



Rapport d'activités 2019

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.* »

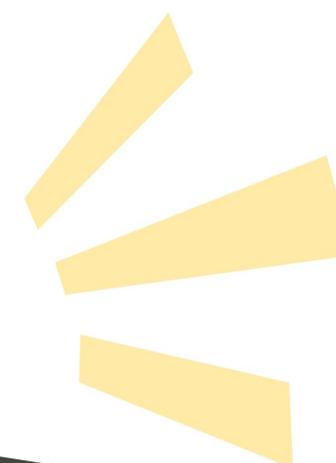
LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA »

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

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'est achevée le 31 décembre 2019.



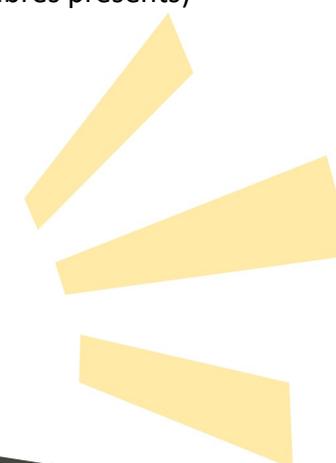
LE COMITÉ DE DIRECTION :

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 2019 :

- **Lundi 25 février 2019** (18 membres présents)
- **Lundi 15 avril 2019** (18 membres présents)
- **Jeudi 4 juillet 2019** (12 membres présents)
- **Lundi 30 septembre 2019** (14 membres présents)
- **Lundi 9 décembre 2019** (13 membres présents)



LA PARTICIPATION AU RÉSEAU INSTITUTIONNEL :

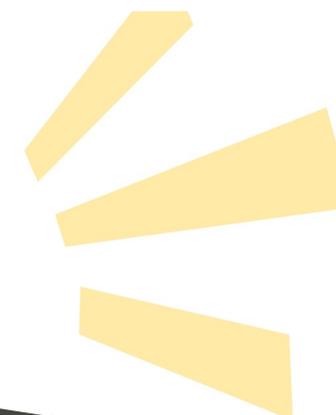
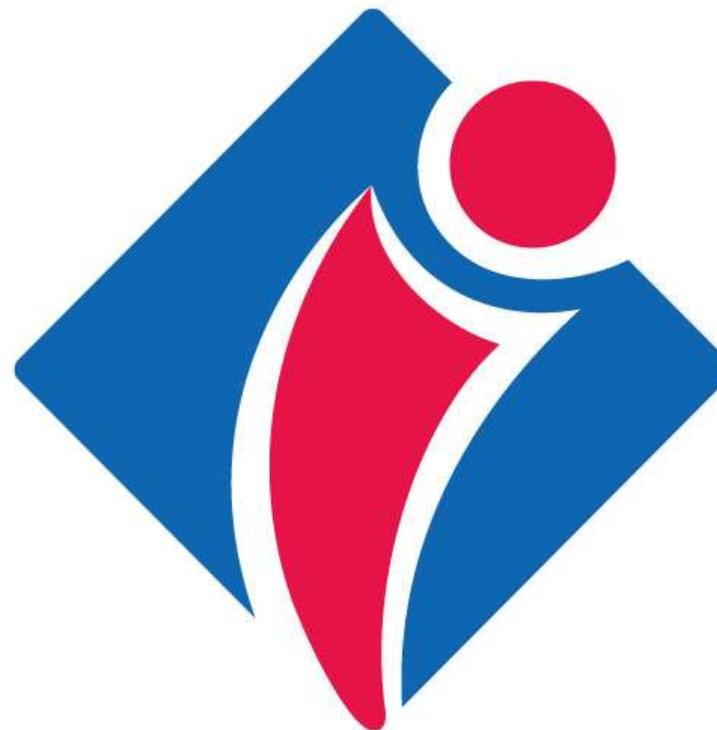
Offices de Tourisme de France (OTF) : La fédération nationale est actuellement présidée par Christian MOURISARD. **Elle assure un rôle de représentation et de défense des intérêts des Offices de Tourisme auprès des institutions publiques ou privées.** Elle offre à ses adhérents des services d'accompagnement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

Montant de la cotisation : 2 200 €uros

FROT PACA : Présidée par Christian MOURISARD, 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 : 2 500 €uros



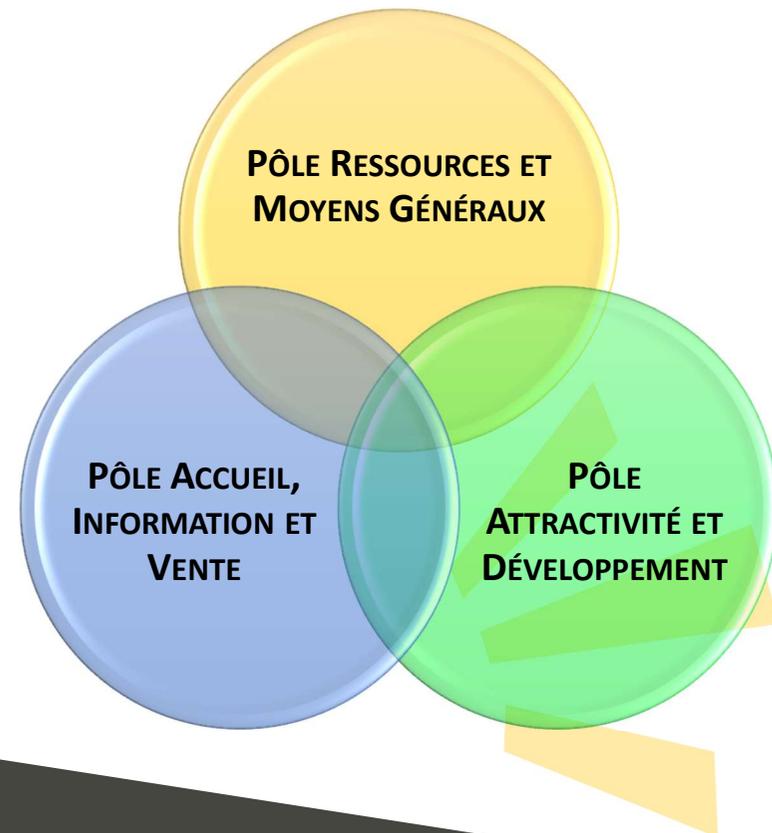
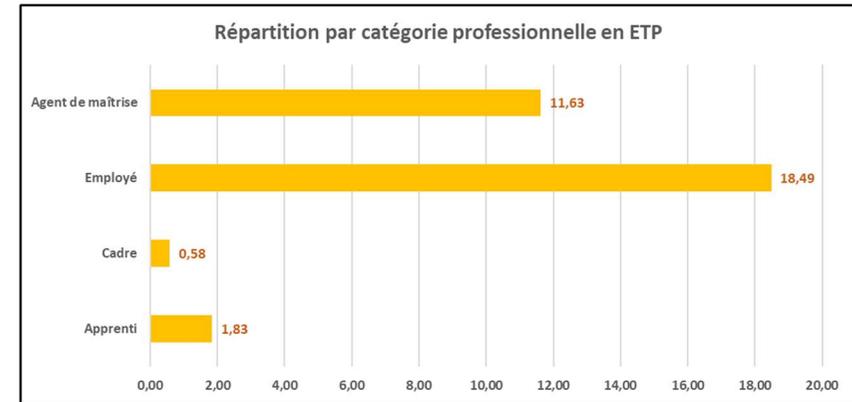
LA VIE INSTITUTIONNELLE DE L'EPIC « OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE DLVA » (SUITE)

DERRIÈRE LE RIDEAU, UNE ÉQUIPE

Organisé en 3 pôles, l'Office de Tourisme a employé **47 agents en 2019** (soit 30,10 agents en Equivalent Temps Plein).

MOUVEMENT DU PERSONNEL EN 2019

Frédérique PILMES en juillet	Marjorie TOUSSAINT en juillet
Anaïs FILLOZ et Clément BALCON en mai	Marie GREGOIRE en août
Frédéric RIVIERE en octobre	Anissa FREVILLE en mai
Laetitia CHARRIERE en mars	Sébastien TOUSSAINT en juin
Marine KHELFALLAH en octobre	Charlotte MOINE en octobre
10 saisonniers d'avril à novembre	3 apprenties en juillet et août
	10 saisonniers d'avril à novembre
16 Entrants	18 Sortants



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 2019, l'Office de Tourisme a financé 70 heures de formation pour 25 agents.**

Intégralement financé par notre OPCA (AGEFOS PME puis par accord de branche du 15 mars 2019 AFDAS), **le coût pédagogique s'élève à 5 592 € HT.**

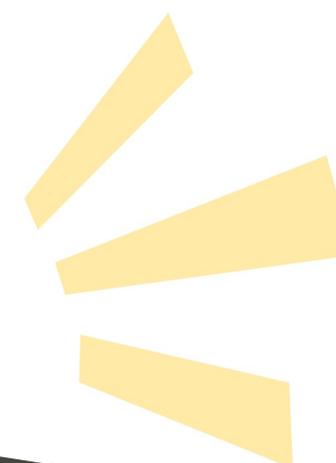
Vous trouverez ci-dessous le détail :

Intitulé	Organisme	Nombre de participants	Nombre d'heures
Réglementation commercialisation	FROTSI	1	7
APIDAE 2	FROTSI	8	7
Atelier widgets et extranet APIDAE	CLUB API VAR	2	7
Sauveteur Secouriste du Travail	PFPS	10	7
Sauveteur Secouriste du Travail	PFPS	10	7
GRC – GROUPE 1	INGENIE	12	7
GRC – GROUPE 2	INGENIE	12	7
Fonctionnement CSE	CAPSTAN	1	7
Recyclage SSIAP1	PROCONSEC	1	14

Focus sur les stages :

