



Rapport d'activités 2018

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 Durance Luberon Verdon Agglomération.* »

Destination

HAUTE-PROVENCE

DURANCE LUBERON VERDON



Lundi 15 avril 2019

LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA »

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 CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS 2017-2019 :

Afin de définir 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, une convention d'objectifs et de moyens a été approuvée par délibération du conseil communautaire en date du 13 décembre 2016.

Cette convention est conclue pour une durée de 3 ans. Elle a pris effet le 1^{er} janvier 2017. Elle s'achèvera le 31 décembre 2019.



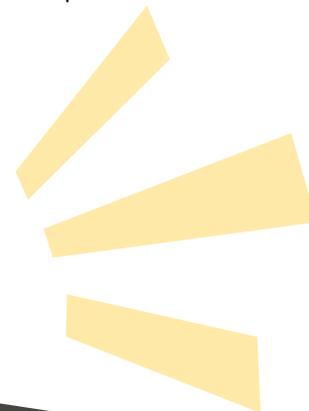
LE COMITÉ DE DIRECTION :

Selon 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.

Présidé par Monsieur Paul AUDAN, le comité de direction s'est réuni cinq fois en 2018 :

- Jeudi 22 février 2018 (14 membres présents)
- Lundi 9 avril 2018 (17 membres présents)
- Lundi 5 juillet (16 membres présents)
- Lundi 24 septembre 2018 (18 membres présents)
- Lundi 10 décembre 2018 (14 membres présents)



LA PARTICIPATION AU RÉSEAU INSTITUTIONNEL :

Offices de Tourisme de France (OTF) : La fédération nationale est actuellement présidée par Christian MOURISARD. **Elle assure un rôle de représentation et de défense des intérêts des Offices de Tourisme auprès des institutions publiques ou privées.** Elle offre à ses adhérents des services d'accompagnement comme par exemple une assistance juridique et sociale.

Montant de la cotisation : 2 200 euros

FROT PACA : Présidée par Christian MOURISARD, la fédération régionale 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.

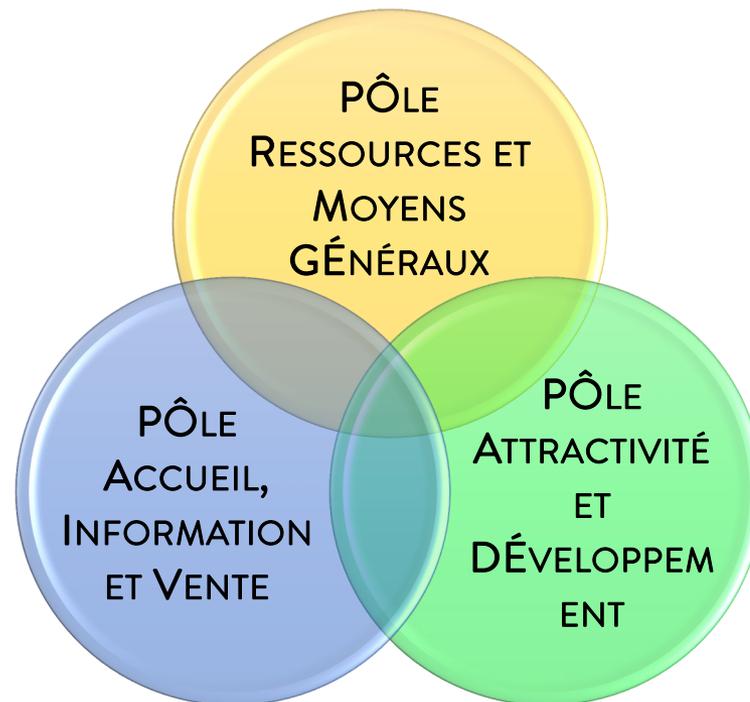
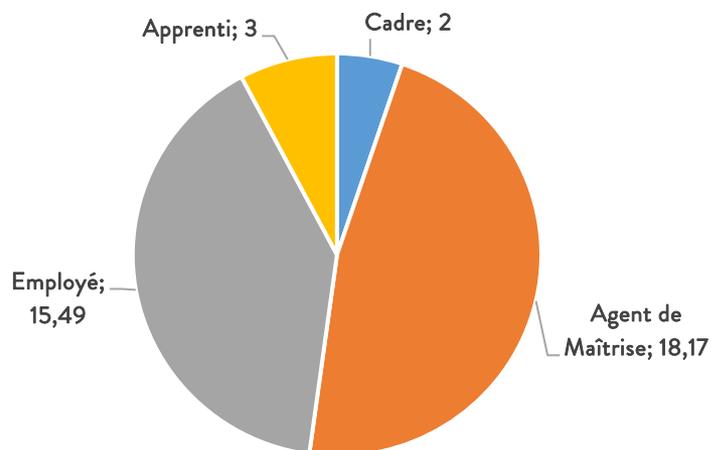
Montant de la cotisation : 2 500 euros



DERRIÈRE LE RIDEAU, UNE ÉQUIPE

Organisé en 3 pôles, l'Office de Tourisme a employé **46 agents en 2018** (soit 38,66 agents en *Equivalent Temps Plein*).

Répartition des agents par catégorie professionnelle



LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA » (SUITE)

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. **En 2018, l'Office de Tourisme a financé 147 heures de formation pour 13 agents.**

Intégralement financé par notre OPCA (AGEFOS PME), le coût pédagogique s'élève à 4 634,32 € HT.

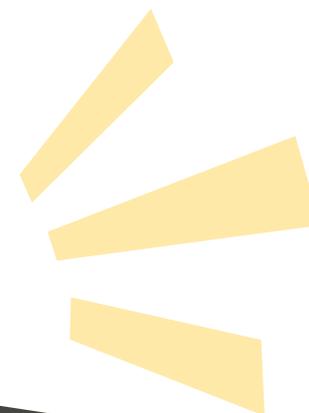
Vous trouverez ci-dessous le détail :

Intitulé	Organisme	Nombre d'agents participants	Nombre d'heures
Classement des meublés	FROTSI	2	7
Classement des meublés	FROTSI	2	7
« Survivre en réunion »	AUTHENTIS	1	7
Gestion relation client	FROTSI	2	28
Evolution du droit du travail	FROTSI	1	7
Utilisation de Photoshop	FROTSI	1	21
Qualité	FROTSI	1	7
Logiciel InDesign	ADF Formation	1	21
Management	FROTSI	1	14
Marketing (<i>Comment structurer une offre « familles » ?</i>)	FROTSI	1	14
		13	147

Focus sur les stages rémunérés :

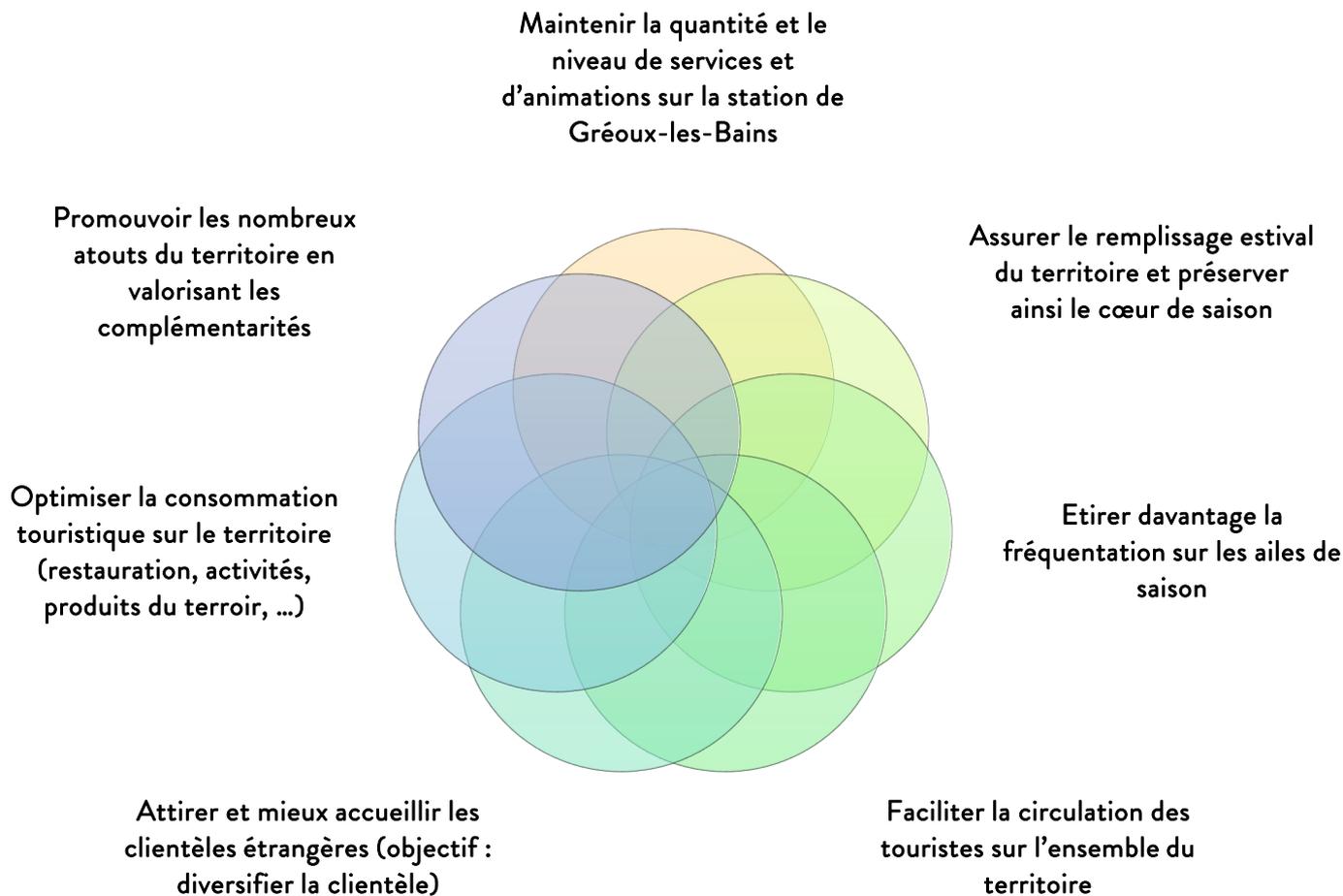
En 2018, l'Office de Tourisme a accueilli 2 stagiaires :

- **Angèle DAUBERT** du 01/02/2018 au 31/05/2018 avec pour thème l'étude de faisabilité d'une offre « trail » sur le territoire communautaire.
- **Ningting HU** du 05/03/2018 au 04/07/2018 avec pour thème le développement du projet « Cœur de Provence ».





LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE





Dans le cadre des missions confiées par DLVA et au regard des nombreux défis qui attendent les Offices de Tourisme, l'Office de Tourisme poursuit les ambitions suivantes :

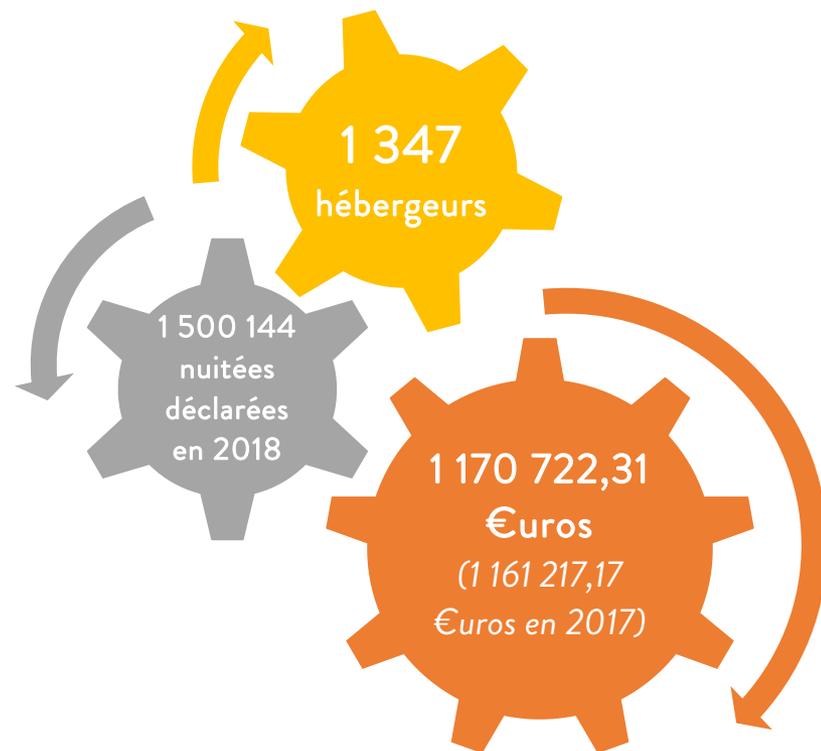
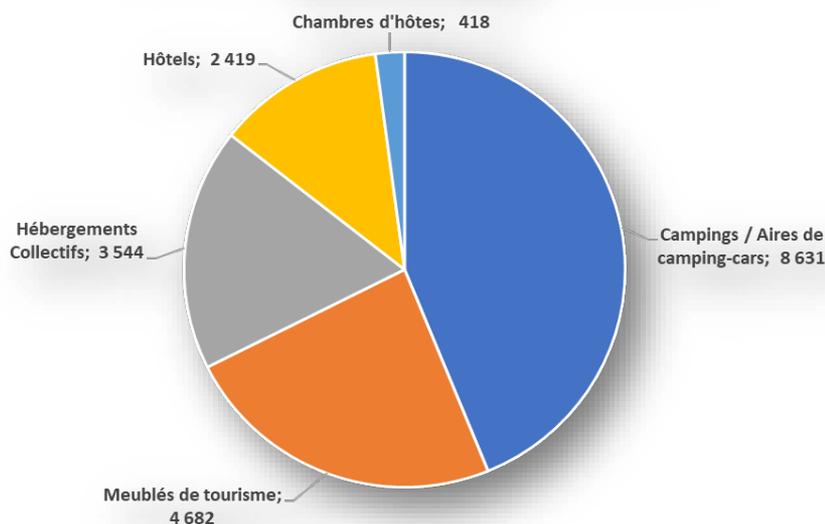
- 1 **Une organisation générale à renforcer** : organigramme, formation, qualité, classement, plan d'actions, ...
- 2 **Un schéma d'accueil et de diffusion de l'information à construire** : BIT, accueil « hors les murs, RIT, ...
- 3 **Une offre touristique à structurer, à qualifier et à commercialiser** : produits, filière, labels, prospection, ...
- 4 **Un territoire à promouvoir** : positionnement, charte de communication, stratégie de contenu, ...
- 5 **Une stratégie événementielle à initier** : animation de Gréoux-les-Bains, soutien aux grands événements, ...
- 6 **Une révolution numérique à prendre en compte** : base de données APIDAE, sites internet, réseaux sociaux, ...
- 7 **Des professionnels locaux du tourisme à fédérer** : rencontres, réunions, adhésions, services, ...



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.

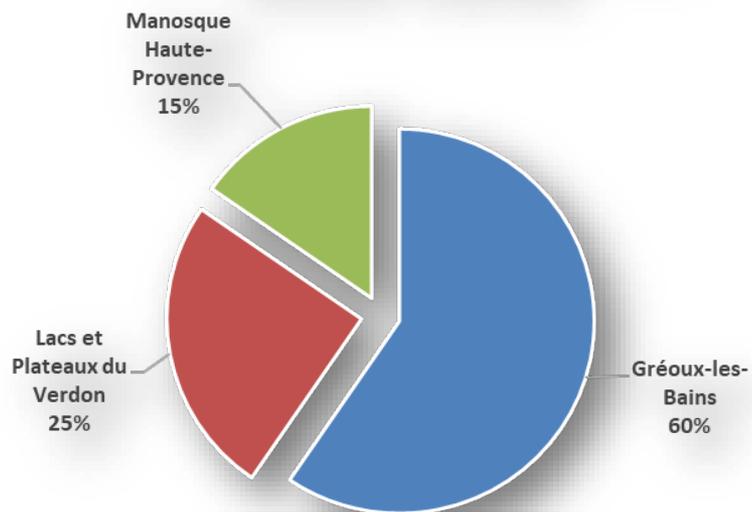
DLVA - Répartition du parc hébergement marchand
(par lits touristiques)



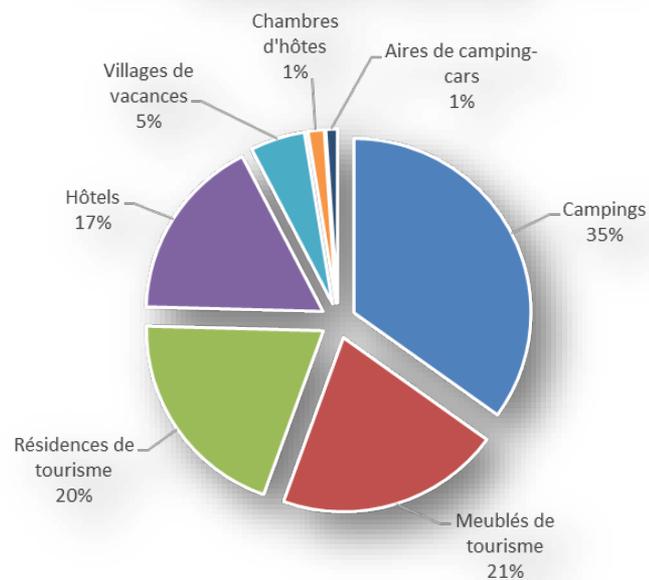
LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-dessous et ci-après quelques graphiques illustrant le bilan 2018 :

