



## Plan d'actions 2022







# LES MISSIONS D'UN OFFICE DE TOURISME (SELON LE CODE DU TOURISME)

Missions constitutives	Missions optionnelles établies par voie contractuelle	Autres missions éventuelles
<ul style="list-style-type: none"><li>• Accueil, information</li><li>• Promotion touristique</li><li>• Coordination des acteurs locaux</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Élaboration et mise en œuvre de la politique touristique</li><li>• Participation aux programmes locaux de développement</li><li>• Exploitation d'installations touristiques et sportives</li><li>• Organisation de manifestations et animations touristiques</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observation économique</li><li>• Prospective, veille marketing et concurrentielle</li><li>• Développement touristique</li><li>• Commercialisation</li><li>• Boutique</li><li>• Qualité</li></ul>

**A. Structurer l'offre et enrichir l'expérience client**

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

**C. Monter en compétence et gagner en compétitivité**



## NOS FILIÈRES TOURISTIQUES 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 thermale auprès des curistes
- Développer l'approche bien-être à Gréoux 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 (dont itinérances)

- 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

#### Tout en accompagnant :

#### Tourisme d'affaires

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

#### Tourisme de découverte économique

A développer en lien avec la filière art de vivre et terroir

Destination

**HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON



## NOTRE STRATÉGIE MARKETING BASÉE SUR CE POSITIONNEMENT TOURISTIQUE

**ICI** 

« Ici, c'est autre chose que loin, c'est ailleurs »

*Un univers touristique à révéler*

- C'est une **Provence imaginaire**, rêvée par Jean Giono et déclinée dans son œuvre littéraire
- C'est le **spectacle d'une nature exceptionnelle à préserver** : océan de lavande, lacs et gorges du Verdon...
- C'est un **territoire surprenant et diversifié** où les patrimoines et les savoir-faire fabriquent de l'**émotion** (saveurs et senteurs, histoire, ...)
- C'est une **destination bien-être et singulière**, représentée par **Gréoux-les-Bains et ses thermes**, station réputée permettant de rayonner sur le territoire

Destination

**HAUTE-PROVENCE**   
DURANCE LUBERON VERDON



## NOTRE STRATÉGIE MARKETING VALORISANT CETTE COMBINAISON D'EXPÉRIENCES



Partir à la découverte d'une nature exceptionnelle



Expérimenter un certain art de vivre



Baigner dans un océan de lavande



S'offrir une parenthèse bien-être



Comprendre et revivre l'Histoire



Entrer dans l'imaginaire Jean Giono

# NOTRE STRATÉGIE MARKETING ORIENTÉE VERS NOS CIBLES DE CLIENTÈLES PRIORITAIRES

## Qui ?

### Clientèles long séjours estivaux

(5j et +)

Familles et groupes d'amis origine France (régionale et Ile-de-France), Benelux, Allemagne et Italie



Des vacances détente et curieuses offrant de nombreuses activités sportives et de découverte

### Touristes itinérants

Touristes à vélo, à pied, en moto ou camping-caristes

Couples, individuels, retraités

France, du Bénélux et Europe du Nord



Une destination itinérance  
Une halte qualifiée / une étape de choix

### Clientèles bien-être

Curistes et accompagnants (France), clientèles spa et bien-être (régionale et nationale)



Une destination bien-être

### Clientèles de court et moyen séjour

Touristes venus profiter du cadre naturel et pour pratiquer des activités culturelles et de pleine nature



Une coupure ressourçante  
tout au long de l'année

Sans oublier :

- Les **résidents**, ambassadeurs du territoire
- Les **affinitaires** à fidéliser dont la contribution est à augmenter
- La **clientèle d'affaires** en recherche d'activités ayant un bon rapport qualité/prix
- Les **touristes chinois** attirés par les champs de lavande de Valensole en excursion

