

OFFICE DE TOURISME CLASSÉ



Rapport d'activités 2023

Conformément aux statuts (article 7), « *le Directeur présente chaque année un rapport sur l'activité de l'Office de Tourisme qui est soumis au vote du Comité de Direction par le Président, puis au vote du Conseil Communautaire de Durance Luberon Verdon Agglomération.* »

Destination

HAUTE-PROVENCE

DURANCE LUBERON VERDON

Comité de Direction du 8 avril 2024

EN 2023, « L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVAGGLO » EST DEvenu « L'OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DU PAYS DE MANOSQUE »

Né de la volonté pour l'Office de Tourisme Communautaire d'avoir plus de visibilité et d'être mieux identifié géographiquement au sein du secteur touristique mais également au sein du territoire, l'Office de Tourisme change de nom en 2023.

CRÉATION DE L'OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DU PAYS DE MANOSQUE

Réuni le 28 février 2023, le Conseil Communautaire de DLVAgglo a approuvé la création d'un Office de Tourisme sous la forme d'un établissement public industriel et commercial dénommé « Office de Tourisme et des Congrès du Pays de Manosque » à compter du 1^{er} mars 2023, via la délibération n° CC-3-02-23.

DISSOLUTION DE L'OFFICE COMMUNAUTAIRE DLVAGGLO

Par délibération n° CC-4-02-23, le conseil communautaire a approuvé la dissolution de l'EPIC « Office de Tourisme Communautaire DLVAgglo ».

IMMATRICULATION DE L'OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DU PAYS DE MANOSQUE

Suite à l'installation du Comité de Direction le 9 mars 2023, délibération n°2023-1, la demande d'immatriculation a été adressée le 10 mars 2023 au Registre du Commerce et des Sociétés du Greffe du Tribunal de Manosque.

L'Office de Tourisme et des Congrès du Pays de Manosque est immatriculé le 13 avril 2023 sous le numéro de SIRET 923 375 489 00013.

Cette nouvelle immatriculation engendre plusieurs formalités administratives, généralement celles relatives à la création d'une structure : organismes sociaux, assurances, réseau institutionnel...

N° Siret : 923 375 489 00013
URSSAF n° 937 2071015206
Code NAF 7990Z

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE (LES STATUTS) PRÉVOIT LES MISSIONS SUIVANTES :

- **L'accueil et l'information des touristes** sur le territoire communautaire conformément aux dispositions de l'article L.133-9 du Code du Tourisme. L'Office de Tourisme Communautaire peut déléguer par convention tout ou partie de cette mission aux organisations existantes qui y concourent.
- **La promotion touristique** de la communauté d'agglomération, 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.
- **La coordination** des divers partenaires du développement touristique local.
- La contribution à **l'aménagement et au développement touristique local**.
- **La mise en œuvre de la politique locale du tourisme** et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration de services

touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études et de l'observation touristique, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles, touristiques et sportives, de l'adaptation de l'offre touristique aux exigences des clientèles française et étrangère, en particulier par la création de nouveaux produits.

- **L'animation culturelle et festive de la station thermale de Gréoux-les-Bains** destinée à fidéliser la clientèle et à assurer une animation permanente de la station.
- **La commercialisation de prestations et de produits touristiques** dans les conditions prévues par la Loi 92-645 du 13 juillet 1992. L'Office de Tourisme Communautaire pourra gérer des boutiques dans les différents Bureaux d'Information Touristique gérés par lui.
- **Un concours technique à la conception et à la réalisation de projets touristiques** à la demande de la Communauté d'Agglomération.
- **La gestion de la collecte de la taxe de séjour communautaire.**

LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DU PAYS DE MANOSQUE » (SUITE)

LA CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS 2023-2028 :

Une convention définit l'activité de l'EPIC Office de Tourisme Communautaire, les moyens matériels et financiers mis à sa disposition par la Communauté d'Agglomération Durance Luberon Verdon Agglomération, le respect des obligations incombant à l'Office de Tourisme Communautaire, la durée et les modes de réalisation de la présente convention, pour cela une convention d'objectifs et de moyens est approuvée par délibération du conseil communautaire.

Une convention a été validée le 16 décembre 2022 sous l'ancien EPIC (période 2023-2025).

Suite à la délibération du conseil communautaire du 3 mars 2023 actant la création du nouvel EPIC, une nouvelle convention a été approuvée à cette même date.

Cette convention a été conclue pour une durée de 5 ans. Elle a pris effet le 1^{er} mars 2023 pour s'achever le 28 février 2029.

LE COMITÉ DE DIRECTION :

Conformément à la délibération du Conseil Communautaire N° CC-5-02-23 en date du 28 février 2023, Paul AUDAN, Vice-président délégué au Tourisme, a installé les nouveaux membres du Comité de Direction le 9 mars 2023.

Conformément à l'article 3 des statuts, le Comité de Direction comprend 17 membres titulaires et 17 membres suppléants répartis comme suit :

- **Collège des conseillers communautaires** : 9 membres titulaires et 9 membres suppléants
- **Collège des socioprofessionnels représentatifs des professions ou associations intéressées au tourisme et exerçant leur activité sur le territoire communautaire** : 8 représentants titulaires et 8 représentants suppléants.

Conformément à l'article 4 des statuts de l'Office de Tourisme Communautaire, **le Comité de Direction, à l'unanimité des membres présents, a désigné en date du 9 mars 2023 :**

- **Monsieur Paul AUDAN** comme Président de l'Office de Tourisme et des Congrès du Pays de Manosque
- **Madame Valérie PEISSON** comme 1^{ère} Vice-Présidente (*collège des conseillers communautaires*) et **Monsieur Lucien MAURIN** comme 2^{ème} Vice-Président (*collège des socioprofessionnels*).

Le comité de direction s'est réuni quatre fois en 2023 :

- **Jeudi 9 mars** (22 membres présents)
- **Jeudi 13 avril** (19 membres présents)
- **Mercredi 12 juillet** (17 membres présents)
- **Lundi 16 octobre** (13 membres présents)

LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DU PAYS DE MANOSQUE » (SUITE)

LA PARTICIPATION AU RÉSEAU INSTITUTIONNEL :

ADN Tourisme : cette fédération représente les organismes de tourisme auprès des partenaires publics et privés. Elle défend les intérêts collectifs de ses adhérents et leur représentation en qualité de syndicats d'employeurs. Elle anime le réseau des organismes de tourisme dans toutes ses dimensions territoriales et humaines. Elle accompagne les transformations, projets et évolutions du secteur touristique. Elle innove pour préparer l'avenir.

Montant de la cotisation : 2 320 €uros

FROT PACA : la fédération régionale est une structure « Services » qui fédère, anime, professionnalise, structure et représente les Offices de Tourisme de la Région Provence Alpes Côte d'Azur. Elle reste un lieu privilégié pour mener des réflexions stratégiques et conduire des projets collectifs. Elle agit fortement sur la formation professionnelle et les démarches « qualité ».

Administrateur de la fédération régionale, l'Office de Tourisme, représenté par Valérie PEISSON, assiste régulièrement aux réunions du conseil d'administration.

Montant de la cotisation : 3 500 €uros

ATOUT France : placée sous la tutelle du ministre chargé du Tourisme, l'Agence de Développement Touristique de la France est un groupement d'intérêt économique (GIE). Ses objectifs sont la promotion du tourisme en France, la réalisation d'opérations d'ingénierie touristique et la mise en œuvre d'une politique de compétitivité et de qualité des entreprises du secteur.

Le statut de GIE traduit la volonté d'exercer la mission en partenariat entre l'État, administrations centrales, collectivités territoriales et les professions du tourisme, y compris les grands groupes industriels et commerciaux français ou étrangers concernés par le tourisme. Atout France compte 1 300 partenaires, professionnels publics et privés du tourisme.

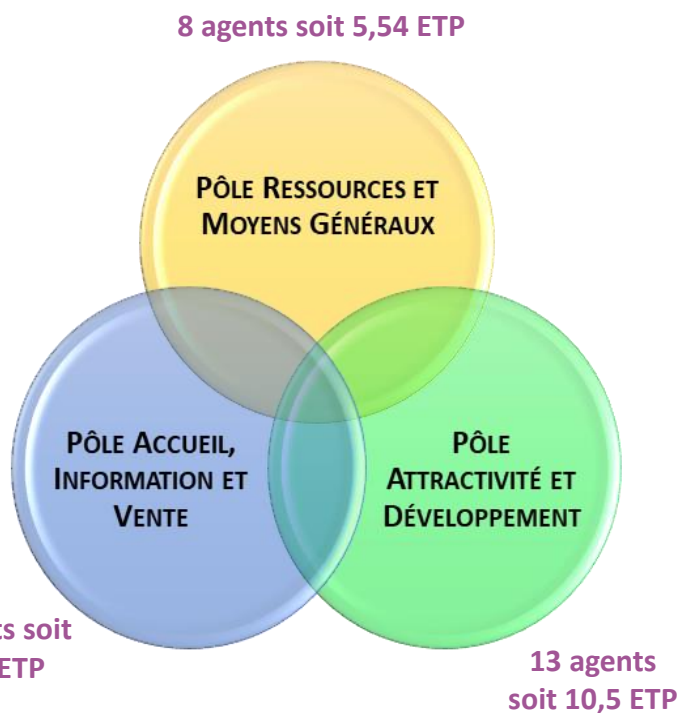
Montant de la cotisation : 3 930 €uros



DERRIÈRE LE RIDEAU, UNE ÉQUIPE

En 2023, **l'Office de Tourisme a employé 47 agents** (soit 30,88 agents en Equivalent Temps Plein).

Pour information, nous avions employé 42 agents en 2022.



MISE EN PLACE D'UNE CHARTE DE DÉCONNEXION

Le Comité de Direction a approuvé en date du 13 avril une charte visant à réguler l'utilisation des outils numériques afin d'assurer un bon équilibre entre vie professionnelle et personnelle et préserver la santé des agents.

MISE EN PLACE DU TÉLÉTRAVAIL

Dans un contexte général de mutation de l'organisation dans les entreprises, le Comité de Direction a approuvé en date du 13 avril la mise en œuvre du télétravail via une charte. **Le bilan est très satisfaisant. Le télétravail a apporté du bien-être au travail et n'a pas engendré de ruptures dans l'opérationnel.**

COMITÉ SOCIAL ET ECONOMIQUE

Conformément au protocole d'accord préélectoral à l'élection du Comité Social et Economique, **les délégués (Antoine RIFFAUD, titulaire ; Laura NEGRO-BALCON, suppléante) ont été désignés le 27 novembre pour un mandat de 4 ans.**



LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DU PAYS DE MANOSQUE » (SUITE)

Ci-dessous les mouvements de personnel :

Agents sortants			
Date de sortie	Agent	Poste	Nature
03/02/23	Johanne MONTEUX	Conseillère en séjour en congé sans solde	Démission
05/03/23	Anne-Marie ASTRION	Conseillère en séjour au BIT de Gréoux	Démission
27/03/23	Cathy SALOMON	Conseillère en séjour au BIT de Manosque	Licenciement pour inaptitude
05/05/23	Benoît FOULQUIE	Régisseur général au Centre des Congrès	Rupture conventionnelle
05/06/23	Marie BALTUS	Chargée de communication/Community manager	Rupture conventionnelle
27/05/23	Laetitia CHARRIERE	Conseillère en séjour et Référente BIT Gréoux	Démission
31/05/23	René BASTIANELLI	Agent d'entretien au Centre des Congrès	Départ à la retraite
25/06/23	Lucie ROBERT	Conseillère en séjour et Référente BIT Manosque	Démission

Agents entrants			
Date d'entrée	Agent	Poste	En remplacement de
15/05/23	Nathalie RHUGUET	Agent d'entretien polyvalent	René BASTIANELLI
31/08/23	Nolhann ARLAUD	Apprenti en 1 ^{ère} année BTS Tourisme	
01/10/23	Yannick DIMEET	Agent technique Polyvalent	
02/11/23	Elina DA SILVA	Apprentie en 3 ^{ème} année de licence	
02/11/23	Manon PEREZ	Apprentie en 2 ^{ème} année de bachelor	
04/12/23	Angélique CAZAGOU	Community Manager / Chargée de communication	Marie BALTUS

En 2023, l'Office de Tourisme a accueilli et formé 5 stagiaires : Ziqi ZHANG du 20 mars au 27 août, Claire MICHEL du 31 mai au 9 juin, Zhaowen ZENG du 1^{er} juin au 31 août, Eliott AMIEUX du 12 au 16 juin et Maëline RIFFAUD-GIFFARD du 18 au 22 décembre.



DERRIÈRE LE RIDEAU, UNE ÉQUIPE (SUITE)

Focus sur la formation :

La formation reste le cœur du parcours professionnel de chaque agent et nous nous efforçons de mettre en œuvre des actions renforçant les compétences.

Ces formations répondent à la fois à la spécificité de certains postes au sein de la structure, aux besoins exprimés par les agents, mais également aux besoins des nouveaux outils « métiers » acquis par l'Office de Tourisme.

En 2023, l'Office de Tourisme a financé **253 heures** de formation représentant **un coût total de 4 087,50 € HT** dont **2 515 €** pris en charge par le fond de formation.

Pour information, l'enveloppe financière disponible s'élevait à **5 100 €**.

La collecte des contributions à la formation professionnelle **est confiée à l'URSSAF depuis le 1^{er} janvier 2022**, dans le cadre de la réforme de la formation professionnelle.

Intitulé	Formateur	Nombre de participants	Durée par salarié
EPI et utilisation des extincteurs	PFPS	10	4
Prospecter et vendre grâce à LinkedIn et aux réseaux sociaux	AUTHENTIS	1	14
Recyclage SST	PROCONSEC	8	7
Recyclage SST	PROCONSEC	8	7
Formation e-learning CRR	FLOTS FORMATION	1	7
Documents comptables et clôture de caisse	INGENIE	4	1
Homme de pont	GRETA	1	21
Séminaire CM ON THE BEACH	FROT - REGION PACA	3	7
outil Outdoorvision	Etat + CD04	2	7
Comptabilité publique dans les Offices de Tourisme	FROT	1	7
Outdoorvision : bilan des fréquentations	Etat + CD04	1	2
Journée technique package et distribution	ATOUT France	2	7

MARQUE « QUALITÉ TOURISME » : 2022-2027

La Direction Générale des Entreprises nous a notifié le droit d'usage de la marque "Qualité Tourisme TM" le 5 juillet 2022. **Ce droit expirera en 2027.**

CRÉATION DU GROUPE QUALITÉ DE DESTINATION

Ce groupe a pour mission d'évaluer le fonctionnement global du dispositif « qualité tourisme ».

Ce groupe est composé des membres suivants : Valérie PEISSON, Fabien BONINO, Véronique MADIES et Christophe LUSTEAU, le Directeur, la référente « Qualité », la Responsable Communication, et la Responsable Accueil.

CLASSEMENT EN CATÉGORIE I : 2023-2028

Suite à la dissolution de l'ancien EPIC et à l'immatriculation de l'Office de Tourisme et des Congrès du Pays de Manosque, le dossier de classement de l'Office de Tourisme en Catégorie I a dû être présenté aux services de la Préfecture sur demande du Préfet.

