

Rapport d'activité 2022

Contexte

L'office de tourisme

Valeurs et engagements

Accueil

Marketing

Projet



provence
alpes TOURISME
DIGNE-LES-BAINS

Contexte

Optimisme de rigueur

- ✓ **La pandémie a impacté profondément nos habitudes,**
- ✓ **Les acteurs du tourisme ont innové et se sont adaptés en même temps que les mentalités des voyageurs ont évolué,**
- ✓ **Les critères sociaux et environnementaux sont plus présents que jamais au moment de choisir une destination et des prestations.**

Voyage rime avec bien-être

Voyager est bon pour le moral, 79% des personnes interrogées affirment que les voyages contribuent davantage à leur santé mentale et émotionnelle que d'autres formes de repos et de détente.

Un désir important de recommencer à voyager !

Séjourner dans un autre cadre,
Adopter un autre mode de vie,
Déguster de nouveaux mets...

Le Slow Tourisme s'impose comme une tendance de fond

S'imprégner de la nature, des richesses du patrimoine,
Privilégier les rencontres et **les expériences,**
Savourer les plaisirs de la table,

Briser la routine

La France est une destination prioritaire des habitants de l'Hexagone en 2022.

Plus proche de la nature

La pandémie a révélé un grand besoin d'espace et une nouvelle passion pour les **excursions en pleine nature et activités outdoor.**

Voyager en tribu

Retrouver du temps de qualité avec ses proches, familles, petits groupes d'amis. Il faut adapter les produits pour répondre aux attentes des voyageurs en tribu.

De la spontanéité et de la flexibilité

Les voyages improvisés auront le vent en poupe après tous ces mois de privation. 71% des français préféreront des **vacances flexibles** au cours desquelles ils pourront **se laisser porter** plutôt que suivre un itinéraire planifié.

APRÈS DEUX ÉTÉS SOUS RESTRICTIONS SANITAIRES, LA SAISON TOURISTIQUE 2022 A ÉTÉ ENSOLEILLÉE EN FRANCE. LES DONNÉES PUBLIÉES PAR L'INSEE EN OCTOBRE MONTRENT QUE LE NIVEAU D'AVANT-CRISE A ÉTÉ RETROUVÉ, VOIRE DÉPASSÉ.

L'été 2022 a permis de retrouver des flux de fréquentation en ligne avec les niveaux d'avant crise Covid.

La clientèle étrangère a effectué son grand retour dans l'Hexagone.

Les recettes du tourisme international atteignent 7,5 Md€ en juillet, un montant quasiment équivalent à celui de 2019 et en forte progression par rapport à 2021.

Reprise inégale selon les clientèles :

Alors que les Américains et les Européens sont le plus souvent en avance sur 2019, les clientèles asiatiques restent absentes.

La fréquentation domestique est légèrement moins solide que l'été dernier alors que les Français ont repris les voyages à l'international.

Toutefois, **le choix des vacances en France est resté très prioritaire dans la continuité de 2021 qui avait été une année exceptionnelle.**



Près de 9 Français sur 10, comme l'année dernière, ont choisi la France pour destination.

Hausse de 3% de la fréquentation dans les hôtels et campings par rapport à l'avant-crise. La fréquentation hôtelière dans les espaces urbains, affectée par la faible présence de touristes internationaux avant l'été 2022, revient à des niveaux comparables à 2019.

L'Observatoire National des Stations de Montagne dévoile un bilan satisfaisant...

... malgré un léger recul du taux d'occupation par rapport à la saison passée.

- **82% de taux d'occupation** et un retour de la clientèle étrangère.
- La **montagne** confirme sa place de **destination plébiscitée par les français**.
- **Un taux de fréquentation contrasté selon les massifs**, lié à un enneigement aléatoire qui a surtout impacté les petites stations et les stations de moyenne altitude (baisse de 6 points pour les stations les plus basses).
- Une **fréquentation des écoles de ski jugée en progression**.
- **Une consommation davantage tournée vers les activités hors ski** : promenades à pied (en hausse de 65% des répondants), en raquettes à neige (en hausse de 50% des répondants) et en chiens de traîneaux.



Destination Alpes du Sud

- **83% de taux d'occupation** (+7 points).
- Les meilleures performances sont réalisées dans les résidences de tourisme et les villages vacances. La saison 2022/2023 est dans l'ensemble réussie avec de forts rebonds d'activité lors des vacances de Noël.

En région SUD PACA

Sources : Insee

La saison touristique 2022 est à marquer d'une pierre blanche. La région Provence-Alpes-Côte d'Azur renoue avec la croissance. Après deux saisons chamboulées par l'épidémie de Covid-19, le Sud retrouve des niveaux de fréquentation d'avant la crise sanitaire.

Selon l'Insee, la région a été la quatrième la plus fréquentée cet été derrière la Nouvelle-Aquitaine, l'Occitanie et l'Île-de-France.

La région PACA a ainsi connu en 2022 une croissance supérieure à celle nationale (+2,3%).

Les Français de plus en plus nombreux et un net retour de la clientèle internationale.

Élément nouveau du paysage touristique de PACA, les touristes venus de France se font de plus en plus nombreux (+7,6% par rapport aux chiffres de 2019), au point de compenser les visiteurs venus de l'étranger (-5,9%), qui, après avoir déserté la région lors de la crise sanitaire ne sont pas encore complètement revenus.

Les nationalités européennes les plus présentes sont les Belges (30%), les Allemands (24%) et les Néerlandais (13%).



La fréquentation hôtelière, qui a augmenté de 2,3% par rapport à 2019, à rebours de la tendance nationale en berne (-0,8%), a vu la part de ses hôtes venus de France monter de 12,1% et a "tiré profit de l'activité des hôtels haut de gamme", affichant quatre étoiles et plus, selon l'Insee. Pour cette gamme, les nuitées de touristes résidant dans l'hexagone a bondi de 29,5%.

Le reste de l'hébergement collectif (résidences hôtelières, villages de vacances, maisons familiales ou auberges de jeunesse), qui représente près d'un quart des nuitées dans la région, a vu sa fréquentation baisser de près de 3% par rapport à 2019.

Bémol : La canicule, la sécheresse et la baisse de pouvoir d'achat ..

Dans les Alpes de Haute Provence

(source Flux Vision Tourisme – Orange – AD04)

En 2022, la fréquentation touristique est en hausse par rapport à 2021 grâce à la bonne fréquentation domestique et à la reprise du tourisme international qui enregistre un niveau de nuitées comparable à 2019.



Globalement on enregistre un bon niveau de la fréquentation sur le début de l'année poursuivi par un printemps avec un volume de nuitées en progression.

- Les **nuitées françaises progressent** de +7% comparativement à 2021 et retrouvent un niveau supérieur à 2019 (+5%).
- 4,7 millions de nuitées réalisées par la clientèle régionale.
- Le **retour des clientèles internationales** +64% par rapport à 2021, soit un niveau équivalent à 2019.
- 26% des nuitées globales sont des nuitées étrangères avec un top 3: Allemagne, Pays-Bas et Belgique.
- Le **nombre global d'excursions progresse** de +16% soit 9,4 millions d'excursions réalisées par la clientèle française et 3,7 millions par la clientèle étrangère.

Nuitées touristiques françaises

sur le territoire des Alpes de Haute Provence

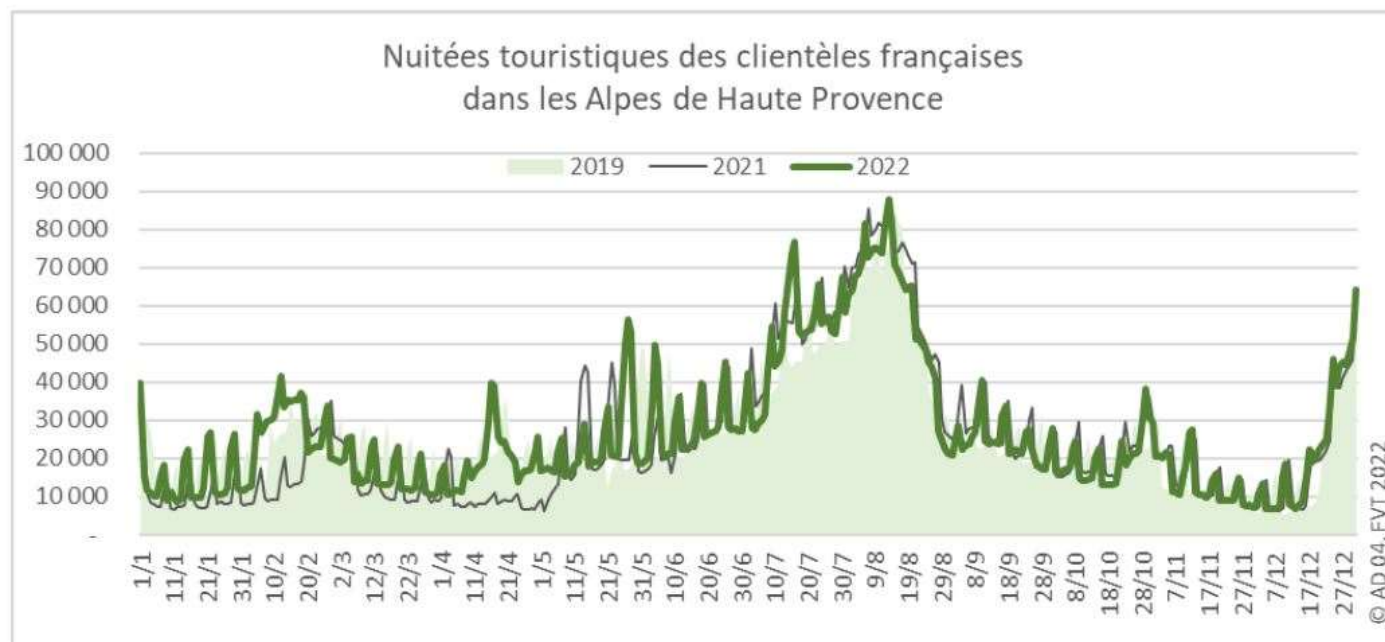
9,8 millions

de nuitées touristiques françaises en 2022
(74% des nuitées globales)

+ 7%
par rapport
à 2021

+ 5%
par rapport
à 2019

La réouverture des frontières a permis de renouer avec la clientèle étrangère et la fréquentation touristique de la clientèle française poursuit sa progression cette année.



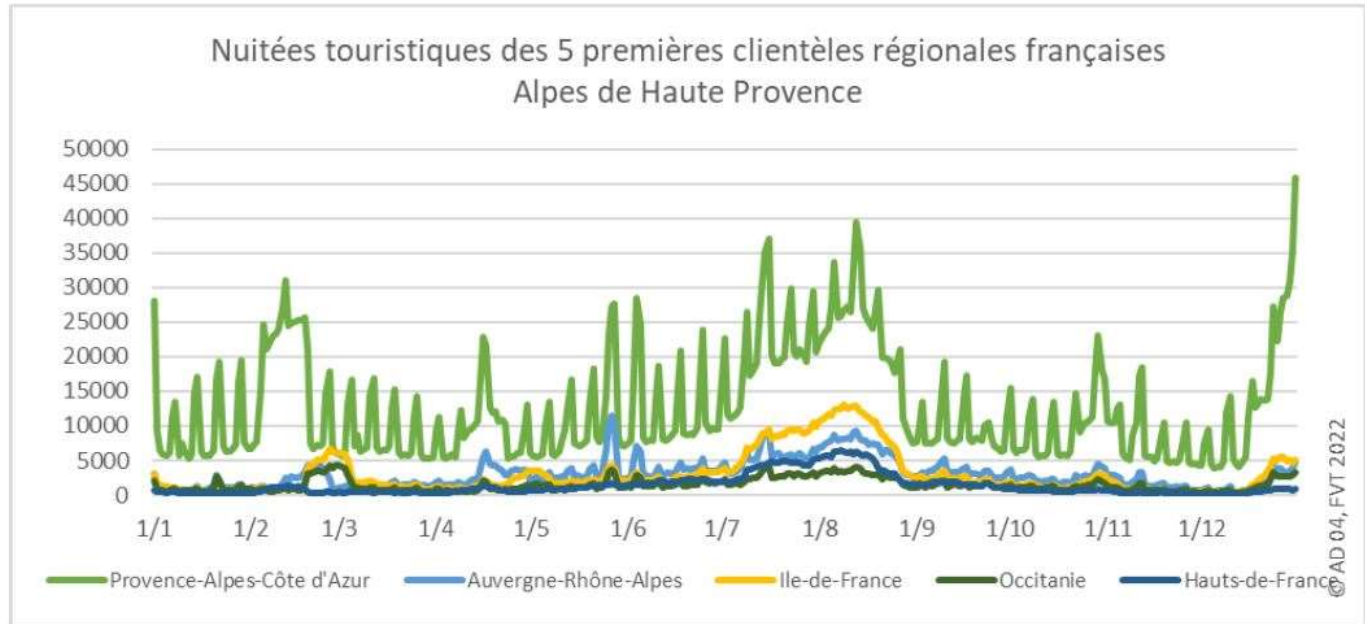
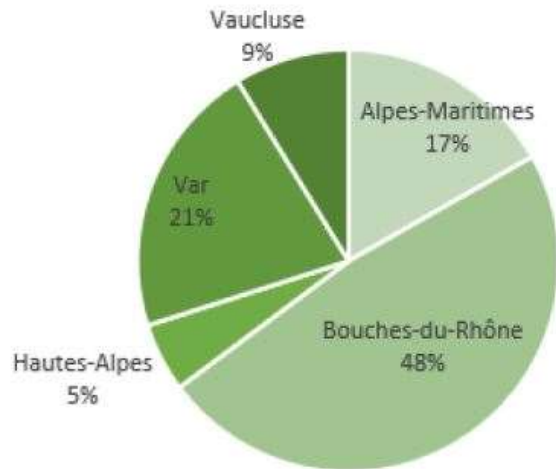
Répartition des **nuitées touristiques françaises** sur le territoire des Alpes de Haute Provence par département d'origine

Près d' une nuitée sur 2 est générée par la clientèle touristique régionale :
4,7 millions de nuitées touristiques soit **48% des nuitées françaises** (en progression de 8% par rapport à 2021).

Suivi par :

Auvergne Rhône Alpes (1,1 millions de nuitées touristiques),
Ile de France (1,1 millions de nuitées touristiques),
Occitanie (576.000 nuitées touristiques),
Hautes de France (524.000 nuitées touristiques).

