



**SAINT-MARCELLIN
VERCORS ISÈRE**
TOURISME

2023

RAPPORT D'ACTIVITÉ

Office de tourisme intercommunal Saint-Marcellin Vercors Isère



PROMESSE CLIENT

#retouralesentiel

VISION

*S'inscrire dans un tourisme
ancré sur les valeurs :*

Authenticité

Accueil et rencontre

Terroir

Respect des espaces et des personnes

CIBLES DE CLIENTÈLE

Couples sans enfants

Familles avec enfants

Grands-parents + petits-enfants

Tribus d'amis

Groupes de sportifs

THÉMATIQUES D'EXCEPTION

Art de vivre Produits du terroir

Patrimoine bâti

Villages et sites patrimoniaux

Itinérance et slowtourisme

à pied, en vélo, sur l'eau et à cheval

Nature Patrimoine naturel et paysager



**SAINT-MARCELLIN
VERCORS ISÈRE**
TOURISME

**Plateforme collaborative du
développement touristique**

NOS 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 coeur de la stratégie
- 5 Assurer l'observation sur le territoire et une veille du secteur
- 6 Repositionner la commercialisation de la destination et des partenaires

Nos missions

SUR PLACE

Coordination de l'accueil touristique
Commercialisation de services

FAIRE VENIR

Promotion et communication
Digitalisation de l'offre
Mise en réseau des acteurs et professionnalisation

ATTRACTIVITÉ

Labellisation
Observation et ingénierie

SUPPORT

Administration générale

- **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. BILAN FONCTIONNEL ET FINANCIER**

A. MISE EN OEUVRE DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE

SOMMAIRE

1. Chiffres clés

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

2. Actions auprès des professionnels

- Incitation au classement : hôtels, campings
- Incitation aux classements : meublés
- Labellisation
- Accompagnement des professionnels



CHIFFRES CLÉS / NUITÉES TOURISTIQUES

Source : Flux Vision Tourisme Orange

**773 835 nuitées
touristiques**
(+7,4% / 2022)
(+11,2% / 2019)

Origine
73% Français
27% Etrangers

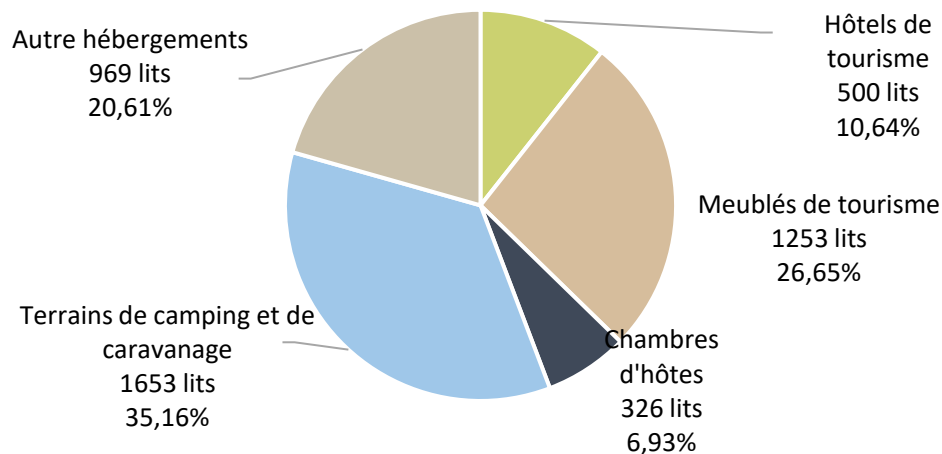
+14,4% en juillet
+8% en août

- 4,3% printemps
+8,6% automne

**24,5% de nuitées
marchandes**
soit 188 434 nuitées

CHIFFRES CLÉS / HEBERGEMENTS

Source : plateforme taxe de séjour



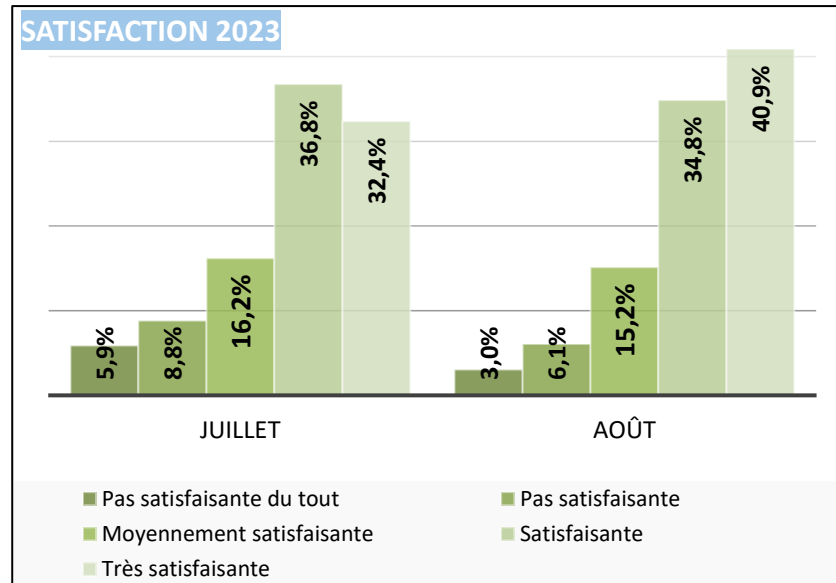
**288 hébergements
touristiques marchands actifs**

4701 lits marchands
(+ 386 lits par rapport à 2022)

-> Chiffres détaillés en annexe

CHIFFRES CLÉS / Enquête de conjoncture estivale

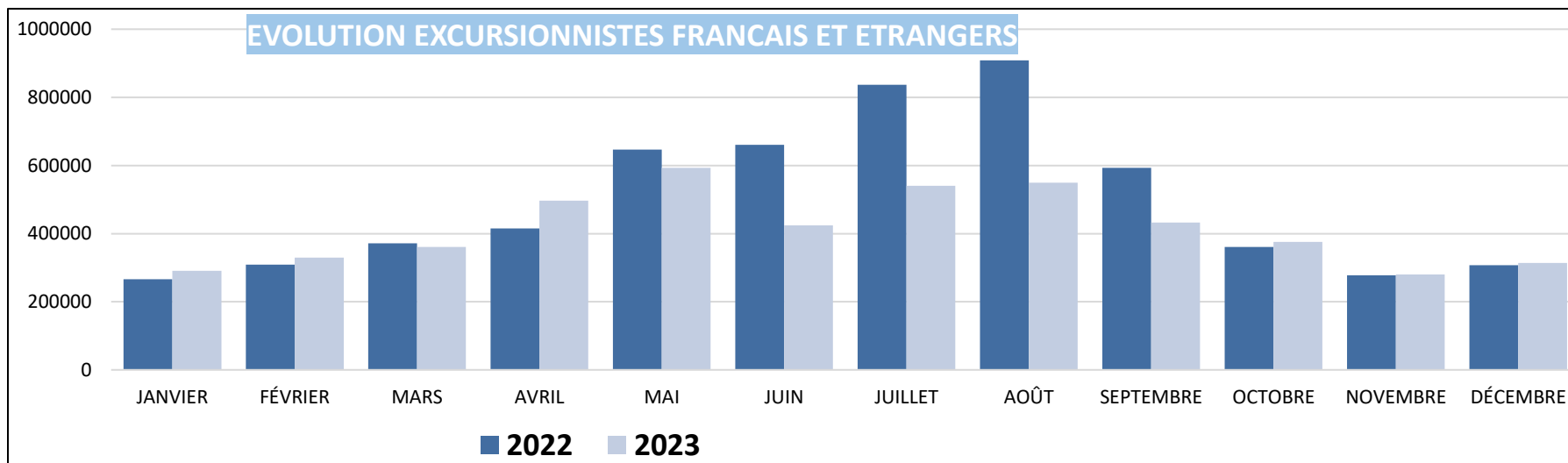
Enquête de conjoncture estivale (juillet, août) réalisée du 28/08 au 20/09 auprès de 155 prestataires touristiques, partenaires de l'OT. Taux de participation : 45,8%



- Un bilan très positif pour cette saison estivale 2023 : **en juillet 69.2% de satisfaits et très satisfaits et 75.7% pour août.**
- Si les restaurants et les sites/musées affichent une pleine satisfaction, le bilan est plus contrasté pour les prestataires d'activité notamment en juillet.
- Panier moyen stable (38%) voire en baisse (38%)

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.



EXCURSIONNISTES FRANCAIS

4 396 257 excursionnistes
-14,7% par rapport à 2022

12 044 excursionnistes en moyenne par jour



EXCURSIONNISTES ETRANGERS

590 488 excursionnistes
-26,3% par rapport à 2022

1617 excursionnistes en moyenne par jour

CHIFFRES CLES – Emploi *

Saint-Marcellin Vercors Isère Communauté	Effectifs salariés
Hébergements touristiques marchands	80
Restaurants et débits de boissons	239
Services de transports (non urbains)	31
Voyagistes et agences de voyages	16
Loisirs et culture	33
Total salariés	399

- **399 emplois** générés par l'activité touristique sur notre territoire
- Le domaine de la **restauration** et débit de boisson regroupe **quasi 60% des effectifs salariés**
- **Les hébergements** touristiques marchands concentrent quant à eux **20% 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 : ACOSS-URSSAF 2023

PLAN QUALITE – CLASSEMENT DES HOTELS / CAMPINGS / MEUBLES DE TOURISME

Mesure incitative pour améliorer la qualité des hébergements :

Nouveauté en 2023 : intégration au marché d'une prestation complémentaire au bénéfice des hôtels et campings à savoir un audit flash marketing

2 hôtels accompagnés :

→ **2 pré-audits pour des classements hôteliers pris en charge par l'OT, soit 1 920 €**

Nouveauté en 2023 : travail avec Gîtes de France Isère pour le classement des meublés (outre la FDOT Isère avec qui nous travaillons depuis plusieurs années) = plus de souplesse car intervention au cas par cas contrairement à la FDOT Isère n'intervenant qu'à partir de 4 meublés à classer sur un territoire.

35 meublés accompagnés et classés :

→ **31 classements pris en charge par l'OT, soit 2920 €**

→ **4 classements non pris en charge car reclassements à un échelon inférieur**

→ **20 classements via Gîtes de France Isère / 15 via FDOT Isère (3 journées de classement avec la FDOT Isère)**

→ **14 panonceaux de classement offerts, soit 490€**



Pré-audit:

- non classé : 2 étoiles envisagées
- 2 étoiles : 3 étoiles envisagées



Les 35 classements obtenus :

- 1 étoile : 5 meublés
- 2 étoiles : 2 meublés
- 3 étoiles : 22 meublés
- 4 étoiles : 5 meublés
- 5 étoiles : 1 meublé

PLAN QUALITE – INSTANTS PROS

Mise en place en 2023 d'ateliers professionnalisant à destination de l'ensemble des professionnels du tourisme. Ces éclairages thématiques sont offerts et animés soit par l'équipe de l'OTI, soit des institutionnels, soit des prestataires privés. Ces ateliers sont nommés « Instants pros ».

Nombre d'ateliers : 9

Thématiques abordées:

- A la découverte de la Vallée de la Gastronomie – Comité régional du tourisme
- Aménager mon hébergement touristique – Isère attractivité
- Tout savoir sur la taxe de séjour – Barbey Consulting
- Gérer sa e-réputation comme un chef !
- Réduire ses factures d'énergie – AGEDEN
- Prendre en main sa fiche APIDAE
- Je prends des photos comme un pro – Gaetan Mahé
- Je crée mes supports de communication
- Tour d'horizon des réseaux sociaux

Format des ateliers : 1 en visio + 8 en présentiel

Type d'ateliers : 3 découverte + 8 professionnalisation

Type de prestataires : majoritairement des hébergeurs (+70% au total)

Satisfaction globale : grande satisfaction, satisfaction des intervenants sollicités et des sujets traités.



Atelier sur la création de supports de communication

LABEL ACCUEIL VÉLO



- Formation des Offices de tourisme : office de tourisme de Vienne en mai
- Accueil et co-organisation de la rencontre du réseau des référents qualité Accueil vélo de l'Isère le 19 octobre au Grand Séchoir (rencontre organisée annuellement par Isère Attractivité)

Labellisations :

- **1 renouvellement** de labellisation
- **1 nouvelle** labellisation : Gîte le Cèdre Bleu à Saint-Lattier
- **1 abandon**
- **3 refus** (chambres hôtes ne disposant pas de label)

Suite à l'annonce à l'automne de la réforme du référentiel, développement du label mis en stand-by car de nombreux critères du référentiel vont évoluer = simplification qui va booster le développement du label

20 structures labellisées :
- 14 Hébergements
- 1 Restaurant
- 2 Sites de Loisirs
- 3 Bureaux d'Information
Touristique

LABEL PARTNER



- Commission Marque : 7 réunions en visio (étude des candidatures, préparation des ateliers, suivi de la Marque...)
- Ateliers à destination des Partners : 4 ateliers organisés

4 nouvelles labellisations :

- **Gîte au Cœur des Coulmes à Malleval**
- **Jardin des fontaines pétifiantes à La Sône**
- **Hôtel-restaurant Le Jorjane à Choranche**
- **Gîte la Draie à Vinay**
- **+ 1 refus**

18 structures labellisées :
- 13 Hébergements
- 3 Sites touristiques
- 1 Prestataire d'activité
- 1 Agence de voyages

LABEL VALLÉE DE LA GASTRONOMIE



➤ Participation et intervention à deux rencontres du réseau:

- intervention sur la valorisation de la marque dans les outils de l'OTI le 18 avril à la Cave de Tain
- témoignage sur l'intégration de l'offre dans la vallée de la gastronomie à la journée annuelle vallée de la gastronomie comprenant PACA, AURA et Bourgogne-Franche Comté le 18 octobre au Palais du Congrès de Valence

➤ Création d'un itinéraire gourmand : création et promotion par le comité régional du tourisme d'un itinéraire gourmand comprenant les 7 offres labellisées



Labellisation :

