



**SAINT-MARCELLIN
VERCORS ISÈRE**
TOURISME

2022

RAPPORT D'ACTIVITÉ

Office de tourisme intercommunal Saint-Marcellin Vercors Isère

ÉDITO

A plus d'un titre, l'année 2022 a été l'année de « bonnes surprises ». Certes chacun s'attendait à la reprise post-pandémie mais sa vigueur a étonné notamment en milieu rural. On observe une **augmentation de 30 % des nuitées marchandes** sur le périmètre SMVIC en 2022, appuyé par le retour des clientèles étrangères en pré-saison.

Le territoire a été fortement mis en valeur par la reconnaissance d'un **site emblématique régional** : la grotte de Choranche, accompagné par l'office de tourisme dans les démarches.

Concernant directement l'office de tourisme intercommunal, l'année été marquée par :

- le lancement du premier volet d'un plan qualité pluriannuel visant la qualification de l'offre et la montée en compétences des professionnels
- la relocation du BIT de Saint-Antoine l'Abbaye : la fréquentation a bondi de 75 % par rapport à 2021 et 71 % par rapport à 2019. Des outils numériques sur ce BIT sont également proposés par l'OTI dont une borne extérieure ;
- une meilleure identification des clientèles permettant de proposer un plan de communication plus adapté
- le lancement en fin d'année d'un nouveau site web : esthétique et mieux référencé

Nicolas Bontoux

Directeur de l'office de tourisme intercommunal Saint-Marcellin Vercors Isère

- A. MISE EN OEUVRE DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE**
- B. ACCUEIL DES PUBLICS ET INFORMATION**
- C. PROMOTION TOURISTIQUE & VALORISATION DU TERRITOIRE**
- D. MISE EN RESEAU ET ANIMATION DES PARTENAIRES**
- E. ORGANISATION DE PRESTATIONS DE SERVICES ET PRODUITS TOURISTIQUES COMMERCIALISÉS**
- F. TAXE DE SEJOUR**
- G. ORGANISATION FONCTIONNELLE**

A. MISE EN OEUVRE DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE

SOMMAIRE

1. 6 axes d'intervention de l'office de tourisme intercommunal

2. Chiffres clés

- Nuitées marchandes et non marchandes
- Evolution des nuitées marchandes
- Excursionnistes
- Enquête de conjoncture estivale
- Emploi

3. Plan qualité

- Volet 1
- Incitation au classement : hôtels, campings
- Incitation aux classements : meublés



AUTHENTICITÉ

ACCUEIL &
RENCONTRE

Vision :

s'inscrire dans un tourisme ancré sur les valeurs

TERROIR

RESPECT DES ESPACES
& DES PERSONNES

4 THÉMATIQUES *d'exception*

ART DE VIVRE
produits du terroir

PATRIMOINE BÂTI
villages et sites patrimoniaux

ITINÉRANCE
slowtourisme :
*à pied, en vélo,
sur l'eau, à cheval*

NATURE
patrimoine naturel et paysager

4 PÔLES *et 8 métiers*

PÔLE SUR PLACE

- Accueil et information des publics
- Commercialisation

PÔLE FAIRE VENIR

- Promotion / communication
- Mise en réseau et professionnalisation des acteurs

PÔLE ATTRACTIVITÉ

- Design de l'offre (labellisation)
- Observation / ingénierie

PÔLE SUPPORT

- Administration générale
- Collecte de la taxe de séjour

Une promesse :
LE RETOUR À L'ESSENTIEL

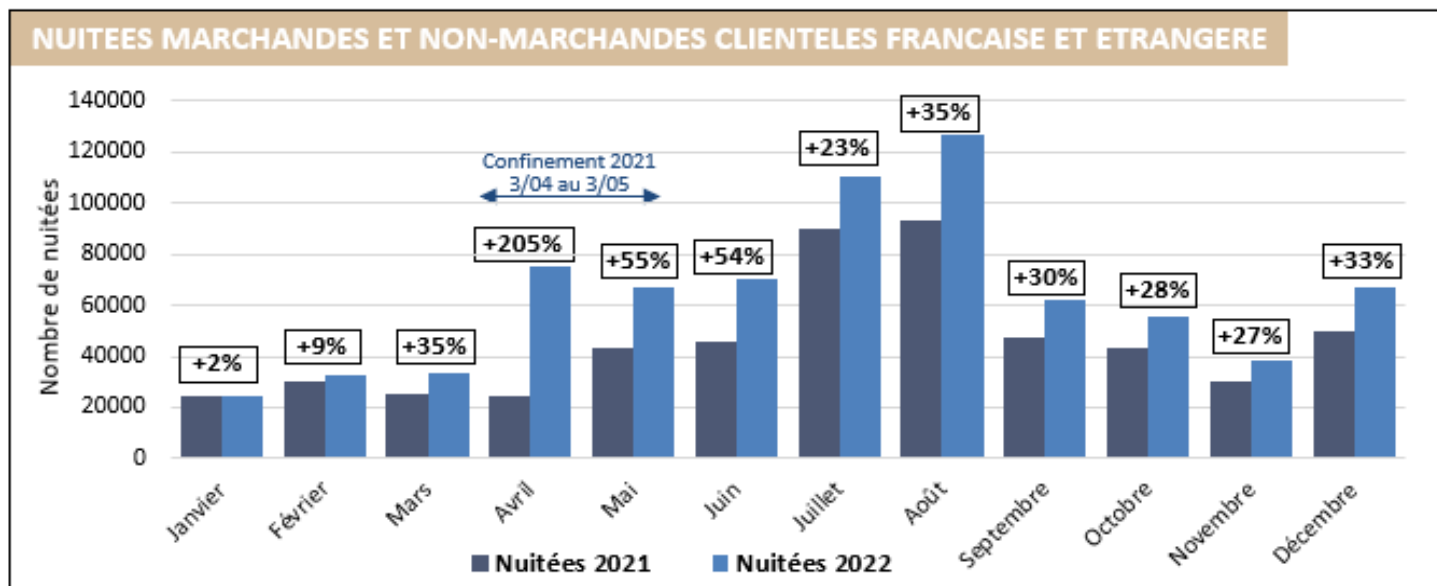
 **SAINT-MARCELLIN
VERCORS ISÈRE**
TOURISME

Plateforme collaborative du
développement touristique

6 AXES *stratégiques*

1. **Accompagner** les professionnels et les filières prioritaires
2. Inscrire le territoire dans une **démarche éco-responsable**
3. Renforcer l'**attractivité de la destination**
4. Placer le **client au cœur de la stratégie**
5. Repositionner la **commercialisation de la destination et des partenaires**
6. Assurer l'**observation sur le territoire** et une **veille du secteur**

CHIFFRES CLÉS / Source : Flux Vision Tourisme Orange



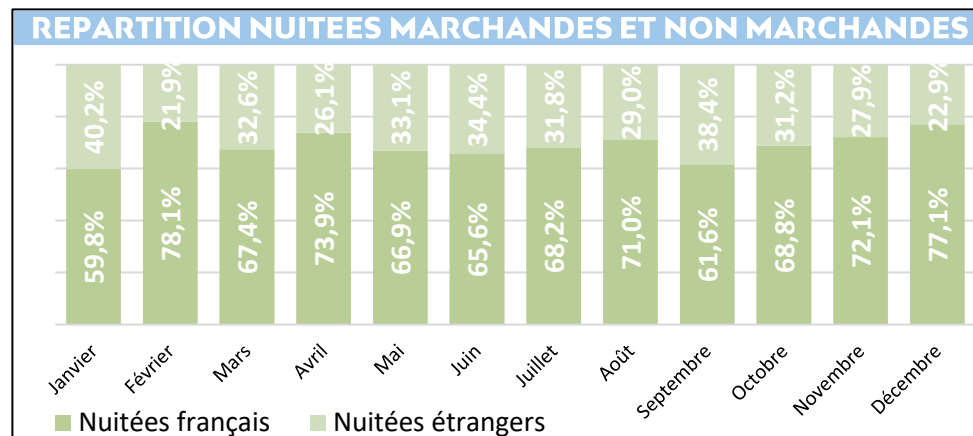
Total des nuitées touristiques

762 506 nuitées
(+39,4% / 2021)
(+9,6% / 2019)



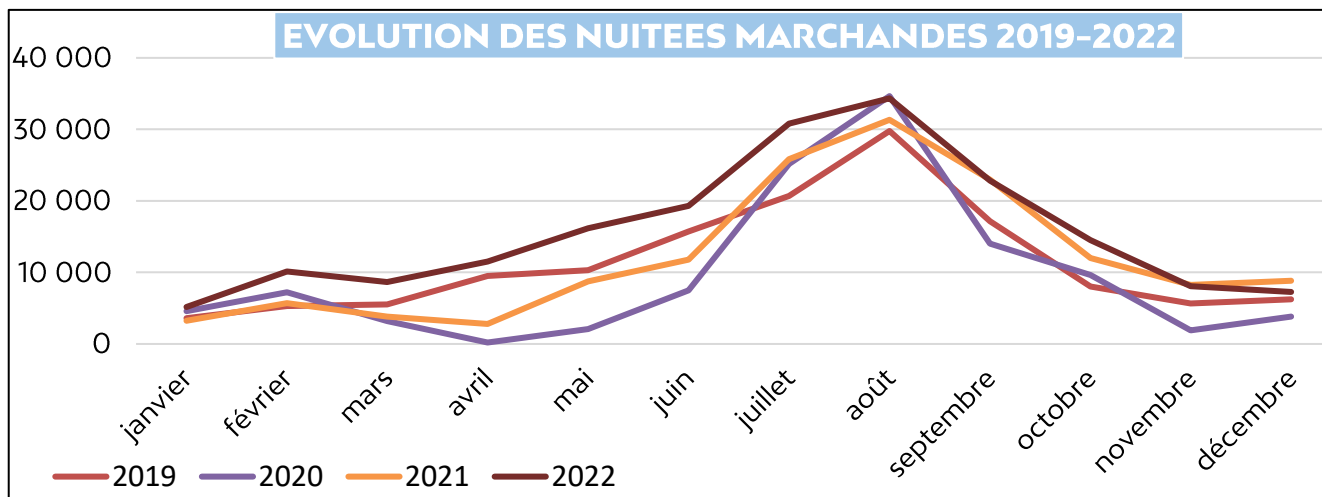
Nuitées touristiques clientèle française :
529 665 nuitées
69,5% des nuitées

Nuitées touristiques clientèle étrangère :
232 841 nuitées
30,5% des nuitées



CHIFFRES CLÉS / Source : Plateforme taxe de séjour

EVOLUTION DES NUITÉES MARCHANDES 2019-2022



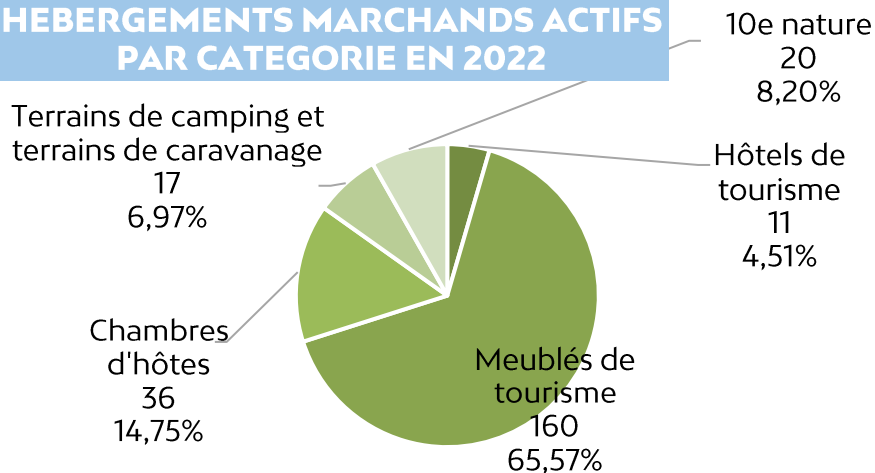
244 hébergements
touristiques marchands actifs

4 315 lits marchands
(+ 547 lits par rapport à 2021)

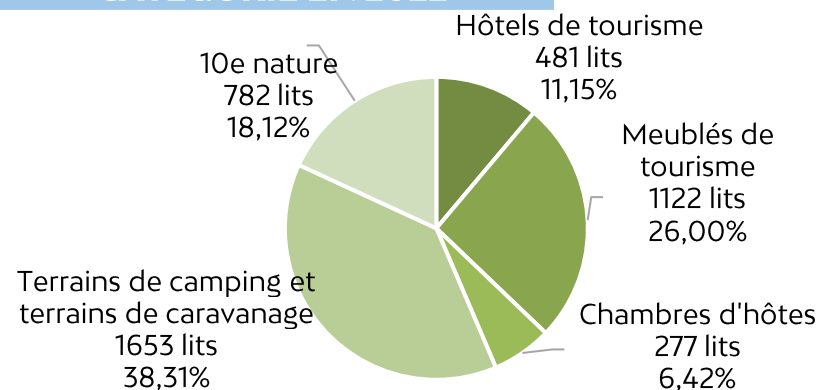
188 690 nuitées marchandes
(+29,8% par rapport à 2021)

Les nuitées marchandes
représentent 24,7% des
nuitées touristiques

HEBERGEMENTS MARCHANDS ACTIFS
PAR CATEGORIE EN 2022

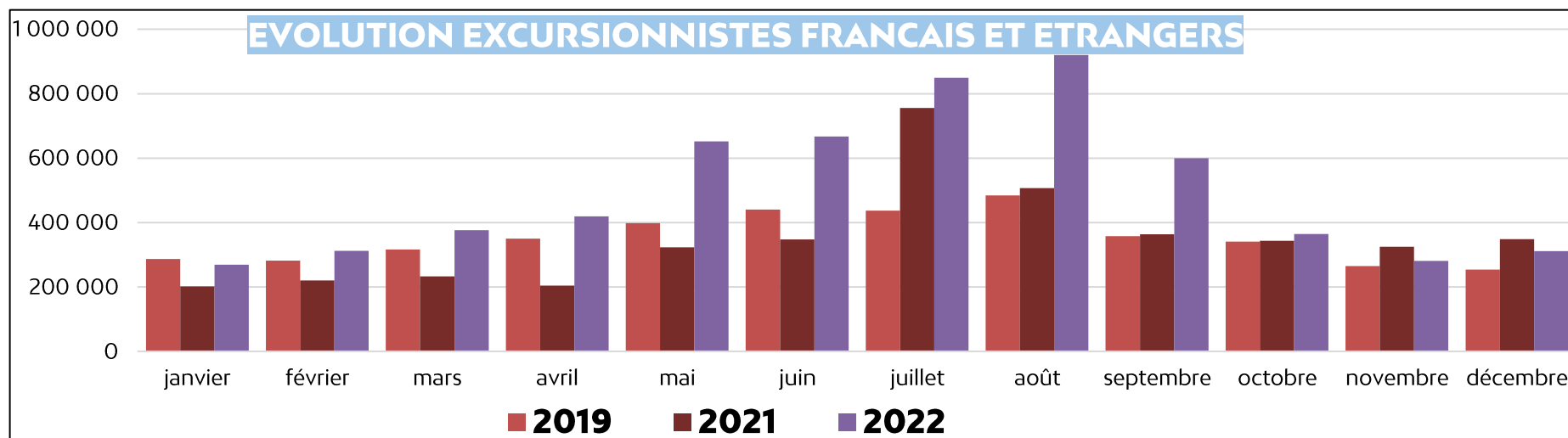


LITS TOURISTIQUES ACTIFS PAR
CATEGORIE EN 2022



CHIFFRES CLÉS / Source : Flux Vision Tourisme Orange

Définition Excursionniste : Personne présente plus de 2H sur la zone d'observation et ne réalisant pas de nuitées la veille et le soir du jour étudié et présente moins de 5 fois en journée sur les 15 derniers jours.



6 021 929 excursionnistes en 2022

soit une hausse de **+44%**



16 500 excursionnistes en moyenne / jour (contre 11 400 en 2021)

EXCURSIONNISTES FRANCAIS

5 152 828 excursionnistes (contre 3 779 207 en 2021) soit une hausse de **+36%**

14 100 excursionnistes en moyenne / jour (contre 10 300 en 2021)



EXCURSIONNISTES ETRANGERS

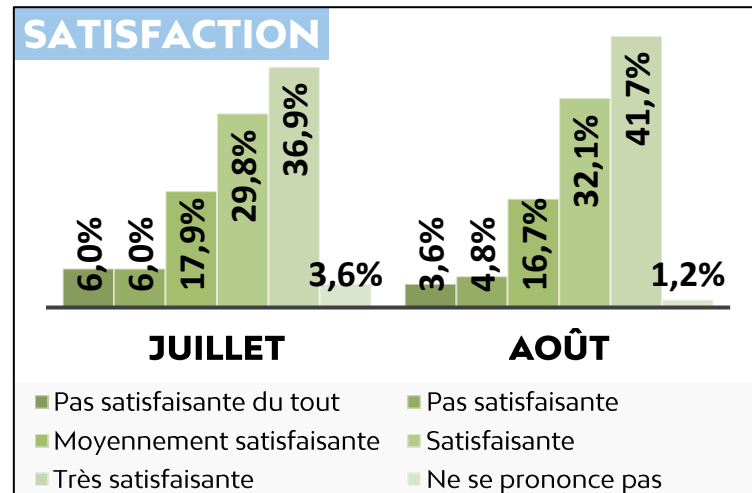
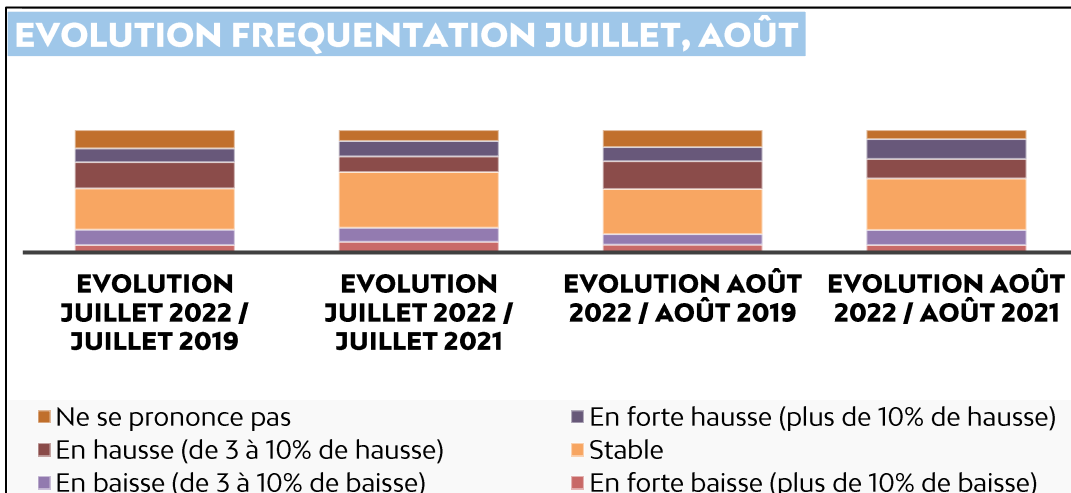
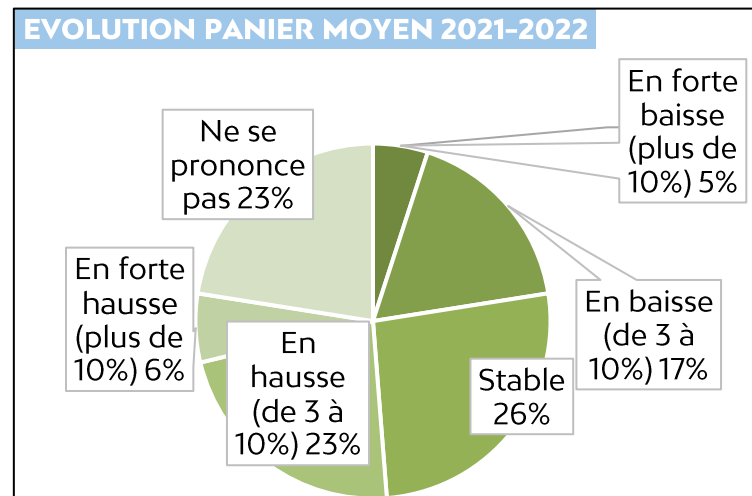
869 101 excursionnistes (contre 392 000 en 2021) soit une hausse de **+121%**

2 400 excursionnistes en moyenne / jour (contre 1 100 en 2021)

CHIFFRES CLÉS / Enquête de conjoncture estivale

Enquête de conjoncture estivale (juillet, août) réalisée du 6 au 25/09 auprès de 163 prestataires touristiques, partenaires de l'OT.

- **Taux de participation : 51,5%** (84 répondants: 51 hébergements, 8 restaurants, 10 sites/musées, 15 prestataires d'activité)
- Un bilan très positif : **une saison estivale satisfaisante**, voire très satisfaisante pour l'ensemble des professionnels interrogés. Une satisfaction encore plus conséquente sur août (73.8% jugent le mois satisfaisant ou très satisfaisant) que sur juillet (66.7% jugent le mois satisfaisant ou très satisfaisant).



CHIFFRES CLES – Emploi *

Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté	Effectifs salariés
Hébergements touristiques marchands	75
Restaurants et débits de boissons	217
Services de transports (non urbains)	43
Voyagistes et agences de voyages	14
Loisirs et culture	24
Total salariés	373

- **373 emplois** générés par l'activité touristique sur notre territoire
- Le domaine de la **restauration** et débit de boisson regroupe **58,2% des effectifs salariés**
- **Les hébergements** touristiques marchands concentrent quant à eux **20,1% des effectifs salariés**

Travail en collaboration avec l'Agence de Développement Economique SMVIC pour l'accompagnement des porteurs de projets à vocation touristique : meilleure coordination des interventions respectives de chacun pour plus de fluidité pour les usagers.