Répartition par département -AHP



Nuitées touristiques internationales

sur le territoire des Alpes de Haute Provence

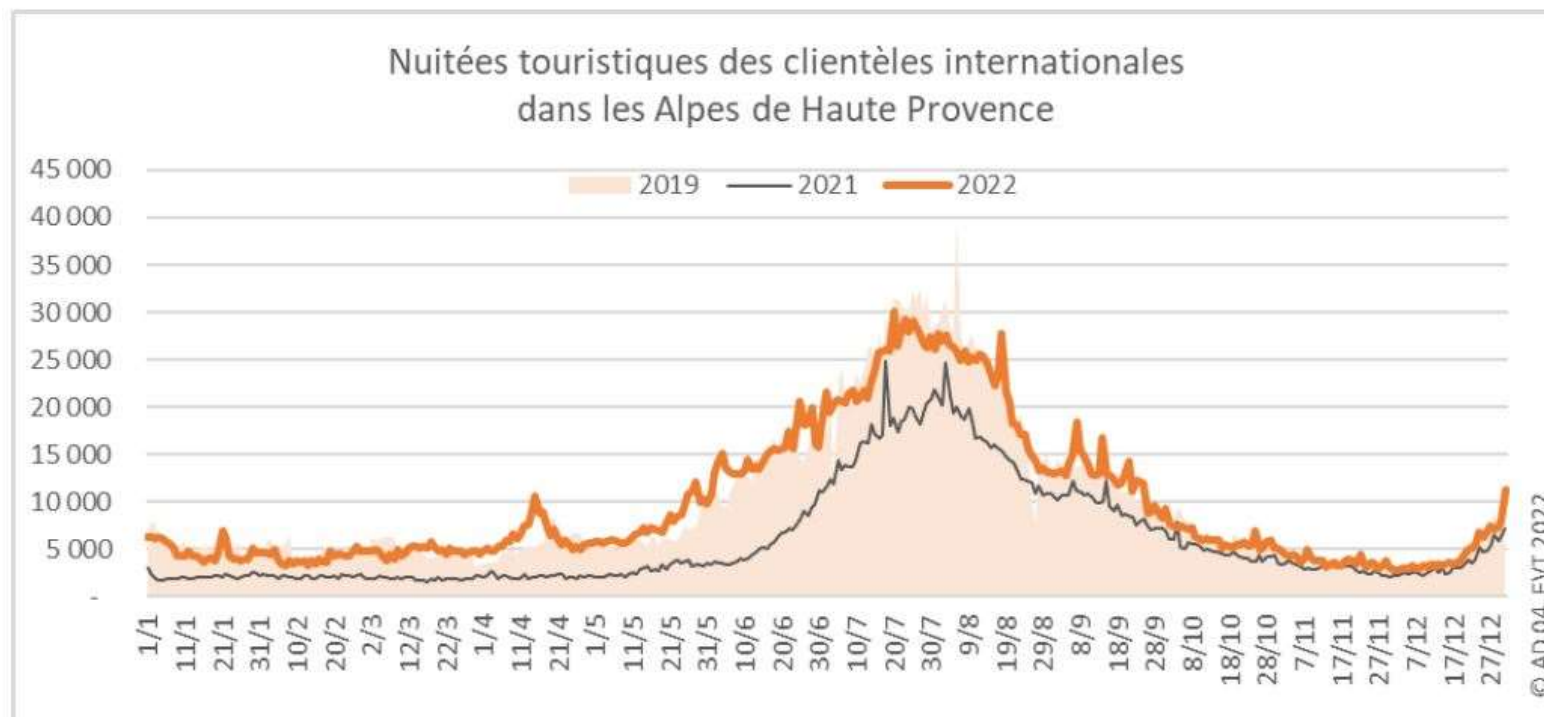
3,5 millions

de nuitées touristiques étrangères en 2022

+ 64%
par rapport
à 2021

Équivalent à
à 2019

En 2022, le nombre de **nuitées étrangères globales progresse de +64%** et retrouve son niveau d'avant crise sanitaire.



Répartition des **nuitées touristiques internationales** sur le territoire des Alpes de Haute Provence par pays d'origine

TOP 5 des clientèles internationales



Allemagne
15%



Pays-Bas
15%



Belgique
10%



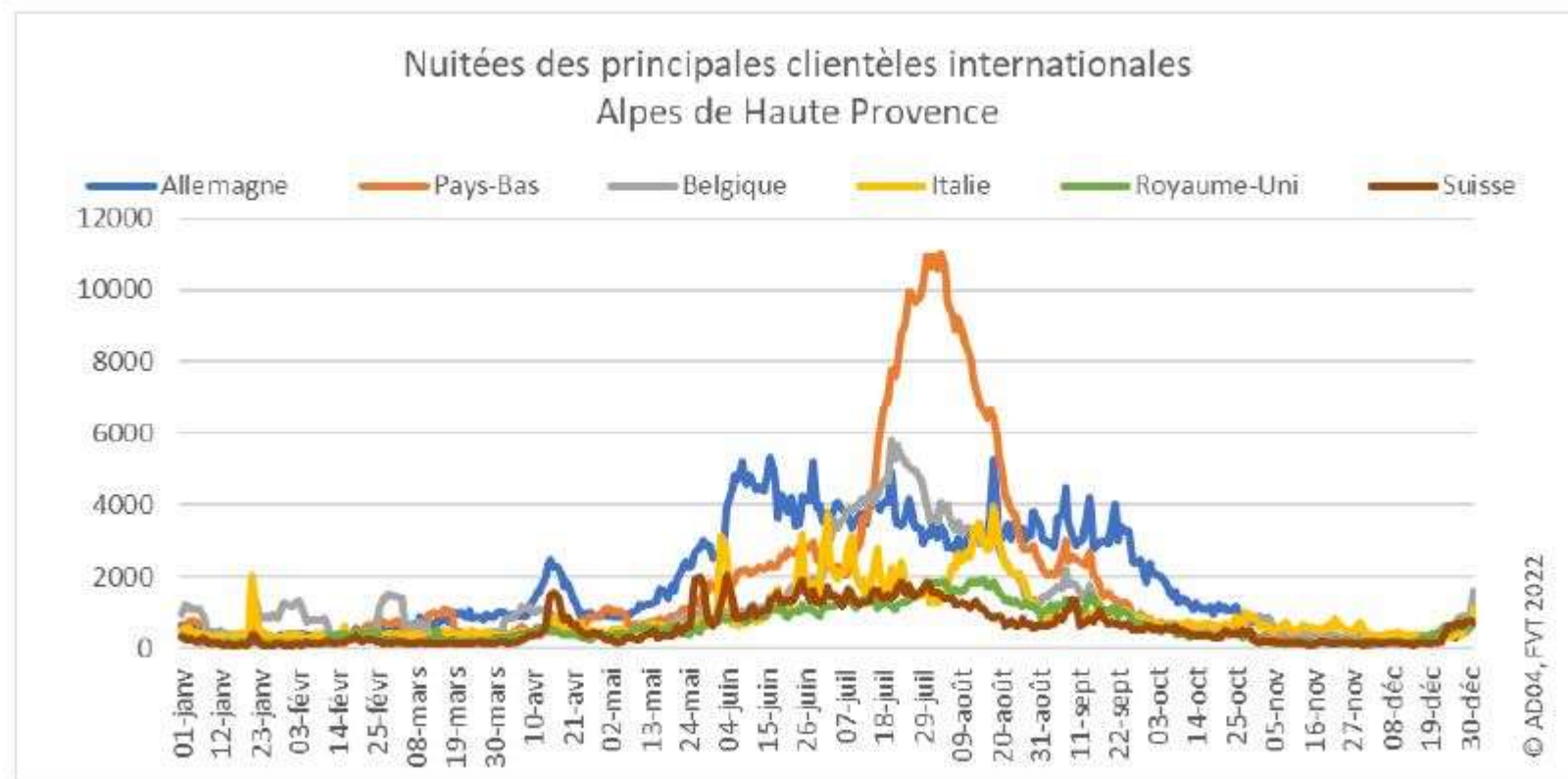
Italie 6%



Suisse 5%



Royaume-Uni 5%



Excursions touristiques françaises

sur le territoire des Alpes de Haute Provence

9,4 millions

d'excursions touristiques françaises en 2022
(72% des excursions globales)

+ 5%
par rapport
à 2021

+ 23%
par rapport
à 2019

Le volume d'excursions des visiteurs français augmente encore en 2021.

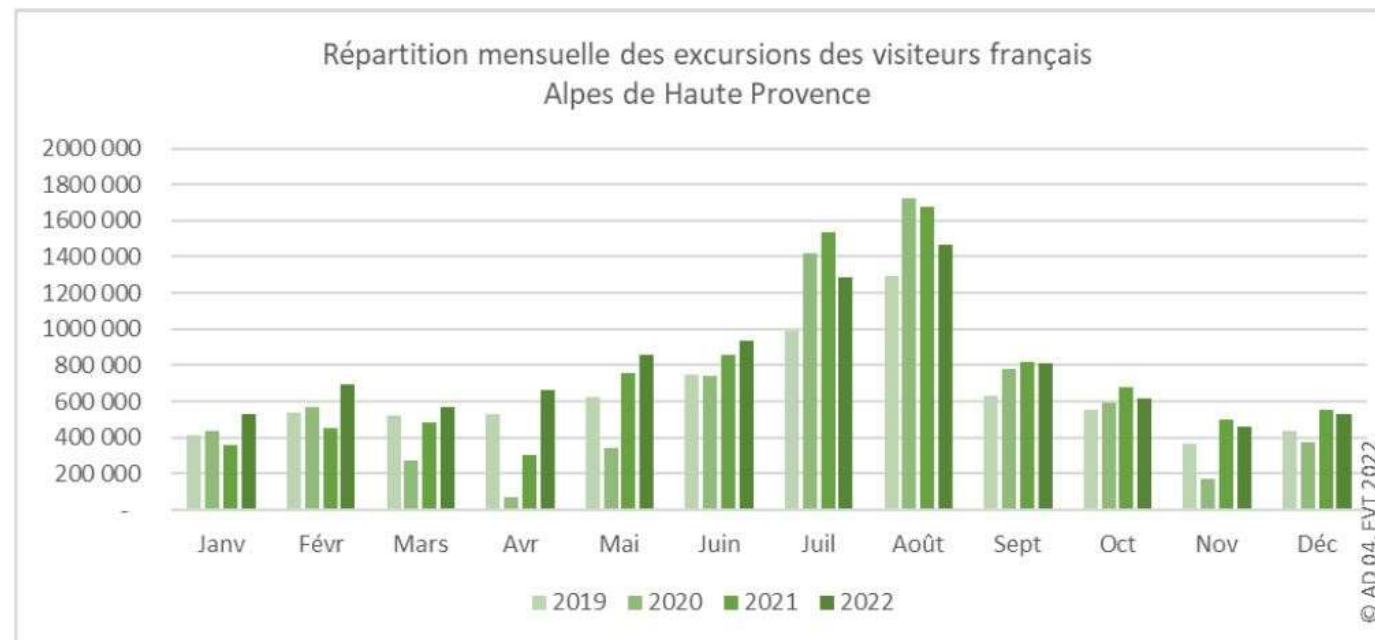
Près de 4 excursions sur 5 sont réalisées par des visiteurs français.

6 excursions françaises sur 10 sont réalisées par des visiteurs originaires de la Région Sud (6,1 millions d'excursions) et principalement observées lors du premier semestre (janv. à juin).

TOP 4 des excursions françaises

- Provence Alpes Côte d'Azur 65%
- Auvergne Rhône Alpes 12%
- Ile de France 7%
- Occitanie 5%

87 % de clientèle de proximité



Excursions touristiques internationales

sur le territoire des Alpes de Haute Provence

3,7 millions
d'excursions réalisées par la clientèle
internationale en 2022
(28% des excursions globales)

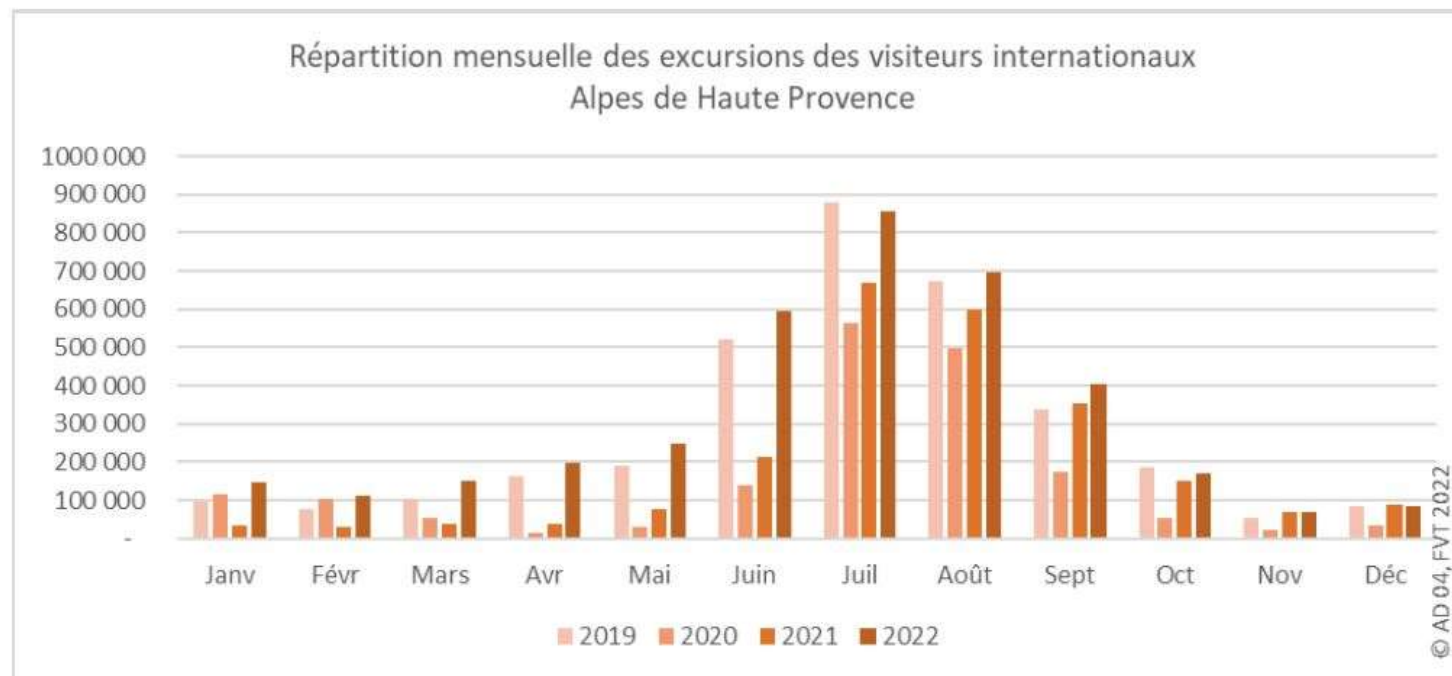
+ 58%
par rapport
à 2021

+ 11%
par rapport
à 2019

Les **excursions réalisées par les clientèles internationales progressent de +58%** par rapport à 2021 et se retrouvent à un niveau supérieur de +11% par rapport au niveau d'avant crise.