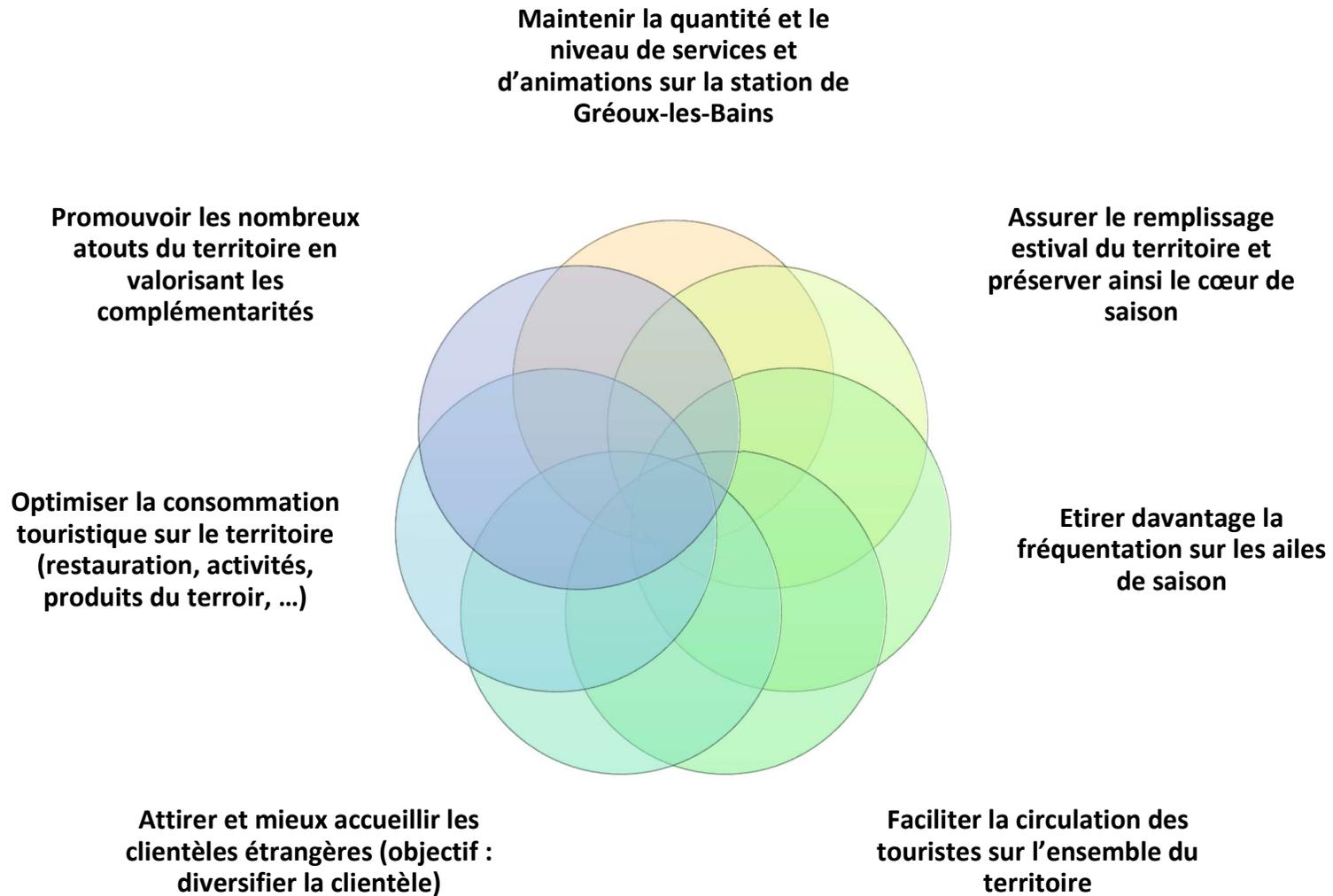
En 2019, l'Office de Tourisme a accueilli 11 stagiaires :

- **Mélissa STASSIN** du 18 février au 08 mars
- **Chloé MOLLET** du 25 février au 15 mars
- **Gajoré DAUTJAN** du 15 au 30 avril
- **Léo TRAVERSA** du 02 mai au 23 juin
- **Youssa DZAFER** du 11 au 21 juin
- **Charlotte PIRES** du 18 au 29 novembre
- **Faustine FROMONT** du 25 novembre au 22 décembre
- **Aurélie MORTREUX** du 03 au 12 juin, du 09 au 22 juillet, du 02 au 17 décembre
- **Marine KHELFALLAH** du 1^{er} mars au 31 mai (*stage rémunéré*)
- **Xinlei PAN** du 18 mars au 31 juillet (*stage rémunéré*)
- **Yihan WANG** du 1^{er} avril au 31 août (*stage rémunéré*)

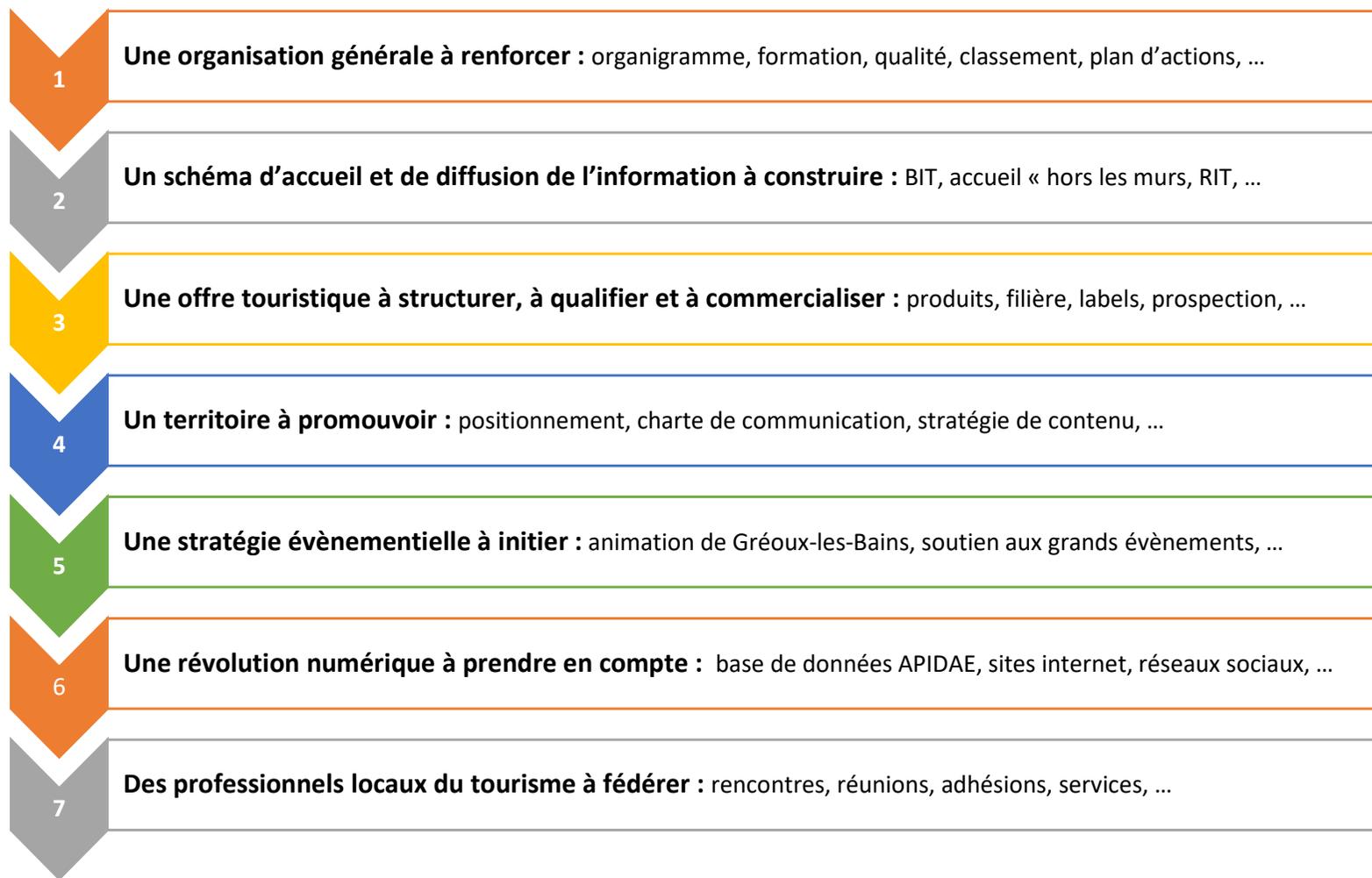




LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE



 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 :