**Source : METT (Module d'Evaluation du poids Touristique des Territoires) d' Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme = outil en ligne pour évaluer le poids touristique des territoires.*

PLAN QUALITE

Le schéma de développement touristique de l'intercommunalité fait état de plusieurs enjeux:

- disposer d'une *connaissance fine des clientèles* et capter celles-ci sur les flux touristiques ;
- opérer un *rattrapage sur les filières*, afin d'offrir aux clientèles un socle cohérent, harmonisé et répondant à un certain niveau d'exigence ;
- dynamiser la *professionnalisation*, la *montée en compétence* et la *mise en réseau des acteurs* ;
- la coopération et l'interconnaissance des acteurs où la *mutualisation* peut s'avérer pertinente.

Pour répondre à ces enjeux, l'office de tourisme a lancé un *plan pluriannuel d'intervention basé sur la qualité : classements, labels et avis de consommateurs*. L'enjeu véritable est **l'hyper-satisfaction du client**. Une enveloppe de 150 000 € sera mobilisée par l'office de tourisme financée en majeure partie par les recettes de taxe de séjour reversées en 2022 sur les exercices 2019, 2020 et 2021

Le volet 1 du plan qualité a été dévoilé en novembre 2022. Les premières actions comprennent **l'accompagnement des professionnels sur la qualification des hébergements et l'homogénéisation des compétences** :

- *L'accompagnement au classement en étoile des hébergements sur notre territoire* (hôtels, campings, meublés) avec une prise en charge du classement, sous certaines conditions. L'Office de Tourisme a mandaté un cabinet expert dans l'audit, le conseil et le classement d'hébergements touristiques
- *Une série d'ateliers thématiques « les instants pros »* sur la gestion de sa e-réputation, les attentes de la clientèle dans un hébergement, l'intégration de son offre dans des projets territoriaux (vallée de la gastronomie etc..).

Le volet 2 opérationnel dans quelques mois, accompagnera les professionnels du tourisme à **l'obtention de certains labels territoriaux et nationaux sur des thématiques prioritaires du territoire** (gastronomie, itinérance, tourisme durable...). Les thématiques et contenus sont définis en complémentarité avec les ateliers existants à l'échelle territoriale.

PLAN QUALITE - CLASSEMENT DES HOTELS ET CAMPINGS

Dans le prolongement de l'accompagnement au classement en étoiles pour les meublés de tourisme, l'Office de Tourisme a mandaté un cabinet expert dans l'audit, le conseil et pour le classement des hôtels et campings situés sur notre territoire. Le cabinet conseillera et informera sur le classement et ses critères, réalisera un pré-audit sur place, suggérera des préconisations puis procédera au classement des établissements intéressés et éligibles

3 campings et hôtels renseignés, accompagnés sur le classement

Présentation des principes et avantages du classement

Prochaines étapes

- Analyse de recevabilité
- Pré-audit
- Appréciation des mises à niveau
- Classement
- Bilan

2 reclassements de camping en 2022

- Camping du Gouffre de la Croix → 3 étoiles
- Camping du Lac du Marandan → 3 étoiles



CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ:

- Être situé sur le territoire SMVIC
- Déclarer ses nuitées et reverser la taxe de séjour
- Mettre à jour sa fiche APIDAE
- Ne pas être en procédure de vente
- S'engager à exploiter l'établissement pendant toute la durée du classement
- Exploiter à minima 10 semaines par an pour les meublés de tourisme
- Priorité donnée aux établissements non classés

→ Baisse du nombre de lits classés en 2022 : 54.45% de lits classés (contre 58.96% en 2021) qui légitime l'interventionnisme

PLAN QUALITE - CLASSEMENT DES MEUBLES DE TOURISME

Dans le cadre du **plan Qualité 2022-2024**, mesure incitative pour améliorer la qualité des hébergements via la prise en charge des frais de classement des meublés de tourisme par l'OT :

- **Prise en charge à 100% pour un premier classement et pour un renouvellement de classement** à un échelon supérieur (ex. passage de 3 étoiles à 4 étoiles)
- **Prise en charge à 50% pour un renouvellement de classement au même échelon**
- Panonceau de classement offert

10 meublés renseignés, accompagnés sur le classement

- Présentation des principes et avantages du classement
- Visite préalable de l'hébergement si besoin



Organisation de 2 journées de classement (juin et décembre) avec la FDOT Isère → 6 meublés classés (11 en 2021) :

- L'Ecrin de Nature à Saint-Vérand → 3 étoiles
- Au bonheur suspendu à Pont-en-Royans → 3 étoiles
- La magnanerie du Vercors 1 à St-Just-de-Claix → 3 étoiles
- La magnanerie du Vercors 2 à St-Just-de-Claix → 3 étoiles
- Grange Brenier à St-Antoine-l'Abbaye → 3 étoiles
- Loft Vercors à St-Lattier (renouvellement classement) → 4 étoiles

→ La FDOT Isère n'intervenant qu'à partir de 4 meublés à classer sur un territoire, notre OT travaillera également en 2023 avec d'autres organismes de classement pour plus de souplesse.



Florence de l'OT et Cécile de la FDOT Isère

B. ACCUEIL DES PUBLICS ET INFORMATION

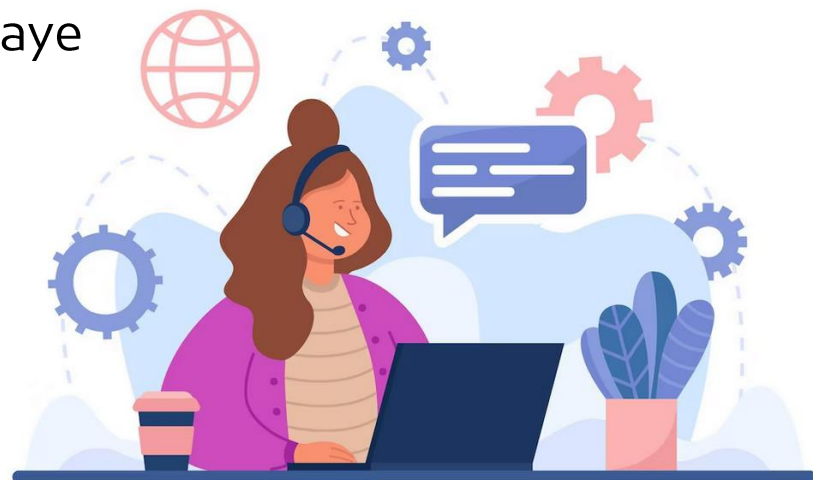
SOMMAIRE

1. Accueil

- Personnel d'accueil
- Ouverture des BIT
- Fréquentation des BIT
- Accueil numérique à Saint-Antoine l'Abbaye
- Accueil à distance
- Satisfaction client

2. Information

- APIDAE
- Office de tourisme mobile
- Tournées de distribution
- Point d'information touristique
- Diffusion des éditions
- Etude Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI)



PERSONNEL D'ACCUEIL

LES CONSEILLERS EN SÉJOUR SAISONNIERS :

- Elisa GAUTIER (4^{ème} saison à l'OTI)
 - Estelle NEMOZ-GUILLOT (1^{ère} saison à l'OTI)
 - Léna FERREZ (1^{ère} saison à l'OTI)
- Arrivée du personnel saisonnier le 21 mars 2022 : 1 semaine de formation en interne

LES CONSEILLERS EN SÉJOUR PERMANENTS :

- Edith DESCORPS
- Justine BARBIER
- Florence BINET

OUVERTURE DES B.I.T.

B.I.T. SAINT-MARCELLIN : ouverture du 03 janvier au 17 décembre 2022 → 1032 heures d'ouverture

- Du lundi au samedi, les matins uniquement de 9h à 12h30

B.I.T. SAINT-ANTOINE-L'ABBAYE : ouverture du 28 mars au 30 octobre 2022 → 1363 heures d'ouverture

Avril, mai, juin, septembre : ouvert 6,5 jours sur 7 / Juillet et août : ouvert 7 jours sur 7

B.I.T. PONT-EN-ROYANS : ouverture du 28 mars au 30 octobre 2022 → 1373 heures d'ouverture

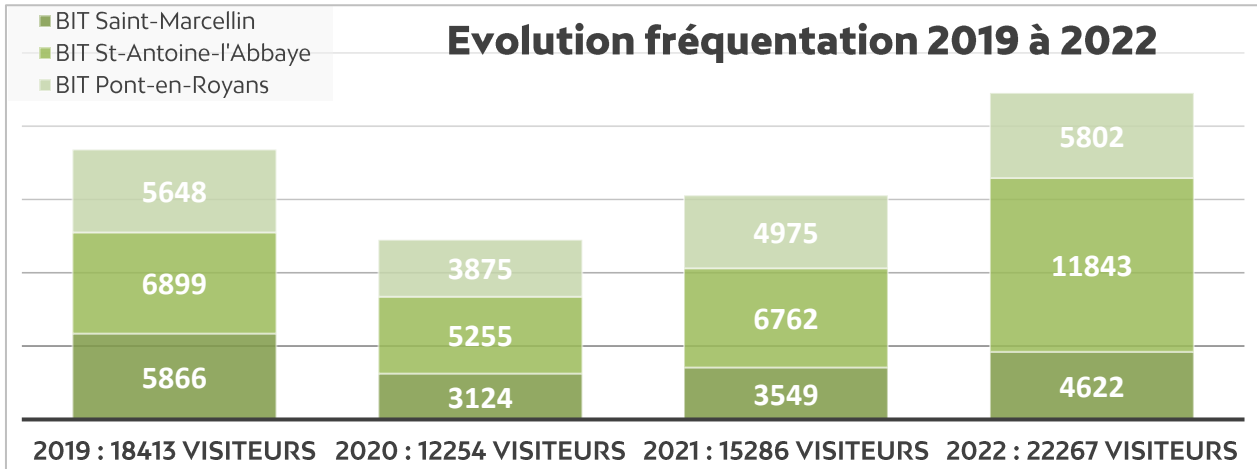
Avril, mai, juin, septembre : ouvert 6,5 jours sur 7 / Juillet et août : ouvert 7 jours sur 7

→ fermeture des BIT le jeudi après-midi en basse saison : jeudis après-midi consacrés aux visites sur le terrain, formation continue du personnel saisonnier, réunions de travail



Le personnel saisonnier : Estelle, Léna, Elisa

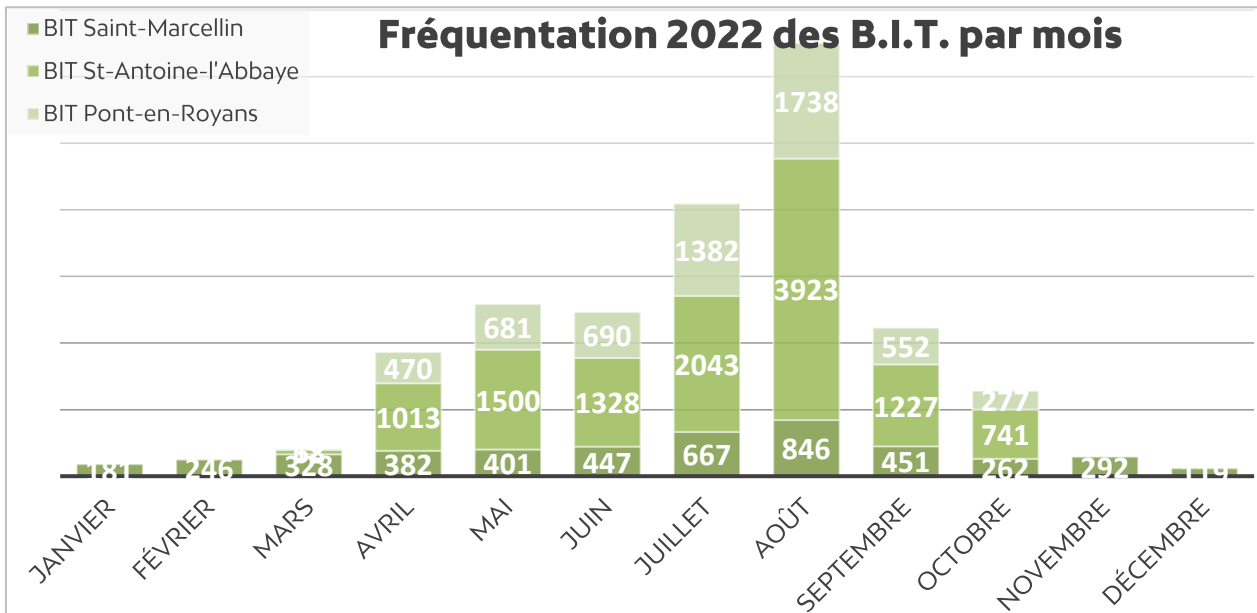
FREQUENTATION DES 3 B.I.T.



22 267 visiteurs en 2022

+45,67% par rapport à 2021
+20,93 % par rapport à 2019

47,6% de la fréquentation annuelle concentrés sur juillet et août

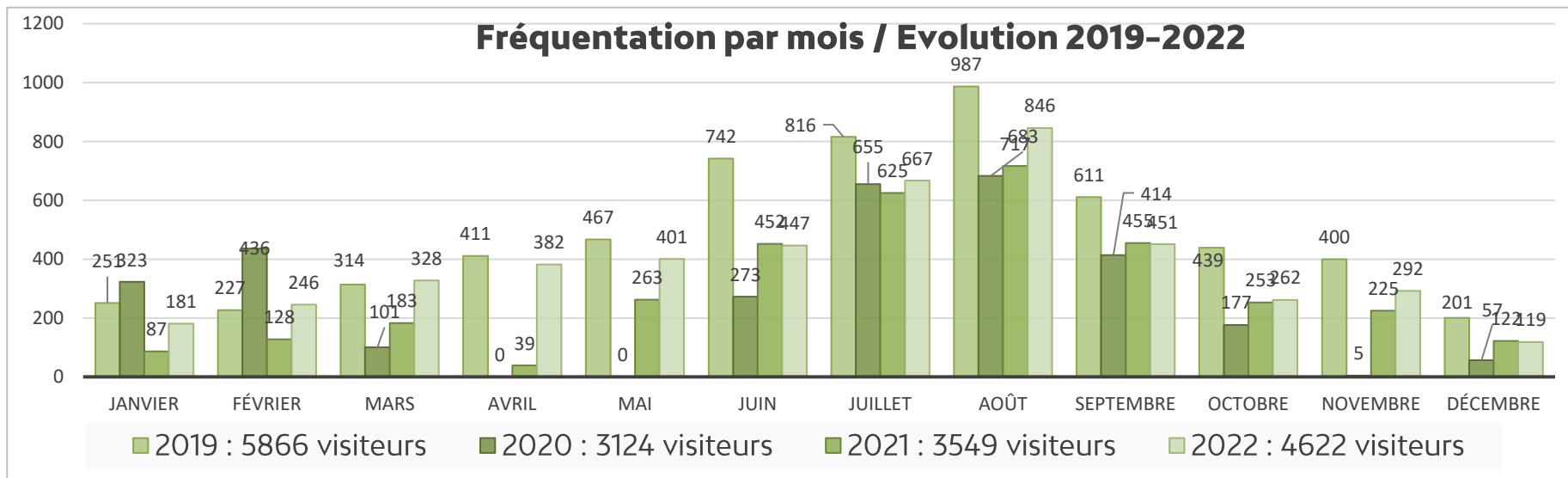


Une fréquentation satisfaisante

Une saison marquée par :

- Fin des restrictions liées à la Covid-19 (et donc retour de la clientèle étrangère) mais quelques ombres au tableau (inflation, baisse pouvoir achat, hausse du carburant)
- La canicule dès le mois de juin
- Nouveau local pour le B.I.T. de Saint-Antoine-l'Abbaye doté d'équipements multimédias

FREQUENTATION B.I.T. DE SAINT-MARCELLIN



4622 visiteurs en 2022
+30,2% par rapport à 2021
-21,2% par rapport à 2019

→ **une fréquentation en hausse par rapport à 2021 mais en baisse par rapport à 2019**

2056 contacts au guichet → **3210 demandes au guichet**

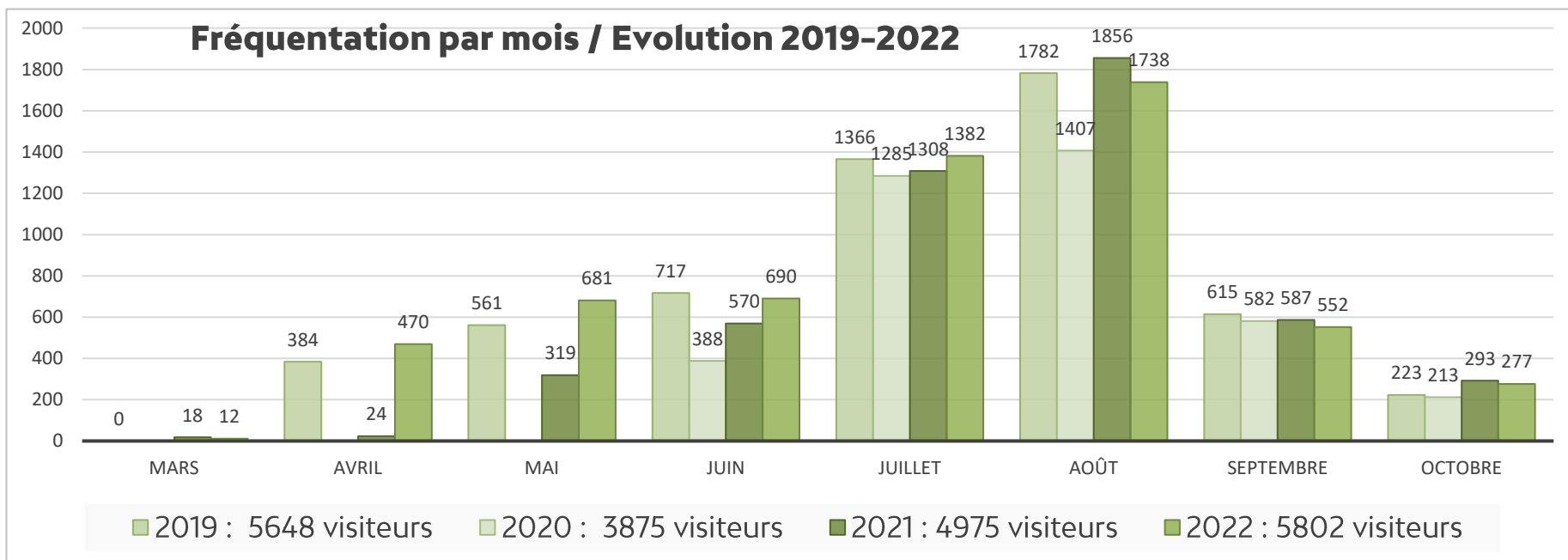
Une moyenne de **4,5 visiteurs par heure** et de **2 contacts guichet heure**

Fréquentation qui se concentre les jours de marchés :
samedi 30,4%,
mardi 18,4% et
le vendredi 17,6%

Essentiellement des personnes seules (environ 65%) et de plus de 65 ans (environ 44%)

Un service billetterie moindre qu'en 2019 (arrêt billetterie Diapason, moins de billetteries pour les associations).

FREQUENTATION B.I.T. DE PONT-EN-ROYANS



5802 visiteurs en 2022 :
+16,6% par rapport à 2021
+2,7% par rapport à 2019

→ **Une fréquentation** en hausse par rapport à 2021, à peu près au même niveau que 2019.

2407 contacts au guichet → **5968 demandes au guichet**

Une moyenne de **4,2 visiteurs par heure** et de **1,7 contacts guichet** heure

Une fréquentation assez régulière tout au long de la semaine avec une petite baisse sur les journées de jeudi et vendredi.

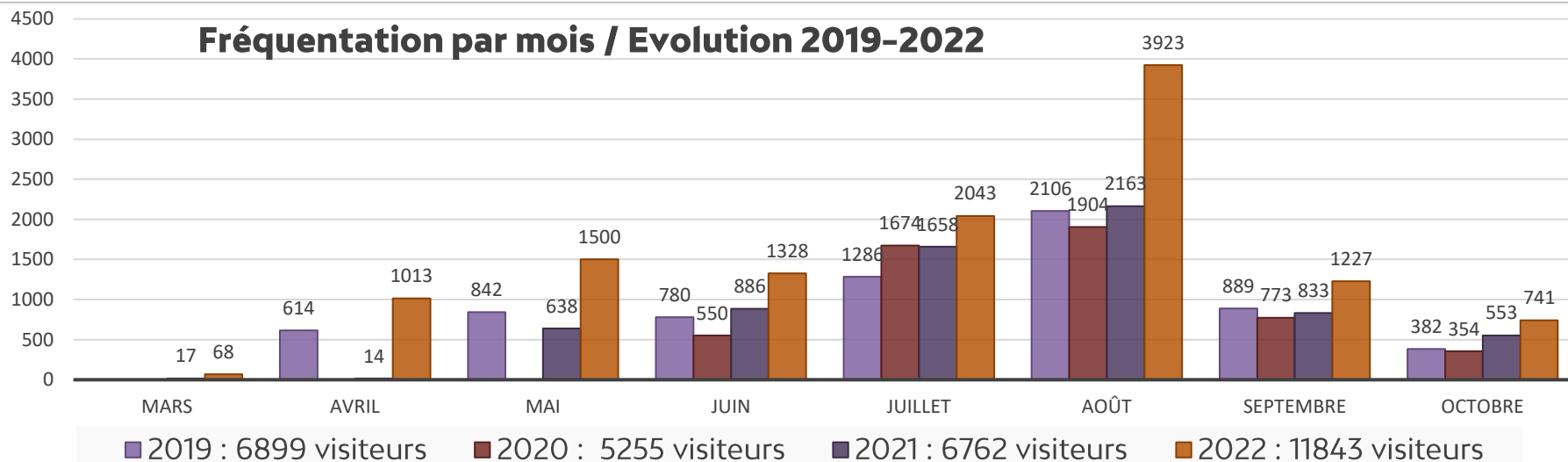
61,4% de la fréquentation le matin et **38,6% l'après-midi**

Une clientèle un peu plus jeune que sur les 2 autres BIT avec environ 30% de 30-50 ans (et 40% de 50-65 ans) et majoritairement en couple (51%).