TOP 4 des excursions internationales

- Allemagne 21%
- Italie 15%
- Belgique 11%
- Pays Bas 10%



2,6 millions
de nuitées touristiques
entre déc. 2022 et février 2023
Dans les Alpes de Haute Provence

VALLÉE DE L'UBAYE
VAL D'ALLOS
BLANCHE SERRE PONÇON

2 millions
d'excursions touristiques
entre déc. 2022 et février 2023
Dans les Alpes de Haute Provence

+ 16%
par rapport
à 2021/2022

+ 13%
par rapport
à 2019/2020

En hausse de +16% par rapport à l'hiver précédent, et en progression de +13% par rapport à l'hiver 2019-2020 avant crise sanitaire.

Cette progression est constatée sur l'ensemble des mois observés.

- 3%
par rapport
à 2021/2022

+ 18%
par rapport
à 2019/2020

En légère baisse par rapport à l'hiver précédent qui avait connu une très forte croissance, et en progression de +18% par rapport à l'hiver 2019-2020 avant crise sanitaire.






Baromètre de conjoncture auprès des professionnels

Les professionnels interrogés dressent un bilan positif concernant la fréquentation de cette saison hivernale.

87% des professionnels de l'espace neige des Alpes de Haute Provence interrogés ont enregistré une **bonne fréquentation** (dont 25% «Très bonne» et 62% «Assez bonne»).

Ce constat est partagé par les professionnels de la vallée de l'Ubaye (90%) et dans le Val d'Allos (88%) mais **plus mitigé dans la Vallée de la Blanche–Serre-Ponçon (76%)**.

Enquête réalisée du 28 février 2023 au 2 mars 2023 auprès de 65 professionnels situés en zone de montagne

	Périmètre à neige AHP	Vallée de l'Ubaye	Val d'Allos	Vallée de la Blanche – Serre-Ponçon
Très bonne 	25%	26%	41%	6%
Assez bonne 	62%	65%	47%	71%
Assez mauvaise 	12%	6%	12%	24%
Très mauvaise 	-	-	-	-
NSP 	2%	3%	-	-

En Provence Alpes Agglomération

(source Flux Vision Tourisme – Orange – AD04)

En 2022, le nombre de nuitées globales (2,3 millions) progresse de +24% par rapport à 2021 et retrouve un niveau comparable à avant crise en 2019.

Cette année, on enregistre une bonne fréquentation des clientèles françaises et un retour en force des clientèles internationales.

L'ensemble des mois enregistre un volume de nuitées en progression par rapport à 2021.

Les plus fortes hausses sont enregistrées au cours du 1^{er} semestre qui, en 2021, avait été impacté par la mise en place d'un couvre feu, la fermeture des remontées mécaniques...

Enfin, la fréquentation sur l'avant saison estivale, à partir du mois de mai a été supérieure à celle enregistrée en 2019.

En 2022, le nombre global d'excursions (4,7 millions) continue de progresser et augmente de +51% par rapport à 2021.

La progression du nombre d'excursions est observée sur quasiment l'ensemble de l'année 2022. Seuls les mois de novembre et décembre sont en retrait par rapport à 2021.

Fréquentation des principaux sites touristiques

Plan d'eau Digne les Bains : + 63%

(213.000 visiteurs de juin à septembre 2022)

Musée Promenade : + 27%

Musée Gassendi : +7,21%

Crypte archéologique : -3,76%

Cathédrales Digne : -27%

Maison du Mulet Seyne : - 21,45%



Nuitées touristiques françaises sur le territoire de Provence Alpes Agglomération

1,66 millions

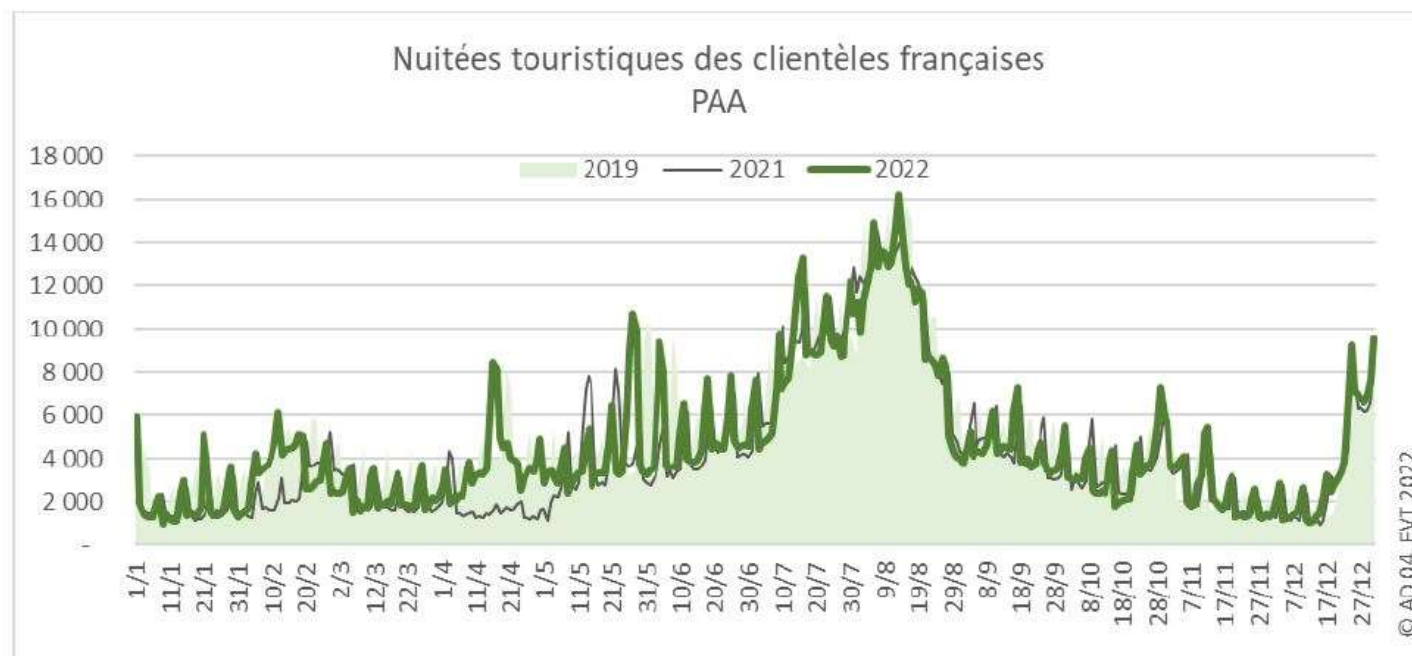
de nuitées touristiques françaises en 2022
(71% des nuitées globales)

+ 7%
par rapport
à 2021

- 3%
par rapport
à 2019

Le volume de nuitées françaises pour l'année 2022 progresse de +7%.

Malgré la réouverture des frontières la fréquentation touristique par la clientèle française est en progression cette année.

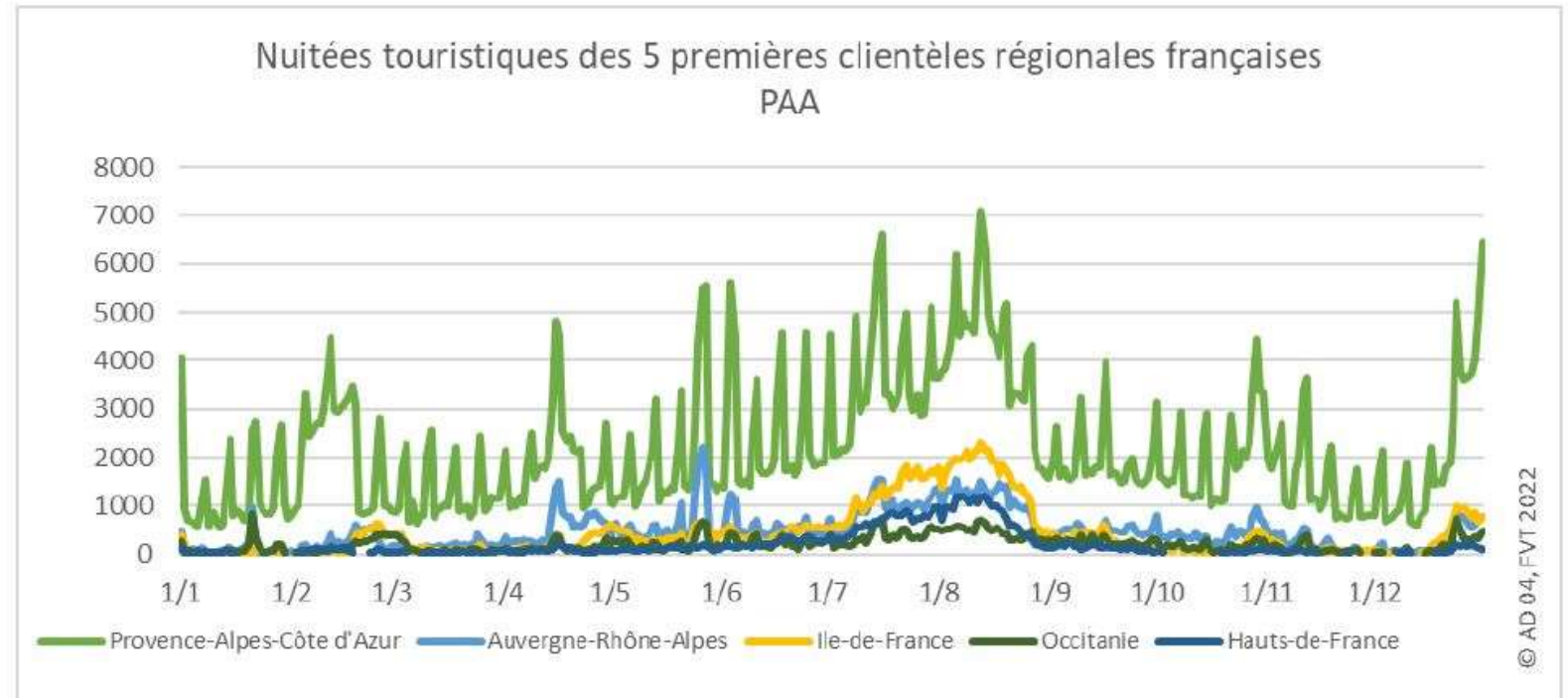


Répartition des nuitées touristiques françaises sur le territoire des Alpes de Haute Provence par département d'origine

La clientèle intra-régionale est la première clientèle touristique française, une nuitée sur deux est générée par la clientèle PACA. Elle fréquente le territoire tout au long de l'année.

TOP 5 des clientèles françaises

- Provence Alpes Côte d'Azur 48%
- Auvergne Rhône Alpes 11%
- Ile de France 9%
- Occitanie 5%
- Hauts de France 4%



Répartition des **nuitées touristiques internationales** sur le territoire de Provence Alpes Agglomération

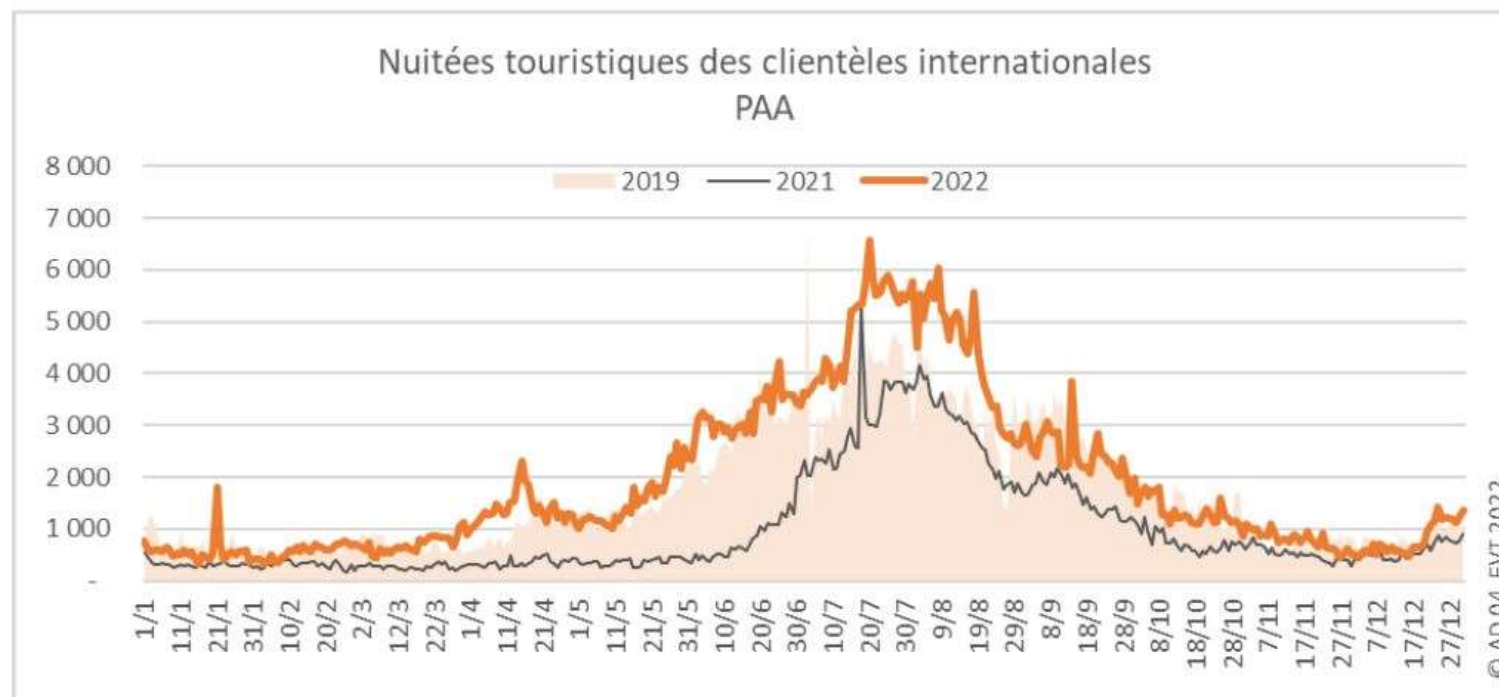
692.000

nuitées touristiques étrangères en 2022
(29% des nuitées globales)

