



# **BILAN D'ACTIVITE 2021**

### GOUVERNANCE : COMITE DE DIRECTION DEPUIS LE 02/09/2020



**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

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**



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**

## ORGANIGRAMME AU 17/05/2021



**NICOLAS BONTOUX**

Directeur  
*Commission marque  
Inspiration Vercors*

SUPPORT

FAIRE VENIR

ATTRACTIVITÉ



**ROSELINE IZQUIERDO**

Adjointe - Responsable  
administrative et financière  
Visites guidées

SUPPORT

FAIRE VENIR

SUR PLACE



**CARINE DULIGNER**

Comptable, Taxe de séjour  
Assistante administrative

SUPPORT



**STÉPHANIE CARLIZZA**

Responsable Promotion,  
Presse, Partenaires  
*Commission presse Inspiration Vercors*

FAIRE VENIR

ATTRACTIVITÉ

SUR PLACE



**MANUEL IZQUIERDO**

Responsable webmarketing  
APIDAE, community manager  
*Commission digitale Inspiration Vercors*

SUPPORT

FAIRE VENIR



**LAURIE FERNANDES**

Responsable des éditions,  
développement boutiques  
*Commission éditions Inspiration Vercors*

FAIRE VENIR

SUR PLACE



**JUSTINE BARBIER**

Chargée visites guidées,  
Conseillère en séjour  
Guide Conférencière

FAIRE VENIR

SUR PLACE



**FLORENCE BINET**

Resp. Accueil, Qualité,  
Labels, Observatoire  
*Commission Marque Inspiration Vercors*

SUPPORT

ATTRACTIVITÉ

SUR PLACE



**EDITH DESCORPS**

Conseillère en séjour  
Assistante polyvalente

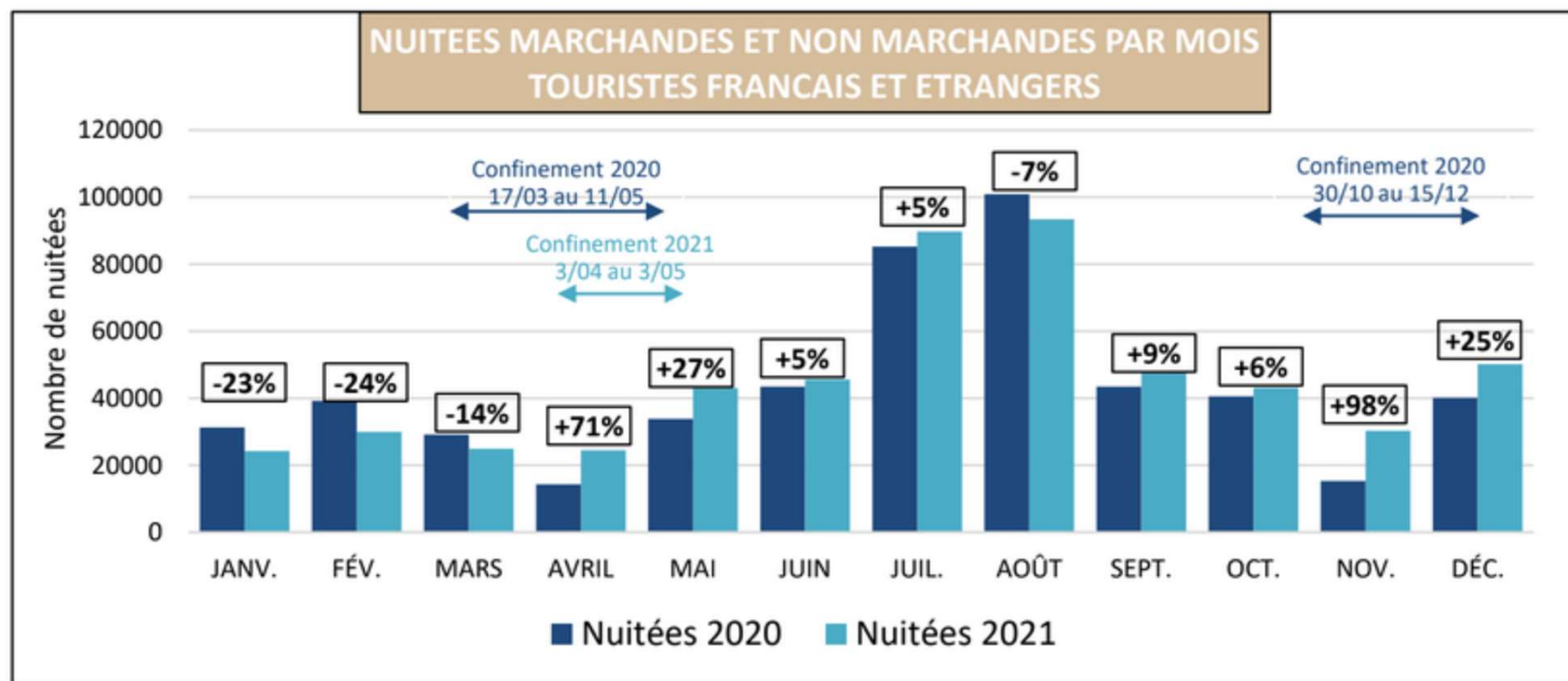
SUPPORT

SUR PLACE

## CHIFFRES CLES

Source : Flux Vision Tourisme Orange / Isère Attractivité / OTI SMVI

Flux Vision Tourisme est une solution développée par Orange qui permet de convertir des millions de données Orange en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation des territoires et le déplacement des populations.



**Total des nuitées  
touristiques**

**546 950**

(+5,7% / 2020)

(-21,4% / 2019)



**Total des nuitées  
touristiques des  
clientèles  
françaises**

**417 722**



**Total des nuitées  
touristiques des  
clientèles  
étrangères**

**129 228**



**Part des clientèles  
françaises et  
étrangères**

**Français 76,4%**

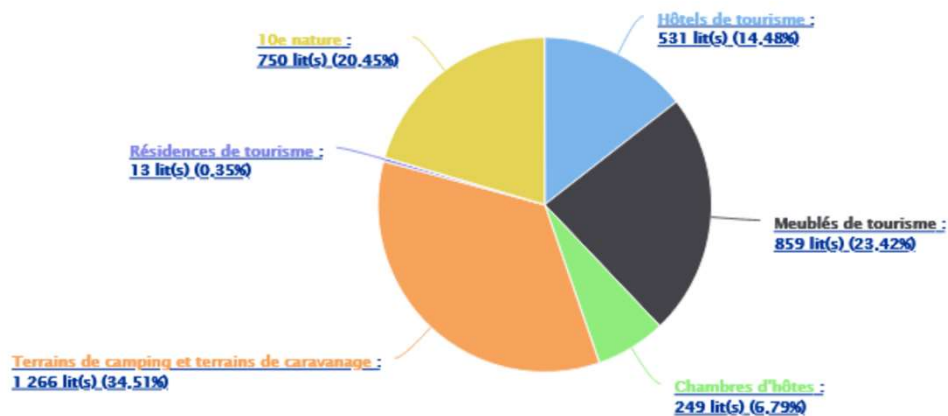
**Etrangers 23,6%**

## CHIFFRES CLES

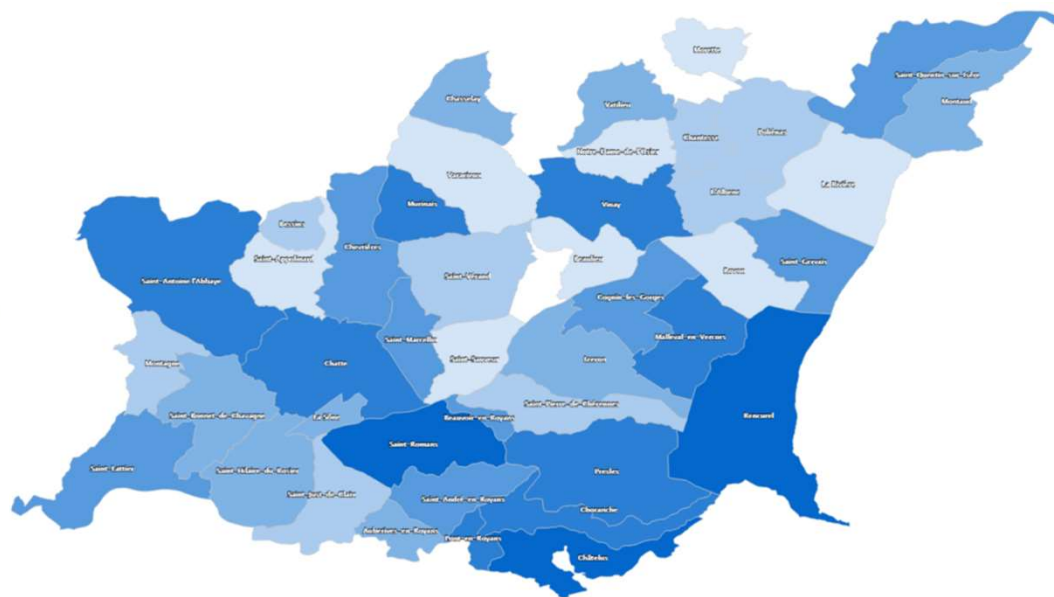
→ 240 hébergements touristiques marchands actifs

→ 3 668 lits touristiques marchands actifs

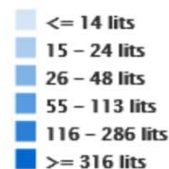
### Nombre de lits par catégorie d'hébergement



### Nombre de lits par commune



Nombre de lits des hébergements actifs (Cliquez sur la légende)  
Classes :



## 1. SUR PLACE

### PERSONNEL SAISONNIER

Le personnel saisonnier (3 conseillères en séjour) :

- Elisa GAUTIER (3<sup>ème</sup> saison à l'OTI) sur le B.I.T. de Pont-en-Royans
- Amélie ROSSI (1<sup>ère</sup> saison à l'OTI) sur le B.I.T. de St-Antoine-l'Abbaye
- Camille RICHET (1<sup>ère</sup> saison à l'OTI) en rotation sur les 3 B.I.T.

