral et dans La Provence
- Édition : mise en avant de la commune dans la carte touristique « Haute-Provence, Pays de Manosque » et dans le guide « Balades à jouer »

Gréoux-les-Bains

- Qualification de l'offre touristique communale
- Gestion d'un Bureau d'Information Touristique
- Alimentation du site de la commune via un flux APIDAE
- Mise en place d'un point d'accueil dans la galerie des Thermes
- Création et commercialisation de la « TransVerdon » : séjour itinérant en VTT (individuels et groupes) de Moustiers-Sainte-Marie à Gréoux-les-Bains.
- Gestion du site greouxlesbains.com (disponible en français, anglais, allemand et italien)
- Installation de nouveaux panneaux d'informations (Bureau d'Information Touristique et Centre des congrès)
- Promotion des événements gryséliens et participation à leur organisation (dans le cadre de la mission d'animation culturelle et festive de la station - lire également en page 6)
- Accueils presse (leroutard.com, magazines « Détours de France » et « L'évasion des sens », Var Matin, Nice Matin, France 5...) et organisation d'une émission dédiée à Gréoux de Janeiro sur France Bleu
- Mise en avant des producteurs et commerçants locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence ») et Fréquence Mistral
- Création et balisage d'un circuit VTT dans le cadre de l'espace « Provence Verdon VTT »
- Édition : guide des hébergements, guide « visite libre du village », plan de la station, carte des randonnées pédestres, balade ludique Randoland. Mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer »

Vinon-sur-Verdon

- Qualification de l'offre touristique communale
- Animation d'un point d'accueil sur le marché
- Création et balisage d'un circuit VTT dans le cadre de l'espace « Provence Verdon VTT »
- Soutien actif aux organisateurs, et promotion, de la Fête de la transhumance
- Accueil presse (magazine « Détours de France »)
- Mise en avant de producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence ») et Fréquence Mistral
- Édition : dépliant « itinéraire touristique », balade ludique Randoland, mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique des Basses-Gorges et du lac d'Esparron-de-Verdon

Oraison

- Qualification de l'offre touristique communale
- Alimentation du site de la commune via un flux APIDAE
- Gestion d'un Bureau d'Information Touristique (ouvert à l'année)
- Soutien actif aux organisateurs de la Fête de l'amande
- Animation d'un point d'accueil au sein du camping Les Oliviers
- Accueil presse (magazine « L'évasion des sens »)
- Mise en avant de producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence ») et Fréquence Mistral
- Édition : guide « visite libre du village », balade ludique Randoland, carte de randonnées pédestres, mise en avant de la commune dans la carte touristique « Haute-Provence, pays de Manosque » et dans la carte touristique du plateau de Valensole

Sainte-Tulle

- Qualification de l'offre touristique communale
- Balisage de parcours VTT dans le cadre de l'espace « Provence Luberon Lure »
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique « Haute-Provence, Pays de Manosque »

Le Castellet

- Qualification de l'offre touristique communale
- Eductour : visite du village par l'équipe de l'Office de Tourisme Communautaire
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique du plateau de Valensole

Puimichel

- Qualification de l'offre touristique communale
- Création de l'offre commerciale « Soirée dans les étoiles de Haute-Provence » (dans le cadre de la campagne « On a tous besoin du Sud »)
- Eductour : visite du village par l'équipe de l'Office de Tourisme Communautaire
- Mise en avant de producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence »)
- Édition : balade ludique Randoland, mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique du plateau de Valensole

Entrevennes

- Qualification de l'offre touristique communale
- Accueil presse (« En balade », édité par La Provence)
- Eductour : visite du village par l'équipe de l'Office de Tourisme Communautaire
- Mise en avant de producteurs locaux sur Fréquence Mistral
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique du plateau de Valensole

Riez

- Qualification de l'offre touristique communale
- Alimentation du site de la commune via un flux APIDAE
- Gestion d'un Bureau d'Information Touristique
- Aménagement et gestion du nouveau Bureau d'Information Touristique (3 place Maxime-Javelly)
- Animation d'un point d'accueil au sein du camping Rose de Provence et sur le marché
- Création et balisage d'un circuit VTT dans le cadre de l'espace « Provence Verdon VTT »
- Accueil presse (Guide Dumont)
- Mise en avant des producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence ») et Radio Verdon
- Édition : guide pratique, guide « visite libre du village », carte de randonnées pédestres, balade ludique Randoland, mise en avant de la commune dans la carte touristique du plateau de Valensole, dans la carte touristique des Basses-Gorges et du lac d'Esparron-de-Verdon, dans le circuit de découverte « La route de la lavande » et dans le guide « Balades à jouer »

Saint-Martin-de-Brômes

- Qualification de l'offre touristique communale
- Alimentation du site de la commune via un flux APIDAE
- Animation d'un point d'accueil à l'occasion de la fête du village
- Mise en place de panneaux d'informations dans les campings
- Création et balisage d'un circuit VTT dans le cadre de l'espace « Provence Verdon VTT »
- Mise en avant de producteurs locaux sur Fréquence Mistral
- Édition : guide « visite libre du village », balade ludique Randoland, mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique des Basses-Gorges et du lac d'Esparron-de-Verdon