+ 93%
par rapport
à 2021






+12%
par rapport
à 2019

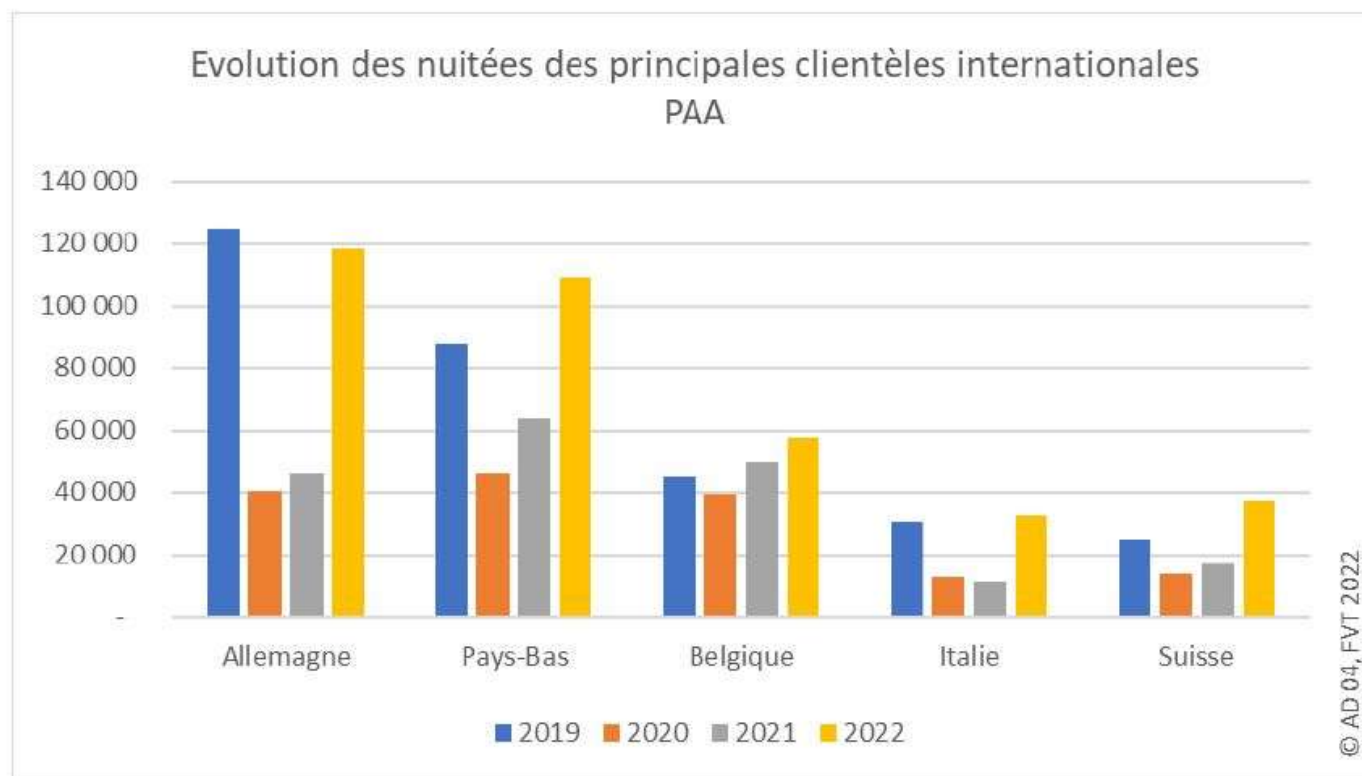
En 2022, le nombre de **nuitées étrangères globales augmente de +93%** et retrouve un niveau supérieur à avant crise sanitaire de +12%.



Répartition des **nuitées touristiques internationales** sur le territoire de Provence Alpes Agglomération par pays d'origine

TOP 5 en % des clientèles étrangères

		AHP
	Allemagne	17% 15%
	Pays-Bas	16% 15%
	Belgique	8% 10%
	Suisse	5% 5%
	Italie	5% 6%



Excursions touristiques françaises sur le territoire des Provence Alpes Agglomération

3,4 millions

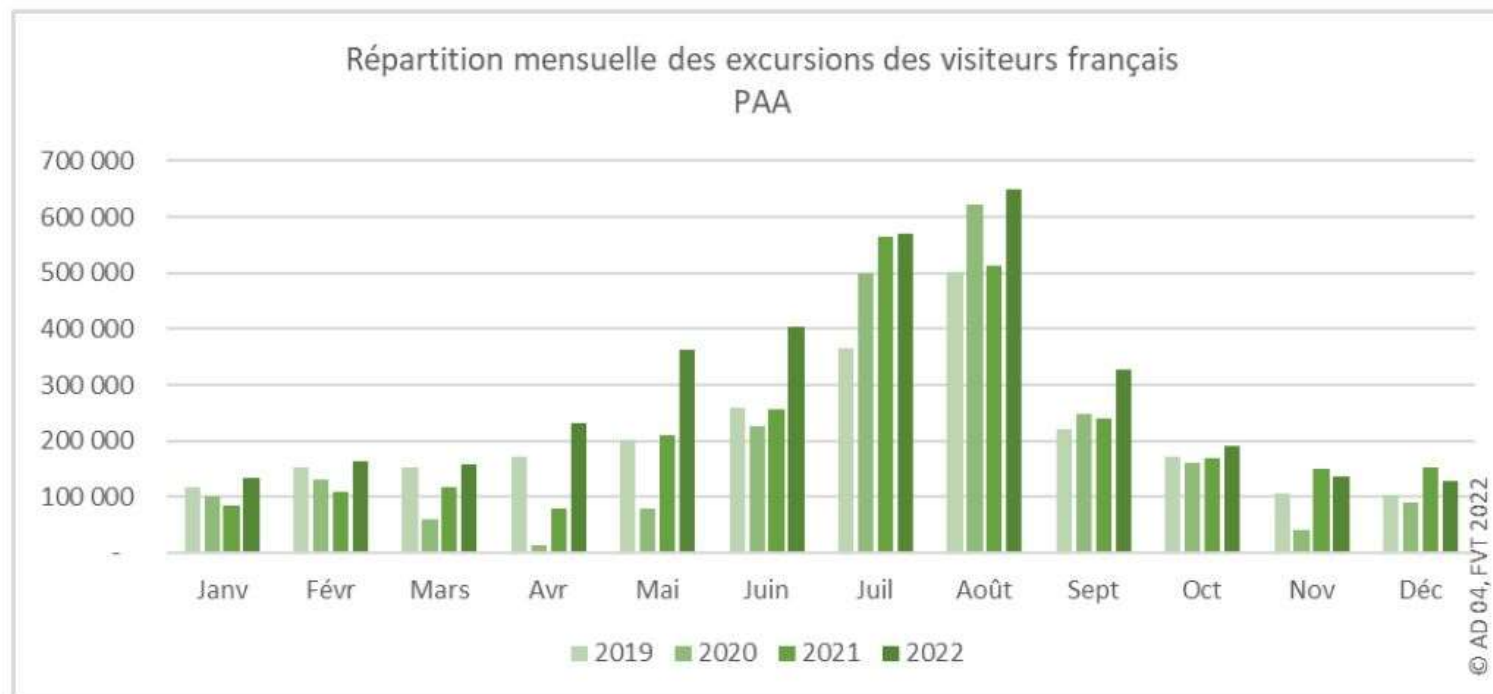
d'excursions touristiques françaises en 2022
(73% des excursions globales)

+ 30%
par rapport
à 2021

+ 36%
par rapport
à 2019

TOP 3 des excursions françaises

- Provence Alpes Côte d'Azur 57%
- Auvergne Rhône Alpes 13%
- Ile de France 8%



Excursions touristiques internationales

sur le territoire des Provence Alpes Agglomération

1,3 millions

d'excursions touristiques internationales en 2022

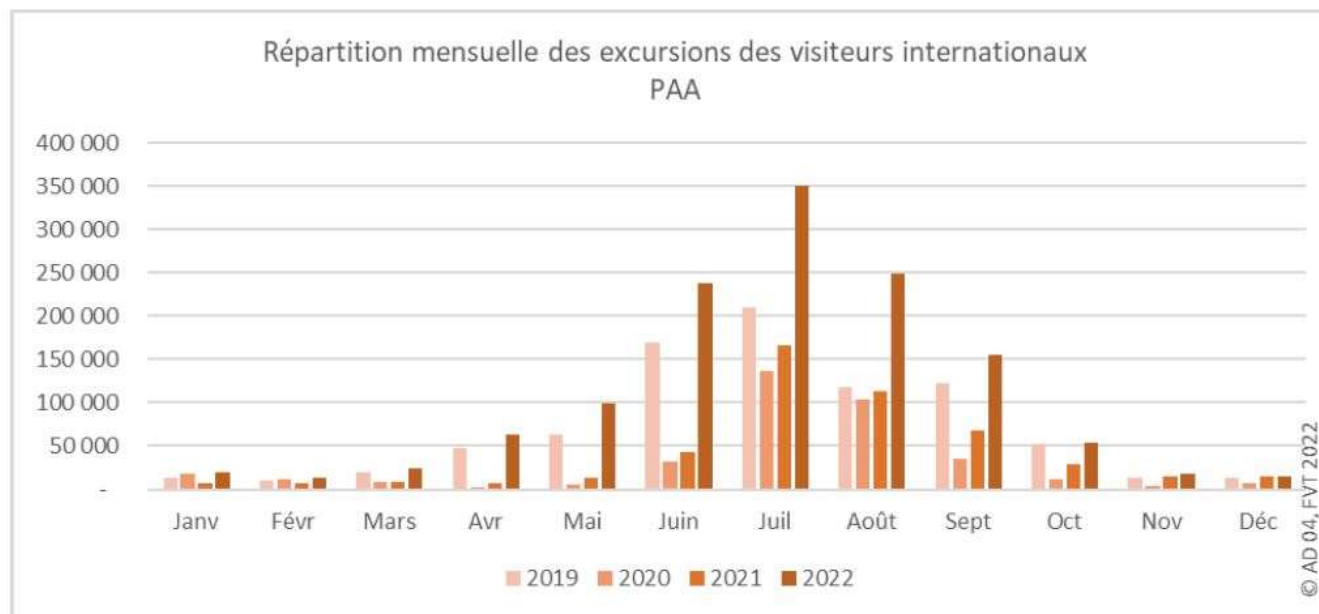
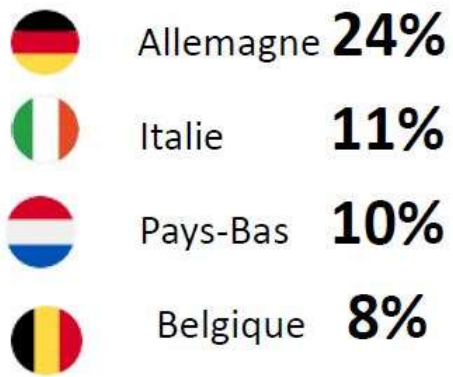
(27% des excursions globales)

+ 165%
par rapport
à 2021

+ 52%
par rapport
à 2019

TOP 4

des excursions étrangères



+ 10% de nuitées touristiques
Par rapport à 2021/2022

+ 3%
par rapport
à 2019/2020






- 5% d'excursions touristiques
Par rapport à 2021/2022

+ 25%
par rapport
à 2019/2020

Baromètre de conjoncture auprès des professionnels

Quelle fréquentation pour les vacances d'hiver ?

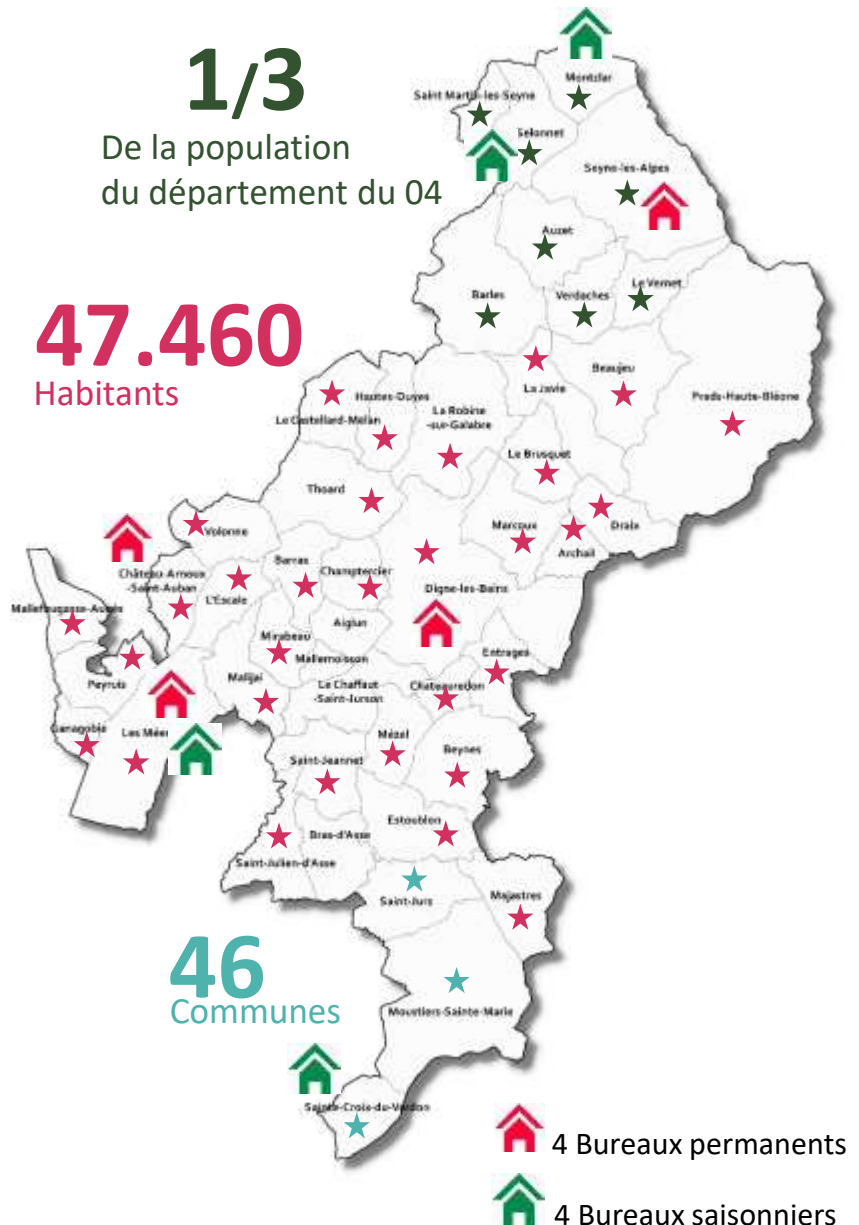
Comment jugez-vous la fréquentation touristique de votre établissement

	inter-vacances janvier	Vacances d'hiver
Très bonne 	-	24%
Assez bonne 	24%	65%
Assez mauvaise 	41%	12%
Très mauvaise 	29%	-
NSP 	6%	-

Et par rapport à la fréquentation des vacances d'hiver de 2022 diriez-vous que la fréquentation de votre établissement cette année a été

En hausse 	35%
Stable 	41%
En baisse 	24%
NSP 	-

L'Office *Provence Alpes Digne les Bains* de Tourisme



provence
alpes **TOURISME**
DIGNE-LES-BAINS

Le poids du tourisme

43.000 lits touristiques

13.700 lits touristiques marchands

30.000 lits non marchands

6 % des emplois du territoire sont
liés à l'activité touristique

120 millions d'€
de recettes touristiques

2,3 millions de nuitées

4,7 millions d'excursions

8 bureaux d'information touristique

Une équipe de permanents
et de saisonniers

11 CDI à temps plein

7 CDI à temps partiel

8 saisonniers

2 apprenties

20 ETP

Jusqu'à 27 collaborateurs en Haute Saison

417 adhérents
en **2022** (stable)



L'Office de Tourisme est classé en catégorie I

Office de Tourisme de pôle
« Provence Alpes Digne les
Bains » depuis le 26 avril
2017



Une structure organisée en plusieurs pôles :

- ✓ Conseil Accueil
- ✓ Animation
- ✓ Marketing
- ✓ Projet
- ✓ Partenariat
- ✓ Comptabilité Gestion
- ✓ Ressources Humaines

Les missions :

- ✓ Accueil, information et conseil en séjour,
- ✓ Promotion Touristique,
- ✓ Coordination des différents partenaires du développement touristique local,
- ✓ Commercialisation de produits touristiques,
- ✓ Observation et évaluation de l'activité touristique,
- ✓ Promotion des actions d'animation,
- ✓ Démarche Qualité,
- ✓ Tourisme et Handicap.