Taxe de séjour - Répartition des nuitées par destination - Année 2018

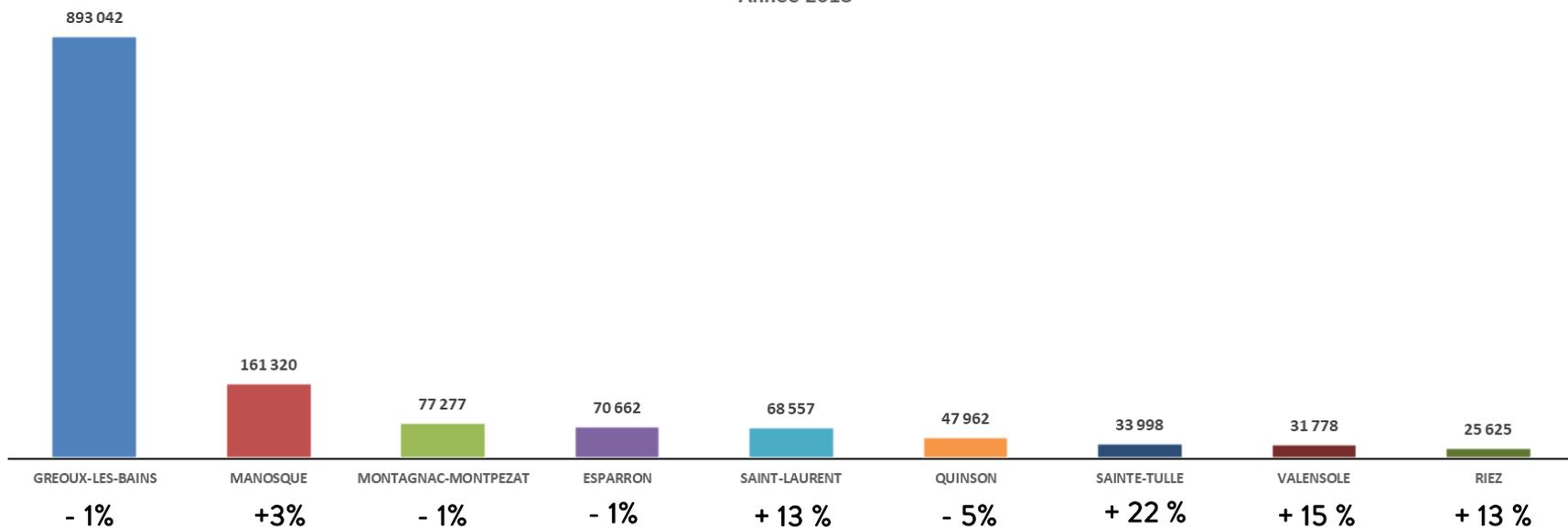


Taxe de séjour - Répartition des nuitées par type d'hébergement - Année 2018



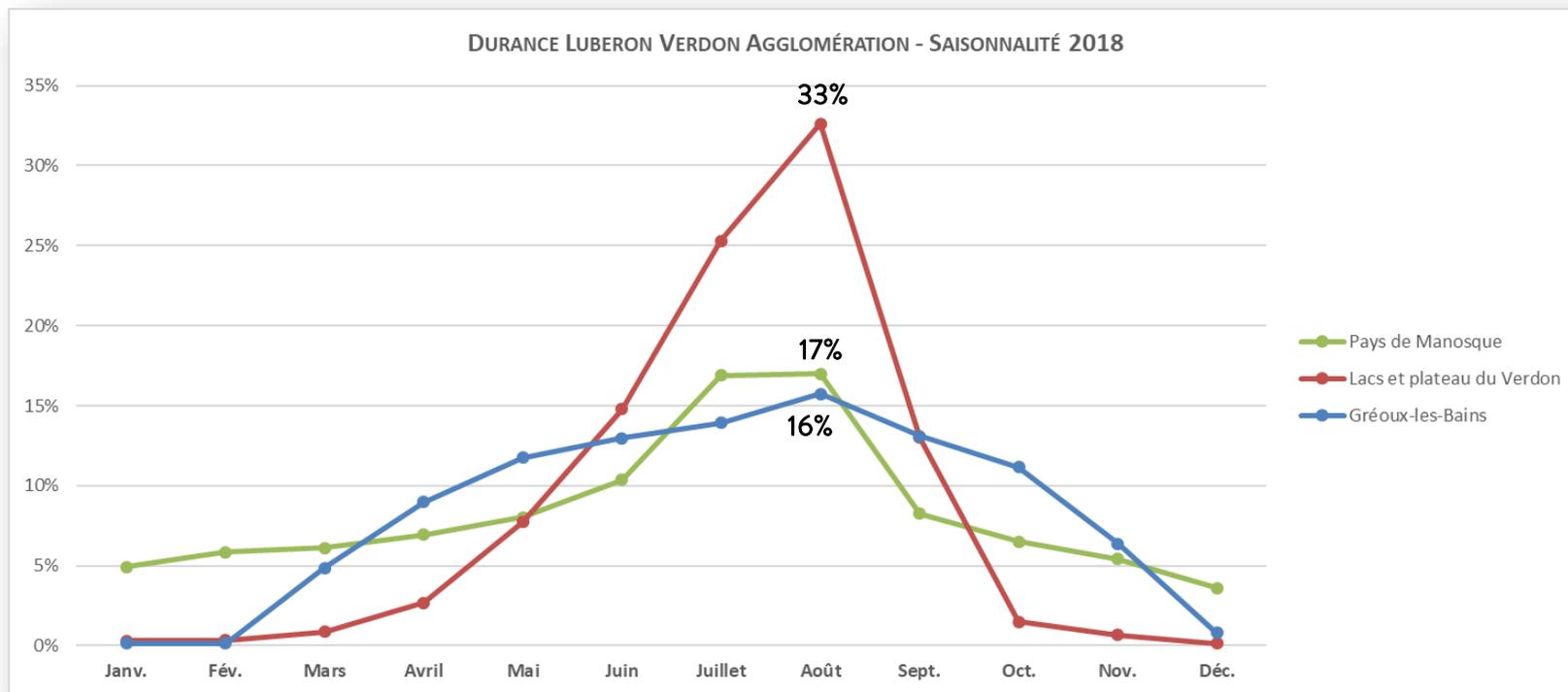
LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Taxe de séjour - Répartition des nuitées par commune (critère : plus de 25 000 nuitées)
Année 2018



Evolution vs
2017

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





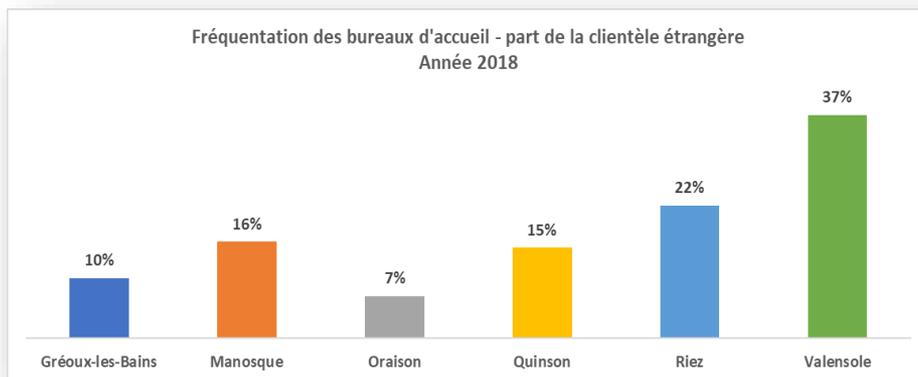
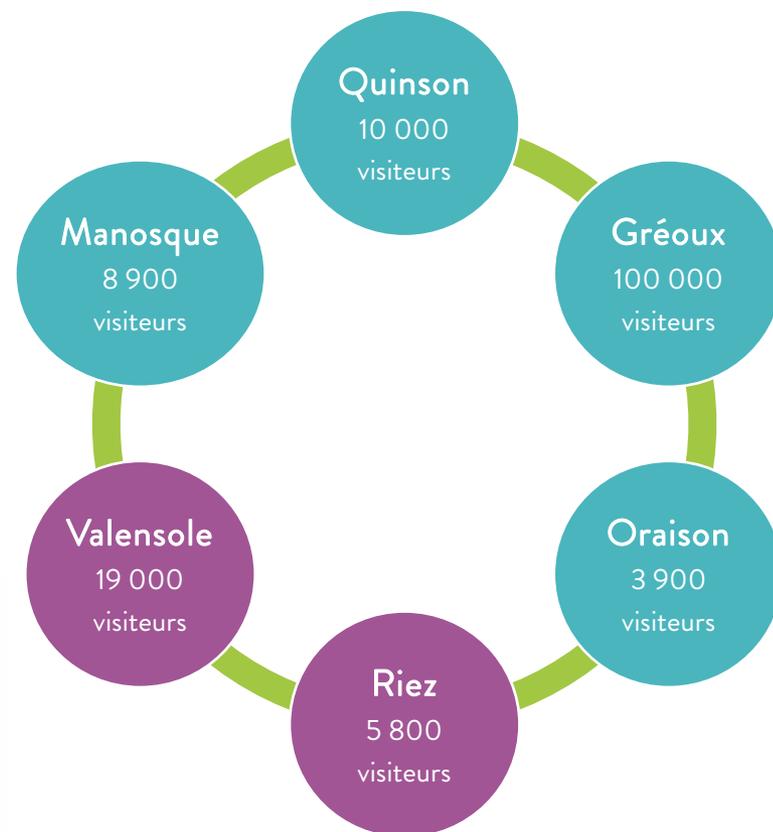
2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE

En 2018, nos 6 bureaux d'information touristique ont accueilli et renseigné **147 600 personnes**, soit **une baisse de 11%**.

65% de cette fréquentation s'effectue **entre juin et septembre**.

Cette fréquentation se répartit comme suit :

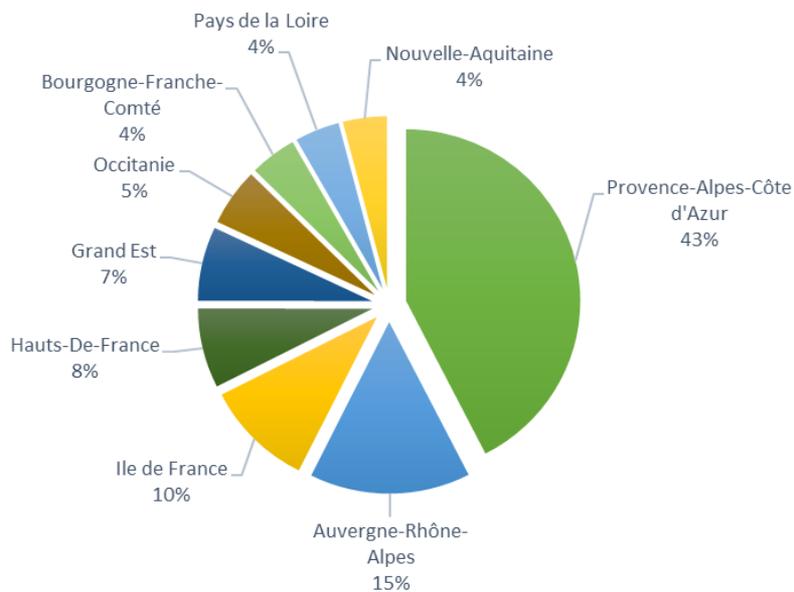
- **80% de français**
- **20% d'étrangers.**



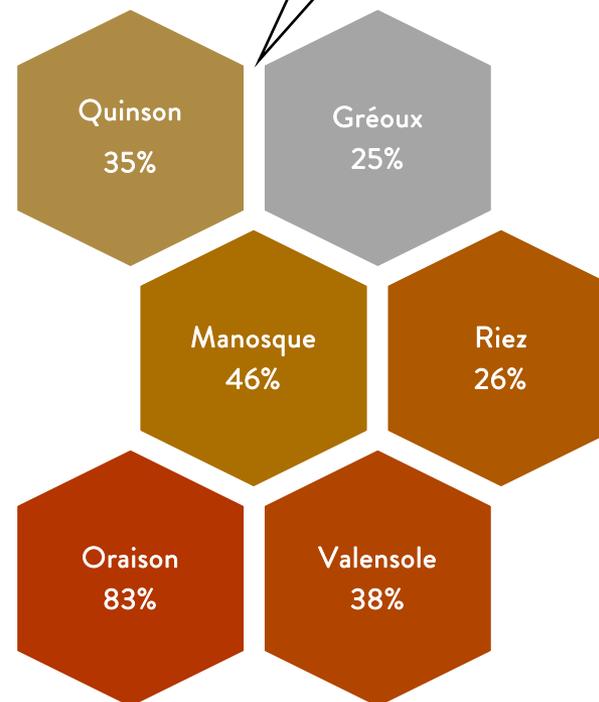


2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Fréquentation des bureaux d'accueil - Origine de la clientèle française - année 2018