Allemagne-en-Provence

- Qualification de l'offre touristique communale
- Création et balisage d'un circuit VTT dans le cadre de l'espace « Provence Verdon VTT »
- Eductour : visite du château
- Mise en avant de producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence »)
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer », dans la carte touristique du plateau de Valensole, dans la carte touristique des Basses-Gorges et du lac d'Esparron-de-Verdon et dans le circuit de découverte « La route de la lavande »

Saint-Laurent-du-Verdon

- Qualification de l'offre touristique communale
- Mise en place de panneaux d'information au sein du point accueil du camping La Farigoulette
- Création et balisage d'un circuit VTT dans le cadre de l'espace « Provence Verdon VTT »
- Mise en avant de producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence »)
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique des Basses-Gorges et du lac d'Esparron-de-Verdon

Puimisson

- Qualification de l'offre touristique communale
- Partenariat promotionnel avec Aéro-Provence (vols en montgolfière)
- Mise en avant des producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence »)
- Édition : guide « visite libre du village » (également en anglais), mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer », dans la carte touristique du plateau de Valensole et dans le circuit de découverte « La route de la lavande »

Brunet

- Qualification de l'offre touristique communale
- Eductour : rencontre avec Louis Marie (boulangier et producteur)
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer » et dans la carte touristique du plateau de Valensole

Roumoules

- Qualification de l'offre touristique communale
- Création et balisage d'un circuit VTT dans le cadre de l'espace « Provence Verdon VTT »
- Accueil presse : organisation d'une émission avec Olivier Coince (producteur de fleurs bio) sur France Bleu Provence
- Mise en avant de producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence »)
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer », dans la carte touristique du plateau de Valensole, dans la carte touristique des Basses-Gorges et du lac d'Esparron-de-Verdon et dans le circuit de découverte « La route de la lavande »

Montagnac-Montpezat

- Qualification de l'offre touristique communale
- Création et balisage d'un circuit VTT
- Soutien actif à la création de deux itinéraires de randonnées pédestres inscrits au PDIPR (Plan Départemental des Itinéraires de Promenades et de Randonnée)
- Soutien actif à l'association « Les amis de la rabasse » pour la promotion de leurs événements
- Mise en place de panneaux d'informations dans le hall d'accueil du village-vacances Belambra, et sur la base nautique « Yannick » (également en projet sur la place du village)
- Édition : mise en avant de la commune dans le guide « Balades à jouer », dans la carte touristique des Basses-Gorges et du lac d'Esparron-de-Verdon et dans la carte touristique du plateau de Valensole

Quinson

- Qualification de l'offre touristique communale
- Gestion d'un Bureau d'Information Touristique et de l'agence postale communale
- Organisation d'une soirée des saisonniers
- Réalisation de plusieurs vidéos de promotion
- Promotion du musée de la Préhistoire des Gorges du Verdon, labellisé « Musée de France »
- Accueil presse (magazine « Détours de France ») et organisation de l'émission « circuit des fontaines de Quinson » sur France Bleu Provence
- Animation d'un point d'accueil au sein du camping Les Prés du Verdon et durant la Fête de la préhistoire
- Création et balisage d'un circuit VTT dans le cadre de l'espace « Provence Verdon VTT »
- Mise en avant des producteurs locaux sur France Bleu (émission « Circuits courts en Provence ») et Fréquence Mistral
- Édition : guide « visite libre du village » (également en anglais), carte de randonnées pédestres, balade ludique Randoland, mise en avant de la commune dans la carte touristique des Basses-Gorges, du lac d'Esparron-de-Verdon et dans le guide « Balades à jouer »



PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

Adhésion au Contrat de Destination Provence

L'objectif d'un Contrat de Destination est « de rendre une destination plus lisible à l'international, et de donner une nouvelle impulsion à la promotion de destinations majeures ». Ces contrats permettent d'associer plusieurs acteurs du tourisme, privés et publics, autour d'une même marque de territoire, afin de proposer une offre mieux structurée et plus visible. En l'occurrence, il s'agit de développer la notoriété et l'attractivité de la Provence, d'accroître la fréquentation des clientèles européennes et d'attirer les clientèles lointaines.

Les co-pilotes du Contrat de Destination Provence sont le Comité Régional du Tourisme PACA, Provence Tourisme et Atout France. L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo adhère au Contrat de Destination depuis 2020, afin de promouvoir les atouts de notre territoire à l'international. C'est par exemple le cas des champs de lavande du Plateau de Valensole, qui accueillent de nombreux touristes étrangers pendant la période de floraison.

intense
VERDON

Construction de la SMART destination « Intense Verdon »

Depuis 2018, l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo participe activement à l'élaboration d'une stratégie marketing et digitale, et de sa déclinaison opérationnelle, pour la promotion du Verdon (depuis sa source, au col d'Allos, jusqu'à la confluence avec la Durance à Vinon-sur-Verdon). 11 partenaires (8 offices de tourisme, 2 départements et le Parc naturel régional du Verdon) ont décidé de mettre en commun leurs moyens humains et financiers pour porter plus haut l'étendard du Verdon.