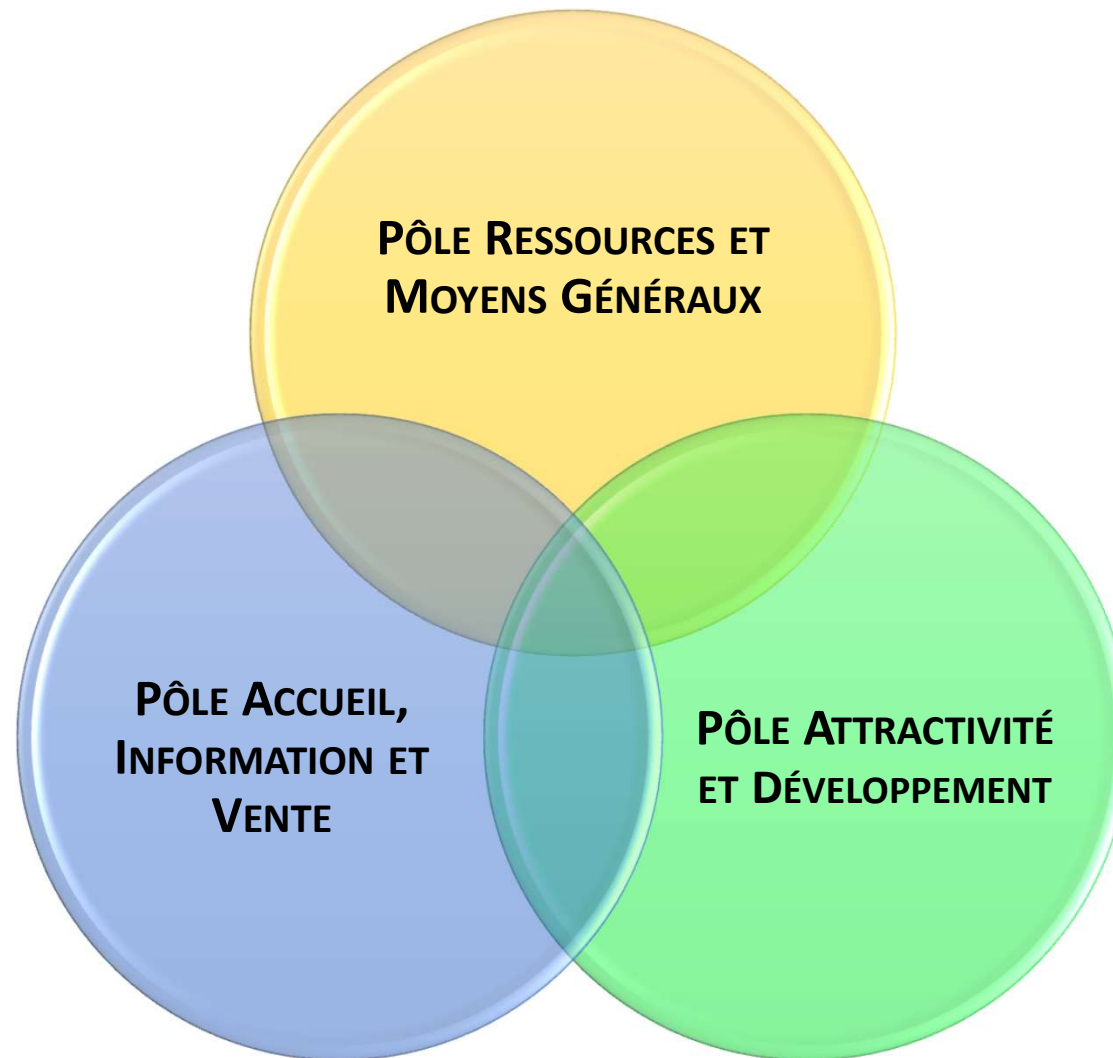
Destination

**HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON



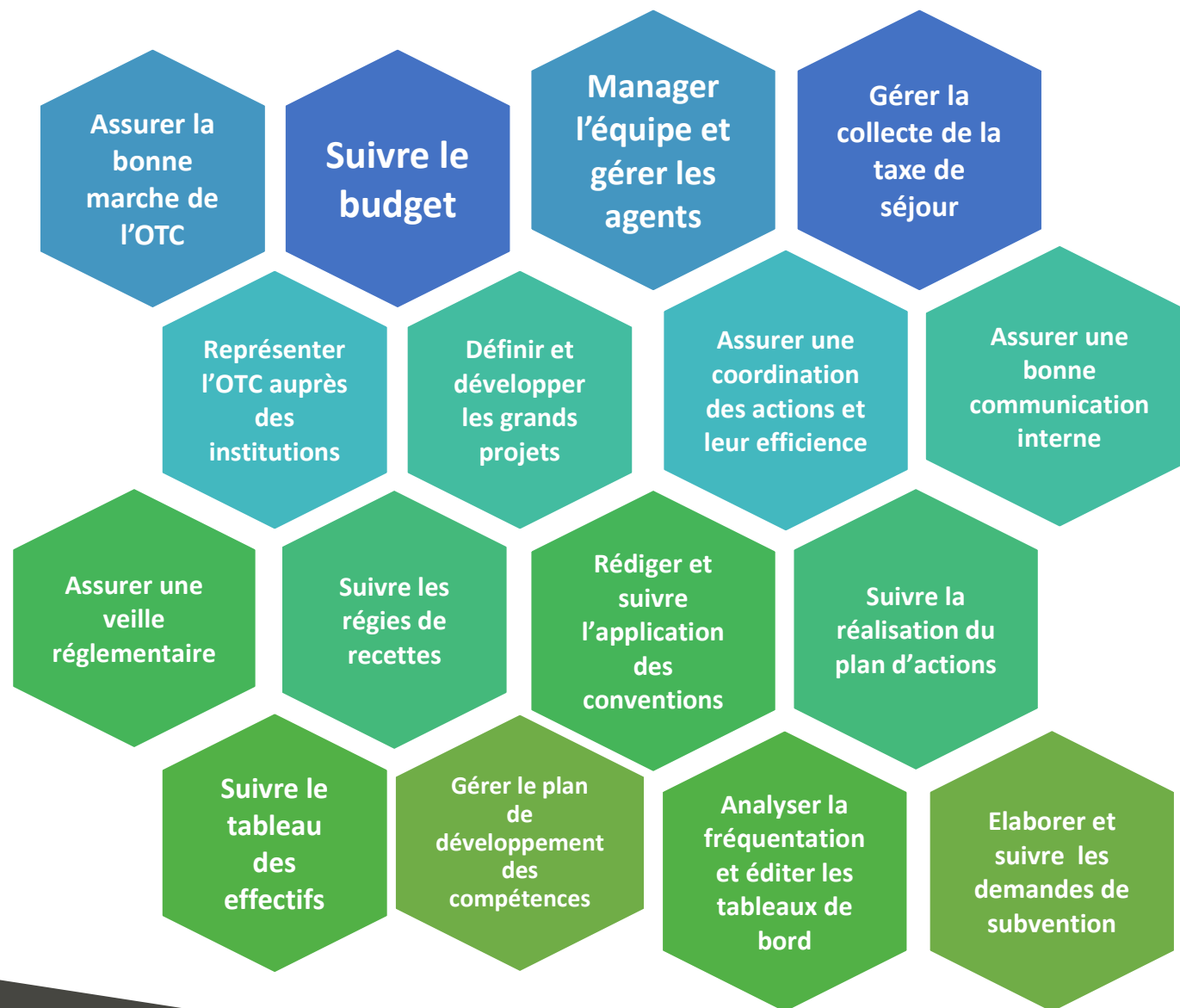


## NOTRE ORGANISATION : UN EFFECTIF RÉPARTI EN 3 PÔLES





## LA FEUILLE DE ROUTE DU PÔLE RESSOURCES & MOYENS GÉNÉRAUX

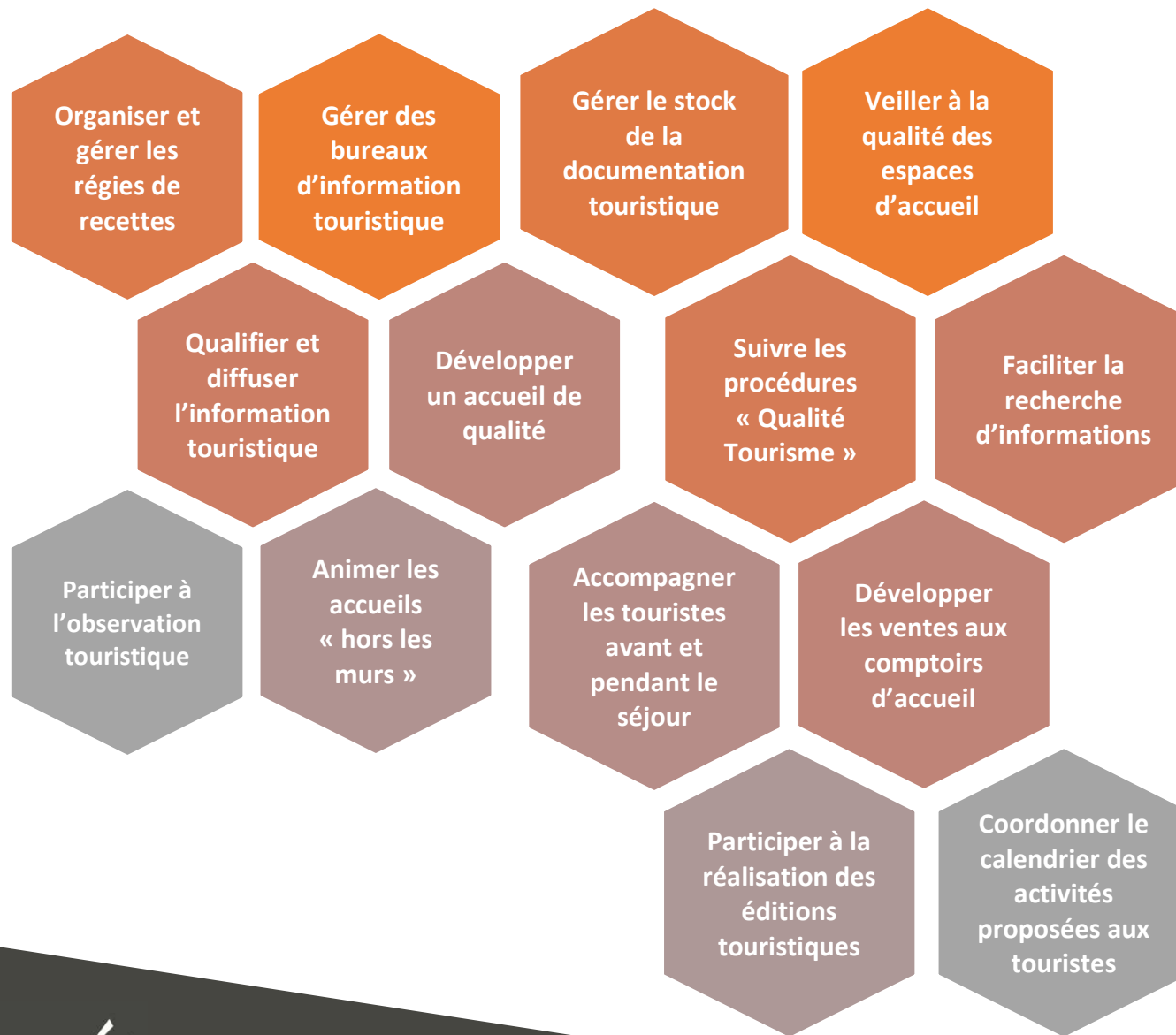


Destination

**HAUTE-PROVENCE**  
DURANCE LUBERON VERDON

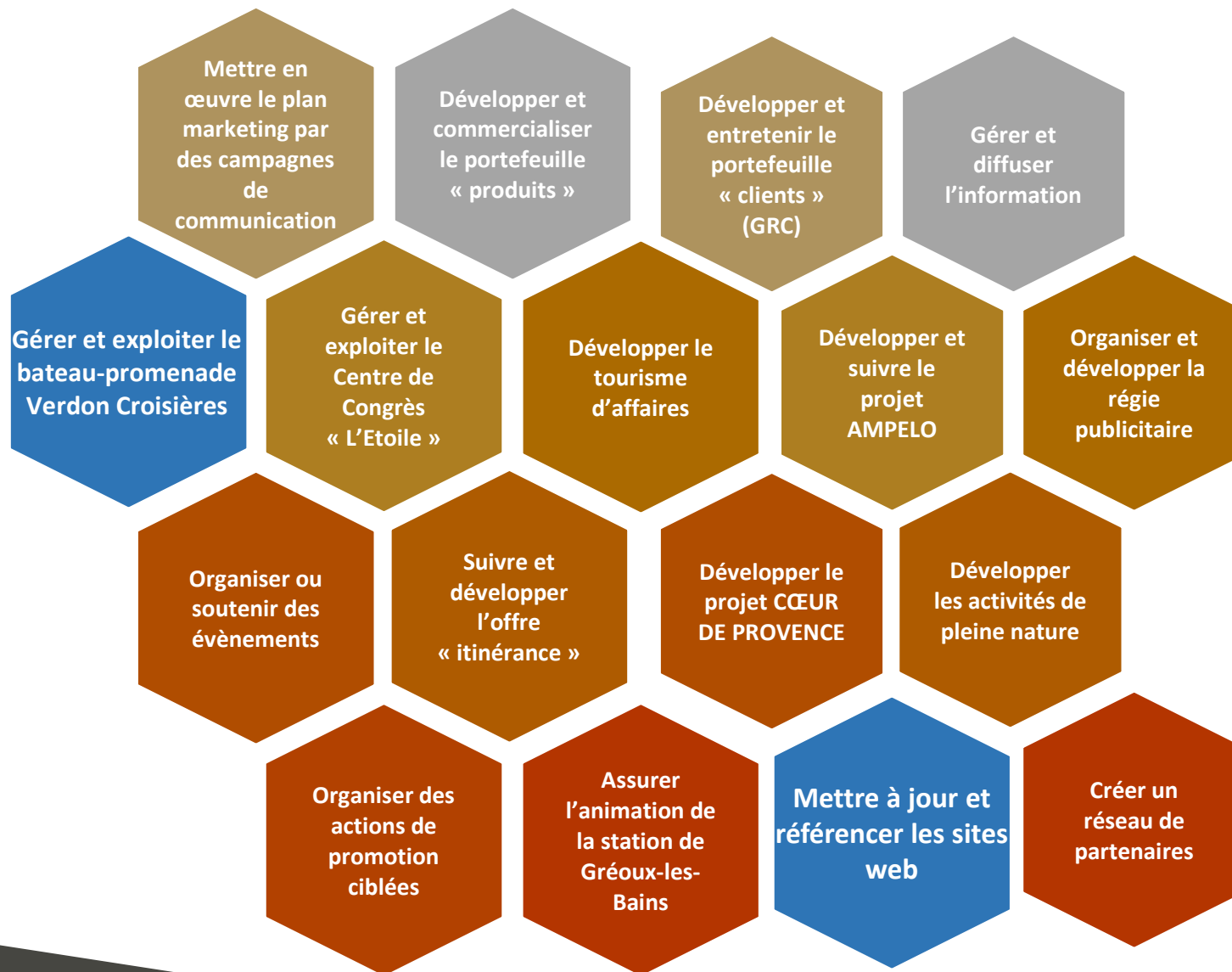


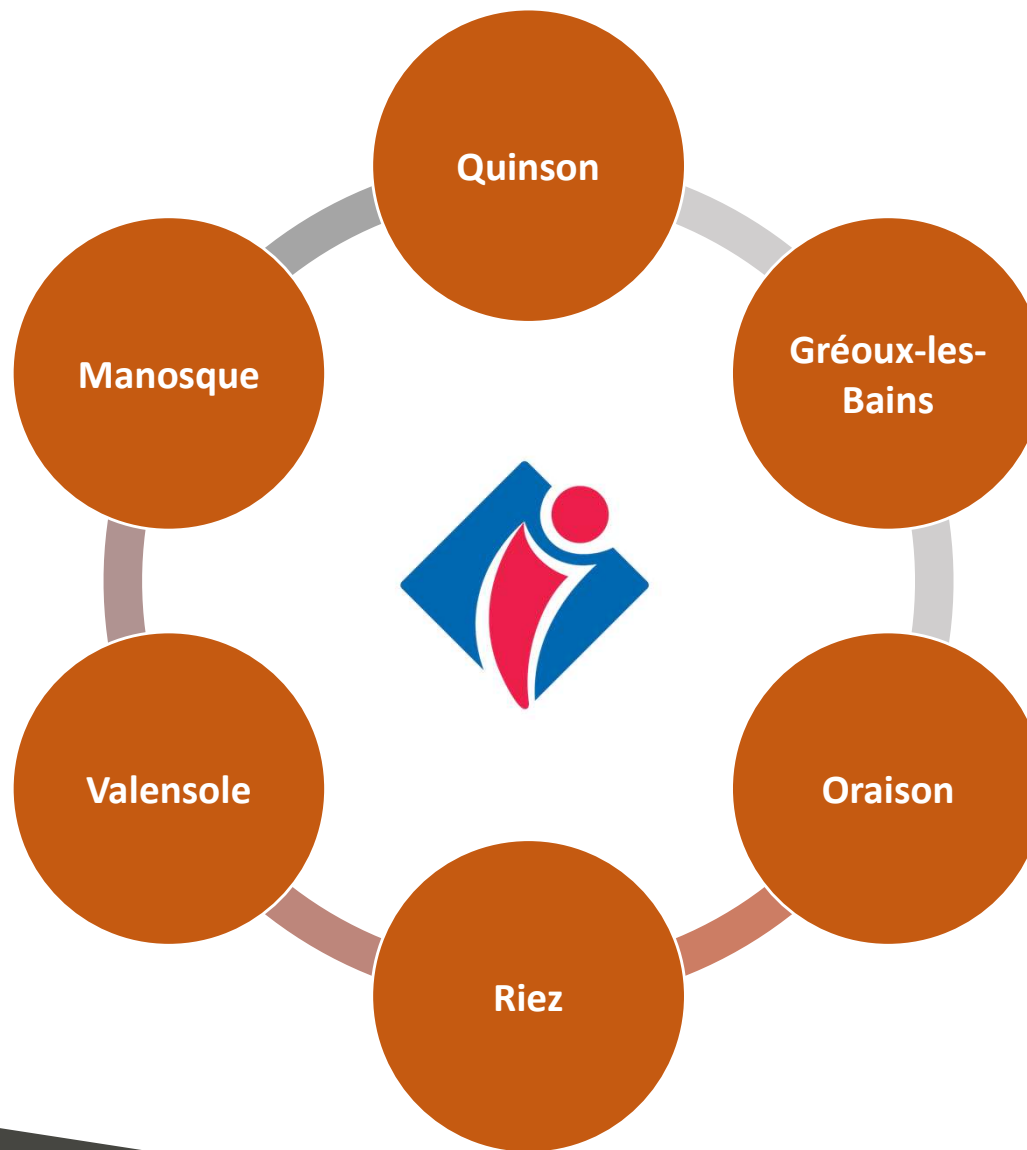
## LA FEUILLE DE ROUTE DU PÔLE ACCUEIL, INFORMATION & VENTES





## LA FEUILLE DE ROUTE DU PÔLE ATTRACTIVITÉ & DÉVELOPPEMENT





Cadre	Actions
<b>Organisation interne</b>	<b>Instruire les dossiers pour obtenir la marque « Qualité Tourisme » et le classement en Catégorie I</b>
	Assurer la formation du personnel
	Suivre le bon fonctionnement des régies de recettes et des procédures et tenir des tableaux de bord mensuels des ventes réalisées par chacune des régies