Le classement en Catégorie I a été prononcé par arrêté préfectoral le 18 juillet 2023.

CLASSEMENT DES MEUBLES DE TOURISME : 2023-2028

L'Office de Tourisme et des Congrès du Pays de Manosque a obtenu le renouvellement de la **certification pour le Classement de Meublés de Tourisme.**



RÉORGANISATION DES RÉGIES

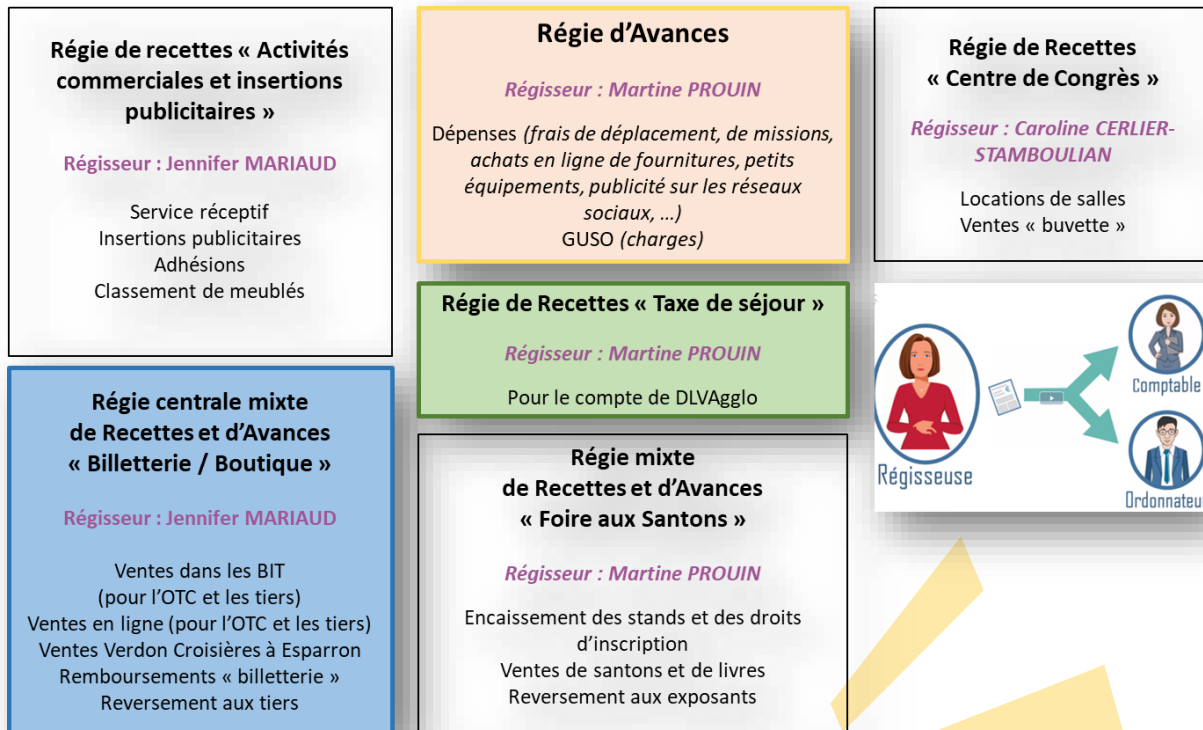
Conformément à la délibération N° 2022 – 36 en date du 7 décembre 2022 et la création d'une régie mixte de recettes et d'avances « billetterie – boutique », l'Office de Tourisme a procédé à la réorganisation de ces régies afin de rendre plus efficient le travail des agents et de simplifier la relation aux clients et aux tiers d'autant plus que le logiciel de billetterie utilisé est adapté.

Vous trouverez ci-contre le schéma global de l'organisation des 6 régies de l'Office de Tourisme.

L'ordonnateur remercie l'ensemble des régisseurs et des suppléants pour leur rigueur et la qualité du travail réalisé.

Conformément à la réglementation, les régisseurs perçoivent une indemnité selon un barème qui est transmis par le comptable public.

Montant global des indemnités versées en 2023 (hors régie taxe de séjour) : 760 €uros

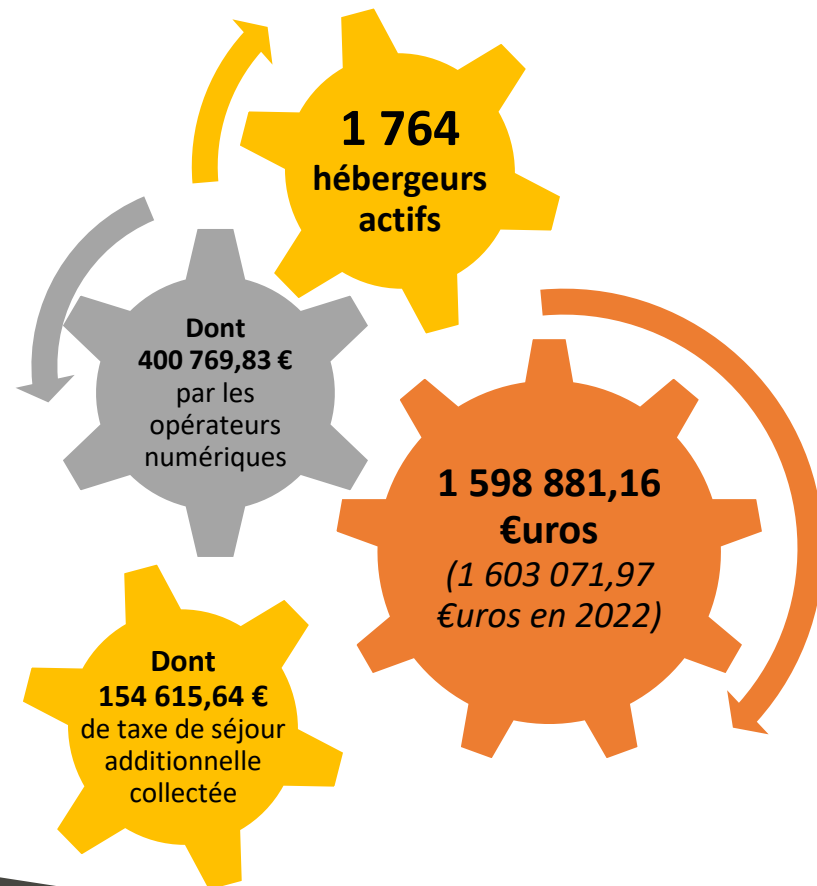
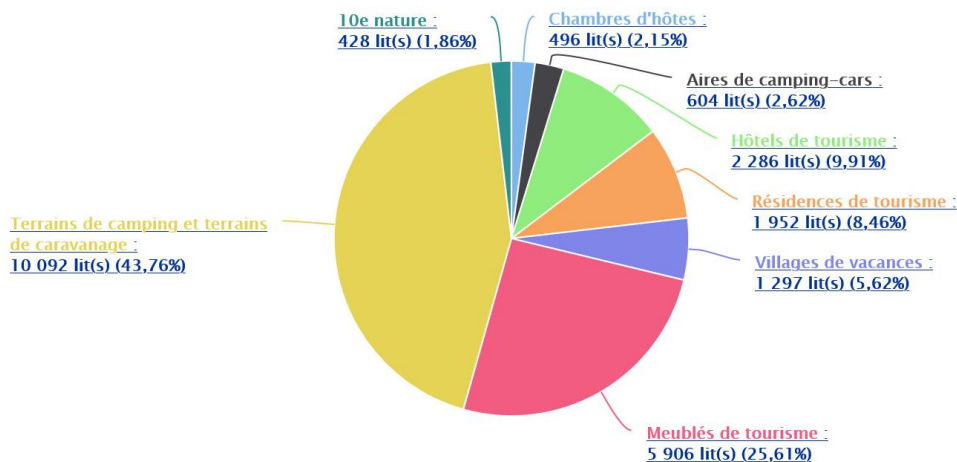


1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR

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. Elle est perçue auprès des visiteurs, qu'ils soient touristes d'agrément ou d'affaires. Dans le cas de notre communauté d'agglomération, le produit de la taxe de séjour est intégralement reversé au budget de l'Office de Tourisme Communautaire conformément aux dispositions de l'article L. 133-7 du code du tourisme. Instituée « au réel » sur l'ensemble de l'année, la taxe de séjour est collectée par les logeurs qui la reversent ensuite à Durance Luberon Verdon Agglomération via une régie de recettes dédiée et installée au siège administratif de l'Office de Tourisme Communautaire.

Hébergements actifs par nature d'hébergement

Cliquer sur une nature d'hébergement pour visualiser les valeurs par classement. Nombre de lits : 23 061





1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-dessous **le bilan de la collecte de la taxe de séjour depuis 2015 déclarée par les hébergeurs en direct** avec répartition par année et par commune.

Communes de DLVA	Année 2015	Année 2017	Année 2018	Année 2019	Année 2020	Année 2021	Année 2022	Année 2023
Gréoux-les-Bains	601 946,01 €	780 446,95 €	787 321,18 €	880 400,91 €	424 411,46 €	672 077,37 €	827 145,37 €	843 667,09 €
Manosque	81 676,22 €	135 112,50 €	139 728,75 €	159 021,77 €	123 297,42 €	160 511,21 €	169 339,37 €	159 931,11 €
Montagnac-Montpezat	31 961,70 €	47 248,10 €	47 187,05 €	50 077,05 €	44 231,92 €	46 341,88 €	51 049,91 €	43 541,47 €
Saint-Laurent du Verdon	10 500,00 €	32 273,80 €	32 734,90 €	34 920,46 €	37 312,70 €	42 600,00 €	43 386,70 €	40 329,65 €
Esparron-de-Verdon	19 588,00 €	31 724,10 €	32 378,70 €	32 246,47 €	33 099,31 €	37 988,88 €	37 063,08 €	34 704,59 €
Quinson	21 299,00 €	29 664,30 €	28 398,35 €	28 337,78 €	22 342,66 €	25 974,15 €	25 502,51 €	20 602,33 €
Valensole	- €	18 107,10 €	20 138,85 €	18 165,63 €	22 389,63 €	33 866,38 €	27 576,43 €	24 388,73 €
Riez	6 781,00 €	13 011,90 €	14 389,30 €	18 460,55 €	16 617,32 €	19 998,10 €	16 561,69 €	15 197,40 €
Vinon-sur-Verdon	20 400,00 €	13 324,42 €	10 666,15 €	11 602,05 €	7 539,26 €	8 558,31 €	9 001,10 €	7 729,35 €
Saint-Martin de Brômes	2 517,60 €	6 999,40 €	5 972,70 €	7 286,40 €	4 950,92 €	7 457,43 €	8 222,65 €	6 910,27 €
Allemagne-en-Provence	2 633,10 €	6 715,40 €	6 644,60 €	7 827,63 €	5 618,69 €	7 803,16 €	7 560,48 €	5 713,91 €
Montfuron	1 555,70 €	2 143,30 €	1 929,55 €	730,49 €	577,90 €	446,70 €	37,84 €	40,84 €
Autres communes		44 332,50 €	46 793,75 €	43 388,43 €	20 678,07 €	28 810,42 €	33 544,02 €	31 478,51 €
	800 858,33 €	1 161 103,77 €	1 174 283,83 €	1 292 465,62 €	763 067,26 €	1 092 433,99 €	1 255 991,15 €	1 234 235,25 €

La collecte par les opérateurs numériques a été introduite par Loi de finances 2015 de façon facultative. **Elle a été rendue obligatoire** pour les seuls opérateurs numériques intermédiaires de paiement pour le compte de loueurs non professionnels à compter du **1^{er} janvier 2019**.

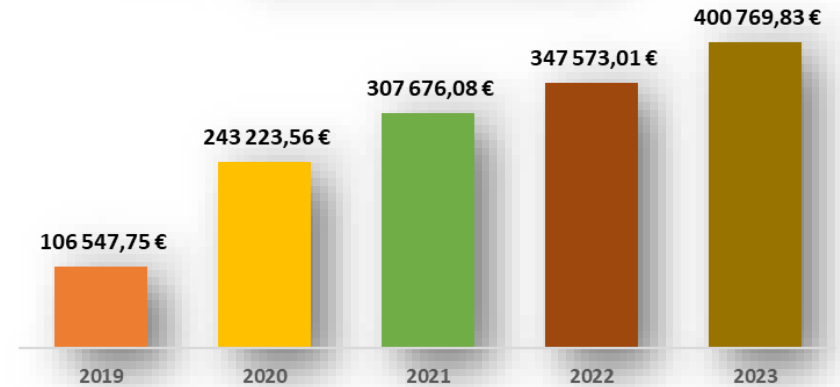
Enfin, **le Conseil Départemental des Alpes de Haute-Provence a institué, par décision du 21 juin 2019, la taxe additionnelle à la taxe de séjour communautaire**. Celle-ci est entrée en vigueur au **1^{er} janvier 2020** et a eu pour effet immédiat une majoration de **10%** sur les montants adoptés par DLVAgglo.



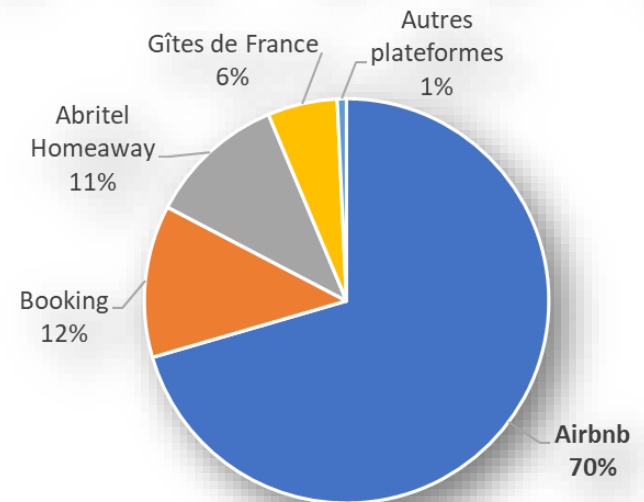
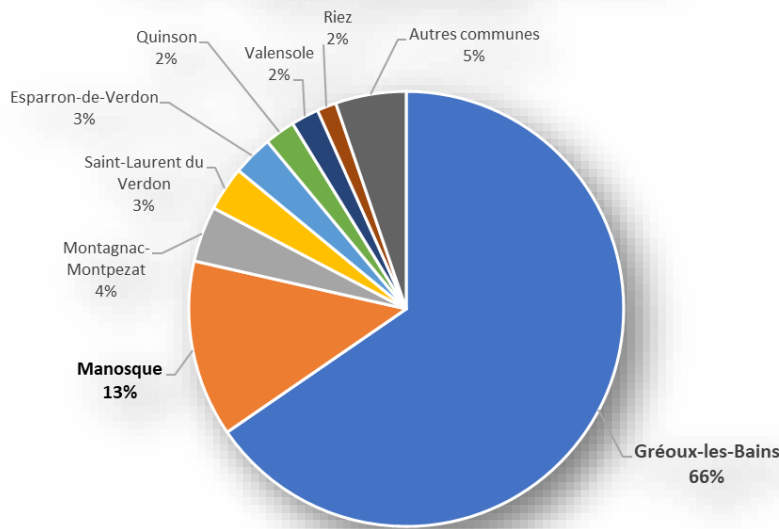
1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-dessous quelques graphiques illustrant le bilan depuis 2017 :

DLVAgglo - Evolution de la collecte de la taxe de séjour par les opérateurs numériques



DLVAgglo - Répartition de la taxe de séjour par communes (source : régie de recettes)





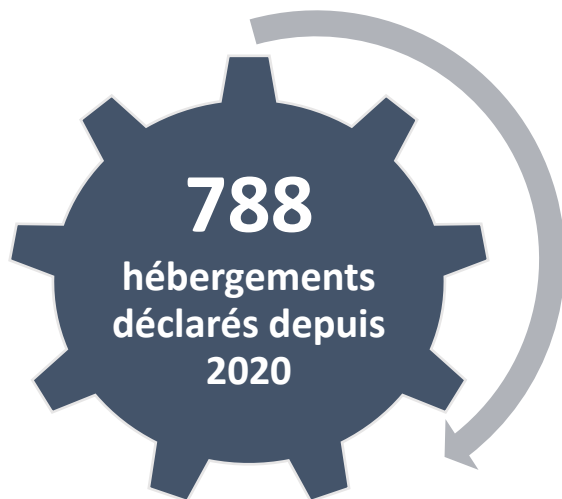
1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

SUIVI DE L'OUTIL DÉCLA LOC' « CERFA » MIS EN PLACE LE 1^{ER} JANVIER 2020 SUR DLVAGGLO

Développé par la Société Nouveaux Territoires, l'outil « DECLALOC Cerfa » permet la dématérialisation de la déclaration CERFA de mise en location de meublé de tourisme et de chambre d'hôtes.