Arrivée du personnel saisonnier le **22 mars 2021** → 1 semaine de formation en interne + formation de 2 jours en mai

1 arrêt maladie en pleine saison (13/08 au 20/09) : recrutement et formation en urgence (Sandrine CLEMENT)



Le personnel saisonnier : Elisa, Amélie et Camille

### OUVERTURE DES B.I.T.

**B.I.T. Saint-Marcellin** → Ouverture à l'année les matins du lundi à samedi (fermeture du 19/12/21 au 2/01/22)

**B.I.T. Saint-Antoine-l'Abbaye et Pont-en-Royans** → ouverture de fin mars à fin octobre. Ouvert 6,5 jours par semaine en avril, mai, juin, septembre, octobre et 7 jours sur 7 en juillet, août

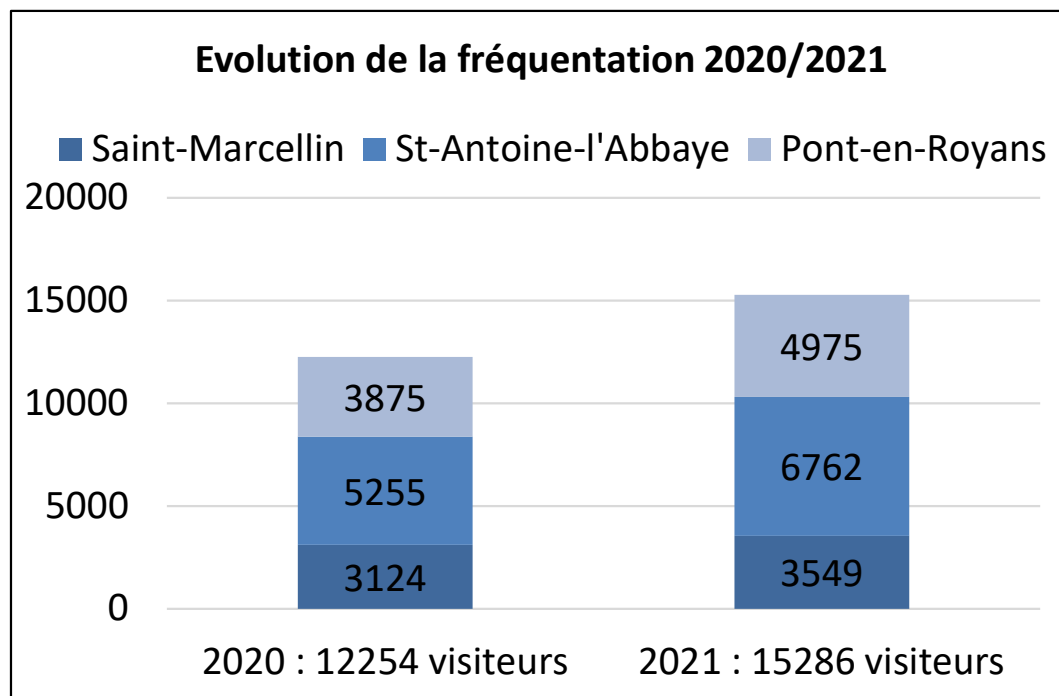
→ **Lundi 29 mars** : Ouverture au public des B.I.T. de Pont-en-Royans et Saint-Antoine-l'Abbaye

→ **Du lundi 5 avril au dimanche 2 mai** : fermeture de nos 3 B.I.T. en raison du confinement → activité partielle du personnel saisonnier

→ **Dimanche 31 octobre** : fermeture au public des B.I.T. de Pont-en-Royans et Saint-Antoine-l'Abbaye

## 1. SUR PLACE

### FREQUENTATION DES 3 B.I.T.



**Une année rythmée par la crise sanitaire :** 1 confinement, couvre-feu, réouverture progressive des commerces, restaurants, instauration du pass sanitaire...

**15 286 visiteurs en 2021 :**

+24,74% par rapport à 2020

-17% par rapport à 2019

Dans l'ensemble, **une fréquentation satisfaisante en 2021** compte-tenu du contexte, en nette hausse par rapport à 2020 mais encore en deçà 2019.

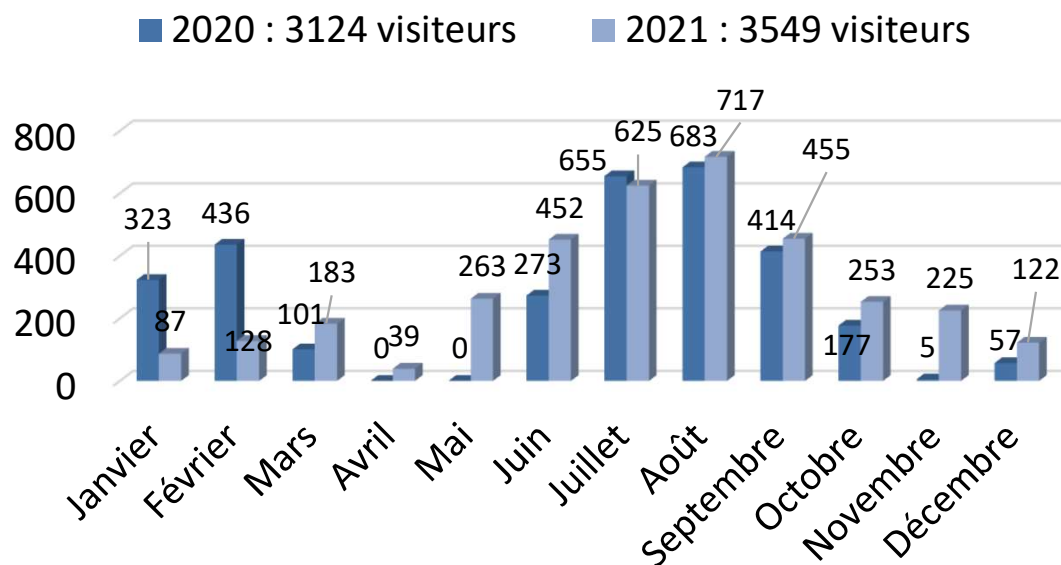
Comme l'année dernière, cette saison 2021 est caractérisée par une forte fréquentation française, notamment des clientèles de proximité (importance de la clientèle en provenance d'Auvergne-Rhône- Alpes).

Cette année encore, les activités outdoor et les espaces naturels ont été très prisés (à tel point que certains espaces ont fait l'objet d'une non-communication en raison de leur surfréquentation : les gorges du Nan, la cascade blanche...). Un besoin de se ressourcer, de se retrouver, d'être en contact avec la nature.

## 1. SUR PLACE

### FREQUENTATION DU B.I.T. DE SAINT-MARCELLIN

Fréquentation par mois / Evolution 2020-2021



**3549 visiteurs** sur l'ensemble de l'année.

Pour la période de juin à octobre : +13,6% par rapport à 2020  
mais -30,4% par rapport à 2019

→ **une fréquentation passable cette saison, certes en hausse par rapport à 2020 mais une baisse régulière d'année en année**



1889 contacts au guichet en 2020 →  
3124 demandes au guichet en 2021

Une moyenne de 3,8 visiteurs par heure

Fréquentation qui se concentre les jours  
de marchés : samedi 27,5%, mardi  
19,2% et le vendredi 18%

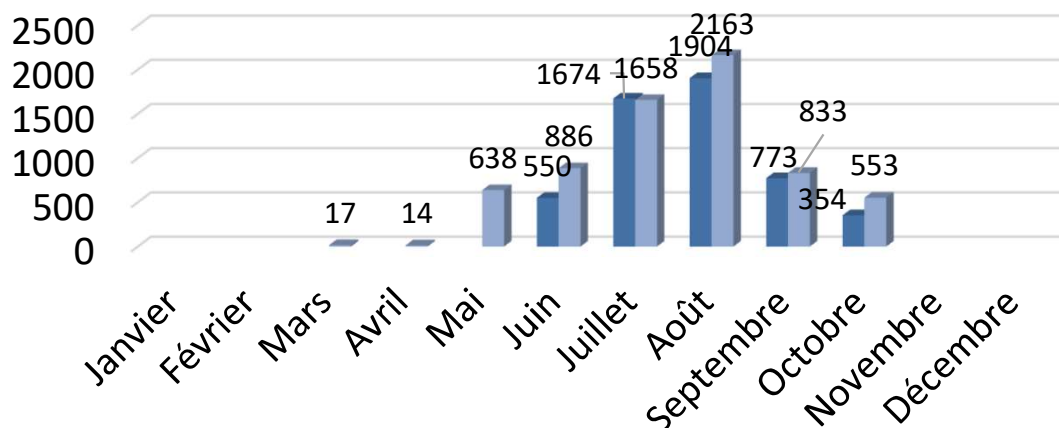
Absence de billetterie en vente (1 seule  
billetterie en 2021) et le peu  
d'événementiel ont fortement impacté  
la fréquentation

## 1. SUR PLACE

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

Fréquentation par mois / Evolution 2020-2021

■ 2020 : 5255 visiteurs    ■ 2021 : 6762 visiteurs



**6762 visiteurs** sur l'ensemble de l'année.

Pour la période de juin à octobre : +15,9% par rapport à 2020 et  
+11,9% par rapport à 2019

→ **une très bonne saison 2021**



2560 contacts au guichet en 2020 →  
4361 demandes au guichet en 2021

Une moyenne de 5,6 visiteurs par heure

43,4% de la fréquentation le matin /  
56,6% l'après-midi

Fréquentation qui se concentre le  
weekend : 20,6% le dimanche et 16,1%  
le samedi

Un local provisoire pour cette saison,  
les travaux du futur B.I.T. ayant pris du  
retard (livraison prévue en mars 2022)

## 1. SUR PLACE

*Nouveauté 2021/2022*

### AFFICHAGE MULTIMÉDIA À STA

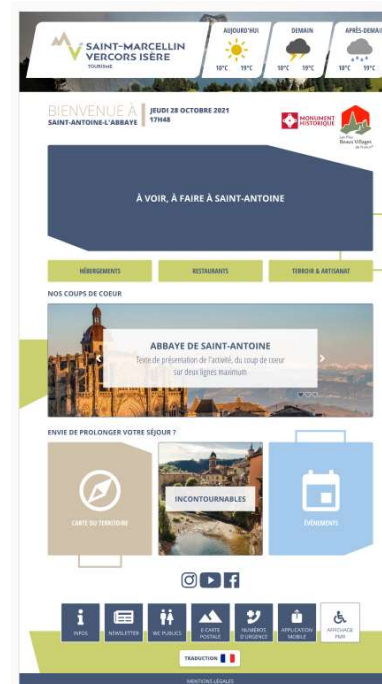
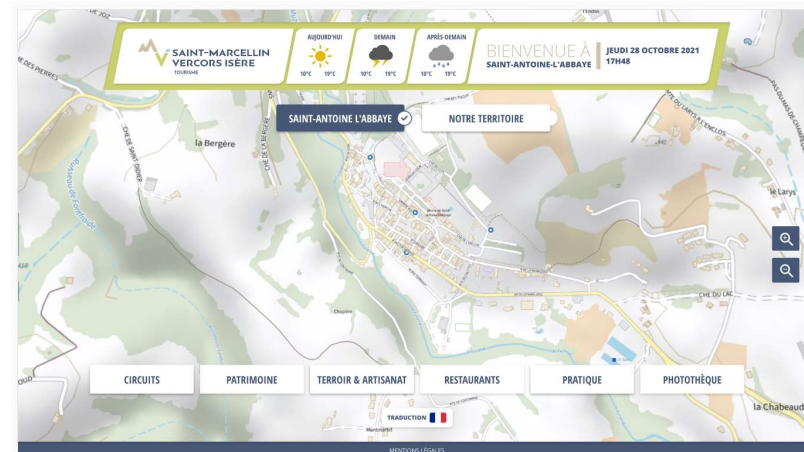
#### Système d'équipements multimédia

- Borne interactive extérieure 24h/24
- 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)

#### Travail de l'OT :

- Choix des équipements et de ses fonctionnalités en lien avec le cabinet d'architecte
- Consultation lancée en septembre > **candidat retenu Team BNG**
- Développement applicatif et mise à jour/intégration des contenus notamment via APIDAE en cours