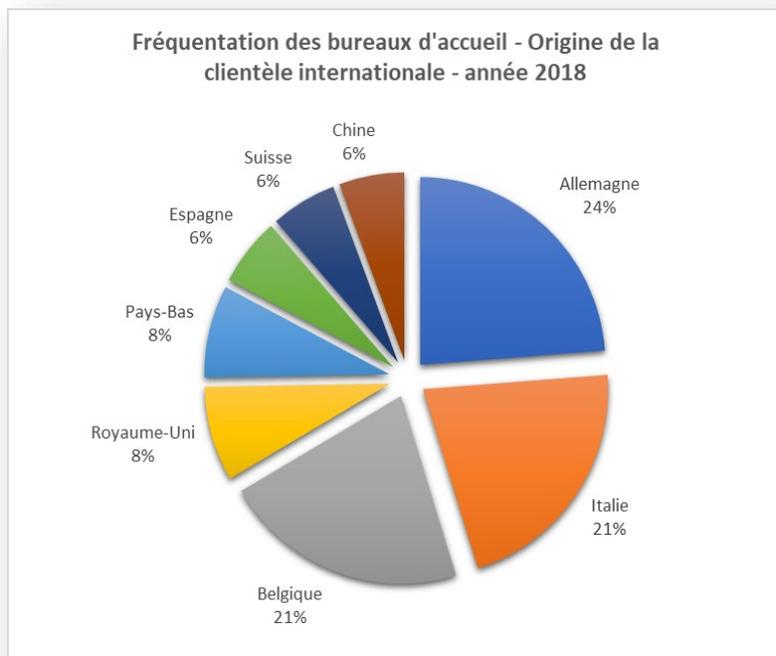
Quote-part de la clientèle régionale par BIT





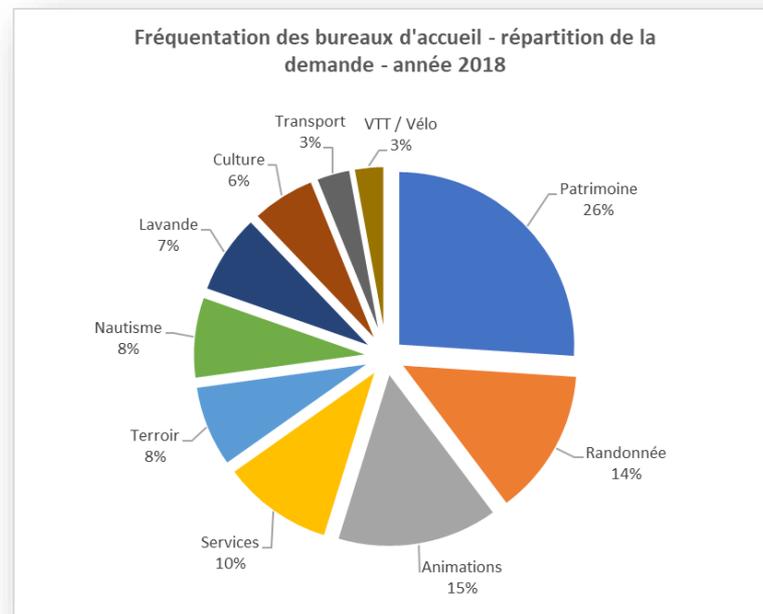
2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Nos bureaux d'information touristique ont accueilli et renseigné **76 nationalités différentes**.



Via un outil de « Gestion Relation Client » (GRC), la **qualification au comptoir a été harmonisée**.

Vous trouverez ci-dessous un exemple d'analyse issu :





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

L'accueil « hors les murs »

Il ne faut plus seulement gérer les visiteurs qui poussent la porte de nos bureaux d'accueil. Les modes de consommation changent, les manières de prendre l'information touristique se diversifient. Il n'est plus du tout naturel pour un touriste de venir jusqu'à l'office de tourisme pour être renseigné.

La stratégie d'accueil et d'information doit évoluer. Il devient incontournable d'aller à la rencontre de la clientèle sur le lieu de séjour ou sur des lieux à forte fréquentation.

En 2018, le pôle « accueil et information » a géré 13 points d'accueil « hors les murs » : durant les grandes fêtes, sur les marchés, aux pots d'accueil de campings ou de résidences, dans la galerie des Thermes à Gréoux-les-Bains, ... Au-delà du bilan quantitatif (cf. ci-contre), le bilan moral est satisfaisant.

Ces points d'accueil « hors les murs » sont très appréciés par les vacanciers. Les marchés et les grandes fêtes du territoire sont des lieux de rencontre pertinents. Ils permettent de donner un maximum d'indications à des touristes peu pressés et friands de petites informations précises et personnalisées.

Chez les hébergeurs, l'initiative est perçue comme un service de l'Office de Tourisme permettant à leurs clients de mieux organiser leur séjour.

Où ?	Combien de personnes renseignées ?
Camping La Farigoulette (Saint-Laurent du Verdon)	250 personnes
Village Vacances Belambra (Montpezat)	260 personnes
Camping Les Prés du Verdon (Quinson)	250 personnes
Marché de Riez	700 personnes
Camping Rose de Provence (Riez)	500 personnes
Camping Les Oliviers (Oraison)	200 personnes
Camping Provence Vallée (Manosque)	200 personnes
Les Thermes (Gréoux)	3 500 personnes
Résidence Les Grands Pins (Gréoux)	800 personnes
Marché de Vinon-sur-Verdon	800 personnes
Fête de la Lavande (Valensole)	1 800 personnes
Fête de la Préhistoire (Quinson)	400 personnes
Fête du village (Saint-Martin de Brômes)	80 personnes





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

Les Relais d'Information Touristique (RIT)

La création des relais d'information touristique (RIT) répond à un besoin de développer l'information touristique partout, au plus près des lieux de séjour et de passage des touristes.

Comme les points d'accueil « hors les murs », ils permettent de toucher une clientèle qui n'aurait pas franchi la porte de l'office de tourisme.

En 2018, l'Office de Tourisme Communautaire a installé sur le territoire plusieurs Relais d'Information Touristique.

Le relais d'information touristique constitue un mode alternatif d'accueil et d'information touristique. Conçu sous la forme de panneau et personnalisé selon le lieu d'implantation et le type d'information recherchée, il offre aux visiteurs au minimum de l'information générale, écrite, cartographique, ou photographique.

Ils visent surtout à :

- Informer les visiteurs sur les attraits, activités et services à leur disposition dans une commune, un secteur ou une région,
- Orienter les visiteurs en localisant les points d'intérêt.

Ces relais font partie intégrante de notre réseau des lieux d'accueil, tout comme les bureaux d'information touristique (BIT).



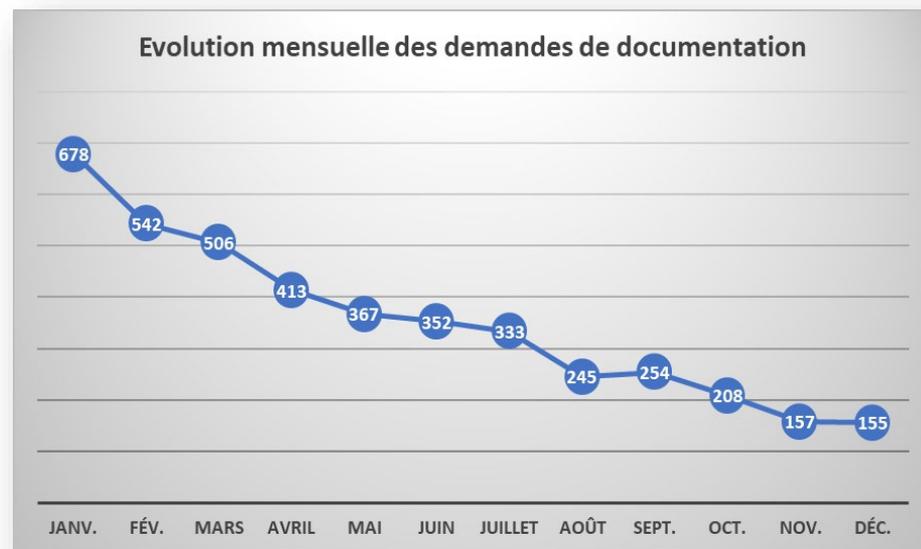
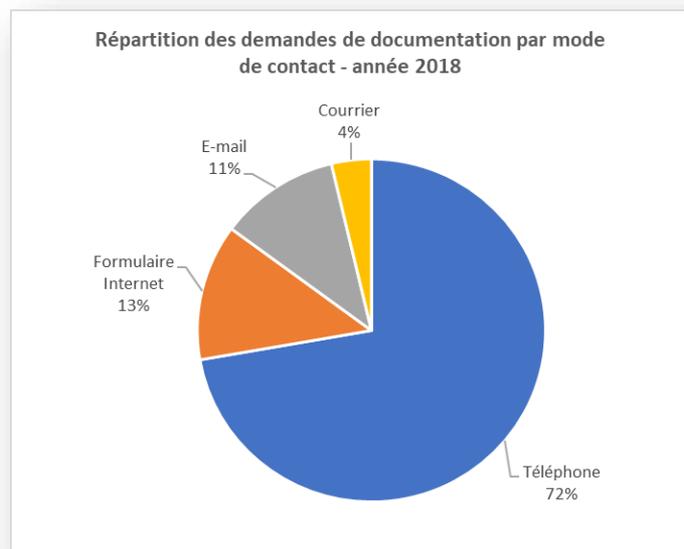


2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Les demandes de documentation

En 2018, l'Office de Tourisme a enregistré 4 240 demandes de documentation, soit une baisse de 4,5%.