Cette volonté marque le début d'un vaste chantier qui permettra de mieux coordonner l'action des opérateurs touristiques, publics et privés, afin de dépasser une vision limitée aux seuls périmètres administratifs. L'Office de Tourisme Communautaire DLVA pilote l'une des cinq actions du programme, à savoir le « développement d'un événement emblématique et fédérateur dans le Verdon, en capacité de rayonner au-delà de la Région Sud ».



« Cœur de Provence » : pour améliorer l'accueil des voyageurs chinois et augmenter les retombées économiques

En Provence, les touristes chinois représentent une clientèle touristique prometteuse : le potentiel est énorme pour les professionnels du tourisme et pour l'économie des pays qui les accueillent. Cette clientèle implique d'avoir une stratégie adaptée tant dans la promotion, dans l'adaptation de notre offre que dans l'accueil. La clientèle chinoise, par son éloignement culturel avec la France, présente des particularités auxquelles il est important de pouvoir s'adapter. C'est tout le sens du travail réalisé depuis 2013 avec pragmatisme par l'Office de Tourisme Communautaire.

Les Chinois ont en effet un rapport affectif avec la lavande. Une série TV culte chinoise, tournée en partie en Provence, a porté à l'écran le rêve français des Chinois : l'image du romantisme à la française et la nature authentique de la Provence. Les champs de lavande du Plateau de Valensole sont devenus la destination rêvée des Chinois, surtout des Chinoises, et le lieu de rêve pour se marier. Des tour-opérateurs chinois s'en sont inspirés pour proposer des circuits à leurs clients.

Afin de pas subir cet afflux de visiteurs et, surtout, d'en tirer profit, l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo travaille sur trois objectifs : réussir l'accueil des voyageurs chinois en devenant une destination « Chinese friendly », accroître les flux touristiques en valorisant d'autres atouts de notre territoire et augmenter les retombées économiques en développant des séjours plus longs et sur d'autres saisons. La réussite de ces actions pourrait viser à terme d'autres marchés touristiques lointains. L'attrait pour la Provence ne se limite en effet pas à la Chine et un public potentiel est présent dans la plupart des pays d'Asie du Sud et d'Asie Orientale, avec l'émergence d'une classe moyenne demandeuse de voyage et attirée par la France et la Provence.

Ils ont dit...



« Merci à l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo de nous avoir encouragés et aidés dans notre projet de découverte du Diamant Noir. Nous sommes ravis de notre partenariat avec une structure qui fait preuve de sérieux, de professionnalisme, d'ambition et de dévouement ».

👉 La truffe noire de Villedieu (Manosque)



Quand le tourisme d'affaires se met au vert et prend du caractère

L'Office de Tourisme Communautaire gère le Centre de Congrès L'Etoile à Gréoux-les-Bains mais son activité « affaires » dépasse largement la station thermale, de par l'essence même du tourisme d'affaires (congrès, incentive, team building, séminaires...) et du fait de l'offre présente sur le territoire communautaire (salles de réunions, offres hôtelières...).

C'est pour cette raison que, dès 2013, l'Office de Tourisme Communautaire a créé la marque « Provence Verdon Affaires » et le site éponyme. Provence Verdon Affaires rassemble les professionnels du MICE* des Alpes de Haute-Provence (autour de Gréoux-les-Bains et de Manosque) et promeut une offre complète aux entreprises et organisations.

Sa richesse repose sur différents lieux de congrès et de séminaires, des hébergements et des activités de qualité. Depuis 2013, les équipes commerciales ont enregistré 525 événements, parmi lesquels les Assises territoriales du tourisme (2014), les Rencontres nationales du Thermalisme (2015), Congrès national des Gîtes de France (2015), Grand Débat sur la transition écologique avec le Président de la République (2019), Assises nationales des randonnées et activités de pleine nature (2021).

* Meetings, Incentives, Conventions and Events



Le Centre de Congrès L'Étoile

Situé au cœur de la station thermale de Gréoux-les-Bains, à proximité immédiate des parkings et des commerces, le centre dispose d'espaces modulables, accessibles aux personnes à mobilité réduite, répartis sur 2500 m², et pouvant accueillir jusqu'à 1500 personnes avec :

- plus de 1000 m² de surface d'exposition
- 4 cabines de traduction
- 2 amphithéâtres de 680 places
- une buvette avec point chaud et pause détente
- un équipement wifi et visio-conférence
- 2 écrans cinématographiques 3D dont un écran géant
- 3 salles de réunion modulables



« Un très haut niveau de services »

3 questions à Caroline Stamboulian - Cerlier, chargée de développement commercial

Comment est né le tourisme d'affaires sur le territoire ?