**Fourniture, pose, suivi et maintenance des équipements + développement applicatif et back-office : 28 180,77€ TTC**

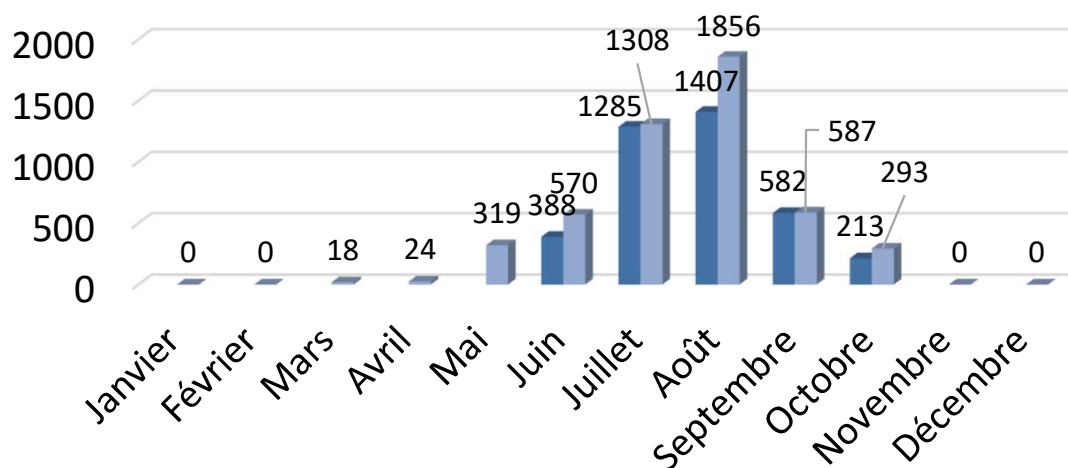


## 1. SUR PLACE

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

Fréquentation par mois / Evolution 2020-2021

■ 2020 : 3875 visiteurs    ■ 2021 : 4975 visiteurs



**4975 visiteurs** sur l'ensemble de l'année.

Pour la période de juin à octobre : +19,1% par rapport à 2020  
et -1,9% par rapport à 2019

→ **une saison 2021 très correcte**



2427 contacts au guichet en 2020 →  
5337 demandes au guichet en 2021

Une moyenne de 4,1 visiteurs par heure

56,9% de la fréquentation le matin /  
43,1% l'après-midi

Fréquentation assez régulière tout au  
long de la semaine avec un petit pic le  
samedi (17,8% de la fréquentation)

Mise à disposition de nos locaux pour la  
Halle de Pont-en-Royans pendant les  
travaux (novembre jusqu'en mars 2022)

## 1. SUR PLACE

### BOUTIQUE

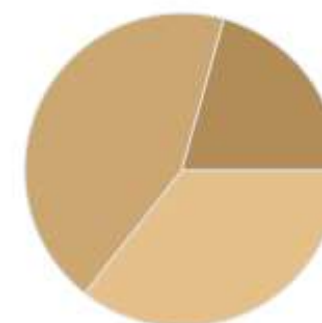


#### Développement des boutiques en 2021

- Achat de mobilier et réaménagement des espaces dans les BIT de Saint-Marcellin et de Pont-en-Royans
- Développement des dépôts-vente avec les artisans du territoire (commission OT de 25%)
- Création d'une gamme de souvenirs (cartes postales, porte-clés, mugs, magnets) avec des fournisseurs locaux

- En 2019 : 7 107,35€ de CA
- En 2020 : 4 962,10€ de CA
- **En 2021 : 10 646,07€ de CA**

#### Répartition du CA par BIT



|                        |       |
|------------------------|-------|
| Saint-Marcellin        | 3,792 |
| Pont-en-Royans         | 4,650 |
| Saint-Antoine-l'Abbaye | 2,203 |

#### Achats

**6 917€**

- Marge de 30% pour les achats d'articles
- Coefficient multiplicateur de 2,2 pour les produits créés par l'Office

*10 419,50€ engagés par l'OTI pour 2021 - une bonne partie des achats serviront également pour 2022*

#### Dépôts

**2 078€**

Commission de 25% sur les ventes depuis les conventions 2021

*Environ 500€ de commission pour l'OTI*

#### Stock OT

**1 436€**

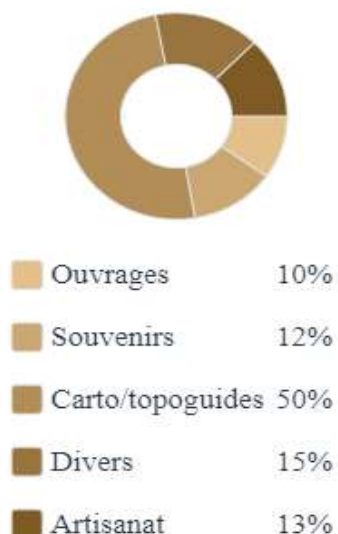
Dons d'associations, de l'interco etc. Tous les bénéfices vont à l'OT.

## 1. SUR PLACE

### BOUTIQUE

- **Saint-Antoine** : articles autour du site et ouvrages patrimoniaux
- **Saint-Marcellin** : boutique centrale qui regroupe presque toutes les références. Axée terroir. C'est la seule ouverte toute l'année.
- **Pont-en-Royans** : carto et topo principalement demandés ainsi que des souvenirs du village ou du Vercors pour une clientèle tournée outdoor

Répartition des ventes selon le type d'articles



### Produits qui marchent le mieux

- Carto et topoguides (carte PNRV Coulmes Isère, topos escalade, cartes IGN Vercors, carte Pays de Saint-Marcellin)
- Timbre de Pont-en-Royans
- Cartes postales des maisons suspendues de Pont-en-Royans

### Prévisions 2022 :

- Créer l'espace boutique du nouveau BIT à Saint-Antoine et une gamme d'articles souvenirs
- Développer une gamme d'épicerie fine (biscuits, confiseries, confitures, condiments..) via des ventes flash sur des thématiques précises (fêtes de fin d'année, fête des mères, Pâques etc.) > pas de DLC à gérer et la rotation des partenaires est plus simple
- Créer encore plus de liens avec les artistes locaux : créer ensemble des articles pour le territoire, les faire venir sur de l'événementiel en boutique

## 1. SUR PLACE

### VISITES GUIDEES OFFICE DE TOURISME



#### Visites guidées individuelles

St-Antoine : +15,4%  
**996 pers**  
Pont-en-R : +40%  
**175 pers**

#### Visites guidées groupes

St-Antoine : -58% par  
rapport à 2019  
30 groupes (810 pers.)  
  
Pont-en-R : -31% par  
rapport à 2019  
11 groupes (393 pers.)

**Chiffre d'affaires 2021 :**  
**39 596€**

#### **Nouveauté 2021 :**

Visite théâtralisée « La  
médecine médiévale »

**BILLETTERIE À L'OFFICE DE TOURISME**  
8€/adulte - 4€/12-18 ans - Gratuit -12 ans  
25% à partir de 6 adultes - Offre famille : 3 achetés + 1 offert  
**INFOS & RÉSERVATION : 04 76 385 385**  
[www.saintantoinelabbaye.com](http://www.saintantoinelabbaye.com)



## 1. SUR PLACE

### S.A.D.I. (Stratégie d'Accueil et de Diffusion de l'Information)

#### L'office de tourisme mobile

##### Objectifs de la démarche :

Promouvoir au plus grand nombre le territoire Saint-Marcellin Vercors Isère et valoriser ses richesses ainsi que les partenaires de l'OTI + capter une clientèle qui n'a pas ou plus l'habitude de fréquenter les BIT, rendre l'OTI visible + dynamiser son image et ses missions.

##### Période :

- de début **juin à fin septembre** (aurait dû débuter en mai mais report en raison des restrictions sanitaires)
- 16 demi-journées de permanence (des permanences annulées ou écourtées en raison de la météo, l'OT mobile étant en extérieur)
- environ **53h d'accueil**

##### Lieux :

- 6 lieux sélectionnés en fonction de leur fréquentation ou de leur emplacement stratégique (**2 sites touristiques et 4 lieux de passage**) : Grotte de Choranche, Jardin ferroviaire, Cabane Café, aire des Millièrès à Choranche, départ de l'ENS des Gorges du Nan à Cognin-les-Gorges, départ ENS Ecouges à St-Gervais

**390 visiteurs accueillis**

**Un dispositif bien accueilli,  
apprécié par les visiteurs. Un  
contact plus facile avec le visiteur  
(plus d'interaction).**



## 1. SUR PLACE

### S.A.D.I. (Stratégie d'Accueil et de Diffusion de l'Information)

#### Point d'Information Touristique (P.I.T.) sur les sites et dans les commerces



Objectif du dispositif : **diffuser l'information touristique éditée par l'OTI auprès du plus grand nombre de visiteurs**, notamment ceux qui n'ont pas l'habitude de fréquenter les offices de tourisme.

Moyens : 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.

→ **développement des PIT mis en stand-by en 2021 car utilisation des présentoirs sur pied pour le BIT provisoire de St-Antoine de mars à fin octobre** : installation en novembre d'un PIT au musée de l'Eau à Pont-en-Royans (après fermeture de St-Antoine)

Au total : **5 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) + **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 quand les BIT sont fermés)

## 1. SUR PLACE

### S.A.D.I. (Stratégie d'Accueil et de Diffusion de l'Information)

#### Tournées de distribution

Objectif : promouvoir le territoire SMVI et les acteurs touristiques partenaires de l'OTI via la diffusion de nos éditions dans les structures touristiques du territoire et des territoires limitrophes.

#### Fonctionnement :

- **Tournées hebdomadaires** (vendredi après-midi) réalisées par Edith, conseillère en séjour permanente
- De **mai** (dès la réception des nouvelles éditions de l'OT) **jusqu'à novembre** (voir décembre s'il y a de la demande)
- Passage chez tous les partenaires de l'OTI
- Passage dans tous les OT Isère et Drôme qui souhaitent la doc de l'OT mais aussi dans les grosses structures touristiques limitrophes (campings, hôtels Drôme...)

→ **Un dispositif très apprécié** de par le côté pratique (pas besoin de se déplacer sur les BIT pour récupérer la documentation) et humain (moment d'échange et de rencontre avec le personnel de l'OT)

**24 tournées effectuées en Isère et Drôme**

**184 structures touristiques livrées en documentation**

**21 700 brochures diffusées**



## 1. SUR PLACE

### S.A.D.I. (Stratégie d'Accueil et de Diffusion de l'Information)

#### Etude Identification des clientèles

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

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

Etude lancée en novembre (rapport prévu pour mars 2022)

→ **un 1er temps d'échange et de travail avec un groupe de socioprofessionnels le 24 novembre**

- Présentation de la démarche et co-construction des personas actuels de la destination

→ **envoi d'un questionnaire auprès de 350 socioprofessionnels en décembre**

- 58 répondants (20%)
- Objectif : connaître précisément les clientèles selon les saisons
- A l'issue du questionnaire, création d'une matrice de saisonnalité et typologie de clientèle

→ un second temps d'échange et de travail avec un groupe de socioprofessionnels programmé en février 2022 afin de construire la matrice de croissance puis **validation finale en avril 2022**



Des représentants d'Id-Tourisme, de l'Office du tourisme et des acteurs du tourisme local se sont retrouvés dans la chapelle du Couvent des Carmes mercredi.