- **1 nouvelle** labellisation
- Partenariat à venir en 2024 avec la Chambre d'agriculture pour inviter les producteurs à accueillir à la ferme et obtenir le label « Bienvenue à la ferme ». Ce label peut permettre d'obtenir le label vallée de la gastronomie par la suite
- Préparation du dossier pour la labellisation en 2024 de la fête du Saint-Marcellin et de la Noix de Grenoble

- 7 structures labellisées :
- 1 domaine viticole
 - 1 restaurant outdoor
 - 1 restaurant gastronomique
 - 1 distillerie
 - 1 producteur de noix
 - 1 jardin aromatique
 - 1 ferme

ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS

➤ Eductour Au fil de la Bourne: 23 janvier 2023

- une demi-journée de formation pour la promotion et l'information destinées aux socio-professionnels installés sur notre territoire et quelque fois dans les territoires voisins : une vingtaine de participants
- une visite de terrain pour découvrir une partie de l'itinéraire jusqu'à un belvédère : une douzaine de participants

➤ Mise en réseau des acteurs et structurations de produits autour de la Belle Via

- L'objectif poursuivi était la structuration d'une offre de produits d'itinérances autour de la véloroute V62/V63 sur sa partie Iséroise nécessitant un travail important de concertation avec les socioprofessionnels: 3 réunions organisées avec les professionnels
 - 4 séjours ont été réalisés en intégrant les boucles locales pour convenir aux différents publics ciblés
- En 2024, il est prévu l'organisation d'un voyage de familiarisation pour présenter les séjours auprès de tour-opérateurs et d'agences de voyage

➤ Fiche hébergeurs

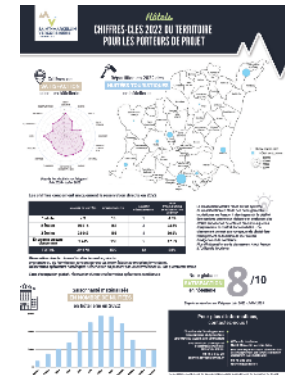
- Création par l'office de tourisme de fiches pratique par catégorie d'hébergement: hôtel, camping, meublé, chambre d'hôte dans le but d'aider les porteurs de projet à préparer leur business plan. La fiche comprend : un état des lieux des hébergements existants, leur localisation, leur classement, les nuitées générées par classement, la satisfaction exprimée par les clients sur plusieurs items.

Au fil de la Bourne



LA —
BELLE
— VIA

ANNECY - CHAMBERY - GRENOBLE - ROMANS



PARTENARIATS INSTITUTIONNELS

➤ Région AURA : accueil d'une délégation comprenant la Vice-présidente en charge du tourisme

Le 5 avril 2023, Sylvie Fayolle, Vice-présidente de la Région en charge du tourisme est venue visiter la Grotte de Choranche labellisée Site Touristique Emblématique et visiter la Ferme du Clos pour échanger sur l'hébergement touristique et le tourisme gourmand (Vallée de la Gastronomie).



➤ Isère Cheval Vert : partenariat

Le 6 juillet 2023, l'OTI a signé une convention pluri-annuelle avec l'association Isère Cheval Vert dans le but de mettre en place une réciprocité des offres de service respectives pour les professionnels. Ainsi, un hébergeur partenaire de l'OTI, s'il est intéressé par la clientèle équestre peut bénéficier gratuitement du réseau et de l'accompagnement d'ICV. Ce partenariat se terminera fin 2024.



➤ Isère attractivité

Participation de l'OTI à la préparation de la candidature aux rencontres nationales du vélo avec l'OTI Grenoble Alpes – l'opportunité de l'accueil de cet événement est une initiative de l'OTI SMVI dès 2022. Grenoble accueillera l'évènement les 12 et 13 juin 2024.



➤ Thématique emploi

Participation de l'OTI :

- Présentation des métiers du tourisme à un groupe de la mission locale
- Présentation du métier de guide conférencier et de directeur d'OT à la nuit de l'orientation sur le campus de Saint-Martin d'Hères en partenariat avec la CCI



B. ACCUEIL DES PUBLICS ET INFORMATION

SOMMAIRE

1. Accueil

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

2. Information

- Office de tourisme mobile
- Point d'information touristique
- Editions et diffusion
- APIDAE



PERSONNEL D'ACCUEIL

LES CONSEILLERS EN SÉJOUR SAISONNIERS :



Elisa GAUTIER
(5^{ème} saison à l'OTI)



Camille RICHEL
(2^{ème} saison à l'OTI)



Laura TRANCHANT
(1^{ère} saison à l'OTI)

→ Arrivée du personnel saisonnier le 27 mars 2023 : 1 semaine de formation en interne

LES CONSEILLERS EN SÉJOUR PERMANENTS :

- Edith DESCORPS (80% d'accueil)
- Justine BARBIER (20% d'accueil)
- Florence BINET (5% d'accueil)

+ 3 stagiaires accueillies dont 2 stages de 1 mois

OUVERTURE DES B.I.T.

B.I.T. SAINT-MARCELLIN ouverture du
3/01 au 23/12/23

→ 1046 heures d'ouverture
- Du lundi au samedi, les matins
uniquement

B.I.T. SAINT-ANTOINE-L'ABBAYE
ouverture du 03/4 au 29/10/23

→ 1323 heures d'ouverture
Avril, mai, juin, septembre : ouvert 6,5 jours
sur 7
Juillet et août : ouvert 7 jours sur 7
Octobre : ouvert 5 jours sur 7

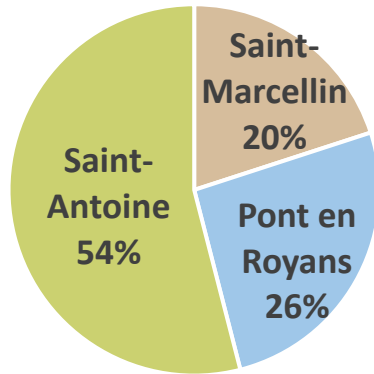
B.I.T. PONT-EN-ROYANS
ouverture du 03/4 au 29/10/23

→ 1330 heures d'ouverture
Avril, mai, juin, septembre : ouvert 6,5 jours
sur 7
Juillet et août : ouvert 7 jours sur 7
Octobre : ouvert 5 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

FREQUENTATION DES 3 B.I.T.

21 877 visiteurs : -1,75% par rapport à 2022



95% de fréquentation entre AVRIL et OCTOBRE

44,5% de la fréquentation annuelle concentrés sur juillet/août

Avril 9% - Mai 12% - Juin 11% - Septembre 12% - Octobre 5%

NOMBRE DE DEMANDES

22 517 DEMANDES

30% des demandes faites à distance

+30% de demandes à distance par rapport à 2022

-2% de demandes au guichet par rapport à 2022

DISPOSITIF MULTIMEDIA À SAINT-ANTOINE

Borne tactile extérieure

14 880 clics (+51% par rapport à 2022)

→ rôle de relai de l'information touristique lors de la fermeture du BIT

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

L'OFFICE DE TOURISME MOBILE

Période / horaires : de mai à fin septembre → 23 demi-journées de permanence : environ 76h d'accueil

Lieux :

Grotte de Choranche

Jardin des fontaines pétrifiantes

Accueil : 1 stand estampillé OTI tenu par une conseillère en séjour permanente avec de la documentation

UN DISPOSITIF QUI FONCTIONNE ET QUI SERA ETENDU EN 2024

FREQUENTATION

992 visiteurs : une moyenne de 13,1 visiteurs par heure

- ✓ **607 demandes d'information** : 85% des demandes portent sur le territoire SMVI
- ✓ 91,7% de clientèle française et 8,3% clientèle étrangère
- ✓ 57,9% des visiteurs français originaires d'Auvergne-Rhône-Alpes, 7,7% d'Ile-de-France et d'Occitanie
- ✓ 31,3% des visiteurs étrangers originaires de Belgique, 18,8% de Suisse et 12,5% d'Allemagne
- ✓ **45,9% de familles et 33,5% de couples**

NOS P.I.T (Point d'Information Touristique)

10 PIT :

- 7 PIT permanents
- 3 PIT ponctuels dans des commerces de Pont-en-Royans et Saint-Antoine-l'Abbaye pendant la période de fermeture annuelle des 2 BIT (permet aux visiteurs d'avoir accès à la documentation)

Environ 5545 brochures de l'OT diffusées via les P.I.T. (soit 12,7% des brochures éditées par l'OT)

SATISFACTION CLIENT - OTI

TCHAT EN LIGNE SUR LE SITE WEB ET FACEBOOK

Sur le tchat en ligne, les visiteurs ont la possibilité de noter leur échange avec les conseillers en séjour (notation de 1 à 5) et de laisser un commentaire. En 2023, incitation des internautes à noter l'échange.

→ 126 conversations notées en 2023 (contre 18 en 2022)

→ 50 commentaires en 2023 (contre 9 en 2022) dont 1 seul commentaire négatif

→ **moyenne très satisfaisante en 2023 : 4,73 sur 5**

GOOGLE MY BUSINESS

Chaque B.I.T. a sa propre fiche sur 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 2023 de **4,2 sur 5**

→ 1 avis pour le B.I.T. de Saint-Antoine-l'Abbaye : une moyenne pour 2023 de **5 sur 5**

→ 6 avis pour le B.I.T. de Saint-Marcellin : une moyenne pour 2023 de **5 sur 5**

REMARQUES ORALES ET RÉCLAMATIONS ÉCRITES

Les conseillères en séjour consignent les remarques formulées oralement par les visiteurs. Chaque fois qu'un visiteur vient exprimer son mécontentement, elles lui proposent de remplir une fiche de réclamation qui est ensuite transmise au prestataire concerné.

→ 129 remarques orales dont 23 remerciements et 9 suggestions

→ 8 réclamations écrites (très peu)

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

NOS ÉDITIONS

- **Guide découverte français**
(12 000 ex) et anglais (800 ex)
- **Carte touristique français**
(12 000 ex) et anglais (800 ex)
- **Plans de village Pont-en-Royans et Saint-Antoine-l'Abbaye français**
(12 000 ex de chaque) et anglais (500 ex de chaque)
- **Guide terroir et artisanat** (5000 ex)
- **Dossier de presse** (100 ex)



Total des impressions 2023 : 21 720€ HT
+ traduction du guide découverte en anglais : 1994€

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

LA DIFFUSION DES EDITIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

- **Au guichet + sur l'OT mobile → 46,1% de la diffusion** dont 29,5% aux visiteurs et 16,6% aux professionnels du tourisme, associations...
- Tournées de distribution effectuées par l'OTI (11 tournées chez les partenaires bénéficiant du pack Premium et dans les OT Isère et Drôme soit 85 structures touristiques livrées) → 22,5% de la diffusion
- Bourse d'échanges Isère et Rés'OT de l'OTI → 16,9% de la diffusion
- Point d'Information Touristique (10 P.I.T.) → 12,7% de la diffusion
- Actions de promotion (accueils presse, salons...) → 6% de la diffusion
- Envois postaux (153 envois) → 1% de la diffusion

ET AUSSI

- 500 fiches **Edit Yourself** réalisées (logiciel permettant de créer à l'accueil des documents sur-mesure à la demande)
- 1500 fiches "**idées de randonnée**"

GESTION DE L'INFORMATION : LA BASE DE DONNEES APIDAE

- 3 428 fiches gérées par l'OTI
- 272 fiches créées en 2023
- 681 fiches modifiées en 2023
- 45 partenaires disposent de l'extranet et peuvent modifier eux-mêmes leur(s) fiche(s) tout au long de l'année → 6 nouveaux partenaires formés à l'utilisation de l'extranet en 2023

ET AUSSI

- 2 campagnes envoyées avec OpenEdit :
 - Campagne Partenariat en décembre : envoyée à **368 prestataires** (taux de réponse de **10%**)
 - Campagne Mise à jour Apidae en décembre : envoyée à **450 professionnels SMVIC** (taux de réponse de **33%**)

C. PROMOTION TOURISTIQUE & VALORISATION DU TERRITOIRE

SOMMAIRE

1. Étude identification des clientèles

2. Plan de communication

- Affichage – arrière des bus Grenoble
- Accueil Influenceurs
- Relations presse
- Réseaux sociaux et campagnes sponsorisées
- Site web



ETUDE IDENTIFICATION DES CLIENTÈLES

Familles avec enfants

Couples sans enfant

Tribus sans enfant

Groupes de sportifs

Grands-Parents + petits
enfants

- 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 d'environ **45 000 € HT d'actions sur l'année 2023**


PLAN DE COMMUNICATION 2023


























Actions de janvier à juin

 Art de vivre



























 Patrimoine bâti

 Itinérance

 Nature

	EMISSIONS TV	PRESSE	PRINT / AFFICHAGE	SALONS / EVENEMENTS	CONTENUS & INFLUENCE
JANVIER		RTBF Emission Grandeur Nature et radio belge VivaCité   Grand public International 			
FEVRIER				  Salon du tourisme Mahana Lyon  Lyonnais et AURA 	
MARS				 Salon du randonneur Lyon avec IV Lyonnais et AURA	
AVRIL	 Les Potagers de Julie FR3 Grand public		 Affichage arrière des bus  Grenoble et agglo 	Workshop du club presse OTF à Paris	 Venue des Mondaines  Grenoble CSP+ 
MAI		 Journal Le Monde  Magazine Alpes is here  Femme Actuelle Jeux  Cuisine Actuelle			
JUIN	 JT FR3 national St Antoine	 Magazine Présences Grenoble  Magazine Ca m'intéresse		 9ème Symposium international de la noix et noix de pécan Le Grand Séchoir Vinay	 Venue d'Audrey Gusman 

PLAN DE COMMUNICATION 2023

		Actions de juillet à octobre				
		 Art de vivre				 Itinérance
		 Patrimoine bâti				 Nature
		EMISSIONS TV / RADIO	PRESSE	PRINT / AFFICHAGE	SALONS / EVENEMENTS	CONTENUS & INFLUENCE
JUILLET	 JT FR3 AURA Pont-en-Royans					
	Interviews sur France Bleu Isère et France Bleu Drôme / Ardèche tout l'été					
AOÛT	   					
SEPTEMBRE	 JT TF1 13h Saint-Antoine- l'Abbaye		Isère Mag		Valence en Gastronomie Festival avec Isère Attractivité	 Venue de Laurène Philipot Web Escapades 
	 JT FR2 13h Saint-Antoine- l'Abbaye					Venue de Chantille de Lincourt Villages et patrimoine 
OCTOBRE	 Chroniques d'en Haut FR3 AURA				 Cheval Magazine Tour des Coulmes 	 Descente des Alpages à Grenoble avec le C2MF Grenoblois, epicuriens
	 Météo à la carte FR3 national 	 Magazine Grains de Sel Lyon et agglo 				

PLAN DE COMMUNICATION 2023

AFFICHAGE

Campagne arrière des bus sur Grenoble du 11 au 24 avril 2023



79 faces. 85% de la population couverte. Le message a été diffusé sur l'ensemble du réseau, sur un bus sur 3 et sur toutes les lignes donc sur toute l'agglomération de Grenoble.