« Le thermalisme, la présence de grandes entreprises dans le pays manosquin, sans oublier la proximité de Cadarache et d'ITER, ont toujours engendré une activité « affaires » sur le territoire ; mais il manquait un équipement structurant. Cette filière a pris une nouvelle dimension avec la transformation de la salle polyvalente de Gréoux-les-Bains en Centre des Congrès ».

Le Centre des Congrès a donc permis de franchir un cap ?

« Oui, cela a permis de monter en gamme, aussi bien quantitativement, avec une capacité d'accueil qui va désormais jusqu'à 1500 personnes, que qualitativement avec des espaces très modulables, un wifi performant qui permet de retransmettre en direct sur Internet, ou encore des cabines de traduction qui assurent un suivi simultané en trois langues. Cela nous a donc permis de toucher une clientèle qui, avant, ne venait pas sur notre territoire ».

Quels sont les atouts de DLVAgglo en matière de tourisme d'affaires ?

« On a la capacité de tout gérer, de A à Z : l'événement, le transport, l'accueil, l'hébergement, la restauration, les animations... Mais, en plus de cela, on s'appuie sur un argument commercial fort qui est la promotion du local. Et on constate que cela correspond parfaitement à ce que les gens recherchent. D'ailleurs, une fois chez nous, les congressistes sont toujours très agréablement surpris par le niveau de services et, bien sûr, ils apprécient tous le dépaysement qu'on leur offre. En plus du côté « affaires », il y a une forme de « retour au vert » qui ne laisse jamais personne indifférent ».

Ils ont dit...



« Nous participons à divers salons du tourisme et du thermalisme aux côtés de l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo, afin de promouvoir l'établissement thermal et la région. Les clients peuvent ainsi se projeter agréablement pour leur séjour. L'Office de Tourisme Communautaire participe aussi à nos journées portes ouvertes afin de renseigner les curistes sur les offres touristiques et les diverses animations ».

👉 Chaîne thermale du soleil (Gréoux-les-Bains)

Les actions thématiques



« Notre dénominateur commun, la connaissance du territoire »

3 questions à Laura Negro-Balcon - Responsable communication et manager Apidae

Comment s'est passée la création de l'Office de Tourisme Communautaire ?

« La fusion des offices de tourisme à l'échelle de la communauté d'agglomération a représenté un challenge pour toute l'équipe. La nouvelle organisation impliquait en effet d'avoir une vision commune et partagée. Pour chacun de nous, cela a représenté un moment très fort, aussi bien professionnellement qu'émotionnellement. Nous avons en effet tous des profils différents mais nous pouvions compter sur un dénominateur commun : la connaissance du territoire ».

Quelles conséquences pour le service communication ?

« Il a fallu quasiment un an pour maîtriser les enjeux et mettre en place un écosystème efficient. Cela a représenté à la fois beaucoup de travail, et un investissement important dans de nombreux outils « métier ». Citons ici le Système d'Information Touristique (SIT) Apidae. Cette base de données unique nous unit et nous permet d'avancer ensemble, dans l'intérêt du territoire ».

Où en est-on aujourd'hui ?

« Aujourd'hui, notre organisation fait ses preuves au quotidien et nos compétences, en matière de communication et de promotion, ne sont plus à démontrer. Nous connaissons notre territoire et les entreprises touristiques qui le composent. L'adoption du plan marketing, dans le cadre du schéma de développement touristique, constitue désormais notre fil conducteur. Nous nous attachons à le mettre en œuvre ».

« Ils ont dit... »



« La collaboration avec l'Office de Tourisme Communautaire est devenue incontournable pour notre association. L'équipe, très professionnelle et disponible, nous accompagne dans notre développement, nos projets et nos réflexions collectives ».

« Club Nautique d'Esparron-de-Verdon »



De nombreux outils « métiers »

« **APIDAE** : dans un souci de professionnalisation et de performance, l'Office de Tourisme Communautaire adhère au système d'information touristique « APIDAE », premier réseau d'informations touristiques et de loisirs. Cette plateforme recense toute l'information touristique locale et alimente tous les supports de communication de l'Office de Tourisme. Mise à jour chaque année, cette information touristique locale est ensuite partagée à l'échelle départementale et régionale.

« **MODULES « INGENIE »** : l'Office de Tourisme Communautaire utilise plusieurs modules de la suite logicielle proposée par la société INGENIE, spécialisée dans les métiers du tourisme. Ils permettent de gérer la relation client à travers la diffusion de documentations, de newsletters ou de questionnaires, mais également de mesurer et analyser la fréquentation. Les modules de commercialisation répondent aux besoins en matière de billetterie, de gestion des groupes réceptifs, d'organisation et réservation de séminaires...

« **HUBO** : un outil qui facilite la mise à jour des données des prestataires via l'envoi de questionnaires interactifs. Cette campagne de mise à jour, lancée chaque année, est essentielle pour une meilleure visibilité des informations sur nos sites web.