Cette application est un outil complémentaire à la plateforme « Taxe de séjour ».

A ce jour, toutes les communes de DLVAgglo adhèrent à cette plateforme.



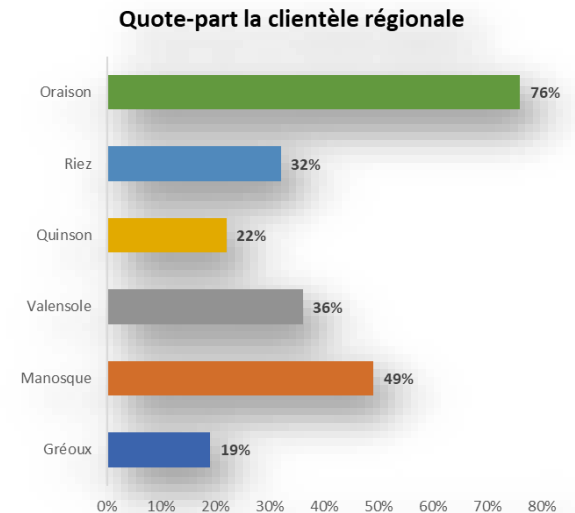
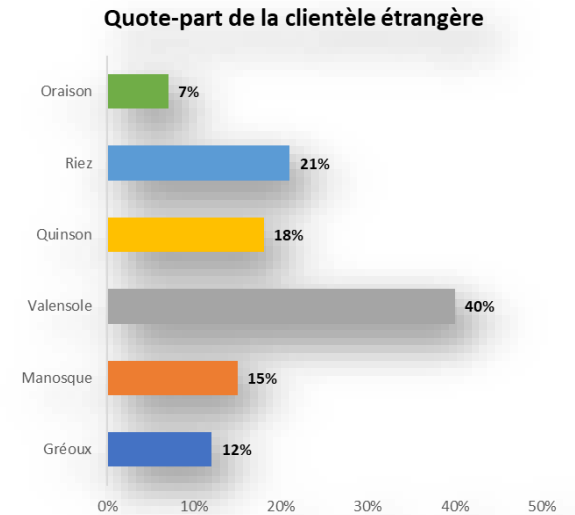
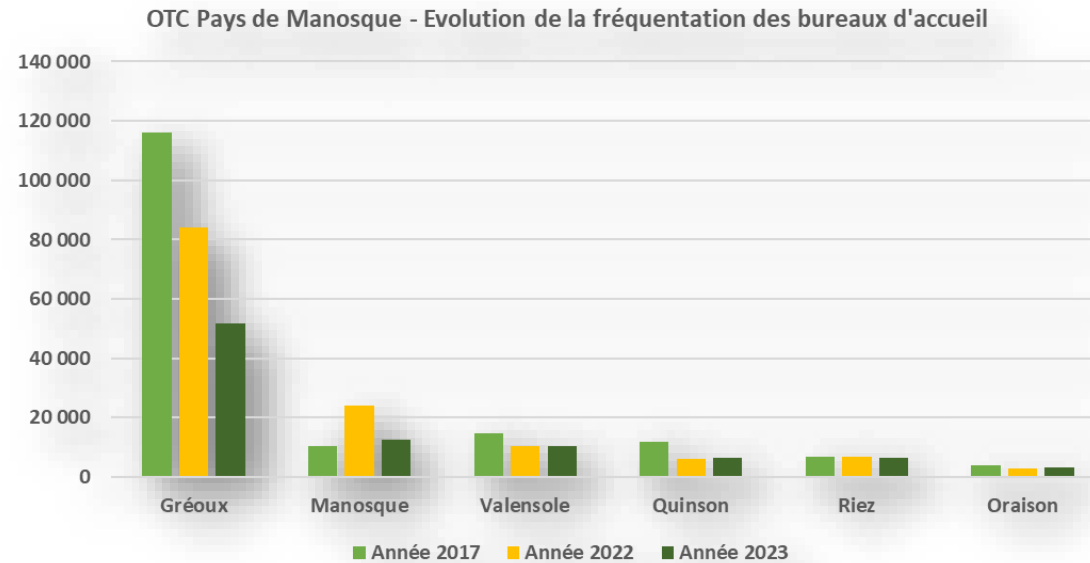


2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE

A la demande de DLVAgglo, l'Office de Tourisme a quitté les locaux (back office) situés place du Docteur Joubert à Manosque le 12 décembre.

En 2023, nos 6 bureaux d'information touristique ont accueilli et renseigné **90 500 personnes**, soit une baisse de 32% par rapport à 2022.

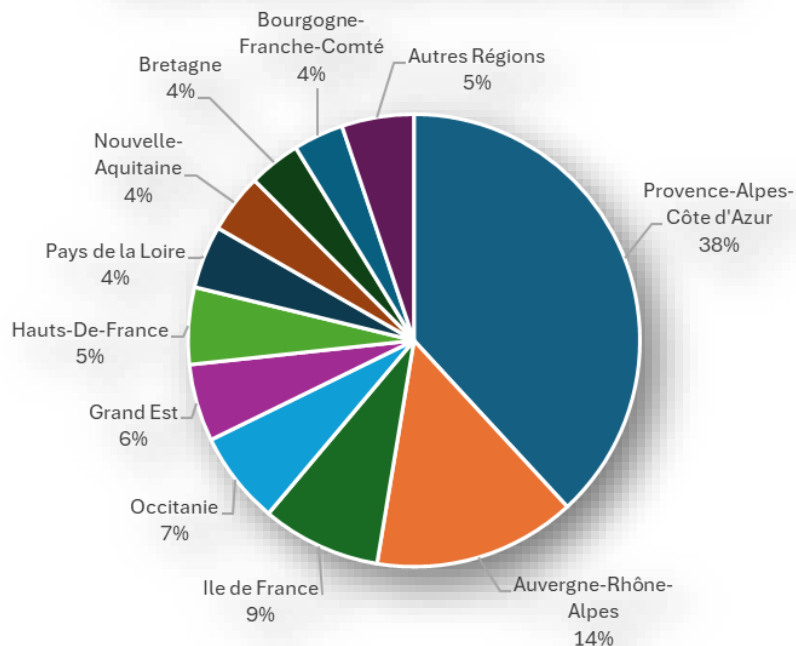
Cette fréquentation se répartit comme suit : **79% de français, 21% d'étrangers.**



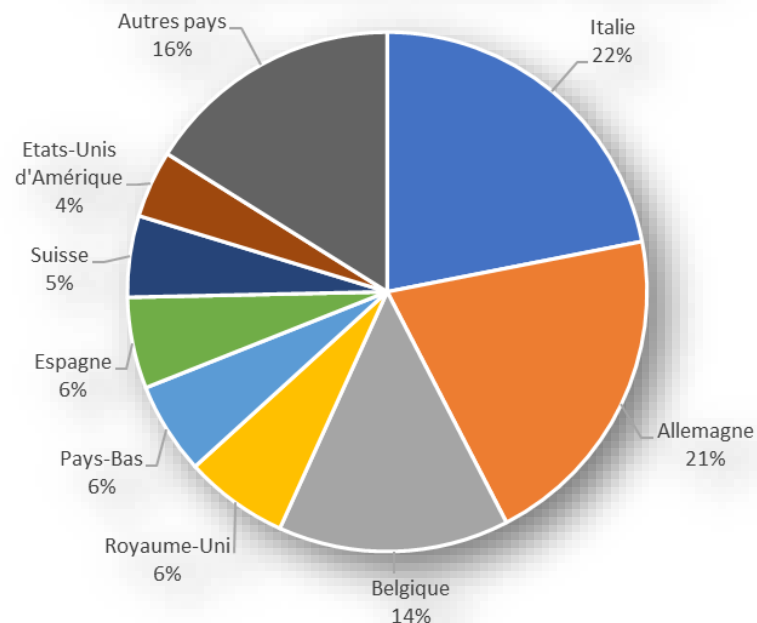


2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

OTC du Pays de Manosque - Origine de la clientèle française dans les bureaux d'accueil - Année 2023



OTC du Pays de Manosque - Origine de la clientèle étrangère dans les bureaux d'accueil - Année 2023



Nos bureaux d'information touristique ont accueilli et renseigné **71 nationalités différentes**.



2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Conception, fabrication et pose de panneaux dans la station de Gréoux-les-Bains pour promouvoir le programme mensuel des manifestations

Lieux : Thermes, Office de Tourisme, Centre de Congrès l'Etoile, Drugstore, Médiathèque, Casino Partouche, Odalys, Château Laval, Verdon Parc, Verseau, La Villa Borghèse





2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Conception et fabrication d'un panneau d'Information Touristique pour l'entreprise
« AU FIL DES SAVEURS » à Volx (objectif : renseigner les visiteurs là où ils sont)



2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Conception et fabrication d'un panneau d'information pour le Lac des Buissonnades à Oraison afin d'améliorer l'accueil de la clientèle





2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Réalisation de banques d'accueil « hors les murs » pour les bureaux d'information touristique de Gréoux-les-Bains, Manosque, Riez et Valensole (l'objectif est double : pré-accueillir et pré-renseigner les visiteurs ; promouvoir les activités proposées par l'Office de Tourisme et le territoire)



Destination

HAUTE-PROVENCE
DURANCE LUBERON VERDON





2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Lac des Buissonnades à Oraison : expérimentation d'un point d'information touristique « hors les murs »
(du 15 juillet au 19 août ; les mercredis et samedis ; de 14h30 à 17h30)



Nos conseillères en séjour ont accueilli et renseigné près de 50 personnes. Si le bilan moral est contrasté, cette expérimentation mérite d'être renouvelée sur un autre lieu. Aller au-devant des touristes, dans leurs lieux d'hébergement, sur les flux de fréquentation, les festivals, les événements sportifs... C'est le sens de l'histoire !



2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Les demandes de documentation

La documentation dans les Offices de Tourisme requiert une gestion exemplaire dans le traitement des demandes et l'exploitation statistique, a fortiori avec les exigences de la marque Qualité Tourisme.

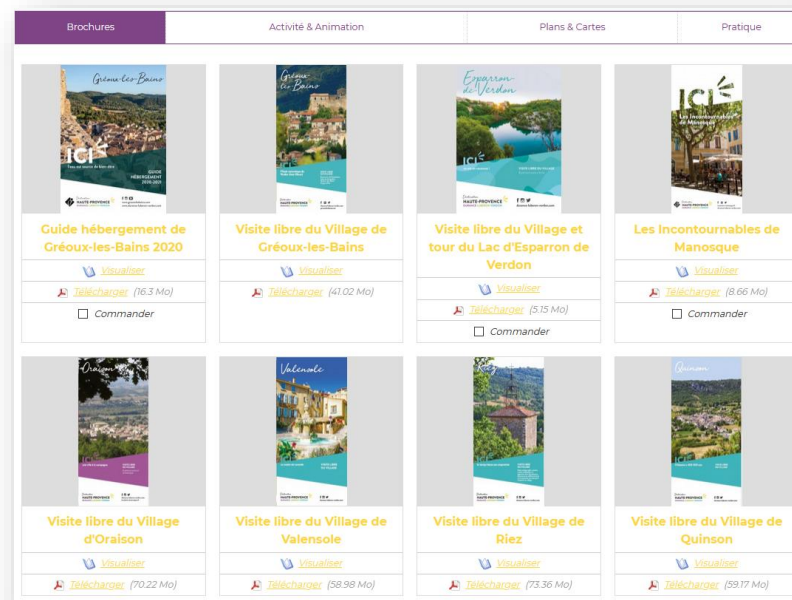
Nous utilisons un logiciel métier pour la gestion des documentations et des brochures développées par la Société Ingénierie et qui met à notre disposition les fonctionnalités suivantes :

- Demande de documentation en ligne et téléchargement
- Formulaire de contact en Responsive Web Design personnalisé
- Traitement des demandes et envoi des documentations
- Centralisation et gestion des demandes de documentation
- Envoi automatique et personnalisé d'un mail de confirmation
- Gestion des files d'attente des demandes pour les documentations en cours d'impression
- Gestion des conflits liés aux courriers multiples, réédition de courriers
- Statistiques pour les documentations envoyées par courrier, téléchargées,

L'Office de Tourisme a enregistré **2 179 demandes de documentation** (par téléphone, par les sites Internet et par e-mail) en 2023 auxquelles se rajoutent près de **15 600 téléchargements ou consultations en ligne.**

TOP 5 des éditions les plus consultées

- 1 Jours de marchés
- 2 Les incontournables de Manosque
- 3 Carte des circuits VTT
- 4 Guide du Curiste
- 5 Visite libre du village de Gréoux



La gestion de l'information

L'information est le capital n° 1 de l'Office de Tourisme. « L'enjeu de l'Internet de demain résidera dans le contenu : « content is king ». Or, qui mieux que l'office de tourisme est placé pour détenir l'information exacte, qualifiée et officielle de l'offre locale. Cela fait partie de ses missions régaliennes, définies par le code du tourisme.

L'évolution rapide du e-tourisme a augmenté fortement les besoins en matière de données, tout particulièrement pour alimenter tous les dispositifs liés au tourisme numérique (sites web, réseaux sociaux, applications mobiles, etc.).

Dans un souci de mutualisation, de rationalisation et de professionnalisation, **l'Office de Tourisme adhère au système d'information touristique interrégional dénommé « APIDAE » (coût : 3 350 €uros)**. Nous sommes le producteur officiel de l'information sur notre territoire de compétence. Ce système d'information constitue le cœur de notre organisation pour la gestion de l'information touristique locale.