Un BIT mal positionné, qui manque de visibilité.

FREQUENTATION B.I.T. DE SAINT-ANTOINE-L'ABBAYE

Fréquentation par mois / Evolution 2019-2022



11 843 visiteurs en 2022 :
+75,1% par rapport à 2021
+71,7% par rapport à 2019

→ **Une fréquentation record** liée en grande partie au changement d'emplacement du BIT (emplacement stratégique)

3189 contacts au guichet → **4243 demandes** au guichet

Une moyenne de **8,7 visiteurs par heure** et de **2,3 contacts guichet** heure

Une fréquentation plus conséquente le weekend, notamment le dimanche (22,8%)

41,3% de la fréquentation le matin et **58,7% l'après-midi**

Prédominance de la clientèle en couple (environ 41%) et des 50-65 ans (environ 40%)

Beaucoup de passages au BIT lors des événements (ex. : 554 visiteurs pour la fête médiévale).

NOUVEAUTÉ 2022 : AFFICHAGE MULTIMÉDIA

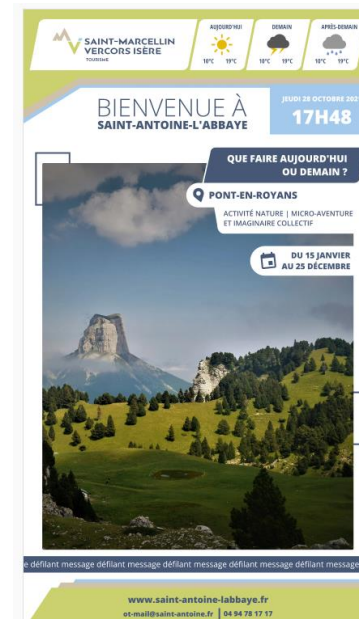
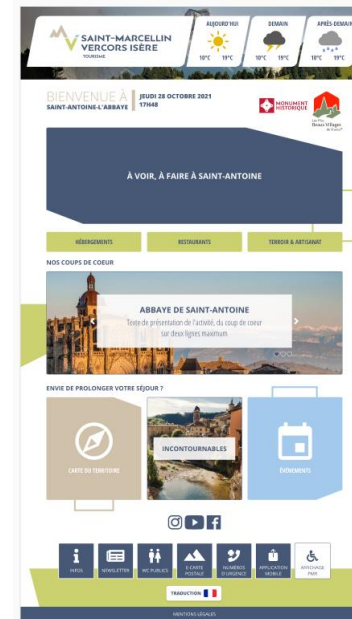
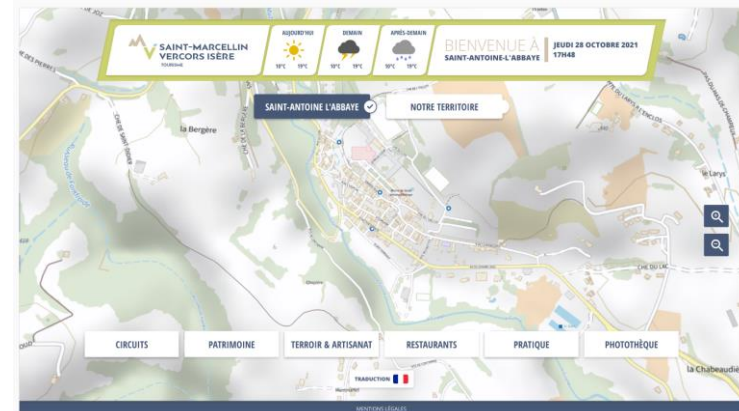
SYSTÈME D'ÉQUIPEMENTS MULTIMÉDIA DEPUIS L'OUVERTURE DU BIT DE SAINT-ANTOINE AVEC LA SOCIÉTÉ TEAM BNG

- Borne interactive extérieure 7j/7 toute l'année
- Table tactile (cartographie)
- Ecran dynamique au-dessus de la banque d'accueil (diffusion agenda, infos pratiques)
- Ecran géant dans l'espace détente (diffusion photos / vidéos pour séduire le visiteur)

QUEL RÉSULTAT ?

Beaucoup de problèmes techniques et de bugs côté fournisseur. Le réseau faible de Saint-Antoine n'impacte pas la navigation sur le matériel. Demande beaucoup de temps de mise à jour chaque année.

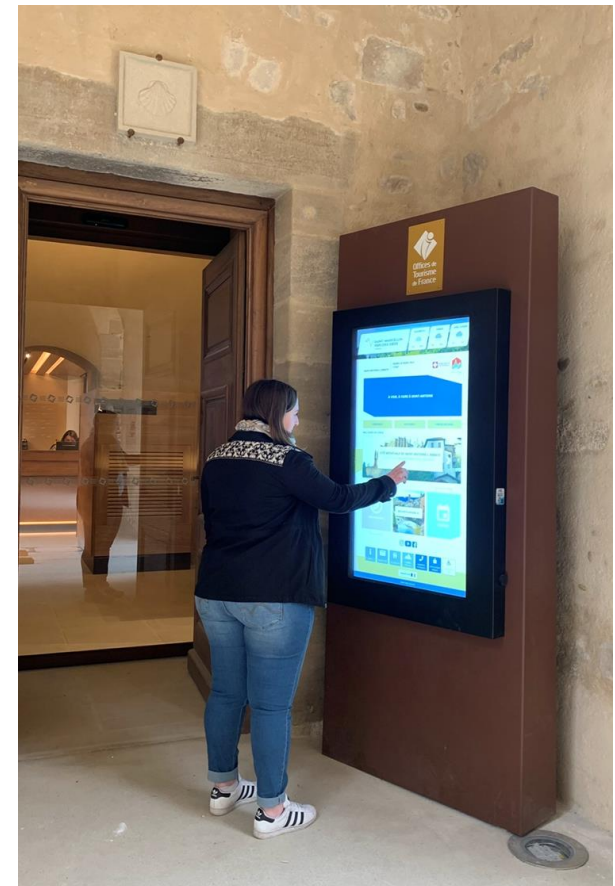
Une fois que tout est réglé : facilité d'installation pour les conseillers en séjour, permet de compléter l'accueil au guichet. L'écran géant dans la dernière salle diffusant photos et vidéos réussit son pari de susciter l'envie de découvrir le reste du territoire.



DISPOSITIF MULTIMEDIA À SAINT-ANTOINE

BORNE TACTILE EXTÉRIEURE :

- **Rôle de relais de l'information** lors de la fermeture du BIT – emplacement stratégique devant l'OTI sous la Porterie
- Allumage selon les délibérations de la commune concernant l'éclairage public : 7h à 22h tous les jours
- **Beaucoup de difficultés techniques et de bugs rencontrés**
- **Rubriques les plus consultées pour de l'information très pratique** : incontournables, restaurants, évènements, WC publics, informations sur les BIT (voir slide suivante)
- Les statistiques de fréquentation de la borne correspondent à celles de nos BIT
- 97% de consultation en français et 3% en anglais



DISPOSITIF MULTIMEDIA À SAINT-ANTOINE

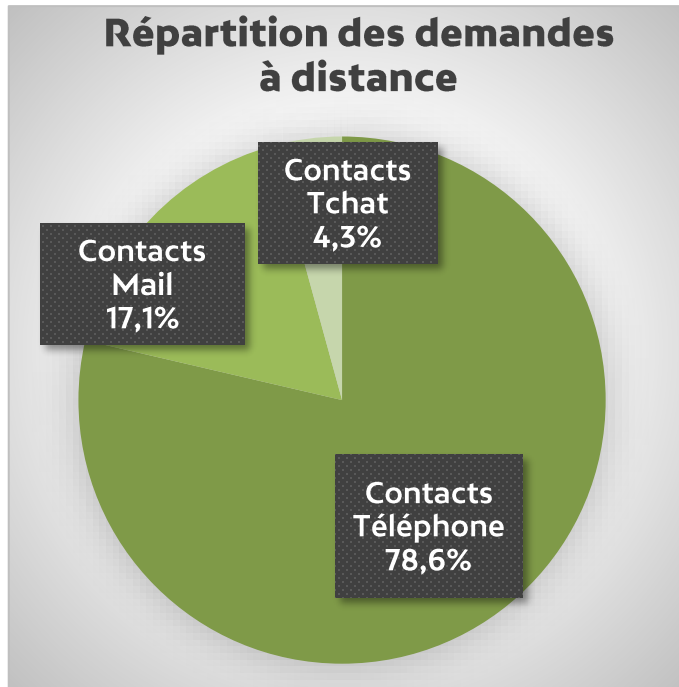
TABLE TACTILE INTERACTIVE :

- **Rôle de cartographie de l'offre touristique** - placée dans la première salle du BIT. Permet aux visiteurs de patienter en cas d'affluence
- **Rubriques les plus consultées pour de l'information très pratique et hyper locale :** restaurants, patrimoine et rando à Saint-Antoine-l'Abbaye (voir slide suivante)

95.5% de consultation en français
et 4.5% en anglais



ACCUEIL À DISTANCE (appels, mails, tchats)



4569 contacts à distance → 4837 demandes

→ Une baisse des contacts à distance par rapport à 2021 au profit des contacts au guichet.

- Les contacts par téléphone représentent 78,6% des contacts à distance.
- Le pic des appels est en août avec une moyenne de 21,2 appels par jour.
 - Un bon quart des appels (26,6%) concerne le fonctionnement même de l'OTI.

3593 Appels

Une moyenne de 12,2 appels par jour

+

781 Mails

Une moyenne de 2,6 mails par jour

+

195 Tchats

Une moyenne de 0,6 tchat par jour

SATISFACTION CLIENT

TCHAT EN LIGNE SUR LE SITE WEB ET FACEBOOK

Possibilité de noter l'échange avec le conseiller en séjour (notation de 1 à 5 : 1 exprime un très faible degré de satisfaction, la note 5 reflète un haut degré de satisfaction)

→ 18 conversations notées en 2022 : moyenne pour 2022 de **4,83 sur 5**

GOOGLE MY BUSINESS

Comme pour le tchat en ligne, la notation va de 1 à 5.

→ 5 avis pour le B.I.T. de Pont-en-Royans : une moyenne pour 2022 de **5 sur 5**

→ 5 avis pour le B.I.T. de Saint-Antoine-l'Abbaye : une moyenne pour 2022 de **4,6 sur 5**

→ 0 avis pour le B.I.T. de Saint-Marcellin

QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION

À disposition en version papier dans chaque B.I.T. + en ligne sur le site internet de l'OTI.

→ 10 questionnaires retournés (7 en version papier + 3 complétés en ligne) : peu de retours en 2022.

→ **80% des visiteurs très satisfaits des services de l'OT et de l'accueil, 10% satisfaits** et 10% pas du tout satisfaits

RÉCLAMATIONS ÉCRITES

→ **8 réclamations écrites** : uniquement des réclamations isolées (pas de réclamation récurrente sur un prestataire ou un fait). Réclamations essentiellement sur les infrastructures (toilettes, borne recharge, sentiers rando...)

→ Toutes les réclamations ont été transférées au prestataire concerné + réponse au plaignant

BASE DE DONNÉES APIDAE



Plus de 3 300 fiches gérées par l'Office en moyenne

- 462 fiches créées en 2022
- 767 fiches modifiées en 2022
- 39 partenaires disposent de l'extranet et peuvent modifier eux-mêmes leur(s) fiche(s) tout au long de l'année

Nous avons décidé en 2020 d'optimiser le travail de mise à jour des données Apidae. Jusqu'ici nous utilisions un questionnaire Word, il fallait ensuite ressaisir toutes les informations, un travail long et fastidieux ! Après une première année avec ApidaeForm non concluante nous avons souscrit un abonnement à l'outil Open Edit développé par Hotentic en 2021

Vrai gain de temps et un moyen efficace pour limiter les erreurs de retranscription.. Une solution de saisie simple et collaborative !



2 campagnes envoyées avec OpenEdit

- Partenariats : envoyée en novembre à 575 prestataires avec un taux de réponse de 34%
- Mise à jour Apidae : envoyée en décembre à 450 professionnels SMVIC avec un taux de réponse de 40%



11 partenaires formés à l'utilisation de l'extranet Apidae en 2022

ACTIONS A.D.I (accueil et diffusion de l'information)

L'OFFICE DE TOURISME MOBILE :

Période :

- De mi-mai à fin septembre : samedi après-midi en mai, juin, sept. et mercredi en juillet, août
- 23 demi-journées de permanence
- Environ 65h d'accueil

Lieux :

3 lieux sélectionnés en fonction de leur fréquentation et de leur attractivité : Grotte de Choranche, Jardin des Fontaines Pétrifiantes et Cabane Café.

Fréquentation :

- **796 visiteurs** : une moyenne de 12,3 visiteurs par heure
- 275 contacts uniques
- **466** demandes d'information : 89% des demandes portent sur le territoire SMVI
- 91,5% de clientèle française et 8,5% clientèle étrangère
- 41% de familles et 35% de couples

→ **Un dispositif apprécié par les visiteurs, contact plus facile et avec plus d'interactions.**



ACTIONS A.D.I (accueil et diffusion de l'information)

TOURNÉES DE DISTRIBUTION

Fonctionnement :

- Tournées hebdomadaires (vendredi après-midi) sauf contretemps
- De **mi-mai** dès la réception des nouvelles éditions de l'OT jusqu'à fin octobre
- Passage chez une partie des partenaires de l'OTI
- Passage dans les OT Isère et Drôme qui souhaitent la doc de l'OT mais aussi dans les grosses structures touristiques limitrophes (campings, hôtels Drôme...)

Distribution 2022 :

- **13** tournées effectuées en Isère et Drôme
- **85** structures touristiques livrées en documentation : 67 partenaires OT et 18 non partenaires
- **12 184** brochures diffusées

→ **Un dispositif très apprécié** de par le côté pratique de la livraison sur place et humain car permet de rencontrer et d'échanger avec le personnel OT

→ **Un dispositif restreint en 2023**, proposé uniquement aux partenaires premium. D'autres solutions sont proposées aux professionnels pour récupérer la documentation. Le temps dédié sera utilisé pour créer un réseau de Relais d'Informations Touristiques (R.I.T.)



ACTIONS A.D.I (accueil et diffusion de l'information)

NOS P.I.T (point d'information touristique)

Fonctionnement :

- Mise à disposition de présentoirs (sur pied ou à poser) avec les éditions de l'OTI sur des sites à forte fréquentation, des hébergements de grande capacité, des lieux de passage stratégiques.
- Réapprovisionnement en documentation tout au long de l'année par l'OTI

10 P.I.T

- **7 PIT permanents** : foyer ski de Presles, foyer ski de Rencurel, salle hors-sac station des Coulmes à Rencurel, hôtel Les Portes du Vercors, musée de l'Eau, camping du Marandan à St-Romans, Gîte Au cœur des Coulmes à Malleval
- **3 PIT ponctuels** dans des commerces de Pont-en-Royans (boulangerie) et Saint-Antoine-l'Abbaye (boulangerie + miellerie de l'Abbaye) pendant la période de fermeture annuelle des 2 BIT → permet aux visiteurs d'avoir accès à la documentation quand les BIT sont fermés

→ **environ 6550 brochures** de l'OT diffusées via les P.I.T. (soit 14,7% des brochures éditées par l'OT)

→ **dispositif qui sera développé en 2023**



ACTIONS A.D.I (accueil et diffusion de l'information)

DIFFUSION DE NOS ÉDITIONS

- **Au guichet et sur l'OT mobile** → 38,5% de la diffusion dont 26,9% aux visiteurs et 11,6% aux professionnels du tourisme
- **Envois postaux** (202 envois) → 0,8% de la diffusion
- **Point d'Information Touristique** (7 P.I.T. sur des sites ou hébergements + 3 dans commerces à Pont-en-Royans et Saint-Antoine pendant la fermeture annuelle des 2 BIT) → 14,7% de la diffusion
- **Tournées de distribution effectuées par l'OTI** (13 tournées en Isère et Drôme soit 85 structures touristiques livrées) → 22,5% de la diffusion
- **Opérations diverses** (accueils presse, salons, forums, réunions, bourses échange Isère et Drôme, groupes en visite sur le territoire...) → 23,5% de la diffusion (dont 16,6% sur les bourses d'échanges Isère et Drôme)

Et aussi :

- 418 fiches **Edit Yourself** réalisées (logiciel permettant de créer à l'accueil des documents sur-mesure à la demande)
 - *Top 3 des demandes : liste des hébergements, agenda et restaurants*
- 1500 fiches "**idées de randonnée**" au départ de Saint-Antoine-l'Abbaye, Pont-en-Royans ou Saint-Marcellin
- 200 fiches "**marchés de producteurs**"

Prévisions 2023 :

Des quantités adaptées d'une année sur l'autre : une gestion raisonnée des stocks. Quasi toute la doc éditée est diffusée au cours de l'année.

Des éditions papier encore bien sollicitées, notamment les plans de village très utiles pour visiter Saint-Antoine et Pont-en-Royans.

ETUDE SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information)

Accompagnement par le Cabinet OZON FB Ingénierie Tourisme et Territoires représenté par Frédéric Beretta. Etude qui s'est déroulée de mars à novembre 2022. Budget : 17 880€ TTC

Objectif : optimiser la cohérence de l'accès à l'information touristique sur notre territoire et anticiper les évolutions à venir en adaptant nos outils d'accueil et d'information.

Etude en 3 étapes :

- **Etape 1 Diagnostic** en 3 phases : recueil et analyse de données + analyse terrain (visites en client mystère sur le territoire) + entretiens personnalisés avec des personnes ressources (hébergeurs, gestionnaires de sites, partenaires institutionnels)
- **Etape 2 Elaboration du schéma d'accueil** sous forme d'ateliers collaboratifs
- **Etape 3 Restitution et préconisations**

→ **Des préconisations et actions qui seront mises en place sur les années à venir**



Groupe de travail en septembre 2022

PRÉCONISATIONS :

- Travailler sur la signalétique à l'échelle du territoire
- Réorganiser les horaires d'ouverture au public des B.I.T.
- Réfléchir sur l'implantation des B.I.T.
- Elaborer un rétroplanning pour les éditions print OT
- Développer et animer un réseau de prestataires relais (ambassadeurs du territoire)
- Elaborer des éducteurs pour les socioprofessionnels
- Développer l'accueil hors les murs
- Mettre en place une GRC (Gestion de la Relation Client)

C. PROMOTION TOURISTIQUE & VALORISATION DU TERRITOIRE

SOMMAIRE

1. Étude identification des clientèles

2. Plan de communication

- Affichage - tramway B à Grenoble
- Accueil Influenceurs
- Instameet Inspiration Vercors
- Editions
- Site web
- Réseaux sociaux
- Campagnes sponsorisées réseaux sociaux

3. Relations presse



ETUDE IDENTIFICATION DES CLIENTÈLES

Accompagnement par le cabinet ID-TOURISME, bureau d'études basé à Grenoble. Etude lancée en novembre 2021 et qui s'est poursuivie sur 2022

Objectif : identification de nos visiteurs et de l'ambition que l'on souhaite porter sur chaque public

1er temps d'échange et de travail avec un groupe de socioprofessionnels + envoi d'un questionnaire auprès de 350 socioprofessionnels fin 2021

En février 2022, 2nd temps d'échange et de travail avec un groupe de socioprofessionnels **afin de construire la matrice de croissance** :

- **classer les marchés prioritaires, secondaires et non-prioritaires**
 - **choisir une stratégie par marché : croissance par l'offre (nouveaux produits ou montée en qualité) , par la promotion ou par la prospection**
- une volonté partagée d'axer le travail sur les ailes de saison, d'augmenter le panier moyen
- un travail préalable qui sera à conforter en 2023
- des résultats qui permettront de décliner les actions et projets de l'OT et de Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté



Groupe de travail en février 2022


IDTOURISME

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

- Changement de stratégie : d'un marketing de l'offre à un **marketing de la demande**
- Sortir de la communication Presse Quotidienne Régionale (PQR) et trouver des **leviers d'actions et des canaux de promotion** de la destination qui correspondent aux segments identifiés de clientèles
- Construire en parallèle une véritable **stratégie de webmarketing avec des campagnes sponsorisées visant un engagement sur les réseaux sociaux**
- Construire un équilibre entre la quête de **notoriété de la destination auprès d'une clientèle de proximité** en particulier et la **promotion d'offres et de moments spécifiques sur l'année** (en particulier sur les ailes de saison)
- Un budget de **51 490 € HT d'actions sur l'année 2022**

Accompagnement par le cabinet ID-TOURISME, bureau d'études basé à Grenoble.