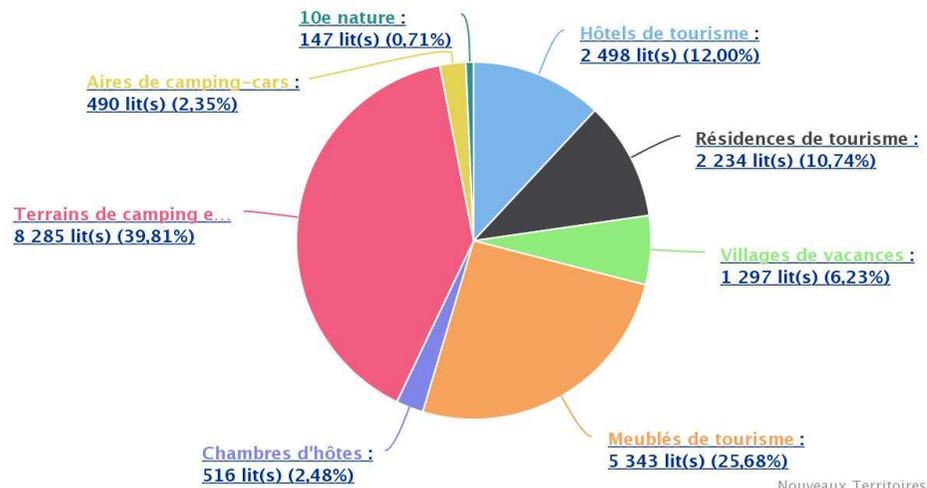


1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR

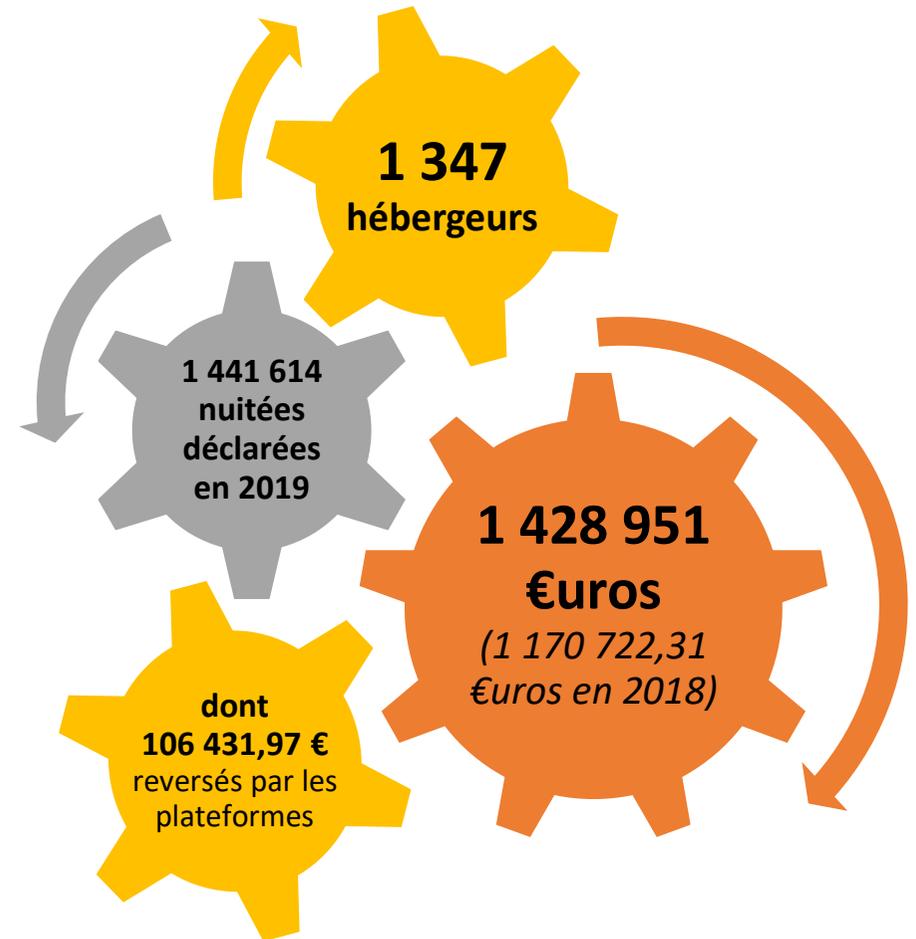
La taxe de séjour est instaurée dans le but de faire supporter aux touristes une partie des charges engagées pour les actions d'accueil, de promotion et de valorisation du territoire. Elle est perçue auprès des visiteurs, qu'ils soient touristes d'agrément ou d'affaires. Dans le cas de notre communauté 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.

Etat des hébergements par natures d'hébergements

Cliquer sur une nature d'hébergement pour visualiser les valeurs par catégories de classement



Nouveaux Territoires

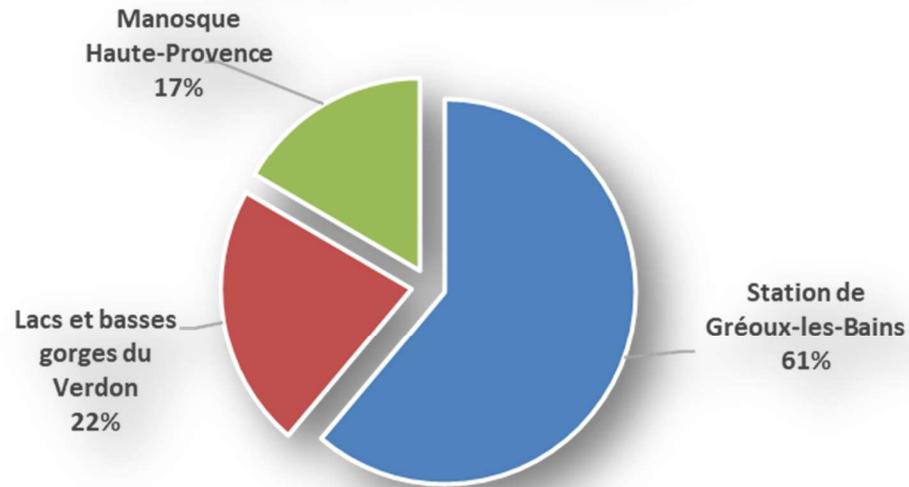




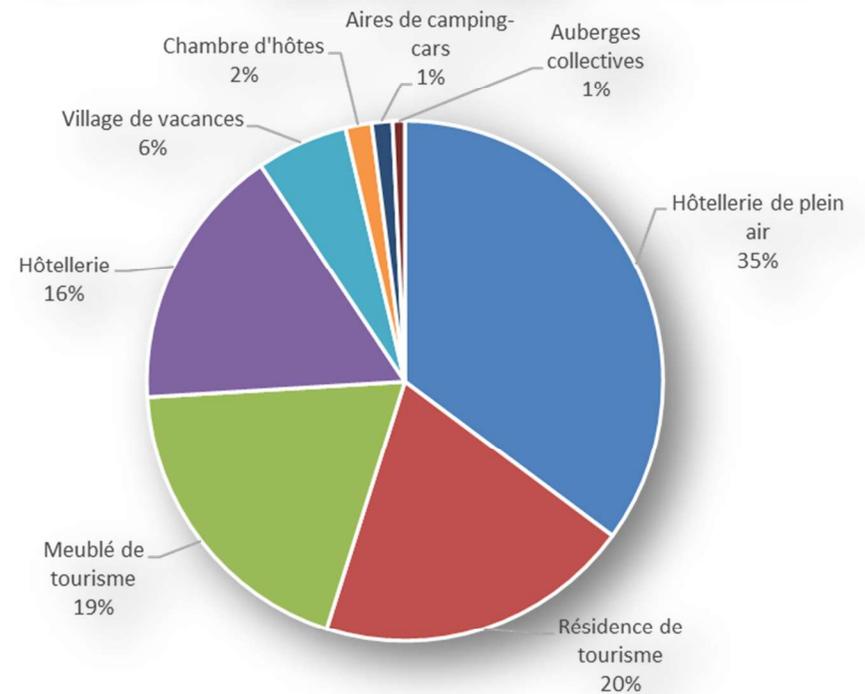
1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-dessous quelques graphiques illustrant le bilan 2019 :

Répartition des nuitées par destination - Année 2019 (source : taxe de séjour)



Répartition des nuitées par type d'hébergement - Année 2019 (source : taxe de séjour)





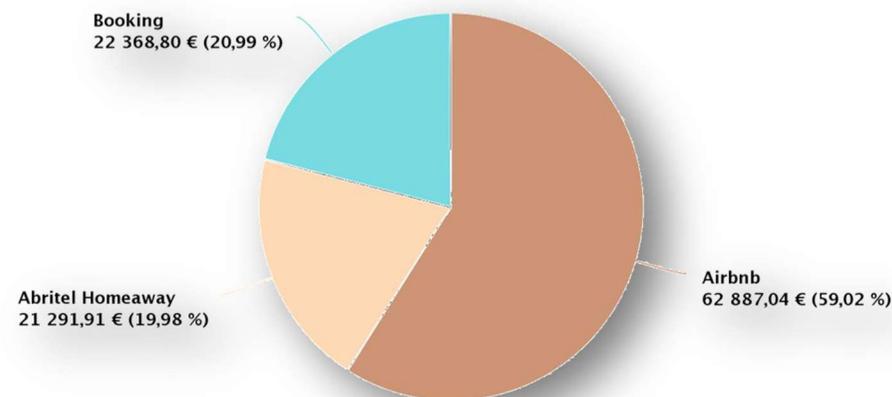
1° LA GESTION DE LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR (SUITE)

Vous trouverez ci-après le bilan de la collecte de la taxe de séjour depuis 2015 avec répartition par année et par commune ainsi que le poids de chacune d'elles.

Communes de DLVA	Année 2015	Année 2017	Evol. N-1	Année 2018	Evol. N-1	Année 2019	Evol. N-1	Evol. N-4	Représentativité
Gréoux-les-Bains	601 946,01 €	780 151,55 €	30%	787 321,18 €	1%	875 660,83 €	11%	45%	68%
Manosque	81 676,22 €	135 099,90 €	65%	139 728,75 €	6%	159 021,77 €	14%	95%	12%
Montagnac-Montpezat	31 961,70 €	46 564,90 €	46%	47 187,05 €	2%	50 072,15 €	6%	57%	4%
Esparron-de-Verdon	19 588,00 €	29 958,90 €	53%	32 378,70 €	12%	32 180,65 €	-1%	64%	3%
Saint-Laurent du Verdon	10 500,00 €	29 041,30 €	177%	32 734,90 €	35%	34 920,46 €	7%	233%	3%
Quinson	21 299,00 €	29 664,30 €	39%	28 398,35 €	-6%	28 337,78 €	0%	33%	2%
Riez	6 781,00 €	13 189,00 €	94%	14 389,30 €	18%	18 460,55 €	28%	172%	1%
Vinon-sur-Verdon	20 400,00 €	13 324,42 €	-35%	10 666,15 €	-13%	11 077,68 €	4%	-46%	1%
Saint-Martin de Brômes	2 517,60 €	6 999,40 €	178%	5 972,70 €	-41%	5 818,78 €	-3%	131%	0%
Allemagne-en-Provence	2 633,10 €	6 715,40 €	155%	6 644,60 €	-3%	7 799,55 €	17%	196%	1%
Montfuron	1 555,70 €	2 143,30 €	38%	1 929,55 €	-14%	730,49 €	-62%	-53%	0%
Autres communes		68 364,80 €		66 932,60 €	-2%	61 822,77 €	-8%		5%
	800 858,33 €	1 161 217,17 €	45%	1 174 283,83 €	2%	1 285 903,46 €	10%	61%	

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.

Vous trouverez ici la répartition des montants reversés par les opérateurs numériques en 2019 à DLVA.