« **COQ TROTTEUR** : il s'agit d'une plateforme numérique de recherche d'activités rendant lisible et accessible l'offre touristique durant le séjour. Cet outil vise à construire un écosystème digital puissant et interconnecté pour améliorer la qualité du séjour de nos touristes. Un pas décisif à l'heure où plus de 90% des touristes aspirent à consommer plus responsable et plus local. Un outil indispensable quand on sait que 85% des touristes choisissent leurs activités durant leur séjour.

« **NÜ SIGNAGE** : l'Office de Tourisme Communautaire s'est doté de l'outil développé par cette société afin de communiquer de manière simple et dynamique, grâce à un réseau d'écrans reliés au système d'information APIDAE.



En route vers la marque « Qualité Tourisme » et le classement en Catégorie 1

Créée en 2005, la marque « Qualité Tourisme » est la seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme : elle permet d'officialiser la qualité de leur accueil et de leurs prestations. L'objectif de l'OTC est d'obtenir en avril 2022 la marque « Qualité Tourisme » et, en parallèle, le classement en catégorie 1. Dans cette optique, toute l'équipe suit une démarche qualité conforme aux exigences requises.

Cette marque répond en effet à une démarche collective (les élus, la direction et l'ensemble de l'équipe). Elle correspond donc à un état d'esprit avec, pour finalité, la satisfaction du client. Elle permet également d'amener l'OTC et ses partenaires vers une destination d'excellence. Car derrière la marque, il y a également une démarche d'amélioration de l'organisation, du travail et des services rendus, mais également une sérénité au quotidien.



Le classement des meublés de tourisme

Depuis le 31 juillet 2018, l'Office de Tourisme Communautaire bénéficie de l'agrément lui permettant de classer les meublés de tourisme selon les normes fixés par le Code du Tourisme. Ils sont répartis dans l'une des catégories exprimées par le nombre d'étoiles (de une à cinq) suivant leur confort. Le classement est un gage de qualité qui rassure la clientèle. La loi qualifie de « meublés de tourisme » les villas, appartements ou studios meublés à l'usage exclusif du locataire.

Ils sont destinés à la location à une clientèle de passage qui effectue un séjour à la journée, à la semaine ou au mois (mais sans jamais y élire domicile). Sur le territoire de DLVA, on compte 1209 meublés de tourisme. Le classement, qui est valable pour 5 ans, permet aux propriétaires de bénéficier de nombreux avantages : régime fiscal intéressant (abattement de 71% au lieu de 50), gage de qualité et de transparence pour la clientèle, meilleure visibilité, possibilité de percevoir les Chèques vacances...

La force de nos six Bureaux d'Information Touristique

Pour mieux remplir leurs missions de services, nos six Bureaux d'Information Touristique sont organisés par micro-territoire, afin de couvrir au mieux l'ensemble des communes de DLVAgglo. Cette organisation permet de renforcer les liens et la proximité avec l'ensemble des acteurs du territoire. Elle garantit également une connaissance précise, et quasi exhaustive, des atouts touristiques locaux.

C'est précisément pour ces raisons que les Bureaux d'Information Touristique constituent des rouages essentiels de la promotion touristique, à destination des particuliers comme des professionnels (des loueurs de meublés aux organisateurs de séminaires en passant par les tours opérateurs, agences, associations ou prestataires). Dans cette optique, les bureaux de Manosque, Valensole et Riez ont emménagé dans de nouveaux locaux, plus fonctionnels, qui permettent de mieux remplir les missions d'accueil et de promotion.

Le rôle des agents d'accueil a d'ailleurs logiquement évolué avec, notamment, la qualification de l'ensemble des données touristiques (hébergement, activités et prestataires, commerces et services, équipements, fêtes et manifestations, hébergement, patrimoine...) au sein du système d'information touristique « APIDAE » (lire également en page 14).

Répartition géographique

- Bureaux d'Information Touristiques de Gréoux-les-Bains : Gréoux-les-Bains et Saint-Martin-de-Brômes.
- Bureaux d'Information Touristiques de Manosque : Vinon-sur-Verdon, Corbières, Sainte-Tulle, Pierrevert, Montfuron, Manosque et Volx.
- Bureaux d'Information Touristiques d'Oraison : Villeneuve, La Brillanne, Oraison, Le Castellet, Puimichel et Entrevennes.
- Bureaux d'Information Touristiques de Valensole : Valensole et Brunet.
- Bureaux d'Information Touristiques de Riez : Puimoisson, Roumoules et Riez.
- Bureaux d'Information Touristiques de Quinson : Allemagne-en-Provence, Montagnac-Montpezat, Esparron-de-Verdon, Saint-Laurent-du-Verdon et Quinson.

« Ils ont dit... »



« Nous avons conscience de l'ampleur du travail réalisé par l'Office de Tourisme Communautaire et sommes reconnaissants pour son implication dans la promotion de nos activités. C'est une source d'informations pour les curistes et une vitrine supplémentaire pour nous ».