## 2. FAIRE VENIR

### EDITIONS

#### Editions 2021 :

- Dossier de presse en version numérique uniquement
- Guide découverte français (12 000 ex) et anglais (1 500 ex)
- Carte touristique français (12 000 ex) et anglais (1 500 ex)
- Plans de village Pont-en-Royans et Saint-Antoine-l'Abbaye français (8 000 ex de chaque) et anglais (1 000 ex de chaque)
- Guide terroir et artisanat (3 000 ex)
- Guide restaurants (3 250 ex)
- Guide hébergements (3 000 ex)

**Total des impressions 2021 : 30 735€**



## 2. FAIRE VENIR

### EDITIONS

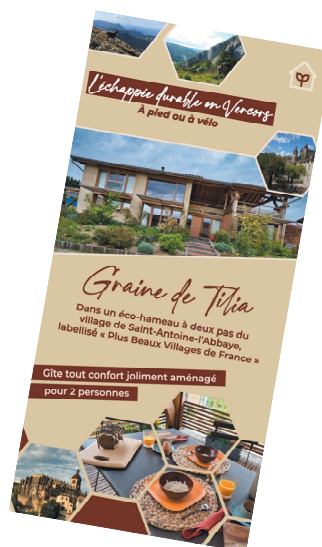
#### Autres supports :

- Création d'un annuaire des partenaires
- Travail sur le plan de ville de Saint-Marcellin en lien avec la mairie
- Création des flyers de partenaires : Fromagerie le Murinois et Graine de Tilia
- Refonte des fiches rando distribuées à l'accueil et de la liste des marchés
- Editions à la demande Edit Yourself : agenda, demandes ciblées

#### Prévisions 2022 :

Guide restaurants et hébergements édités à la demande via Edit Yourself pour avoir une information sans arrêt à jour et faire des économies d'impression et de temps de travail

Travail sur un magazine de destination pour 2023



## 2. FAIRE VENIR

### RÉGIE PUBLICITAIRE

- GUIDE DECOUVERTE = 4090€  
2<sup>nd</sup>e / 3<sup>ème</sup>e couv : 2 encarts | ½ page : 5 encarts | ¼ page : 8 encarts
- GUIDE HEBERGEMENTS = 507€  
Pleine-page intérieure : 1 encart | ½ page : 1 encart
- GUIDE RESTAURANTS = 822€  
2<sup>nd</sup>e / 3<sup>ème</sup>e couv : 2 encarts | ½ page : 4 encarts
- GUIDE TERROIR & ARTISANAT = 402€  
2<sup>nd</sup>e / 3<sup>ème</sup>e couv : 1 encart | ½ page : 2 encarts
- PLAN DE VILLAGE SAINT-ANTOINE = 460€ : 2 encarts
- PLAN DE VILLAGE PONT-EN-ROYANS = 460€ : 2 encarts
- CARTE TOURISTIQUE = 1006€ : 8 encarts
- CREATION D'ENCART PUBLICITAIRE PAR LAURIE : 1 encart

**Total régie pub 2021 : 7 972 €**

#### LA MAGIE DES AUTOMATES LANS-EN-VERCORS

Visitez en famille un musée féérique à Lans-en-Vercors ! Durant 1 heure sur 1500m², découvrez 350 personnages animés dans des mises en scènes merveilleuses. Automates, décors, sons et lumières... Plongez dans des univers fabuleux ! Dans les jardins du musée ouverts toute l'année, parcourez « Le Village Vercors » à la découverte des curiosités de la région. La Magie des Automates fait rêver petits et grands depuis 1982 ! Créé par un artiste passionné, le musée offre un univers et un savoir-faire uniques. Les automates et les décors sont conçus dans les ateliers depuis 40 ans. Nouveauté 2021 : Manchots, esquimaux, ours polaires... Découvrez une toute nouvelle scène animée pleine de fraîcheur : « L'igloo enneigé » !

785 Chemin des Fusillés • Ouvert toute l'année, consultez les horaires sur le site web.  
9,9€/adulte - 6,9€/enfant (de 2 à 14 ans inclus)  
04 76 95 40 14 • contact@magiedesautomates.fr • www.magiedesautomates.com



### L'arbre à fil

**Des activités pour toute la famille !**

**PARC DECOUVERTE ET AVENTURE**  
Tyroliennes, balançoires géantes, pendulaires, saut dans le vide, filets bondissants, parcours pieds nus, ateliers créatifs, land art, expos, resto terrasse et une multitude de jeux et de surprises...

**OUVERT DU 10 AVRIL AU 26 SEPT. 2021**  
Vacances, week-ends et jours fériés, familles et groupes

Avenue Albert Chaloin 26190 Saint-Jean-en-Royans • GPS : 45.0184.6, 5.290028  
Tél. : 07 78 63 45 15 • [www.larbreafil.com](http://www.larbreafil.com) • Retrouvez-nous également sur



Bienvenue à  
**L'Auberge du midi**

CHÈQUES - CHAMBRES  
JUSQU'À 30 PERS.

Située à 4 km du village médiéval de Saint-Antoine, au centre du village de Dionny, Fabienne et Guy vous accueillent dans leur gîte grande capacité. Vous passerez un séjour dans un cadre apaisant entouré de nature, vous pourrez vous balader sur la voie du Tron tout au long de laquelle vous pourrez découvrir son histoire et des vues magnifiques sur le Vercors.

- 3 studios équipés de Kitchenette de 1 à 5 pers.
- 3 chambres de 1 à 5 pers.
- 1 chambre pour personnes à mobilité réduite
- Salle d'eau privative et des toilettes séparées
- Restaurant sur place au rez-de-chaussée au restaurant chez Au Toine

**L'Auberge du midi**  
85 Chemin de la Tranche  
38100 DIONNY  
Ouvert toute l'année  
06 71 16 56 19  
[aubergedumidi@orange.fr](mailto:aubergedumidi@orange.fr)

## 2. FAIRE VENIR

*Nouveauté 2021/2022*

### PHOTOTHEQUE EN LIGNE

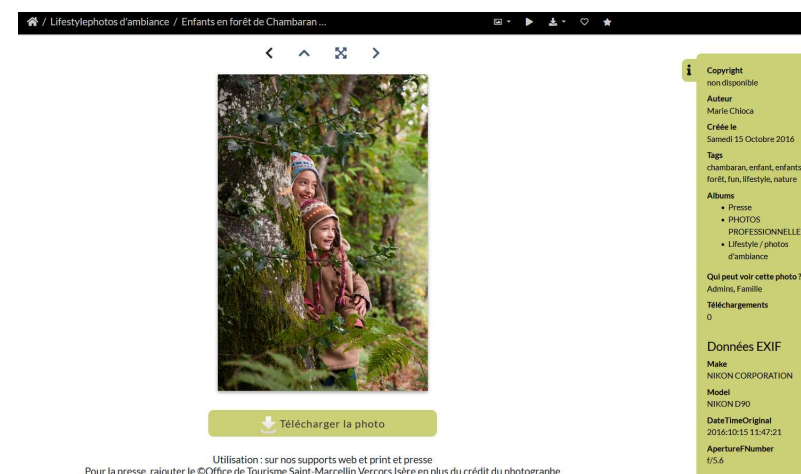
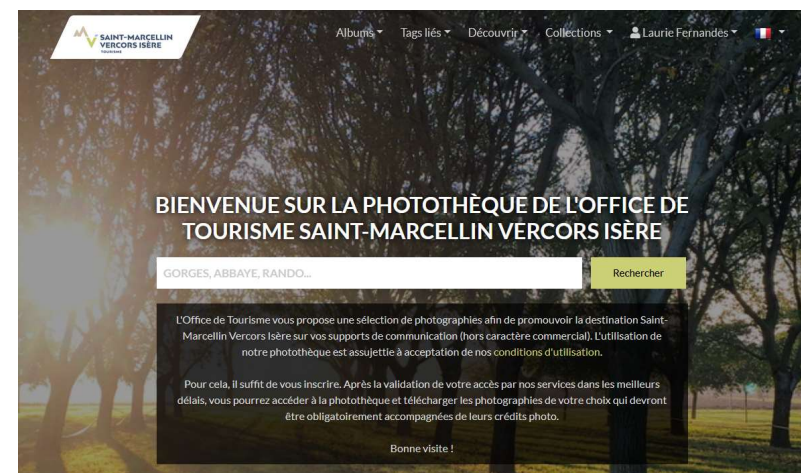
#### Travail de l'OT :

- Recenser toutes les photos existantes utilisables (plus de 1300)
- Classer et indexer chaque photo sur la base de données Piwigo
- Mettre en place un système d'inscription et de conditions générales d'utilisation
- Gérer la confidentialité de chaque photo selon les utilisations (en cours)

#### Objectifs de la photothèque en ligne avec l'outil Piwigo pour 2022 :

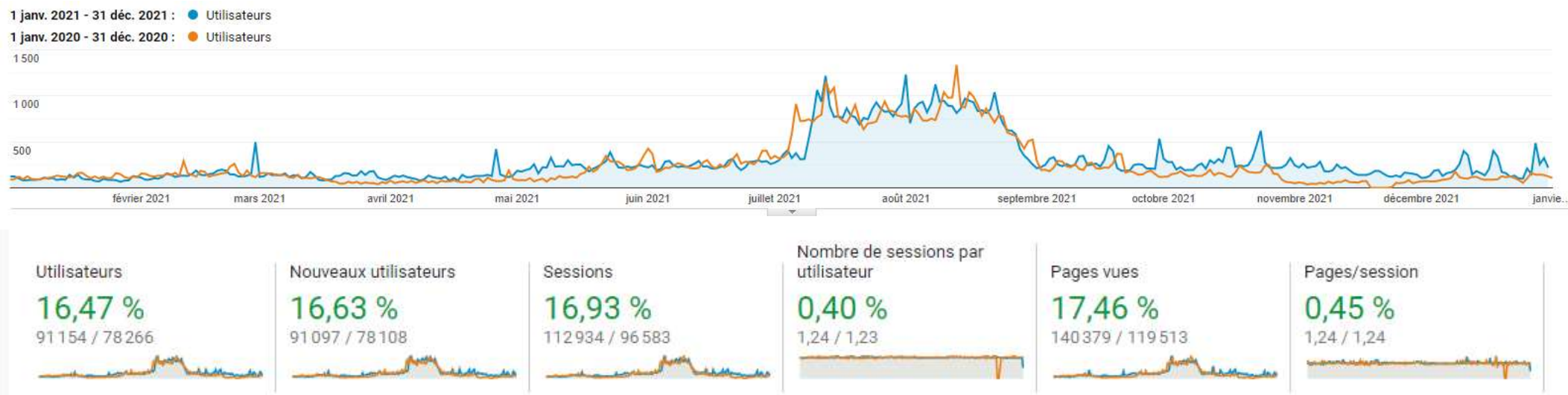
- Avoir une photothèque accessible à toute l'équipe sur un seul outil
- Simplifier le travail de recherche de photos via des mots-clés
- Suivre plus facilement les droits pour chaque photo
- Diffuser une base de photos libres de droit aux partenaires

**Coût de l'outil pour 3 ans (mutualisation avec Inspiration Vercors) : 1814,40€ TTC**



## 2. FAIRE VENIR

### SITE WEB



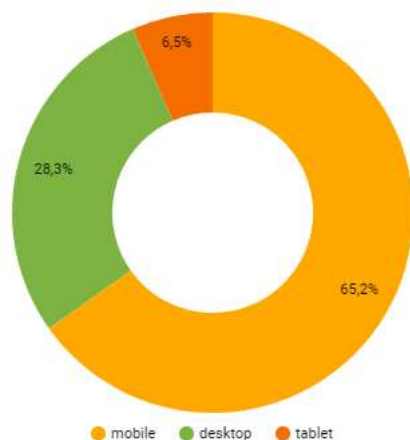
Vitrine promotionnelle incontournable de la destination et de son offre touristique, le site [www.tourisme.saintmarcellin-vercors-isere.fr](http://www.tourisme.saintmarcellin-vercors-isere.fr) a enregistré au total **91 154 visites** en 2021 soit une augmentation de **+16,47 %** par rapport à 2020,

Comme en 2020 les campagnes publicitaires Facebook diffusées en été, favorisent la fréquentation du site internet (41 % du trafic provient de Facebook)