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023



Art de vivre

Patrimoine bâti




















Actions de janvier à juin






























Itinérance



Nature

	EMISSIONS TV	PRESSE	PRINT	SALONS / EVENEMENTS	CONTENUS & INFLUENCE	
JANVIER	<p>Météo à la carte / recette La Tivolière  FR3 / Grand public National</p> <p>Météo à la carte / recette Taverne Bélier Rouge  FR3 / Grand public National</p> <p>Télématin / bar à eaux  FR2 / Grand public National</p>	<p>La forêt des Coulmes dans Femme Actuelle Jeux régions  Grand public National</p>	<p>La forêt des Coulmes dans Femme Actuelle jeux régions  Grand public National</p>			
FEBRIER			<p>Mag Alpes is Here (Paléop'terre et Grotte de Choranche)  Isérois</p>	<p>Workshop du club presse OTF à Paris</p>		
MARS	<p>Météo à la carte / Saint-Antoine  FR3 / Grand public National</p>			<p>Salon du randonneur Lyon avec IV  Lyonnais et AURA</p>		
AVRIL	<p>Météo à la carte / fromage Saint-Marcellin  FR3 / Grand public National</p>		<p>Isère Mag / pêche  Isérois </p>			
MAI		<p>Accueil journalistes GB et NL  Green France </p>				
JUIN	<p>Tournage Les potagers de Julie avec Julie Andrieu / Chasselay et Varacieux  FR3 / Grand public National PAS ENCORE DIFFUSEE</p>		<p>Mag Alpes is Here / séchoirs noix et Saint-Antoine  Isérois</p> <p>Magazine Balades du Dauphiné Libéré </p>		<p>Instameet Inspiration Vercors sur SMVI   </p>	

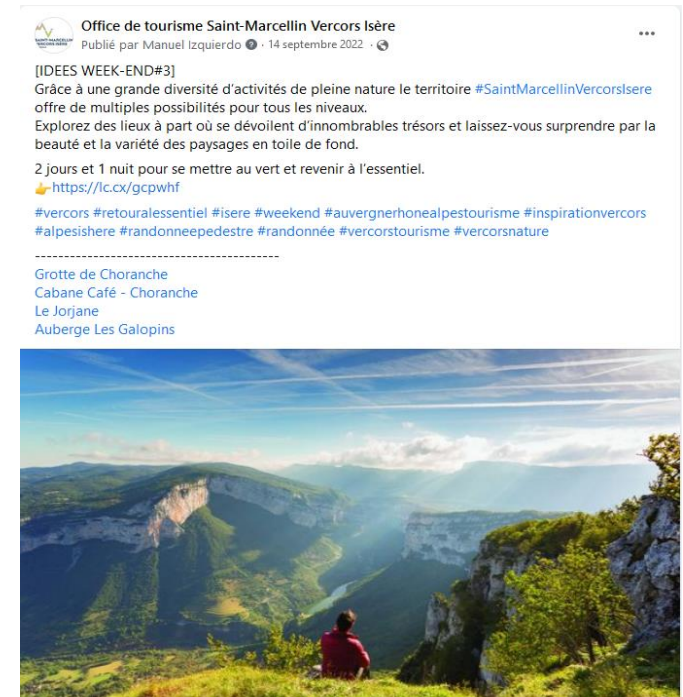
PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

		<h1>Actions de juillet à octobre</h1>				
		Art de vivre		Itinérance		
		Patrimoine bâti		Nature		
		EMISSIONS TV / RADIO	AFFICHAGE	PRINT	SALONS / EVENEMENTS	CONTENUS & INFLUENCE
JUILLET	 <p>Tournage Des lieux pour les curieux au jardin des fontaines FR3 / Grand public AURA PAS ENCORE DIFFUSEE</p>					
	 <p>Accueil journalistes Télégrenoble / Pont Isérois</p>					
AOUT	 <p>Interview sur France Bleu / Pont National</p>			 <p>Pont-en-Royans à l'honneur dans le guide Lonely Planet Alpes</p>		
SEPTEMBRE		 <p>Tramway ligne B Grenoble Covering partiel (10 baies) Grenoblois et "septembristes" / familles</p>		 <p>Exit Mag hors-série culture Lyon / Tribus d'amis / familles</p>	<p>Salon CSE à Lyon AURA / Tourisme d'affaires</p> <p>Conférence de presse et workshop Isère Attractivité à Paris</p>	 <p>Venue des Mondaines avec IV et PNRV Grenoble / femmes / couples CSP+</p>
		   <p>Ecran dynamique OT Grenoble Grenoblois et touristes de passage</p>				    <p>Venue de From Yukon Familles avec enfants</p>
OCTOBRE	 <p>Météo à la carte / Grotte de Choranche FR3 / Grand public National</p>					<p>Venue de Madame Oreille Familles monoparentales</p>
	 <p>Tournage C'est meilleur quand c'est bon à Quincieu En Vadrouille Saint-Antoine-Abbaye FR3 / AURA</p>  	 <p>Ecran dynamique OT Grenoble Grenoblois et touristes de passage</p>			 <p>Descente des Alpes à Grenoble avec le C2MF Grenoblois, épicuriens</p>	   <p>Venue d'itnerra Magica et Foehn photographie Femmes sans enfants / tribus d'amis</p>    

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

AFFICHAGE

Covering partiel du tramway ligne B à Grenoble du 3 au 30 septembre



Le QR code présent sur les baies renvoyait vers une page web sur laquelle il y avait 5 idées de week-ends. La promotion des séjours s'est également faite sur Facebook et Instagram.

- Des publicités sur Facebook ont été faites pour deux idées de week-end : 40 104 personnes ont vu la publicité en lien avec les produits du terroir et 47 920 personnes ont vu celle en lien avec les animaux pour les familles. Bilan satisfaisant pour les publicités.
- 93 personnes ont consulté la page web. Seulement 20 personnes ont scanné le QR code. Le QR code ne sera pas renouvelé.

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

SALONS & ÉVÉNEMENTS

Salon du randonneur à Lyon du 25 au 27 mars 2022 :

- Stand mutualisé sous la bannière Inspiration Vercors avec les OT du collectif
- 13 438 visiteurs sur les trois jours de salon (14 157 en 2019, baisse de 5,1% de visiteurs)
- beaucoup de demandes et de contacts qualifiés, 300 contacts sur les 3 jours.

Descente des Alpes à Grenoble le 8 octobre 2022

- Opération de promotion mutualisée avec le C2MF visant à accroître la notoriété du territoire

Salon CSE à Lyon les 13 et 14 septembre 2022

En 2019, l'OTI s'était engagé à participer à ce salon dédié aux comités d'entreprise (CE). L'OTI ne disposant pas d'offres pour ce type de clientèle, il a été proposé aux partenaires fonctionnant avec des CE de venir présenter gratuitement leurs offres.

- Grand Angle et le musée de l'eau se sont positionnés. Ils ont eu peu de demandes.



PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

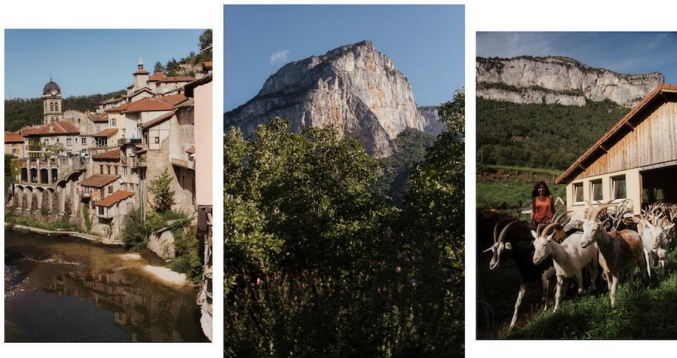
ACCUEIL D'INFLUENCEURS

Les Mondaines le 8 septembre.
Instagram : 14,8 k. Facebook : 10 k.

Facebook : 121 interactions.
Instagram : 111 interactions.

ESCAPADE GOURMANDE AU PAYS DU ROYANS, ENTRE BONNE TABLE ET FERMES DE CHARME

Cette semaine, on vous fait découvrir les terres agricoles des plaines du Vercors à travers la rencontre d'artisans et producteurs du Parc du Vercors qui défendent nos produits locaux : fromages, huile de noix, viande dauphinoise, pommes, vin blanc... et ont à coeur de protéger leur terroir, notre histoire et la nature.



From Yukon du 30 septembre au 2 octobre.
Instagram : 1 120 abonnés. Facebook : 1,4 k.

Tiktok : 5 posts avec un total de 3 k de vues.
Facebook : 4,5 k en impressions et 4 k en reach sur les 6 posts.

Twitter : 4,5 k d'impressions sur les tweets labellisés #VercorsIsThere



PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

ACCUEIL D'INFLUENCEURS

Madame Oreille du 14 au 18 octobre.

Instagram : 20 k. Facebook : 26 k.

France • Voyage en famille
En famille : autour de Saint-Marcellin Vercors Isère
par Madame Oreille | 9 novembre 2022



Itinera Magica et Marion Carcel du 19 au 21 octobre.

Instagram : 27,8 k. Facebook : 10 k.



Quelques données d'Itinera Magica :

- Instagram : Un peu plus d'une centaine de stories au total visionnées par environ 1 000 pers/planche et 150 pers/planche sur Facebook.
- Tik Tok : 4 vidéos (2 vidéos à 1 300 vues, 1 à 11 000 vue, 1 à 14 300 vues).
- Facebook : portées variables en fonction des partages, de la viralité : de 1 500 personnes touchées à 41000 (post Les Granges du Fournel).

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

INSTAMEET AVEC INSPIRATION VERCORS

Un instameet a été organisé le 25 juin avec la découverte du territoire à travers ses sites touristiques, culturels et ses produits du terroir. Au programme : jardin des fontaines pétrifiantes, La Belle Noix et le Moulin La Belle Huile, visite de Saint-Antoine-l'Abbaye.

8 participants.

Objectifs :

- Faire connaître la destination à la communauté des influenceurs.
- Renforcer le lien avec des instagramers à forte notoriété répondant aux valeurs d'Inspiration Vercors.
- Enrichir la photothèque du collectif et des Partners.

Bilan :

- Des retombées positives : posts Instagram, stories, articles de blog, mise à disposition de nombreuses photos.
- Environ 14 200 comptes touchés.



PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

NOS ÉDITIONS

- **Guide découverte français** (12 000 ex) et anglais (1000 ex)
- **Carte touristique français** (12 000 ex) et anglais (1000 ex)
- **Plans de village Pont-en-Royans et Saint-Antoine-l'Abbaye français** (8 000 ex de chaque) et anglais (500 ex de chaque)
- **Guide terroir et artisanat** (5000 ex)



Total des impressions 2022 : 30 066€

+ traduction du guide découverte en anglais : 1997.50€

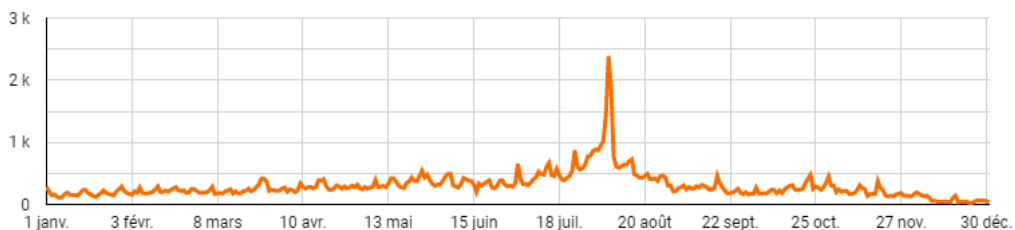
Nouveautés en 2022 :

- Passage au dispositif de marché à procédure adaptée pour l'impression de nos éditions
- Travail sur le nouveau cartoguide Coulmes-Chambaran : en lien avec le PNR Vercors et SMVI Communauté. Travail de sélection des itinéraires, rédaction des textes, envoi de photos. Sortie prévue en mai 2023.

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

SITE WEB

2022



Users
93 100



New Users
92 158



Number of Sessions per User
1,28



Sessions
118 883



2021



Users
91 154



New Users
91 097



Number of Sessions per User
1,24



Sessions
112 934



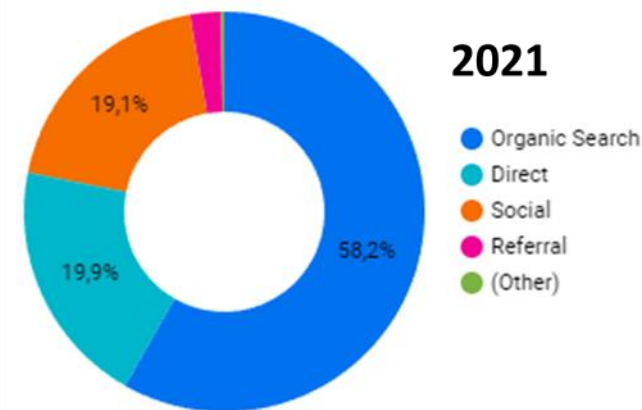
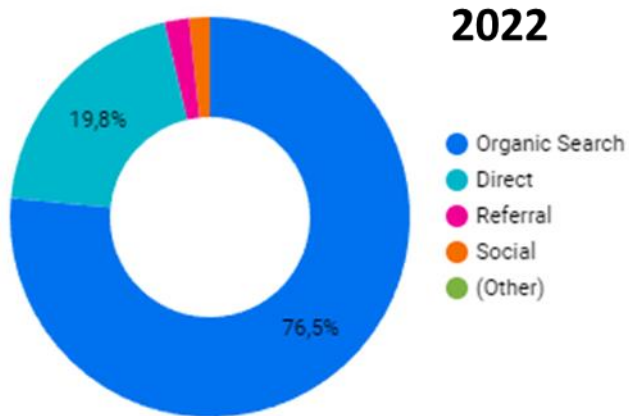
Vitrine promotionnelle incontournable de la destination et de son offre touristique, le site www.tourisme.saintmarcellin-vercors-isere.fr a enregistré au total **93 100 visiteurs** en 2022 soit une augmentation de **+2,13 %** par rapport à 2021

On remarque néanmoins une baisse significative de la fréquentation en été **(-23,10%)**. L'OTI n'a pas renouvelé en 2022 la campagne publicitaire sur les réseaux sociaux en plein été et se consacrer à l'après saison.

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

SITE WEB

Les sources de trafic



19,1 % du trafic provenait des réseaux sociaux en 2021 contre 1,69% en 2022

(baisse expliquée par les campagnes publicitaires non renouvelées en été)

Hausse significative du trafic provenant des résultats des moteurs de recherche (+18%), c'est le type de flux entrant le plus important qui nous assure à la fois une audience sur le long terme, un public parfaitement ciblé et un bon taux de conversion

Social : Traffic provenant des réseaux sociaux

Referral : comprend tous les visiteurs arrivés sur un site web depuis un lien apparaissant sur un site différent

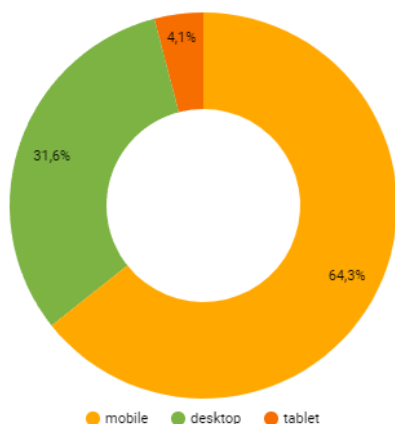
Organic Search : désigne le processus consistant à obtenir des résultats de recherche générés naturellement par les algorithmes des moteurs de recherche (tels que Google, Bing, Yahoo, etc.)

Direct : rassemble tous les internautes ayant saisi directement l'adresse URL d'un site web dans la barre de recherche de leur navigateur



PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

SITE WEB



69 % des internautes se sont connectés en 2022 à notre site via un téléphone portable ou une tablette

Pages visitées/session : 1,31 (+5,48%)

C'est l'indicateur inverse du taux de rebond. Il permet, comme son nom l'indique, de connaître le nombre moyen de pages consultées par chaque visiteur.

Taux de rebond : 53,63 % (-13,98%)

On parle de rebond lorsqu'un internaute quitte le site après avoir consulté une seule page. Le taux de rebond permet donc de savoir si les internautes consultent plusieurs pages du site ou non.

Durée moyenne des sessions : 01:26 (+18,87%)

Google Analytics calcule le temps moyen que passe un visiteur sur une page du site. Il s'agit d'un indicateur intéressant pour savoir si nos visiteurs se plaisent sur le site

Top 5 des internautes par pays

-  France (91,07%)
-  Suisse (1,15 %)
-  Belgique (1,08 %)
-  Pays-Bas (0,61%)
-  Allemagne

Top 5 des internautes par région

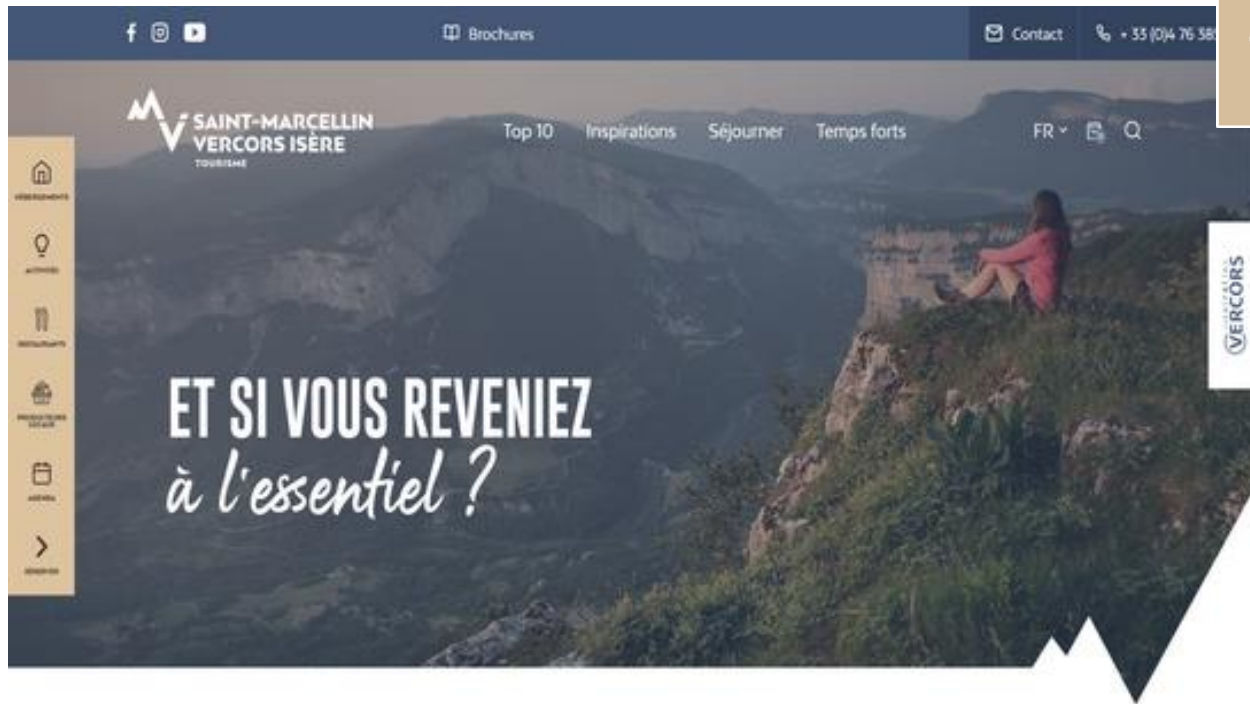
- Auvergne Rhône-Alpes (58,65 %)
- Ile-de-France (21,02 %)
- Provence-Alpes-Côte d'Azur (4,24%)
- Occitanie (3,86 %)
- Nouvelle Aquitaine (2,38%)

Top 5 des pages les plus consultées

- Pont-en-Royans (12,05 %)
- Médiévales St Antoine (7,3%)
- Saint-Antoine-l'Abbaye (6,75%)
- Les événements à St Antoine (4,87%)
- Etat des routes Vercors (2,42%)

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

SITE WEB



Sortie le
**07 décembre
2022**

Le nouveau site web de l'Office de tourisme, développé par l'agence ardéchoise MILL, adopte une présentation graphique moderne et dynamique, qui reflète l'image du territoire, en déclinant les nouvelles couleurs et la baseline de l'Office de Tourisme « retour à l'essentiel ».

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

SITE WEB

La nouvelle interface apporte une visibilité améliorée avec son lot de nouveautés :

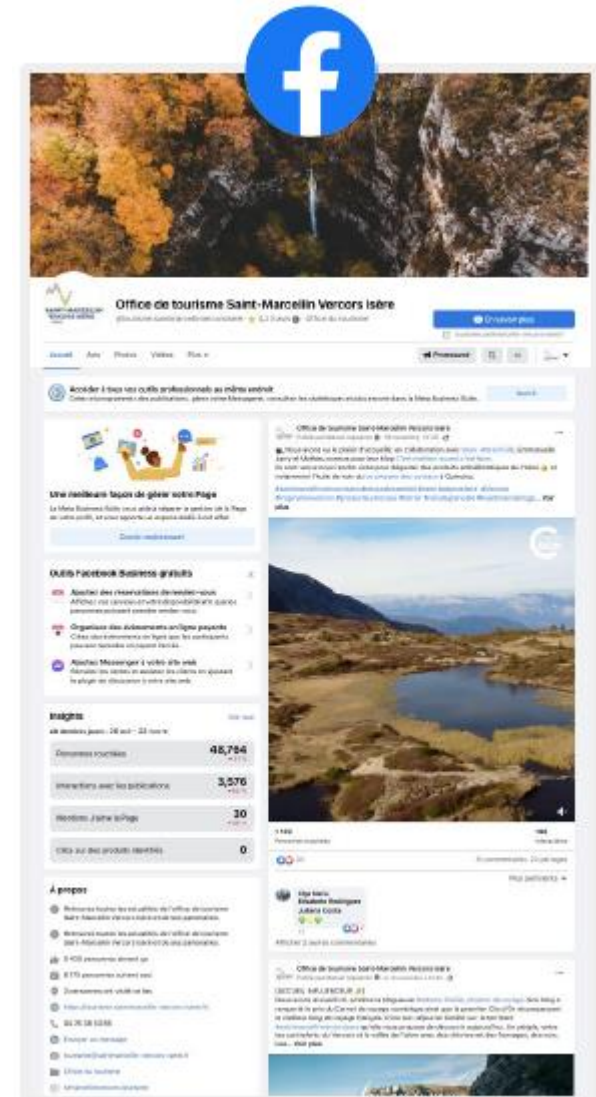
- Site entièrement traduit en anglais
- Des articles de blog rédigés par nos reporters locaux sur les actualités, les acteurs touristiques de la destination ou les expériences à vivre pour (re)découvrir le territoire
- Un site orienté « mobile first » : des fonctionnalités optimisées pour la navigation sur smartphone qui représente 69% de nos visiteurs
- Un site qui répond aux enjeux techniques actuels pour un meilleur référencement et une meilleure visibilité avec notamment l'accompagnement de **Cybercité**, agence spécialisée en SEO
- Un site totalement interfacé avec le Système d'Information Touristique Apidae
- Un site connecté à la place de marché touristique régionale qui permet la réservation d'hébergements ou d'activités
- Une plus grande flexibilité dans la gestion des contenu
- Un site connecté aux réseaux sociaux
- Un module de disponibilités pour les hébergeurs non présents sur la place de marché

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

RÉSEAUX SOCIAUX

Au 31 décembre la page Facebook de l'Office de tourisme comptait **5 437 fans** soit une augmentation de **+ 9,9 %** par rapport à l'année précédente

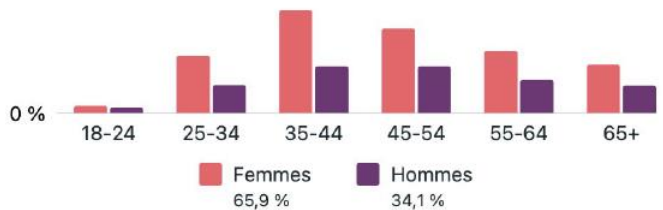
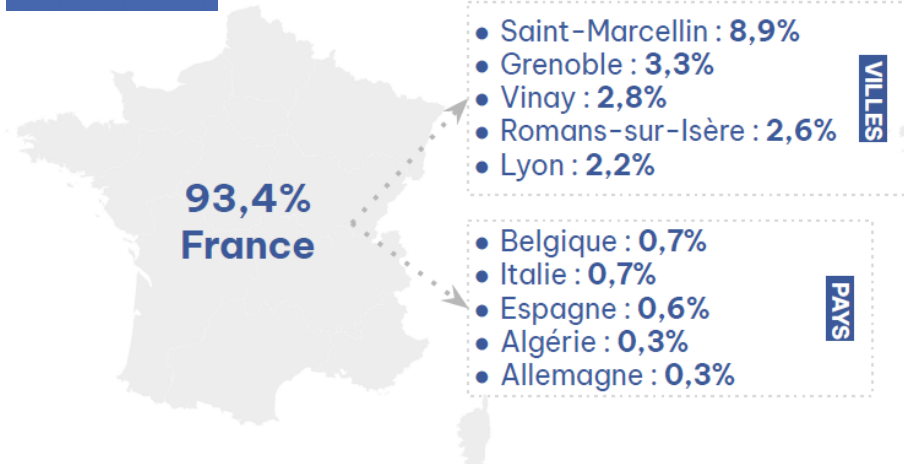
97 posts publiés sur l'année 2022




PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

RÉSEAUX SOCIAUX

facebook




Top 4 des posts par interactions




1

6 534
interactions



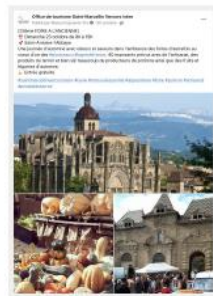
2

4 231
interactions



3

2 239
interactions



4

1 403
interactions

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

RÉSEAUX SOCIAUX

facebook

Fans

5 437 (+9,9 %)

Impressions

768 530 (- 80 %)

Engagements

32 860 (- 72,7 %)

Taux d'engagement (par impression)

4,3 % (+ 36 %)

Nombre de posts

97

Les impressions correspondent au nombre de fois que du contenu issu de notre Page est apparu sur l'écran d'une personne.