« Association Harmoning (Gréoux-les-Bains) »

ICI

Durance Luberon Verdon Agglomération a engagé, en 2019, une mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage pour définir sa stratégie de développement touristique. Financée par la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur (au titre du cadre d'intervention « Émergence de Territoires Touristiques Structurés »), cette mission a mobilisé toute l'équipe de l'Office de Tourisme Communautaire pendant plus d'un an.

Cet investissement n'a pas été vain, bien au contraire ! Il a en effet permis de confirmer le potentiel de l'activité touristique sur le territoire, tout en définissant précisément son positionnement stratégique et les axes de développement.

Présenté en décembre 2020 aux élus communautaires, ce « plan d'attaque » a remporté l'adhésion du Conseil. La feuille de route est désormais fixée et d'ores et déjà en cours d'application. Cap sur 2026 !

Un positionnement riche et varié

« Ici, c'est autre chose que loin, c'est ailleurs ». Derrière cette citation de Jean Giono, c'est tout l'univers touristique du territoire qui est à révéler. Il s'appuie sur une combinaison d'expériences uniques. Comme autant de promesses à l'attention de nos visiteurs.

Ici, on peut partir à la rencontre d'une Provence imaginaire telle que l'a rêvée et déclinée Jean Giono dans son œuvre littéraire.

Ici, on peut assister au spectacle d'une nature exceptionnelle et préservée, à l'image du symbole mondial que représente le Verdon, ou des célèbres champs de lavande du plateau de Valensole.

« Ils ont dit... »



Nous entretenons une excellente relation avec l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo : la communication est très bonne et il nous aide à accroître notre visibilité grâce à leurs conseils et leur suivi. Notre avis est donc très positif ».

Le Petit Ribier (Volx)

Ici, les patrimoines et les savoir-faire fabriquent de l'émotion

Ici, le bien-être est un atout exceptionnel : atout représenté par la station de Gréoux-les-Bains et ses thermes.

Ce positionnement, clairement établi, permet de répondre à plusieurs ambitions fortes, à commencer par le développement de l'économie touristique territoriale. Il permet également d'œuvrer pour une destination nature exemplaire qui sait préserver ses atouts, de mieux diffuser les flux toute l'année et sur tout le territoire, et de s'engager dans une démarche collective avec les acteurs du territoire et partenaires. Ce positionnement s'ouvre, enfin, vers un tourisme « porté » et non plus subi par les habitants.



Les cibles de clientèles

Le plan marketing engage le territoire à s'adresser à quatre types de public, à commencer par la **clientèle estivale** qui se déplace pour un long séjour. Il s'agit le plus souvent de **familles et groupes d'amis**, originaires de France (majoritairement de PACA et d'Île-de-France). Leurs vacances sont placées sous le signe de la détente et de la curiosité avec des activités sportives et de découverte.

Les touristes itinérants constituent une deuxième cible privilégiée : à vélo, à pied, en moto ou camping-car, ils se déplacent le plus souvent seuls ou en couple. Il peut s'agir de **retraités français, ou de touristes originaires du Nord de l'Europe**, qui privilégient souvent une étape de choix avec une halte placée sous le signe de la valeur ajoutée.

Les curistes et leurs accompagnants sont une priorité. Ils viennent pour la station thermale de Gréoux-les-Bains mais profitent, durant leur cure, de tous les atouts du territoire.

La clientèle de court et moyen séjour est d'abord à la recherche d'une coupure ressourçante. Les clients peuvent venir tout au long de l'année pour profiter du cadre naturel, d'une activité ou d'un événement.

Enfin, **les résidents** (ambassadeurs du territoire), **les affinitaires** (à fidéliser et dont la contribution est à augmenter), **la clientèle d'affaires** (en recherche d'activités ayant un bon rapport qualité/prix) et les **touristes chinois** (attirés par les champs de lavande de Valensole en excursion) ne sont pas oubliés.

Trois axes stratégiques

Structurer l'offre et enrichir l'expérience client

- Structurer des filières attractives, les croiser et mettre en scène le territoire
- Qualifier et monter en gamme l'offre d'hébergement
- Préserver les aménités naturelles, principal socle de l'attractivité touristique

Partager une vision d'avenir et « marquer » une destination attractive

- Faire exister le territoire sur la carte touristique
- Mobiliser et mettre en réseau les acteurs de l'écosystème

Monter en compétence et gagner en compétitivité

- Renforcer la compétence tourisme communautaire
- Piloter et accompagner le développement touristique

Quatre filières prioritaires...