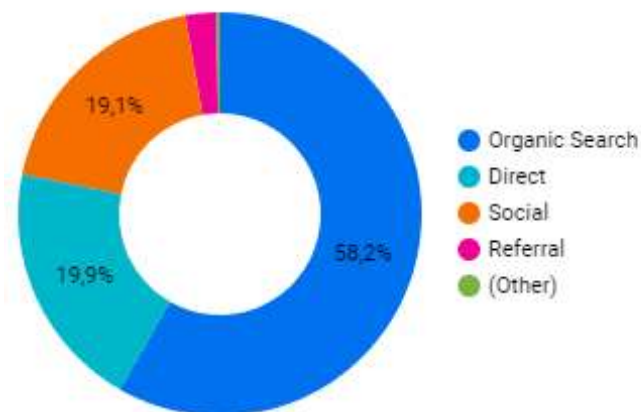
La dernière refonte du site datant de 2017 au moment de la fusion, la version actuelle manque d'attractivité. Une consultation a été lancée fin 2021 pour la refonte du site web auprès de cinq agences web. C'est la société Mill (Privas) qui a été choisie. Sortie du nouveau site web prévue en septembre 2022

## 2. FAIRE VENIR

### SITE WEB



**+70%** des internautes se sont connectés à notre site via un téléphone portable ou une tablette



**58%** des internautes ont trouvé notre site grâce aux moteurs de recherche

#### Top 5 des internautes par pays

France (90,38%)  
Belgique  
Suisse  
Pays-Bas  
Allemagne

#### Top 5 des internautes par région

Auvergne Rhône-Alpes (62,4 %)  
Ile-de-France (15,05 %)  
Occitanie (6,83 %)  
Provence-Alpes-Côte d'Azur (6,42%)  
Grand Est (2,20%)

#### Top 5 des pages les plus consultées

Saint-Antoine l'Abbaye  
Pont-en-Royans  
Villages pittoresques  
L'état des routes  
L'agenda des manifestations

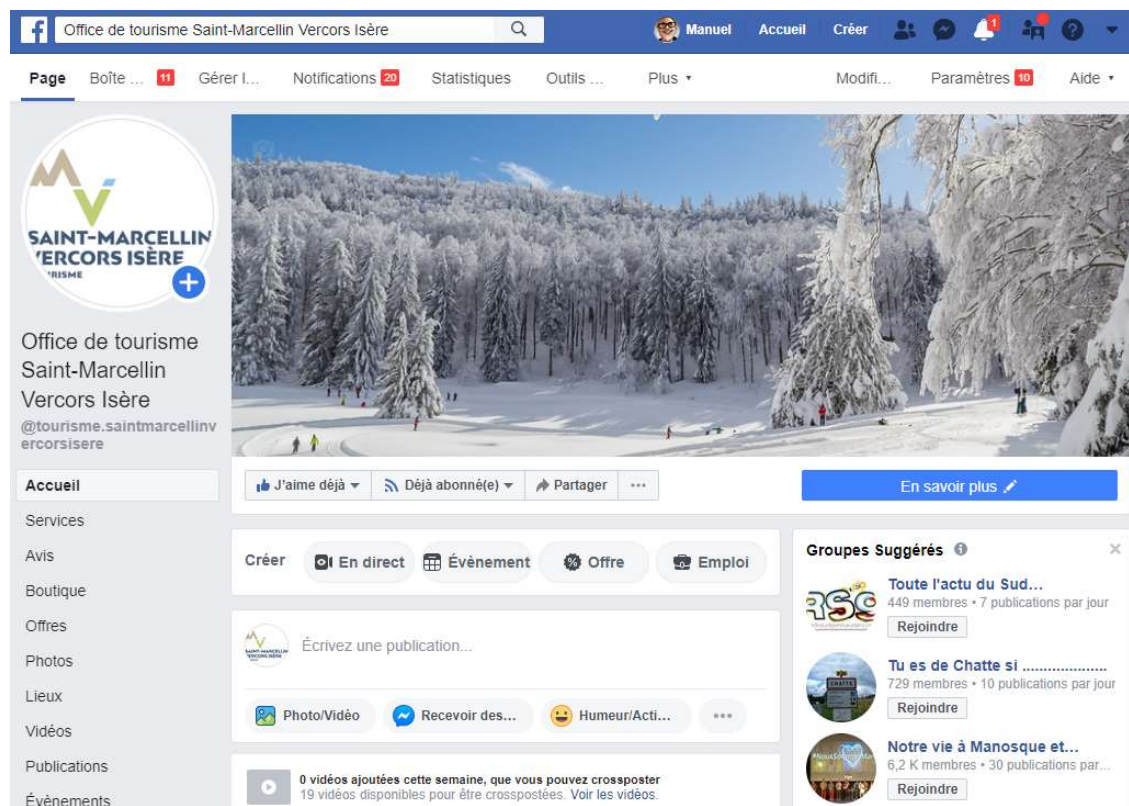
## 2. FAIRE VENIR

### LES RESEAUX SOCIAUX

facebook

Au 31 décembre la page Facebook de l'Office de tourisme comptait **4 946 fans** soit une augmentation de **+ 19 %** par rapport à l'année précédente

**101** posts publiés sur l'année 2021



## 2. FAIRE VENIR

### LES RESEAUX SOCIAUX

facebook

Page Fans\*



4,946 (+19%)

Page Impressions



4M (+1,230%)

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

Total Reach



3M (+1,571%)

Le nb de personne qui ont vu une de nos publications au moins une fois. A noter **84%** des internautes ont vu nos publications grâce à notre campagne publicitaire

Total Post Engagement

120K (+901%)

Le nb de fois ou des personnes ont interagi avec nos publications par des réactions, commentaires, partages et clics

## 2. FAIRE VENIR

### LES RESEAUX SOCIAUX

facebook



#### Top Post Facebook

#### Marché à l'ancienne à St Antoine l'Abbaye

**24 588** Personnes touchées

**1 153** Réactions, commentaires et partages

## 2. FAIRE VENIR

### LES RESEAUX SOCIAUX



Publicité diffusée du 09/07 au 31/08/2021

Budget dépensé : **1 500 €**

#### Cibles

- Lyon (+40km)
- Grenoble (+40km)
- Romans sur Isère (+40km)

**Objectif** : Clic sur le lien accès pages St Antoine l'Abbaye du site web

Page Impressions



**1 386 420**

Clics sur lien



**11 758**

Total Reach



**419 329**

## 2. FAIRE VENIR

### LES RESEAUX SOCIAUX



Publicité diffusée du 09/07 au 31/08/2021

Budget dépensé : **1 500 €**

#### Cibles

- Lyon (+40km)
- Grenoble (+40km)
- Romans sur Isère (+40km)

**Objectif** : Clic sur le lien accès pages Pont-en-Royans du site web

Page Impressions



**1 716 280**

Clics sur lien



**16 248**

Total Reach



**558 981**

## 2. FAIRE VENIR

### LES RESEAUX SOCIAUX



Publicité diffusée du 09/07 au 31/08/2021

Budget dépensé : **1 000 €**

#### Cibles

- Lyon (+17km)

**Objectif** : Vue de la vidéo promotionnelle du territoire Saint-Marcellin Vercors Isère



Page Impressions

**296 758**

Total Reach



**58 082**

Clics sur lien



**99 911**

## 2. FAIRE VENIR

### LES RESEAUX SOCIAUX

#### INSTAGRAM | St-Marcellin Vercors Tourisme

Followers

1,055

to date



Follows

174

to date



Media

72

to date



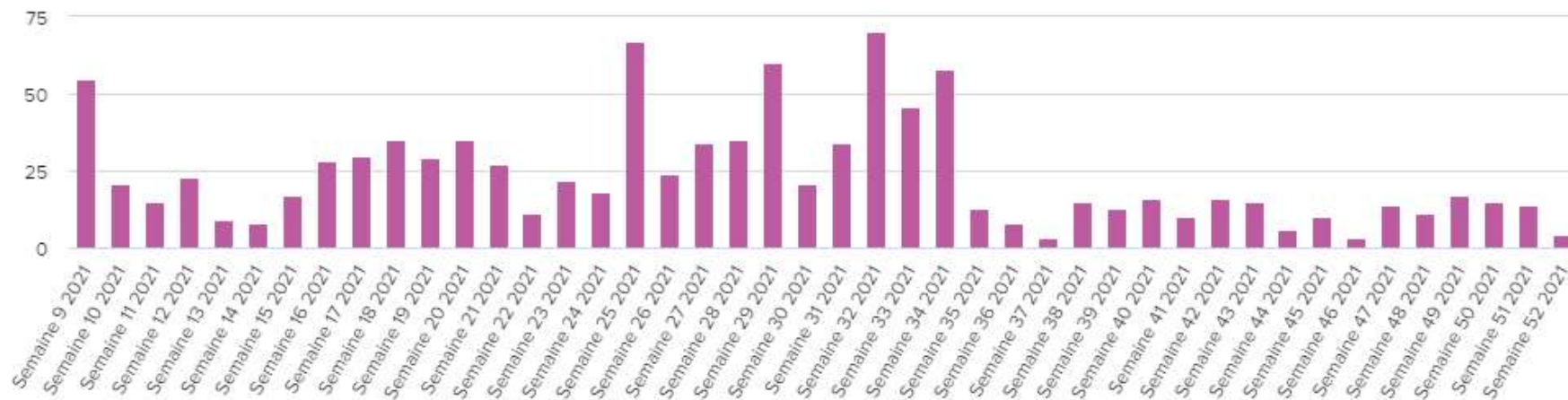
Profile Views

1,088

to date



#### Profile Views



Likes

426



Impressions

4,879



Comments

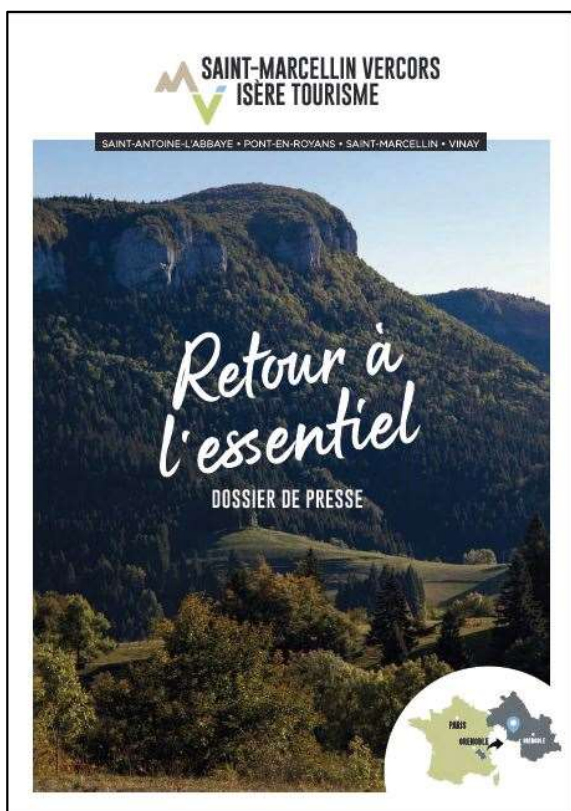
28



## 2. FAIRE VENIR

### PROMOTION ET COMMUNICATION

Un calendrier encore perturbé par la crise sanitaire  
Ré-actualisation du dossier de presse de l'OTI en version digitale  
uniquement : à destination des journalistes



| SOMMAIRE                                                                                                                       |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Nouveautés et projets                                                                                                          | 4  |
| 3 labels d'excellence                                                                                                          | 6  |
| Les temps forts                                                                                                                | 7  |
| <br>                                                                                                                           |    |
| <b>NATURE PRÉSERVÉE</b>                                                                                                        |    |
| Le Parc naturel régional du Vercors                                                                                            | 9  |
| Les sublimes routes du Vercors                                                                                                 | 10 |
| Les espaces naturels sensibles                                                                                                 | 11 |
| Les activités de pleine nature                                                                                                 | 12 |
| Itinérance... À pied ou à deux roues                                                                                           | 13 |
| La station de ski des Coulmes                                                                                                  | 14 |
| <br>                                                                                                                           |    |
| <b>TERRE DE PATRIMOINE</b>                                                                                                     |    |
| Les villages pittoresques                                                                                                      | 16 |
| • Saint-Antoine-l'Abbaye                                                                                                       | 10 |
| • Pont-en-Royans                                                                                                               | 11 |
| Les sites incontournables                                                                                                      | 20 |
| Témoins de l'Histoire                                                                                                          | 22 |
| <br>                                                                                                                           |    |
| <b>ART DE VIVRE</b>                                                                                                            |    |
| Un territoire qui a du goût                                                                                                    | 26 |
| Nos restaurateurs ont du talent                                                                                                | 28 |
| À la découverte de nos vignobles                                                                                               | 30 |
| Distillateur de cultures                                                                                                       | 31 |
| Douces nuits                                                                                                                   | 32 |
| <br>                                                                                                                           |    |
| Ils aiment le territoire                                                                                                       | 35 |
| À chaque mois, une idée de voyage                                                                                              | 36 |
| Accès et carte du territoire                                                                                                   | 37 |
| <br>                                                                                                                           |    |
| <b>VOTRE CONTACT PRESSE</b><br>Stéphanie est à votre écoute<br>pour vous accompagner<br>au 04 82 82 60 36 ou<br>06 30 61 03 26 |    |