Vous trouverez ci-dessous deux graphiques illustrant le bilan 2018.





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

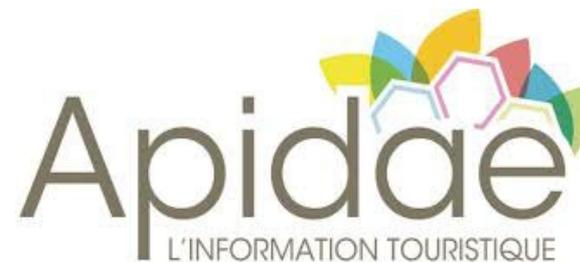
La gestion de l'information

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 ». Par conséquent, nous sommes le producteur officiel de l'information sur notre territoire de compétence. Ce système d'information constitue le cœur de notre organisation de 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.



7 410 objets
touristiques saisis et/ou
mis à jour dans la base de
données APIDAE soit une
progression de 10%



Lors du séminaire 2018 du réseau APIDAE à Aix-les-Bains, l'Office de Tourisme a remporté un trophée pour son engagement dans la qualification de la donnée.

3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE

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.

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.

Les éditions touristiques

Salons 2018	Lieu	Dates
Vakantiebeurs (Stand CRT SUD PACA)	Utrecht	Du 10 au 14 janvier
Tourissimo (avec le soutien des Thermes de Gréoux)	Strasbourg	Du 9 au 11 février
Salon de la Randonnée (stand AD04)	Lyon	Du 23 au 25 mars
Salon des Séniors (avec le soutien des Thermes de Gréoux)	Reims	Du 6 au 8 avril
Salon VINUM	Alba	Du 28 avril au 1 ^{er} mai
Roc d'Azur (Stand AD04)	Fréjus	Du 11 au 14 octobre
Salon du Tourisme et des Voyages (avec le soutien des Thermes de Gréoux)	Colmar	Du 9 au 11 novembre

Guide « Hébergement » Gréoux-les-Bains	10 000 exemplaires
Guide « Hébergement » Pays de Manosque (professionnels)	1 000 exemplaires
Guide « Hébergement » Pays de Manosque (particuliers)	1 000 exemplaires
Guide « séduction » Gréoux-les-Bains	10 000 exemplaires
Guide touristique de Manosque	7 5 000 exemplaires
Guide touristique de Gréoux-les-Bains	25 000 exemplaires
Guide touristique de Valensole	5 000 exemplaires
Guide touristique de Quinson	5 000 exemplaires
Flyer « visite guidée de Valensole »	5 000 exemplaires
Plan touristique de Valensole	5 000 exemplaires
Guide « Pratique » Gréoux-les-Bains	10 000 exemplaires
Flyer « jours de marché »	11 000 exemplaires
Flyer « Cœur de Provence »	500 exemplaires
Programme mensuel « Ici & Aujourd'hui » (10 numéros)	70 000 exemplaires
Flyer « activités de pleine nature »	500 exemplaires
Guide de visite du village (Gréoux-les-Bains)	3 000 exemplaires
Carte de randonnée pédestre (Oraison)	1 000 exemplaires
Circuits « Randoland »	13 500 exemplaires
Sous-mains	200 000 exemplaires
Carte de randonnée pédestre (Gréoux-les-Bains)	3 000 exemplaires
Carte des basses gorges du Verdon	50 000 exemplaires
Flyer « calendrier des événements VTT 2019 »	10 000 exemplaires
Plan de la station de Gréoux-les-Bains	50 000 exemplaires
Dépliant « Itinéraire touristique à Vinon-sur-Verdon »	1 000 exemplaires
Brochure d'appel « Destination Haute-Provence »	5 000 exemplaires

3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION 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.

ICI
Plateau de Valensole et
Basses Gorges du Verdon
Du 6/04/19 au 12/04/19

FOCUS

DU 6 AU 22/04/19
Quinson
Animations au village préhistorique

Tous les jours ↕ Route de Montmeyan
Ⓜ Adulte : 5 € - Enfant 4 €
Pendant les vacances de printemps, le musée de Préhistoire des gorges du Verdon vous fait découvrir le mode de vie préhistorique en vous proposant des animations variées.
☎ 04 92 74 09 59

Quinson
Animations au village préhistorique
↕ Route de Montmeyan
Ⓜ Adulte : 5 € - Enfant 4 €
Pendant les vacances de printemps, le musée de Préhistoire des gorges du Verdon vous fait découvrir le mode de vie préhistorique en vous proposant des animations variées.
☎ 04 92 74 09 59

Valensole
Stand info Compost et Tri
⌚ 9h-13h ↕ Marche
Ⓜ Gratuit.
De la réglementation à la manipulation du compost, cette intervention vous permettra de tout savoir sur la réglementation relative aux déchets et bio-déchets, comprendre le processus technique du compostage, remédier à d'éventuels dysfonctionnements.
☎ 06 62 49 74 15

Dimanche 7 Avril

Gréoux-les-Bains
Ciné-ballet : Don Quixotte
⌚ 17h ↕ Ecocinéma Verdon
Ⓜ Plein tarif : 15 € - Tarif réduit : 12,5 €
Retransmission du Royal Opera House de Londres.
☎ 04 92 79 82 18

Samedi 6 Avril

Gréoux-les-Bains
Ambiances musicales
⌚ 19h-23h ↕ Casino Partouche Gréoux, Avenue des Thèmes
Ⓜ Plein tarif : 12,9 / 25 €
Une ambiance musicale est proposée tous les samedis à partir de 19h à la brasserie du Casino
☎ 04 92 78 00 00

Quinson
Animations au village préhistorique
↕ Route de Montmeyan
Ⓜ Adulte : 5 € - Enfant 4 €
Pendant les vacances de printemps, le musée de Préhistoire des gorges du Verdon vous fait découvrir le mode de vie préhistorique en vous proposant des animations variées.
☎ 04 92 74 09 59

6 bureaux d'accueil pour vous accueillir, vous renseigner, vous conseiller dans l'organisation de votre séjour ou de vos vacances.
Durance-Luberon-Verdon
Gréoux-les-Bains - Tél : 04.92.78.01.08
Quinson - Tél : 04.92.74.01.12
Manosque - Tél : 04.92.72.16.00
Reze - Tél : 04.92.77.95.09
Drazen - Tél : 04.92.78.60.80
Valensole - Tél : 04.92.74.90.02



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

La communication numérique

L'e-tourisme ne cesse de progresser changeant les comportements et les pratiques. De plus, il s'oriente incontestablement vers un usage mobile, social, multimédia et en séjour...

Mis en ligne en 2017, l'Office de Tourisme gère deux sites Internet résolument tournés vers un tourisme numérique et connecté :

- www.greouxlesbains.com (site quadrilingue : FR, GB, D, I)
- www.tourisme-manosque.fr (site en français uniquement)

Conçus par la société E-Labo et utilisant WordPress comme CMS (système de gestion de contenu), ces sites répondent aux objectifs de l'Office de Tourisme mais aussi aux attentes et aux comportements des internautes d'aujourd'hui.

Ces sites web présentent les caractéristiques suivantes :

- interfacés avec le Système d'information touristique APIDAE
- structurée autour de trois objectifs distincts et complémentaires : JE DECOUVRE, JE PREPARE, J'Y SUIS DÉJÀ avec consultation ou 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, etc. ...*)



Chiffres clés 2018 :
209 500 utilisateurs, 742 000 pages vues



Chiffres clés 2018 :
75 500 utilisateurs, 216 500 pages vues

3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

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

Réalisée en interne et adressée à 10 000 contacts, notre lettre d'information numérique est devenue un outil de communication privilégié. En 2018, le pôle communication a réalisé 10 newsletters et rédigé 70 articles. Le taux d'ouverture « moyen » s'élève à 20%.

FOCUS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Dans le respect de la ligne éditoriale rédigée en 2017, le pôle communication anime les réseaux sociaux suivants :

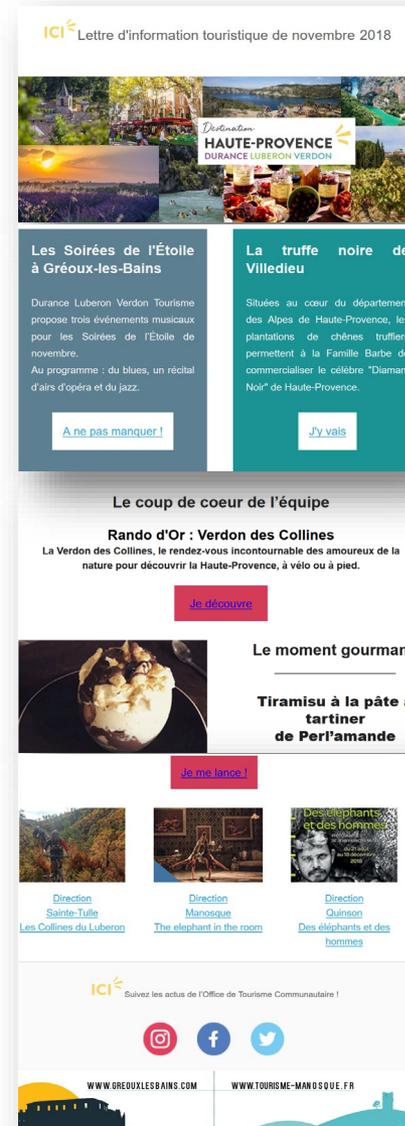
- Facebook : 9 416 « fans » (+11%)
- Instagram : 81 publications, 956 abonnés (+75%)
- You Tube : 13 vidéos publiées ; 18 646 vues
- Twitter : 949 tweets ; 319 abonnés



Instagram



twitter



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Insertions publicitaires pour la promotion du territoire

Nom du support	Zone de diffusion	Thématique
Chaîne Thermale du Soleil	National	Thermalisme
Guide pratique du curiste	Gréoux	Thermalisme
Vélo vert magazine - calendrier des événements VTT 2018	National	VTT
Guide Vacances en Provence (Editrel Editions)	Régional	Tourisme