PLAN DE COMMUNICATION 2023

SALONS & ÉVÉNEMENTS

Salon Mahana à Lyon du 3 au 5 mars :

- 21 000 visiteurs sur les trois jours de salon (vs 17 300 visiteurs en 2022,+21 %)
- beaucoup de demandes et de contacts qualifiés, 1 337 personnes accueillies sur le stand sur les 3 jours.

Salon du randonneur à Lyon du 24 au 26 mars :

- Stand mutualisé sous la bannière Inspiration Vercors avec les OT du collectif
- 14 092 visiteurs sur les trois jours de salon (13 438 en 2022)
- beaucoup de demandes et de contacts qualifiés, 300 contacts sur les 3 jours.

Valence en Gastronomie Festival les 9 et 10 septembre :

- Opération de promotion mutualisée avec Isère Attractivité visant à accroître la notoriété du territoire

Descente des Alpagnes à Grenoble le 14 octobre :

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



PLAN DE COMMUNICATION 2023

ACCUEIL D'INFLUENCEURS



Mondaines
AGENDA - D'INSPIRATIONS - BIODIVERSITE - SLOW - SCOPING - LE MARCELLIN - VISITES - WEEK-END

ESCAPADE CONFIDENTIELLE EN PLEIN CŒUR DE SAINT-MARCELLIN VERCORS ISÈRE

Les terres savoyennes regorgent de paysages caractéristiques qui s'offrent au regard en sortant des sentiers battus. C'est sur les pentes et chemins du territoire Saint-Marcellin Vercors Isère que nous sommes parties découvrir ces paysages secrets et nous au retour en suivant ces chemins de crête qui nous ont offert un côté si parcouru. À sa journée, en famille ou entre amis, voici une escapade entre nature et culture, gastronomie et patrimoine. À seulement quelques pas de Grenoble.

Rovan, un authentique village d'origine médiévale

Préable et authentique, le village de Rovon n'est pas sans rappeler les villages provençaux. Situé aux pieds des falaises du Vercors, ce petit village de crête au charme fou, est bordé par les massifs, comme le témoigne le petit hameau. Ce sommet de terre ocre, sur une crête qui se dresse dans le Massif, n'est qu'à quelques pas de la commune.

Les Mondaines le 27 avril
Instagram : 18,8 k followers
Facebook : 11 k followers
Newsletter : 6 k abonnés
Une communauté locale engagée



AUVERGNE RHÔNE-ALPES - VILLAGES

Cinq "plus beaux villages de France" à visiter autour de Montélimar

By CHANTILLE DE LINCOURT · 8 octobre 2023

Cette semaine, je vous emmène visiter cinq beaux villages situés autour de Montélimar. Direction donc l'Auvergne-Rhône-Alpes pour une...

POUR SUIVRE LA LECTURE >

Chantille de Lincourt
Villages et Patrimoine 17 septembre 2023.
En partenariat avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme
Instagram : 8 k followers.
Facebook : 5,8 k followers
Article lu 25 000 fois en 5 jours



Audrey Gusman du 5 au 7 juin
Instagram : 5 k followers
Mise à l'honneur du Tour des Coulmes à pied 3 jours/2 nuits



Carrot d'escapades
France - France - Aix - Alpes - Ardèche - Escapades thématiques - Cerveaux grisés - 21

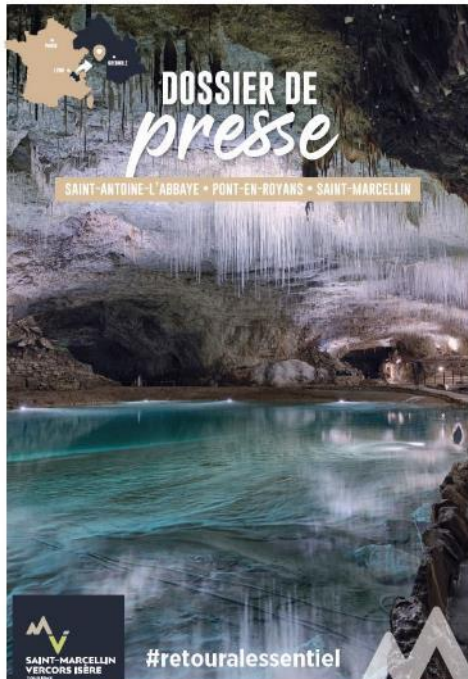
Randonnée au Fil de la Bourne dans le Vercors
de Laurence Philippot · 14 septembre 2023 · 10 images · 8 mots-clés · 2 commentaires



Laurène Philippot
Web Escapades du 14 au 18 septembre
Instagram : 14 k followers.
Facebook : 11,4 k followers.

RELATIONS PRESSE

- 1 workshop à Paris = 13 accueils presse
- Diffusion du dossier de presse 2023 de l'OTI en version print (100 ex) et digitale à destination des journalistes.



SOMMAIRE



Parc naturel régional du Vercors 22
 Nos espaces naturels sensibles 23
 Détente active 24
 Au fil de l'eau 26
 Flâner dans les jardins 26
 Voyage dans les profondeurs 29
 La station de ski des Coulmes 30



Nos spécialités locales 38
 Qu'est-ce qu'on boit ici ? 40
 Nos restaurateurs ont du talent 41
 Vallée de la Gastronomie - France* 42
 Les gens d'ici ont du talent 44
 Ces fermes pas comme les autres 45
 Douces nuits 46
 Séjours déconnectés 48

Au fil des saisons 50

Carte du territoire	4
Ils aiment le territoire	6
Nouveautés et projets	8
Les grands rdv de 2023	10

Saint-Antoine-l'Abbaye	12
Pont-en-Royans	14
Une pause s'impose dans nos villages	16
Témoins de l'Histoire	17



À pied	32
À deux-roues	34
Les sublimes routes du Vercors	36



Workshop du Club Presse d'OTF à Paris
« S'évader en France » le 5 avril 2023

Contacts : **Le Monde, France 2, M6, Télé Loisirs, Marie-France, Invitation au voyage Arte, Marie-Claire Maison, le Journal de la Maison, Le Pèlerin...**

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

RELATIONS PRESSE

ACCUEILS PRESSE

Au niveau national et international



RTBF
pour l'émission « **Grandeur Nature** » et radio belge **VivaCité**
(66 000 auditeurs)
Du 30 janvier au 1^{er} février
avec Inspiration Vercors et Isère
Attractivité



JT de TF1
le 5 septembre
à Saint-Antoine-l'Abbaye



JT de FR3 national
à Saint-Antoine-l'Abbaye
le 2 juin

RELATIONS PRESSE

ACCUEILS PRESSE



Emission « Les potagers de Julie »
avec Julie Andrieu sur FR3
le 15 avril.
Le tournage a eu lieu en 2022 chez Marie Chioca à Chasselay et aux Biquettes de Chambaran à Varacieu.

Au niveau national et régional

Le Monde **styles** | 23

Le Vercors, terre de Résistance
Des gorges du Nan à Vauxtes-en-Vercors, de routes escarpées en villages perchés, le décor grandiose de ce massif de la Drôme garde en mémoire l'histoire des maquisards

VIYAGE
L'histoire du Vercors est racontée en gorges du Nan à Vauxtes-en-Vercors, de routes escarpées en villages perchés, le décor grandiose de ce massif de la Drôme garde en mémoire l'histoire des maquisards.

Le Monde **styles** | 23

CABINET DE ROUTE

Le Vercors, terre de Résistance. Des gorges du Nan à Vauxtes-en-Vercors, de routes escarpées en villages perchés, le décor grandiose de ce massif de la Drôme garde en mémoire l'histoire des maquisards.



« Chroniques d'en Haut »
sur FR3 AURA
en septembre

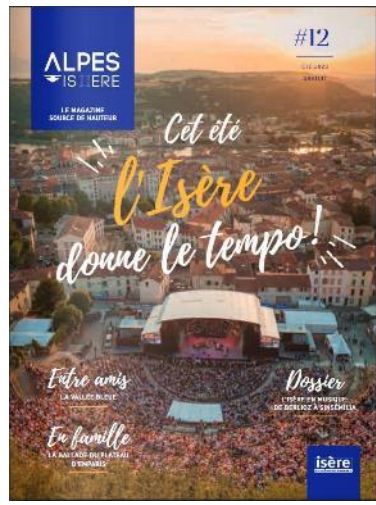
Journal Le Monde
autour de la résistance paru en mai
Contre-valeur publicitaire : 28 000 €

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 2023**

624 300 ex (Festival Barbara, Jardin des Fontaines Pétrifiantes, Bateau à roue, Grotte de Choranche, Musée de Saint-Antoine...)



**Magazine Cuisine Actuelle
juin 2023**

Article « Promenades gourmandes en AURA »
(week-end autour de la noix) avec AURA
Tourisme
110 000 ex
Contre-valeur publicitaire : 7 700 €



**Magazine Ca m'intéresse
juin 2023**

Article « Villages de nos régions,
30 merveilles à découvrir »
(Saint-Marcellin, Le Bateau ivre)
176 024 ex
Contre-valeur publicitaire : 10 000 €

TOURNAGE DE FILM

Tournage du film d'Artus « Un p'tit truc en plus » sur le territoire de mi-juillet à mi-août. Sortie prévue le 1^{er} mai 2024.



Actu locale Sud-Grésivaudan

Malletat en Vercors
Tournage en cours avec Artus à la ferme

Cela fait quelques semaines que les équipes de tournage sont installées à la ferme de Malletat en Vercors. Les équipes de tournage du film d'Artus « Un p'tit truc en plus » sont installées à la ferme de Malletat en Vercors. Les équipes de tournage du film d'Artus « Un p'tit truc en plus » sont installées à la ferme de Malletat en Vercors.

Recueil
Ils préparent la vague d'août

Les équipes de tournage du film d'Artus « Un p'tit truc en plus » sont installées à la ferme de Malletat en Vercors. Les équipes de tournage du film d'Artus « Un p'tit truc en plus » sont installées à la ferme de Malletat en Vercors.

Une nouvelle
manifestation

Une nouvelle manifestation est organisée à Malletat en Vercors. Les équipes de tournage du film d'Artus « Un p'tit truc en plus » sont installées à la ferme de Malletat en Vercors.

Un événement
à Malletat

Un événement est organisé à Malletat en Vercors. Les équipes de tournage du film d'Artus « Un p'tit truc en plus » sont installées à la ferme de Malletat en Vercors.

Afin de faciliter la venue de tournages en Auvergne Rhône-Alpes, trouver des décors et promouvoir la filière locale de l'audiovisuel et du cinéma, la Commission Nationale du Film France et les commissions locales du film ont mis en place une plateforme.

7 sites inscrits sur notre territoire en 2023 (village de Rovon, Château de la Sône, Grotte de Choranche, BIT de Saint-Antoine-l'Abbaye, Hyp'Hôtel à Saint-Marcellin ...).

FILM FRANCE 4414

LIEUX DE TOURNAGE

OUVRIRE UN COMPTE PRO RECHERCHER UN LIEN

Rechercher

92 résultats

RÉGION
Choisissez une option

DEPARTEMENT
38 Isère (92)

TYPE DE LIEU
Choisissez une option

ENVIRONNEMENT
 Campagne GSI
 Parc Guérin GSI
 Village GSI
 Montagne GSI
 Ville GSI

Village de Rovon

Bureau information Saint-Antoine l'Abbaye

HYP' HOTEL

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

RÉSEAUX SOCIAUX

Changement de cap en 2023 : accompagnement We Like Travel et professionnalisation du community management



2021

Présence digitale renforcée
comme axe prioritaire du
schéma de développement
touristique

Audit et recommandations
par l'agence social media
We Like Travel

2022

2023

ACCOMPAGNEMENT WE LIKE TRAVEL

- Réorganisation interne : 1 CM au lieu de 3, montée en compétences
- Mise en oeuvre des recommandations de l'audit
- Professionnalisation du community management : fréquence et identité plus marquée
- Structuration du budget et des messages publicitaires

OBJECTIF 2024

- Consolidation de l'existant
- Renforcement de notre identité
- Aller chercher les partenaires et les locaux pour monter en puissance

Ce qui a déjà été fait

- Calendrier éditorial : *planification des posts*
- Organisation : *1 seul CM pour Facebook, Instagram, LinkedIn*
- Thématiques des sujets plus variées *pour diffuser toute l'offre*
- Ciblage affiné et cohérent
- Rythme plus équilibré des publications
- Optimisation des comptes
- Positionnement de la destination
- Développement de la publicité
- Plus de travail collectif *et de brainstorming avec l'équipe*

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023



RÉSEAUX SOCIAUX **facebook**

OBJECTIFS Point de contact central / Info locale / Notoriété / Fidélisation / Trafic vers le site web

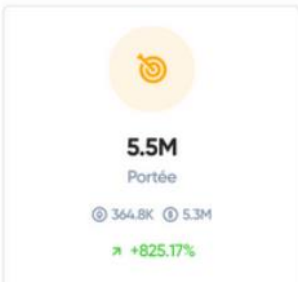
9 024 abonnés
3 186 nouveaux abonnés
112 publications

+778%
+2,75%

Le top villes de votre communauté
La période sélectionnée ne s'applique pas à ce graphique.