	<b>Réaménager les bureaux d'information touristique de Gréoux-les-Bains, d'Oraison et de Quinson</b>
	Améliorer la qualité des installations de la Salle des Gardes du Château à Gréoux-les-Bains
	<b>Instruire le dossier d'Immatriculation de l'OTC au Registre de Commerce et des Sociétés</b>
	Avec l'aide des services de DLVAgglo, <b>instruire le dossier du changement de nom de l'OTC</b> ( <i>Office de Tourisme et des Congrès du Pays de Manosque – Hautement Provence</i> )



## LE PLAN PRÉVISIONNEL DES ACTIONS 2022 (SUITE)

Cadre	Actions
<b>Développement et ingénierie</b>	Suivre et développer l'offre « itinérance » sur le territoire communautaire (PDIPR, Espaces VTT, Boucles Cyclo touristiques, ...) en lien avec les partenaires concernés
	Instruire la faisabilité d'un espace VTT sur Oraison et le Val de Rancure en lien avec les partenaires concernés (Communes, Conseil Départemental, clubs de pratiquants, ...)
	Réaliser le projet Eco-balades 2.0 et sa déclinaison dans les Communes de Volx et Esparron-de-Verdon (projet inscrit au Contrat Départemental de Solidarité Territoriale)
	Développer une offre ludique afin de sensibiliser les touristes au respect des milieux aquatiques (lac d'Esparron et basses gorges ; gorges de Baudinard)
	Participer à l'instruction d'une candidature Destination Infrarégionale « Haute-Provence » avec les partenaires concernés (Agence de Développement, Communauté de Communes de Forcalquier – Montagne de Lure, PNR du Luberon, ...)
	Instruire l'appel à projets INTERREG ALCOTRA 2021-2027 sur les thématiques suivantes : <ul style="list-style-type: none"><li>• « <b>Thermalisme et bien-être</b> » : diversification des clientèles et des offres. A l'avenir, l'offre des stations thermales devra être plus innovante et plus hybride. De nouvelles clientèles cibles apparaissent notamment grâce au rajeunissement et à l'évolution des modes de vie tournés vers la nature et le bien-être.