Insertions publicitaires pour la promotion des grands événements

MANIFESTATIONS	COÛTS EN € HT	SUPPORTS
Randuro « La Capellane » (Volx)	56 €	Facebook
Soirées de l'Etoile (Gréoux)	3 028,51 €	La Provence, Mouv'in, Facebook
Fête de l'eau (Gréoux)	1 796,74 €	La Provence, Facebook, Haute-Provence Info, Mouv'in
Fête de la Transhumance (Vinson)	1 489 €	La Provence, Mouv'in, Facebook, Haute-Provence Info
Gréoux de Janeiro (Gréoux)	1 639 €	La Provence, Facebook, Haute-Provence Info, Mouv'in
Urban Cross (Vinson et Gréoux)	1 742 €	La Provence, Mouv'in, Facebook
Fête Provençale (Gréoux)	632 €	Mouv'in
Marché potier (Manosque)	407 €	La Provence
Gréoux Jazz Festival	2 494,99 €	La Provence, Facebook, Haute-Provence Info, Mouv'in, France Bleu Provence
Foire aux Santons (Gréoux)	9 614,38 €	La Provence, Facebook, Haute-Provence Info, Mouv'in, France Bleu Provence
La Truffe Noire de Villedieu (Manosque)	1 187 €	La Provence, Facebook, Haute-Provence Info
Causeries de l'Etoile (Gréoux)	100 €	Facebook
Verdon des Collines (Gréoux)	100 €	Facebook
TOTAL	24 286,54 €	

3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Autres types d'actions

- Dans la continuité de 2017, **réalisation de vidéos de promotion** : Quinson, Plateau de Valensole, Huile d'olive de Haute-Provence, Truffe de Haute-Provence, ...
- **Réalisation de dossiers de presse et envoi régulier de communiqués à la presse locale** pour tous les évènements et à une liste très élargie de médias pour les évènements d'envergure ou d'intérêt régional
- **Envoi des programmes mensuels par e-mail et par courrier à tous les partenaires**
- **Organisation d'accueil « presse » :**
 - ❑ Accueil de Sandra BASSO, magazine « En Balade » édité par La Provence (sujet : Entrevennes)
 - ❑ Accueil de Jean-Baptiste BERGES et Frédéric SUDRY, émission « Météo à la carte » (sujet : Gréoux-les-Bains)
 - ❑ Accueil de Thierry BEZER, France 3 Méditerranée, émission « Dimanche en politique » (sujet : le thermalisme)
 - ❑ Accueil de François BAILLE, journaliste pour Var Matin et Nice Matin (sujet : Gréoux-les-Bains)
 - ❑ Accueil de Simona MAZZOLINI, journaliste italienne pour le magazine « InProvenza » (sujet : Manosque et Pierrevet)
 - ❑ Accueil de Florence DOMAREL et Bertrand RIEGER, magazine « Détours en France » (sujet : Quinson, Vinon-sur-Verdon et Gréoux-les-Bains)
 - ❑ Accueil de Martine GUILCHER, magazine Prestige's (sujet : Valensole)
 - ❑ Accueil de Olivia LE SIDANER, journaliste pour leroutard.com (sujet : Esparron-de-Verdon, Gréoux-les-Bains)
 - ❑ Accueil de Laurent HIRSCH, France 5, magazine C dans l'air (sujet : Plateau de Valensole, Gréoux-les-Bains)
 - ❑ Accueil de Sandra BASSO, magazine « En Balade » édité par La Provence (sujet : Montfuron)





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 le bilan 2018.

MANIFESTATIONS	BILAN
Bourse Auto-Moto	17 et 18 mars
Gréoux-de-Janeiro	Du 26 au 28 juillet Concerts, spectacles de rue, marché thématique, ...
La Fête de l'Eau	Du 10 au 13 mai
Festival de Scrabble de Provence	Prise en charge du logement des arbitres et organisation de la salle
Gréoux Jazz Festival organisée par FestiGréoux	Du 19 au 23 septembre Billetterie, participation active dans la communication et dans l'organisation des concerts
Urban Cross	7 août
Fête provençale organisée par FestiGréoux	Organisation et prise en charge du concert du samedi 7 juillet
Randonnée VTT « Verdon des Collines » organisée par le Team Gréoux Bike	11 novembre, 18 ^{ème} édition Participation active dans l'organisation
10 ^{ème} Cyclo-cross	18 novembre
Automne Musical Organisé par l'Ensemble Provence Verdon	Billetterie, participation active dans la communication et dans l'organisation des concerts
Boucles du Verdon	Gestion des inscriptions en ligne et participation active dans l'organisation
Championnat de France Cycliste de Gendarmerie	15 et 16 septembre
Festival Poésie et Chansons au Pays des Lavandes	26 juin Billetterie et participation dans l'organisation
ANIMATIONS	BILAN
Musiques à Gréoux	26 dates (d'avril à octobre)
Les Soirées de l'Etoile	11 dates (d'avril à novembre) au Centre de Congrès 1 296 spectateurs
Conférence « 14-18 un pays dans la tourmente »	8 novembre
Balade contée	15 août
Grand concours de Belote	4 octobre – 44 participants



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

FOCUS SUR LA 24^{ème} FOIRE AUX SANTONS

Depuis 1994, cette manifestation n'a cessé de croître et de s'affirmer en termes de 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 2018, du vendredi 26 octobre au dimanche 4 novembre, l'Office de Tourisme, avec le soutien indispensable de nombreux bénévoles, s'est fortement mobilisé pour accueillir près de 10 000 visiteurs.

Chiffres clés de la 24^{ème} édition :

- Chiffre d'affaires 2018 : **81 206,84 €uros**
- Panier moyen (2 528 clients) : **32 €uros**
- Meilleur jour : Dimanche 28 octobre (12 630 €uros)
- Chiffre d'affaires de la buvette : **2 670 €uros**
- Election du santon de l'année : 920 votes

Ci-dessous quelques extraits du livre d'or :

« Bravo, Bravo. L'entrée est gratuite, c'est super ! Merci à vous de nous avoir fait rêver. »

« Superbe exposition. C'était magnifique »

« Gloire au Travail... à la tradition et à l'artisanat, merci à tous ! »

« Le temps passe, la qualité reste. »

« Belle exposition, Santons avec expressions, c'est magique, merci »



**24^{ÈME}
FOIRE
AUX
SANTONS
GRÉOUX
LES-BAINS**

26/10-04/11
2018
14H30 - 18H30

CENTRE DE
CONGRÈS
L'ÉTOILE

ICI

et nulle part ailleurs !

Destination
HAUTE-PROVENCE
DURANCE LUBERON

f i
greouxlesbains.com

**L'Atelier
de l'Anny**
Alpes

Création Anny de Fanny
à la Cabane d'Angelique

ENTRÉE LIBRE
ANIMATIONS JOURNALIÈRES
EXPOSITION *du Berger*

+ D'INFOS
04 92 78 01 08



5° 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 N° CC-25-05-18 en date du 29 mai 2018, la DLVA a reconduit l'Office de Tourisme Communautaire dans sa mission de gestion du Centre de Congrès l'Etoile et de développement de l'activité de tourisme d'affaires.

En 2018, cet équipement a fêté ses 5 ans d'existence. Depuis 2014, le Centre de Congrès a accueilli 394 évènements dont 156 évènements « affaires » : congrès, séminaires, showrooms, dîners de gala, assemblées générales, foires, salons,

...

L'ÉTOILE
CENTRE DE CONGRÈS

GRÉOUX
LES BAINS



Provence
Verdon
Affaires

Bilan commercial 2018 :

Le Centre de Congrès a accueilli 58 évènements répartis comme suit :

- 19 prestations « affaires » (congrès, assises, séminaires, repas fin d'année, Assemblées Générales, ...)
- 24 manifestations culturelles (concerts, conférences de l'Etoile, A l'Etoile ce soir...)
- 3 foires (foire aux santons, bourse Auto...)
- 12 autres manifestations (lotos, élections, festival de scrabble ...)

Le chiffre d'affaires s'élève à 99 614,42 € TTC.

L'équipe commerciale a réalisé 63 devis.

21 propositions n'ont pas abouti, soit un taux de concrétisation de 67%.

Destination

HAUTE-PROVENCE
DURANCE LUBERON VERDON





5° LA GESTION DU CENTRE DE CONGRES « L'ETOILE » (SUITE)

Actions commerciales

- Adhésion au PRIDES régional « Provence Côte d'Azur Events » et participation à l'offre prospection commerciale
- Campagne de télémarketing dans le but de décrocher des rendez-vous commerciaux
- 20 visites du Centre de Congrès organisées : accueil et présentation de l'équipement

Actions de communication

- Animation du site Internet www.provenceverdon-affaires.fr (mis en ligne le 10 décembre 2016)
- Animation des réseaux sociaux afin d'augmenter la visibilité du centre de congrès : LinkedIn, Facebook et Twitter
- Insertion d'encarts publicitaires dans UDE Infos, le magazine des entrepreneurs des Alpes de Haute-Provence diffusé à 3 000 exemplaires
- Référencement du Centre de Congrès sur des sites spécialisés : www.paca-seminaires.com, www.1001salles.com, www.abcsalles.com





6° L'ACTIVITÉ « BILLETTERIE ET BOUTIQUE »

Les Offices de Tourisme commercialisent de plus en plus des prestations à travers un service « billetterie » : pour l'inscription à une randonnée, à une visite guidée ou à une excursion culturelle, pour l'accès à un événement culturel, pour la réservation d'une activité pour une clientèle « groupes », ... **Cette activité est une source d'autofinancement.**

Installé sur un serveur à distance, notre logiciel traite quatre types de produits : spectacles, activités, boutique (avec gestion des stocks) et ressources (vélos, salles, ...). **Les produits peuvent être achetés séparément ou dans une même transaction (package dynamique).**

Ce logiciel s'adapte :