Les données d'un système d'information touristique peuvent ainsi être exploitées pour alimenter des sites Web, des applications mobiles, des bornes interactives, pour créer des widgets sur des sites partenaires ou pour produire des éditions papier. **Si la collecte de la donnée constitue l'étape indispensable, la finalité du système réside dans la diffusion de la donnée.**

**6 122 objets
touristiques** saisis et/ou
mis à jour dans la base de données
APIDAE



Les informations saisis et mises à jour dans **APIDAE remontent sur 10 grands canaux « internes »** (sites internet, éditions à la demande, écrans dynamiques, éditions papiers, module pour la gestion de la relation clients, internet de séjour ...) **et sur les outils numériques d'une vingtaine de partenaires** (AD04, CRT, Mapado, etc. ...)

2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Utilisation de solutions technologiques développées par la Société DAHUB afin de gagner en efficacité sur la gestion et la mise à jour des données touristiques,

Cet outil permet d'automatiser et d'actualiser en temps réel la collecte de données des prestataires. Il se connecte au système d'information touristique, récupère et analyse les données, les complète si besoin en allant chercher ce qui manque (horaires, descriptif, tarifs, ...).

Des fonctionnalités importantes : écriture sans ressaisie dans le SIT, synchronisation automatique des données du SIT, envoi de questionnaires web personnalisés, ...

Hubo collecte, trie et organise

les données touristiques locales

Hubo automatise

Vos campagnes de mise à jour



A l'aide de Questionnaires web interactifs



Apidae
L'INFORMATION TOURISTIQUE



- [Site Internet de l'office de tourisme
- [Vecteurs de Communication papier, mailing, web..
- [Moteur de Recherche SIT, CMS...



2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Le concept « d'Internet de séjour© »

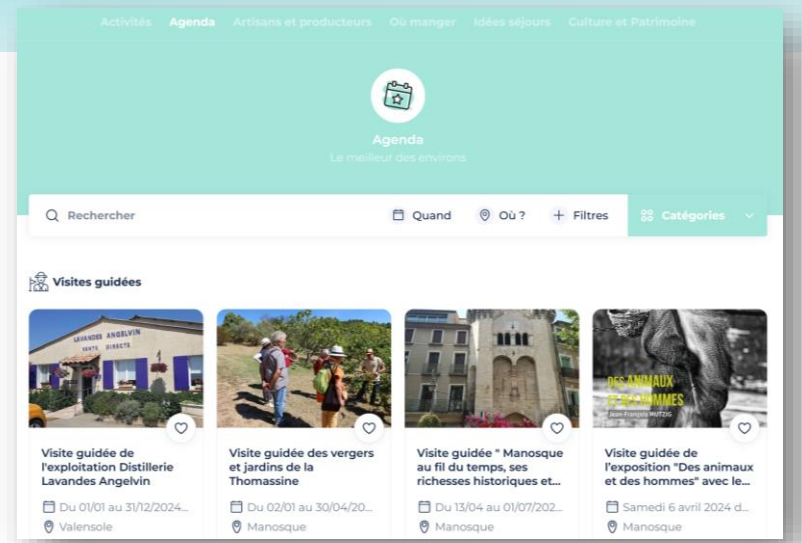
La recherche et la réservation d'activités ne se font pas en même temps que la recherche et l'achat d'hébergement ou de transport (85% des voyageurs programment leurs activités après être arrivés sur la destination).

Les touristes ont donc besoin d'être informés pendant leur séjour sur les activités qu'ils peuvent découvrir et consommer durant leur séjour. L'internet de séjour est un dispositif « Responsive Web Design » entièrement dédié aux touristes présents sur la destination.

Développement et promotion d'une plateforme de recherche d'activités (solution « Coq Trotteur ») connectée à notre Système d'Information Touristique APIDAE.

Via un moteur de recherche attractif, le touriste découvre facilement notre territoire et les activités adaptées à ses envies grâce à des filtres hyper-personnalisés. Grâce à ce concept, nos prestataires peuvent enregistrer une réelle augmentation d'activité.

Nous avons continué à diffuser aux professionnels du territoire un « KIT de communication » composé d'affiches et de stickers.



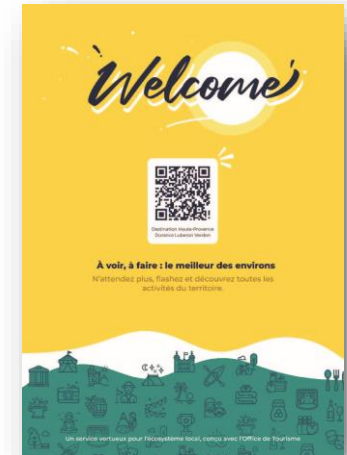
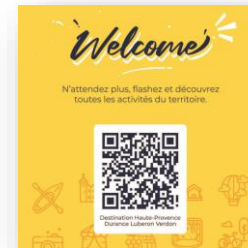
Résultats 2023 :

3,2 millions de fiches Apidae visionnées

44 107 sessions

Temps passé moyen : plus de 3 minutes

1 781 parcours créés



QR Code : 29 873 flashes



2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Les éditions sur-mesure et à la demande

Dans les bureaux d'accueil, les demandes de la clientèle sont extrêmement variées. Les documents édités ne pouvaient pas toujours apporter de réponse ciblée et personnalisée.

Il nous a paru pertinent d'exploiter les données APIDAE pour générer rapidement des documents professionnels qui pouvaient répondre aux différentes attentes. La solution Edit Yourself permet d'éditer en quelques clics des documents de présentation professionnelle à imprimer à l'accueil ou à envoyer par mail en pdf.

A partir de sélections APIDAE prédéfinies ou recherchées à la demande, les conseillers en séjour réalisent « à la demande » :

- Des listes d'hébergements de tout ou une partie du territoire,
- Des programmes d'animation (mois, semaine, WE),
- Des listes des brocantes, etc. ...

L'ergonomie de cet outil a permis une appropriation très rapide de toute l'équipe d'accueil. Il permet à chacun une grande autonomie pour produire un document, durable ou éphémère, adapté à son besoin du moment.

Le travail de fourmi, parfois ingrat et fastidieux, de la saisie des fiches APIDAE est ainsi largement valorisé.



Exemple : l'agenda « Un été à Valensole »



2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Les agendas de la semaine

Générés depuis la base de données « APIDAE », ces agendas sont envoyés chaque mercredi via une newsletter à 3 300 contacts (particuliers et professionnels) avec 2 sélections : « Haute-Provence » et « Verdon ».



ICI ça bouge dans le Verdon

Du 11/03/23 au 17/03/23

Du vendredi 3 au jeudi 30/03/23

Gréoux-les-Bains

Formation Amma assis

- 9h-17h tous les jours 3 Avenue des Thermes Ville Cantet
- Tarif unique : 490 €

Samedi 11 mars

Riez

Causerie avec Hubert Dautremay "Electrostatique, son histoire, son étude à l'École primaire supérieure de la Sise"

- 17h-18h Hôtel de ville de Riez - salle de 2ème étage. 04500 Riez

Toute l'année

Quisison

- Visite d'olivieraie et dégustation d'huile d'olive bio
- Appeler avant de venir déplacer 1601 Champs de la Sèze

6 bureaux d'accueil pour vous accueillir, vous renseigner, vous aider

Gréoux-les-Bains - Tél : 04 92 78 01 08
Quisison - Tél : 04 92 74 01 12

ICI ça bouge en Haute-Provence

Du 11/03/23 au 17/03/23

Du vendredi 3 au jeudi 30/03/23

Manosque

Visite guidée des vergers et jardins de la Thomassinie

- 9h-18h lundi, mardi, mercredi, jeudi, vendredi, pour les groupes (à partir de 5 personnes uniquement) / grande randonnée, Parc les Jumeaux, lundi de pâques, jeudi de l'Ascension, lundi de pentecôte, 1er mai, 2 mai, 14 juillet, 15 août, 1er novembre, 14 novembre, 25 décembre / La Thomassinie
- Adulte : 6 € (Pâques guidés inclus, Tarif réduit 4 € pour : 12-18 ans, étudiants, chômeurs, bénéficiaires du RSA, groupe 5-5 pers., personnes âgées handicapées) - Enfant : 3 € (Gratuit pour les moins de 12 ans) - Ados/jeune : 4 € (De 12 à 18 ans) après une pause thématique Les vergers et jardins conservatoires de la Thomassinie ouvert à partir de mercredi 3 mai 2023 à 9h

Du lundi 2/01 au dimanche 31/12/23

Manosque

Head in Rock - Tribute to Deep Purple (rock & blues)

- 21h-0h30 La Capsule
- Places tarif : 10 / 12 € - Tarif réduit : 8 / 10 €

Du mercredi 8 au samedi 11/03/23

Pierrevert

Journées Essent'Elles

- Salle polyvalente

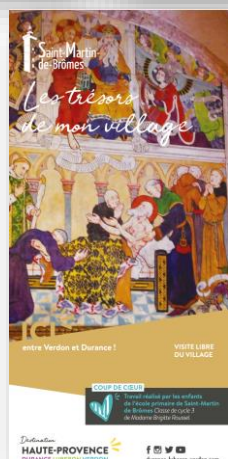
6 bureaux d'accueil pour vous accueillir, vous renseigner, vous conseiller dans l'organisation de votre séjour ou de vos vacances

Gréoux-les-Bains - Tél : 04 92 78 01 08
Quisison - Tél : 04 92 74 01 12
Manosque - Tél : 04 92 72 16 00
Riez - Tél : 04 92 77 96 09
Craon - Tél : 04 92 78 86 80
Valserres - Tél : 04 92 74 90 02



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE

Les éditions touristiques



	Quantité
Chéquier « Avantages et découvertes » du Pays d'Oraison (NOUVEAU)	1 000 ex.
Brochure « groupes » (NOUVEAU)	250 ex.
Brochure-programme Sainte-Estelle	500 ex.
Balades Ludiques - Randoland (16 communes)	4 000 ex.
Visite Gréoux-les-Bains FR/D/GB	4 000 ex.
Visite Saint-Martin-de-Brômes FR/GB	1 000 ex.
Visite Valensole FR/GB/CH/IT	1 500 ex.
Visite Riez FR/GB	1 500 ex.
Visite Oraison FR/GB/ALL	1 000 ex.
Visite Quinson FR/GB/ALL	1 000 ex.
Visite Esparron-de-Verdon	5 000 ex.
Carte de randonnée pédestre de Gréoux-les-Bains	3 000 ex.
Trésors cachés de Saint-Martin-de-Brômes	1 000 ex.
Magazine de destination (GB) NOUVEAU	Numérique
Guide du Curiste de Gréoux-les-Bains	5 000 ex.
Carte touristique Haute-Provence FR/D/GB	15 000 ex.
Carte touristique du Plateau de Valensole FR/D/GB	15 000 ex.
Plan de Gréoux-les-Bains	25 000 ex.
Plan de Riez	10 000 ex.
Flyer « jours de marché »	10 000 ex.
Les Incontournables de Manosque	15 000 ex.
Programme « Ici & Aujourd'hui »	46 500 ex.



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

La régie publicitaire : bilan 2023

Conformément aux délibérations du Comité de Direction, l'Office de Tourisme commercialise des encarts publicitaires sur les éditions ci-dessous. Ces recettes permettent de compenser les dépenses en impression et en conception. **Nous répondons ainsi à des besoins de visibilité pour des annonceurs qui souhaitent promouvoir leur offre auprès des touristes.**

Supports	Recettes en € HT (annonces publicitaires)	Dépenses en € HT (PAO et impression)
Carte du Plateau de Valensole 2023	3 220 €	2 767 €
Carte de la Haute-Provence 2023	3 200 €	2 535 €
Guide du curiste 2023	8 500 €	6 755 €
Plan de ville de Gréoux-les-Bains 2023	1 900 €	3 013 €
Les Incontournables de Manosque 2022	2 640 €	1 759 €
Plan de ville de Riez	2 000 €	1 591 €
Programme « Ici&Aujourd'hui »	5 590 €	26 587 €
TOTAL	27 050 €	45 007 €



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



La Route la Lavande – Circuit découverte du Plateau de Valensole

Partenariat et co-branding avec « Les Routes de la Lavande ® »

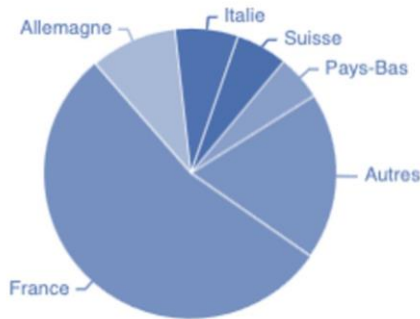
- **Création d'un article « long page »** sur le site www.routes-lavande.com (rubrique coup de cœur) et intégration de 4 balades à « mobilité douce »
- **Publication de contenus (6 posts)** sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
- **Publication d'articles dans la newsletter bimensuelle**

POUR LA PÉRIODE DU 16/10/2022 au 15/10/2023

SITE WEB : www.routes-lavande.com

Visiteurs	Pages vues	Pages vues / visite	Temps de visite	Taux de rebond	Téléchargements
118820	314870	2,65	2 min 8 sec	61%	1969
ÉVOLUTION VS 16/10/22 au 15/10/23					
+38%	+29,51%	+20%	+3 sec	+5,17%	+8,54%

Provenance des visiteurs



TOP 5 pages vues

1. Les routes
2. La floraison de la lavande
3. Les routes de la lavande en Provence (page accueil FR)
4. Plateau de Valensole
5. Travels in the land of lavender (page accueil GB)

TOP 5 Coup de cœur

1. Valensole
2. Sault
3. Digne-les-Bains
4. L'Occitane
5. La Bonne Étape

Top 3 des posts les + vus



Couverture : 24 100 personnes



Couverture : 14 300 personnes



Couverture : 6 300 personnes

Posts de partenaires Routes de la Lavande® situés à Digne-les-Bains, offrant une visibilité supplémentaire à la destination (non comptés dans les stats)



LAVANDES ANGELVIN
Couverture : 6 200 personnes



Couverture : 4 100 personnes



ANGELVIN
Couverture : 4 800 personnes



LAVANDES DE CHAMPELLE
Couverture : 6 600 personnes

E-LETTERS

N° eletter	Date envoi	Ouvertures
#30	7 mars 2023	1829
#36	06 sept. 2023	1866
#38	06 oct. 2023	2 042
Total général		5 737

Nombre total de vues : 251 611 (soit xx € par prospects)



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



Pour les randonneurs, les alpinistes, les cyclistes, les explorateurs, les familles et tous les amateurs d'activité de pleine nature.

Outdoor Active - Plateforme de promotion des activités et loisirs de pleine nature

Plateforme européenne dédiée à la pratique des sports « outdoor » et activités sportives en plein air, permettant à ses membres (10 millions en France et à l'étranger) de trouver et de partager sur le web et sur application mobile des milliers d'activités, d'itinéraires à pied, à vélo, à cheval... et ainsi mieux organiser leurs sorties ou leurs séjours.