Workshop du Club Presse d'OTF à Paris  
« S'évader en France » le 1<sup>er</sup> juin 2021  
(Contact M6, Maxi, Le Figaro...)  
Notre OT est le seul OT isérois à faire partie  
du club presse d'Offices de Tourisme de  
France.

### Salons

- Salon du randonneur à Lyon du 19 au 31 mars 2021 annulé et reporté en 2022 (du 25 au 27 mars 2022)
- Salon des blogueurs à Mandelieu du 20 au 31 mars annulé (non reporté)

## 2. FAIRE VENIR

### ACCUEILS PRESSE

Sollicitations via :

- Inspiration Vercors
- Isère Attractivité
- Auvergne Rhône-Alpes Tourisme
- Ou contacts directs OTI

Accueils, contacts et échanges avec des journalistes TV, presse écrite, radio, blogueurs au niveau national ou international tout au long de l'année.



Magazine « Balades »  
printemps/été 2021 paru en mai  
20 000 ex (chemin Saint-Jacques de  
Compostelle et Saint-Marcellin IGP)



Accueil presse NL en mai avec  
Inspiration Vercors. Magazine  
néerlandais « Columbus Travel »  
bimensuel  
31 700 ex

15 pages sur le Vercors, contre-  
valeur publicitaire : 56 925 €.



Magazines « Le Parisien » &  
« Aujourd'hui en France » en mai  
233 159 ex

## 2. FAIRE VENIR

### ACCUEILS PRESSE



Magazine « Rustica » août  
150 338 ex

Contre-valeur publicitaire : 13 500 €



Accueil presse GB avec Isère Attractivité et la  
Communauté de Communes du Massif du  
Vercors en septembre :  
France Magazine  
Trip Reporter  
Travel Magazine  
BBC Radio  
Indiana Jo



Accueil presse réalisé en octobre  
2020 et parution de l'article en  
octobre 2021 avec Isère Attractivité  
et la Communauté de Communes du  
Massif du Vercors  
108 270 ex  
Contre-valeur publicitaire : 26 400 €

## 2. FAIRE VENIR

### AU NIVEAU DEPARTEMENTAL, REGIONAL ET NATIONAL



Article dans le magazine départemental « Alpes is Here » bi-annuel paru en mai  
Tiré à 620 000 ex et distribué dans toutes les boîtes aux lettres iséroises



Le territoire à l'honneur dans Chroniques d'en haut !  
Sur France 3 Rhône-Alpes, France 3 national, TV5  
Monde réseau France Belgique Suisse

Directement sollicité, l'OTI a accompagné le réalisateur  
lors du repérage en novembre 2020, tournage en  
décembre 2020, diffusion le 14 février 2021



Magazine « Femmes Actuelles Jeux Régions »  
bimestriel, article paru en mars avec une mise à  
l'honneur de la forêt des Coulmes.  
150 338 ex. Contre-valeur publicitaire : 7 400 €.

## 2. FAIRE VENIR

### CHIFFRES CLES

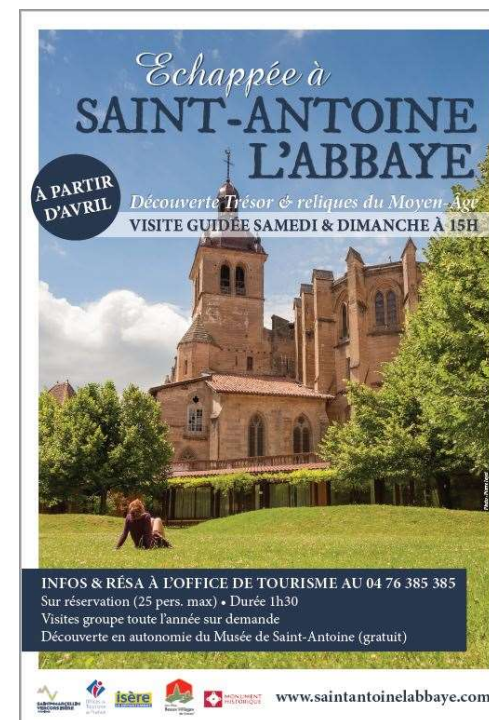
- 180 spots radio
- 73 articles de presse écrite
- 10 accueils presse
- 2 opérations de promotion (bourse d'échange FDOT'Isère, Fan Club équipe Cofidis lors du passage du Tour de France à Cognin-les-Gorges)
- 2 workshops à Paris (Office de Tourisme de France : lancement saison estivale et d'Isère Attractivité: lancement saison hivernale)



## 2. FAIRE VENIR

### PLAN MEDIA ESTIVAL

- Obtention du réseau d'affichage des abris-bus du département de l'Isère du 1<sup>er</sup> au 15 avril pour la promotion des visites guidées de Saint-Antoine-l'Abbaye proposées par l'OTI.
- Promotion des visites guidées organisées par l'OTI :
- \* Diffusion de spots radio sur France Bleu Isère, France Bleu Drôme-Ardèche,
- \* 18 encarts print (DL, Le Progrès Lyon, Les Affiches de Grenoble, Exit Mag, La Tribune de Lyon, le Journal 20 min, Le Petit Bulletin Lyon, L'Impartial)
- \* 2 visuels affichés sur l'écran dynamique à l'OT de Grenoble en juillet et août



## 2. FAIRE VENIR

### PLAN MEDIA ESTIVAL

- Communication payante sur Facebook : essai en 2020 et reconduction de ce type de communication pour l'OTI en 2021

Gros avantage sur les publicités print : choix de la cible (âge, géographie, centres d'intérêt...)

Du 04/07 au 1/08/2021 :

- \* Les visites guidées de Pont-en-Royans (nocturnes)
- \* Les visites guidées de Saint-Antoine-l'Abbaye
- \* Vidéo promotionnelle #retouralessentiel

Nombre de vues de la vidéo : +/- 134 000

Cible qui a le mieux fonctionnée : bassin lyonnais

(+/- 92 000 vues)



- Budget : 4 000 € dont 1 000 € uniquement pour la vidéo

## 3. ATTRACTIVITE

### ANIMATION DU RESEAU

→ 202 partenaires en 2021 (205 partenaires en 2020)

→ 4 rencontres partenaires en visio en 2021 avec des intervenants extérieurs : Présentation des Grandes Traversées du Vercors, présentation d'Inspiration Vercors et du Label Partner, carnet d'inspirations « Ambiances d'Isère » et guide des aides à destination des hébergeurs touristiques isérois (hors aides COVID) par Isère Attractivité, FDOT'Isère

→ 1 forum du tourisme pour présenter stratégie touristique de la SMVIC et proposer des sessions d'information des sujets spécifiques : itinérance, fonds tourisme durable, location VAE, vallée de la gastronomie, labels



Lancement des  
partenariats 2021  
mi-octobre 2020



Création et animation d'un  
groupe Facebook dédié aux  
partenaires OTI :  
Club des Ambassadeurs

## 3. ATTRACTIVITE

### ANIMATION DU RESEAU

**Newsletter mensuelle** dédiée aux partenaires de l'OTI, aux institutionnels du tourisme et aux élus du territoires (depuis juillet 2018)

- ➡ 12 newsletters en 2021
- ➡ 4 Flashes Infos

|                     |       |
|---------------------|-------|
| Total d'envois      | 16    |
| Total destinataires | 4 613 |
| Total ouvertures    | 1 992 |
| Total clics         | 415   |

Taux d'ouverture

**44,57%**



**SAINT-MARCELLIN**  
**VERCORS ISÈRE**  
TOURISME



**SAINT-MARCELLIN**  
**VERCORS ISÈRE**  
TOURISME

**LE FLASH INFOS DE L'OTI**  
N°18 – 07 juin 2021

**L'ACTU DE L'OFFICE**  
Newsletter n°36 – Juillet 2021



**Retour à l'essentiel**  
**GUIDE RESTAURANTS**

**Guide des restaurants et brochures en anglais**

Afin d'accompagner la reprise de l'activité touristique, l'OTI édite le guide des restaurants pour faire le plein de bonnes adresses et a fait traduire en anglais ses brochures les plus diffusées. Pour satisfaire la clientèle étrangère, le guide découverte, la carte touristique et les deux plans de village de Saint-Antoine-l'Abbaye et de Pont-en-Royans en anglais sont disponibles dans nos bureaux d'information touristique et sur l'espace téléchargement de notre site internet

[Espace téléchargement](#)



**Reprise des visites guidées de Pont-en-Royans en nocturne pour les individuels**

Le lundi et mercredi de 21h à 22h30 du 7 juillet au 18 août, l'OTI propose aux visiteurs de découvrir Pont-en-Royans en nocturne, à la lueur des lanternes. Des berges de la Bourne et de son histoire industrielle aux maisons suspendues et à ses habitants d'hier à aujourd'hui, la visite guidée se balade dans l'Histoire à la découverte d'un des villages les plus atypiques du Dauphiné. Horaires, tarifs et modalités sur le lien ci-dessous. Les visites de Saint-Antoine-l'Abbaye continuent en juillet et août tous les jours et en nocturne le mardi soir.