Patrimoine, culture et événementiel

- Révéler le patrimoine et l'histoire du territoire
- Surprendre les visiteurs par une offre culturelle urbaine et en pleine nature
- Décliner l'imaginaire de Jean Giono

Thermalisme et bien-être

- Consolider l'offre thermique auprès des curistes
- Développer l'approche bien-être à Gréoux-les-Bains et dans l'ensemble du territoire

Art de vivre et terroir

- Structurer et mettre en tourisme les savoir-faire et la gastronomie locale
- Renforcer le développement de l'agritourisme

Activités et loisirs de nature

- Renforcer la mise en tourisme des loisirs de nature tout en préservant les aménités naturelles
- Favoriser le mieux-être à travers l'immersion dans la nature et les grands paysages

... sans oublier

Tourisme d'affaires

- Poursuivre la structuration de la filière et le développement des équipements et services associés

Tourisme de découverte économique

- À développer en lien avec la filière « Art de vivre et terroir »

« Ils ont dit... »



« Accueils presse, visiteurs, clients, promotion... L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo participe à la visibilité de notre offre et nous sommes conscients de l'importance de leur travail. Notre partenariat est donc à la fois fort et historique ».

L'Occitane-en-Provence (Manosque)

7 questions pour tout savoir sur la taxe de séjour

1 Qu'est-ce que c'est ?

Créée en 1910, la taxe de séjour a été mise en place dans les stations classées de tourisme qui souhaitaient couvrir les dépenses liées à l'accueil des touristes. Le cercle des communes éligible s'est élargi au fil des années.

En 1999, la taxe de séjour est devenue instituée par les établissements publics de coopération intercommunale (tels que DLVAgglo) qui respectaient les critères applicables aux communes.

2 Pourquoi a-t-elle été créée ?

Les recettes de cette taxe permettent aux collectivités locales de disposer de ressources complémentaires pour développer l'économie touristique sur leurs territoires et améliorer leur attractivité. Ainsi, les touristes contribuent à financer une partie des charges engendrées par le tourisme.

3 Qui paye la taxe de séjour ?

La taxe est payée par le touriste, quel que soit son motif de déplacement (agrément ou affaire). Elle est établie uniquement sur les personnes qui ne sont pas domiciliées sur le territoire. La réglementation prévoit des exceptions comme, par exemple, les personnes mineures.

4 Qui la collecte ?

La taxe de séjour est collectée par les hébergeurs (professionnels et non-professionnels) qui la reversent à Durance Luberon Verdon Agglomération via une régie de recettes dédiée et installée au siège administratif de l'Office de Tourisme Communautaire (avenue Pierre Brossolette - 04800 Gréoux-les-Bains). La collecte par les opérateurs numériques a été introduite de façon facultative par la Loi de finances 2015. Puis elle a été rendue obligatoire par la Loi de finances 2018, avec application au 1^{er} janvier 2019. Airbnb, Booking et Abritel-Homeway sont les trois principaux opérateurs numériques en France.

5 Avec quels outils ?

DLVAgglo s'est doté d'une plateforme d'information, de déclarations et de paiement de la taxe de séjour. Cette plateforme est gérée par l'Office de Tourisme Communautaire ; elle est opérationnelle depuis le 1^{er} janvier 2017.

En complément, depuis le 1^{er} janvier 2020, DLVAgglo s'est équipée de la solution « DéclaLoc » afin de dématérialiser la déclaration CERFA de mise en location de meublés de tourisme et de chambres d'hôtes.

Rendez-vous sur duranceluberonverdon.taxesejour.fr et www.declaloc.fr pour en savoir plus.

6 Qui reçoit le produit de la taxe de séjour

Le code du tourisme (article L.133-7) précise que « lorsqu'un office de tourisme communal ou intercommunal est constitué sous forme d'EPIC, le produit de la taxe de séjour perçu par les communes incluses dans son périmètre de compétence lui est obligatoirement reversé ».

7 Quel est le bilan depuis le 1^{er} janvier 2017 ?

Du 1^{er} janvier 2017 au 31 décembre 2020, les hébergeurs ont déclaré 5 259 595 nuitées, représentant 4 389 763,81 euros. En complément, depuis 2019, les opérateurs numériques ont déclaré 421 411 nuitées représentant 349 771,31 euros. 61% de la taxe est collectée par les hébergeurs de Gréoux-les-Bains ; 24% par les communes du Verdon et du plateau de Valensole, et 14% par Manosque et les communes du Luberon et du secteur d'Oraison*.

Secteur « Verdon et plateau de Valensole » : Montagnac - Montpezat, Esparron-de-Verdon, Saint-Laurent-du-Verdon, Quinson, Riez, Saint-Martin-de-Brômes, Vinon-sur-Verdon, Allemagne-en-Provence, Brunet, Puimoisson, Roumoules.

Secteur « Luberon - Oraison » : Manosque, Sainte-Tulle, Oraison, Villeneuve, Volx, Pierrevert, Montfuron, Le Castellet, Entrevennes, La Brillanne, Corbières, Puimichel.



↳ ont dit...



« L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo a été d'une grande aide dans le cadre de notre implantation sur le secteur, aussi bien en début de saison qu'à l'automne grâce aux ateliers de promotion de notre destination. Merci pour votre dynamisme et votre efficacité ».