Animation d'un compte de destination avec mise en valeurs des activités de pleine nature : Circuits cyclo et VTT, Parcours de randonnée pédestre, Kayak, Site d'escalade ainsi que des points d'intérêts (points de vue, sites remarquables) du territoire,



outdooractive



Durée

**1 mois et 1 semaine (du 8 mai au 16 juin 2023)
+ 1 mois (du 12 septembre au 12 octobre 2023)**



Nombre de clics minimum garanti *

6.667 clics



Population ciblée

Audiences francophones, anglophones et italiennes



Canaux sélectionnés

- ✓ Encarts sur Outdooractive (site internet & application mobile)
- ✓ Newsletters « BEST OF »
- ✓ Réseaux sociaux



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



outdooractive



- ✓ Mise à jour du guide de voyage « Haute-Provence et Verdon » en [FR](#) et traduction en [EN](#) et [IT](#)
- ✓ Création d'une [collection pour les parcours Gravel](#) et amélioration des [autres collections du compte](#)



- ✓ Présence en [page d'accueil](#) et sur la [page « Guides de voyage »](#) (FR, EN et IT) sur outdooractive.com, du 8 mai au 16 juin 2023



- ✓ Présence dans un **mailing « BEST OF »** Outdooractive ([FR](#), [EN](#) et [IT](#)) avec un lien vers le guide de voyage « Haute-Provence et Verdon »

- ✓ Communication sur les **réseaux sociaux**



- 2 publications Facebook sur la page [Outdooractive France](#) (+ [Outdooractive UK & Ireland](#) et [Outdooractive Italia](#)), une pour les « top parcours » et une autre axée « Gravel + lavande » + repartages dans les groupes Facebook et en story
- 2 posts Instagram (dont 1 en collaboration avec [@dlva.tourisme](#)) sur le compte [@outdooractive france](#) (+ [@outdooractive uk](#) et [@outdooractive italia](#)) pour les « top parcours » et la thématique « Gravel + lavande » + repartages en story + lien vers le guide de voyage dans la bio de chaque compte Instagram



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



Haute-Provence et Verdon

Crédit: Van Rijn, Office de Tourisme et des Gorges du Parc de Manosque

Au cœur de la Région Sud, entre les parcs naturels régionaux du Luberon et du Verdon, autour de la ville de Manosque, nos destinations offrent une grande variété de sites et d'activités pour un week-end ou des vacances.

Ce pays de Haute-Provence, doté de grands espaces préservés et entouré dans les coins de pays d'Anciens, est un territoire authentique où la culture, le sport, la gastronomie et l'art de vivre sont au rendez-vous toute l'année.

Cette Haute-Provence comme Verdon, vous découvriront des paysages à couper le souffle entre plaines et champs de lavande, oliveraies, amandiers, garrigues, collines, gorges, lacs, canyons... Autour de hameaux, de villages et de lieux propices aux activités de pleine nature.

Continuer à lire



Upper Provence and Verdon

Photo: Van Rijn, Office de Tourisme et des Gorges du Parc de Manosque

In the heart of the Southern Region, between the Luberon and Verdon Regional Nature Parks by the town of Manosque, the destinations that offer a wide variety of sites and activities that are equally perfect for a weekend or holidays.

The Upper Provence region, made up of wide open spaces and celebrated in the novels of Jean Giono, is a place where culture, sport, gastronomy, and the art of living are an offer all year round.

Outdooractive Editors @natureoftravel

Activités en Haute-Provence et Verdon



Alta Provenza e Verdon

Photo: Van Rijn, Office de Tourisme et des Gorges du Parc de Manosque

Nel cuore della Francia meridionale, tra i parchi naturali regionali del Luberon e del Verdon, intorno alla città di Manosque, le nostre destinazioni offrono una grande varietà di siti e di attività per un week-end o una vacanza.

La Haute-Provence, composta da grandi spazi aperti celebrati nei romanzi di Jean Giono, è un territorio autentico e ricco di cultura, sport e gastronomia che vive in pace tutto l'anno.

Da qui potrete scoprire la Haute-Provence che ha ispirato nei romanzi i paesaggi mozzafiato tra pianure e campi di lavanda, uliveti, mandorli, colline, ampiezze, laghi, canyon... Tutti tipi di terreni, rifugi e canyon ideati per attività outdoor preferite!

Scopri di più

Verdon



Attività in Alta Provenza e Verdon



outdooractive



Destination
HAUTE-PROVENCE
DURANCE LUBERON VERDON



BILAN DE LA CAMPAGNE CPC

OBJECTIF

6 667 clics

VOS
PERFORMANCES

ENGAGEMENT

vers les contenus mis en avant durant la campagne*

13 031 clics*

VISIBILITÉ

Mailings + posts réseaux sociaux

1 336 447 impressions*



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Stratégie de communication en direction de la clientèle « familles »

Circuits « Randoland »

23 balades ludiques sont actuellement disponibles (Esparron-de-Verdon, Gréoux-les-Bains, Vinon-sur-Verdon, Oraison, Quinson, Riez, Valensole, Saint-Martin-de-Brômes, Manosque, Puimichel, Montfuron, Pierrevert, Allemagne-en-Provence, Puimoisson, Montagnac-Montpezat, lac des Vannades et lac des Buissonnades, **La Castellet, Saint-Laurent du Verdon et Verdon Croisières**).

Rappel : Les circuits « Randoland » sont disponibles gratuitement, sur simple demande dans les Bureaux d'Information Touristique, à l'accueil de certaines mairies, chez certains prestataires et dans les médiathèques du territoire depuis le printemps 2021. Chaque point de diffusion met à disposition l'ensemble des fiches, qui peuvent également être téléchargées gratuitement sur le site durance-luberon-verdon.com.

Bilan 2023 : 987 téléchargements





3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Les salons de promotion

Conformément à ses missions de promotion et de communication touristiques, l'Office de Tourisme a participé à des salons de promotion ainsi qu'à des opérations de promotion.

Ces opérations constituent un moyen privilégié de confronter l'offre à la demande mais également de présenter à des prospects les atouts touristiques de notre territoire.

Ces salons ou opérations de promotion peuvent être réalisés en partenariat avec une institution ou un acteur privé (AD 04, Chaîne Thermale du Soleil, ...).

Salons	Lieu	Dates
Envie d'ailleurs	Mouans-Sartoux	1 ^{er} et 2 avril 2023
Bien vieillir en Côte d'Or	Dijon	Du 27 au 29 avril 2023
Vélo Vert Festival	Samoens	Du 2 au 4 juin 2023
Roc d'Azur	Fréjus	Du 5 au 8 octobre 2023
Salon Sud Séniors	Marseille	17 et 18 novembre 2023
Salon Horizon Senior	Lyon	22 et 23 novembre 2023





3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Les sites web

L'Office de Tourisme gère et met à jour **7 sites Internet** :

- www.greouxlesbains.com (site quadrilingue : FR, GB, D, I)
- www.tourisme-manosque.fr
- www.durance-luberon-verdon.com (site bilingue : FR, GB)
- www.provence-verdon-vtt.fr
- www.verdon-croisieres.com (ONE PAGE)
- www.verdon-mysteres.com (ONE PAGE)
- www.provenceverdon-affaires.fr

Ces sites web présentent les caractéristiques suivantes :

- interfacés avec le Système d'information touristique APIDAE
- **billetterie en ligne**
- structurés avec de la consultation ou du téléchargement de la documentation (*brochures, plans, cartes, ...*)
- connectés aux réseaux sociaux et adaptés au m-tourisme grâce au Responsive Web Design
- Intégrant un moteur de recherche de disponibilités et une « gestion relation client » (*inscription à la newsletter, formulaire de contacts, ...*)

Les agents en charge de cette mission ont réalisé un travail important pour **mettre en conformité le contenu (3 647 pages) aux critères du SEO** afin d'optimiser le référencement naturel.

Durance
Luberon
Verdon

Gréoux - les
- Bains

Tourisme -
Manosque

Provence
Verdon VTT

New

Verdon
Croisières

New

Verdon
Mystères

Provence
Verdon
Affaires



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Chiffres clés de l'activité de nos sites Internet en 2023 :





Les sites web

New

Articles web

Objectif : 2 par mois

Résultat : 4 par mois

41 articles

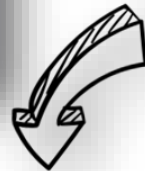
Diffusés sur DLV Tourisme,
destination Gréoux, Manosque
et Provence Verdon VTT

5 000

Vues environ

2 minutes

De temps de lecture moyen
des articles



600
Clics vers liens de
billetterie

160

Se dirige vers une page
check-out



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Suivi et mise à jour régulière de 8 fiches Google Business Profiles

OT de Gréoux-les-Bains

4,1 ★★★★★ 306 avis

OT de Manosque

4,1 ★★★★★ 80 avis

OT d'Oraison

4,6 ★★★★★ 5 avis

OT de Quinson

4,8 ★★★★★ 41 avis

OT de Riez

4,5 ★★★★★ 17 avis

OT de Valensole

4,5 ★★★★★ 80 avis

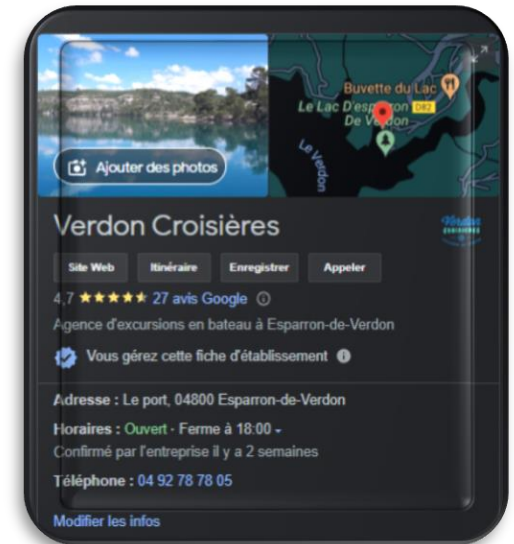


Verdon Croisières

4,8 ★★★★★ 65 avis

Centre de Congrès l'Etoile

4,4 ★★★★★ 208 avis



La fiche Google Business Profile propose aux internautes un annuaire ultra-complet et qualifié. Selon la requête et la localisation de l'internaute, les fiches établissement s'affichent en haut à droite sur la SERP. Elles contiennent l'adresse de l'entreprise, les horaires d'ouverture, les contacts mais aussi des photos, des avis, un graphique d'affluence, une FAQ avec les questions les plus fréquentes et les recherches associées.



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



Instagram

La communication numérique

Au-delà des compétences pour maîtriser ces technologies, ces outils de communication demandent beaucoup de moyens humains.

Mise à jour des informations sur les sites, conception et diffusion de newsletters, animation des réseaux sociaux, ... autant d'activités au quotidien qui mobilisent des moyens humains importants mais qui sont aujourd'hui indispensables.

POUR GARDER LE CONTACT : LES NEWSLETTERS et EMAILING

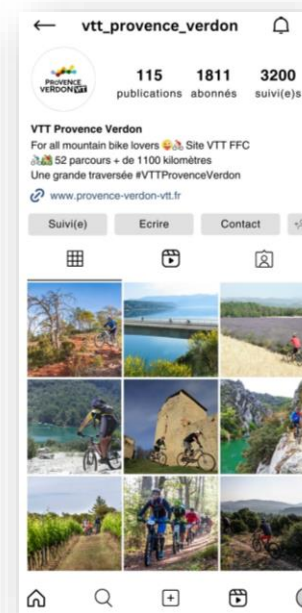
Réalisées en interne et adressées aux professionnels comme aux clients et touristes, nos lettres d'information numérique sont devenues un outil de communication privilégié.

En 2023, le pôle « Attractivité et Développement » a réalisé et envoyé 28 newsletters (taux d'ouverture : 57%).

FOCUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Dans le respect de la ligne éditoriale, le pôle « marketing et events » anime les réseaux sociaux suivants :

- Facebook (tourisme) : 12 725 abonnés (+4%)
- Facebook (VTT Provence Verdon) : 1 810 abonnés
- Instagram : 2 890 abonnés (+34%)
- Youtube : 149 abonnés (+24%)
- LinkedIn : 523 abonnés (+57%)



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Création et/ou mise à jour de contenus rédactionnels pour les médias

• Communiqués et dossiers de presse

- Évènementiels (*Soirées de l'Etoile, Boucles du Verdon, Fête du Lac, Parfums d'Italie, Musiques à Pauline, Automne Musical, Congrès-Festival de la Sainte-Estelle, Rosé Day, Rallye VTT de Noël, ...*)
- Expositions de la Salle des Gardes
- Lancement de la saison thermale 2023
- Lancement du chéquier « avantages et découvertes » du Pays d'Oraison
- Activités du Golf du Luberon à Pierrevert
- 1^{er} Stand Up Paddle Race à Esparron-de-Verdon
- Partenaires (Perl'Amande, l'éclat chocolaterie,
- Mise en place d'une webcam à Esparron-de-Verdon
- Candidature de Gréoux-les-Bains au label 4^{ème} fleur
- Workshop « Les Rencontres de l'Offre »
- Chaîne de podcasts
- Lancement de l'offre « Verdon Mystères »

• Organisation de plusieurs conférences de presse

Acquisition et création de supports de communication

• Photos

- Évènementiels
- Verdon Croisières
- Verdon Mystères

• Vidéos

- Lac des Vannades à Manosque
- Plus d'une dizaine de « Reels Instagram » (*vidéo courtes pour les réseaux sociaux*)
- Vidéo motion « L'Office de Tourisme prépare la prochaine saison thermale et touristique » (*mise à jour APIDAE et préparation du Guide du Curiste 2024*)

• Podcasts (*près de 790 écoutes depuis 2022 depuis notre chaîne*)

- La lavande est l'âme de la Provence





3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Autres types d'actions

- **Envoi régulier de communiqués à la presse locale** pour tous les événements et à une liste très élargie de médias pour les événements d'envergure ou d'intérêt régional
- **Organisation d'accueils « presse » :**
 - ❑ **Accueil de Fabrice DE LESTANG** (*sujet : le guide du routard*)
 - ❑ **Accueil de Céline LEROY** pour l'émission « **LES 100 LIEUX QU'IL FAUT VOIR** » diffusée sur France 5 (*sujet : Manosque, Jean GIONO, Plateau de Valensole*)
 - ❑ **Accueil des représentants du média digital « OUT OF OFFICE »** (*Sujet : Gréoux-les-Bains*)
 - ❑ **Accueil de Katrin BÖLSTLER et Ilka KOSCHAK** du média allemand *Schwäbische Zeitung* (*sujet : Cycling through lavender in Provence*)
 - ❑ **Accueil des influenceurs « LA FAMILLE TESTEUSE »** (*sujet : Séjour et activités à Esparron-de-Verdon*)
 - ❑ **Accueil des représentants du média digital O'BON PARIS** (*sujet : Plateau de Valensole, Verdon*)
 - ❑ **Accueil de Jean-Pierre REYMOND** pour le média **NOTRE TEMPS** (*sujet : Manosque*)



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Autres types d'actions (suite)

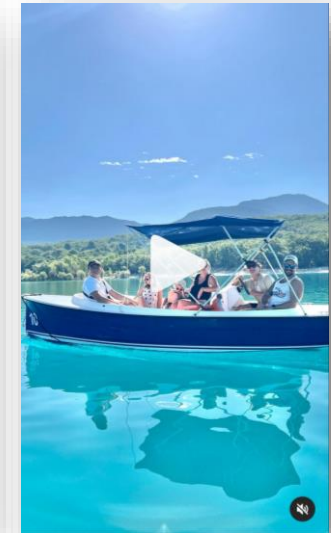
- **Achat d'un reportage (4 pages) dans le magazine « MasterChef » spécial Alpes de Haute-Provence**

Au fil des pages, le magazine a mis à l'honneur les terroirs, les producteurs et artisans d'exception qui font la réputation du Département. Présenté au Salon Internationale de l'Agriculture et disponible en kiosque jusqu'en mars 2023, ce numéro est paru en janvier.