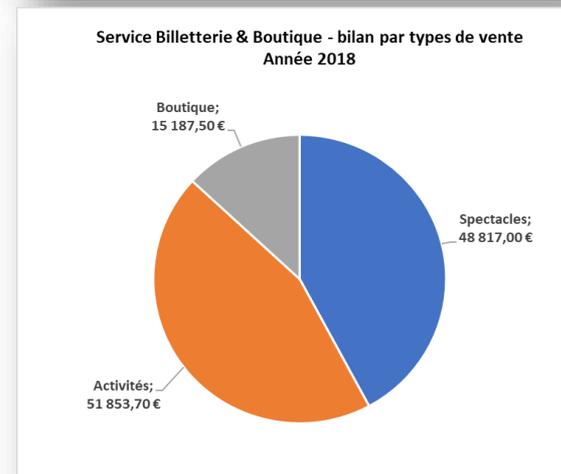
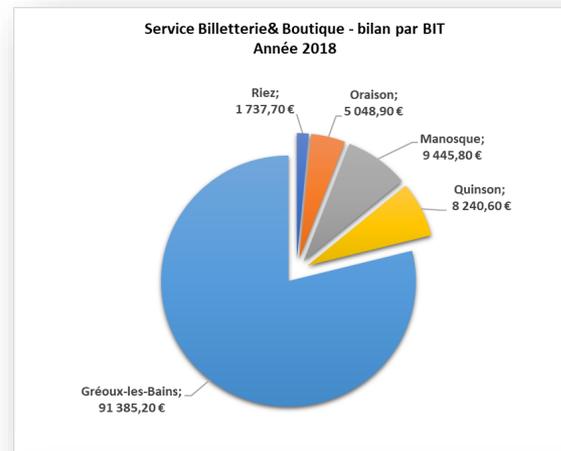
- à tous types de lieux : salles, théâtre, gradins, auditorium, etc. ...
- à tous types d'évènements ou d'activités
- mais, également à tous types de vente : billets numérotés ou non numérotés, abonnements, « pass », ...

Enfin, il génère également des fichiers clients, différents journaux et bordereaux de contrôle sans oublier des statistiques.

Grâce à l'accès à distance sécurisé (VPN) et à l'architecture informatique mise en place, ce logiciel équipe l'ensemble des bureaux d'accueil et un partenaire (Agence SUMIAN).

Le chiffre d'affaires 2018 s'élève à **115 858,20 €**.

Ci-dessous deux graphiques illustrant le bilan 2018 :



7° AUTRES ACTIONS



Chef de file du projet de promotion de l'œnotourisme intitulé « AMPELO » soutenu et financé par le programme ALCOTRA.



Participation active au développement d'une nouvelle offre touristique : la Truffe Noire de Villedieu (Manosque)



Participation active dans l'animation du « Club des Offices de Tourisme des stations thermales » (enquête sur les clientèles des stations thermales, congrès du thermalisme, ...)



Obtention de l'agrément de classement des meublés de tourisme (juillet 2018) ; 61 meublés classés en 2018



Participation active dans l'élaboration de la candidature du Verdon au dispositif régional « Destinations infrarégionales » (candidature retenue par la Région le 18 octobre 2018)



Réalisation d'enquêtes de conjoncture (deux vagues : printemps, été) afin de mesurer le bilan de l'activité touristique ; 1^{ère} vague : 101 professionnels interrogés ; 2^{ème} vague : 192



Cœur de Provence : séduire et mieux accueillir la clientèle chinoise (organisation d'éductours, animation des réseaux sociaux, organisation d'un concours photo, ...)



OBSERVONS LA FRÉQUENTATION DE NOTRE TERRITOIRE GRÂCE À FLUX VISION TOURISME

Flux Vision Tourisme (FVT) est un dispositif innovant d'observation touristique à partir de la téléphonie mobile.

Développé par Orange, cet outil innovant convertit en temps réel des informations techniques issues du réseau mobile d'Orange en indicateurs statistiques, afin d'analyser la fréquentation de zones géographiques déterminées.

L'offre Flux Vision Tourisme repose sur des procédés exclusifs d'anonymisation, permettant de supprimer toute possibilité d'identifier ses clients.

En convertissant les informations techniques issues du réseau mobile d'Orange en flux de population, Flux Vision Tourisme permet d'analyser la fréquentation des territoires et le déplacement des populations. Elle couvre l'ensemble des clientèles françaises utilisant les infrastructures de téléphonie mobile proposées par Orange aux autres opérateurs, mais également les clientèles étrangères (via les opérateurs étrangers ayant signé des accords avec Orange).

Le service proposé par Orange a reçu un avis favorable de la CNIL (Commission Nationale Informatique et Liberté)

Flux Vision Tourisme dans les Alpes de Haute Provence

Les 10 zones Flux Vision Tourisme pour 2017 / 2018





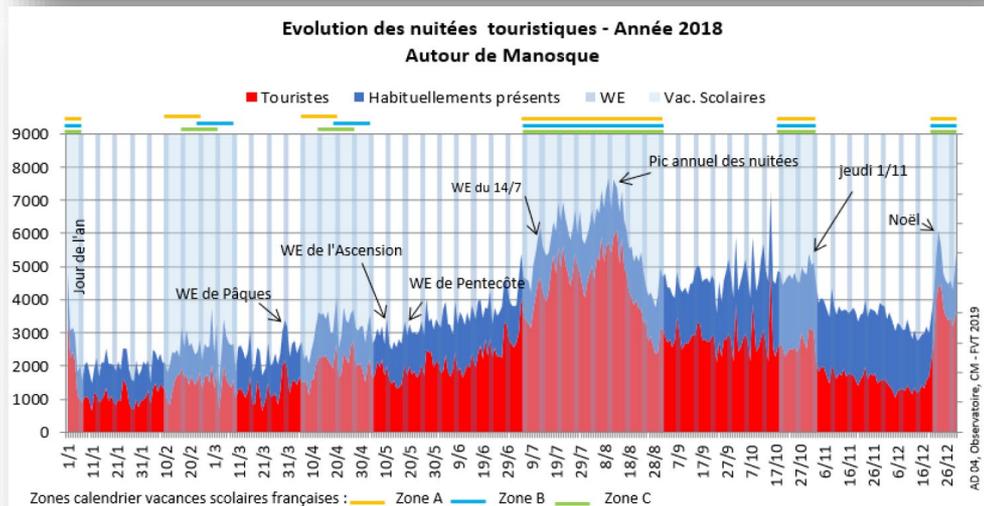
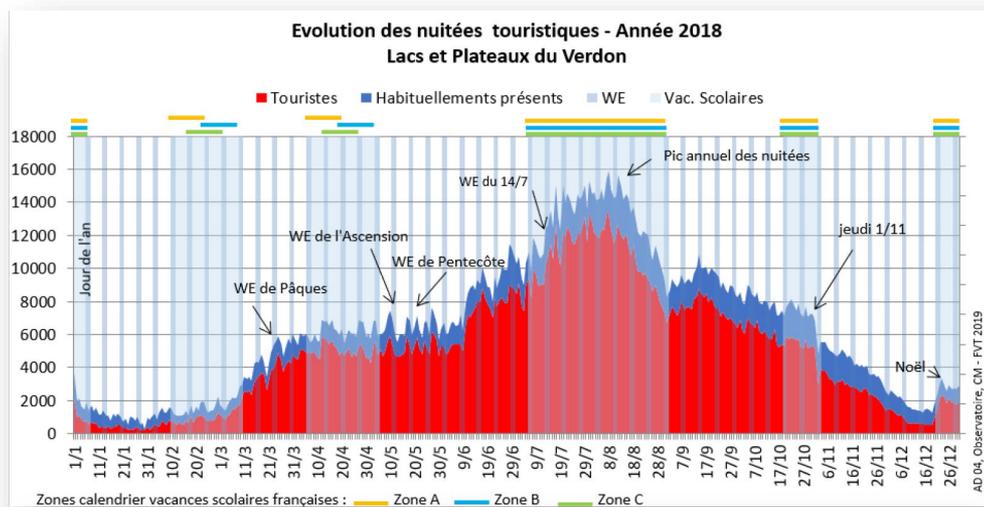
OBSERVONS LA FRÉQUENTATION DE NOTRE TERRITOIRE GRÂCE À FLUX VISION TOURISME

2,3 millions de nuitées touristiques sont évaluées sur la zone « Lacs et Plateaux du Verdon ».

36% des nuitées sont réalisées en juillet et août. L'activité thermique à Gréoux-les-Bains influence très fortement la fréquentation de ce territoire.