Vers une hyper-personnalisation de l'information client

Une politique qui a pour objectifs de :

- Développer l'écoute pour proposer une **offre personnalisée** ;
- Rechercher **l'expérience client** la plus pertinente possible ;
- Renouveler le discours pour **valoriser le territoire** ;
- Rédiger des « **expériences découverte** » **renouvelées et adaptées** sur lesquelles le conseiller en séjour touristique pourra s'appuyer ;
- Identifier **la demande** par l'intégration d'outils appropriés ;
- Organiser des réunions **d'informations régulières** et des **visites de prestataires** tout au long de l'année ;
- **Google Drive** : un outil de communication et de collaboration interne à l'Office du Tourisme.

OPTIMISATION DES OUTILS DE QUALIFICATION DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE

APIDAE (qualification de l'offre)

Logiciel opérationnel sur l'ensemble des Bureaux



AVIZI (qualification de la demande)

Intégration de l'outil de GRC pour tous les Bureaux



AXE A : Stratégie / actions

Viser ensemble l'excellence

Renforcer l'observation touristique

Disposer d'une meilleure connaissance des clientèles, leurs attentes, leurs pratiques pour mieux adapter l'offre

Sensibilisation des socioprofessionnels sur l'importance de fournir les données et consolider la base APIDAE

Répartition de la fréquentation par Destination

Environ **69.000 actes d'accueil en 2022** (+6,89% par rapport à 2021)

48 571 accueils physiques (+10,59% par rapport à 2021)

11 626 appels (-3,77% par rapport à 2021)

2 534 (web, mail, salon)

6 058 (tchats actifs)

Haute Provence

(Digne les Bains / Les Mées /
Château Arnoux)



28.405

actes d'accueil

20.775

personnes accueillies en physique

5.772

personnes renseignées par téléphone

Verdon

(Sainte Croix du Verdon)



6.183

actes d'accueil

4.798

personnes accueillies en physique

1.189

personnes renseignées par téléphone

Blanche Serre-Ponçon

(Seyne / Montclar / Chabanon)



29.287

actes d'accueil

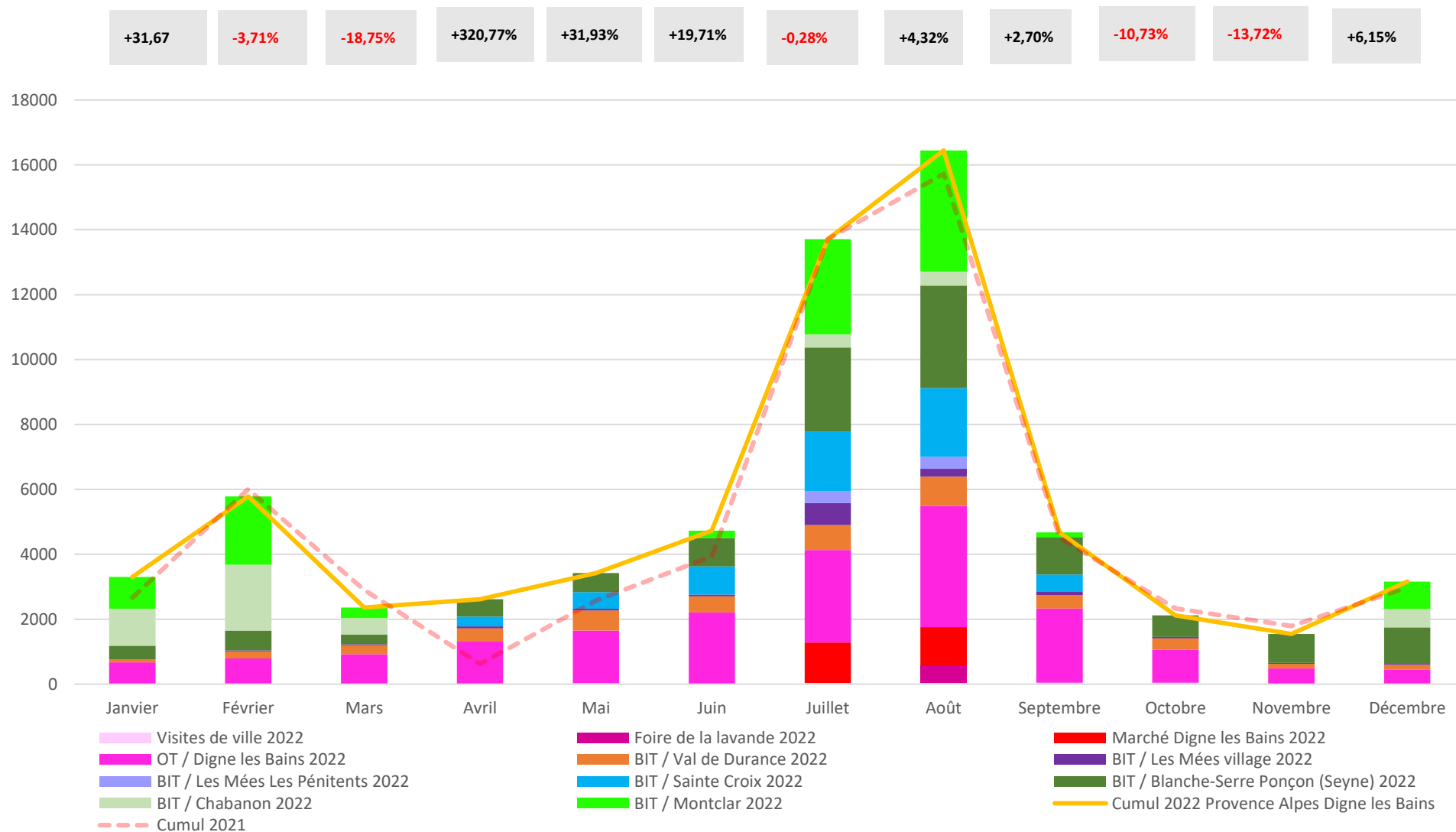
22.998

personnes accueillies en physique

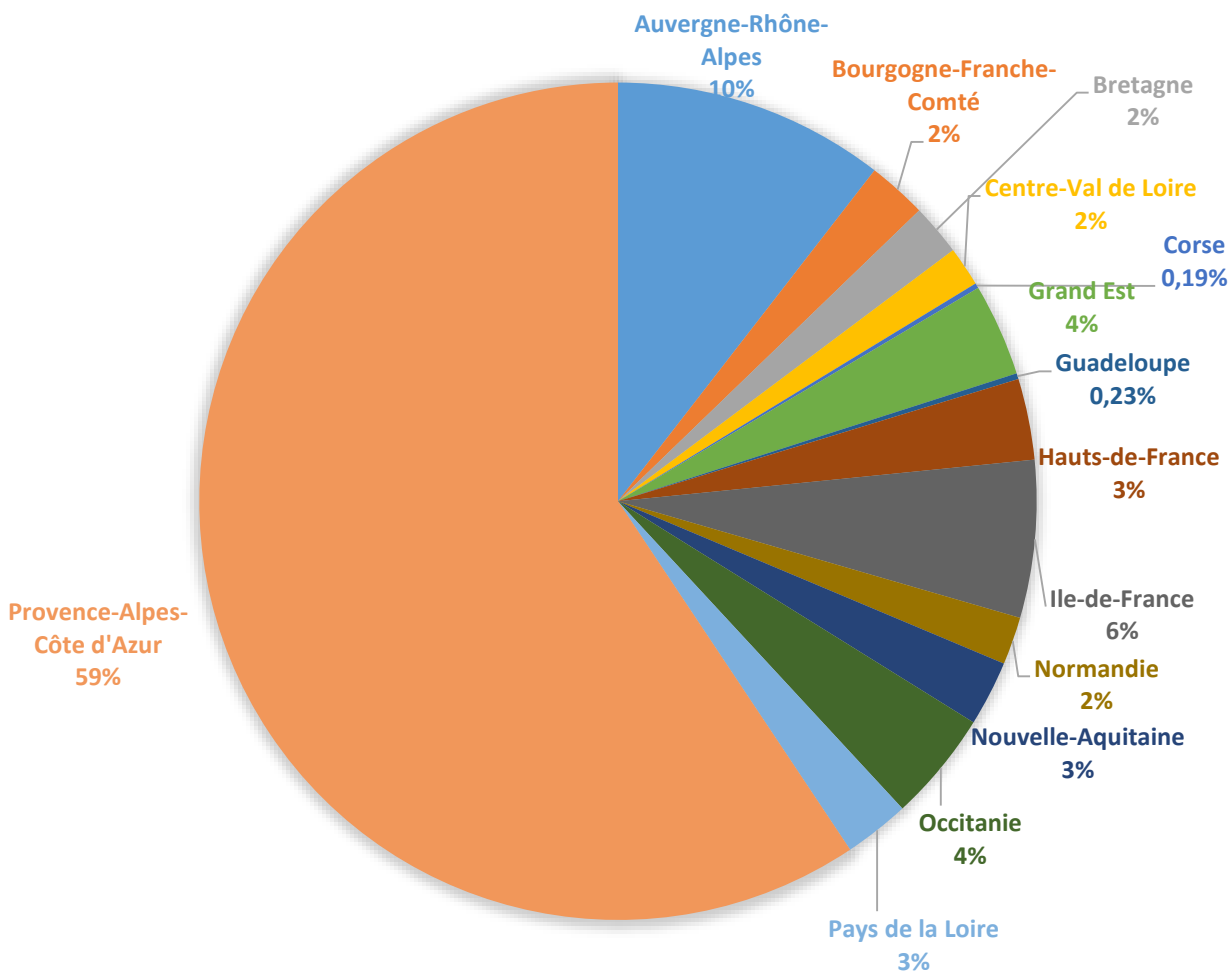
4.665

personnes renseignées par téléphone

Accueil des visiteurs



Origine des clientèles




Bilan

- Une bonne saison portée par mai, juin et septembre malgré la sécheresse et les incendies qui ont fortement impacté la zone Verdon.
- La destination montagne est plébiscitée. Recherche de fraîcheur et d'activités nature.
- La zone Haute Provence maintient sa fréquentation boostée notamment par la communication nationale faite autour du marché.



Les éco compteurs : Des outils d'évaluation de la fréquentation des sites et itinéraires par la population locale et les touristes.

- 
- Dalle aux ammonites : 44.629 passages** (34.245 passages en 2021).
Moyenne de 122 passages jour avec une pointe à 475 passages le 20 juin.
 - Tour de l'Escale : 42.061 passages.** Moyenne de 120 passages par jour.
 - Sentier de Caguerenard : 38.587 passages**
Moyenne à 107 passages jour / Pic sur les ailes de saison.
 - Ichtyosaure de la Robine : 8.704 passages** (9.698 passages en 2021).
Moyenne à 24 passages jour avec une pointe à 122 passages le 19 août.
 - Col de Fontbelle : 8.261 passages.** Moyenne à 24 passages par jour
 - Via Ferrata Rocher de Neuf Heures : 6.594 passages**
Moyenne de 18 passages jour.
 - Courbons Rocher escalade : 3.508 passages.**
Moyenne à 10 passages jour avec une pointe à 94 passages le 30 avril.



Fréquentation totale des sites naturels équipés d'éco-compteurs en 2022

152.344 passages

Valeurs et engagements

Renouvellement de la marque Qualité Tourisme

NOS VALEURS

L'Office de Tourisme s'attache à véhiculer des valeurs qui lui tiennent à cœur et à les transmettre lors des échanges avec les visiteurs, les habitants et l'ensemble de ses partenaires.

NOS ENGAGEMENTS

- Axe 1.** Un service accueil de qualité
- Axe 2.** Un réseau de partenaires consolidé
- Axe 3.** Une organisation de travail de qualité
- Axe 4.** Une démarche en faveur du Développement Durable



A word cloud featuring various terms in different colors and sizes. The most prominent words are 'Satisfaction' (blue), 'Humain' (pink), 'Service' (blue), and 'personnalisé' (pink). Other visible words include 'Expérience', 'Durabilité', 'Echange', 'client', 'Réseau', 'Partage', 'Emotion', 'Découverte', and 'Information'.



La marque Qualité Tourisme™



La marque Qualité Tourisme™

Prérequis pour le classement en catégorie 1, l'Office de Tourisme est engagé dans une **démarche qualité** depuis 2010, se traduisant par l'obtention de la **marque Qualité Tourisme™** en 2013, renouvelée en 2016 et étendue à l'ensemble des bureaux de l'Office de Tourisme Provence Alpes Digne-les-Bains en 2017.

A partir de décembre 2020, l'Office de Tourisme s'est engagé dans le renouvellement de la marque en deux étapes :

Une 1ère étape « L'audit complet » (Décembre 2020)

L'AUDIT COMPLET, étude de la structure principale : statuts, missions, convention d'objectifs, stratégie, plan d'action, gestion des ressources humaines, étude du système qualité, de la gestion documentaire, des méthodes de travail internes...

C'est sur ces critères précis que l'Office de Tourisme a été évalué.

En 2022...

Une 2^{ème} étape « visites mystères » qui conditionnait l'obtention définitive de la marque.

Les VISITES MYSTERES (Août 2022)

Objectif pour le cabinet d'audit (Adoneo) : réaliser des tests dans les conditions normales vécues par la clientèle pour expérimenter tous les parcours clients possibles

- **Tests à distance par téléphone, mail, sur les réseaux sociaux et les sites d'avis,**
- **Tests en présentiel dans les accueils.**

(Demandes exprimées en français et en langue étrangère).