[En savoir plus](#)



**maintenant le de la région ?**  
20 JUIN

départementales, c'est la dernière ligne par Le Progrès et le Dauphiné Libéré.

de l'Isère en mai dernier et représentera l'Isère lors de cette grande finale.

t : <https://cutt.ly/OnQWbpd>

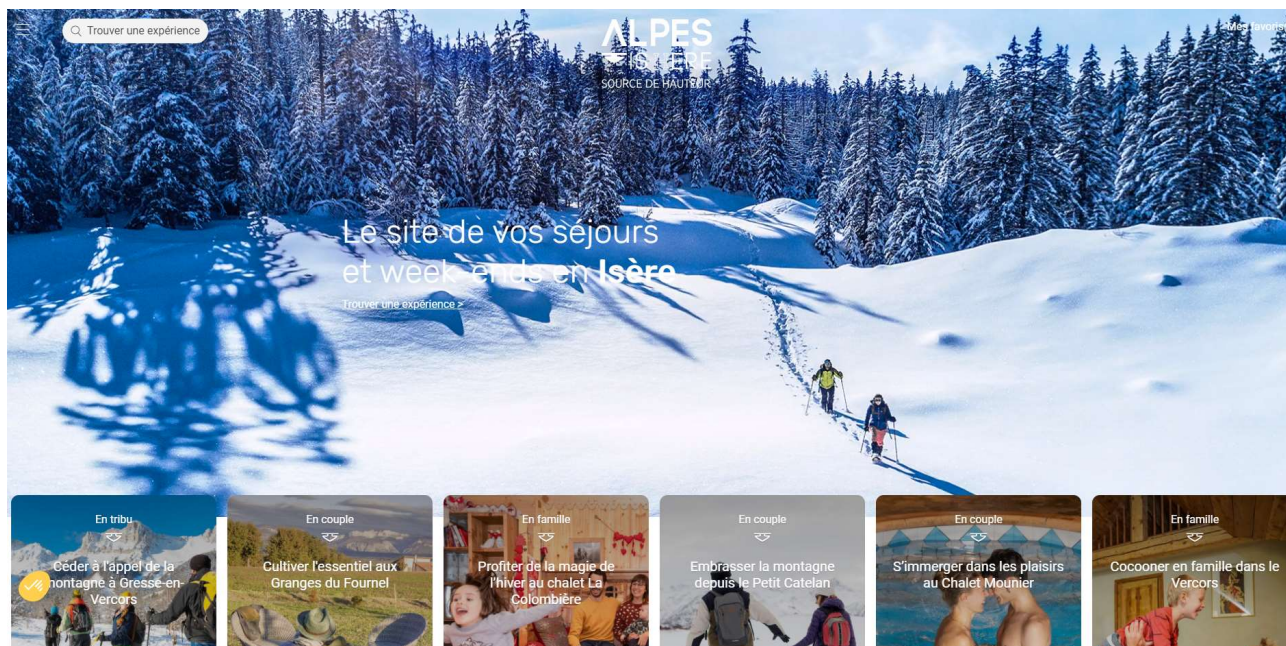
ible en téléchargement ci-dessous.

[l'affiche](#)



### 3. ATTRACTIVITE

## LA PLATEFORME D'EXPERIENCE EVASION ISHERE



**En 2019, Isère Attractivité a lancé une plateforme d'intermédiation dédiée au tourisme de court et moyen séjours en Isère.**

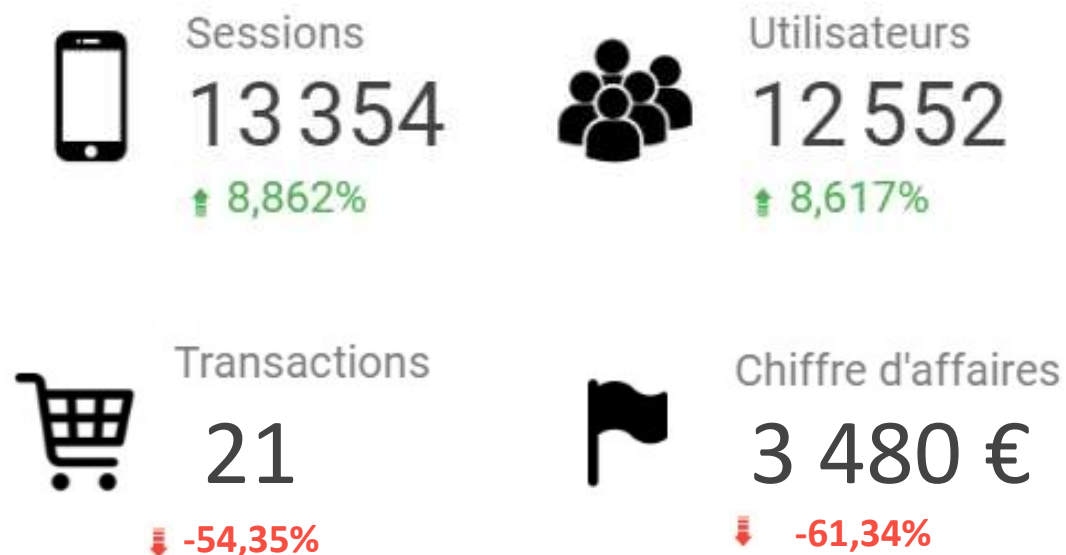
L'objectif de la plateforme [evasion.ishere.fr](https://evasion.ishere.fr) est de proposer des expériences uniques de courts séjours, destinées à la clientèle de proximité, réservables en ligne, favorisant le ressourcement individuel.

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.

### 3. ATTRACTIVITE

#### LA PLATEFORME D'EXPERIENCE

##### Statistiques plateforme Evasion Isère territoire SMVIC Année 2021



Pourquoi une baisse si importante du nb de ventes en 2021 ?  
En 2020 nous avons pu bénéficier d'une belle mise en avant de la Ferme du Clos à Chatelus dans le plan média d'Isère Attractivité.

Sur le territoire SMVIC : mise en ligne des 6 premières expériences en 2020

En 2021 nous avons intégré sur la plateforme 2 nouveaux partenaires

**La Romanetière à St Quentin sur Isère**

**Les Granges du Fournel à Saint-Lattier**

Nous en avons malheureusement perdu 2, qui ne souhaitent plus être référencés sur la plateforme

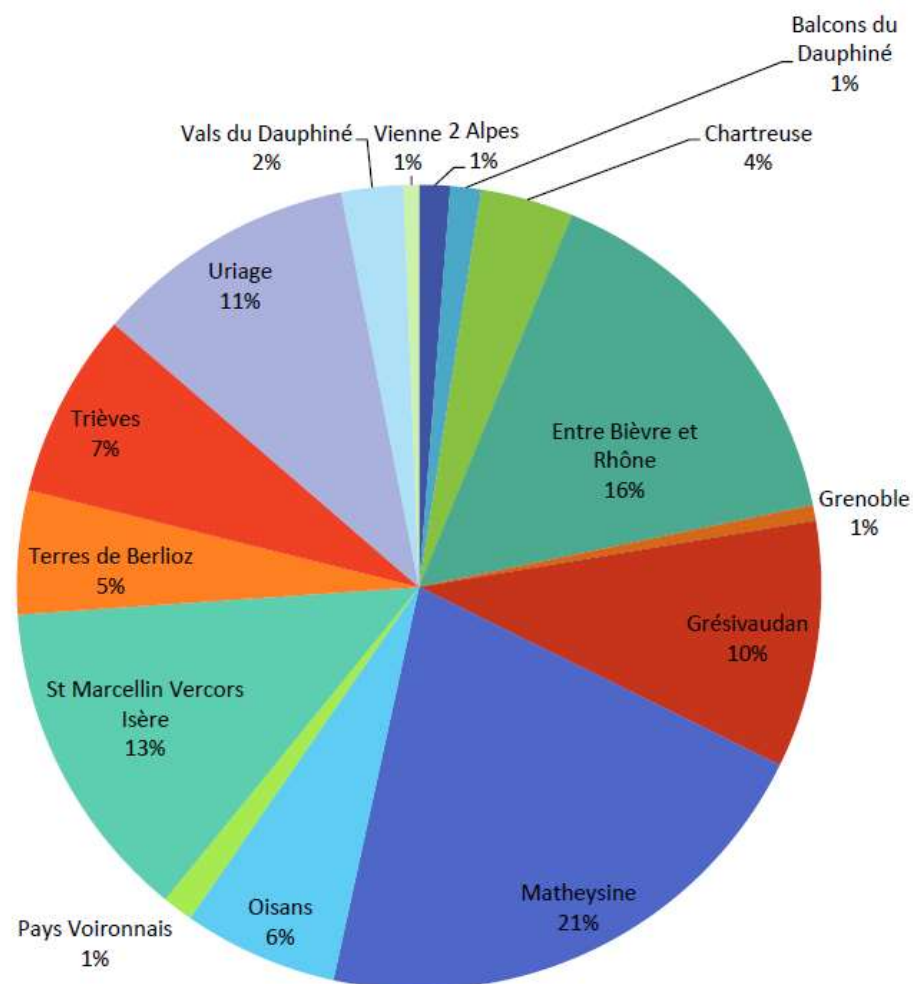
Entre ciel et Pierre à Presles et Les Cabanes de Fontfroide à St Antoine l'Abbaye

### 3. ATTRACTIVITE

#### LA PLATEFORME D'EXPERIENCE

**Nombre de ventes par territoire**  
**(SMVI : 3<sup>ème</sup> position)**

|                                   | 2021       |
|-----------------------------------|------------|
| 2 Alpes                           | 2          |
| Balcons du Dauphiné               | 2          |
| CAPI                              |            |
| Chartreuse                        | 6          |
| Entre Bièvre et Rhône             | 25         |
| Grenoble                          | 1          |
| Grésivaudan                       | 16         |
| Matheysine                        | 34         |
| Oisans                            | 10         |
| Pays Voironnais                   | 2          |
| <b>St Marcellin Vercors Isère</b> | <b>21</b>  |
| Terres de Berlioz                 | 8          |
| Trièves                           | 12         |
| Uriage                            | 17         |
| Vals du Dauphiné                  | 4          |
| Vienne                            | 1          |
| <b>Total général</b>              | <b>161</b> |

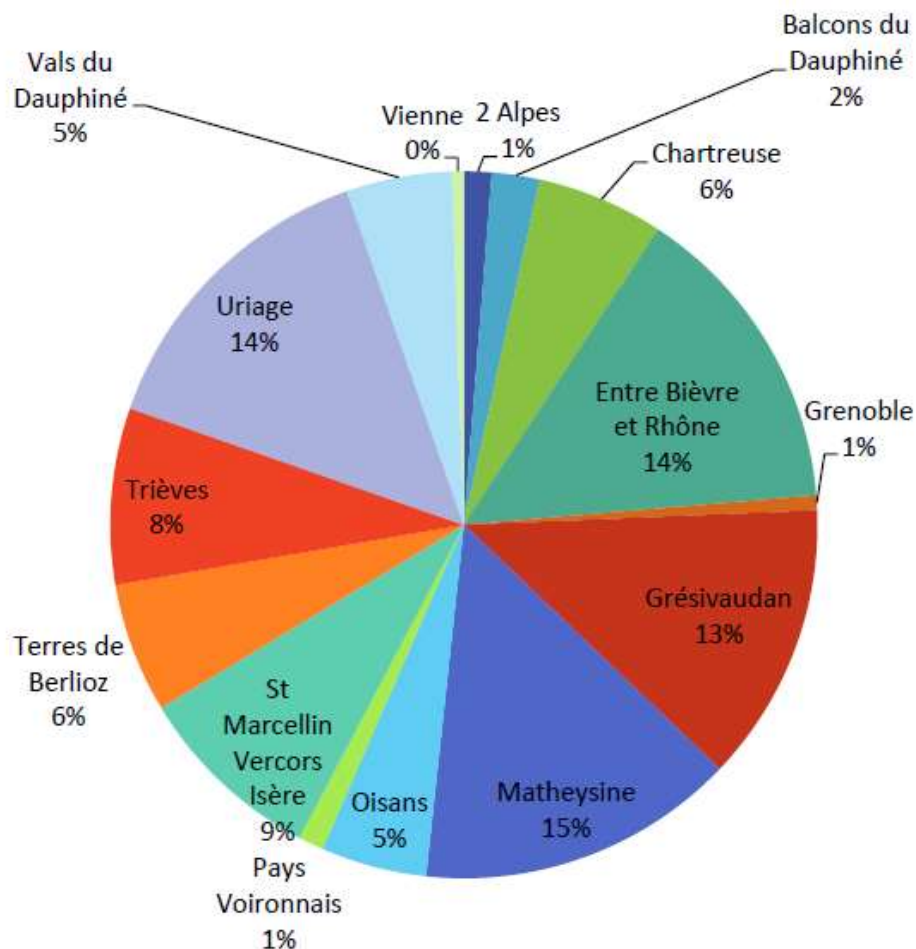


### 3. ATTRACTIVITE

#### LA PLATEFORME D'EXPERIENCE

**Chiffre d'affaires par territoire**  
**(SMVI : 5<sup>ème</sup> position)**

|                                   | 2021           |
|-----------------------------------|----------------|
| 2 Alpes                           | 510 €          |
| Balcons du Dauphiné               | 880 €          |
| CAPi                              |                |
| Chartreuse                        | 2 347 €        |
| Entre Bièvre et Rhône             | 5 808 €        |
| Grenoble                          | 270 €          |
| Grésivaudan                       | 5 157 €        |
| Matheysine                        | 5 877 €        |
| Oisans                            | 1 952 €        |
| Pays Voironnais                   | 469 €          |
| <b>St Marcellin Vercors Isère</b> | <b>3 480 €</b> |
| Terres de Berlioz                 | 2 392 €        |
| Trièves                           | 3 254 €        |
| Uriage                            | 5 759 €        |
| Vals du Dauphiné                  | 1 944 €        |
| Vienne                            | 220 €          |
| <b>Total général</b>              | <b>40318</b>   |