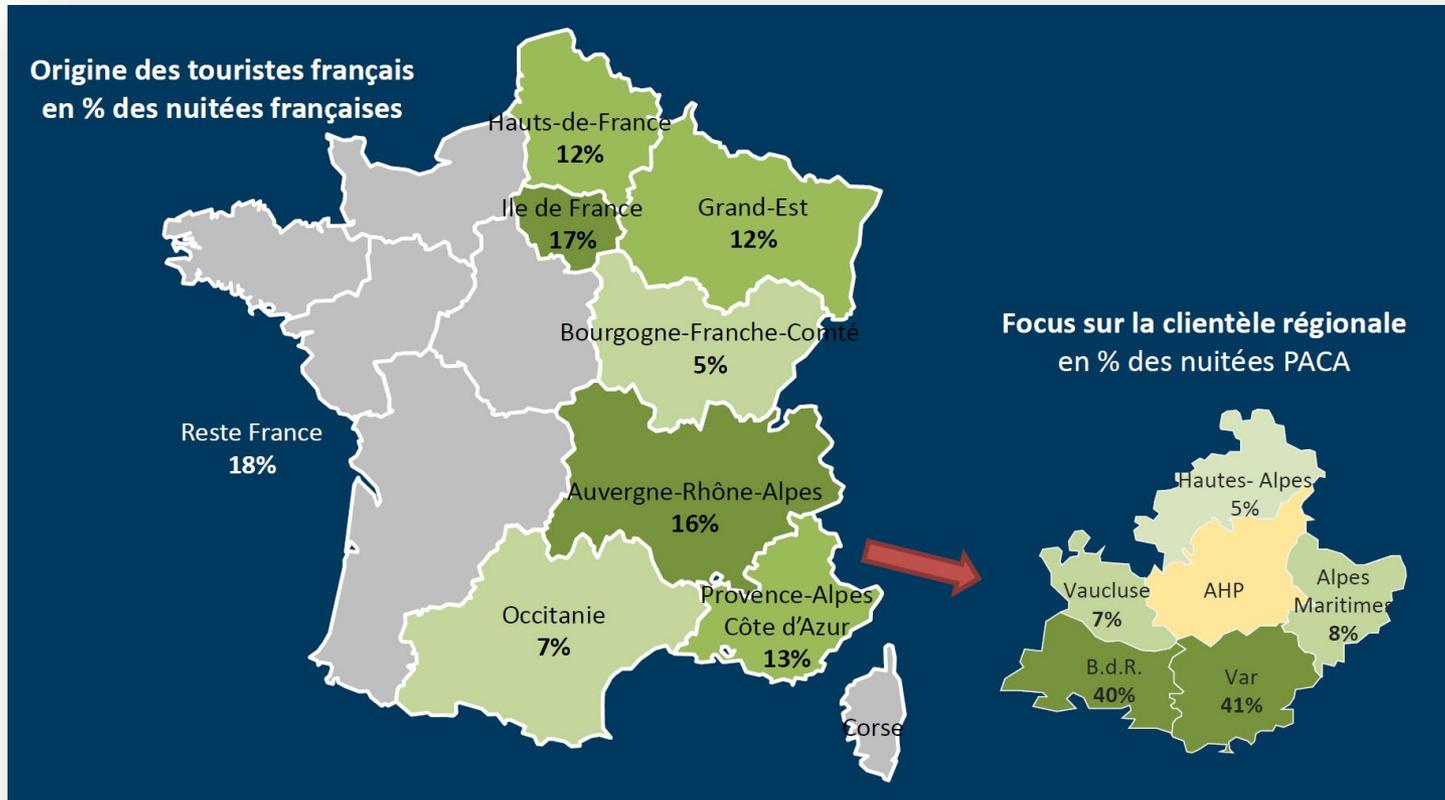
1,3 millions de nuitées touristiques sont évaluées sur la zone « Autour de Manosque ».

On constate une fréquentation régulière avec un pic en saison estivale. 31% des nuitées sont réalisées en juillet et août.





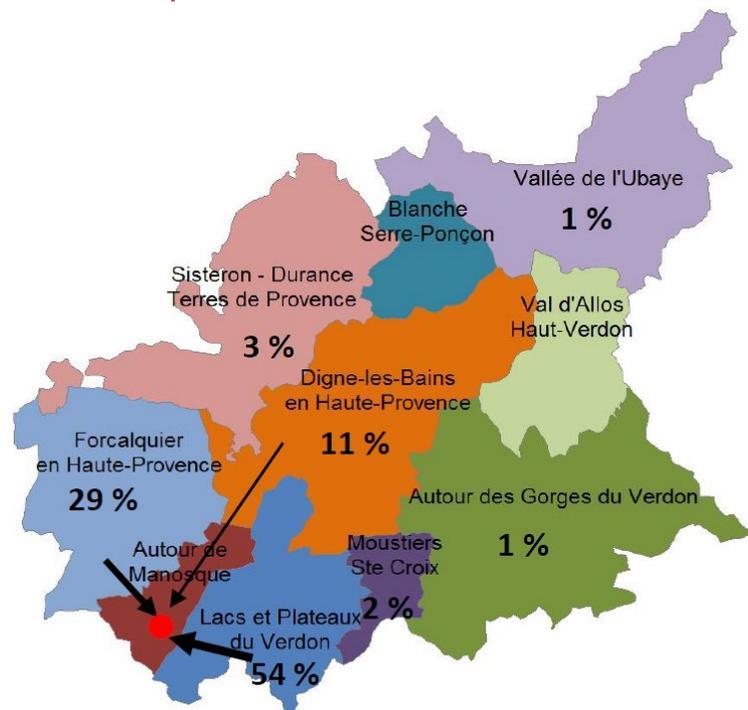
OBSERVONS LA FRÉQUENTATION DE NOTRE TERRITOIRE GRÂCE À FLUX VISION TOURISME





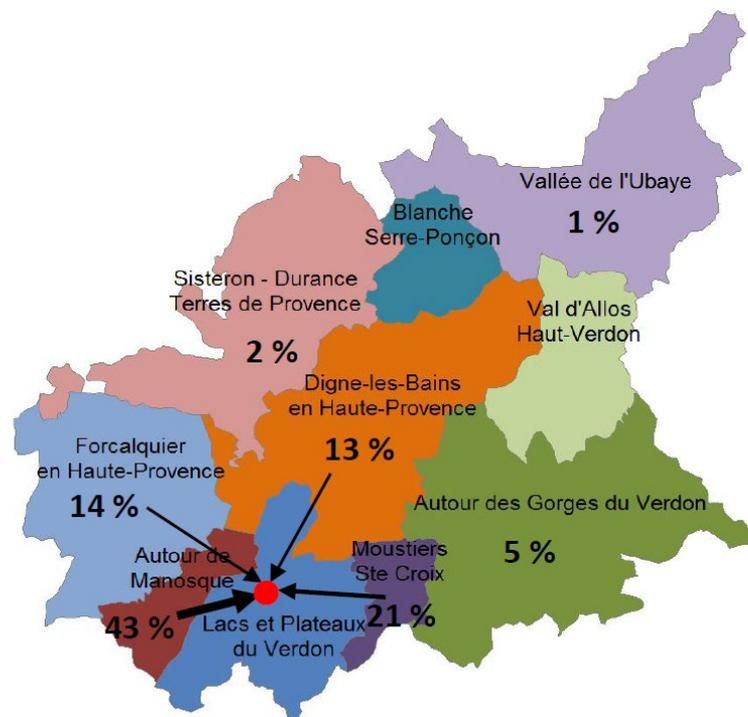
OBSERVONS LA FRÉQUENTATION DE NOTRE TERRITOIRE GRÂCE À FLUX VISION TOURISME

L'attractivité de la zone « Autour de Manosque »



AD 04, Observatoire, CM - FVT 2019

L'attractivité de la zone « Lacs et Plateaux du Verdon »



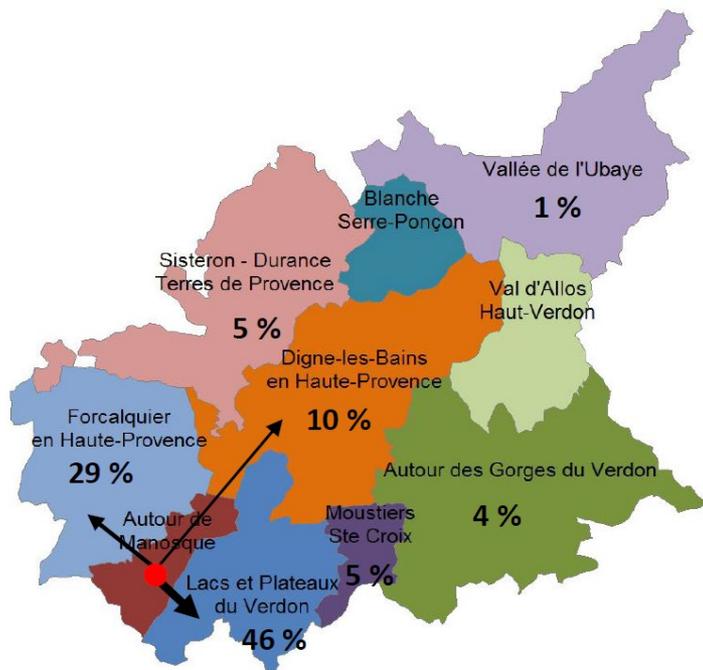
AD 04, Observatoire, CM - FVT 2019

Sens de lecture : 43% des touristes qui sont venus en excursion sur la zone « Lacs et Plateaux du Verdon » avaient dormi dans la zone « Autour de Manosque ».

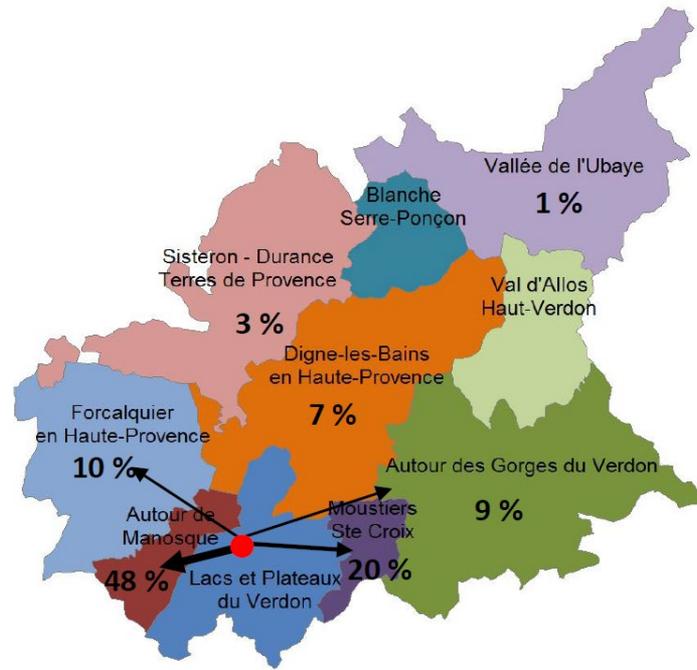


OBSERVONS LA FRÉQUENTATION DE NOTRE TERRITOIRE GRÂCE À FLUX VISION TOURISME

L'émission de la zone « Autour de Manosque »



L'émission de la zone « Lacs et Plateaux du Verdon »



AD 04, Observatoire, CM - FVT 2019

AD 04, Observatoire, CM - FVT 2019

Sens de lecture : 48% des touristes qui ont dormi sur la zone « Lacs et Plateaux du Verdon » ont réalisé des excursions sur la zone « Autour de Manosque ».

facilitateurdeséjour
apporteurdaffaires
reporternumérique
client contenu notoriété
billetterie services packages expériences
marque tierslieu vitrine
basededonnées sadigrc fidélisation
mobilité
gestiond'équipement

Destination

HAUTE-PROVENCE

DURANCE LUBERON VERDON