En plus de la stratégie d'accueil, audit sur la présence numérique, l'écoute client, le développement durable, la promotion de la marque qualité tourisme à l'échelle du territoire.



Un travail de fond qui a rendu l'obtention de la marque possible et qui s'est poursuivi toute l'année.

- Définition de la politique Qualité **2022/2023**,
- Mise à jour du système documentaire,
- Reprise des grandes lignes de l'accueil (accueil physique, téléphonique, mails...) et des attendus Qualité avec chaque bureau ; avec notamment une formation sur le traitement personnalisé de la demande client et la reprise de toutes les procédures Accueil,
- Réflexion sur le parcours client dans les accueils pour éviter une confusion géographique entre nos 3 destinations et optimiser la prise d'informations pour le visiteur : réorganisation des espaces d'accueil (achats de présentoirs et de panneaux d'affichage), reprise des thématiques des présentoirs et de l'affichage extérieur,
- Finalisation de la signalétique extérieure : porte d'entrée à Seyne, modification des façades à Sainte Croix du Verdon.

L'obtention de la marque Qualité Tourisme™

5 bureaux choisis par le cabinet d'audit : Montclar, Seyne, Château-Arnoux Val de Durance, Sainte Croix du Verdon, Digne-les Bains.

L'OT devait répondre à minima à 85% des critères du référentiel.

Note obtenue : **92,84 %**

Les points forts relevés par l'auditeur :

- La cordialité et le professionnalisme des équipes,
- La très bonne connaissance du territoire et de ses prestataires (notamment avec 247 heures d'éducteurs en 2021),
- 3 sites internet bien référencés, attractifs, ergonomiques, avec une arborescence claire qui permet une navigation efficace. Sites responsives sur tablettes et mobiles. Traductions de qualité en langues étrangères,
- Affichages extérieurs à jour et détaillés, traduits en langues étrangères, en bon état et harmonisés,
- Enseignes extérieures harmonieuses,
- Espaces d'accueil propres, en bon état et harmonieux, présentoirs thématiques qui permettent un parcours client clair et fluide,
- La documentation proposée et/ou à disposition,
- Le traitement des réclamations et le suivi de la satisfaction client
- Les actions de l'Office de Tourisme en faveur du développement durable.

« L'impression générale qui se dégage de l'accueil dans les Offices de Tourisme est très bonne, avec un vrai sens de la relation et une volonté de mettre en avant les atouts de la destination. De nombreuses propositions de visites ou d'activités, avec souvent une valorisation des lieux. »

Conseil - accueil

Une mission centrale

Boutique & activité commerciale

Animation

Accueil information / Experts en destination



Les principales demandes :

- Le territoire / le département,
- Les accès et moyens de transport,
- Les animations culturelles, marchés, brocantes...
- Les activités de loisirs, activités de pleine nature,
- Les disponibilités d'hébergement,
- Les informations liées à l'établissement thermal, aux cures et au Spa Thermal de Haute Provence
- La météo, l'état des routes, l'enneigement,
- Les tarifs des prestations proposées par l'OT,
- Accompagnement du client jusqu'à la réservation d'activités ou d'hébergement...


Un conseil client personnalisé basé sur le partage d'expérience

En 2022, **462 heures** (en augmentation) de formation et éducteurs, Découverte des nouvelles infrastructures, activités...

Formation pour tout le personnel d'accueil pour **performer dans le traitement des demandes des clients les 8 et 19 juillet 2022.**



Boutique et activités annexes

- Produits dérivés identitaires, 
- Cartes de randonnées, VTT,
- Location de VTT et matériel de Via Ferrata.

29.699,76€ TTC Chiffre d'affaire réalisé en 2022 sur l'ensemble des bureaux (hors service commercialisation) - 23% par rapport à 2021. (incendie et canicule ont fortement impacté le chiffre d'affaire)

70.488,56€

de chiffre d'affaires



-25% de location par rapport à 2021 à l'Office de Tourisme.

Températures très élevées de juin à septembre

En 2021, la fréquentation de la Via Ferrata du Rocher de neuf heures a largement été boostée par la communication faite autour de son extension.

Location Via Ferrata (nombre pers)	2022	2021	2020
Office de tourisme Digne	757	1019	172
Camping du Bourg		243	93
Camping Mandala		114	66
Total		1379	331



+ 36% de location par rapport à 2021 et + 121 % par rapport à 2020.

Contrats de location VTT (nombre pers)	2022	2021	2020
Office de tourisme Val de Durance	290	212	131



Cette activité fonctionne toute l'année (peu de commission pour ce service) et s'adresse en majorité à la population locale.



Billetterie

Billetterie avec commission	Nombre de billets	Chiffres d'affaire
Bureau Digne 2 spectacles	76	2.586,00€
Train vapeur	2	46,00€
	78	2.632,00€

Billetterie sans commission	Nombre de billets	Chiffres d'affaire
Bureau Digne 10 événements	1.165	30.976,00€
Cartes pêche	27	674,80€
Bureau Château (théâtre)	503	6.506,00€
	1.695	38.156,80€

Les séjours tout compris

Développement des séjours et thématiques

- **Séjours VTT** - 8 formules de séjour sur l'ensemble du territoire de PAA / 2, 3 ou 5 jours avec transferts de bagage,
- **Séjour Vélo Route** - Le tour de Provence Alpes en 3 jours,
- **Séjour Gravel** entre Val de Durance et Verdon en 2 jours
- **Séjour à cheval** - Sur la Route Napoléon en 2 jours,
- **Séjour Trail** - Val de Durance en 2 jours,
- **Séjours mini cure thermale** (Voies respiratoires ou rhumatologie),
- **Séjour Refuges d'Art** autour de l'œuvre d'Andy Goldsworthy en 4 jours,
- **Géoséjours** au sein de l'Unesco Géoparc de Haute Provence (en autonomie ou accompagné).



55.881€

- 44% de chiffre d'affaire par rapport à 2021

Cette baisse ne concerne pas les formules de séjours sportifs itinérants qui eux sont en hausse.

La gestion du Richelme par la Régie des Thermes et la réouverture du Tonic Hôtel rebaptisé Refuge des sources en 2023 vont permettre de regagner des parts de marché sur la clientèle groupe en séjour.

Animation

Un programme d'animations par destination

42 programmes édités en 2022
7.762 tirages + version numérique



- Collecte et saisie de l'information sur APIDAE,
- Conception et diffusion du programme.

Changement de rythme du programme d'animations :

De début juin à fin septembre et pendant les vacances de février, le programme est hebdomadaire.
En dehors de ces périodes, le programme est bi-mensuel.



Visites guidées

- ✓ **Visites de ville (Digne les Bains) :**
202 participants pour 19 sorties FORTE PROGRESSION par rapport à 2021).
Visites proposées par Claude BRAUN.
- ✓ **visites de groupe :**
2 groupes / 61 personnes



Excursions – Fête de la Randonnée

- ✓ **Sorties UNESCO Géoparc :**
45 participants pour 9 sorties payantes (7€) organisées par l'UGHP (-60% par rapport à 2021).
- ✓ **Fête de la randonnée :**
Nombreuses annulations pour météo défavorable. 210 participants.
Vers une réservation en ligne pour l'édition 2023.



Promotion

Une déclinaison de la stratégie touristique

marketing

La stratégie Touristique portée par Provence Alpes Agglomération et mise en œuvre par l'Office de Tourisme Provence Alpes Digne les Bains s'appuie sur :

Une promesse client

Dans les domaines

En mode

VIVRE DES EXPÉRIENCES EXCEPTIONNELLES

NATURE, SPORT, BIEN-ÊTRE, ART et CULTURE....

ACTIF ou CONTEMPLATIF, SÉDENTAIRE ou NOMADE

3 destinations

DIGNE LES BAINS
VAL DE DURANCE
**haute
provence**
TERRE D'ÉMOTIONS PURES

BLANCHE
SERRE PONÇON
purealpes
TERRE D'ÉMOTIONS PURES

MOUSTIERS
SAINTE CROIX
verdon
TERRE D'ÉMOTIONS PURES

Une signature commune

TERRE D'ÉMOTIONS PURES

1 facteur différenciant



Adhésion à 2 marques monde portées par le CRT Région Sud

Plus forts ensemble ! Se rassembler sous des drapeaux communs et connus à l'international !

- Gagner en efficacité
- Etre plus visibles notamment sur les marchés internationaux pour la Haute Provence.

PROVENCE « ENJOY THE UNEXPECTED »

- ✓ **Développer** la notoriété et l'attractivité de la Provence
- ✓ **Attirer** les clientèles lointaines et à haute contribution
- ✓ **Accroître** la fréquentation des clientèles européennes des principaux marchés émetteurs : Royaume Uni et Allemagne
- ✓ **Développer** les durées de séjours prioritairement hors saison



ALPES FRENCH SOUTH

- ✓ **Assurer** la visibilité de la destination Alpes du Sud
- ✓ **Soutenir** les professionnels de la montagne
- ✓ **Accroître** les ventes vers les stations des Alpes du Sud



Adhésion à une SMART DESTINATION : INTENSE VERDON

Dans le cadre de son plan de croissance de l'économie touristique 2017-2022, la Région SUD Provence-Alpes-Côte d'Azur a souhaité **faire émerger des destinations touristiques infrarégionales** adossées aux trois grandes marques monde (Provence, Alpes et Côte d'Azur).

Les Départements des Alpes de Haute-Provence et du Var via leur Agence de Développement, le Parc Naturel Régional du Verdon et les 6 collectivités riveraines du Verdon se sont organisées courant 2018 pour porter collectivement cette démarche de coopération.

Création de la marque **INTENSE VERDON** : 11 partenaires (Offices de Tourisme) des sources à la confluence du Verdon qui s'articule autour de valeurs communes et d'un positionnement commun : **PLAISIR SAIN ET VITALITÉ**



En 2022

- Mise en place d'une stratégie éditoriale, d'un guide de marque et d'une charte graphique Intense Verdon ,
- Recrutement de 2 CDD de mission sur 3 ans (1,5 ETP),
 - 1 poste pour l'animation du collectif et la mobilisation des acteurs,
 - 1 poste pour la création et l'animation d'un site portail en 2023 et des réseaux sociaux Intense Verdon.
- Réalisation d'une brochure Intense Verdon,
- Réalisation d'une carte touristique.

Une stratégie Presse amplifiée en 2022



L'office de tourisme collabore depuis 4 ans avec l'agence de relations presse RévolutionR.

Notre partenariat avec l'agence - Objectifs :

- ✓ Développer l'image, la notoriété & l'attractivité de la destination,
- ✓ Valoriser l'offre touristique de chaque destination,
- ✓ Valoriser certains événements ou activités,
- ✓ Veille média depuis 2022 (Kantar).

Réalisations en 2022

- Elaboration et mise en œuvre d'une **stratégie de relations presse basée sur nos thématiques prioritaires**,
- Rédaction d'un **dossier de presse été**, d'un dossier de presse **hiver**
- Rédaction de **communiqués de presse** et envoi à 7000 journalistes,
- Organisation de **voyages et conférences de presse**.



Abonnement annuel à la veille média KANTAR

Objectifs :

- Obtenir une veille Presse, Web, TV & Radio sous forme de coupures de presse mises à disposition dans un espace client sécurisé,
- **Consultation des retombées**, accès aux données,
- **Elaboration d'une revue de presse la plus exhaustive possible.**



La partenariat avec RévolutionR en détail



30 communiqués de presse envoyés de février à octobre 2022

1. Diffusion de DP printemps 21/22 **28/02**
2. **Nouveautés, bons plans et expériences à vivre dans les Alpes-de-Haute-Provence cet été 28/03**
3. **Venez découvrir l'un des plus grands domaines VTT de France**, au cœur de l'UNESCO Géoparc de Haute-Provence **11/04**
4. Art et géologie se mêlent au cœur de l'UNESCO Géoparc de Haute-Provence » **21/04**
5. Ouverture des 3 bikeparks Blanche Serre-Ponçon » **11/05**
6. Les activités nautiques incontournables à découvrir cet été dans les Alpes-de-Haute-Provence » **12/05**
7. **La saison de la lavande commence...** Expériences et événements à vivre dans les Alpes-de-Haute-Provence **18/05**
8. Nouveau à Montclar : World Mini Golf **23/05**
9. Les 10 ans de la via ferrata de Prads Haute-Bléone **8/06**
10. Événements sportifs à vivre cet été dans les Alpes-de-Haute-Provence **10/06**
11. Événements à vivre cet été dans les Alpes-de-Haute-Provence **12/06**
12. Lancement du label GEOFood pour valoriser les productions alimentaires locales de l'UNESCO Géoparc de Haute-Provence **15/06**
13. Découvrez les champs de lavande en fleurs dans les Alpes-de-Haute-Provence **26/06**
14. **Les activités incontournables de l'été du Verdon en passant par la Haute-Provence jusqu'à Blanche Serre-Ponçon 27/06**
15. 5ème édition du Half Marathon des sables à Fuerteventura **28/06**
16. **Découvrez les eaux turquoises du lac de Sainte-Croix-du-Verdon** dans les Alpes-de-Haute-Provence **7/07**
17. **Il y a de l'eau dans le lac de Sainte Croix ! Toutes les activités nautiques sont possibles ! 18/07**

18. Juillet : des cols réservés aux cyclistes chaque mercredi matin **19/07**
19. **Passez l'été au frais dans la Vallée de Blanche Serre-Ponçon 21/07**
20. J-2 Corso de la lavande : vivez l'expérience 100% lavande à Digne-les-Bains, du 5 au 9 août **3/08**
21. Profitez d'une pause culture dans les Alpes-de-Haute-Provence **4/08**
22. J-4 : la 100ème édition du concours mulassier : une tradition ancestrale qui perdure **9/08**
23. Retour sur la 100ème édition du concours mulassier : une tradition ancestrale qui perdure **13/08**
24. Retour sur la 100ème édition du concours mulassier : une tradition ancestrale qui perdure **16/08**
25. J-3 centenaire de la foire de la lavande : vivez l'expérience 100% lavande à Digne-les-Bains, du 25 au 29 août **22/08**
26. La fête de la rando : 50 randonnées sur le thème de l'eau – les 24 et 25 septembre à Digne-les-Bains **29/08**
27. Découverte des bonnes adresses en circuit court dans les Alpes-de-Haute-Provence **15/09**
28. Randonnées incontournables et idées séjours **17/09**
29. Les activités incontournables pour profiter de l'été indien **03/10**
30. City Break, profitez d'un week end à Digne les Bains **10/10**

+ 12 communiqués de presse HIVER envoyés d'octobre à décembre 2022

Les retombées

Le partenariat avec RévolutionR a engendré :
416 RETOMBÉES PRESSE – RADIO – TV – WEB
 Soit un équivalent d'achat d'espace d'environ **9.931.400 €**



1^{er} janvier – 31 mars 2022



24 avril – 15 septembre 2022





16 septembre - 31 décembre 2022



16 septembre - 31 décembre 2022

Retombées presse en 2022 – « Best of TV »

Date : 06/06/2022
Sujet : Présentation du chemin qui traverse la Provence de la transhumance
Audience : 5 974 640 spectateurs
EAE : 721 957 euros




Date : 14/04/2022
Sujet : Tourisme : embellie sur les réservations
Audience : 4 458 222 spectateurs
EAE : 263 860 euros




Date : 23/08/2022
Sujet : Découverte : le lac de Sainte-Croix, source de bonheur
Audience : 2 061 114 spectateurs
EAE : 60 733 euros




Date : 09/06/2022
Sujet : Image du lac de Sainte-Croix
Audience : 273 656 spectateurs
EAE : 5 725 euros




Date : 26/08/2022
Sujet : Le JT depuis la foire de la lavande de Digne-les-Bains
Audience : 500 000 spectateurs
EAE : 2 000 euros

La stratégie touristique élaborée par Provence Alpes Agglomération a révélé 4 filières prioritaires :

- **Tourisme de “pleine santé”,** incluant le thermalisme, la remise en forme, le bien-être et le bien vieillir,
- **Montagne, sports et activités de pleine nature,**
- **Écotourisme, dont géotourisme,**
- **Art et culture.**

C’est en fonction de cette stratégie définie par la collectivité que l’office de tourisme concentre son énergie et ses moyens. Les actions de promotion et de communication visent à développer en priorité ces quatre filières.