En 2022 nous n'avons pas renouvelé la campagne publicitaire pendant l'été sur les réseaux sociaux comme en 2021 (4000 € TTC), ceci explique la baisse importante du nombre d'impressions.

Le nombre de fois où des personnes ont interagi avec nos publications par des réactions, commentaires, partages et clics. Le nombre d'engagements est corrélé au nombre d'impressions.

Le taux d'engagement est un indicateur clé de performance qui mesure, comme son nom l'indique, le niveau d'engagement de nos fans avec un contenu. Malgré une baisse du nombre d'impressions, l'engagement des publications est en nette progression et ce quelle que soit la thématique abordée.

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

CAMPAGNES DE PUBLICITÉ RÉSEAUX SOCIAUX facebook

 **Office de tourisme Saint-Marcellin Vercors Isère**
il y a environ 5 mois 

[IDEEES WEEK-END#4]
Reconnu pour sa qualité grâce à de nombreuses appellations officielles et les savoir-faire remarquables de ses producteurs, le territoire #saintmarcellinvercorsisere cultive le bien-vivre et aime le partager. Voici un séjour qui vous mettra l'eau à la bouche. 😊
2 jours et 1 nuit pour profiter de la gastronomie locale.
👉 <https://lc.cx/GAfrkw...> Voir plus

Publicité diffusée du 13/10 au 02/11/2022
Budget dépensé : **750 €**

- Cibles**
- Grenoble (+20km)
 - Age 30-65 +
 - Famille

Objectif :
Clic sur le lien pour accès à la page « Idées week-end » sur notre site web



Couverture
40 104

Clics sur le lien
410

Coût par clic sur lien
1,83 €

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

CAMPAGNES DE PUBLICITÉ RÉSEAUX SOCIAUX facebook



Office de tourisme Saint-Marcellin Vercors Isère
il y a environ 6 mois



[IDEEES WEEK-END#2]

Envie d'une promenade originale pour vos enfants ? 🧑🏻
Ou tout simplement envie de découvrir les animaux de la ferme ? 🐑
Partez à la découverte du territoire #saintmarcellinvercorsisere pour un week-end de 2 jours et 1 nuit au plus près des animaux... Voir plus



Publicité diffusée du 19/09 au 03/11/2022
Budget dépensé : **750 €**

Cibles

- Grenoble (+17km)
- Age 30-65 +
- Famille

Objectif :

Clic sur le lien pour accès à la page « Idées week-end » sur notre site web

Couverture
47 920

Clics sur le lien
523

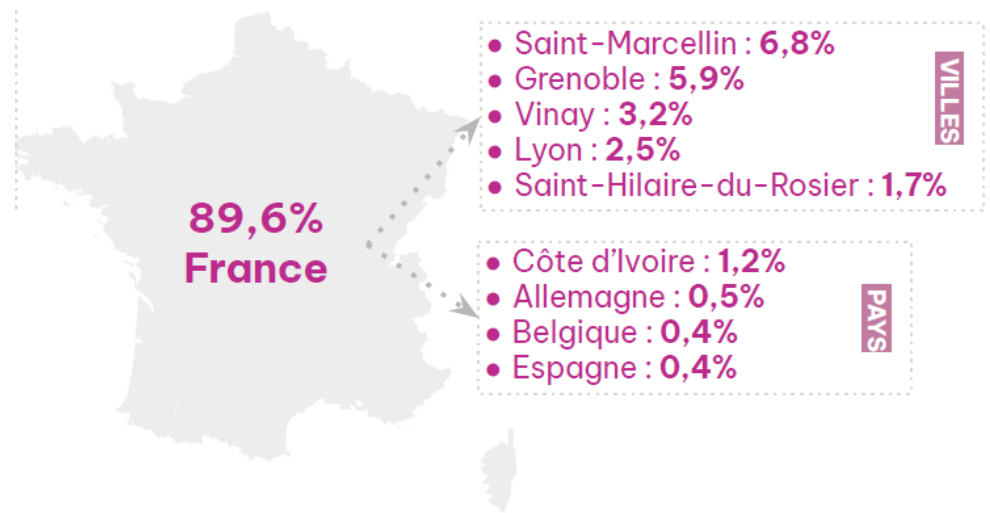
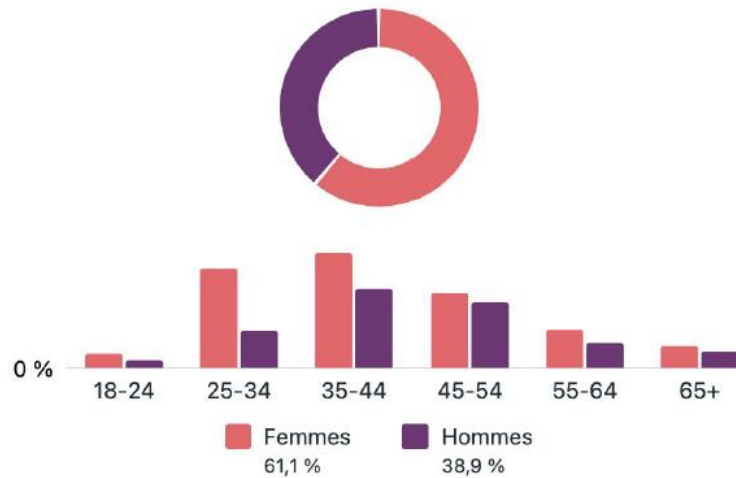
Coût par clic sur lien
1,43 €

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

RÉSEAUX SOCIAUX

 Instagram

 **Saint-Marcellin Vercors Isère**
1 209 abonnés



Nos cibles correspondent bien à nos abonnés. En effet, que ce soit sur Facebook ou Instagram, nous pouvons y retrouver des villes locales, ou encore de grosses métropoles comme Grenoble et Lyon.

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

RÉSEAUX SOCIAUX



Fans
1 209 **(+49,6 %)**



Impressions
63 987 **(- 59,4 %)**



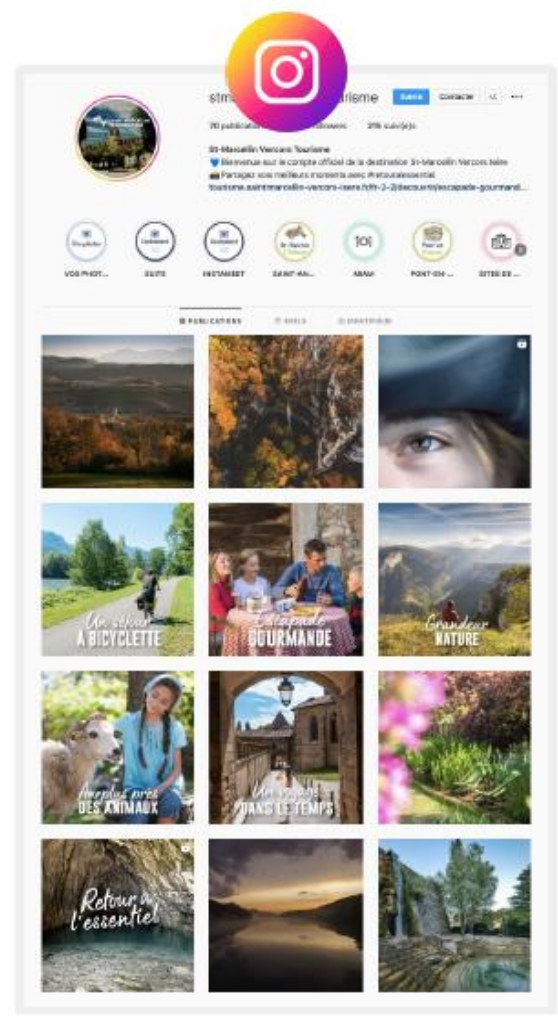
Engagements
1 255 **(+227,7%)**



**Taux d'engagement
(par impression)**
2 % **(+ 706,8 %)**



Nombre de posts
16



RELATIONS PRESSE

- **2 workshops à Paris**
 - Offices de Tourisme de France
 - Isère Attractivité: lancement saison hivernale
- **9 accueils presse**
- **Diffusion du dossier de presse 2022** de l'OTI en version print (200 ex) et digitale à destination des journalistes.















Workshop du Club Presse d'OTF à Paris « S'évader en France » le 8 février 2022

Contacts : Le Monde du camping-car, M6, Femme actuelle, Télématin, Arte – Invitation au voyage, France Inter...).

Notre OT est le seul OT isérois à faire partie du club presse d'Offices de Tourisme de France.



SOMMAIRE																			
<table border="0"> <tr> <td>Carte du territoire</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Ils aiment le territoire</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Nouveautés et projets</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Les grands rdv de 2022</td> <td>10</td> </tr> </table>	Carte du territoire	4	Ils aiment le territoire	6	Nouveautés et projets	8	Les grands rdv de 2022	10											
Carte du territoire	4																		
Ils aiment le territoire	6																		
Nouveautés et projets	8																		
Les grands rdv de 2022	10																		
<table border="0"> <tr> <td>TERRE DE PATRIMOINE</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Saint-Antoine-l'Abbaye</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Pont-en-Royans</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Nos villages pittoresques</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Témoins de l'Histoire</td> <td>17</td> </tr> </table>	TERRE DE PATRIMOINE				Saint-Antoine-l'Abbaye	12	Pont-en-Royans	14	Nos villages pittoresques	16	Témoins de l'Histoire	17							
TERRE DE PATRIMOINE																			
																			
Saint-Antoine-l'Abbaye	12																		
Pont-en-Royans	14																		
Nos villages pittoresques	16																		
Témoins de l'Histoire	17																		
<table border="0"> <tr> <td>Parc naturel régional du Vercors</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>Nos espaces naturels sensibles</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Détente active</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>Au fil de l'eau</td> <td>26</td> </tr> <tr> <td>Flâner dans les jardins</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>Voyage dans les profondeurs</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>La station de ski des Coulmes</td> <td>30</td> </tr> </table>	Parc naturel régional du Vercors	23	Nos espaces naturels sensibles	24	Détente active	25	Au fil de l'eau	26	Flâner dans les jardins	28	Voyage dans les profondeurs	29	La station de ski des Coulmes	30	<table border="0"> <tr> <td>NATURE PRESERVEE</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	NATURE PRESERVEE			
Parc naturel régional du Vercors	23																		
Nos espaces naturels sensibles	24																		
Détente active	25																		
Au fil de l'eau	26																		
Flâner dans les jardins	28																		
Voyage dans les profondeurs	29																		
La station de ski des Coulmes	30																		
NATURE PRESERVEE																			
																			
<table border="0"> <tr> <td>TROUVER SON CHEMIN</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>À pied</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>À deux-roues</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>Les sublimes routes du Vercors</td> <td>36</td> </tr> </table>	TROUVER SON CHEMIN				À pied	32	À deux-roues	34	Les sublimes routes du Vercors	36									
TROUVER SON CHEMIN																			
																			
À pied	32																		
À deux-roues	34																		
Les sublimes routes du Vercors	36																		
<table border="0"> <tr> <td>Un territoire qui a du goût</td> <td>38</td> </tr> <tr> <td>À la découverte de nos vignobles</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Distillateurs de cultures</td> <td>41</td> </tr> <tr> <td>Nos restaurateurs ont du talent</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>Douces nuits</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td>Un séjour au vert</td> <td>46</td> </tr> </table>	Un territoire qui a du goût	38	À la découverte de nos vignobles	40	Distillateurs de cultures	41	Nos restaurateurs ont du talent	42	Douces nuits	44	Un séjour au vert	46	<table border="0"> <tr> <td>ART DE VIVRE</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	ART DE VIVRE					
Un territoire qui a du goût	38																		
À la découverte de nos vignobles	40																		
Distillateurs de cultures	41																		
Nos restaurateurs ont du talent	42																		
Douces nuits	44																		
Un séjour au vert	46																		
ART DE VIVRE																			
																			
<table border="0"> <tr> <td>Nos acteurs touristiques s'engagent</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>À chaque mois, une idée de voyage</td> <td>50</td> </tr> </table>	Nos acteurs touristiques s'engagent	48	À chaque mois, une idée de voyage	50															
Nos acteurs touristiques s'engagent	48																		
À chaque mois, une idée de voyage	50																		
<table border="0"> <tr> <td>VOTRE CONTACT PRESSE</td> </tr> <tr> <td>Stéphanie est à votre écoute pour vous accompagner au</td> </tr> <tr> <td>04 82 92 60 36 ou 06 30 61 03 25</td> </tr> </table>		VOTRE CONTACT PRESSE	Stéphanie est à votre écoute pour vous accompagner au	04 82 92 60 36 ou 06 30 61 03 25															
VOTRE CONTACT PRESSE																			
Stéphanie est à votre écoute pour vous accompagner au																			
04 82 92 60 36 ou 06 30 61 03 25																			

RELATIONS PRESSE

ACCUEILS PRESSE

Accueils, contacts et échanges avec des journalistes TV, presse écrite, radio, influenceurs au niveau national ou international toute l'année

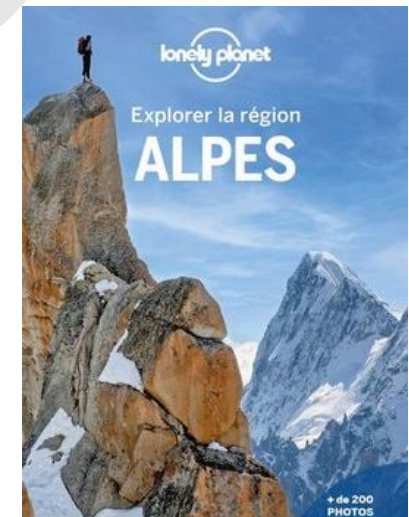
Sollicitations via :
Inspiration Vercors Isère Attractivité AURA Tourisme ou contacts directs



Magazine Alpes Is Here printemps/été 2022 paru en mai
620 000 ex (Pont-en-Royans, Saint-Antoine-l'Abbaye et les séchoirs à noix)



Magazine Balades du Dauphiné Libéré printemps/été 2022
25 000 ex



Pont-en-Royans à l'honneur dans le guide Lonely Planet Alpes
L'éditeur Lonely Planet est un éditeur de renommée internationale.

RELATIONS PRESSE

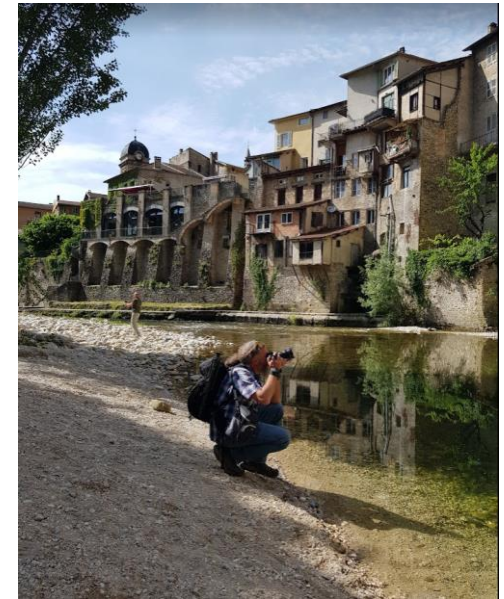
ACCUEILS PRESSE



Tournage Télématin sur France 2
avec Loïc Ballet au musée de l'eau
à Pont-en-Royans.



Tournage Météo à la carte sur FR3 national du 18 au 21 janvier 2022 à la Tivollière, Saint-Antoine-l'Abbaye, Grotte de Choranche, ferme du Saint-Sauveur, au GAEC de Sully.
Audience : 700 000 personnes.
5 reportages de 6 minutes.



Accueil de journalistes anglais, néerlandais organisé sur le territoire lors du **Green France à Grenoble** avec Inspiration Vercors et Auvergne Rhône-Alpes Tourisme le 13 mai 2022

RELATIONS PRESSE

ACCUEILS PRESSE

Au niveau départemental et national



Accueil de journalistes
TéléGrenoble à Pont-en-Royans le
16 juin 2022

Tournage de
l'émission
« En Vadrouille »
sur FR3 à Saint-
Antoine-l'Abbaye
le 15 septembre
2022



Tournage « **C'est meilleur quand
c'est bon** » avec Emmanuelle
Jary le 13 octobre 2022 au
Pressoir des Coteaux à Quincieu
en partenariat avec Isère
Attractivité

D. MISE EN RESEAU ET ANIMATION DES PARTENAIRES

SOMMAIRE

- Composition du réseau de partenaires (offre de services commerciaux OTI)
- Evènements - les Res'OT
- Labellisation Accueil vélo
- Labellisation partner Inspiration Vercors
- Labellisation Vallée de la gastronomie
- Ateliers dédiés aux professionnels
- Newsletter professionnelle
- Place de marché
- Plateforme Evasion is here
- Fairguest

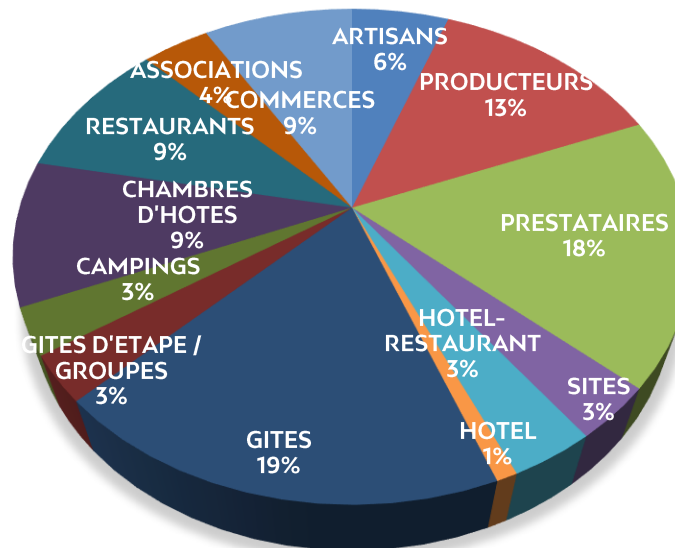


COMPOSITION DU RÉSEAU DE PARTENAIRES 2022

- 233 partenaires en 2022 (202 partenaires en 2021)
- 194 partenaires sur le territoire Saint-Marcellin Vercors Isère
- 39 partenaires hors territoire

Total packs partenaires 2022 : 25 197,50 € TTC (20 997,92 € HT)

Composition des partenaires 2022



RÉS'OT / ÉVÈNEMENTS POUR LES PROS

L'Office de Tourisme anime son réseau de partenaires afin de favoriser l'interconnaissance, la mise en réseau :



← **Après-midi Rés'OT #1 au Camping Lac du Marandan à Saint-Romans** le 2 mai 2022 avec des ateliers pour redéfinir l'offre de services des partenariats puis constitution d'un groupe de travail avec des partenaires à l'automne.