- **Les circuits courts sur France Bleu Provence : du 2 janvier au 26 juin chaque lundi à 17h45**
- **Diffusion de contenus publicitaires sur les sites des médias sociaux (Facebook)**

Offres suivantes : Evènementiels, Lac des Vannades à Manosque, Lac des Buissonnades à Oraison, Visites guidées de Manosque, Balade « De la Vigne au Verre » à Pierrevert, **Verdon Croisières, Croisières culturelles, Esparron-de-Verdon,**

- **Achat d'espaces publicitaires dans les supports suivants :** Guide Vacances en Provence, Magazine MOUVIN, programme du cinéma de Gréoux-les-Bains, ...



- **Campagne SEA (=référencement payant) pour Gréoux-les-Bains et Verdon Croisières via Alangaux Conseil**

Le SEA (qui vise à placer une annonce publicitaire en bonne position sur les moteurs de recherche) est un moyen de se positionner rapidement sur des mots-clés visés (exemple : *ma cure en Provence*) et de générer du trafic vers nos sites.





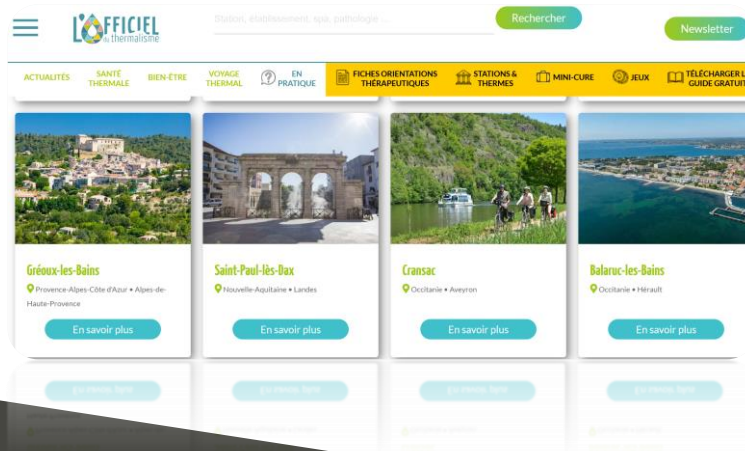
3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Autres types d'actions (suite)

- Promotion de l'activité thermale par l'achat d'espaces (print et web) dans le média « L'OFFICIEL DU THERMALISME »

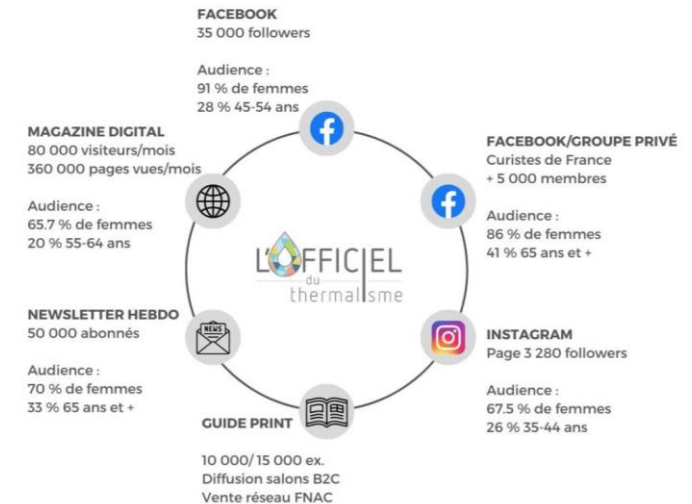
L'Officiel du Thermalisme est le média de référence sur l'univers thermal français avec de nombreux articles, des conseils, des bons plans et un guide papier annuel. Sa mission est double : proposer du contenu pour convertir le lecteur en curiste et apporter des services pour accompagner le curiste dans toutes les étapes de préparation de sa cure longue ou courte.

Sur la partie digitale, nous avons connecté la base de données « APIDAE » pour faire remonter les hébergements, les restaurants, l'agenda et les activités.



LE 1ER MÉDIA
SUR L'ÉCOSYSTÈME THERMAL GRAND PUBLIC
LA SEULE MARQUE MÉDIA
BTOTOC DU MARCHÉ

L'OFFICIEL DU THERMALISME, le média en quelques chiffres :





3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

Autres types d'actions (suite)

- Participation aux actions du Contrat de Destination « Provence »

Coordonné par le Comité Régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et Bouches du Rhône Tourisme, le contrat de destination « Provence » réunit 30 organismes qui mutualisent leurs moyens. Depuis sa création (2015), ce contrat est une réelle opportunité pour aller plus loin et franchir un cap dans la dynamique de promotion collective à l'international.

Prenant appui sur la marque « Provence Enjoy the unexpected », les objectifs de ce contrat sont :

- Développer la notoriété et l'attractivité de la Provence
- Accroître la fréquentation des clientèles européennes des principaux marchés émetteurs
- Attirer des clientèles lointaines et à haute contribution
- Développer les durées des séjours hors période estivale à travers une offre autour des manifestations.

Nous avons adhéré au collectif en 2020.

Budget 2023 : 7 374,334 €uros TTC



Destination
HAUTE-PROVENCE
DURANCE LUBERON VERDON



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Promotion des événements organisés à Gréoux-les-Bains dans le cadre de la mission « *animation culturelle et festive de la station de Gréoux-les-Bains* »

Manifestations	Coût en € HT	Supports
Les Soirées de l'Etoile	7 112,82 €	Facebook, Mouvin, La Provence, Haute Provence info, Ecociné Verdon
Parfums d'Italie	1 254,37 €	Facebook, Mouvin, La Provence, Haute Provence info
Garde Républicaine	822,83 €	La Provence, Haute Provence info, Ecociné Verdon, Facebook
Greoux de Janeiro	712,62 €	Mouvin, Haute Provence info, La Provence
Automne musical	805 €	Ecociné Verdon, Mouvin, Haute Provence info
Sainte-Estelle	2 352,40 €	Mouvin, La Provence, Dignamik, Facebook
Le Grand Bouillon	2 227,55 €	Mouvin, Haute Provence info, La Provence, Ecociné Verdon, Dignamik, Facebook





3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Promotion des évènements suivants :

Manifestations	Coût en € HT	Supports
Fête de la Transhumance	1 587,63 €	La Provence, Sortir, Haute Provence info
Fête du Lac	797,63 €	Facebook, La Provence, Haute Provence info
Rosé day	1 719,54 €	Mouvin, La Provence, Haute Provence info
Journée des Fruits et Saveurs d'Autrefois	179,91 €	Facebook
Rallye VTT de Noel	2 230,58 €	Facebook, Mouvin, Dignamik, Haute Provence info



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)



Campagne marketing « Villes d'Eaux – Villes de Bien-Être »

Contexte : cette campagne s'inscrit dans le cadre du Plan « Destinations thermales » présenté par le Ministre Jean-Baptiste Lemoyne à Gréoux-les-Bains le 11 mars 2023. Elle vise notamment à concrétiser les synergies avec le tourisme, particulièrement autour des offres de bien-être. **Atout France a été chargée du pilotage avec un budget de 500 000 euros pour les exercices 2023 et 2024**, sous réserve d'une contribution équivalente des destinations et acteurs de la filière, afin de générer un fort effet de levier.

Les critères d'éligibilité retenus par le groupe de travail sont les suivants :

- « station classée de tourisme »
- « présence d'une hôtellerie de qualité »
- « existence d'une offre « wellness » de loisirs complète, diversifiée et de qualité proposée par l'établissement thermal développée ou pas dans un espace commun et complémentaire à l'offre de cures »
- et/ou « existence d'une offre « wellness » proposée par d'autres acteurs de la station complémentaire à l'offre proposée par l'établissement thermal ou par le centre thermoludique et une offre touristique, patrimoniale et événementielle attractive ».



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Campagne marketing « Villes d'Eaux – Villes de Bien-Être » (suite) : enjeux et objectifs



UN ENJEU D'IMAGE

Positionner les stations thermales comme des îlots de Bien-Être



UN ENJEU COMMERCIAL

Accélérer la reprise du secteur en contribuant à promouvoir de nouveaux usages



#1.

Attirer de nouvelles clientèles plus jeunes



#2.

Mieux répartir les flux et stimuler la fréquentation sur le printemps et l'été



#3.

Surfer sur le slow tourisme et le besoin de déconnection

1 fil vert : le tourisme durable



Campagne marketing « Villes d'Eaux – Villes de Bien-Être » (suite)

L'OFFRE :

La diversification de l'offre des stations et des établissements thermaux **vers de nouvelles activités** non seulement ne dénature pas l'essence du thermalisme mais elle lui permet de renouer avec sa dimension originelle – et originale - **d'alliance du soin et du bien-être. Il s'agira de promouvoir 4 offres qui permettent de faire connaître de nouveaux usages et de créer des envies :**

- Offre Gastronomie & bien-être,
- Offre sport (préparation et récupération)
- Offre déconnexion et activités de pleine nature
- Offre "Week-end" à 2, en famille ou entre amis



LES CIBLES VISEES :

Génération Y et X

- qui expriment le besoin de déconnexion et de lâcher prise
- qui privilégient des environnements et des établissements de qualité
- qui souhaitent partir en couple ou entre amis

Les DINKS (couples sans enfant ou sans enfant à charge) en quête de bien-être dans un cadre privilégié.





Campagne marketing « Villes d'Eaux – Villes de Bien-Être » (suite) : résultats 2023

Volet 1 - NOTORIÉTÉ (331 K€)		Volet 2 - CONVERSION
#1. Médiatiser Paris Tonic	#2. Relayer Activation France.fr	#3. Convertir Expédia
Plan médiatique online avec une sélection affinitaire de 8 médias affinitaires correspondants aux 4 thématiques: Gastronomie Sport Nature et déconnexion Week-end	Création d'une plateforme en deux temps sur France.fr / 1 page dédiée avec 6 articles + page dédiée pour chaque station et de contenu thématique. Médiatisation Relai des contenus sur nos réseaux sociaux @ExploreFrance.	Commercialisation de séjours phares via Expédia Campagne de conversion utilisant des leviers display, newsletter, réseaux sociaux avec un objectif de ventes des offres thématiques.
245K€ HT	86K€ HT	65 000K€ HT + 73 847€ apport Expedia

396K€ HT d'apport ATF + partenaires
+ 73 847€ d'apport Expedia
Soit un total investi de 469 847€ HT



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Campagne marketing « Villes d'Eaux – Villes de Bien-Être » (suite) : résultats 2023

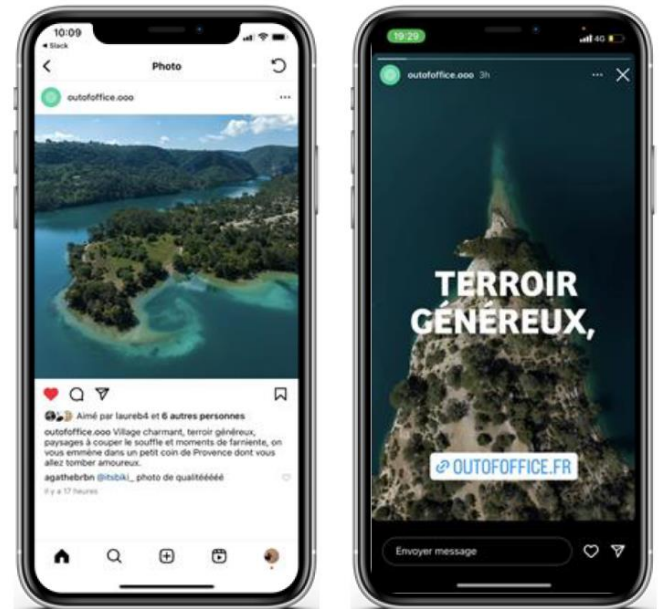
14 952 578 impressions

1 453 397 vidéos vues

377 946 clics

739 171 newsletters envoyées et 1 30 000 ouvertes

Près de 3 000 nuitées vendues sur la partie
CONVERSION



Nous avons eu le plaisir d'accueillir, du 24 au 26 mai 2023, l'équipe du média digital « OUT OF OFFICE » afin de valoriser notre destination sur la thématique « NATURE ET DECONNEXION ».



4° L'ANIMATION CULTURELLE ET FESTIVE DE LA STATION 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 lieu de séjour animé afin de passer « un bon moment » mais surtout 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. Elle vise à accroître la fréquentation de la station.

Pour toutes ces raisons, d'un commun accord entre DLVA et la Commune de Gréoux-les-Bains, l'Office de Tourisme Communautaire s'est vu confier « l'animation culturelle et festive de la station de Gréoux-les-Bains ».

Vous trouverez ci-contre la liste des manifestations organisées ou soutenues par l'Office de Tourisme Communautaire en 2023.

Manifestations

9 expositions à la Salle des Gardes

Les Soirées de l'Etoile (7 dates)

Musiques à Pauline (11 dates)

Les Boucles du Verdon

Parfums d'Italie

Congrès-Festival de la Sainte-Estelle

Concert de la Garde Républicaine (annulé)

Les Nocturnes

Gréoux-de-Janeiro (7ème édition)

Festivités du 14 juillet

Verdon relax Festival

Grands Prix à Pétanque de Gréoux-les-Bains

Festival de Scrabble de Provence

Tournée ça c'est le Sud

Festivités du 15 août

Gréoux Jazz Festival

Automne Musical

Fête de la Bière

Le Grand Bouillon

Randonnée VTT Verdon des Collines



4° L'ANIMATION CULTURELLE ET FESTIVE DE LA STATION DE GRÉOUX-LES-BAINS (SUITE)

Zoom sur le Congrès-Festival de la Sainte-Estelle 2023

La Sainte-Estelle est le Congrès-Festival du Félibrige. Cette manifestation a lieu chaque année dans une ville différente des pays d'Oc (32 départements du sud de la France). Avignon reçut la première édition en 1876. Cette manifestation annuelle est la plus ancienne du genre à promouvoir la culture régionale.

Du 26 au 29 mai 2023, la Commune de Gréoux-les-Bains a accueilli le Congrès-Festival du Félibrige. La station thermale est devenue, le temps d'un week-end, la capitale des Pays d'Oc.

Cet événement annuel se compose d'une partie « congrès » durant laquelle les félibres tiennent leurs séances statutaires, des assemblées informelles et des commissions de travail. Ils se prononcent également sur les futures orientations du mouvement. Mais la Sainte-Estelle, c'est aussi une grande manifestation populaire et festive. Rencontres, conférences, spectacles, défilés, concerts... autant d'animations qui sont organisées en direction du Grand Public.