Commercialisation :

Nouvelle gamme de séjours individuels :
Bien être, culture et outdoor.

- UNESCO Géoparc de Haute Provence
- Refuge d’art
- Spa thermal
- VTT
- La Roulo



ZOOM sur ... le SPA THERMAL de Haute Provence

Ouverture le 17 mars 2022

Plan d'actions élaboré en collaboration avec la régie des Thermes de Digne les Bains pour lancer l'activité de ce nouvel équipement dès son ouverture.

Obtention d'un financement FNADT dans le cadre du plan de relance national pour :

- Accompagner et booster le lancement du spa thermal afin d'assurer une **fréquentation immédiate** dès son ouverture,
- Développer **la notoriété** et la crédibilité des Thermes en s'appuyant sur leur expertise,
- S'inscrire dans la dynamique de Provence Alpes Agglomération « **territoire de pleine santé** »,
- Travailler en collaboration avec les trois acteurs principaux de la filière thermique : Provence Alpes Agglomération , Régie des Thermes et Office de Tourisme,
- Travailler en synergie avec les partenaires de la filière.

Production de contenu

Reportage photos Spa Thermal (Lenaturographe)



Tournage d'une vidéo avec teaser promotionnel (Grip Media)

Combiné bien être : Spa thermal, marche afghane, refuge d'Art...

- Reportage vidéo, Grip media : Spa Thermal 2'08
- Reportage vidéo, Grip média : Thermes 1:38'
- Pub thermes 2023 France 3



30'' et 2'30

300.000 vues

(réseaux sociaux et youtube)

Insertions publicitaires



- **Panneau 4x3 Aix en Provence**
visuel spa de février à novembre 2022,
- **L'Officiel du Thermalisme** : 1 page sur Digne-les-Bains,

- **Spot radio** thermalisme sur **France Bleu** (Provence, Vaucluse et Azur) 72 passages
Période de diffusion : du 14 au 27 février,
- Partenariat **BFM Dici**,
- Spot radio Spa Thermal **Alpes 1** (Centre, Haute-Provence),
- **Haute Provence Info** Spa Thermal (parutions papier + web + Facebook).

**Agenda salon
dédié à la filière Bien-être**

20 > 23/01 : Salon des Thermalies à Paris.
Découvrir les vertus de l'eau, les plus belles destinations thermales en France et à l'étranger et les dernières tendances en matière de bien-être.



Saison thermale 2022

La saison 2022 est marquée par :

- Un retour de la clientèle thermale après plusieurs saisons impactées par la crise sanitaire,
- L'ouverture du SPA Thermal le 17 mars



Thermalisme & Bien-être

Double page dans le Guide d'Accueil de l'Office de Tourisme



Les contraintes sanitaires n'ont pas rendu possible la tenue des conférences et des pots d'accueil en 2022 mais ils reprendront en 2023.

Le travail de collaboration entre l'Office de Tourisme et les Thermes s'est intensifié avec l'ouverture du Spa Thermal de Haute Provence qui a bénéficié d'un plan de communication spécifique d'envergure.

Le partenariat avec RévolutionR



Élaboration d'un plan presse spécifique pour l'ouverture du Spa Thermal de Haute Provence et accompagnement.

- Organisation d'une conférence de presse à l'occasion de l'ouverture suivie d'un voyage de presse,
- Rédaction d'un dossier de presse thématique,
- Rédaction de 8 communiqués de presse.



- **Organisation d'une conférence de presse (8 mars)**
12 journalistes / BFM DIC1, France 3 PACA, Dauphiné Libéré, Haute Provence Info, La Provence, Radio Var Métropole, Banque des territoires, Alpes 1.

En présence de : Patricia GRANET-BRUNELLO, Présidente de Provence Alpes Agglomération et maire de Digne-les-Bains, Francis KUHN, conseiller communautaire délégué à la stratégie de pleine santé, Bernard TEYSSIER, vice-président de Provence Alpes Agglomération délégué à l'attractivité touristique, Benoît CAZERES, Président de l'Office de Tourisme Provence Alpes Digne-les-Bains, Véronique LEMER, Directrice des Thermes de Digne-les-Bains.

- **Rédaction de plusieurs communiqués de presse**
 14/02 – **Nouveau Spa Thermal de Haute Provence** (Thermes de Digne les Bains, 04) : présentation et carte des soins,
 29/03 – Nouveau Spa Thermal de Haute Provence (04) : Pause bien-être avec la découverte de la carte des soins et des partenaires,
 11/04 – Haute Provence (04) : Les Thermes de Digne les Bains dévoilent leurs cures et mini-cures thermales,
 13/05 – Dynamisez votre cure à Digne les Bains en Haute Provence (04),
 9/06 – **Les Thermes et Spa de Haute Provence** (04) en fête les 17 et 18 juin,
 22/07 – Les Thermes de Digne les Bains (04) : spécialistes de la cure ORL – Voies respiratoires,
 3/08 – **Mille et une façons de se rafraîchir à Digne les Bains** (04),
 1/12 – Pour Noël, on s'offre une parenthèse de bien-être au Spa Thermal de Haute Provence.

- **Organisation d'un voyage de presse à la suite de la conférence de presse**
- Lena ROSE (côté santé, femme actuelle)
- Nadia SAHEL (C pour...)
- Anne AUTRET (L'Actu Spa & Bien-être)
- Antigone SHILLING (Jalouse, l'Officiel)
- Marine NORMAND (Madmoizelle)
- Michèle DELATTRE (Les nouvelles esthétiques)
- Sarah CHEKROUN (auféminin.com)
- Lorelei BOQUET VAUTOR (Top Santé, Yahoo, le groupe Dopamix (Fémitude, Fémi-9 et Mieux Pour Moi), le blog du site Gillette et Cosmopolitan)
- Amélie PELLETIER

Au Programme

9 mars:

Visite de la Maison Alexandra David Neel

Déjeuner Chez Nusa

Après-midi au Spa Thermal de Haute Provence :

- accès illimité à l'espace thermo ludique + soin du corps individuel en cabine

Diner « bar à vins et tapas » au 28

10 mars :

option 1 : transfert vers le départ de la randonnée du Refuge d'Art du Vieil Esclangon (trajet 30min)

OU option 2 : visite du Musée Gassendi

déjeuner au restaurant Le Bleu Cerise

le SPA THERMAL de Haute Provence Retombées presse de mars à décembre 2022

RETOMBÉES PRESSE EN CHIFFRES

SOURCE KANTAR

VOLUME DE RETOMBÉES

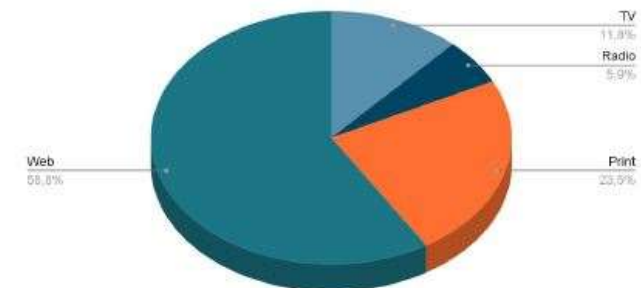
51

VOLUME DE CONTACTS

32 millions

EQUIVALENT PUB

422 279 €



« Best of TV »



« Best of Presse »



Créateurs de contenu sur les réseaux sociaux

- ❖ **Organisation BLOG TRIP / voyage pour 3 influenceuses du 14 au 16 juin**
 Angélique Navarro @angiie_aloha (54,7 K followers)
 Camille Dubois Leipp @cam_dewoods (25,3 K followers)
 Justine Dalle Vedove @lapetite_lyonnaise (67,9 K followers)

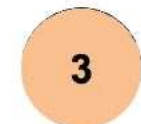
Combiné bien être : Spa thermal, marche afghane, refuge d'Art...

- ❖ **Partenariat 3 saisons avec l'influenceuse**
 « **La fille à l'envers** » (Marseille – 32,4K followers)

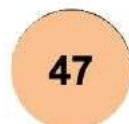
Combiné découverte du territoire / Spa thermal

- 1. VTT – Bien être**
 Test du séjour VTT le DUO (19 au 21 mai)
 Soins et espace aquatique Spa Thermal
- 2. Rando – Bien être**
 Refuge et tête de l'Estrop (27 au 30 juillet)
 Soins et espace aquatique Spa Thermal
- 3. Sensations sportives – Bien être**
 Parapente / VTT / Escalade / Rando /
 Bains des Bois / Spa thermal Octobre 2022

- ❖ **BLOG TRIP en partenariat avec l'AD04 de l'influenceuse « Itinéra Magica » (Juin)**
 (28,8K followers) **du 8 au 12 mai.**
 Musée Promenade + Refuge d'Art du Vieil Esclançon + Clues de Barles
 + musée ADN + visite de ville de Digne-les-Bains + Gorge de Trévans +
 Etoile de St Vincent + **Spa Thermal** + via ferrata du Rocher de Neuf h.



Influenceurs



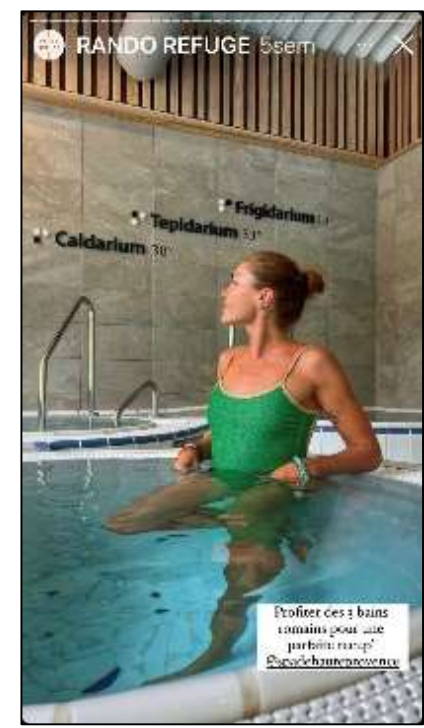
Stories



Earned Media Value

Bilan BLOG TRIP 3 influenceuses 14 - 16 juin

Nombre de comptes sociaux	3
Cible potentielle touchée	132 K
Nombre d'engagement	9.67 K
Impressions estimées	352 K



Activités de pleine nature - Salons

Agenda des salons
dédiés aux activités de pleine nature

- 25 > 27 mars : **Salon du randonneur** à Lyon : rendez-vous incontournable pour tous les amoureux de randonnée et d'itinérance, à pied, à vélo ou à cheval,
- 1er > 3 avril : **Salon ID Week-end** à Nice,
- 29 avril > 1er mai : **Outdoor Festival** à Cannes : 1ère édition du Festival Outdoor 06 : plus d'une centaine d'activités et de disciplines sportives à découvrir gratuitement,
- 5 > 9 octobre : **Roc d'Azur** à Fréjus 1er événement VTT au monde.
-
- 1er > 2 octobre : **Fête de la randonnée** à Digne-les-Bains
- 8 > 9 octobre : **Enduro VTT** des Terres Noires



Activités de pleine nature – Création de contenu

4 reportages photos

- Reportage photos, Jean Luc Armand : Gravel
- Reportage photos, Michel Boutin : Montclar / Plateau de la Chau
- Reportage photos, Michel Boutin : Vallée du Bès
- Reportage photos, Philippe Murtas : Barre des Dourbes

➡ Organisation / suivi / recherche de figurants...