</li><li>• « <b>Agritourisme</b> » (dans la continuité du projet AMPELO) : structuration d'une offre expérientielle visant à construire une destination « gourmande » associant produits emblématiques, savoir-faire des entreprises, art de vivre et patrimoine et innovation dans l'organisation d'une relation singulière avec le visiteur-consommateur afin de lui permettre de prolonger son expérience gourmande après son séjour, et favoriser la commercialisation de ces produits emblématiques.</li></ul>



## LE PLAN PRÉVISIONNEL DES ACTIONS 2022 (SUITE)

Cadre	Actions
<b>Accueil, Information et Ventes</b>	Gérer 6 bureaux d'information touristique (BIT) pour l'accueil et l'information des touristes en garantissant la bonne tenue des espaces d'accueil et des abords immédiats
	Veiller à la qualité de la collecte, à la mise à jour et à la consignation des données touristiques détenues par l'Office de Tourisme dans le système d'information touristique APIDAE
	Animer des points d'information « hors les murs » ( <b>en fonction des moyens humains</b> ) et participer aux actions d'accueil en faveur de nos partenaires ( <i>pots d'accueil, ...</i> )
	<b>Développer la visibilité de la plateforme « Coq Trotteur »</b> ( <i>plateforme immersive connectée à APIDAE qui renseigne de manière simple et ludique le touriste</i> )
	Développer les ventes aux comptoirs d'accueil via le logiciel de billetterie ( <i>spectacles, activités, produits « boutique », ...</i> )
	Réaliser <b>des Points d'Information Touristique (PIT)</b> afin d'améliorer l'accueil des visiteurs
	Entretenir de bonnes relations avec l'offre touristique locale et tisser des partenariats
	Mise en place d'enquête de satisfaction dans les bureaux d'accueil ( <i>cf. démarche qualité</i> )
	<b>Déployer le dispositif « Pass Tourisme Manosque » avec le soutien de la Ville de Manosque</b>
	Contribuer à l'observation ( <i>collecte de statistiques, administration d'enquêtes, ...</i> )
Contribuer à la définition et au contenu de la documentation touristique et gérer les stocks	