## 3. ATTRACTIVITE

### OBSERVATOIRE

#### Veille touristique

Collecte, traitement, exploitation et diffusion d'informations pertinentes et fiables.  
Le processus de veille permanente auprès des professionnels et de l'offre touristique du territoire = une action indispensable pour garder le cap du futur.

→ Chiffres clés 2021

#### Suivi de la fréquentation des BIT

**Objectif** : mesurer et suivre l'évolution : 1. de l'activité de l'OT afin de mieux gérer les flux et adapter le nombre de CS selon les périodes / 2. des origines géographiques des clientèles et sa typologie afin d'adapter notre politique de promotion, d'éditions / 3. des demandes d'informations effectuées par les clients afin d'adapter le contenu des doc.

→ Suivi de la fréquentation mensuelle des 3 BIT

→ Bilan de fréquentation estivale des 3 BIT

→ Bilan de fréquentation annuel des 3 BIT

#### Enquête de conjoncture estivale auprès des partenaires OTI

**Objectif** : obtenir un écho du déroulement de la saison et disposer d'une vision globale de la fréquentation touristique sur notre territoire

→ 90 répondants sur 156 prestataires touristiques sollicités soit **un taux de participation de 57.7%**



## 3. ATTRACTIVITE

### OBSERVATOIRE

#### Flux Vision Tourisme Orange



**Business  
Services**

**Objectif** : Développée par Orange, Flux Vision permet aux organismes institutionnels du tourisme de disposer de données statistiques, issues de l'observation de l'activité du réseau mobile Orange afin d'analyser la fréquentation et les flux touristiques.

→ Une mine d'informations pour l'OTI : données sur la fréquentation diurne (excursionnisme) et nocturne (nuitées), mobilité des populations, origine des visiteurs, information de comportement (arrivée, départ, récurrence)...

#### Dispositif PilOT



**Objectif** : permettre aux OT de disposer d'indicateurs normés pertinents, de se comparer avec tous les organismes de tourisme de France et entre territoires selon plusieurs grappes d'analyses, contribuer au benchmark, disposer pour chaque territoire de l'indice de touristicité (ITT) → permettre d'engager sur ces bases dans chaque territoire (local, départemental ou régional) une démarche de progrès.

→ Formation sur l'outil en 2021 + gros travail de saisie des données 2019 et 2020 + analyse des données 2019

→ mise en œuvre en 2022 d'actions pour la structuration de l'OTI sur la base de la traduction des données PilOT

Toutes les données issues de l'observatoire (et de la plateforme Taxe de séjour) permettent de conseiller les  
**porteurs de projet.**

**Une petite dizaine de porteurs de projets conseillés en 2021** (essentiellement sur la création ou reprise d'hébergements touristiques)

### 3. ATTRACTIVITE

#### CLASSEMENT DES HEBERGEMENTS

Notre office de tourisme travaille en partenariat avec la FDOTSI Isère pour le classement des **meublés de tourisme** et pour le **référencement Chambre d'Hôtes Référence** (intervient pour 4 hébergements à minima à visiter sur le territoire).

L'office de tourisme :

- centralise les demandes et fournit aux hébergeurs tous les documents et informations utiles au classement en amont de la visite de classement et répond aux questions éventuelles
  - effectue si besoin une pré-visite (**4 pré-visites en 2021**)
  - prépare le planning des visites en lien avec les hébergeurs et la feuille de route pour l'agent de classement
  - accompagne l'agent de classement le jour des visites
  - après la visite, envoie aux hébergeurs le rapport de visite et l'attestation de classement
- **En 2021, organisation de 2 journées de classement (fin avril et mi-octobre) + organisation d'un classement pour 1 demande individuelle (mi-novembre)**

#### Classement Meublé de tourisme

→ **11 meublés classés en 2021** : 5 en 4 étoiles / 3 en 3 étoiles / 3 en 2 étoiles

#### Chambre d'hôtes Référence

→ **2 chambres d'hôtes référencées en 2021**

- Référencement surtout sollicité en vue de la labellisation Accueil Vélo (nécessité d'avoir un label ou référencement pour prétendre au label Accueil Vélo)



### 3. ATTRACTIVITE

#### LABEL ACCUEIL VELO

Depuis 2018, notre Office de Tourisme fait partie des 3 territoires pilote pour le déploiement du label Accueil Vélo en Isère. Jusqu'à l'automne 2020, l'AFRAT était chargé du déploiement du label et de la formation des 3 OT pilote, avant de passer le relais aux 3 OT. Le label est ouvert aux partenaires comme au non-partenaires de l'OT.



Logiquement, une redevance de 200€ est versée au référent qualité pour compenser les frais de labellisation (visite sur site, traitement administratif). **En Isère, cette redevance est prise en charge par le référent qualité**, c'est-à-dire que le référent qualité ne demande pas le versement de la redevance à l'établissement labellisé.

Le temps mobilisé par le référent qualité pour labelliser un établissement est estimé à **1 journée**.

→ **10 structures labellisées en 2021 (soit 17 structures labellisées au total)**

- 5 nouvelles structures labellisées (avec pré-visite pour 3) + 5 renouvellements (structures labellisées en 2018 dont la labellisation est arrivée à terme en 2021, le label étant octroyé pour 3 ans) → 9 hébergements + 1 site touristique
- 2 refus + 1 dossier non-abouti pour le moment

→ **réalisation d'une enquête afin de faire le bilan des 3 années de labellisation pour les 5 structures procédant au renouvellement du label (suivre les évolutions de la demande cyclo-touristique sur notre territoire)**

- Environ 130 nuitées générées
- Une clientèle essentiellement présente au printemps, notamment en juin
- Une clientèle à vélo très majoritairement en couple, principalement dans la tranche d'âge 55 à 64 ans

### 3. ATTRACTIVITE

## INSPIRATION VERCORS - LABEL PARTNER / COMMISSION MARQUE

Le label Partner d'Inspiration Vercors est la déclinaison de la marque Inspiration Vercors pour les socioprofessionnels. C'est une démarche volontaire qui est traduite par la prise en compte des valeurs Inspiration Vercors dans son activité. Pour 2021, en raison du contexte sanitaire et économique particulier, **pas de participation financière demander aux labellisés.**

#### → 11 commissions (en visio)

- Étude des candidatures
- Mais aussi travail : sur les référentiels, sur la mission photos, sur la signalétique, sur les ateliers, sur la campagne Facebook et Instagram etc...

#### → 3 ateliers à destination des Partners

- Comment bien parler de la destination Inspiration Vercors sur ses outils de promotion
- Environnement nocturne et pollution lumineuse
- Inspirations et tendances dans les aménagements intérieurs

#### → 3 structures labellisées Partner en 2021 (soit 10 structures labellisées au total)

- 1 hébergement (gîte au Fil de l'eau à St-Gervais) + 2 sites touristiques (Grand Séchoir, Grotte de Choranche)
- 3 refus + 2 abandons
- Des bugs persistants sur la plateforme d'autoévaluation (jusqu'en mai) qui ont freinés les candidats



Signalétique Partner

### 3. ATTRACTIVITE

#### INGENIERIE TOURISTIQUE

L'office de tourisme apporte son appui et son expertise aux porteurs de projets structurants pour la destination Saint-Marcellin Vercors Isère /

→ **Saint-Antoine l'abbaye - Schéma d'aménagement** : participation au diagnostic, la définition des enjeux et la rédaction du cahier des charges de l'étude

→ **Mise en tourisme Au fil de la Bourne**

→ **Cartoguide SMVIC**

→ **Sublimes routes du Vercors** : suivi du projet bi-départemental pour la SMVIC

→ **Autres** : ancienne piscine Saint-Marcellin, programme « petites villes de demain », Plan Départemental Equipements Sites et Itinéraires (PDESI): site escalade à l'Albenc, stratégie d'accueil aux Coulmes, aménagement des circuits de randonnée des Chambaran

***Nota bene:** l'OT en EPIC doit être obligatoirement consulté sur les projets d'équipements collectifs touristiques (article L133-9 du code du tourisme)*

## 4. MISSION SUPPORT

### COLLECTE DE LA TAXE DE SEJOUR CONFIEE A L'OTI

mission de collecte de la Taxe de séjour confiée par l'intercommunalité à l'Office de Tourisme Intercommunal

→ 10 % des recettes sont reversées au Département (taxe départementale additionnelle et obligatoire)

→ les dépenses réalisées par l'office de tourisme avec la taxe de séjour sont obligatoirement destinées à favoriser la fréquentation touristique de l'intercommunalité (dépenses qui agissent sur l'attractivité)

### ANIMATION DU DISPOSITIF

→ organisation d'une réunion avec les secrétaires de Mairie pour les déclarations des meublés

→ réalisation d'un guide pratique à l'intention des hébergeurs

→ croisement des données APIDAE avec celles de la plateforme taxe de séjour

→ utilisation des données de la plateforme taxe de séjour pour alimenter l'observatoire du tourisme (évolution de l'offre en lits, des nuitées marchandes etc..)

## 4. MISSION SUPPORT

### FORMATIONS

Formation collective (*8 membres permanents*)

➔ introduction à la gestion de projet / aboutir à un rétroplanning collectif sur une année

Formation collective - pôle accueil (*3 permanents et 3 saisonniers*)

➔ adopter une attitude commerciale en présentiel et à distance

➔ conseiller et adapter ses propositions aux publics de randonneurs (*spécial PNR Vercors*)

Formation PiLOT – pôle support : exploitation des données en confrontant les éléments issues du budget 2019 et les indices de touristicité du territoire,

➔ mettre en évidence des faits saillants du fonctionnement de l'office puis mettre en place d'un plan d'action

## PERSPECTIVES 2022

### SITE WEB & OUTILS *de commercialisation*

place de marché, gestion des disponibilités, réservation d'activités

### DÉFINITION *SADI*

schéma d'accueil et de  
diffusion de l'information

### DÉFINITION *strategie digitale*

e-notoriété, webmarketing,  
gestion de la relation client