City	Number	Percentage
Saint-Marcellin	573	18.17%
Grenoble	328	10.4%
Lyon	226	7.17%
Romans-sur-Isère	188	5.96%
Vinay	161	5.1%
Valence	156	4.95%

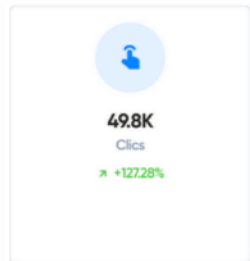
Principalement des femmes entre 35 et 54 ans.
L'ensemble de nos prospects est présent : cibles affinitaires, familles et séniors. Principalement des locaux.



Portée : nombre d'utilisateurs uniques qui ont vu l'une de nos publications
Impression : nombre de fois où la publication a été affichée - peut-être plusieurs fois chez le même utilisateur
Les données organiques (non-payant) sont confrontées ici à celles sponsorisées



Un bon taux d'engagement est > à 5%.
Il est normal d'avoir un taux d'engagement qui diminue si la visibilité de la publication est multipliée.



PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

RÉSEAUX SOCIAUX



3220 abonnés
2156 nouveaux abonnés
+168%

77 publications
dont 17 réels
+381%

100 stories

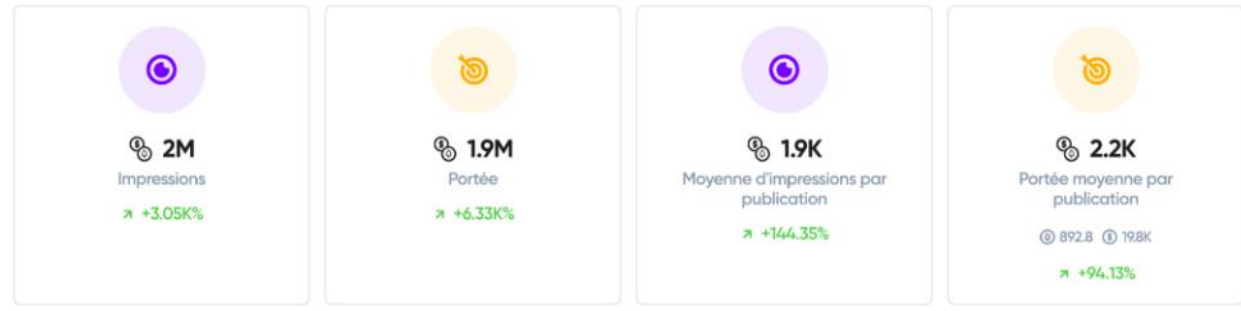
 **Par ville**
La période sélectionnée ne s'applique pas à ce graphique.

City	Number	Percentage
Grenoble, Rhône-Alpes	190	14.14%
Saint-Marcellin, Rhône-Alpes	130	9.67%
Lyon, Rhône-Alpes	70	5.21%
Valence, Rhône-Alpes	64	4.76%
Vinay, Rhône-Alpes	57	4.24%
Romans-sur-Isère, Rhône-Alpes	56	4.17%

Plus jeune et masculine que Facebook :
trentenaires, familles jeunes, groupes de sportifs.
Principalement des locaux.



OBJECTIFS - Esthétique, valeurs & diversité / De l'inspiration à expérience / Contenus générés par les utilisateurs



Portée : nombre d'utilisateurs uniques qui ont vu l'une de nos publications
Impression : nombre de fois où la publication a été affichée - peut-être plusieurs fois chez le même utilisateur
Les données organiques (non-payant) sont confrontées ici à celles sponsorisées



Un très bon taux d'engagement est > à 5%.
Il est normal d'avoir un taux d'engagement qui diminue si la visibilité de la publication est multipliée.

PLAN DE COMMUNICATION 2022/2023

RÉSEAUX SOCIAUX

Publicité payante

10 000€ de budget total

POSTS SPONSORISÉS

- 40% du budget total
- Toute l'année hors périodes de grosses campagnes pub
- Sur nos thématiques fortes, pour des votes, nos visites guidées, pour les activités pendant les vacances, pour des jeux-concours, des événements

CAMPAGNES PUB

- 60% du budget total
- En ailes de saison uniquement
- Objectifs de notoriété ou trafic vers site web ou recrutement



Zoom sur nos plus grosses campagnes

Trafic site web - activités outdoor
Juin
Sportifs / amis / familles / couples
→ 519 000 personnes touchées
→ 16 915 clics en tout
→ **0.12€ par clic sur un lien**
→ 2000€ de budget

Recrutement nouveaux abonnés
Août
Audience similaire à nos abonnés
→ 165 000 personnes touchées
→ 1509 nouveaux abonnés
→ **0.80€ par nouvel abonné**
→ 1200€ de budget

Notoriété du territoire sur Instagram
Août & septembre
Audience similaire à nos abonnés
→ 960 011 personnes touchées
→ 19 000 lectures de vidéo
→ **0.70€ pour toucher 1000 pers.**
→ 700€ de budget

Notoriété du patrimoine
Septembre
Familles, grands parents et couples
→ 1 227 000 personnes touchées
→ 3 400 clics
→ **0.80€ pour toucher 1000 pers.**
→ 2000€ de budget

PLAN DE COMMUNICATION 2023

SITE WEB



Utilisateurs
85 921 **(-7,71 %)**



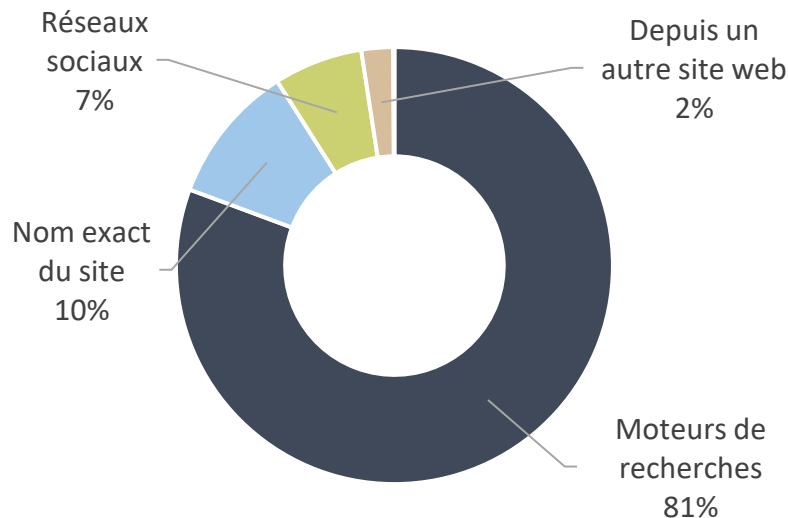
Sessions
122 758 **(+3,26 %)**



Pages vues
318 141 **(+104,1 %)**

Malgré la baisse du nombre d'utilisateurs en 2023 par rapport à 2022 (-7,71%), on observe une augmentation significative de l'engagement des internautes, avec un nombre de pages vues supérieur (+104,1%) et une durée de navigation accrue sur le site (+21%).

Source du trafic en 2023

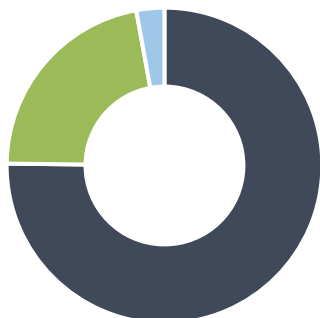


=> **Hausse significative du trafic provenant des résultats des moteurs de recherche (+18%),** c'est le type de flux entrant le plus important qui nous assure à la fois une audience sur le long terme, un public parfaitement ciblé et un bon taux de conversion.

=> Le travail engagé avec l'agence CyberCité, spécialiste en référencement, porte ses fruits.

PLAN DE COMMUNICATION 2023

SITE WEB



■ Téléphone ■ PC ■ Tablette

78 % des internautes se sont connectés en 2023 à notre site via un téléphone portable ou une tablette (+8%)

Pages visitées/session : 2,6 (+98,5%)

Nombre moyen de pages visitées par chaque utilisateur

Taux d'engagement : 66,5 % (+42,5%)






Une session engagée = 10 secondes ou plus sur la page web

Taux d'engagement = Nbe de sessions « engagées » / Nbe total de sessions sur une période donnée.

Durée moyenne des sessions : 01:44 (+21%)

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 (94,2%)
-  Suisse (1,07 %)
-  Belgique (0,9 %)
-  Allemagne (0,66%)
-  Pays-Bas (0,46%)

Top 5 des internautes par région

- Auvergne Rhône-Alpes (57,63 %)
- Ile-de-France (19,03 %)
- Nouvelle Aquitaine (4,12%)
- Grand Est (3,5%)
- Provence-Alpes-Côte d'Azur (3,17%)

Top 5 des pages les plus consultées

- Pont-en-Royans (13,75 %)
- Saint-Antoine-l'Abbaye (10,56 %)
- Médiévales St Antoine (6,41 %)
- Agenda du territoire (4,76 %)
- Hébergements (4,27 %)

D. MISE EN RESEAU ET ANIMATION DES PARTENAIRES

SOMMAIRE

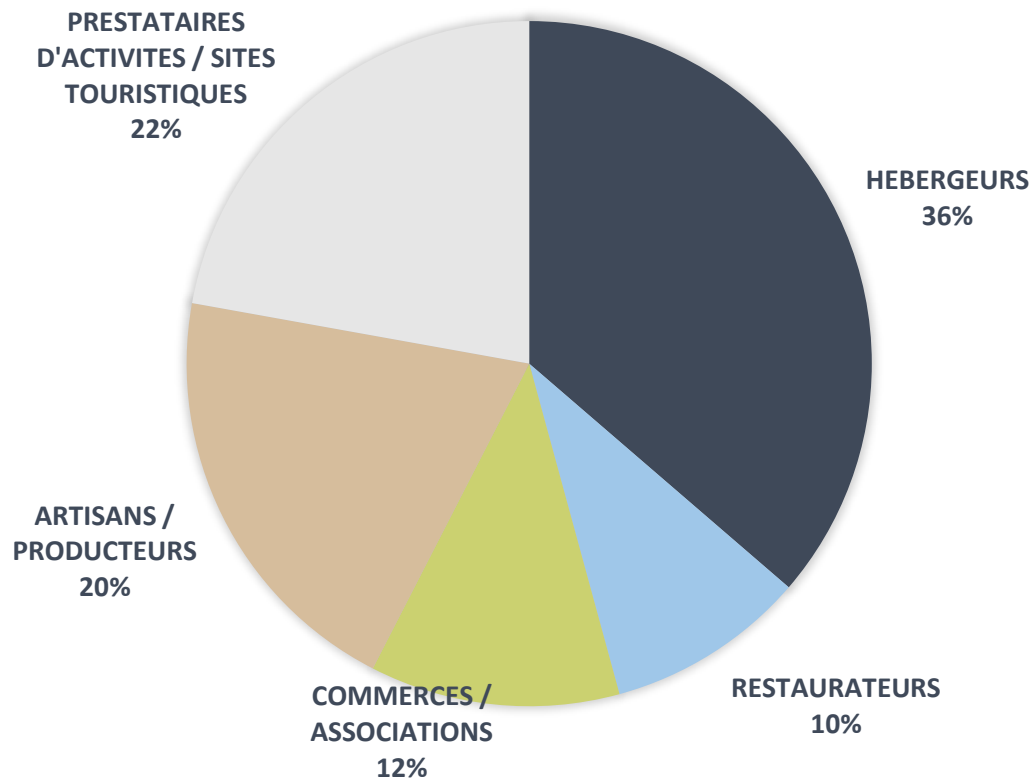
- Composition du réseau de partenaires (offre de services commerciaux OTI)
- Evènements - les Res'OT
- Newsletter professionnelle
- Place de marché
- Plateforme Evasion is here
- Fairguest



COMPOSITION DU RÉSEAU DE PARTENAIRES 2023

- 212 partenaires en 2023 (233 partenaires en 2022)
- 171 partenaires sur le territoire Saint-Marcellin Vercors Isère
- 41 partenaires hors territoire

COMPOSITION DES PARTENAIRES 2023



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 #3 à La Belle Noix à Saint-Hilaire-du-Rosier** le 27 avril 2023 avec la présentation des nouvelles offres en terme d'itinérance sur le territoire (sentier Au fil de la Bourne, La Belle Via). Intervention d'Isère Cheval Vert.

Après-midi Rés'OT #4 au Domaine Charmeil à Saint-Quentin-sur-Isère →

le 14 novembre 2023 avec la présentation du plan d'actions 2024 de l'OTI et de celui d'Inspiration Vercors, la remise des prix e-reputation



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 (**328 destinataires/news en moyenne sur 2023**).
Nous faisons régulièrement un zoom sur un projet, un dossier, un partenaire, une action de promotion, notre réseau...