## LE PLAN PRÉVISIONNEL DES ACTIONS 2022 (SUITE)

Cadre	Actions
<b>Communication et promotion</b>	Veiller à la qualité de la collecte des données touristiques dans le système d'information touristique APIDAE et contribuer à une diffusion très large de ces données ( <i>widgets, ...</i> )
	Réaliser et/ou rééditer différents supports de communication ( <i>supports d'accueil, magazines, supports de promotion, plans, cartes de randonnées, ...</i> )
	Faire l'acquisition d'outils destinés à la promotion : vidéos, reportages photo, podcasts, ...
	<b>Content Marketing : créer et diffuser des contenus de qualité pour attirer des prospects et fidéliser notre audience</b>
	Communiquer dans les médias locaux, régionaux et nationaux ( <i>corporate et évènementiels</i> )
	Mettre à jour et référencer les sites web suivants : <a href="http://www.greouxlesbains.com">www.greouxlesbains.com</a> ; <a href="http://www.tourisme-manosque.fr">www.tourisme-manosque.fr</a> ; <a href="http://www.durance-luberon-verdon.com">www.durance-luberon-verdon.com</a> ; <a href="http://www.provenceverdon-affaires.fr">www.provenceverdon-affaires.fr</a> ; <a href="http://www.provence-verdon-vtt.fr">www.provence-verdon-vtt.fr</a>
	Définir une stratégie de communication digitale afin de répondre aux objectifs d'attractivité touristique et économique et aux enjeux du web
	<b>Créer la plateforme de marque pour la destination « Gréoux-les-Bains » et refondre le site Internet <a href="http://www.greouxlesbains.com">www.greouxlesbains.com</a></b>
	Participer à des salons de promotion Grand Public et professionnels en France et à l'étranger en partenariat avec les professionnels locaux et les institutions départementales et régionales
Réaliser des actions webmarketing ( <i>campagne SEO et SEA, newsletters, réseaux sociaux, ...</i> )	



Cadre	
<b>Communication et promotion</b>	<b>Développer, promouvoir et diffuser un « chéquier avantages » valorisant l'offre commerciale du secteur d'Oraison et du Val de Rancure</b>
	Collaborer activement dans le développement de la <b>Destination « Intense Verdon »</b> ( <i>reconnue destination infrarégionale par la Région Sud PACA</i> )
	Participer à l'activité du « Club des Offices de Tourisme des stations thermales de France »
	<b>CŒUR DE PROVENCE</b> : développer un programme d'actions destiné à promouvoir notre territoire auprès de la clientèle chinoise et des prescripteurs de ce marché ( <i>animation des réseaux sociaux, édition de supports dédiés, participation à des workshops, organisation d'éductours, ...</i> )
	<b>Adhérer au Contrat de Destination « Provence » et participer aux actions</b>
	Suivre le label destination EDEN intitulé « Manosque : voyage au Pays de Giono » <b>en valorisant l'offre développée par le Centre Jean Giono</b> ( <i>randonnées littéraires, exposition permanente, ...</i> )
	Développer et valoriser l'itinérance ( <i>sous toutes ses formes</i> ) sur le plateau de Valensole ( <i>en co-branding avec la SAS Grandes Itinérances propriétaire de la marque « Les Routes de la lavande »</i> )



## LE PLAN PRÉVISIONNEL DES ACTIONS 2022 (SUITE)

Cadre	Actions
Commercialisation	Concevoir et commercialiser des prestations packagées à destination d'une clientèle « groupe » ou « individuelle » autour de thématiques fortes et identitaires
	Développer et commercialiser un programme annuel d'activités : visites guidées, excursions culturelles, sorties « randonnée », sorties « VTT », balades en VAE, ...
	<b>Développer une programmation de visites guidées valorisant l'offre patrimoniale de Montfuron</b> ( <i>jardin à papillons, moulin à vent, ...</i> )
	<b>Développer une programmation de visites guidées valorisant l'offre patrimoniale de Manosque</b> ( <i>Au fil des siècles, les Trésors cachés de Manosque</i> )
	<b>Régie publicitaire</b> : commercialiser des espaces dans nos supports de communication par le démarchage d'annonceurs
	Commercialiser une prestation « classement de meublé de tourisme »
	Développer le service billetterie et l'espace « revendeur »
	<b>Développer une programmation d'activités valorisant le Musée de la Vigne et du Vin et l'offre oenotouristique</b>