Après-midi Rés'OT #2 au Grand Séchoir → maison du pays de la noix à Vinay le 17 novembre 2022





LABEL ACCUEIL VÉLO

Sollicitation du Référent Qualité Accueil Vélo de l'OT par Isère Attractivité pour former les Référents des territoires voisins : **formation des référents Accueil Vélo des territoires** Terre de Berlioz, Vienne et Pays Roussillonnais de mars à juin 2022

Un label gratuit en Isère cette année encore (200€ de redevance pour les frais de labellisation non facturés par l'OT) : gratuité qui facilite les renouvellements



- **5 renouvellements** de labellisation
- **4 nouvelles** labellisations (Gîte Delphinal à Beauvoir-en-Royans, Auberge Orée des Chambarans à Chasselay, BIT de Pont-en-Royans, BIT de St-Antoine)
- **1 abandon**
- **1 refus** (problème de distance par rapport à l'itinéraire cyclable)

Au 31/12/2022 → 20 structures labellisées :

- 14 Hébergements
- 1 Restaurant
- 2 Sites de Loisirs
- 3 Bureaux d'Information Touristique



LABEL PARTNER & COMMISSION MARQUE – INSPIRATION VERCORS

7 COMMISSIONS (EN VISIO) EN 2022

- Étude des candidatures
- Mais aussi travail sur : les référentiels, les ateliers à destination des Partners, la campagne de stories Facebook et Instagram, livret sur les éco-gestes etc...
- **Pas de participation financière** demandée aux labellisés cette année encore

3 ATELIERS À DESTINATION DES PARTNERS EN 2022

- Randonnée et gestion de la surfréquentation : 2 dates (en mai et en octobre)
- Environnement nocturne et projet de réserve internationale de Ciel Etoilé
- Réseaux sociaux

5 STRUCTURES LABELLISÉES PARTNER EN 2022

- Chambres d'hôtes l'EdelBleue à Presles
- Camping le Gouffre de la Croix à Choranche
- Gîte l'Echappée en Vercors à Choranche (suite au changement de propriétaire)
- Vercors et Cie à Pont-en-Royans
- Agence de voyages Amarok à St-Pierre-de-Chérennes



Atelier réseaux sociaux au Grand Séchoir

Au 31/12/2022 → 14 structures labellisées :

- 10 Hébergements
- 2 Sites touristiques
- 1 Prestataire d'activité
- 1 Agence de voyages

LABEL VALLÉE DE LA GASTRONOMIE - FRANCE ®

La Vallée de la Gastronomie – France® est une destination unique en son genre, créée pour faire voyager les sens.

À moins de 45 minutes à l'est de l'autoroute A7, **la majorité du territoire Saint-Marcellin Vercors Isère** fait lui aussi partie de cette vallée et propose des offres gourmandes : visites d'exploitation, initiation à la dégustation, accords mets et vins, repas champêtre ou gastronomique, ateliers de traite des chèvres et fabrication de fromage...
Pas de participation financière demandée aux labellisés



A ce jour, 6 offres ont été labellisées sur le territoire en 2022.
L'Office du Tourisme étant très actif sur cette thématique, le CRT souhaite créer un itinéraire dédié avec nos offres sur leur site web



LABEL VALLÉE DE LA GASTRONOMIE - FRANCE ®

Les critères

- Être situé à moins de 45 minutes d'une sortie d'autoroute (A6/A7)
- Avoir une offre touristique liée à la gastronomie et/ou à l'œnologie
- Avoir un des labels/marques requis

5 socio-professionnels labellisés pour 6 offres

- Le belle noix, Saint-Hilaire-du-Rosier
- Domaine Mayoussier, Auberives-en-Royans
- Cabane café, Choranche
- Les aromatiques de Choranche, Choranche
- La ferme du Clos, Châtelus
- Au Romans du Vercors, Beauvoir-en-Royans

Les bénéficiaires

- Une communication et une visibilité dédiée
- Shooting photo pour certains des labellisés

Suites à donner

- « Recruter » de nouveaux labellisés par l'intermédiaire les labels/marques requis (Bienvenue à la Ferme, Fermes du Vercors...)
- Sensibiliser et informer les professionnels

Grâce au travail de l'Office de Tourisme, la marque « **Fermes Du Vercors** » a pu intégrer le réseau de marques/labels reconnu pour pouvoir prétendre à la Vallée de la Gastronomie



Visite de l'exploitation nucicole La Belle Noix

DES ATELIERS DÉDIÉS AUX PROFESSIONNELS

Dans le cadre du Plan Qualité 2022/2024, des ateliers collectifs sont proposés pour accompagner les socio-professionnels dans leur montée en compétences. Ces ateliers donnent des clés de compréhension aux professionnels du tourisme pour qu'ils puissent être autonomes et prêts à se mettre en action dans un monde en constante évolution. L'année 2022 s'est consacrée à la définition du contenu pédagogique, les ateliers ont débuté en 2023.

ATELIERS « INSTANTS PROS »

Ateliers ouverts à tous les acteurs touristiques du territoire

Thématiques abordées: gastronomie, réputation en ligne, aménagement d'un établissement touristique, création de contenus, réseaux sociaux, taxe de séjour etc.

Ces ateliers sont animés par du personnel de l'OTI ou des partenaires institutionnels (CDT, CRT).

ATELIERS DE PERFECTIONNEMENT

Ateliers ouverts uniquement aux partenaires pack premium

Thématiques abordées: pricing, référencement, storytelling, design de l'offre etc.

L'OTI aura recours à de la prestation externe compte-tenu du niveau d'expertise nécessaire sur ces sujets.



Atelier sur la e-réputation

LA NEWSLETTER DES PROS

La newsletter paraît chaque début de mois et est dédiée uniquement aux partenaires de l'Office de Tourisme et aux institutionnels (304 destinataires/news en moyenne sur 2022).
Nous faisons régulièrement un zoom sur un projet, un dossier, un partenaire, une action de promotion, notre réseau...

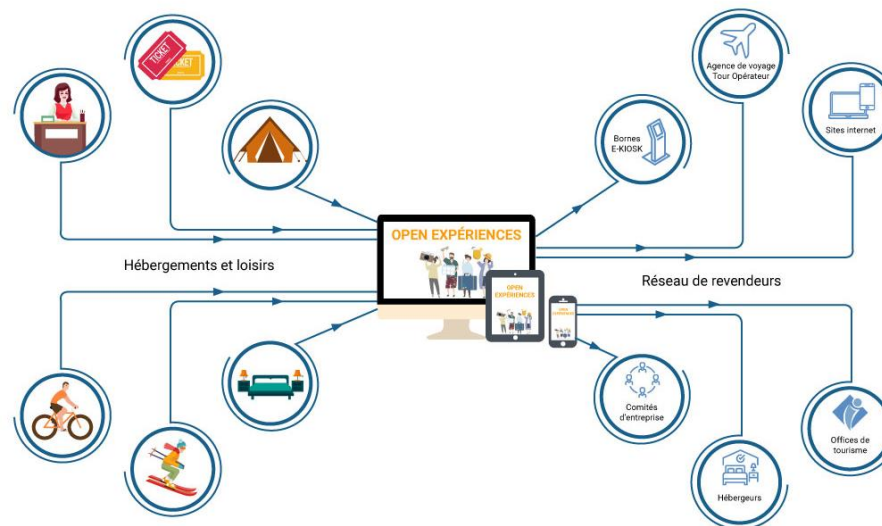
Total d'envois	13
Total destinataires	3 963
Total ouvertures	1 665
Total clics	349



LA PLACE DE MARCHÉ AVEC OPEN EXPÉRIENCES

Open Expériences est une solution de gestion et de réservation en ligne pour hébergeurs et opérateurs de loisirs proposée par Alliance Réseaux, société du groupe Michelin, et déployée par Auvergne Rhône Alpes Tourisme et Isère Attractivité.

Ce dispositif en ligne a pour objectif d'accompagner les hébergeurs et les opérateurs de loisirs dans la gestion et la commercialisation de leur offre, afin d'améliorer le parcours client, et de relocaliser la commercialisation de l'offre touristique de notre territoire.



LA PLACE DE MARCHÉ AVEC OPEN EXPÉRIENCES

Les professionnels du Tourisme qui n'ont pas d'outils de réservation en ligne, peuvent tout en étant accompagnés par l'Office Tourisme se lancer dans le e-commerce grâce à plusieurs outils (des logiciels accessibles sur internet), en fonction de leur activité

- **Open Pro** (pour les chambres d'hôtes, meublés, campings)
- **Open Billet** (pour les événements)
- **Open refuge** (pour les gîtes d'étape, refuges)
- **Addock** (pour les opérateurs d'activités et de loisirs)

Cela permet aux acteurs du tourisme de débiter en e-commerce, de gérer en autonomie et commercialiser en ligne à faible cout.

Les avantages :

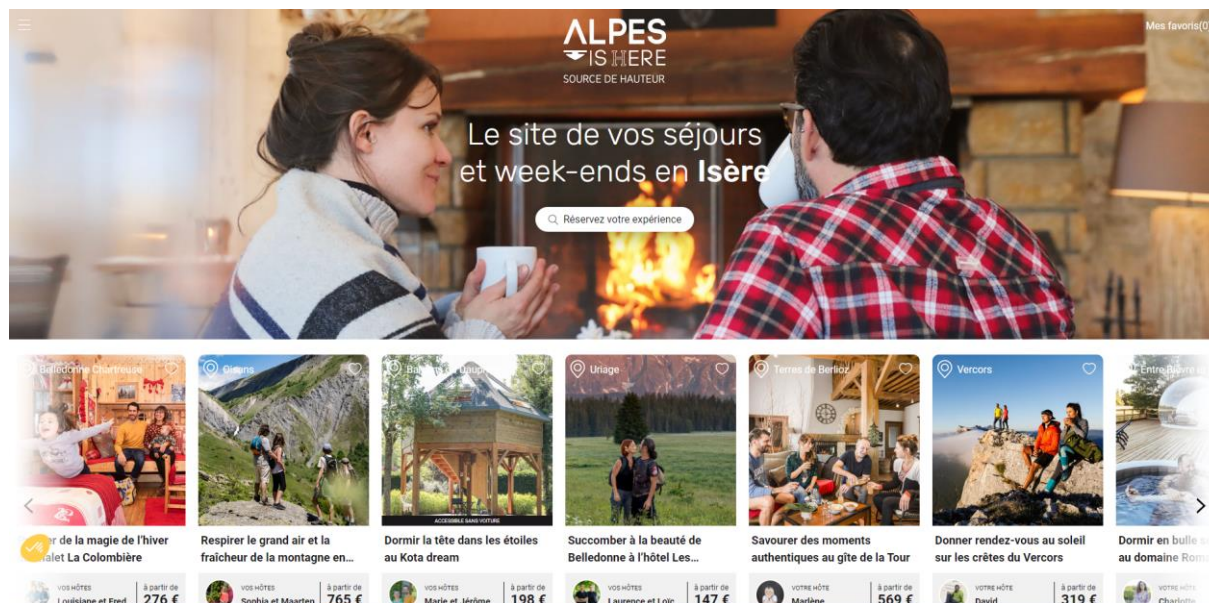
- Gérer mes disponibilités et mes ventes en temps réel.
- Gérer et vendre en ligne leur offre sur leur propre site internet
- Rendre son offre visible et à la vendre sur le nouveau site web de l'Office de Tourisme
- Vendre aussi sur d'autres sites web



**16 partenaires
présents sur la place
de marché depuis 2019**

**5 formés en 2022 par
l'Office de Tourisme**

ÉVASION ISHERE – le site des courts-séjours en Isère



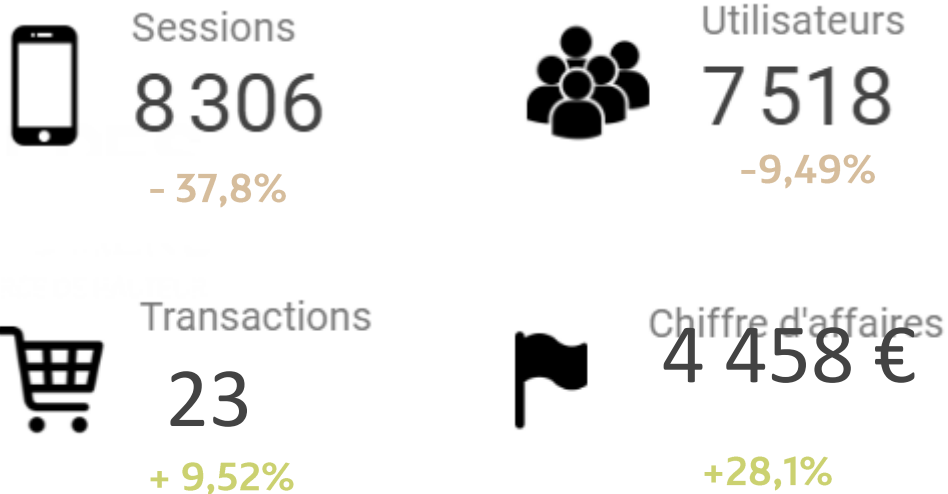
Depuis 2019, nous proposons sur la plateforme départementale de vente en ligne Evasion des séjours de 1 à 3 nuits sur le territoire Saint-Marcellin Vercors Isère – grâce à la place de marché

L'objectif de la plateforme est de proposer des expériences uniques de courts séjours, destinées à la clientèle de proximité, réservables en ligne, favorisant le ressourcement individuel.

Les expériences sont contextualisées à chaque saison de l'année ; la qualité de l'expérience s'exprime pour l'internaute par la qualité des visuels, la qualité éditoriale et l'incarnation de l'offre par l'hébergeur.

ÉVASION ISHERE – le site des courts-séjours en Isère

Statistiques plateforme Evasion Ishere territoire SMVIC Année 2022



Mise en ligne des 6 expériences en 2022 sur le territoire

- Les Granges du Fournel à St-Lattier
 - La Ferme du Clos à Châtelus
 - La Romanetière à
 - Saint-Quentin-sur-Isère
 - Les Hauts de Choranche
 - Suite cocon à Chatte
 - Le Val des sens à Chatte

- 15 territoires de l'Isère proposent des offres sur la plateforme
- 90 expériences publiées sur la plateforme en 2022 dont 6 sur le territoire SMVIC
- 258 ventes réalisées (+60,25%) avec un chiffre d'affaire de 57 287 € (+42,09%)

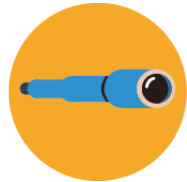
FAIRGUEST – outil de réputation en ligne

En juillet 2022, l'Office de Tourisme a souscrit un abonnement à la solution « Fairguest », développée par l'agence RACCOURCI, qui permet l'agrégation des données des sites d'avis publics.

Aujourd'hui la notoriété en ligne est un enjeu majeur pour les entreprises touristiques : 8 consommateurs sur 10 consultent les avis clients avant d'acheter un produit ou un service. Les avis négatifs diminuent fortement la probabilité d'achat. 66 % des internautes modifient leur réservation si les avis sont majoritairement négatifs.



FAIRGUEST – outil de réputation en ligne



Observer la e-réputation du territoire Saint-Marcellin Vercors Isère

Cet outil, facile d'utilisation, donne une visibilité globale de la réputation de notre destination et permet aussi une analyse très fine de l'évolution des avis par prestataires, par filière ou encore par période.

L'aide à l'amélioration de la qualité

Repérer les professionnels qui ont besoin de **soutien** pour **améliorer la qualité de leurs offres**
Les **tableaux de bord** FairGuest nous guident dans la mise en place du schéma développement touristique pour aider les socio professionnels de notre territoire :

- Grâce aux notes moyennes et avis des voyageurs, nous **repérons les professionnels** que nous devons accompagner
- Consulter le tableau de bord pour **identifier précisément les points d'amélioration**
- sur la base de ces **analyses**, nous pouvons les aider à **améliorer la qualité des services** qu'ils proposent et booster l'offre de notre Destination



L'aide aux socio-professionnels

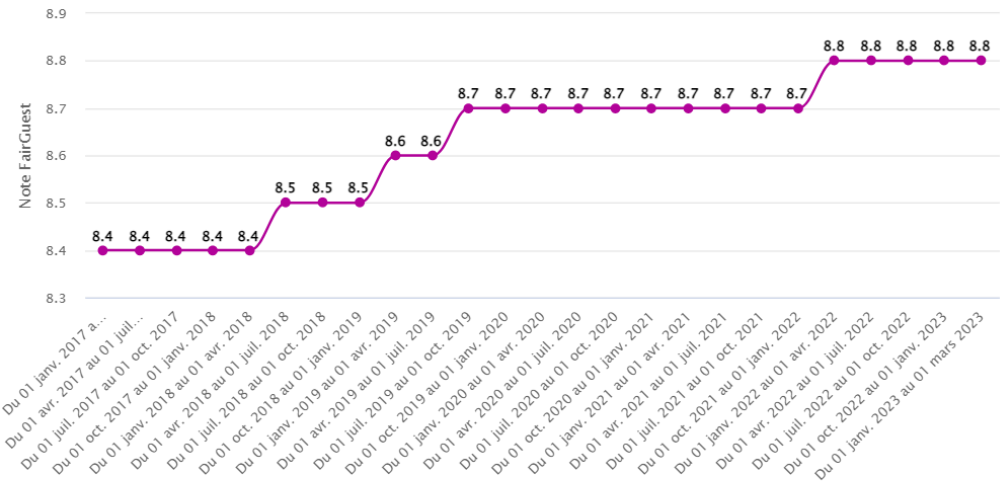
- Les socio professionnels du territoire partenaire de l'Office de Tourisme peuvent **bénéficier gratuitement** du compte Start et ainsi généré aisément **leur propre tableau de bord**. Ce tableau leur permet notamment de consulter leur note moyenne, son évolution, la provenance des avis et d'autres statistiques. De plus, il leur sera possible d'afficher un **widget light** sur leur propre site web, mettant en évidence la **note moyenne des avis en temps réel**.
- Les socio professionnels peuvent également souscrire à une offre pro, payante, pour plus de fonctionnalité

FAIRGUEST – outil de réputation en ligne

Note FairGuest

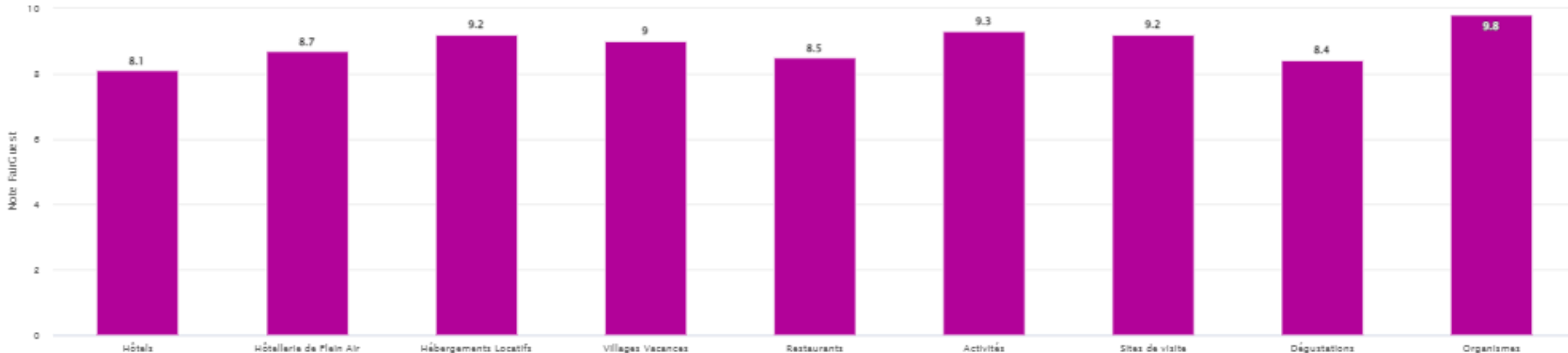
Très bon **8,8**

Note FairGuest calculée sur 34902 avis
du 01 janv. 2017 au 28 févr. 2023



Evolution de la note Fairguest depuis 2017

Calculs réalisés par www.fairguest.com



Note moyenne par filière depuis 2017

Calculs réalisés par www.fairguest.com

E. ORGANISATION DE PRESTATIONS DE SERVICES ET PRODUITS TOURISTIQUES COMMERCIALISÉS

SOMMAIRE

1. Visites guidées

- Pour les groupes
- Pour les individuels

2. Régie publicitaire

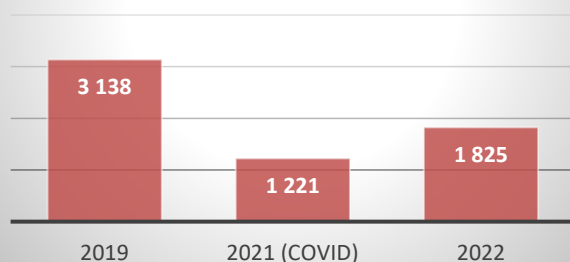
3. Billetterie

4. Boutiques

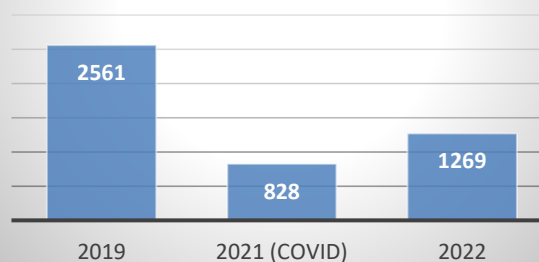


VISITES GUIDÉES OFFICE DE TOURISME - Groupes

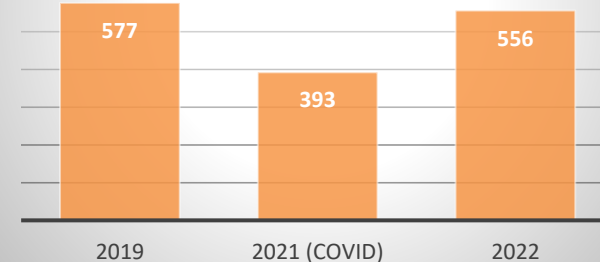
**Pont-en-Royans et
Saint-Antoine : Nombre
de visiteurs groupes
2019-2021-2022**