5° LA STRATÉGIE ÉVÈNEMENTIELLE TERRITORIALE

En 2023, l'Office de Tourisme Communautaire a organisé ou soutenu les évènements « identitaires » suivants :

- LA FÊTE DU LAC à Esparron-de-Verdon (du 18 au 21 mai)
- Le « 1^{er} Stand Up Paddle Race » à Esparron-de-Verdon (30 avril ; manifestation organisée par le CNEV)
- La Régate Interdépartementale « Voile Verdon » (du 20 au 21 mai ; manifestation organisée par le CNEV)
- Rosé DAY à Pierrevert (30 juin – 3^{ème} édition)
- La FETE DE L'AMANDE à Oraison (8 octobre)
- Le Cyclo-cross à Oraison (12 novembre)
- Le Rallye VTT de Noël à Manosque (10 décembre ; manifestation coorganisée avec les Cycles BACHELAS)
- La Journée des Fruits et Saveurs d'Autrefois à Manosque (3 décembre ; manifestation organisée par le PNR Luberon)
- Le Marché de Noël à Vinon-sur-Verdon (9 décembre ; en remplacement de la Fête de la Transhumance annulée pour cause de mauvais temps)





6° LA GESTION DU CENTRE DE CONGRÈS « L'ÉTOILE »

Inauguré le 19 novembre 2013, cet équipement répond à plusieurs ambitions :

- La création d'un centre de congrès pouvant 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,
- La constitution d'un espace culturel avec une salle polyvalente, et un espace cinéma/théâtre capable d'élargir la diffusion culturelle de la DLVA,
- La réhabilitation d'un espace économique, festif et d'animations locales en lien avec son territoire d'implantation, la commune de Gréoux-les-Bains.

Par délibération en date du 26 mars 2023, la DLVA a reconduit l'Office de Tourisme Communautaire dans sa mission de gestion du Centre de Congrès l'Étoile et de développement de l'activité de tourisme d'affaires pour la période 2023-2026.

L'ÉTOILE GRÉOUX
CENTRE DE CONGRÈS LES BAINS



Bilan commercial 2023 :

95 évènements répartis comme suit :

- **22 prestations « affaires »** (*assises, séminaires, Assemblées Générales, ...*)
- **3 prestations « Team building »**
- **44 réunions DLVA** (*dont 12 conseils communautaire et 9 conférences des maires, ...*)
- **15 manifestations culturelles** (*concerts, conférences, ...*)
- **11 autres évènements** (*élection départementale, Festival de scrabble, ...*)

Le chiffre d'affaires en location s'élève à 61 799 € TTC et le chiffre d'affaires pour du team building est de 13 938 € TTC.

L'équipe commerciale a réalisé 67 devis. 33 propositions n'ont pas abouti.



6° LA GESTION DU CENTRE DE CONGRÈS « L'ÉTOILE » (SUITE)

Actions commerciales

- Adhésion au Bureau des congrès régional « Provence Côte d'Azur Events
- 1 insertion dans le magazine BEDOUK pour 2023 et 2024 (*opérateur spécialisé dans le tourisme d'affaires*)

Actions de communication

- Animation du site Internet www.provenceverdon-affaires.fr (*mis en ligne le 10 décembre 2016*) et du Google My Business
- Animation des réseaux sociaux afin d'augmenter la visibilité du centre de congrès : LinkedIn, Facebook et Twitter
- Référencement du Centre de Congrès sur des sites spécialisés : www.paca-seminaires.com, www.abcsalles.com



Exemple de retour d'un client : « Je tenais à vous remercier pour l'organisation de la soirée d'hier soir, Mr Labourdette et l'ensemble des invités ont passé une excellente soirée. Si vous le pouvez, nous tenons également à remercier le traiteur ; l'ensemble des participants ont apprécié la gentillesse des serveurs et le traiteur ; le cocktail dinatoire fut succulent. »



6° LA GESTION DU CENTRE DE CONGRÈS « L'ÉTOILE » (SUITE)

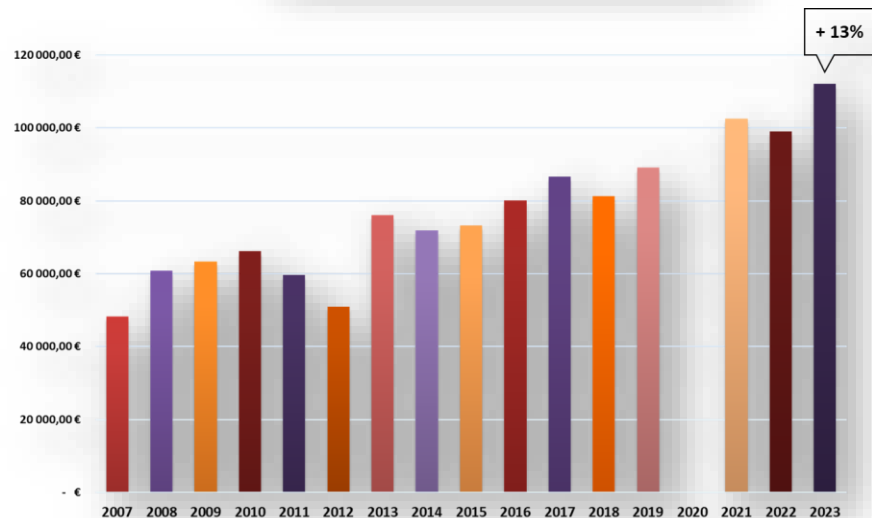
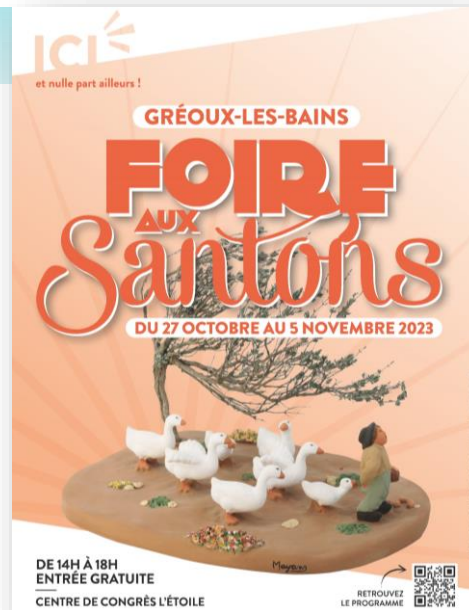
FOCUS SUR LA 29^{ème} FOIRE AUX SANTONS

Depuis 1994, cette manifestation n'a cessé de croître et d'affirmer sa notoriété. La Foire aux Santons de Gréoux-les-Bains est aujourd'hui considérée comme l'une des plus grandes foires aux santons de la Région.

En 2023, du vendredi 27 octobre au dimanche 5 novembre, l'Office de Tourisme, avec le soutien indispensable de nombreux bénévoles, s'est fortement mobilisé pour accueillir les nombreux visiteurs.

Chiffres clés de la 29^{ème} édition :

- Chiffre d'affaires : **112 020,62 €uros**
- Panier moyen (2 325 bons de vente) : **48,18 €uros**
- Meilleur jour : dimanche 29 octobre (19 366,06 €uros)
- Chiffre d'affaires de la buvette : **3 741 €uros**





7° L'ACTIVITÉ « BILLETTERIE ET BOUTIQUE »

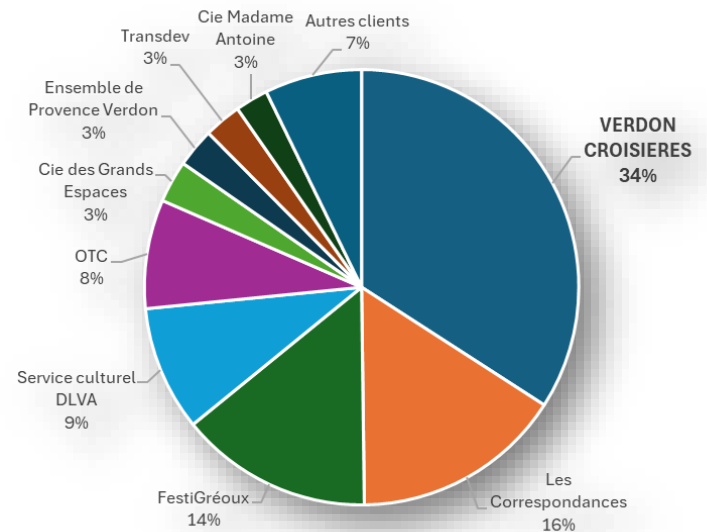
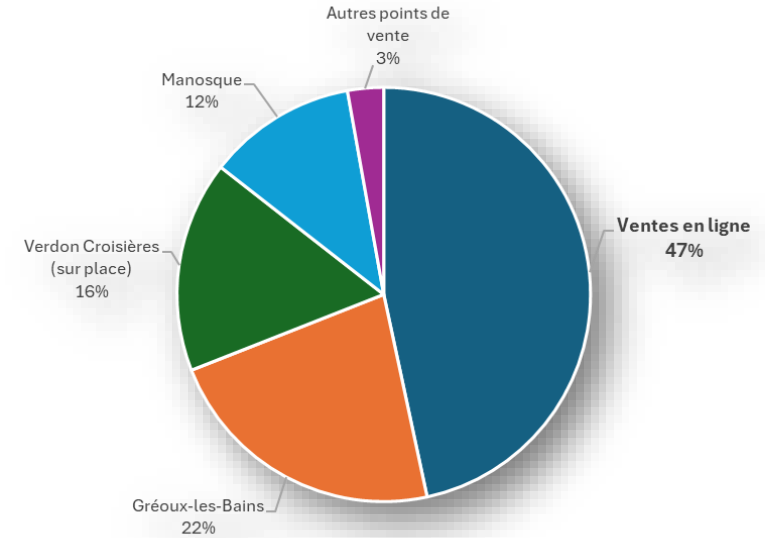
Cette activité est une source d'autofinancement.

Notre logiciel métier full-web propose une solution **billetterie/e-billetterie/boutique** avec une interface de caisse entièrement paramétrable permettant la commercialisation de produits boutique et de billets pour des évènements, des activités culturelles et de loisirs depuis différents points de vente. S'ajoutent à cela de nombreuses fonctionnalités pour la gestion des stocks, le suivi comptable et statistique.

Le chiffre d'affaires 2023 s'élève à **236 150,26 €** en billetterie et **8 603,30 €** en produits « boutique ».

Nombre de billets	20 031
Nombre de dossiers	9 226
Panier moyen	25,60 €
Frais de réservation	3 369 €
Commission OTC	9 141,26 €

Ci-contre deux graphiques illustrant l'activité « ventes d'activités et de spectacles » en 2023.





8° DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE : VERDON MYSTERES



L'Office de Tourisme Communautaire a créé et développé une offre innovante intitulée « VERDON MYSTERES » et le 1^{er} épisode sur le lac d'Esparron-de-Verdon (Les Mystères du Lac) en collaboration avec la société aixoise Adventure City. Ce jeu à énigmes en pleine nature (le 1^{er} de ce type) a pour objectifs d'offrir une nouvelle expérience à nos visiteurs et de les sensibiliser à la fragilité du Verdon.

L'Office de Tourisme a reçu le soutien de la Commune et du Club Nautique d'Esparron-de-Verdon, du PNR Verdon, de la Fédération départementale de Pêche sans oublier le service environnement de notre agglomération.

Livré au mois de mai, le jeu est accessible gratuitement à tous les clients qui ont loué une embarcation auprès des prestataires nautiques.

Nous avons fabriqué 200 kits de jeu (distribués à chaque prestataire). Nous avons créé un site internet dédié, une photothèque, un communiqué de presse. Nous avons financé une campagne de communication « On line/Off line » (réseaux sociaux, diffusion de flyers et d'affiches).

Bilan : près de 400 participants



- « C'est un formidable outil quant à l'éducation sur l'environnement »
- « C'est un super outil aussi quant à des animations type "journée d'intégration" ou "des challenges" d'équipe de travail pour des entreprises »
- « Cela nous permet de proposer une activité éducative et sportive très ludique adaptée à tous type de publics ».





12° « CŒUR DE PROVENCE » : POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES VOYAGEURS CHINOIS ET AUGMENTER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

En France, le nombre de touristes chinois a considérablement baissé depuis la pandémie et la reprise est plus lente que prévu. En 2019, ils étaient 2 millions à venir découvrir le pays. **En 2023, les flux de voyageurs vers la France atteignent 40 % du niveau d'avant-Covid. Les voyageurs potentiels restent très enthousiastes, voire impatientes à l'idée de découvrir la France, destination préférée en Europe. En Provence, les touristes chinois représentent une clientèle toujours prometteuse.** Cette clientèle a un rapport affectif avec la lavande et l'art de vivre provençal.

Depuis 2020, l'Office de Tourisme est resté mobilisé afin de maintenir un lien fort avec les professionnels du tourisme (malgré la grande difficulté dans laquelle ils étaient) et le grand public à travers une communication principalement digitale.

Depuis 2017, nos objectifs sont :

- De réussir l'accueil des voyageurs chinois en devenant une destination « Chinese friendly »
- D'accroître les flux touristiques en valorisant d'autres atouts de notre territoire
- D'augmenter les retombées économiques en développant des séjours plus longs et sur d'autres saisons.



Destination
HAUTE-PROVENCE
DURANCE LUBERON VERDON

Vous trouverez ci-après le bilan des actions réalisées en 2023 :

□ Communication et marketing digital :

- Animation du compte « Cœur de Provence » sur le réseau social « WeChat » : **18 articles publiés, 2 609 abonnés**
- Animation du compte « Cœur de Provence » sur le réseau social « Weibo » : **162 articles publiés, 1 000 abonnés, 1 millions de vues**
- Animation du compte « Cœur de Provence » sur le réseau social « Xiaohongshu » : **40 articles publiés, 36 767 vues, 483 commentaires, 1790 likes**
- Référencement naturel sur les sites web chinois dédiés au voyage et aux loisirs





9° « CŒUR DE PROVENCE : POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES VOYAGEURS CHINOIS ET AUGMENTER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES (SUITE)

□ Coopération avec la plateforme ZUZUCHE

Fondée en 2011, et avec son siège à Guangzhou, Zuzuche est la plus grande plateforme chinoise de location de voitures et de services de voyages à l'extérieur de la Chine.

Pour répondre à la demande des touristes chinois, Zuzuche coopère avec les plus grandes sociétés mondiales de location de voitures. Cette plateforme couvre plus de 200 pays et comptabilise près de 30 millions d'utilisateurs.

Dans l'objectif de valoriser l'itinérance sur le Plateau de Valensole, nous avons pris contact avec Zuzuche pour leur proposer la valorisation d'un autotour intitulé « La Route de la Lavande – le Plateau de Valensole ».

Intéressé par la thématique et la collaboration avec un Office de Tourisme de la Région Sud, Zuzuche a publié différents articles sur l'ensemble de ses réseaux sociaux.

Durée de la campagne : Juin – Juillet 2023

Résultat : 45K+ d'impressions sur les différents réseaux sociaux de Zuzuche





9° « CŒUR DE PROVENCE : POUR AMÉLIORER L'ACCUEIL DES VOYAGEURS CHINOIS ET AUGMENTER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES (SUITE)

□ Participation en distanciel à la Conférence du Tourisme Chine France 2023 organisé par PZ WINE, Zhicheng Sports et XYO Communication le 7 février 2023 à Paris

Résultats : 100 professionnels présents à ce rendez-vous

Malgré le contexte, cette conférence a permis de présenter les tendances 2023 du marché chinois et les perspectives 2024, puis d'aborder les futures pistes de collaborations entre les deux pays. Notre destination rencontre toujours un réel engouement.