## LE PLAN PRÉVISIONNEL DES ACTIONS 2022 (SUITE)

Cadre	Actions
<b>Animation culturelle et festive de la station thermale de Gréoux-les-Bains</b>	<b>Organiser les manifestations suivantes</b> : Musiques à Pauline, les Soirées de l'Etoile, Parfums d'Italie, Gréoux de Janeiro, le 1 <sup>er</sup> « Festival des Soupes, Bouillons et Pains »
	<b>Soutenir les organisateurs des manifestations suivantes</b> : Les Boucles du Verdon, la Fête Provençale, les Nocturnes, le Festival de Scrabble de Provence, le Gréoux Jazz Festival, l'Automne Musical, la randonnée VTT Verdon des Collines, le Cyclocross de Gréoux-les-Bains, les conférences « Parlons Patrimoine », les rendez-vous du livre, Noël à Gréoux, les foires du 1 <sup>er</sup> mai et du 15 août
	<b>Programmer les exposition de la Salle des Gardes</b> ( <i>Château des templiers ; d'Avril à Novembre</i> )
<b>Stratégie évènementielle communautaire</b>	<b>Dans le cadre de la Destination « Intense Verdon », réaliser une étude d'opportunité et de faisabilité d'un événement touristique, emblématique et fédérateur, en capacité à faire rayonner la destination VERDON au-delà de la Région SUD</b>
	Coorganiser la 2 <sup>ème</sup> Fête du Vin Rosé ( <i>vendredi 24 juin</i> ) et la 2 <sup>ème</sup> Fête des Vendanges ( <i>samedi 22 octobre</i> ) à Pierrevert
	Coorganiser la randonnée VTT de Noël à Manosque ( <i>dimanche 11 décembre</i> )
	<b>En lien avec le Service Culturel de DLVAgglo, contribuer à la mise en place d'un programme d'animations dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine</b>
	Soutenir les organisateurs des manifestations suivantes ( <i>sous réserve de changement</i> ) : la fête de la Transhumance à Vinon-sur-Verdon, la fête de la lavande à Valensole, la fête de l'amande à Oraison, la fête du Lac à Esparron-de-Verdon, Manosque est dans le pré ( <i>foire agricole</i> )



## LE PLAN PRÉVISIONNEL DES ACTIONS 2022 (SUITE)

Cadre	Actions
<b>Centre de Congrès « L'Etoile »</b>	Gérer, exploiter et promouvoir les prestations du centre de congrès
	Développer la filière « affaires » à travers la marque PROVENCE VERDON AFFAIRES®
	Organisation de la 27 <sup>ème</sup> Foire aux Santons (Du 28 octobre au 6 novembre 2022)

Cadre	Actions
<b>Bateau-promenade « Verdon Croisières »</b>	<b>Acquisition du bateau-promenade « Verdon Croisières »</b>
	Obtenir les agréments nécessaires et respecter la réglementation en vigueur
	Promouvoir et commercialiser des croisières commentées au départ d'Esparron-de-Verdon à destination de toutes les clientèles (individuels, groupes, ...)

Cadre	Actions
<b>Taxe de séjour communautaire</b>	Gérer et optimiser la collecte ( <i>plateforme web de télédéclaration, hotline, ...</i> )
	Tenir à jour la base de données « hébergeurs »
	Promouvoir et développer l'usage de l'outil DéclaLoc'
	Assurer une veille sur l'actualité et les évolutions réglementaires



## LE PLAN PRÉVISIONNEL DES ACTIONS 2022 (SUITE)

Cadre	Actions
<b>Veille et observation</b>	Tenir à jour les tableaux de bord de la fréquentation touristique
	Remonter les données pour l'Observatoire de l'Economie des Stations Thermales
	Se tenir informé des tendances et de l'actualité du tourisme
	Contribuer à la réussite de l'enquête régionale de connaissance des clientèles touristiques
	Réaliser des enquêtes de conjoncture
	<b>Observer via le dispositif Flux Vision Tourisme la fréquentation des zones touristiques suivantes : la Commune de Gréoux-les-Bains et les basses gorges du Verdon</b>
<b>Coordination de l'action touristique locale</b>	<b>Animer des réunions d'information et/ou des rencontres professionnelles afin de favoriser la coopération entre nos entreprises touristiques et les impliquer dans la vie de l'OTC</b>
	Organiser la politique d'adhésion par la conception et la commercialisation de packages « services » à destination des acteurs locaux du tourisme
	Accompagner et soutenir les porteurs de projets
	Découvrir les prestations proposées par nos acteurs locaux ( <i>éducteurs, visites, ...</i> )
	Elaborer des actions communes avec les Offices de Tourisme voisins et nos principaux partenaires institutionnels ( <i>CRT, ADO4, Parcs Naturels Régionaux, ...</i> )