2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE

Inauguration du « Front Office » de l'Office de Tourisme de Manosque - le jeudi 11 avril à 18h

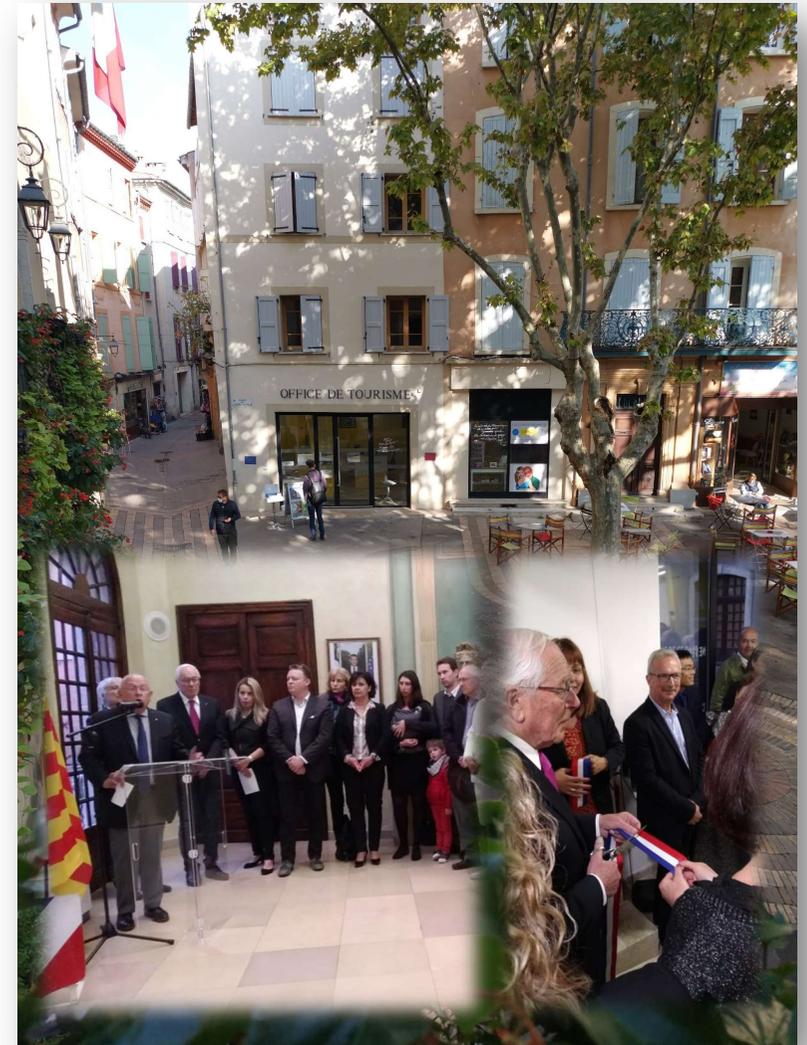
Montant des travaux d'aménagement : **39 000 Euros**

Les principes qui ont constitué le socle du projet : **créer un espace exclusivement dédié à l'accueil et à l'information (le « FRONT OFFICE »)** ouvert à tous (touristes, excursionnistes et habitants) avec une dose d'outils numériques.

On ne juge pas la qualité d'un Office de Tourisme par sa superficie mais par les services que l'on y rend et l'expertise des conseillers en séjour. **Placé au cœur du centre historique, nous avons la conviction que ce nouvel espace permettra de remplir correctement notre mission d'accueil et de promotion de Manosque et du territoire.**

Un local fonctionnel et moderne CASSANT LES CODES ANCIENS : plus de banque d'accueil mais un espace d'échange et de conseil aux normes :

- couvert par un hotspot Wifi
- doté d'un espace « billetterie » : une mission qui se développe dans les Offices de Tourisme et qui est une source d'autofinancement
- équipé d'écrans pour l'affichage dynamique
- sans oublier les fonctions traditionnelles (plans, documentations touristiques, ...)





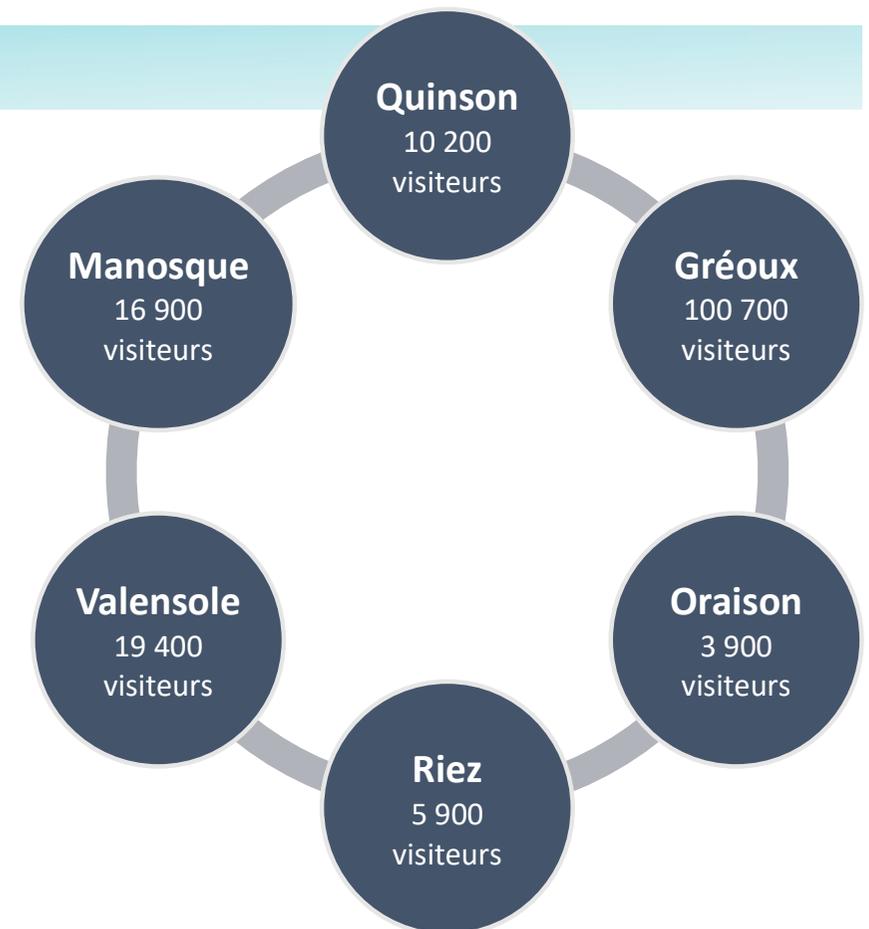
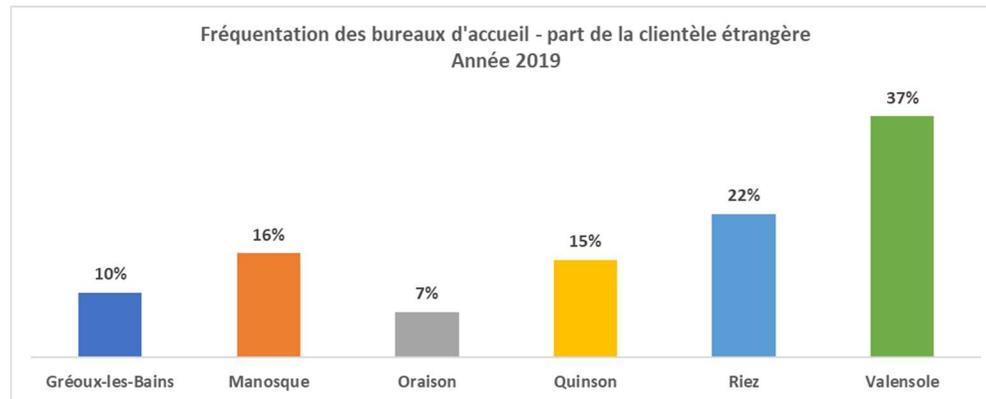
2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

En 2019, nos 6 bureaux d'information touristique ont accueilli et renseigné **157 000 personnes, soit une hausse de 7%**.

74% de cette fréquentation s'effectue **entre mai et septembre**.

Cette fréquentation se répartit comme suit :

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



E-réputation des BIT (google)

Gréoux-les-Bains : **4,1/5**

Manosque : **3,8/5**

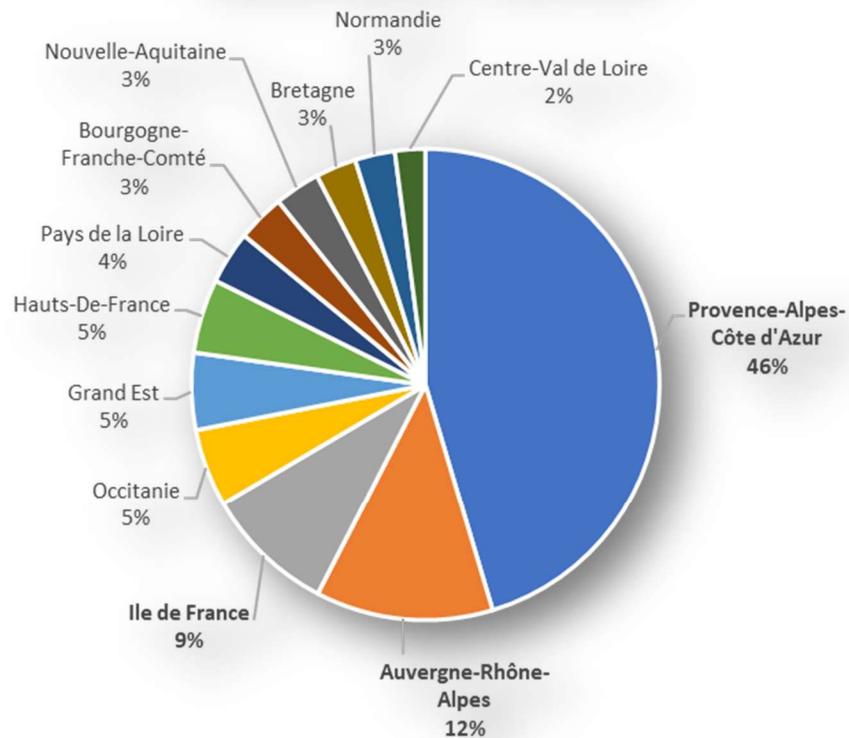
Quinson : **5/5**

Valensole : **4,6/5**

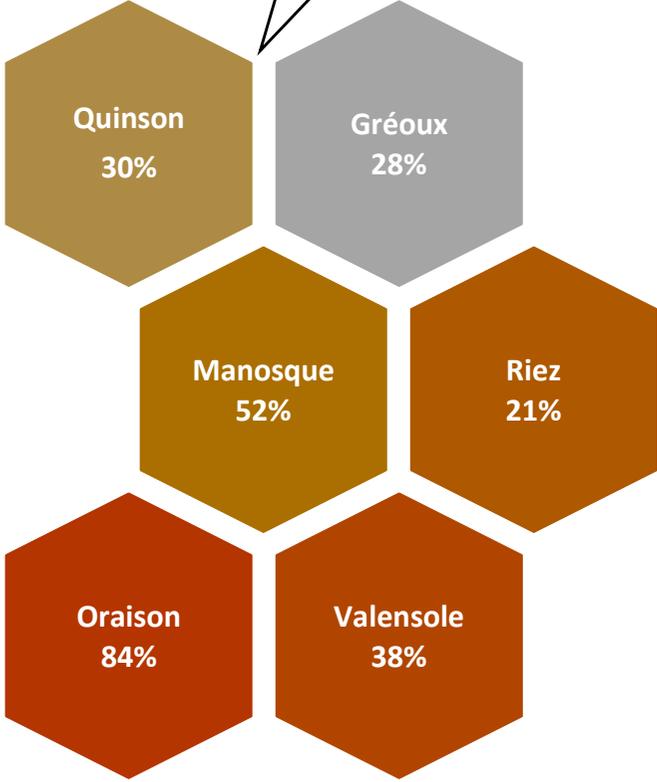


2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Fréquentation des bureaux d'accueil - Origine de la clientèle française - Année 2019