↳ Relais Notre Dame (Quinson)

Facebook et Instagram sont en adéquation avec nos objectifs

Décryptage de la présence de l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo sur les réseaux sociaux avec Marie Baltus, community manager :

« Sur l'ensemble de nos comptes, quel que soit le réseau, l'objectif est identique : promouvoir le territoire à travers ses activités, ses prestataires, ses produits... Il faut que cela puisse aider et guider toutes celles et ceux qui sont chez nous, ou qui vont venir, afin qu'ils puissent avoir la meilleure expérience, grâce à une information fiable et précise. Nous affinons les publications en fonction des réseaux et des cibles avec, aujourd'hui, une prédominance de Facebook, qui permet de toucher le plus de monde, et Instagram, qui permet de valoriser les photos et, donc, la beauté de notre territoire. L'intérêt de ces deux plateformes vient aussi de leur complémentarité ».

YouTube

L'Office de Tourisme Communautaire est également présent sur la plateforme YouTube afin de promouvoir les produits, activités et événements du territoire à travers de très belles vidéos, le plus souvent réalisées par des professionnels. L'Office, qui collabore avec plusieurs prestataires locaux, a fait le choix de la qualité sur Youtube. Les publications sont donc moins régulières que sur les autres réseaux mais elles permettent de valoriser différemment les atouts du territoire. Truffe noire, huile d'olive, Lac d'Esparron-de-Verdon, Foire aux santons, Route de la lavande, AOP Pierrevert... Une trentaine de clips est en ligne et certains ont déjà été visionnés plusieurs milliers de fois.

Et aussi...

L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo gère également 5 sites Internet

- greoux-les-bains.com (site quadrilingue, en français, anglais, allemand et italien)
- tourisme-manosque.fr
- provenceverdon-affaires.fr
- provence-verdon-vtt.fr
- durance-luberon-verdon.com (site bilingue, en français et en anglais), sur lequel on trouve notamment, en téléchargement gratuit, l'ensemble des brochures éditées par l'Office de Tourisme Communautaire (guides de visite, magazines, plans, agendas, fiches Randoland...)

134 newsletters ont été réalisées en 2021. Elles ont été adressées à plus de 10 000 contacts et le taux d'ouverture moyen est de 30% ; sachant que le taux d'ouverture moyen d'une newsletter, en France, est de l'ordre de 18% (selon de récentes études).

L'Office de Tourisme Communautaire alimente également un compte sur la plateforme de micro-blogging Weibo (l'équivalent de Twitter et Facebook en Chine) et sur WeChat, qui propose des services similaires à WhatsApp. Ces deux réseaux permettent de développer la stratégie « Cœur de Provence » (lire en page 12).

Le service communication gère également un compte Twitter et une page LinkedIn.



Facebook

Sur ce réseau, la cible est très large et les publications très diversifiées. Cela va de la magnifique photo de paysage à l'information pratique sur les prochains événements organisés sur le territoire, en passant par les bons plans, les propositions de visites ou de balades, les jeux-concours... L'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo gère 4 pages sur ce réseau :

- @TourismeDLVA est la page la plus active et prisée : elle compte près de 11 000 abonnés et plus de 10 000 « j'aime »
- @CentredeCongreslEtoile est dédié au tourisme d'affaire mais permet également de promouvoir les spectacles organisés sur place.
- @foireauxsantons est dédié à l'événement qui a lieu chaque année fin-octobre/début novembre, et qui attire 10 000 visiteurs en moyenne.
- @VTTProvenceVerdon est dédié à l'espace labellisé VTT-FFC Provence Verdon



Instagram

La plateforme permet de mettre en avant la beauté des paysages des 25 communes de DLVAgglo avec des photos attirantes et différenciantes. Les stories permettent de mettre en scène les nombreuses activités proposées sur le territoire. Toutes les photos publiées, réalisées par des pros ou faites en interne, sont systématiquement taguées et créditées. Enfin, l'utilisation des hashtags constitue une plus-value que l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo utilise systématiquement.

- Soit avec ses propres mots clés
#IntenseVerdon #GreouxLesBains
#HauteProvence #ManosqueHauteProvence
#PlateaudeValensole #VttProvenceVerdon
#HauteProvence #Verdon
- Soit en se rattachant à des thèmes prisés qui fonctionnent bien :
#verdon, #GrandsEspaces, #ActivitesEnFamille
ou #OnaTousBesoinDuSud

Le compte @dlva.tourisme compte près de 1700 abonnés et environ 200 publications.

↳ ont dit...



« Notre partenariat avec l'Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo permet de valoriser notre établissement au sein de la communauté d'agglomération, mais également au-delà puisque nous gagnons en visibilité au sein des autres offices régionaux. Le travail de mise en valeur de notre territoire auprès des pays asiatiques, que réalise l'Office de Tourisme Communautaire, est également très profitable ».

↳ Les jardins de Céline (Valensole)



ICI

« C'est autre chose que loin,
c'est ailleurs... »

Jean Giono