NB DE NEWSLETTER ENVOYÉES	11
NB TOTAL DESTINATAIRES	3 616
NB TOTAL OUVERTURE	1 822
NB TOTAL CLIC	412

**TAUX D'OUVERTURE DE LA
NEWSLETTER MOYEN SUR**

2023

51,27%



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

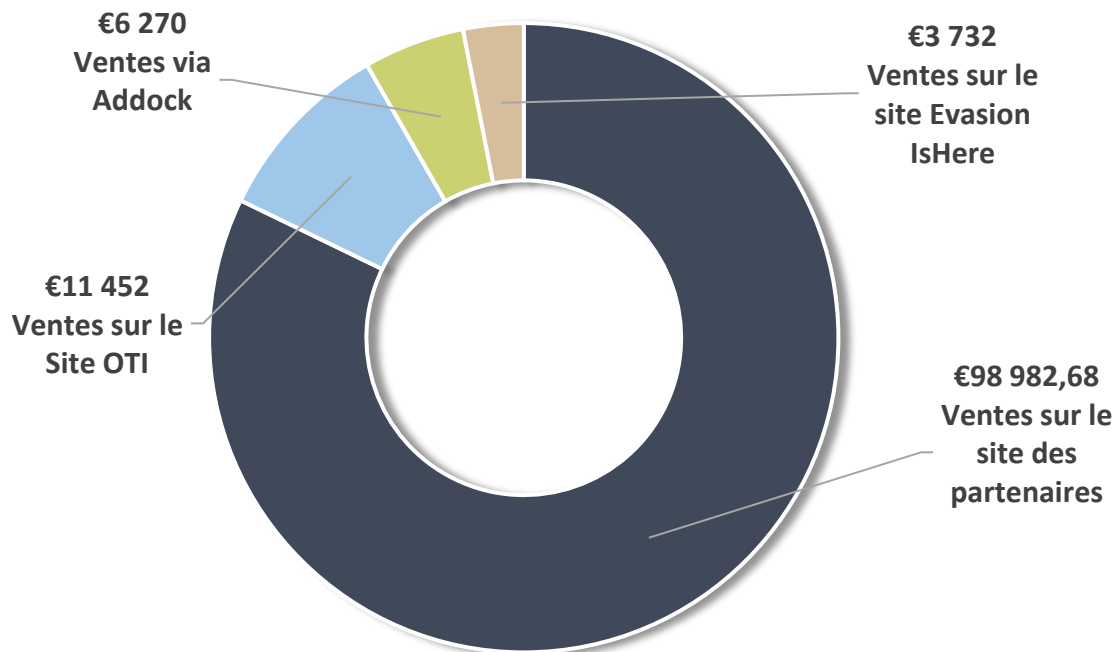
LA PLACE DE MARCHÉ AVEC OPEN EXPÉRIENCES


Rapport de commercialisation territoire SMVIC Année 2023

 Transactions
1 651
+ 262,1%

 Chiffre d'affaires
120 436€
+126,1%

 Panier moyen
73,04 €




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

**4 formés en 2023 par
l'Office de Tourisme**

**1/3 des ventes générées par Les
Médiévales à Saint-Antoine-l'Abbaye**

FAIRGUEST – outil de réputation en ligne



Année 2023

FairGuest
E - RÉPUTATION

304 établissements suivis 8 611 avis (+7,64%)

Note moyenne



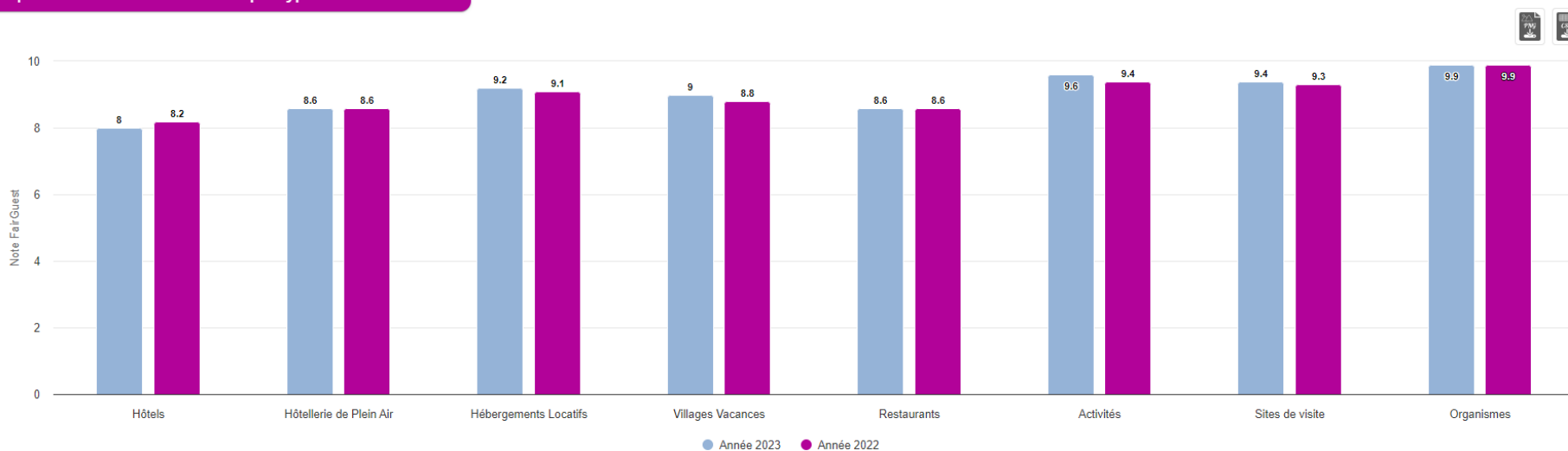
Top pays d'origine

France 919 avis (58,5%)
 Allemagne 187 avis (11,9%)
 Suisse 143 avis (9,1%)
 Espagne 66 avis (4,2%)
 Belgique 55 avis 3,5%



Cet outil, 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.

Répartition de la Note FairGuest par types d'établissements



Calculs réalisés par www.fairguest.com

E. ORGANISATION DE PRESTATIONS DE SERVICES ET PRODUITS TOURISTIQUES COMMERCIALISÉS

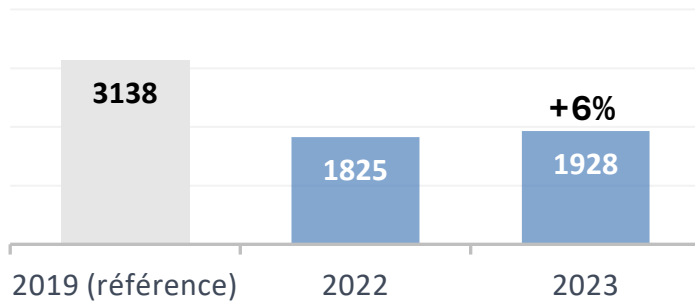
SOMMAIRE

- 1. Visites guidées**
 - Pour les groupes
 - Pour les individuels
- 2. Boutiques**
- 3. Synthèse recettes commerciales**



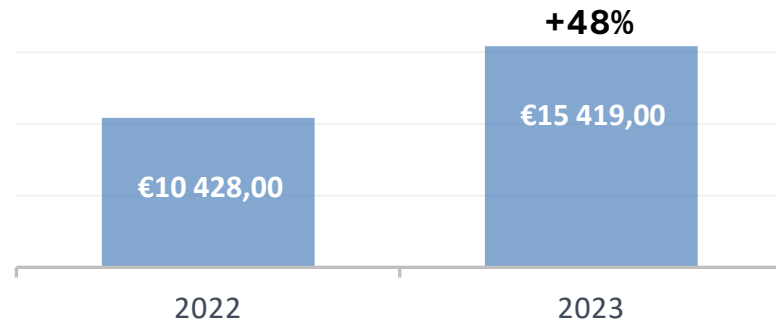
VISITES GUIDÉES OFFICE DE TOURISME - Groupes

NOMBRE DE VISITEURS
GROUPE

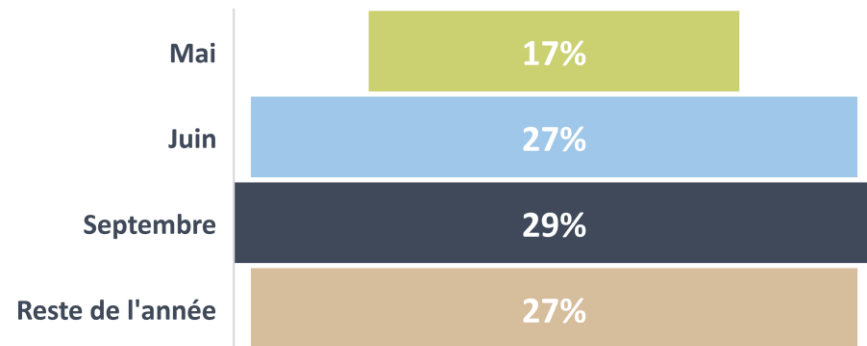
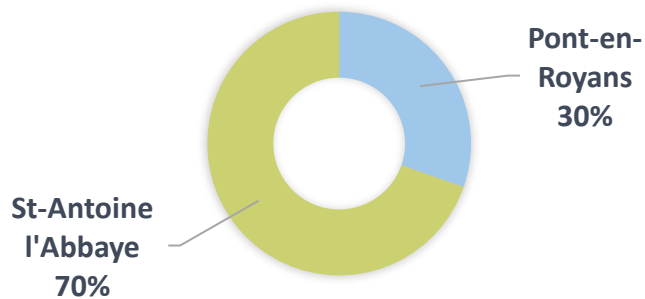


RECETTES TTC

Rappel : hausse des tarifs au 1^{er} janvier 2023

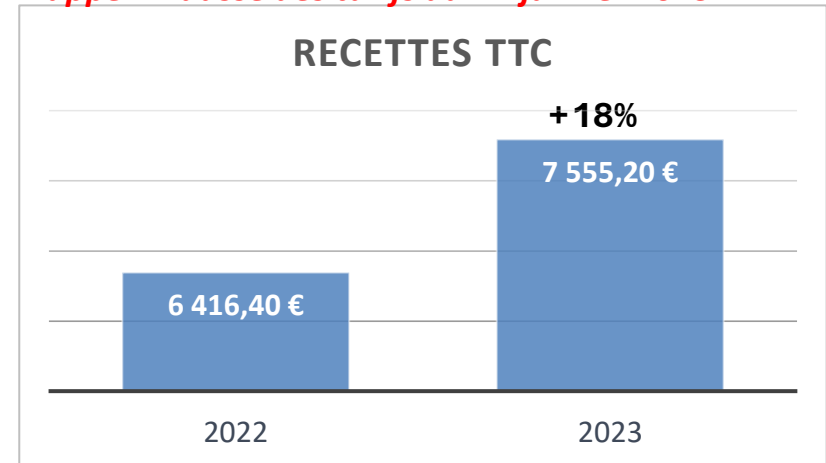
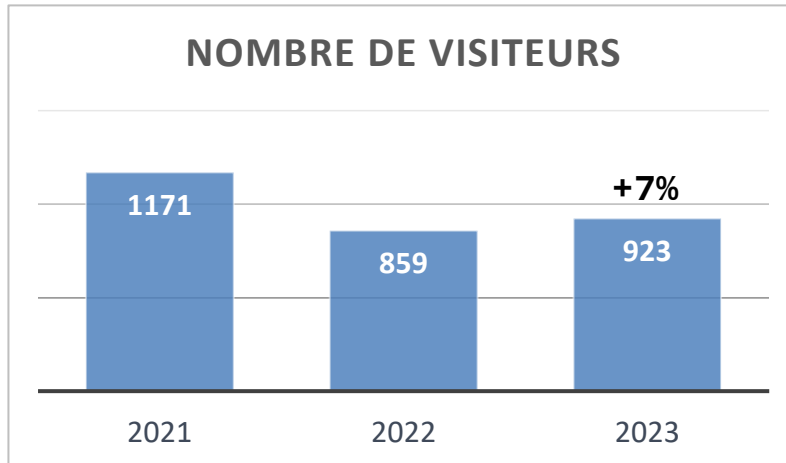


RÉPARTITION DES GROUPES



VISITES GUIDÉES OFFICE DE TOURISME - Individuels

Rappel : hausse des tarifs au 1^{er} janvier 2023



Nouveauté 2023 :

2 visites nocturnes et 1 visite théâtralisée

Provenance des visiteurs :

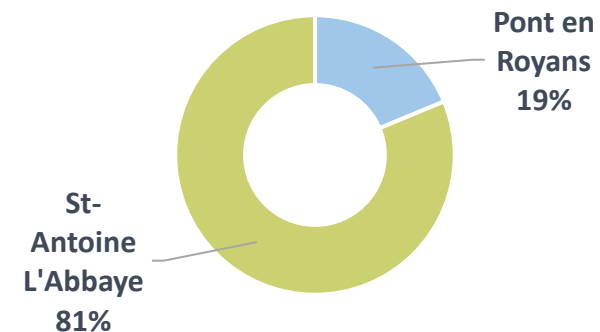
61% AURA

Contre 70% en 2022

Modalité d'achats :