Quote-part de la clientèle régionale par BIT

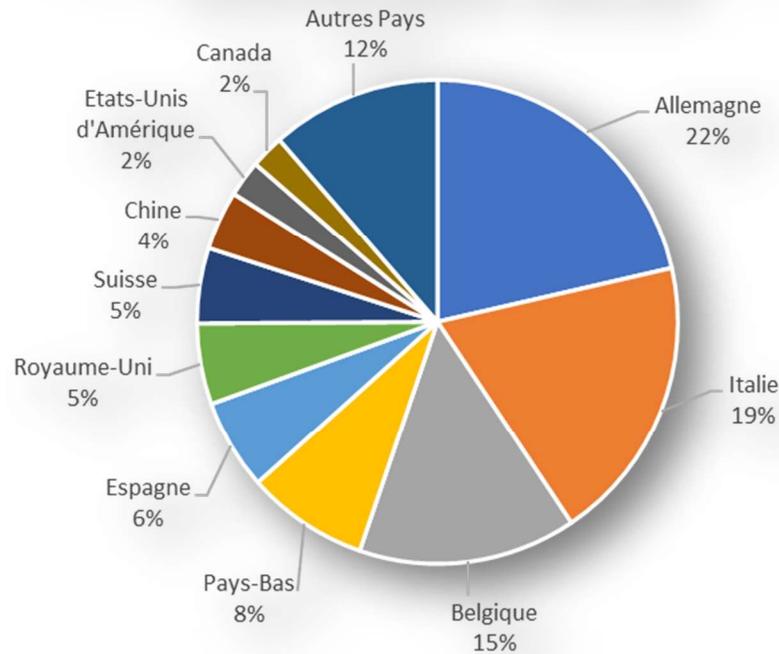




2° L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

Nos bureaux d'information touristique ont accueilli et renseigné **78 nationalités différentes**.

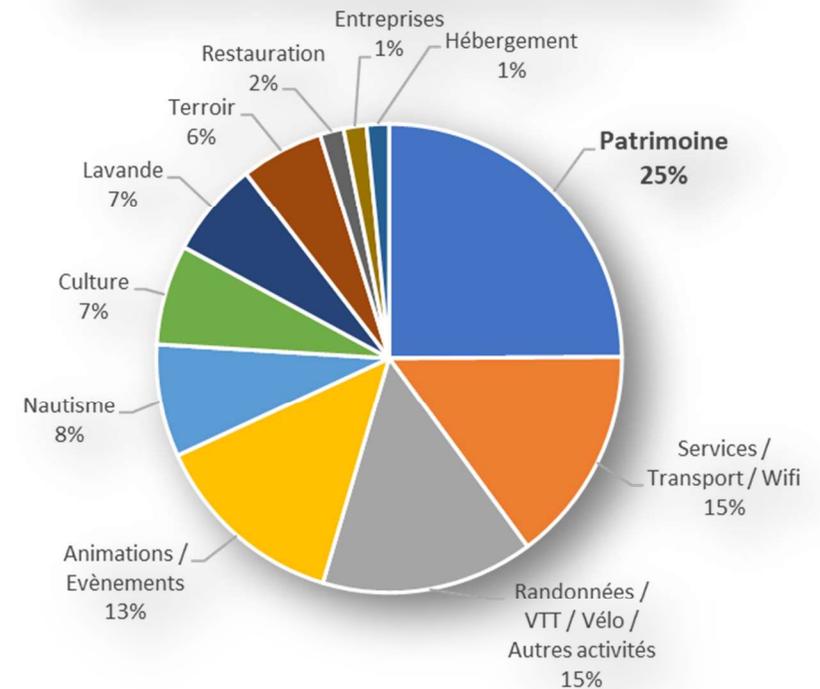
Fréquentation de nos bureaux d'accueil - Origine de la clientèle internationale - Année 2019



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

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

Nature de la demande (bureaux d'accueil)





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 2019, le pôle « accueil et information » a géré 10 points d'accueil « hors les murs » et renseigné plus de 10 000 personnes : 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.

Point de vigilance : l'accueil « hors les murs » impacte le fonctionnement des bureaux d'accueil (*baisse des horaires d'ouverture voire fermeture*).

Où ?	Combien de personnes renseignées ?
Camping La Farigoulette (Saint-Laurent du Verdon)	300 personnes
Village Vacances Belambra (Montpezat)	370 personnes
Camping Les Prés du Verdon (Quinson)	350 personnes
Marché de Riez	650 personnes
Marché de Quinson	1 200 personnes
Camping Rose de Provence (Riez)	150 personnes
Camping Les Oliviers (Oraison)	70 personnes
Les Thermes (Gréoux-les-Bains)	5 100 personnes
Résidence Les Grands Pins (Gréoux-les-Bains)	1 600 personnes
Marché de Vinon-sur-Verdon	450 personnes
Fête de la Lavande (Valensole)	<i>Non comptabilisé</i>
Fête de la Préhistoire (Quinson)	<i>Non comptabilisé</i>



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 2019, l'Office de Tourisme Communautaire a installé **5 Relais d'Information Touristique supplémentaires** : Gîte Le Clos des collines, Base Yannick, Camping La Farigoulette, Camping Près La Combe et Belambra.

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

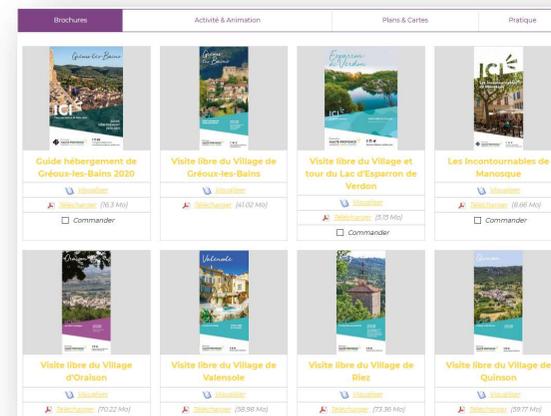
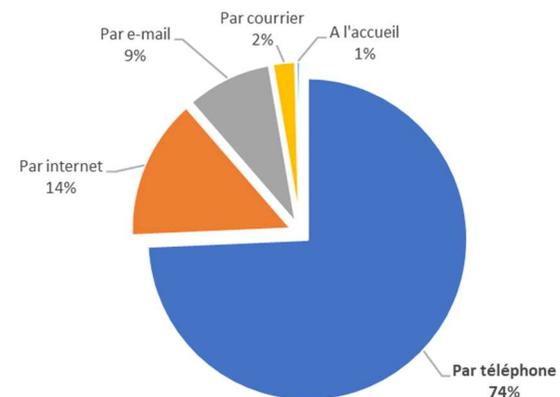
La documentation dans les Offices de Tourisme requiert une gestion exemplaire dans le traitement des demandes et l'exploitation statistique, a fortiori avec les exigences de la marque Qualité Tourisme.

Nous utilisons un logiciel métier pour la gestion des documentations et des brochures développé 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, téléchargés

L'Office de Tourisme a enregistré **4 081 demandes de documentation** auxquelles se rajoutent près de **6 300 téléchargements en ligne (+ 110 %)**.

Répartition des demandes de documentation par mode de contact - Année 2019





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 » (coût : 2 920 Euros). 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.**

8 704 objets touristiques saisis et/ou mis à jour dans la base de données APIDAE soit une progression de 17,46%



Les informations saisies et mises à jour dans APIDAE remontent sur 9 grands canaux « internes » (sites internet, éditions à la demande, écrans dynamiques, éditions papiers, module pour la gestion de la relation clients, ...) et sur les outils numériques d'une vingtaine de partenaires (AD04, CRT, Mapado, etc. ...)



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.



Salons 2019	Lieu	Dates
TOURISSIMO <i>(avec le soutien financier des Thermes de Gréoux-les-Bains)</i>	Strasbourg	Du 8 au 10 février
Salon du Randonneur <i>(stand Région SUD PACA)</i>	Lyon	Du 22 au 24 mars
Corima Drôme Provençale (cycloportive)	Montélimar	13 avril
La Provençale Sainte-Victoire (cycloportive)	Aix-en-Provence	20 avril
Salon Horizon Séniors	Lyon	20 et 21 novembre



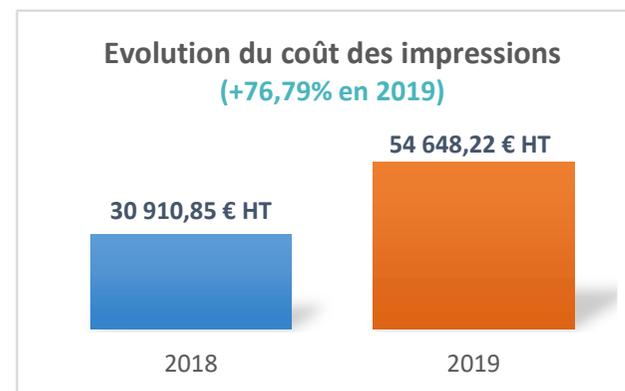


3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE

Les éditions touristiques

Magazine Destination Haute-Provence – Voyage au Pays de Jean GIONO en FR (NOUVEAU)	50 000 ex.
Magazine Destination Haute-Provence – Voyage au Pays de Jean GIONO en FR (NOUVEAU)	2 500 ex.
Carte du territoire (format sous-main)	500 blocs
Plan de Manosque en GB (NOUVEAU)	10 000 ex.
Plan de Manosque en FR (NOUVEAU)	50 000 ex.
Circuits « Randoland »	13 500 ex.
Balade à jouer (NOUVEAU)	1 000 ex.
Carte de randonnée pédestre Quinson (NOUVEAU)	2 500 ex.
Carte de randonnée pédestre Riez (NOUVEAU)	2 500 ex.
Carte de randonnée pédestre Gréoux-les-Bains	3 000 ex.
Visite Gréoux-les-Bains FR/D/GB (NOUVEAU)	7 000 ex.
Visite Valensole FR/GB/CH (NOUVEAU)	4 000 ex.
Visite Riez FR/GB (NOUVEAU)	3 000 ex.
Visite Oraison FR/GB (NOUVEAU)	1 500 ex.
Visite Quinson FR/GB (NOUVEAU)	4 000 ex.
Visite Esparron-de-Verdon FR/D/GB (NOUVEAU)	15 500 ex.