**Saint-Antoine :
Nombre de visiteurs
groupes 2019-2021-
2022**



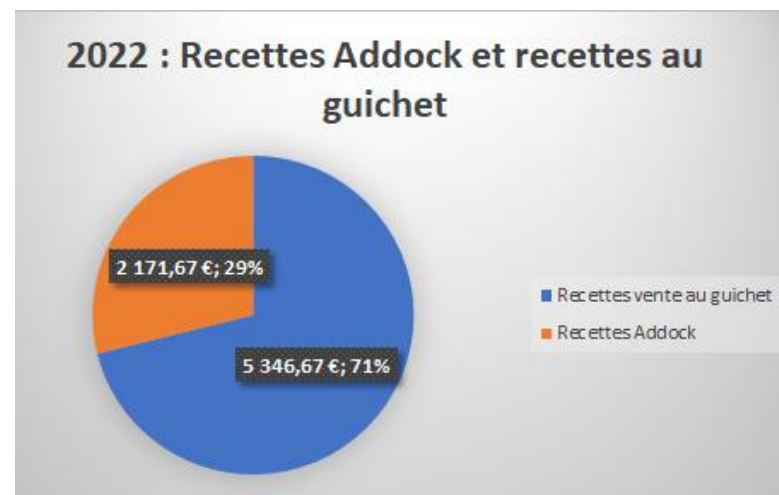
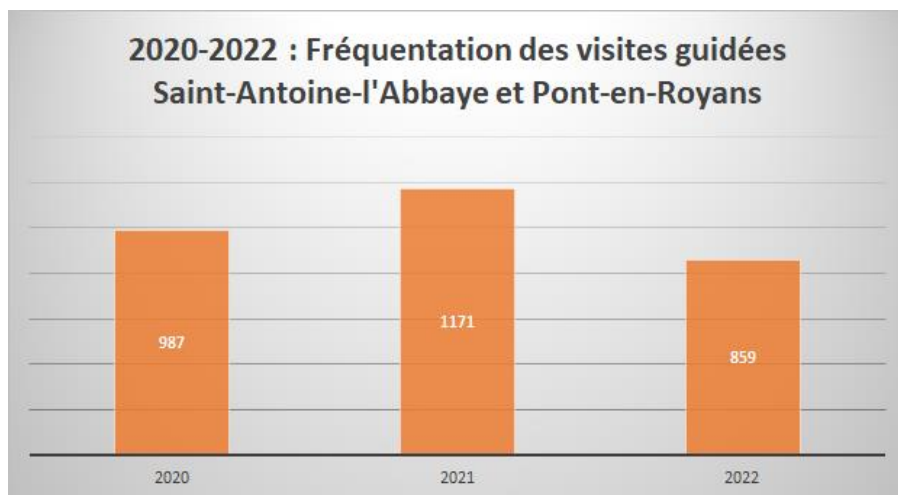
**Pont-en-Royans :
Nombre de visiteurs
groupes 2019-2021-2022**



**Evolution de la fréquentation
groupes 2019-2022 (2020-2021 :
fréquentation impactée par le Covid) :**
-42% en nombre de visiteurs
Saint-Antoine : -40%
Pont-en-Royans : -2%

Chiffre d'affaires 2022 :
8690€ HT pour 1825 visiteurs
en 59 groupes

VISITES GUIDÉES OFFICE DE TOURISME - Individuels



- **Nouveauté 2022 :** réservation en ligne via Addock
- **Evolution de la fréquentation des individuels de 2021 à 2022 :** -27% en nombre de visiteurs
- **Chiffres d'affaires 2022 :** 5346,67€ HT pour 859 visiteurs



RÉGIE PUBLICITAIRE

- **GUIDE DECOUVERTE =**
6 199 TTC € (5 165,83 € HT)
2nde / 3^{ème} couv : 2 encarts | ½ page : 8 encarts | ¼ page : 10 encarts
- **GUIDE TERROIR & ARTISANAT =**
1 372 € TTC (1 143,33 € HT)
3^{ème} couv : 1 encart | pleine page : 2 encarts | ½ page : 5 encarts
- **PLAN DE VILLAGE SAINT-ANTOINE =**
434 € TTC (361,67 € HT) | 2 encarts
- **PLAN DE VILLAGE PONT-EN-ROYANS =**
434 € TTC (361,67 € HT) | 2 encarts
- **CARTE TOURISTIQUE =**
1 658 € TTC (1 381,67 € HT) : 8 encarts
- **CREATION D'ENCART PUBLICITAIRE PAR LAURIE :**
100 € TTC (83,33 € HT) | 2 encarts



Total régie publicitaire 2022 :
10 197,00 € TTC (8 497,560€ HT)

VENTE DE BILLETTERIES

2 billetteries événementiel en vente :

- **Festival Entr'Actes** organisé par les Tréteaux de la Cumane en février à St-Marcellin
 - **Fête médiévale de Saint-Antoine-l'Abbaye** organisée par St-Antoine Développement en août
- 2 billetteries déposées en 2022

Ventes :

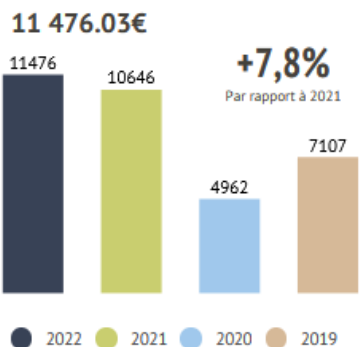
- **343 billets vendus** : 319 pour la Fête médiévale et 24 pour le festival Entr'Actes
 - 3 695€ de vente soit **311,00€ HT de commission** (369,50 TTC) pour l'OT (commission de 10% sur les ventes)
 - 75€ de commission en 2021
 - un nombre conséquent de vente pour la fête médiévale mais l'OTI est le seul point de vente pour les billets spécifiques pour les Antonins (tarif préférentiel en prévente uniquement)
- **un service de moins en moins utilisé par les associations locales** depuis la mise en place du commissionnement sur les ventes (12 billetteries événementiels en 2019)



BOUTIQUES

Chiffres-clés EN 2022

CHIFFRES D'AFFAIRES TTC



RÉPARTITION PAR BIT DU CHIFFRE D'AFFAIRES



- Saint-Marcellin : 3780,15€ / 33%
- Saint-Antoine-l'Abbaye : 4112,7€ / 36%
- Pont-en-Royans : 3583,18€ / 31%

RÉPARTITION DES VENTES

ARTISANAT

2104€

Dont 749€ de casse-noix, 673€ de savons et 265€ art de la table

SOUVENIRS

2069€

Dont 691€ de cartes postales et 1113€ de magnets et porte-clés

CARTOGUIDES

3676€

Dont 693€ de topos d'escalade et 2610€ pour la randonnée pédestre

OUVRAGES

1672€

Dont 309€ d'ouvrages autour du terroir et 984€ autour de Saint-Antoine

AUTRE / DIVERS

2097€

Dont 650€ d'affiches, 161€ de timbres de Pont-en-Royans et 756€ de jeux

DÉPÔT-VENTE vs ACHAT, quels bénéfices ?

ACHATS

8005€ de CA

Environ 3220€ HT de marge OT (taux de marge 30% en moyenne et 10 000€ de dépenses en 2022)

DÉPÔT

3471€ de CA

Dont 742€ HT de marge OT (commission de 25% pour les conventions signées depuis 2021)

Les articles où l'on se fait le plus de marge : carte de randonnée territoire, jeu Circino chasseur de trésor, casse-noix malgré le dépôt-vente, magnets photos des villages et ouvrage Saint-Antoine : un millénaire d'histoire

TOP 5 DES PRODUITS

Parmi les articles qui ne se vendent pas :

- Totebags de Pont-en-Royans et Saint-Antoine
- Dessous de plat et dessous de verre
- Boutelle isotherme Pont-en-Royans
- Goodies trop chers type porte-clés plus travaillé

1 Volume : timbres Pont-en-Royans (126 ex)
Valeur : cartoguide Coulmes Royans Isère (984€)

2 Volume : cartoguide Coulmes Royans Isère (123 ex)
Valeur : casse-noix CING (749€)

3 Volume : carte postale maisons suspendues (120 ex)
Valeur : jeu de société Circino (549€)

4 Volume : cartoguide pays de Saint-Marcellin (109 ex)
Valeur : ouvrage St-Antoine : un millénaire d'histoire (459€)

5 Volume : carte postale façade de l'église abbatiale (96 ex)
Valeur : cartoguide pays de Saint-Marcellin (435€)

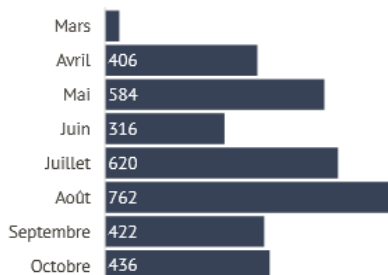
BOUTIQUES

PONT EN-ROYANS

Articles principalement cartographiques et souvenirs pour une clientèle tournée vers l'outdoor

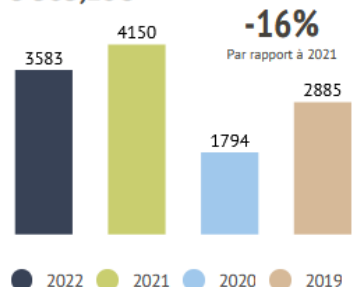
48 références

RÉPARTITION DES VENTES MOIS PAR MOIS



CHIFFRES D'AFFAIRES TTC

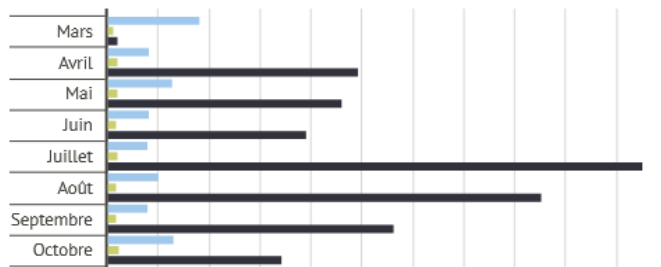
3 583,18€



PANIER MOYEN

10,73€

1,78 produit/client
416 clients au total



● Panier moyen ● Nombre de produits ● Nombre de paniers

RÉPARTITION DES VENTES

ARTISANAT

315€

Dont 164€ de savons

SOUVENIRS

740€

CARTOUIDES

1960€

Dont 693€ de topos d'escalade et 1236€ pour la randonnée pédestre

OUVRAGES

82€

Dont 76€ d'ouvrages autour du terroir

AUTRE / DIVERS

485€

Dont 235€ d'affiches et 160€ de jeux

TOP 5 DES PRODUITS

Produits à écouler avant arrêt des ventes :

- Ouvrage le Vercors à table
- Bouteille isotherme Pont-en-Royans
- Livre patrimoine Pont-en-Royans par Mme Chaussamy
- Affiche route de Presles

1
2
3

1 Volume : carte postale maisons suspendues (102 ex)
Valeur : cartoguide Coulmes Royans Isère (496€)

2 Volume : cartoguide Coulmes Royans Isère (62 ex)
Valeur : Zetopo escalade en Isère (270€)

3 Volume : carte postale du Vercors (63 ex)
Valeur : topo escalade à Presles (225€)

BOUTIQUES

SAINT-ANTOINE L'ABBAYE

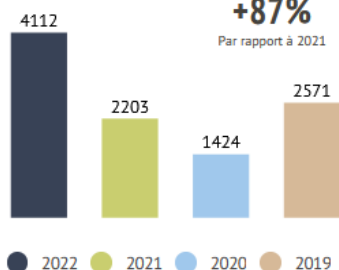
Articles sur le site abbatial principalement et des ouvrages sur le patrimoine du village

53 références

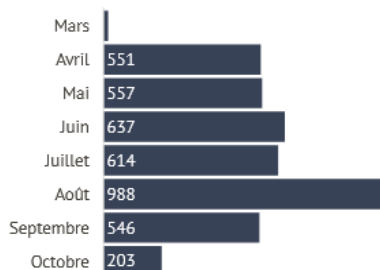
CHIFFRES D'AFFAIRES TTC

4 112,70€

+87%
Par rapport à 2021



RÉPARTITION DES VENTES MOIS PAR MOIS



PANIER MOYEN



11,43€
1,73 produit/client
782 clients au total



● Panier moyen ● Nombre de produits ● Nombre de paniers

RÉPARTITION DES VENTES

ARTISANAT

934€

Dont 440€ de casse-noix et 369€ de savons

SOUVENIRS

794€

Dont 334€ de cartes postales

CARTOGUIDES

3676€

Dont 693€ de topos d'escalade et 2610€ pour la randonnée pédestre

OUVRAGES

1263€

Dont 940€ autour de Saint-Antoine

AUTRE / DIVERS

701€+

Dont 141€ d'affiches, 155€ de CDs et 250€ de jeux

TOP 5 DES PRODUITS

Produits à écouler avant arrêt des ventes :

- Porte-clé boule à neige (trop cher)
- Dessous d'assiette en bois gravé Saint-Antoine
- Pas encore assez de recul sur les ventes

1
2
3

1 Volume : carte postale église abbatiale (96 ex)
Valeur : casse noix CING (440€)

2 Volume : carte postale du village (80 ex)
Valeur : ouvrage St-Antoine : un millénaire d'histoire (420€)

3 Volume : carte postale multivues du village (72 ex)
Valeur : ouvrage Histoire secrète, symbolisme... (325€)

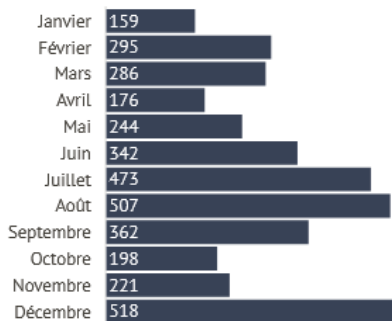
BOUTIQUES

SAINT-MARCELLIN

Boutique centrale axée sur le terroir qui peut regrouper des articles des autres villages

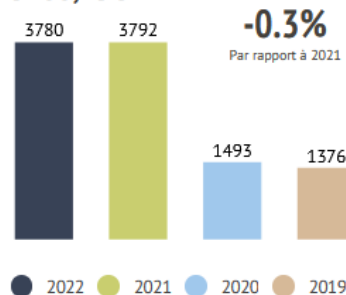
68 références

RÉPARTITION DES VENTES MOIS PAR MOIS



CHIFFRES D'AFFAIRES TTC

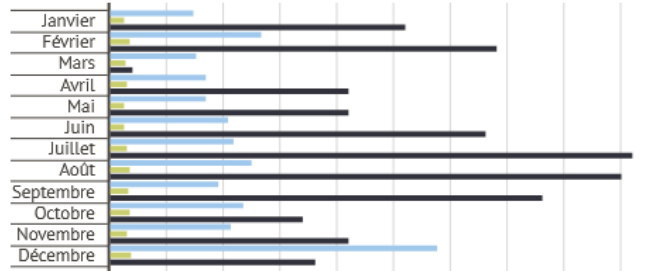
3780,15€



PANIER MOYEN

11,60€

1,49 produit/client
397 clients au total



● Panier moyen ● Nombre de produits ● Nombre de paniers

RÉPARTITION DES VENTES

ARTISANAT

848€

Dont 215€ de casse-noix, 134€ de savons et 265€ art de la table

SOUVENIRS

535€

CARTOGUIDES

1296€

OUVRAGES

302€

Dont 157€ d'ouvrages autour du terroir

AUTRE / DIVERS

1139€

Dont 274€ d'affiches et 346€ de jeux

TOP 5 DES PRODUITS

Produits à écouler avant arrêt des ventes :

- 1** Volume : cartoguide pays de Saint-Marcellin (84 ex)
Valeur : cartoguide Coulmes Royans Isère (400€)
 - 2** Volume : cartoguide Coulmes Royans Isère (50 ex)
Valeur : cartoguide pays de Saint-Marcellin (336€)
 - 3** Volume : timbre de Pont-en-Royans (50 ex)
Valeur : jeu Circino les trésors de l'Isère (249€)
- Ouvrage Si Saint-Marcellin m'était conté
 - Articles art de la table : planche à saucisson, dessous de plat, dessous de verre (dépôt-vente)

BOUTIQUES

Développement des boutiques en 2022 :

- **Nouvel espace boutique à Saint-Antoine-l'Abbaye** : meilleure mise en valeur des articles → belle augmentation du chiffre d'affaires (+87%)
- **Nouveaux articles** : création d'une gamme d'articles souvenirs pour Saint-Antoine-l'Abbaye avec une marque française et arrivée de nouveaux produits valorisant l'artisanat et le territoire (mais ne fonctionnent pas en raison du coût élevé)



Dépenses liées aux boutiques en 2022 : 7700€

Incluant les achats, les réassorts, budget vol (60€ en 2022) les dons (204€), le paiement des dépôts-vente (2730€) + 162€ de matériel de présentation

Difficultés 2022 :

- Passage à la TVA
- Remise à plat de nos tarifs.

Prévisions 2023 :

- Maintenant que nous avons plus de recul : ralentir le développement pour écouler les stocks restants : consolider les références existantes qui fonctionnent et stopper les articles qui ne fonctionnent pas
- Peu de budget consacré aux boutiques en 2023 : principalement pour le lancement du nouveau cartoguide Coulmes-Chambaran
- Ré-imaginer les espaces et produits boutiques en lien avec le S.A.D.I

F. TAXE DE SÉJOUR

SOMMAIRE

- **Gestion et suivi**
- **Enregistrement des meublés et / ou chambre d'hôte**



TAXE DE SÉJOUR

GESTION ET SUIVI

Depuis le 27 janvier 2022, un opérateur externe est mandaté pour suivre et gérer l'activité sur la plateforme taxe de séjour (questions des hébergeurs, suivi des déclarations et des reversements).

L'action de l'entreprise recouvrait également :

- L'enrichissement de la base de données en croisant la base APIDAE, sirene.fr et des recherches en ligne : 547 lits supplémentaires par rapport à 2021 pour atteindre 4 315 lits marchands
- La relance des hébergeurs sur les déclarations et reversement pour les années 2019, 2020 et 2021 :
 - suivi des mesures coercitives : quatre mise en demeure et une taxation d'office
 - 72 052,94 € reversés à l'OTI pour ces exercices en 2022 (permettant le financement du plan qualité)
- La mise en place de l'outil declaloc (détaillé ci-après)

Un nouveau contrat de 12 mois a été signé le 18 mai 2022 pour 12 mois reconductibles.

TAXE DE SÉJOUR

ENREGISTREMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME ET/OU CHAMBRE D'HÔTE

Dans le cadre de la location d'un meublé de tourisme ou d'une chambre d'hôte à une clientèle de passage, les hébergeurs ont comme obligation de se déclarer auprès de la Mairie où est situé l'hébergement (Art L.324-1-1 et Art L. 324-4 du code du tourisme).

L'OTI propose gratuitement aux communes volontaires, un module nommé DECLALOC, automatisant la mise en œuvre de ces procédures :

- les propriétaires des meublés de tourisme et/ou chambres d'hôtes enregistrent les données relatives à leur hébergement ;
- le CERFA est automatiquement validé au nom de la commune ;
- les données transmises à la plateforme intercommunale taxe de séjour.

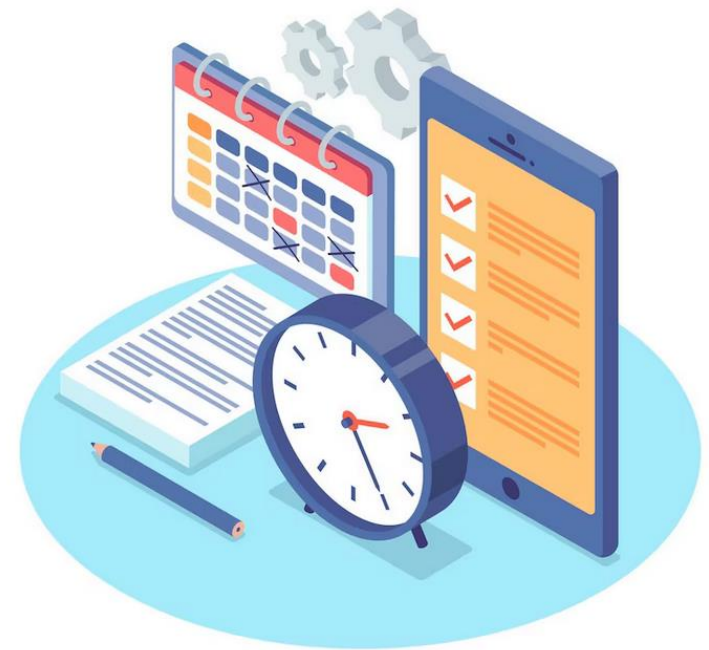
Conventions signées en 2022 (7) : Saint-Marcellin, Saint-Just-de-Claix, Saint-Gervais, Poliéna, Vinay, Saint-Antoine l'Abbaye, Saint-Hilaire-du-Rosier.

Objectif 2023 : 40 nouvelles conventions

G. ORGANISATION FONCTIONNELLE

SOMMAIRE

- 1. Composition du comité de direction**
- 2. Organigramme OTI**
- 3. Effectifs OTI**
- 4. Audit administratif et financier**
- 5. Bilan financier 2022**



GOVERNANCE – Comité de direction

L'Office de tourisme est administré par un Comité de Direction composé de 11 personnes (6 élus intercommunaux et 5 socio-professionnels). Ce Comité de Direction a été renouvelé en septembre 2020.

1 titulaire est démissionnaire suite à un changement de lieu d'activité : Bernard Gravier doit être remplacé en 2023.

2 suppléants ont démissionnés en 2022 : Nadia Crouzet est désormais suppléante de Valérie Pénard. Le suppléant de Dorothee Locatelli doit être remplacé en 2023.

Le directeur de l'OTI est en charge de la mise en œuvre des décisions prises par le Comité de Direction.