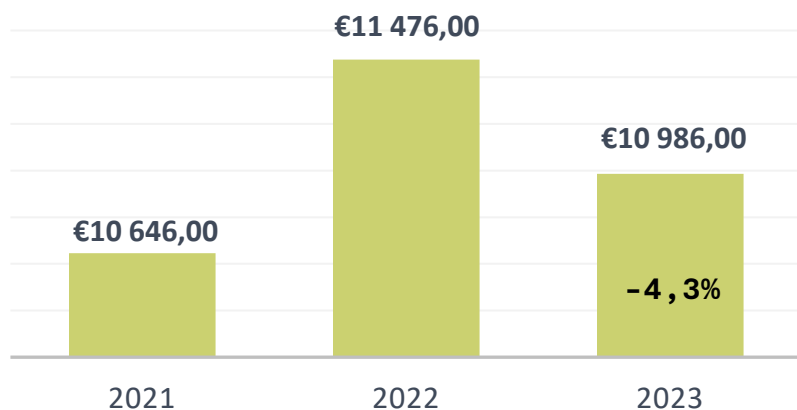
55% des ventes effectuées sur le web

FRÉQUENTATION PAR SITE



BOUTIQUE

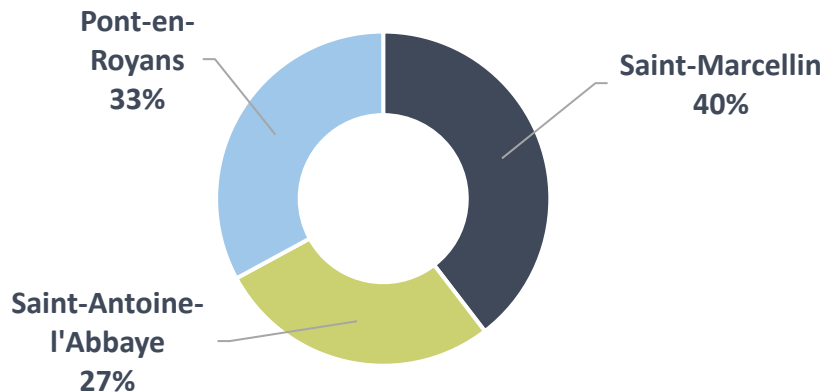
RECETTES TTC



REPARTITION DES VENTES PAR CATEGORIE

CARTOGUIDES	6 298,57 €
SOUVENIRS	1 807,40 €
OUVRAGES	1 245,16 €
ARTISANAT	952,90 €
AUTRE/DIVERS	681,45 €

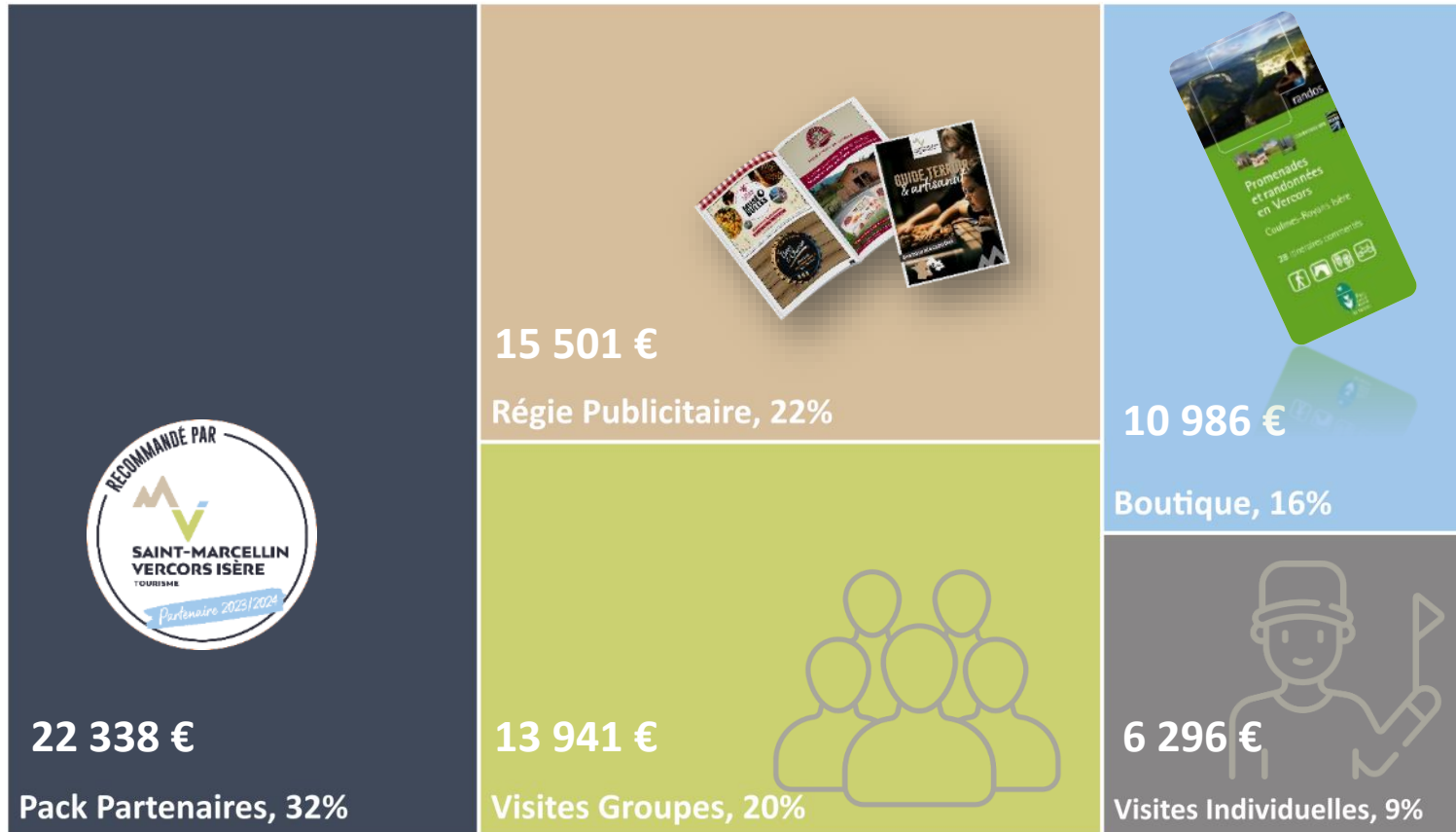
RÉPARTITION PAR BIT



PROJETS 2024

- Thématiser les espaces accueil et boutique en lien avec le SADI
- Réflexion autour d'une boutique durable

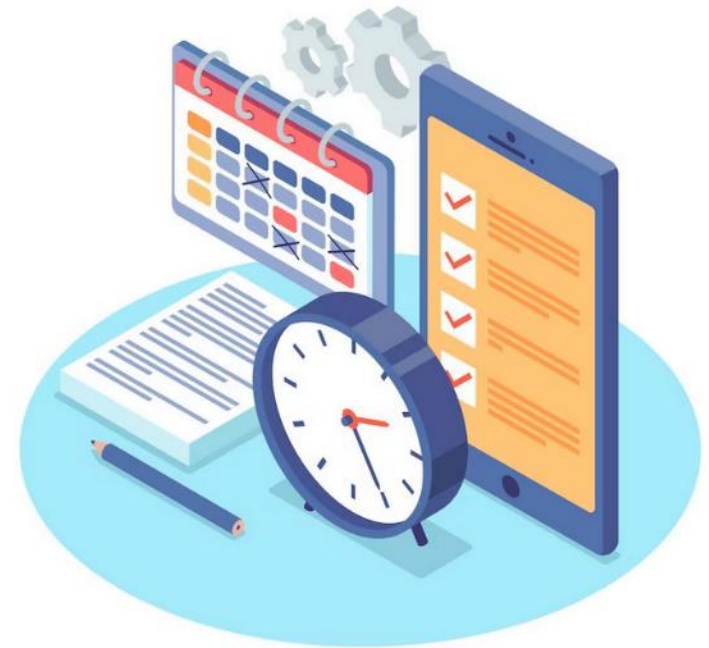
SYNTHESE RECETTES COMMERCIALES



F. BILAN FONCTIONNEL ET FINANCIER

SOMMAIRE

- 1. Classement de l'OTI**
- 2. Organigramme OTI**
- 3. Effectifs et formation**
- 4. Bilan financier 2023**
 - Recettes
 - Dépenses
 - Budget opérationnel
 - Taxe de séjour



Classement de l'OTI

L'OFFICE DE TOURISME OBTIENT LE CLASSEMENT EN CATEGORIE 2

Le classement des Offices de Tourisme, créé par le Ministère en charge du Tourisme est un signe de reconnaissance nationale qui garantit une cohérence, une homogénéité et une qualité des services offerts par les Offices de Tourisme. Depuis 2019, le classement des Offices de Tourisme intègre deux catégories : 1 ou 2.

L'Office de Tourisme s'est porté volontaire pour obtenir la catégorie 2. Le classement a été prononcé par arrêté préfectoral le **17 juillet 2023 pour une durée de cinq ans**. L'OTI étudiera une candidature dans la catégorie 1 au moment du renouvellement.

La grille de classement est composée de **19 critères concernant tous les services de l'OTI**.

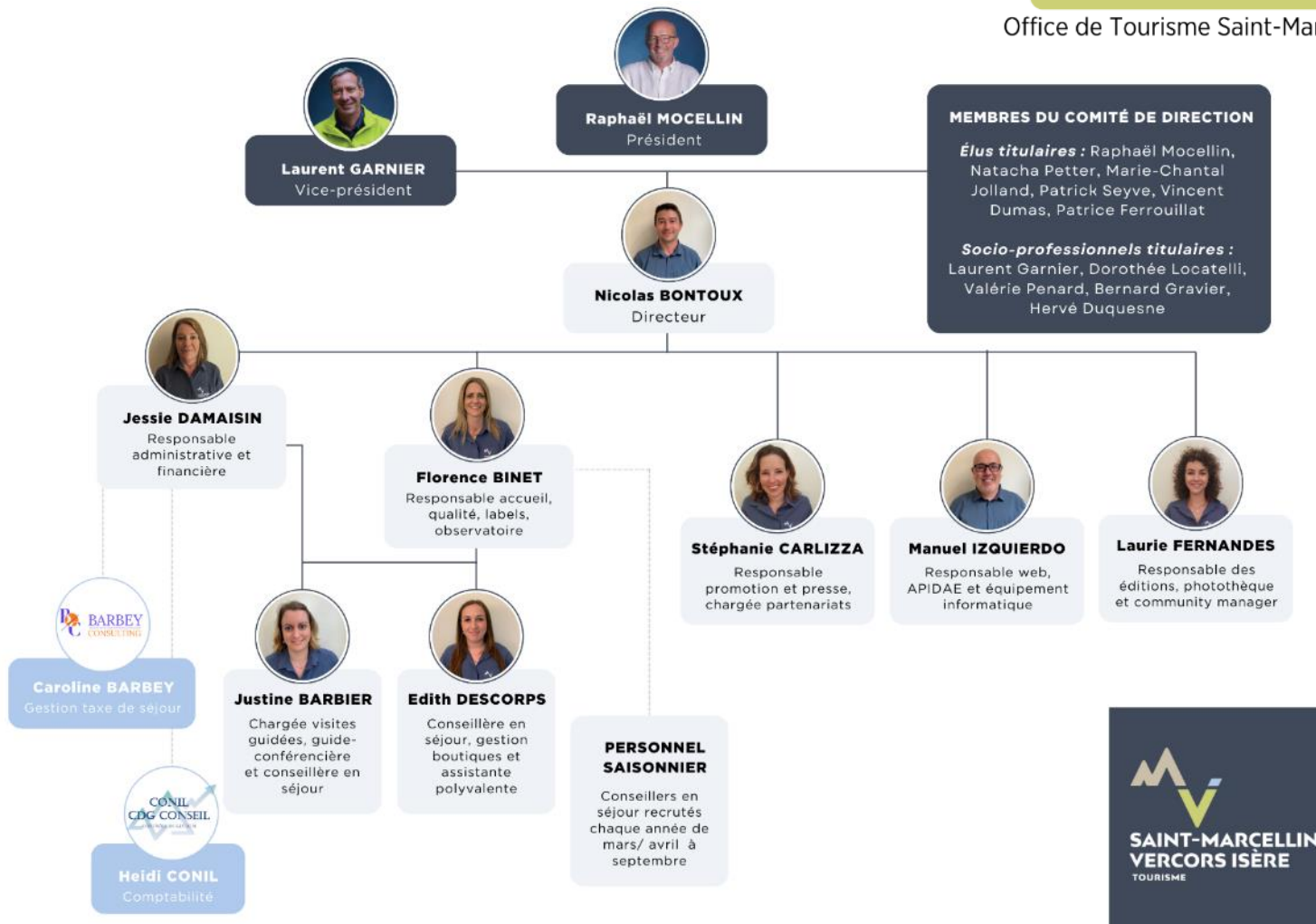
Le classement de l'Office de Tourisme est l'une des conditions qui permet aux communes de son périmètre géographique d'obtenir la dénomination de « commune touristique ».
Cette dénomination offre divers avantages soit à la commune soit à ses habitants : ouverture débits de boisson, autorisations exceptionnelles lors de manifestations à caractère touristique par exemple.



RH - Organigramme

ORGANIGRAMME

Office de Tourisme Saint-Marcellin Vercors Isère



RH – Effectifs et formations



Une année marquée par un mouvement de personnel important en 2023 :

- 3 CDD non renouvelés (comptabilité, animation des professionnels)
- 1 départ volontaire / 1 licenciement pour inaptitude
- Arrivée d'une nouvelle Responsable Administrative et Financière

Stabilisation des effectifs en fin d'année :

- 8 salariés permanents / 3 saisonniers

87 heures de formation dispensées :

- Anglais, outils informatiques, développement personnel, actualités RH et financières, visites guidées décalées
- 2 formations certifiantes (anglais niveau B1, Process Communication)

Sensibilisation du personnel aux enjeux climatiques

- Atelier « Fresque du Climat » en novembre 2023

Et aussi :

- Partage de pratiques avec OTI Auvergne le 20/03/2023
- ½ journée Direction Culture et Tourisme 06/07/2023
- Défi Aviron avec OT Vercors Drôme le 30/09/2023



BILAN FINANCIER

L'Office de Tourisme sous statut d'EPIC est placé sous la responsabilité du comptable public, le Trésorier.

Certaines activités nécessitent des **expertises particulières**, c'est pourquoi nous faisons appel à :

- FIDSUB pour la réalisation des paies
- BARBEY Consulting pour la collecte de la taxe de séjour
- Heïdi CONIL pour la saisie comptable et liasse fiscale

La 2nde partie de l'année 2023 a été consacrée à :

- La réorganisation du service administratif et financier, avec notamment la montée en compétences d'Edith Descorps
- La définition de processus financiers clairs et simplifiés (bons de commandes, facturation)
- La remise à plat des régies d'avances et de recettes
- Un état des lieux des encaissements sur les activités commerciales
- La définition d'indicateurs clés permettant un meilleur suivi d'activité en 2024
- Le « nettoyage » et la remise à plat du budget et du compte administratif

RECETTES 2023

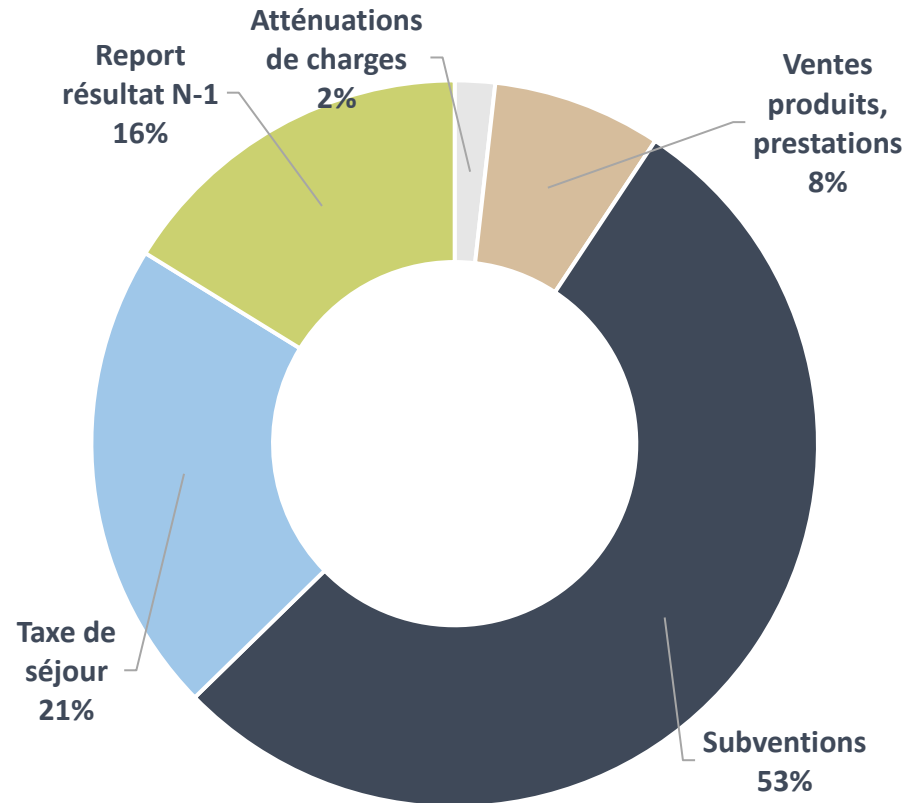
SECTION FONCTIONNEMENT

Recettes 2023

Les recettes globales de fonctionnement de l'OTI s'établissent en 2023 à **903 690 €**