Guide Pratique Gréoux-les-Bains	10 000 ex.
Guide « Hébergement » Gréoux-les-Bains	10 000 ex.
Guide Pratique Riez (NOUVEAU)	2 500 ex.
Guide de la pêche « Verdon Colostre » (NOUVEAU)	1 000 ex.
Flyer « jours de marché »	5 000 ex.
Guide touristique de Quinson	2 000 ex.
Guide touristique de Gréoux-les-Bains	5 000 ex.
Carte touristique du plateau de Valensole (NOUVEAU)	10 000 ex.
Carte touristique du Pays de Manosque (NOUVEAU)	10 000 ex.
Les incontournables de Manosque « NOUVEAU » FR	10 000 ex.
Les incontournables de Manosque en D (NOUVEAU)	5 000 ex.
Les incontournables de Manosque en GB (NOUVEAU)	5 000 ex.
Plan de la station de Gréoux-les-Bains	20 000 ex.
Programme mensuel « Ici & Aujourd’hui » (10 numéros)	70 000 ex.





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.

46 newsletters envoyées du 23 janvier au 18 décembre 2019 et 1 spécial marché de Noël envoyée le 1/12.

ICI
Haute-Provence et Pays de Manosque Du 7/12/19 au 13/12/19

MARDI 10 DÉCEMBRE
Manosque Spectacle "LoDka"
04 92 70 35 21

Samedi 7 Décembre
La Brillanne Le petit facteur de Noël
04 92 78 97 35

ICI
Les Basses Gorges du Verdon Du 7/12/19 au 13/12/19

SAMEDI 7 DÉCEMBRE
Gréoux-les-Bains Portes ouvertes et Marché de Noël, Thermes de Gréoux-les-Bains
04 92 70 44 96

Quinson
Tous au théâtre
06 07 52 32 00





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...

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 :

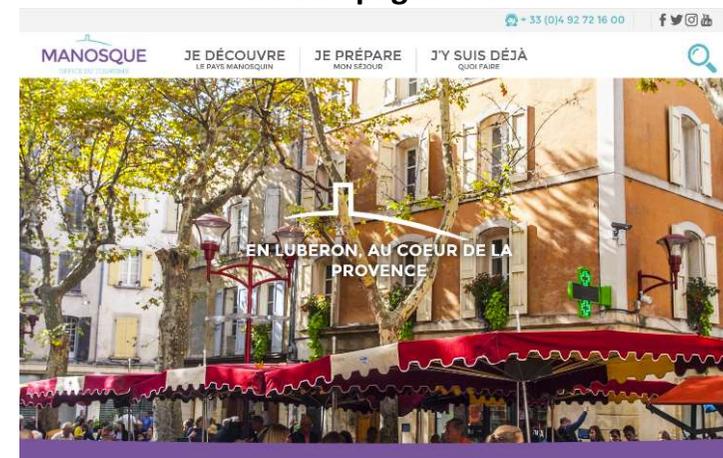
- interfacés avec le Système d'information touristique APIDAE
- structurés autour de trois objectifs distincts et complémentaires : JE DECOUVRE, JE PREPARE, J'Y SUIS DÉJÀ avec consultation ou téléchargement de la documentation (*brochures, plans, cartes, ...*)
- connectés aux réseaux sociaux et adaptés 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 2019 :

154 121 nouveaux utilisateurs (+7,2%)

799 587 pages vues



Chiffres clés 2019 :

83 357 nouveaux utilisateurs (+35,8%)

268 583 pages vues



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

www.durance-luberon-verdon.com

Mise en ligne de notre portail Internet le 11 mars 2019

Cette réalisation est le résultat de 5 mois de travail d'une « équipe projet » coordonnée par Laura NEGRO et constituée de 4 personnes.

Entièrement alimenté par la base de données APIDAE, il référence toute l'offre touristique communautaire. Les internautes ont accès à tout l'agenda du territoire.

Toutes les brochures sont téléchargeables et consultables en ligne.

Une rubrique groupes et entreprises mais aussi différents espaces (*presse, adhérents et hébergeurs*) sont visibles depuis la page d'accueil.

Nous donnons également la possibilité aux partenaires d'accéder à **une médiathèque** haute définition sécurisée.

La billetterie en ligne et le moteur de recherche de disponibilités sont « boostés » depuis la page d'accueil.





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 2019, le pôle communication a réalisé 110 newsletters, dont 10 communiqués de presse. Le taux d'ouverture « moyen » s'élève à 24,78%.**

FOCUS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

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

- Facebook : 9 714 abonnés (+5,1%) , 9 837 mentions « j'aime » (+4,48%)
- Instagram : 1 079 abonnés (+12,8%)
- Twitter : 350 abonnés (+9,7%)
- You Tube : 3 nouvelles vidéos publiées, 8 003 vues



The screenshot shows the website interface for Durance Luberon Verdon Tourisme. At the top, there is a large circular logo with the text 'ICI' and a yellow starburst graphic. Below the logo, the text reads 'Durance Luberon Verdon Tourisme' and '@TourismeDLVA'. A navigation menu is visible on the left side, listing various sections: Accueil, Publications, Avis, Vidéos, Photos, À propos, Évènements, Communauté, Welcome, Offres d'emploi, and Tickets. On the right side, there is a sidebar menu with categories like 'Raccourcis' (Shortcuts) and 'Parcourir' (Browse), listing various services and events such as 'Durance Luberon V...', 'Les Soirées du Ch...', 'Centre de Congrès...', 'Foire aux Santons...', 'COVID-19 - Centre...', 'Pages', 'Évènements', 'Groupes', 'Collectes de fonds', 'Gestionnaire de pu...', 'Jeux', 'Centre d'informatio...', 'Facebook Pay', 'Oculus', 'Vidéos en direct', 'Météo', 'Offres', 'Services de crise', 'Vidéos de jeux', 'Listes d'amis', 'Souvenirs', 'Activité publicitair...', 'Offres d'emploi', and 'Enregistrements'.



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Insertions publicitaires pour la promotion du territoire

Nom du support	Zone de diffusion	Coût en € HT
Brochure nationale de la Chaîne Thermale du Soleil	Nationale	6080,00 €
Guide pratique du curiste édité par la Chaîne Thermale du Soleil	Nationale	1600,00 €
Guide Vacances en Provence (Société Editrel)	Régionale	1280,00 €



Offre privilège :
 votre place de cinéma à 6 € en échange de la coupe d'été à présenter au cinéma jusqu'au 31/12/19.
 * Pour connaître les lieux de distribution, rendez-vous sur le site www.icihaute-provence.com

Bon plan
 50% de réduction sur les billets de concert.
 * Pour connaître les lieux de distribution, rendez-vous sur le site www.icihaute-provence.com

Insertions publicitaires pour la promotion des grands événements

Manifestations	Coûts en € HT	Supports
Randuro « La Capellane » (Volx)	100 €	Facebook
Truffe Noire de Villedieu (Manosque)	99,80 €	Facebook
Rendez-vous de Printemps (Greoux)	1 257,60 €	Facebook, Mouv'in, Haute Provence Info, La Provence
Soirées de l'Etoile (Gréoux)	8 383,44 €	La Provence, Mouv'in, Facebook, Haute Provence Info, Ecociné Verdon, Programme du Greoux jazz festival
Parfums d'Italie (Gréoux)	1 262,79 €	La Provence, Facebook, Haute-Provence Info, Mouv'in, Radio Verdon
Fête de la Transhumance (Vinson)	1 910,49 €	La Provence, Mouv'in, Facebook, Haute-Provence Info, Programme du mois Gréoux
Gréoux de Janeiro (Gréoux)	1 538,49 €	La Provence, Facebook, Haute-Provence Info, Mouv'in, Radio Verdon
1 ^{er} Rosé Day (Pierrevert)	1 852,99 €	La Provence, Mouv'in, Facebook, Haute Provence info, Programme du mois Gréoux
Gréoux Jazz Festival	5 568,83 €	La Provence, France Bleu Provence, Zibeline, Ecociné Verdon
Foire aux Santons (Gréoux)	5 623,62 €	La Provence, Haute-Provence Info, Mouv'in, France Bleu Provence, Radio Verdon
Automne musical (Greoux)	300,00 €	Mouv'in, Ecociné Verdon
TOTAL	28 458 €	



3° LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUE (SUITE)

Autres types d'actions

- Dans la continuité de 2018, **réalisation de 3 vidéos de promotion complémentaires** : « Quinson, Ici l'histoire a 400 000 ans », « Valensole, Ici un océan de lavandes » et « La Truffe, le diamant noir de Haute-Provence »
- **Réalisation de dossiers de presse et 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
- **Envoi des programmes hebdomadaires et mensuels par e-mail ou par courrier à tous les partenaires**
- **Organisation de 10 accueils « presse »** :
 - Accueil de Hilke Maunder**, journaliste freelance et bloggeuse (sujet : découverte de Gréoux-les-Bains)
 - Accueil de Marie Le Marois**, journaliste au magazine « Version Fémina » (sujet : Manosque, artisans et truffe)
 - Accueil de Martine Guicher**, Media CE (Sujet : bons plans hébergement à Gréoux)
 - Accueil de Muriel Brunswig**, du « Guide Dumont » (sujet : Manosque, Pierrevert et Riez)
 - Accueil de Caroline Mindel-Girard et Nathalie Simon**, de « Chroniques Méditerranéennes » (sujet : émission France 3 - Manosque et plateau de Valensole en pleine floraison)
 - Accueil de Beate Schumann** de « Sudwest Press » (sujet : Manosque, Valensole)
 - Accueil de Stijn Smets**, journaliste Belge du Magazine « VAB » (sujet : découverte du territoire dans sa globalité)
 - Accueil de Elizabeth Mismes** du « Quotidien de l'Art » (sujet : culture à Manosque)
 - Accueil de Marie-Laure de Vienne**, du magazine « L'Evasion des Sens » (sujet : Gréoux-les-Bains, Oraison, Valensole)
 - Accueil de Marie-Amal Bizalion**, journaliste du Figaro (sujet : classement de la Bastide de l'Adrech à Gréoux-les-Bains)





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 2019.