□ Présence de notre destination à l'exposition Chine ASEAN (du 16 au 19 septembre 2023) grâce à notre relation amicale avec la ville de Nanning

Cet évènement attire chaque année près de 100 000 personnes.



□ Accueil des représentants de l'entreprise Xiaoxiao (du 19 au 21 septembre 2023)

Basée à Nanning, cette entreprise est à la fois une plateforme de communication digitale (10 millions de fans sur l'ensemble des médias sociaux) mais également une plateforme de vente en ligne BtoC (10 millions de produits vendus pour un chiffre d'affaires de 63 millions).

Elle collabore avec des marques de renommée mondiale : L'Oréal Paris, Hanhou, Proya, Oshiman et Armani.

Retenue par une urgence de dernière minute sur l'exposition Chine-ASEAN, l'influenceuse XIAOXIAO (gérante) n'est malheureusement pas venue.

Nous avons accueilli Monsieur Shidong TAN, son associé. Il a en charge le référencement des produits sur la plateforme de vente.





10° L'ACTIVITÉ DU SERVICE RÉCEPTIF

Via un certificat d'immatriculation au registre des Opérateurs de voyages et de séjours délivré par Atout France, le service réceptif de l'Office de Tourisme est spécialement dédié à l'organisation et la réservation de visites, d'excursions et de séjours. Il organise des programmes de visites « sur-mesure » à destination de prescripteurs de voyages, de CE, de clubs, d'associations, d'entreprises, ...

Edition d'une brochure « groupes »

Ce support professionnel recense les différentes prestations du territoire pour les groupes et suggère 7 idées de packages à la journée. Envoyée par mail aux prospects, cette brochure a permis un développement commercial.

D'autres actions commerciales ont complété la promotion et la mise en marché de notre offre.

Bilan commercial 2023 (56 dossiers) :

le chiffre d'affaires s'élève à 27 096,91 € TTC

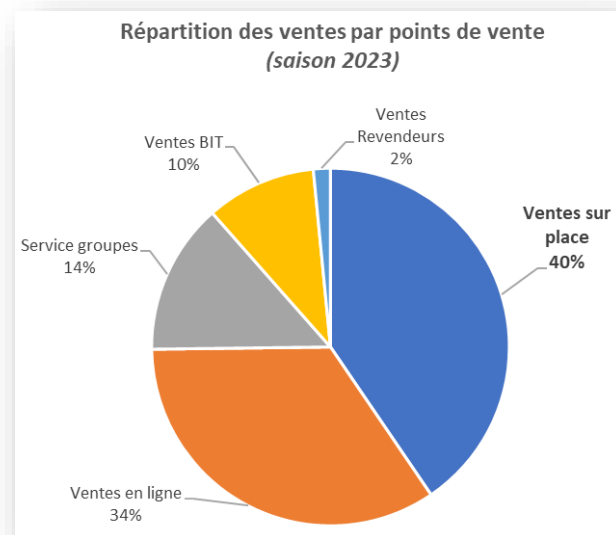
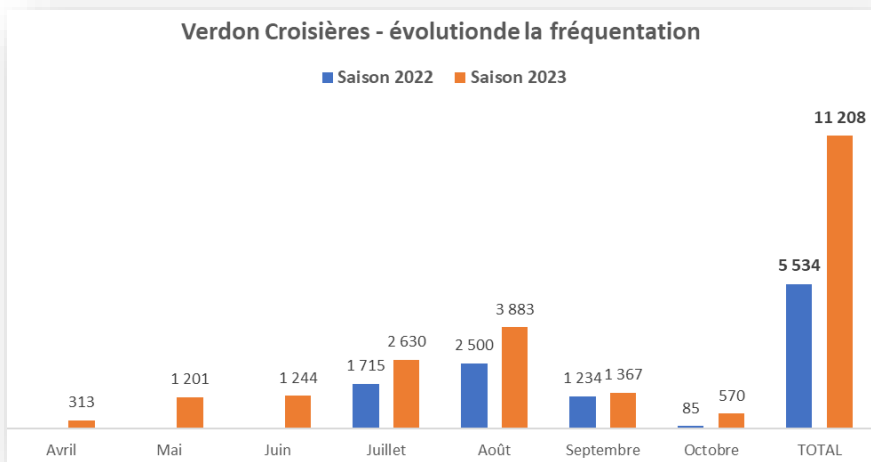


11° EXPLOITATION DU BATEAU-PROMENADE « VERDON CROISIÈRES »

Après la visite effectuée le 28 mars 2023, le bateau-promenade VERDON CROISIÈRES a obtenu le renouvellement du titre de navigation qui expirera le 19 octobre 2027.

Vous trouverez ci-dessous la synthèse de l'exploitation et quelques graphiques qui illustrent la 2^{ème} année d'exploitation :

Saison 2023	Du samedi 22 avril au dimanche 15 octobre
Planning 2023	En avril, mai, juin, septembre et octobre du mercredi au dimanche à 11h, 14h et 15h30 En juillet et août tous les jours à 11h, 15h, 16h30 et 18h



Vente des croisières pour la clientèle individuelle

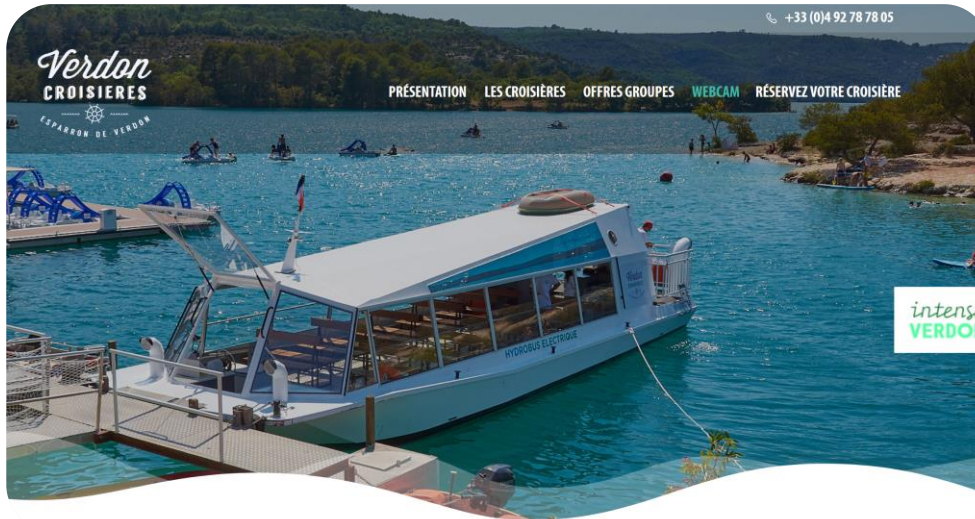
- En ligne via le site www.verdon-croisieres.com
- Au comptoir de nos 6 BIT
- Sur le site à Esparron-de-Verdon
- Chez nos partenaires via l'espace revendeur

Vente des croisières pour la clientèle « groupes »

- Par les agents du service réceptif

11° ACQUISITION ET EXPLOITATION DU BATEAU-PROMENADE « VERDON CROISIÈRES » (SUITE)

Conception du site web www.verdon-croisieres.com (mis en ligne le 20 avril 2023) :



- Création d'un site internet « one page » incluant l'intégration de modules de billetterie e-commerce et de formulaires de contact
- Refonte complète de l'interface utilisateur (UI) et de l'expérience utilisateur (UX)
- Maintenance régulière du site
- Mise en place d'une structure du site compatible avec les bonnes pratiques SEO (*optimisation du poids des pages, liens, balises alt, ...*) pour améliorer notre positionnement dans les moteurs de recherche sur des termes clés secondaires.
- Intégration de la webcam

Chiffres clés 2023 :

- 9 500 utilisateurs
- Durée moyenne par session : 1 min 20 s

11° EXPLOITATION DU BATEAU-PROMENADE « VERDON CROISIÈRES » (SUITE)

Amélioration de l'expérience client

- Location d'un **chalet** pour l'accueil des clients sur site
- Amélioration de la **signalétique**
- Amélioration de la **médiation** (commentaires améliorés, panneaux pédagogiques, ...)
- Amélioration de l'**accueil des familles** (poste de pilotage factice pour les enfants, ...)

Evolution de l'offre avec la mise en place de croisières culturelles (*croisières-littéraires, croisières-conférences, croisières-contées*)

L'objectif est de diversifier l'offre, d'attirer une clientèle différente et d'étirer la fréquentation sur les ailes de saison.

Bilan 2023 : 133 clients (6 croisières culturelles programmées)

Rédition des supports de communication et de panneaux d'accueil par la déclinaison de l'identité visuelle créée en 2022

Prospection commerciale : diffusion des flyers et affiches dans les principaux campings de la région, présence sur certains marchés, démarchage auprès d'autocaristes, ...



12° LA DESTINATION INFRA RÉGIONALE « INTENSE VERDON » (SUITE)

- Participation aux actions pilotées par l'Agence de Développement des Alpes de Haute-Provence conformément à la charte d'engagement

Plusieurs actions ont été réalisées en 2023, notamment la création du site portail qui sera livré en 2024.

- Portage d'une ETUDE D'OPPORTUNITE ET DE FAISABILITE AFIN DE CREER UN EVENEMENT TOURISTIQUE EMBLEMATIQUE ET FEDERATEUR EN CAPACITE DE FAIRE RAYONNER LA DESTINATION VERDON AU-DELA DE LA REGION SUD

Calendrier de la Mission :

- 15 mars : attribution de la mission au cabinet TGM
- 14 avril : lancement de la mission
- 10 et 12 mai : organisation de deux ateliers à Saint-André les Alpes et à Quinson
- 13 juin : organisation du séminaire créatif à La Roque-Esclapon
- 13 juillet : COFIL à Moustiers (validation de la phase 1 et 2)
- 27 juillet : réunion du groupe technique
- 3 octobre : réunion du COTECH pour présentation de la phase 3

LES 5 FICHES ACTIONS PRINCIPALES

ACTION 1 : CREER UNE MARQUE DE DESTINATION	✓
ACTION 2 : DEVELOPPEMENT D'UN SITE PORTAIL	✓
ACTION 3 : INVESTIR LES RESEAUX SOCIAUX	✗
ACTION 4 : DEVELOPPEMENT D'UN EVENEMENT EMBLEMATIQUE	✓
ACTION 5 : CREATION D'UN KIT DE COMMUNICATION	✓



12° LA DESTINATION INFRA RÉGIONALE « INTENSE VERDON » (SUITE)

- Portage d'une ETUDE D'OPPORTUNITE ET DE FAISABILITE AFIN DE CREER UN EVENEMENT TOURISTIQUE EMBLEMATIQUE ET FEDERATEUR EN CAPACITE DE FAIRE RAYONNER LA DESTINATION VERDON AU-DELA DE LA REGION SUD (suite)

Vu les objectifs de cette fiche-action et la difficulté de trouver « la bonne idée au bon moment », **le COPIL a décidé de s'orienter vers une manifestation « professionnelle »** visant à soutenir la promotion et la commercialisation de la destination Verdon avec des ambitions clairement affirmées :

- Promouvoir le Verdon « en toute saison » sans occulter complètement l'attractivité estivale
- Associer étroitement les professionnels locaux et la population locale à la compréhension des évolutions touristiques
- Mobiliser les professionnels sur les enjeux de la « nouvelle donne » touristique et les accompagner dans les transitions.

Les actions envisagées pour atteindre les objectifs (promouvoir-communiquer-commercialiser) à finaliser selon les options présentées :

- Organiser des événements à destination des professionnels locaux (« Les Assises du Verdon », workshops, ...)
- Participer collectivement à des salons professionnels (exemple : *Rendez-vous en France*) et accueillir des tour-opérateurs
- Organiser l'accueil de multiples « communicants » français et européens (selon les cibles) : médias / influenceurs / photographes
- Organiser une ou des rencontres avec des jeunes du territoire (plutôt niveau collègue) pour leur faire découvrir la diversité des métiers dans le tourisme
- Réaliser un concours photo (cible : la population locale) sur le Verdon au début du printemps pour diffuser une image printanière et authentique
- Organiser un colloque annuel et de référence sur les thématiques légitimes (saisonnalité, surtourisme, gestion des flux, ...)

13° AUTRES ACTIONS



Participation dans l'activité du « Club des Offices de Tourisme des stations thermales »



Classement des meublés de tourisme : **134 classements en 2023** (*depuis 2018, l'OTC a classé 604 meublés de tourisme*)



Participation active aux travaux de l'Observatoire Nationale de l'Economie des Stations Thermales (*résultat : contribution au rapport national et production d'un rapport de station*)



Esparron-de-Verdon : instruction du dossier de classement « Commune Touristique » et participation active dans la mise en place d'une **webcam**



Suivi annuel de l'offre d'itinéraires balisés sur le territoire communautaire et participation à son amélioration



Accompagnement de sorties « vélo » : **21 heures de guidage** assurées en 2023 par notre moniteur



Participation à la réalisation du sentier botanique au Lac des Buissonnades à Oraison

13° AUTRES ACTIONS (SUITE)



Organisation du **lancement de la saison** thermale et touristique de Gréoux-les-Bains (6 mars)



Organisation d'un séminaire en direction des prestataires d'activités (*Comment faire décoller sa saison grâce au digital ?*) et du 2^{ème} workshop « Les Rencontres de l'Offre » (26 mars)



Suivi de la fréquentation des zones touristiques suivantes via le dispositif Flux Vision Tourisme : Gréoux-les-Bains, Manosque, Basses Gorges du Verdon et Plateau de Valensole



Développement d'un espace revendeur (connecté au logiciel de billetterie)



Esparron-de-Verdon : réunion de lancement de la saison (11 avril) et réunion de bilan de saison (18 octobre)



Participation à l'organisation d'un éducteur pour faire découvrir ou redécouvrir le Golf du Luberon à Pierrevert (en direction des hébergeurs)



Participation aux réunions de l'antenne Provence Alpes Côte d'Azur de l'association « Entreprise et Découverte »

13° AUTRES ACTIONS (SUITE)



Organisation et commercialisation de visites guidées du centre historique de Manosque (37 sorties ; de mai à octobre ; le samedi à 14h)



Organisation et commercialisation de visites guidées intitulées « Les Trésors Cachés de Manosque » (21 sorties ; de mai à octobre ; le vendredi à 10h)



Animation du Musée du Vin et de la Vigne de Pierrevert par l'organisation et la commercialisation de la prestation « de la vigne au verre » (7 sorties)



Diffusion du chéquier « avantages et découvertes » du Pays d'Oraison



Participation à l'organisation et à l'accueil du Lancement de la Saison Touristique 2023 du Département (le 20 juin à Esparron-de-Verdon)



Adhésion au réseau des « 100 plus Beaux Détours de France » pour la Commune de Gréoux-les-Bains



Label « Villages et Cités de Caractère » : soutien à la Commune de Montfuron



Philippe Lecq
Photographe