Raphaël Mocellin
Président
Maire de Saint-Marcellin
ÉLU
Suppléant Philippe Rosaire



Marie-Chantal Jolland
Maire de Saint-Antoine-l'Abbaye
ÉLU
Suppléante Nicole Nava



Natacha Petter
Maire de Beauvoir-en-Royans
ÉLU
Suppléant François Ballouhey



Patrice Ferrouillat
Maire de Cognin-les-Gorges
ÉLU
Suppléant Philippe Despesse



Patrick Seyve
Maire de La Sône
ÉLU
Suppléant Alain Fustier



Vincent Dumas
Maire de Presles
ÉLU
Suppléante Dominique Dorly



Laurent GARNIER
Vice-président
Représentant sites de visite
Gérant de la grotte de Choranche et de la SNAT
SOCIO-PRO
Suppléante Denise Gleize



Valérie Penard
Représentante hébergeurs
Propriétaire du Val des Sens
SOCIO-PRO
Suppléante Angélique Doucet



Dorothee Locatelli
Représentante producteurs
Gestionnaire de La Belle Noix
SOCIO-PRO
Suppléante Laurence Chavance

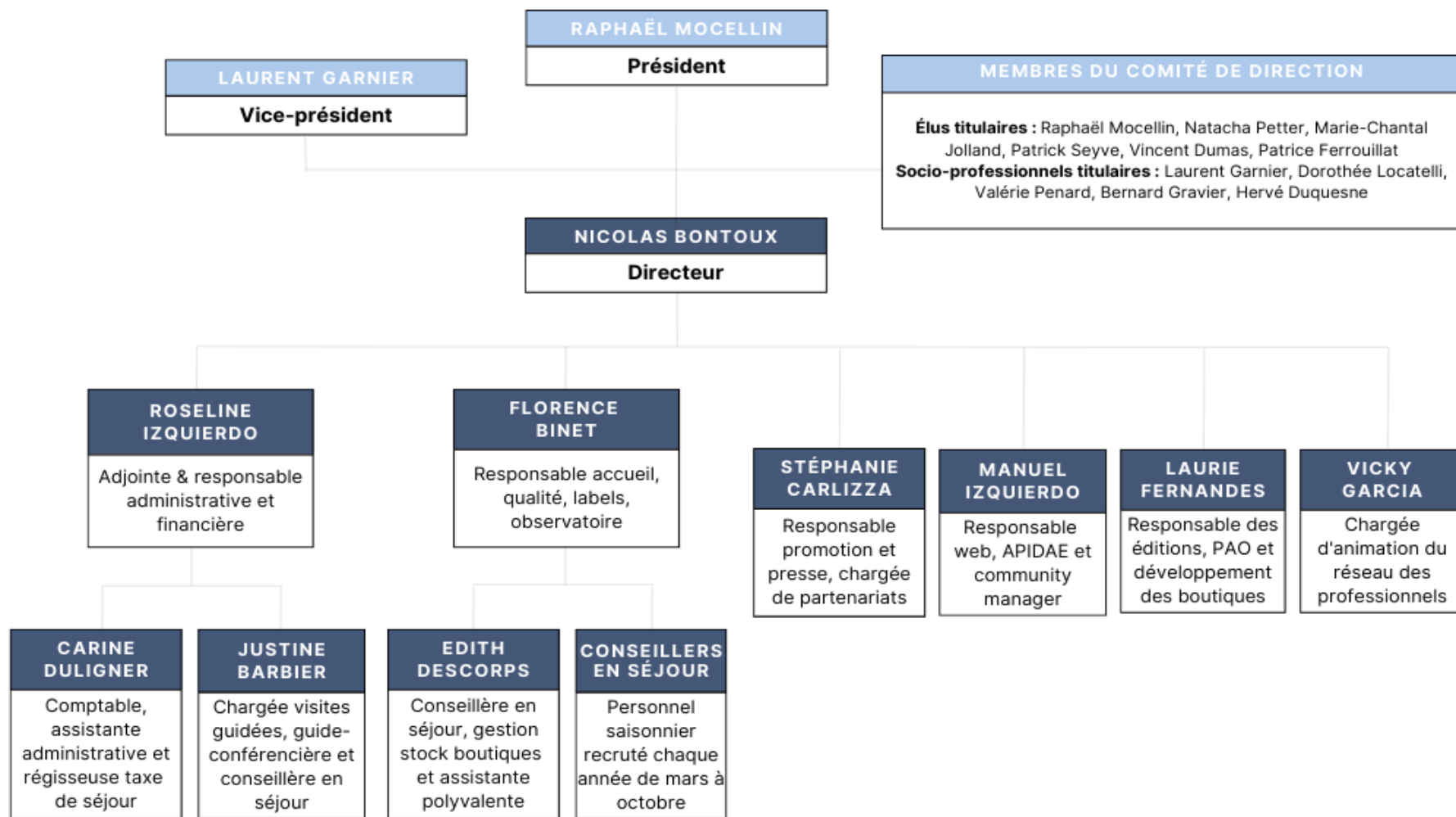


Hervé Duquesne
Représentant restaurateurs
Propriétaire du Roman du Vercors
SOCIO-PRO
Suppléante Isabelle Duquesne



Bernard Gravier
Représentant prestataires d'activités
Propriétaire Entre Ciel et Pierres
SOCIO-PRO
Suppléant Philippe Stref

GOVERNANCE – Organigramme



Remplacement maladie :
Ludovic Prot

GOVERNANCE – Effectifs

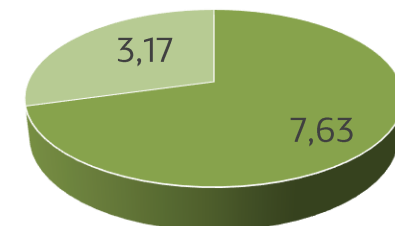
Une équipe composée de :

- 8 CDI permanents annualisés,
- 1 CDD de 3 ans (directeur)
- 3 CDD saisonniers annualisés sur 7 mois.
- 1 stagiaire guide-conférencier sur 3 mois
- En août 2022, arrivée d'1 CDD de 12 mois annualisé pour l'animation du plan qualité
- Tous les contrats sont de droit privé sauf celui du directeur en droit public et sont soumis à la modulation du temps de travail (annualisation)
- Suite à un arrêt maladie prolongé, une personne a pu reprendre son activité avec un temps partiel thérapeutique à hauteur de 54% d'un temps plein entre mars et novembre. En décembre, 1 CDD de remplacement a été recruté suite à un nouvel arrêt maladie prolongé en décembre.

Chiffres à retenir :

- 10,80 ETP en 2022
- 13 salariés dont 2 hommes et 11 femmes
- Age moyen : 35 ans
- Ancienneté moyenne : 6 ans (dont 2 de 20 ans et plus d'ancienneté)

10,80 équivalents Temps Plein cumulés sur l'année 2022



■ CDI ■ CDD

COMPTABILITÉ & GOUVERNANCE

La gestion de l'Office de Tourisme sous statut d'EPIC est placée sous la responsabilité du comptable public, le Trésorier.

L'Office de Tourisme est accompagné par le cabinet FIDSUD CDBA (anciennement Cogex) pour la gestion des paies. La Fiscalité a été mise en place en 2022 avec l'aide de Bernard Barbey. L'Office de Tourisme est actuellement à la recherche d'un cabinet pour cette partie fiscalité.

ÉTUDE RÉORGANISATION ADMINISTRATIVE

Un **audit administratif et financier** a été réalisé par Bernard Barbey en début d'année 2022.

Cet audit a constaté une organisation administrative et comptable trop lourde, avec des circuits administratifs complexes, des responsabilités mal définies et des trous organisationnels sur la partie juridique, fiscale et la gestion des marchés publics.

Cet audit a également démontré que nos activités commerciales étaient peu rentables, notamment la boutique ou carrément déficitaire (pack partenaire).

ÉTUDE RÉORGANISATION ADMINISTRATIVE

Un **audit administratif et financier** a été réalisé par Bernard Barbey en début d'année 2022.

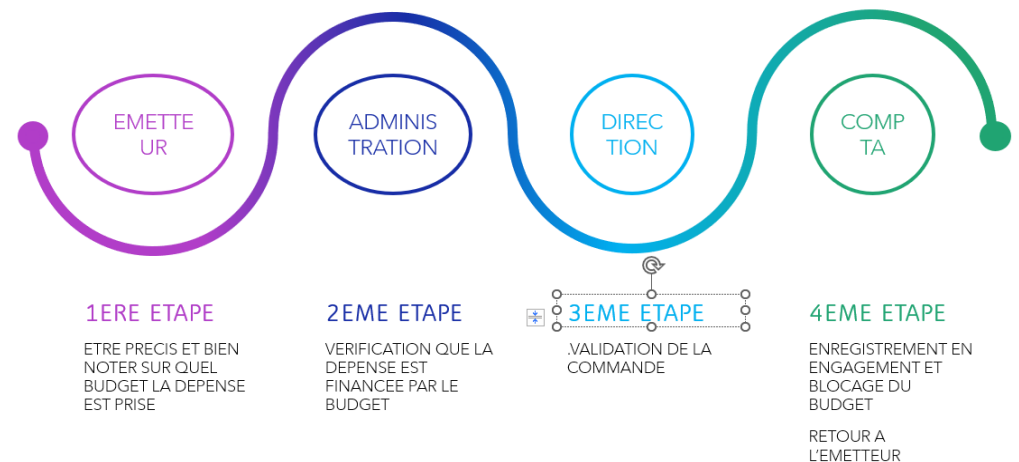
Cet audit a constaté une organisation administrative et comptable trop lourde, avec des circuits administratifs complexes, des responsabilités mal définies et des trous organisationnels sur la partie juridique, fiscale et la gestion des marchés publics.

Cet audit a également démontré que nos activités commerciales étaient peu rentables, notamment la boutique.

Suite à cet audit, un **plan d'action** a été présenté à l'équipe en juin 2022 avec notamment la mise en place de procédures afin de faciliter le suivi comptable de la commande à la facturation et la responsabilisation de chaque commanditaire en interne.

Cet audit administratif et financier a également permis de constater que l'Office de tourisme devait régulariser sa situation fiscale.

L'Office de Tourisme a été accompagné par Bernard Barbey en 2022 pour sa déclaration fiscale 2021.



L'Office de Tourisme a dû se mettre en conformité sur les sujets suivants :

- **TVA pour ces activités commerciales**
- **Taxe sur les salaires**
- **Impôts sur les sociétés**



ORGANISATION FONCTIONNELLE

Pour rappel, l'office de tourisme réalise des **missions de service public** (accueil, promotion etc.). A la demande de l'intercommunalité, l'OTI commercialise également des produits (considérées donc comme **activités commerciales** de l'OTI) : services aux entreprises (packs partenaires et régie publicitaire), vente de visites guidées, vente de produits en boutique, vente de billets pour des événements. Seules les activités lucratives sont soumises à TVA.



L'Office de Tourisme a dû mettre en place la **Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)** en cours d'année. Au préalable, il était nécessaire de déterminer des secteurs d'activités : soumises ou non soumise à TVA puis les activités mixtes. Puis il y a eu tout un travail de régularisation : il a fallu reprendre, annuler et/ou refaire une partie des titres et des mandats émis lors de la première moitié de l'année, concernés par la TVA (45 mandats et 287 titres).

Impôt sur les sociétés : Les établissements publics à caractère industriel et commercial (EPIC) sont assujettis à **l'impôt sur les sociétés** lorsqu'ils se livrent à une exploitation ou à des opérations de caractère lucratif. Le déficit de 2020 nous a permis de ne pas en payer pour l'année fiscale 2021 mais il faudra prévoir un budget en 2023 pour l'année fiscale 2022.



Taxe sur les salaires : Cette taxe doit être reversée si l'entreprise n'est pas soumise à TVA, ce sont donc les missions de service public qui sont concernées : 24 475,00€ ont été payés pour la 1^{ère} fois en 2022.

BILAN FINANCIER 2022

Le budget global (crédits ouverts) de l'OTI St Marcellin Vercors Isère s'est élevé en fin d'année 2022 à **893 343,89€** décomposé comme suit :

- **811 010,19€** de Fonctionnement
- **82 333,70€** d'Investissement

Résultat excédentaire :

Le compte administratif présente un résultat de clôture excédentaire de **174 941,85€** (résultat de fonctionnement excédentaire de 146 336,60€ et un résultat d'investissement excédentaire de 28 605,25€)

BILAN FINANCIER 2022

SECTION FONCTIONNEMENT

Recettes 2022

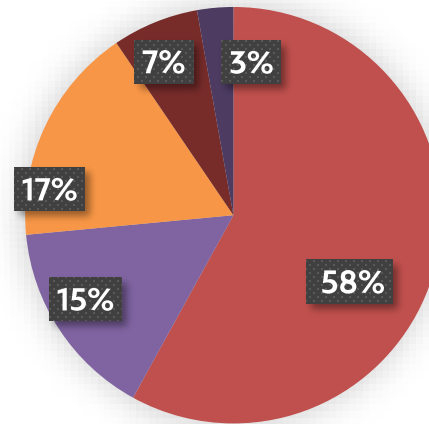
Les recettes globales de fonctionnement de l'OTI s'établissent en 2022 à **811 010,19€**

Particularité 2022 : Report de l'excédent de 2021 à hauteur de 125 220,02€, c'est en partie grâce à cet excédent que le Plan Qualité 2022-2024 a pu être mis en place.

Dont **54 335,72€ HT** d'activités commerciales

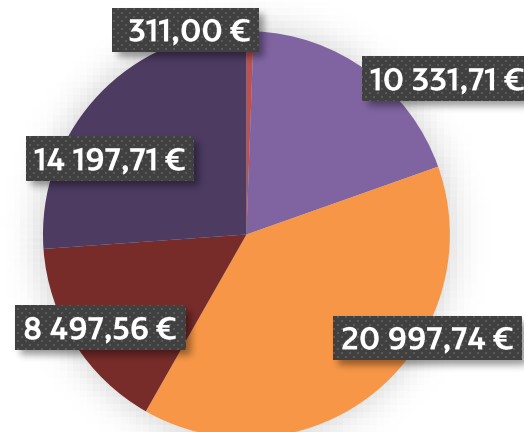
Information : la TVA reversée s'élève à **7 379,00€** en 2022, déduits sur notre marge car il n'y a pas eu de modification de tarifs en 2022.

Total des recettes 2022



- Subvention d'exploitation
- Report résultat d'exploitation 2021
- Taxe de séjour
- Vente de produits et services
- Autres

Dont recettes commerciales 2022



- Commission sur vente de billetteries
- Boutique
- Packs Partenaires
- Encarts publicitaires
- Visites Guidées

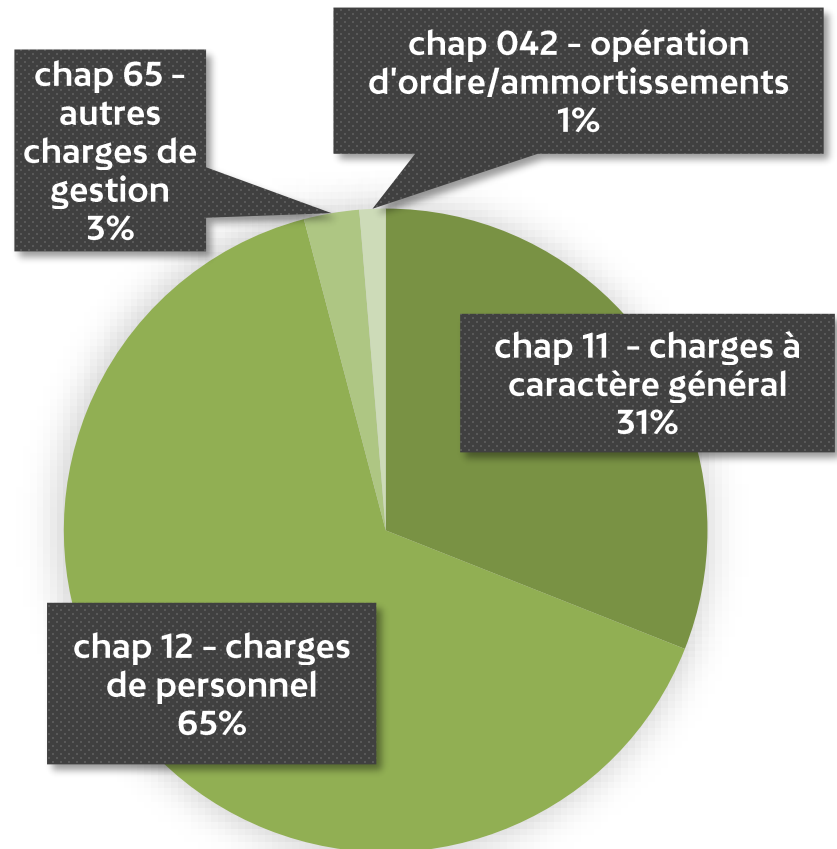
BILAN FINANCIER 2022

SECTION FONCTIONNEMENT

Dépenses 2022

Les dépenses globales de fonctionnement de l'OTI s'établissent en 2022 à **617 792,59 €**

Dépenses 2022

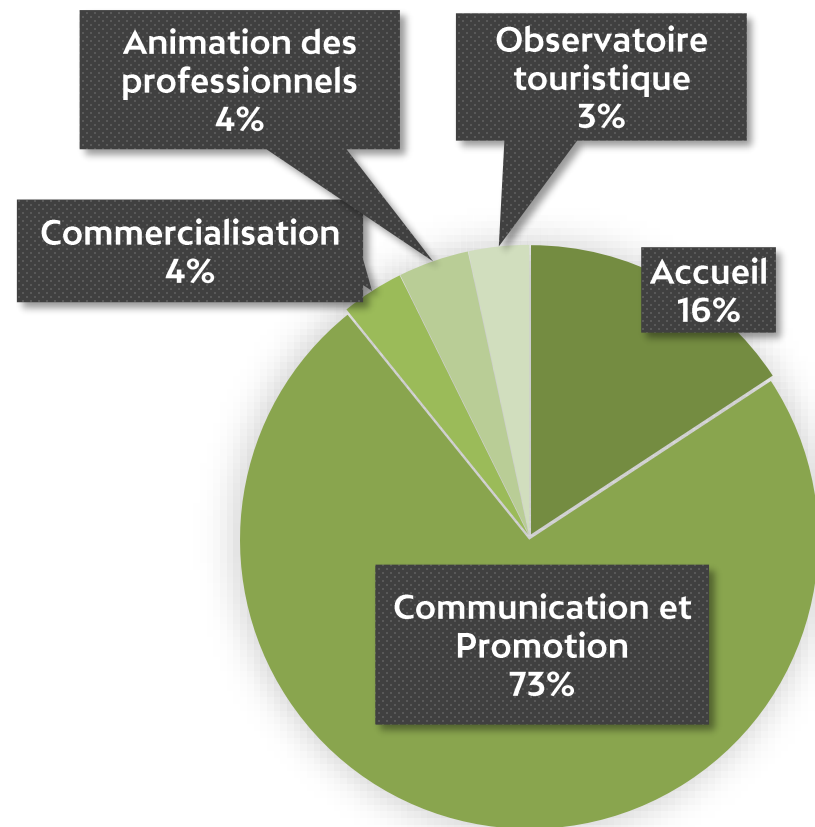


BILAN FINANCIER 2022

Le budget opérationnel en 2022 s'élève à plus de 130 000€

- **Accueil** : comprend notamment l'étude pour le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)
- **Communication/Promotion** : comprend aussi l'étude sur la clientèle, l'élaboration du Plan média 2022-2023 et l'accompagnement pour l'élaboration d'une stratégie digitale sur 2023
- **Animation des professionnels** : comprend les actions du Plan Qualité (aide aux classements meublés et campings)

Budget opérationnel 2022



BILAN FINANCIER 2022

SECTION INVESTISSEMENT

Recettes 2022

Les recettes globales d'investissement l'OTI s'élèvent en 2022 à **82 333,70€**

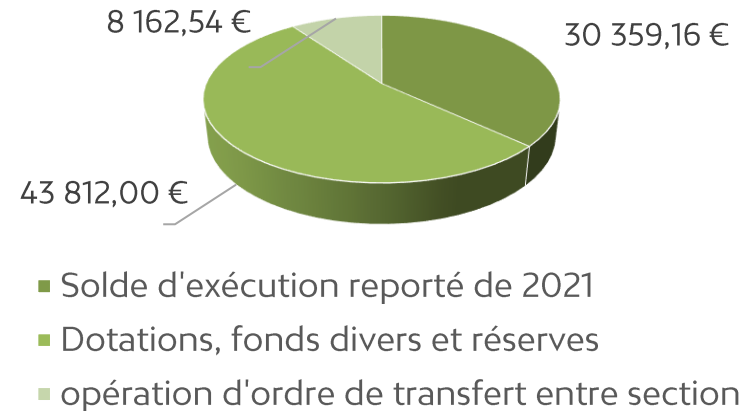
Particularité 2022 : 43 812,00€ de réserves issues des restes à réalisés 2021 (prévues pour le site web OTI)

Dépenses 2022

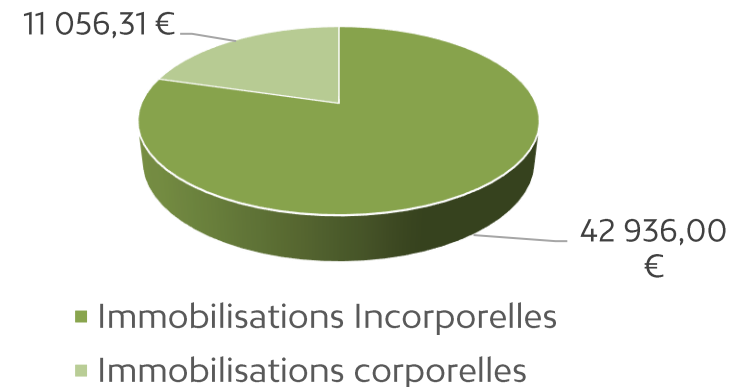
Les dépenses globales d'Investissement de l'OTI s'élèvent en 2022 à **53 992,31€**

Particularité 2022 : Refonte du site web OTI

Recettes 2022



Dépenses 2022





OFFICE DE TOURISME Saint-Marcellin Vercors Isère

Pont-en-Royans | Saint-Marcellin | Saint-Antoine-l'Abbaye

04 76 385 385

www.tourisme.saintmarcellin-vercors-isere.fr