Manifestations	Bilan
Les Rendez-vous de Printemps	Du 21 au 23 mars
Parfums d'Italie	Du 9 au 12 mai défilés, concerts, marché, ...
Les Boucles du Verdon organisé par l'ATCC04	19 mai Gestion des inscriptions en ligne et participation dans l'organisation
Verdon Kustom day organisé par Verdon Events	8 juin
Festival Poésie et Chansons au Pays des Lavandes	27 juin Centre de Congrès
Fête provençale organisée par FestiGreoux	Le 5 juillet participation dans l'organisation
Gréoux-de-Janeiro	Du 25 au 27 juillet Concerts, spectacles de rue, marché, ...
Festival de Scrabble de Provence organisé par le Comité Provence	Du 26 juillet au 2 août participation dans l'organisation
Gréoux Jazz Festival organisé par FestiGreoux	Du 18 au 22 septembre Billetterie, participation dans la communication et dans l'organisation
1 ^{er} National de pétanque organisé par la Boule Sulfureuse	Les 5 et 6 octobre
Automne Musical organisé par l'Ensemble Provence Verdon	Du 17 au 20 octobre Billetterie, participation dans la communication et dans l'organisation
Randonnée VTT Verdon des Collines organisée par le Team Gréoux Bike	11 novembre, 21 ^{ème} édition Participation active dans l'organisation
11 ^{ème} Cyclo-cross organisé par l'ATCC04	17 novembre
Musiques à Pauline	16 dates (du 27 avril au 12 octobre)
Les Nocturnes	8 concerts (chaque vendredi soir du 12 juillet au 6 septembre)
Les Soirées de l'Etoile	8 dates (d'avril à novembre)

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

FOCUS SUR LA 25^{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 2019, du vendredi 25 octobre au dimanche 3 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 25^{ème} édition :

- Chiffre d'affaires 2019 : **89 068,51 €uros**
- Panier moyen (3 819 bons de vente) : **23,32 €uros**
- Meilleur jour : Samedi 26 octobre (14 400 €uros)
- Chiffre d'affaires de la buvette : **2 067 €uros**
- Election du santon de l'année : 1 500 votes



Ci-dessous quelques extraits du livre d'or :

« J'ai assisté à une réalisation de santons pour la première fois. Très enchanté, intéressant. Une exposition sensationnelle et GRATUITE. Bravo à tous les santonniers et aux volontaires pour cette fabuleuse prestation »

« Superbe ! quand on apprend que l'expo est gratuite, on ne s'attend pas à voir autant de belles choses. »

« Magnifique exposition à voir absolument, nous serons de retour l'année prochaine, nous avons passés un excellent après-midi, avec des personnes sympas et merci pour l'accueil. »

« Superbe exposition, chaque fois que nous venons nous nous laissons prendre au charme et repartons avec de superbes santons. »





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.**

Depuis 2014, le Centre de Congrès a accueilli 469 évènements dont 169 évènements « affaires » : congrès, séminaires, showrooms, dîners de gala, assemblées générales, foires, salons, ...

L'ÉTOILE GRÉOUX
CENTRE DE CONGRÈS LES BAINS



Bilan commercial 2019 :

Le Centre de Congrès a accueilli **70 évènements** répartis comme suit :

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

Le chiffre d'affaires s'élève à 99 799,84 € TTC.

L'équipe commerciale a réalisé 90 devis.
20 propositions n'ont pas abouti, soit un taux de concrétisation de 78%.



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
- **16 visites** organisées pour prospects : 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 DU SERVICE RÉCEPTIF

Démarchage commercial BtoB

Rendez-vous en France à Marseille – Salon (19 et 20 mars)

Organisé depuis plus de 10 ans par Atout France, **le Salon Rendez-vous en France est l'événement incontournable de l'intermédiation et tient un rôle essentiel pour maintenir la France et ses destinations mondiales dans la programmation des tour-opérateurs internationaux.** Marseille a accueilli l'édition 2019 qui s'est tenue les 19 et 20 mars. Ce salon accueille près de **950 tours opérateurs et journalistes issus de 73 pays et 375 exposants.**

Afin d'aborder le meilleur positionnement auprès des professionnels du tourisme, un travail de **qualification de l'offre** a été mené auprès des prestataires d'activités, restaurateurs et hébergeurs du territoire pour aboutir à des propositions ciblées et correspondant également à la thématique illustrant notre destination.

De nombreuses actions ont été menées par le CRT **et l'Office de Tourisme a mobilisé ses prestataires pour les préparer au mieux à cet évènement.**

- Un module de **microlearning** a été créé par le CRT pour se **former aux enjeux du tourisme régional**, aux attentes des clientèles internationales et aux valeurs des marques de destination
- De multiples rendez-vous et une répétition générale ont été organisées par le Comité Régional du Tourisme - le **Mégatraining le 12 décembre 2018 à Mallemort** – pour aider les acteurs du tourisme régional à **comprendre les enjeux de la manifestation et les besoins des opérateurs de voyage.**





6° L'ACTIVITÉ DU SERVICE RÉCEPTIF (SUITE)

Pré-tours « Rendez-vous en France » (du 14 au 18 mars 2019)

En amont du salon, **26 pré-tours** ont été organisés à travers la Région Sud auxquels 350 tours opérateurs ont participé. L'ensemble des destinations de la région ont été associées à l'organisation des circuits et l'AD 04 a choisi de proposer aux Offices de Tourisme volontaire, de les animer.

Ainsi, **l'Office de Tourisme Communautaire DLVA s'est positionné comme organisateur (tour leader) du pré-tour : « Ecotourisme et Réserves Naturelles »**. **8 tour-opérateurs se sont inscrits** (Brésil, Canada, Russie, Bulgarie, Brésil, Israël, Japon, Italie).

L'Office de Tourisme s'est également investi dans l'élaboration et l'accueil de deux autres pré-tours qui se sont déroulés en partie sur notre territoire valorisant ainsi les acteurs locaux qui les ont accueillis :

- **Gastronomie et artisanat – 17 tour-opérateurs inscrits**
Allemagne, Thaïlande, Croatie, Chine, Lituanie, Russie, Géorgie, Arabie Saoudite, USA, Colombie, Australie, Argentine
- **A vélo en Provence, entre senteurs et saveurs – 16 tour-opérateurs inscrits**
Slovénie, Italie, Afrique du sud, UK, Chili, Colombie, USA, Inde, Brésil, Espagne, Canada, Australie

Accueil de tours-opérateurs et de journalistes de presses spécialisées :

- Accueil de Mme KIM, Tour Story (agence de voyage Coréenne)
- Accueil de Monsieur SMETS, VAB Magazine (*magazine belge spécialisé dans le tourisme itinérant*)
- Accueil de Monsieur JULLIOT, Vojo mag (*magazine VTT*)
- Accueil de Madame LANTELME, « VTT mag » et « VTT E-bike »

Organisation d'éducteurs (liste non-exhaustive)

- Accueil de prescripteurs locaux (*agences réceptives et hébergeurs*) pour présenter la Truffe Noire de Villedieu
- Accueil de l'association CHINAFI (étudiant chinois à Marseille) pour la découverte du plateau de Valensole
- Organisation du déplacement des guides locaux et agences réceptives locales pour la découverte de l'exposition Giono au MUCEM





6° L'ACTIVITÉ DU SERVICE RÉCEPTIF (SUITE)

Création et commercialisation de packages

Conformément à la stratégie commerciale et aux objectifs fixés pour 2019, **plusieurs packages ont été créés et commercialisés à des professionnels du voyage nationaux et internationaux** (*autocaristes, agences de voyages, réceptives, tours opérateurs*) **mais également en direct auprès d'associations, clubs, comités d'entreprises, ...**

Vous trouverez ci-dessous une liste non-exhaustive des packages :

- **Formule journée pour groupes ou autocaristes** : « Art et culture à Manosque »
- **Formule journée pour groupes ou autocaristes** : « A la découverte du terroir de Haute-Provence » (*lavande & Olives, Truffes & Olives*)
- **Court-séjour pour individuels** : « Art de vivre et littérature en Haute-Provence »
- **Court-séjour pour individuels** : « à la découverte du terroir de Haute-Provence » (2 jours/1 nuit)
- **Formule à la journée pour individuels et groupes** : Le plateau de Valensole à Vélo
- **Séjour VTT pour individuels et groupes** : « Le Tour du lac d'Esparron-de-Verdon » (*en randonnée pédestre et en VTT ; 2 jours/1 nuit*)
- **Séjour VTT pour individuels et groupes** : Au cœur des collines (2 jours/1 nuit)
- **Court-séjour pour groupes** : Sport et découvertes dans le Verdon
- **Séjour itinérant en VTT pour individuels et groupes** : « Transverdon : De Moustiers-Sainte-Marie à Gréoux-les-Bains » (2 jours/1 nuit ou 3 jours/2 nuits)

Bilan commercial : Le chiffre d'affaires 2019 s'élève à 75 018 € HT auquel se rajoute le chiffre d'affaires indirect évalué à 30 700 € HT.





7° 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 :

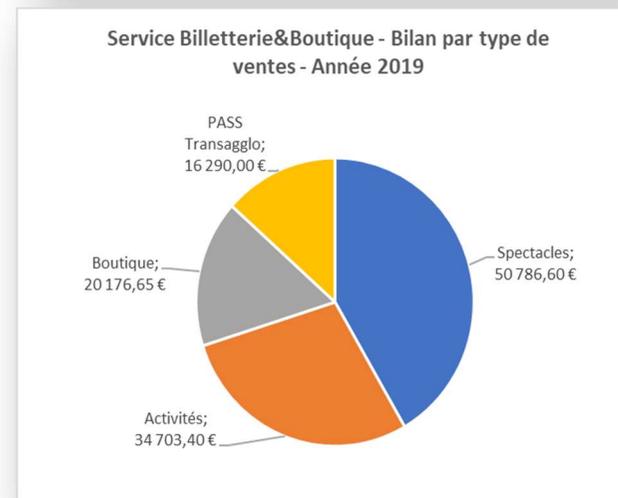
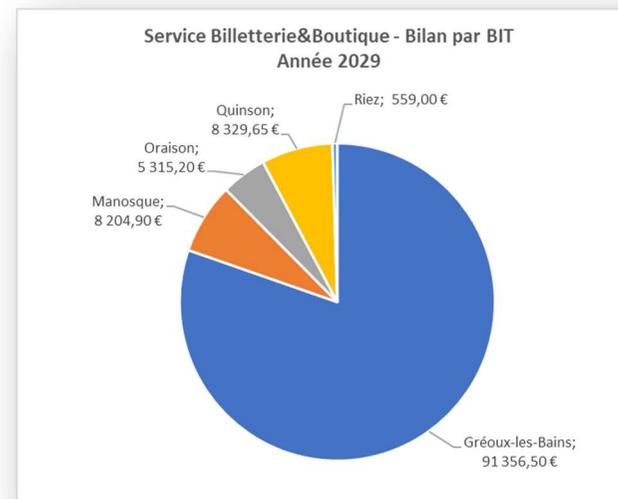
- à tous types de lieux : salles, théâtre, gradins, auditorium, etc. ...
- à tous types d'évènements ou d'activités
- mais, également à tous types de vente : billets numérotés ou non numérotés, abonnements, « pass », ...