Report de l'excédent de 2022 à hauteur de **146 336 €**

Dont **69 062 € HT** d'activités commerciales

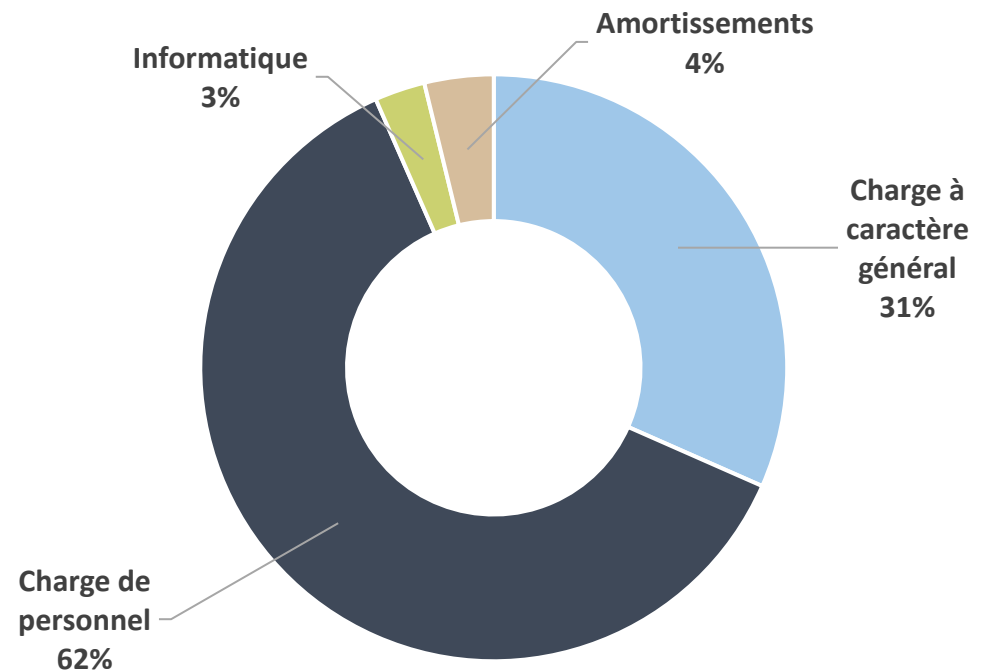


DEPENSES 2023

SECTION FONCTIONNEMENT

Dépenses 2023

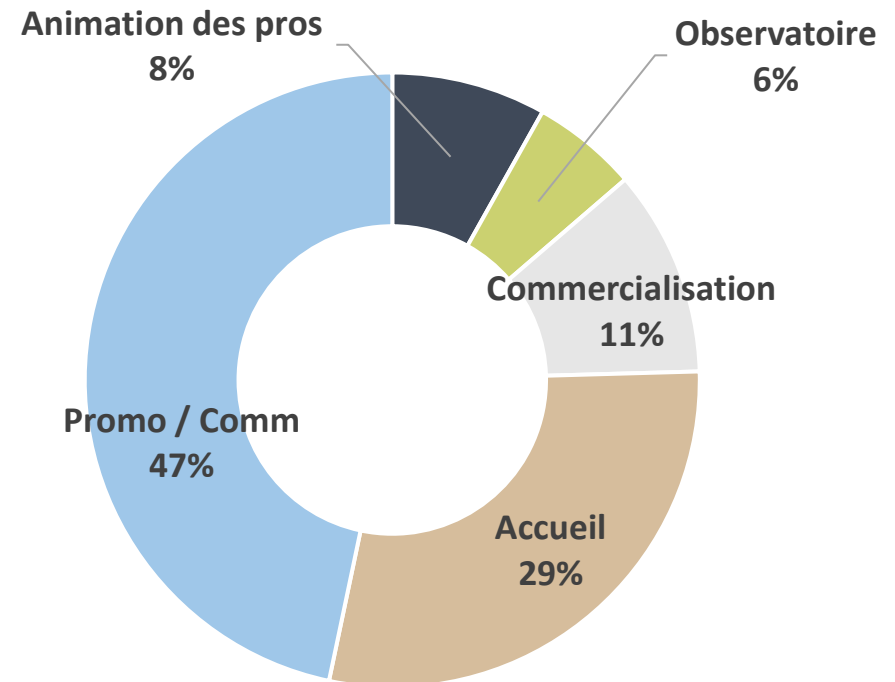
Les dépenses globales de fonctionnement de l'OTI s'établissent en 2023 à **875 194,69 €**



BILAN FINANCIER 2023

Le budget opérationnel en 2023 s'élève à 179 755 €

- **Accueil** : comprend notamment les frais de logiciel pour l'accueil à distance et les éditions
- **Communication/Promotion** : comprend l'accompagnement pour l'élaboration d'une stratégie digitale sur 2023 et tout le plan de communication (presse, réseaux sociaux, web...)
- **Animation des professionnels** : comprend les actions du Plan Qualité (aide aux classements meublés et campings)



TAXE DE SÉJOUR

CHIFFRES CLES

- Recettes perçues en 2023 : **181 512€**
+ **31%** par rapport à 2022
3 taxations d'office (régularisées) + 4 titres de non-paiement
- 41 hébergements « traqués », soit 351 lits supplémentaires
- 17 conventions DECLALOC (37% des communes)

POINT 2024

Renouvellement du contrat avec Barbey Consulting pour 1 an
Risque lié à l'augmentation des tarifs (déclassements, diminution des recettes)
Changement de législation sur les meublés à surveiller



OFFICE DE TOURISME

Saint-Marcellin Vercors Isère

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

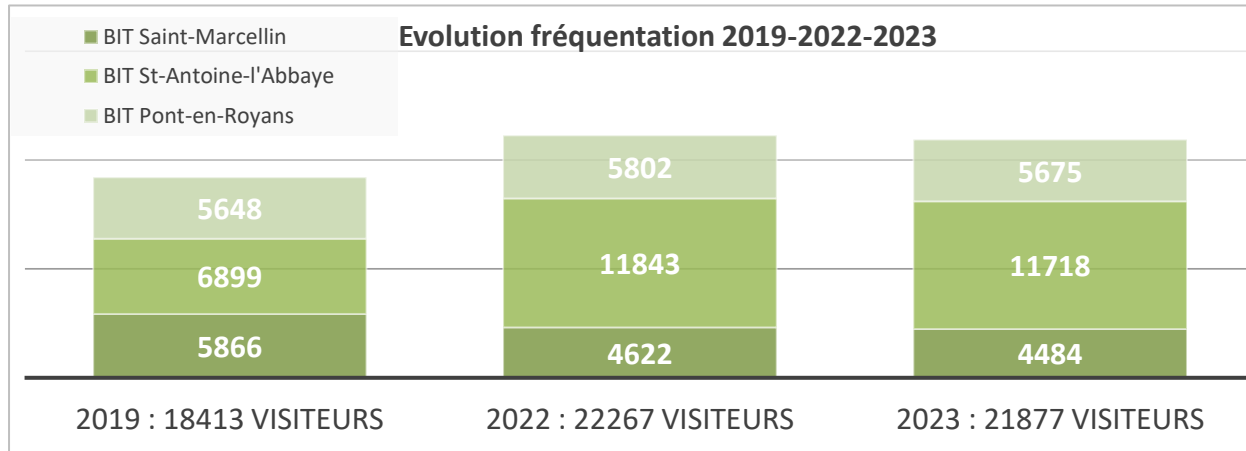
04 76 385 385

www.tourisme.saintmarcellin-vercors-isere.fr



ANNEXES
FREQUENTATION DES BIT

FREQUENTATION DES 3 B.I.T.

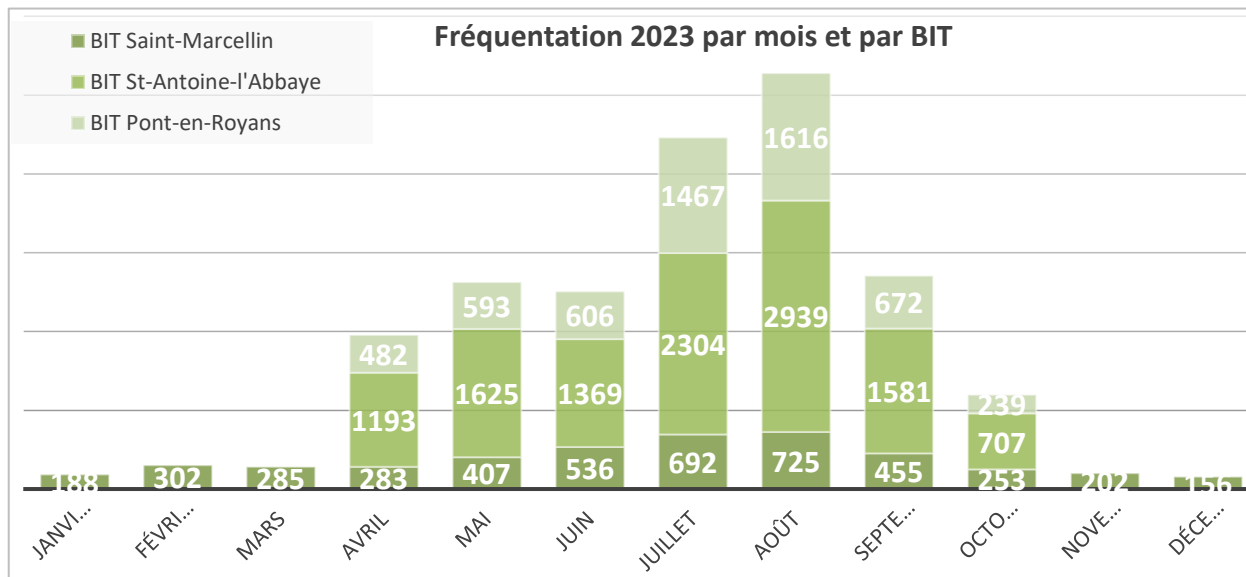


21 877 visiteurs en 2023

-1,75% par rapport à 2022 +18,8 %
par rapport à 2019

44,5% de la fréquentation annuelle
concentrés sur juillet/août

53,6% de la fréquentation sur le BIT de
Saint-Antoine



Une fréquentation satisfaisante

- Une année marquée par l'inflation persistante et donc une baisse du pouvoir d'achat.
- Une météo plutôt favorable malgré quelques épisodes caniculaires pendant l'été
- Une bonne fréquentation en juillet-août, en légère baisse par rapport à 2022 (-8,1% mais 2022 =année exceptionnelle) mais en hausse par rapport à 2019

FREQUENTATION DES 3 B.I.T.

BIT SAINT-MARCELLIN

4484 visiteurs en 2023 :
-3% par rapport à 2022
-23,6% par rapport à 2019

2006 contacts au guichet → **3228 demandes au guichet**

Une moyenne de **4,3 visiteurs par heure** et de **1,9 contacts guichet** heure

95,1% de visiteurs français et 4,9% d'étrangers

62,8% de la fréquentation concentrée sur la période de mai à septembre.

Fréquentation plus conséquente les jours de marchés (mardi, vendredi et samedi) avec cependant une baisse importante les samedis.

Essentiellement des personnes seules (environ 65%) et de plus de 65 ans (environ 48%)

BIT SAINT-ANTOINE

11 718 visiteurs en 2023 :
-1,1% par rapport à 2022
+69,9% par rapport à 2019

4008 contacts au guichet → **6174 demandes au guichet**

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

87,5% de visiteurs français et 12,5% d'étrangers

43,3% de la fréquentation le matin et **56,7% l'après-midi**

44,7% de la fréquentation sur juillet/août

Une fréquentation plus conséquente le weekend, notamment le dimanche (21,9%)

Prédominance de la clientèle en couple (environ 36%) et des 50-65 ans (37%)

BIT PONT-EN-ROYANS

5675 visiteurs en 2023:
-2,2% par rapport à 2022
+0,5% par rapport à 2019

2591 contacts au guichet → **6682 demandes au guichet**

Une moyenne de **4,2 visiteurs par heure** et de **1,9 contacts guichet** heure

86,5% de visiteurs français et 13,5% d'étrangers

62,1% de la fréquentation le matin et **37,9% l'après-midi**

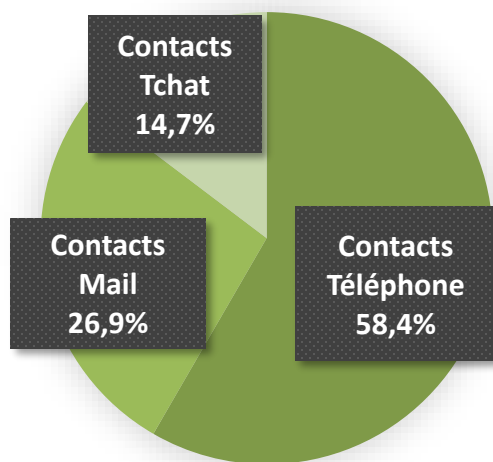
54,3% de la fréquentation sur juillet/août

Une fréquentation assez régulière tout au long de la semaine

Une clientèle majoritairement en couple (50,8%) et un peu plus jeune que sur les 2 autres BIT avec environ 30% de 30-50 ans

ACCUEIL À DISTANCE (appels, mails, tchats)

Répartition des demandes à distance



5919 contacts à distance et 6433 demandes à distance

→ Augmentation des contacts à distance par rapport à 2022 (+29,5%) et des demandes à distance (+33%)

Une petite baisse des appels (-4%) par rapport à 2022 compensée par une hausse des demandes par mail (+104%) et une véritable explosion des demandes via le tchat qui progressent de +346 % (195 tchats en 2022 et 870 en 2023) en lien avec le nouveau site web de l'OT beaucoup plus attractif et mieux référencé

Le pic des demandes à distance est en août avec une moyenne journalière de 19 appels par jour, 8 tchats et 5 mails

3454 Appels :
une moyenne de
10,3 appels par
jour

1595 Mails :
une moyenne de
4,8 mails par
jour

870 Tchats :
une moyenne de
2,6 tchats par
jour

DISPOSITIF MULTIMEDIA À SAINT-ANTOINE

Table tactile intérieure

5867 clics (-26% par rapport à 2022)

→ rôle de cartographie de l'offre touristique

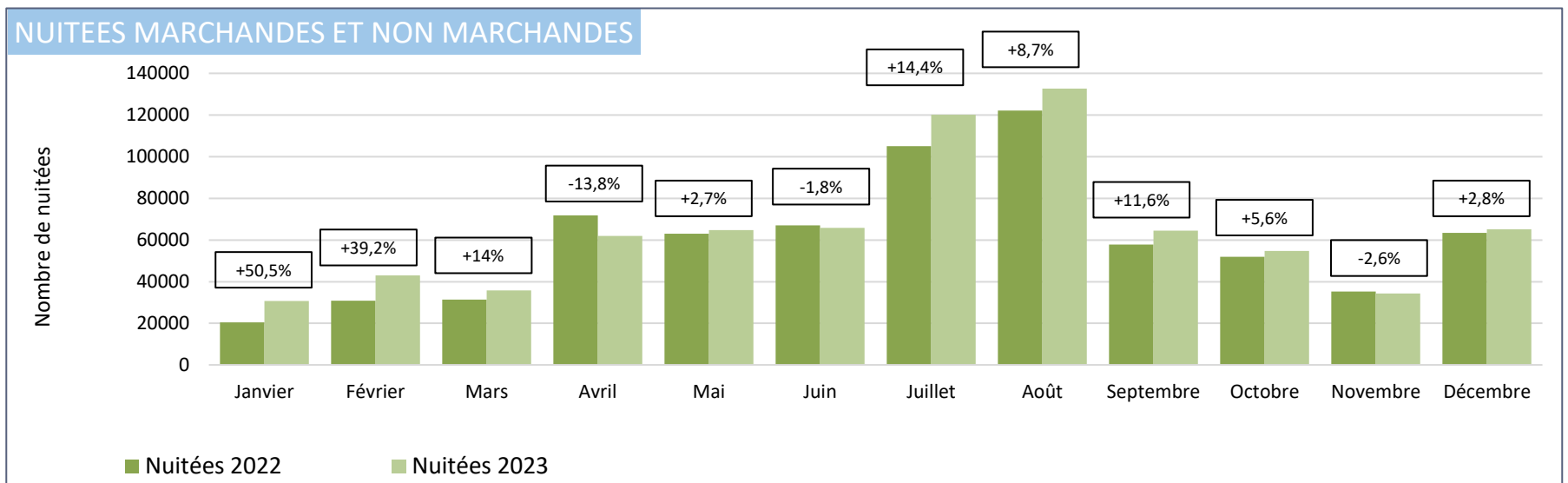
Borne tactile extérieure

14 880 clics (+51% par rapport à 2022)

→ rôle de relai de l'information touristique lors de la fermeture du BIT

**ANNEXES
OBSERVATOIRE TOURISTIQUE**

CHIFFRES CLÉS / Source : Flux Vision Tourisme Orange



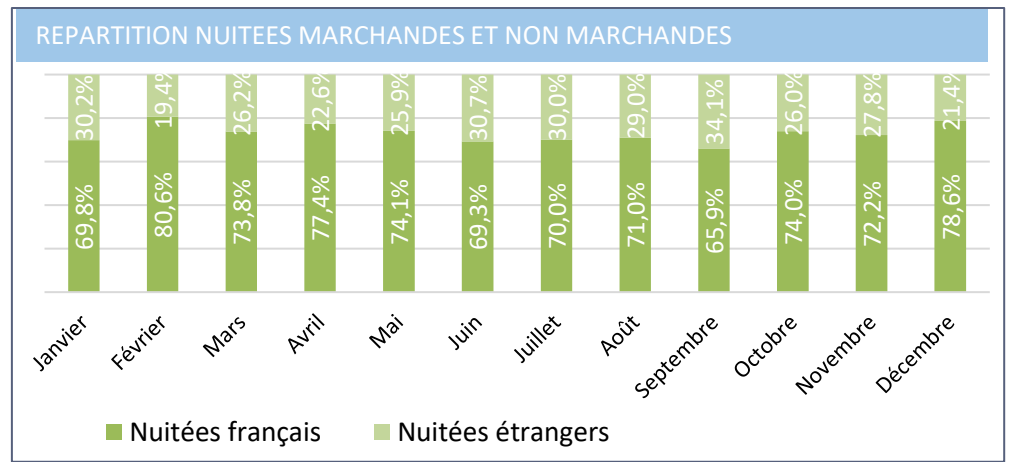
Total des nuitées touristiques

773 835 nuitées
(+7,4% / 2022)
(+11,2% / 2019)

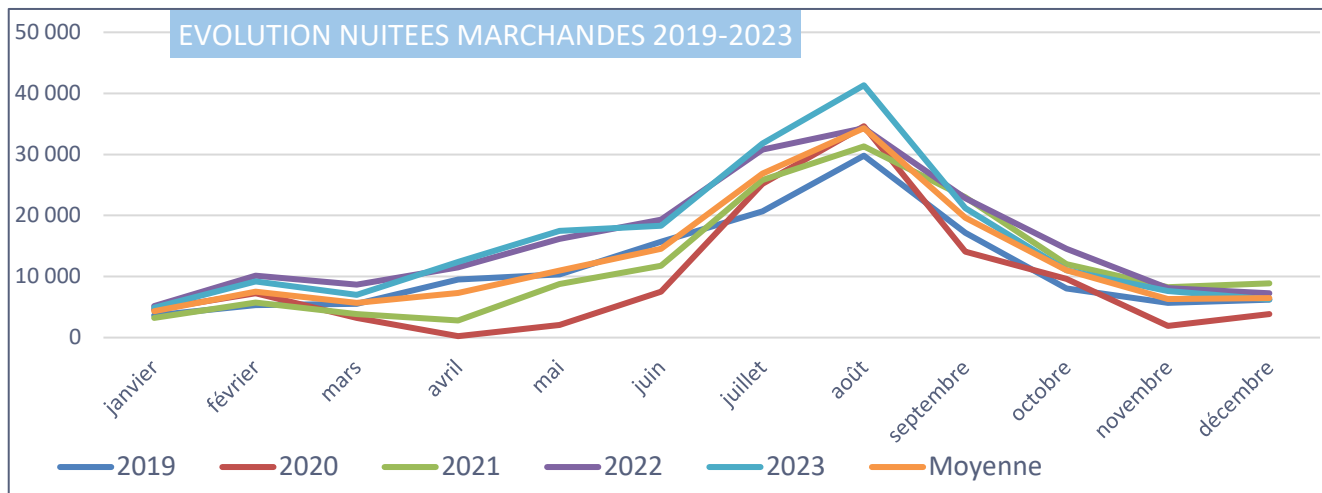


Nuitées touristiques clientèle française :
561 469 nuitées
72,6% des nuitées

Nuitées touristiques clientèle étrangère :
212 366 nuitées
27,4% des nuitées



CHIFFRES CLÉS / Source : Plateforme taxe de séjour



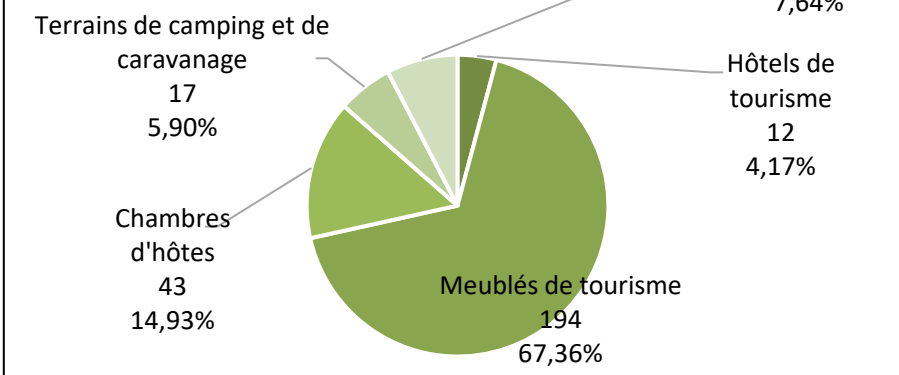
288 hébergements touristiques marchands actifs

4701 lits marchands
(+ 386 lits par rapport à 2022)

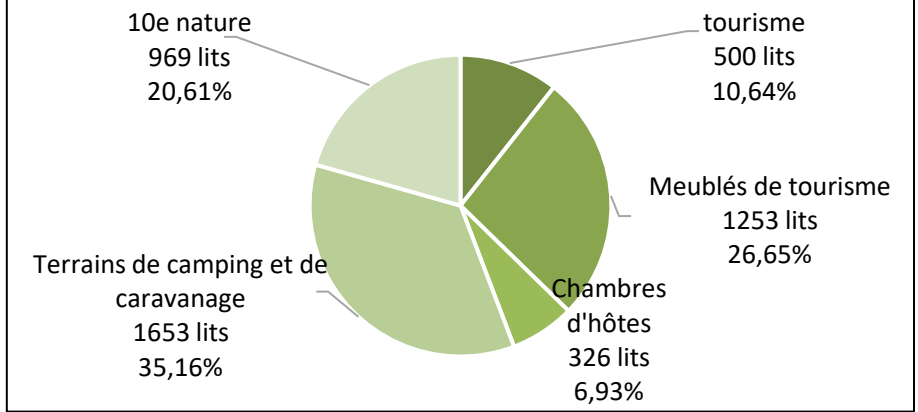
188 434 nuitées marchandes
(= à 2022)

Les nuitées marchandes représentent 24,3% des nuitées touristiques

HEBERGEMENTS MARCHANDS ACTIFS PAR CATEGORIE EN 2023



HEBERGEMENTS MARCHANDS ACTIFS PAR CATEGORIE EN 2023

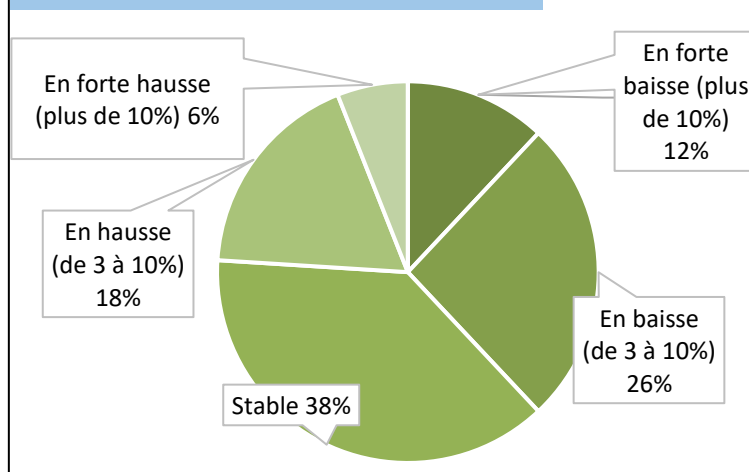


CHIFFRES CLÉS / Enquête de conjoncture estivale

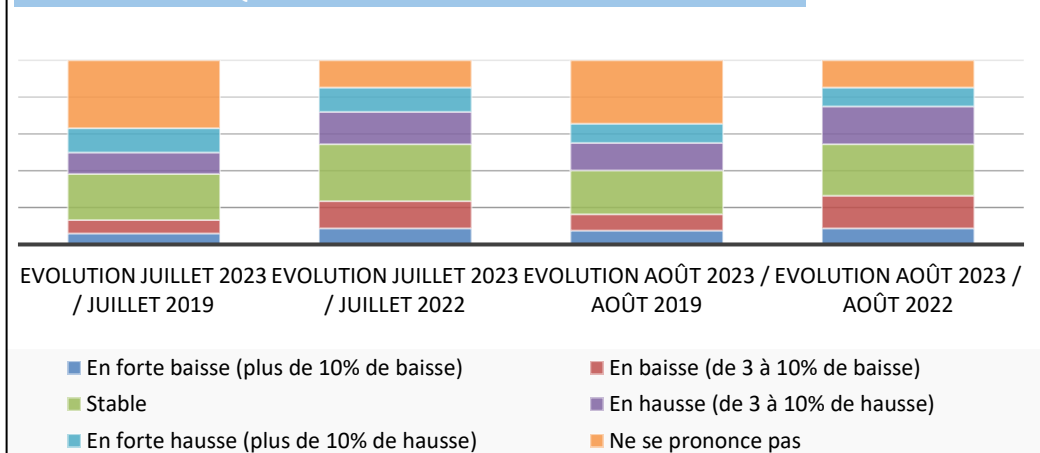
Enquête de conjoncture estivale (juillet, août) réalisée du 28/08 au 20/09 auprès de 155 prestataires touristiques, partenaires de l'OT.

- **Taux de participation : 45,8%** (71 répondants : 10 restaurants, 44 hébergements, 4 musées/sites, 13 prestataires d'activité)
- Un bilan très positif pour cette saison estivale 2023 avec un taux de satisfaction encore plus conséquent sur août que sur juillet toutes catégories confondues : en juillet 69.2% de satisfaits et très satisfaits et 75.7% pour août.
- Si les restaurants et les sites/musées affichent une pleine satisfaction, le bilan est plus contrasté pour les prestataires d'activité notamment en juillet.

EVOLUTION PANIER MOYEN 2022-2023



EVOLUTION FREQUENTATION PAR RAPPORT A 2019 ET 2022



SATISFACTION 2023