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 2019 s'élève à 121 956,65 €uros.

Ci-dessous deux graphiques illustrant le bilan 2019 :





8° AMPELO (PROJET TRANSFRONTALIER FRANCE-ITALIE SOUTENU PAR LES FONDS EUROPÉENS ALCOTRA-INTERREG)

Objectifs : faire la promotion de l'œnotourisme sur les marchés nationaux et internationaux et augmenter les compétences des opérateurs locaux.

4 Partenaires : l'Office de Tourisme (Chef de file), l'Université Européenne des Saveurs et des Senteurs (*représentant les intérêts de l'ODG Vins des Alpes du Sud*), l'Œnothèque de Grinzane Cavour et l'Office de Tourisme d'Alba

Principales réalisations 2019 (côté OTC) :

- ✓ Organisation de 4 comités de pilotage
- ✓ Participation à l'organisation du 1^{er} Rosé DAY
- ✓ Mise en place d'une marque filière « Hautement Provence » avec définition de la charte graphique
- ✓ Création d'une exposition photographique mobile autour de la vigne
- ✓ Création de goodies
- ✓ Achat d'un encart publicitaire dans le magazine Rosé en Provence
- ✓ Adhésion à ATOUT France et au cluster œnotourisme
- ✓ Alimentation de la boîte à outils numérique (banque de photos haute définition)



Principales réalisations 2019 (côté ODG/UESS) :

- ✓ Participation à l'organisation du 1^{er} Rosé DAY
- ✓ Organisation de 2 voyages d'étude (en Alsace et dans la Vallée de Trentino)
- ✓ Création d'une plateforme de formation
- ✓ Mise en ligne du nouveau site internet de l'AOP Pierrevert
- ✓ Création d'une exposition photographique mobile autour de la vigne
- ✓ Création de goodies
- ✓ Achat d'un encart publicitaire dans le magazine Rosé en Provence
- ✓ Réalisation d'un nouveau stand barnum pour les vigneronns et leur promotion



HAUTEMENT PROVENCE
ici, des produits d'excellence

Destination
HAUTE-PROVENCE
DURANCE LUBERON VERDON



9° EXPOSITION GIONO AU MUCEM (EN COLLABORATION AVEC LE SERVICE CULTUREL DE LA DLVA)

À la veille des commémorations du cinquantième de sa disparition, le MuCem a présenté, du 30 octobre 2019 au 17 février 2020, une grande rétrospective consacrée à Jean Giono (1895-1970). Jamais autant de moyens ont été réunis par le musée marseillais pour proposer une exposition de cette envergure pour un écrivain (près d'un million d'euros de budget).

Pour donner chair à l'un des écrivains les plus prolifiques du 20^{ème} siècle, la quasi-totalité de ses manuscrits, exposée pour la première fois, entre en dialogue avec près de 300 œuvres et documents. En écho à ces traces matérielles de la vie et de la création, l'exposition explore la symbolique cachée au plus profond de l'œuvre de l'écrivain à travers quatre installations d'art contemporain, créées spécialement pour ce projet.

L'Office de Tourisme s'est tout naturellement associée au MUCEM pour prolonger l'expérience des visiteurs. Cette exposition a représenté pour Manosque et la Haute-Provence une formidable opportunité qu'il nous fallait saisir pour développer le tourisme culturel et accroître la visibilité de nos nombreux atouts. Dans cette perspective, différentes réunions avec le MUCEM ont permis d'aboutir à un partenariat plutôt exceptionnel.

En complément de cet événement unique, le Musée Regards de Provence a mis à l'honneur l'artiste Lucien Jacques à travers une exposition inédite : « Lucien Jacques, le sourcier de Giono ».





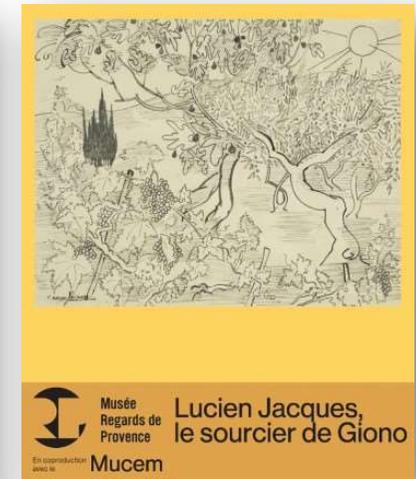
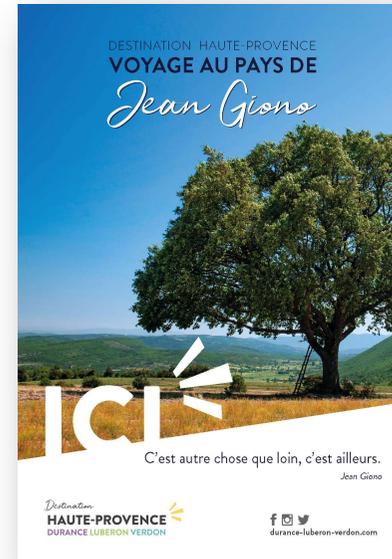
9° EXPOSITION GIONO AU MUCEM (EN COLLABORATION AVEC LE SERVICE CULTUREL DE LA DLVA)

A ce titre, l'Office de Tourisme s'est investi dans 4 actions majeures :

- Edition du magazine « *Destination Haute-Provence, Voyage au pays de Jean Giono* »
- Installation d'un espace « information » pendant toute la durée de l'exposition (plus 10 000 contacts)
- Gestion du partenariat avec le MuCem :
 - ✓ l'organisation du buffet durant le vernissage offert par **Couleurs Paysannes** (509 personnes)
 - ✓ Participation à la **journée portes ouvertes** (vente et dégustation de produits locaux ; 1169 personnes)
 - ✓ Participation à la **soirée Club Mucem** qui rassemble des dirigeants d'entreprises et des mécènes du Musée (*organisation du buffet dinatoire, coffrets de produits locaux, ...*)



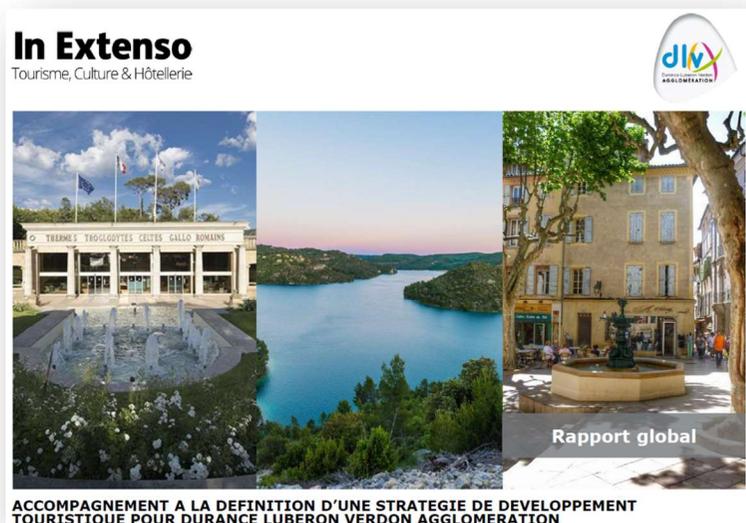
En complément, l'Office de Tourisme a collaboré avec le Musée Regards de Provence pour l'organisation du vernissage de l'exposition « *Lucien Jacques, le sourcier de Giono* » (200 personnes).



10° RÉALISATION DU SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE (SOUS L'AUTORITÉ DU SERVICE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL)

Dans un contexte d'une prise de compétence récente (le 1^{er} janvier 2017) et face aux enjeux croisés issus du diagnostic de territoire basés sur le SCoT et sur le schéma de développement économique, **DLVA a engagé en 2019 une mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage pour définir sa stratégie de développement touristique pour la période 2019-2025.**

Financée par la Région Sud Provence Alpes Côte d'Azur au titre du cadre d'intervention « *Emergence de Territoires Touristiques Structurés* », **cette mission a engendré un temps de travail important en 2019, mobilisant en grande partie l'ingénierie et les moyens humains de l'Office de Tourisme Communautaire.**



- 24 acteurs clés rencontrés en entretien
- 68 contributions à l'enquête en ligne à destination des prestataires touristiques
- 45 acteurs du territoire présents aux ateliers (14 novembre 2019)
- Des instances régulières de suivi et validation

11° AUTRES ACTIONS



Organisation de la 2^{nde} édition de la Randuro « La Capellane » à Volx – Dimanche 7 avril 2019
(budget 1 780,20 €uros)



Participation active dans l'organisation de la Fête de l'Amande à Oraison (12^{ème} édition ; dimanche 13 octobre 2019) : organisation du grand repas, organisation et prise en charge du concert, gestion des inscriptions des visites de l'Usine Perl'Amande (budget : 3 725,32 €uros)



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



Classement des meublés de tourisme - 218 classement en 2019



Participation active dans la construction de la Destination Verdon (dispositif régional intitulé « Destinations infrarégionales »)



Réalisation d'enquêtes de conjoncture (deux vagues : printemps, été) afin de mesurer le bilan de l'activité touristique ; 1^{ère} vague : 260 professionnels interrogés ; 2^{ème} vague : 217



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

11° AUTRES ACTIONS (SUITE)



Participation à l'organisation et à la promotion du « Triathlon des Vannades » : subvention à l'organisateur (500 €uros), réalisation d'un « teaser vidéo », réalisation d'enquête sur le profil des participants et la mesure des retombées, paniers de produits locaux pour la cérémonie de remise des prix



Journée du Patrimoine de Pays et des Moulins (22 et 23 juin 2019) : recensement des activités et édition d'un flyer-programme (budget : 416 €uros)



Organisation d'une chasse aux trésors à Manosque (du 15 juillet au 29 septembre 2019) avec le soutien de l'Association des Commerçants et Artisans Manosquins (budget : 1 855,22 €uros)



Organisation d'une soirée des saisonniers à Quinson intitulée « Ici débute la saison » (2 juillet 2019). L'objectif est de réunir les saisonniers recrutés pour la saison estivale afin qu'ils puissent informer au mieux les visiteurs quant à la préservation et la valorisation de notre territoire.



Participation à l'organisation de la Fête de la Transhumance à Vinon-sur-Verdon : organisation et prise en charge d'une animation musicale, prise en charge des coûts d'impression de l'affiche, prise en charge du plan de communication (budget : 3 693,04 €uros) .



Participation à la réflexion sur la « Destination Luberon » (dispositif régional intitulé « Destinations infrarégionales »)

Accueil du Président de la République à l'occasion du Grand Débat National sur la transition écologique (*jeudi 7 mars 2019*)