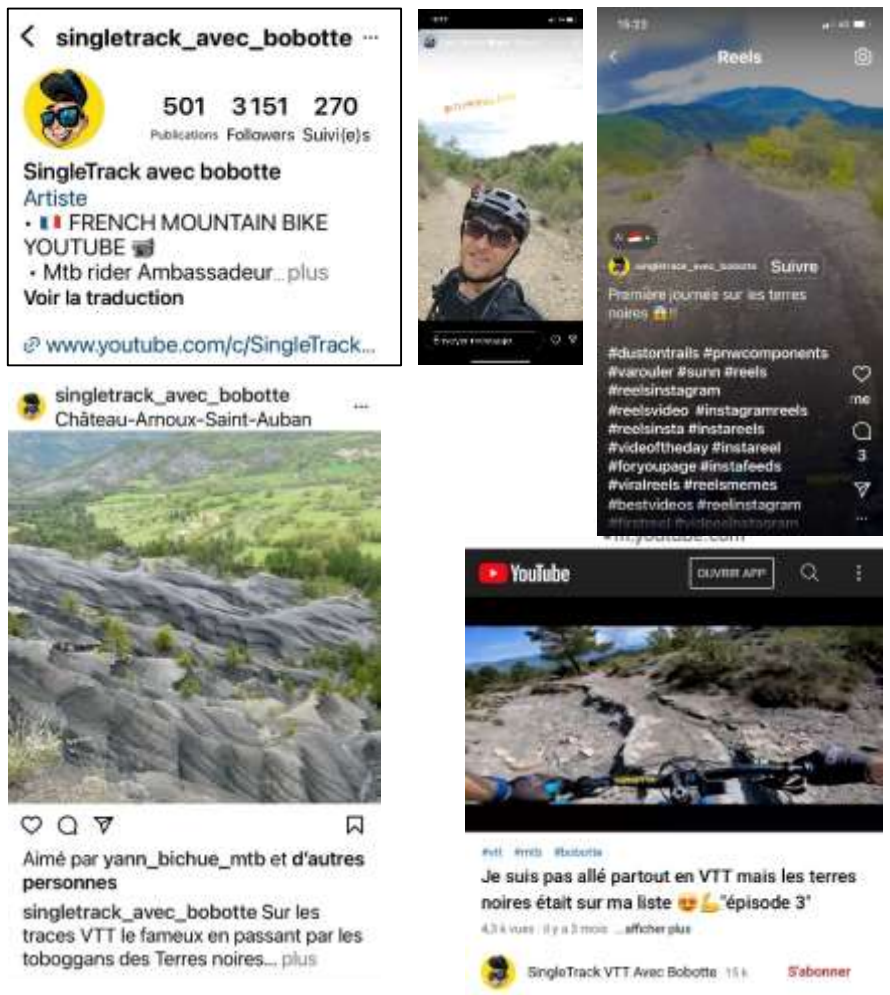


Publications réseaux sociaux

- Création de **publications sur les réseaux sociaux** spécifiques activités de pleine nature + publications sponsorisées



- **Test du séjour VTT « Le fameux » par le blogueur « Bobotte »**
(3,151K followers insta / 15K YOUTUBE)



Insertions publicitaires / Publi rédactionnel

- Magazine : Echappées dans les Alpes de Haute Provence,
- 1/2 page dans le calendrier des événements VTT + 1/2 Page dans le Hors-Série Gravel **Magazine Vélo Vert**,
- Promotion de nos séjours VTT : 1 séjour VTT offert dans le cadre de la campagne de promotion des Grandes Traversées VTT 2022 de la FFC,
- **Routes de la lavande** : pack web « coup de cœur »,
- **Contrat de partenariat** « Tournée d'été Offre Montagne » **Dici Radio**,
- **Sponsoring BFM Dici** 1 mois,
- **Guide EDITEREL** Vacances en Provence (page Sainte Croix),



Le Mois « Lavande » à Digne-les-Bains

Les Dates de la lavande : du 15 juin au 15 juillet 2022. Le mois de la lavande est un mois magique en Provence. C'est le moment idéal pour découvrir les paysages et les traditions de cette région. Les lavandières, ces petites maisons blanches, sont un patrimoine unique. Elles sont situées dans les champs de lavande et offrent une vue magnifique sur la vallée. C'est un lieu idéal pour se détendre et profiter de la chaleur du soleil.

SAINTE CROIX DU VERDON

Le village de Sainte-Croix-du-Verdon est un village unique en France. Il est situé dans une vallée magnifique et offre une vue imprenable sur les montagnes. C'est un lieu idéal pour se détendre et profiter de la chaleur du soleil.

Circuit à la découverte des champs de lavande en vélo de toute

DES EXPÉRIENCES A VIVRE

Apéro rando à cheval au milieu des champs de lavande

Balade en VTT électrique dans les champs de lavande

Routes de la lavande : pack web « coup de cœur »,

Zoom sur... LA ROUTO



PROJET LEADER

Projet franco-italien de coopération LEADER
Objectif : Développer les territoires autour de la pratique de la transhumance et de l'itinérance touristique.

Mise en marché et promotion d'un itinéraire touristique et thématique.

- **Accompagner** en termes de promotion et de communication la mise en tourisme de l'itinéraire thématique,
- **Développer** la notoriété de ce nouvel itinéraire,
- **Donner une visibilité** forte aux territoires particulièrement marqués par l'activité pastorale,
- **Mettre en avant** les différents opérateurs et prestataires touristiques en lien avec la transhumance,
- **Valoriser** l'offre d'agritourisme qui en découle (productions locales de viande, fromage..),
- **Promouvoir** et valoriser les circuits courts en structurant l'offre agricole.



LA ROUTO - Eductours

Organisation de deux journées de sensibilisation à l'itinéraire à destination des socio-professionnels se situant sur l'itinéraire.

Ces **eductours** ont été organisés par l'**office de tourisme** en partenariat avec la **Maison de la Transhumance** et ont été encadrés par Claire Dallemagne, chargée de mission pour le projet Leader de coopération la Routo à la Maison de la Transhumance et Charles Speth, accompagnateur en montagne.

Deux RDV, un à Seyne-les-Alpes et un à Digne-les-Bains :

Vendredi 7 octobre à l'hôtel Le Vieux Tilleul à Seyne-les-Alpes

Mercredi 12 octobre au Spa Thermal de Digne-les-Bains

Programme de chaque journée :

Matin : présentation du projet par Claire Dallemagne et présentation des étapes de l'itinéraire par Charles Speth, échange questions/réponses.

Midi : Déjeuner

Après-midi : Randonnée découverte sur une partie de l'itinéraire.

L'ensemble du personnel de l'Office de Tourisme a également suivi des éductours spécifiques.



LA ROUTO - Presse

Élaboration d'un plan presse spécifique en partenariat avec l'agence RévolutionR

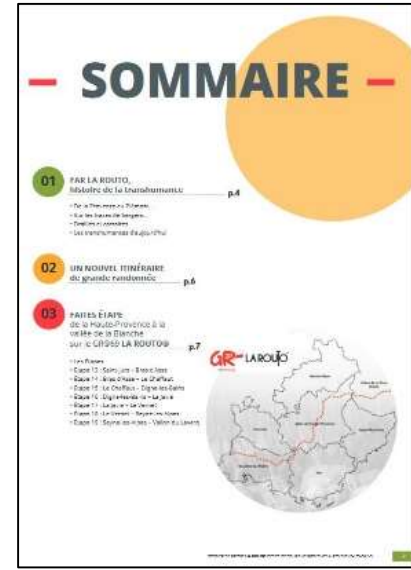


- Rédaction d'un dossier de presse thématique,
- Rédaction de 7 communiqués de presse de mars à septembre 2022 :

1. À la découverte de la Grande Randonnée, le GR@69 La Routo© - Sur les chemins de la transhumance,
2. Diffusion de DP La Routo,
3. Découvrez les spots pastoraux incontournables,
4. Immersion dans la vie des bergers,
5. Les bonnes adresses sur le GR@69 La Routo© pour une pause culture lors de votre randonnée,
6. Profitez de pauses culturelles sur le GR@69 La Routo©,
7. Le GR@69 La Routo© : descriptif des étapes.

Retour sur 2021

UN voyage de presse thématique avait été organisé en octobre 2021 pour 4 journalistes : (Balade magazine / L'Est Républicain, La montagne et Alpinisme, Esprit Trail)



La ROUTO – Retombées presse 2022 / 1^{ER} septembre 2021 – 26 août 2022

RETOMBÉES PRESSE EN CHIFFRES

SOURCE KANTAR MEDIA

COMMUNIQUÉS DIFFUSÉS	VOLUME DE RETOMBÉES	VOLUME DE CONTACTS	EQUIVALENT PUB
7	58	80 449 477 <i>Personnes touchées</i>	1 613 072 €



80 449 477 DE CONTACTS TOUCHÉS

TÉLÉVISION	PRESSE ÉCRITE	RADIOS	WEB
5 974 640 CONTACTS	5 986 613 CONTACTS	29 406 CONTACTS	68 458 818 CONTACTS*

« Best of TV »



Date : 06.06.2022
Sujet : Présentation du chemin qui traverse la Provence de la transhumance
Audience : 5 974 640 téléspectateurs

L'ART dans la nature au cœur des GÉOPARCS

PROJET LEADER

Projet inter-géoparcs de valorisation touristique de l'art dans la nature.

Objectifs :

Favoriser la structuration et la mise en tourisme des œuvres d'art.

Les UNESCO Géoparcs de Haute-Provence et des Monts d'Ardèche ont engagé un projet de coopération dans le but de :

- Renforcer les synergies entre les deux territoires en matière de **structuration et de valorisation touristique de l'art dans la nature par des échanges d'expériences** et la définition d'objectifs partagés ;
- **Élaborer un plan marketing commun** qui sera décliné en actions de communication pour augmenter la notoriété et la visibilité de leur offre aux échelles nationale et internationale
- **Générer davantage de retombées économiques locales** par la commercialisation de produits de séjours combinés et d'expériences de découverte à la journée adaptées à la demande et aux parcours clients
- **Faire monter en compétences les acteurs du tourisme** et en particulier les différents intervenants qui assurent des missions d'accompagnement et de médiation destinées auprès des publics locaux et touristiques.



Actions portées par l'Office de Tourisme en 2023

Mise en œuvre d'actions de relation presse :

- Élaboration d'un **dossier de presse**
- Organisation d'une **conférence de presse le 13 avril à la Maison de la Géologie** avec les Monts d'Ardèche
- **Communiqués de presse** dédiés
- Organisation de deux **voyages de presse** thématique par le Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche

Eductours : Sensibilisation des acteurs à l'offre Géoparc / Art dans la nature

Montagne - Hiver

Le plan d'action HIVER 2022/2023 porte sur les 3 stations de Blanche Serre Ponçon et fait l'objet d'un partenariat entre l'Office de Tourisme et les stations de Chabanon et le Grand Puy.

Il inclut également des partenariats avec l'Agence de Développement 04 et le CRT Région Sud sous la marque ALPES.

Objectifs :

- **Renforcer la notoriété** des 3 stations de Blanche Serre-Ponçon,
- **Améliorer la fréquentation** et la consommation touristique,
- **Renforcer le rôle prescripteur des habitants,**
- **Développer les synergies** entre acteurs publics, privés et OT.

Ce plan de communication s'adresse à un marché régional et de proximité, il repose sur plusieurs axes :

- Les week-ends des enfants
- Habitants ambassadeurs des stations de montagne
- Premières neiges
- Le lancement de la saison : ouverture des stations
- Les activités hors ski
- Les nouveautés
- De nouvelles expériences



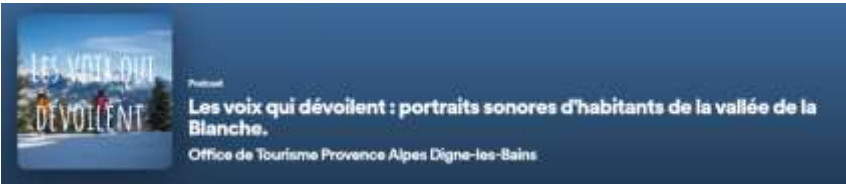
Clientèles prioritaires

- **Enfants / familles**
- **PACA**
- **Provence Alpes Agglomération**

MARKETING – FILIÈRES SPÉCIFIQUES – MONTAGNE HIVER

Les éditions

- Guide d'accueil Purealpes (6.000ex)
- Création et impression flyer **forfait saison massif** (10.000 ex),
- Création et impression d'un flyer **forfait enfant massif** (10.000 ex) pour publipostage habitants aggro,
- Création et impression flyer **week end des enfants** (2.000 ex)
- Campagne de marketing direct (clients des stations) 2200 mails envoyés.
- Dépôt Mairies et commerces de PAA
- Insertion dans la Provence
- Insertion Magazine Provence Alpes Agglomération



Création de contenu

1 teaser ouverture station / lancement saison à partir de ruschs 2021-22



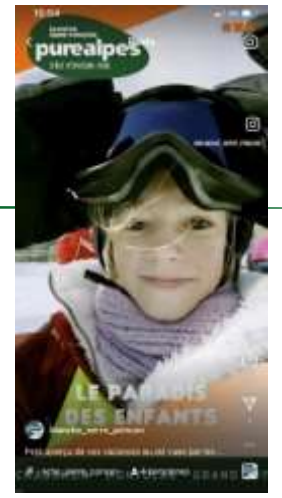
5 Podcasts – Portraits (Madrigal Pro)

« Des voix qui dévoilent » : portraits sonores des habitants de la vallées de Blanche Serre Ponçon

- Allix et Patrick, gérants du gîte de Flagustelle
- Roger Isoard, ancien maire d'Auzet
- Emmanuelle Vors, monitrice de ski Joering
- Virginie, dameur et salariée agricole
- Clément, accompagnateur en montagne

Réal

Réalisation d'un réal : les vacances à la neige vues par les enfants



MARKETING – FILIÈRES SPÉCIFIQUES – MONTAGNE HIVER

Salons

Participation à un workshop presse sous la marque ALPES et en partenariat avec l'AD04

- **Workshop presse Marseille le 17 octobre**
une dizaine de contacts journalistes

Participation à un salon grand public :

- **Tout Schuss Day les 19 et 20 novembre**
Animation sculpture sur ballon avec Patrick Attrack
Environ 120 adresses mail qualifiées collectées



Opérations commerciales

- **Centre commercial du Pontet-Avignon - 7/8 octobre**
Village de montagne avec chalets / promo des stations par les prestataires. L'opération s'est bien déroulée, les professionnels des 3 stations étaient présents dans toute la galerie avec de belles offres mises en avant. Diffusion du spot radio annonçant l'évènement sur VIRGIN + RFM dès le 4 octobre.



- **Centre commercial du Pontet-Avignon - du 25/11 au 31/12**

1 chalet promo globale 3 stations
Fréquentation sur le stand : 242 personnes (128 demandes). Profil des visiteurs : grand public non qualifié tourisme. Les lots n'ont pas été joués lors du jeu concours organisé par la galerie.

Des progrès sont à faire sur l'attractivité et l'animation du stand (déco, TV, goodies) Participation des pros : un calendrier de remplacement de Florian a été mis en place pour les lundis/mardis. Seuls L'ESF de Chabanon et Barles Sport ont pu assurer ce remplacement le 6 et 13 Décembre.



Création et impression de flyers (20.000ex), PLV (6 Roll Up)

Insertion publicitaire

- Panneau publicitaire 4X3 Aix en Provence



Des campagnes spécifiques pour les stations de Chabanon et le Grand Puy dans le cadre du fonds de promotion Hiver 2022/2023

- Insertions publicitaires La Provence print + web
- Campagne digitale facebook / instagram et spot dédié à la station
- Radio Groupe NRJ

Campagnes numériques

- **37 publications boostées**
BSP / Chabanon / Le Grand Puy / Week-end des enfants
- **29 publications non boostées**
BSP / Chabanon / Le Grand Puy
- **Référencement payant**
Google ads / météo France

➔ **4.876.576 vues**
69.401 actions sur les publications

Partenariat cross média OT/CRT PACA

- Pack famille Occitanie/Montpellier mix média (digital / affichage / radio...)

Partenariat AD04

- **Accueil d'une influenceuse « Wild Road »**
3 jours de stories immersives + 1 article de Blog



Vente des skipass

280.736,00€ de chiffre d'affaires

- **+13%** du chiffre d'affaires pour la saison 2022/2023
- **+ 131%** du chiffre d'affaires réalisé sur les forfaits collégiens et lycéens aggro (publipostage ciblé réalisé)



VENTE FORFAIT SAISON MASSIF BLANCHE SERRE-PONÇON COMPARATIF N / N-1 / N-2

Forfaits vendus	2019/2020			2020/2021			2021/2022			2022/2023				
	Nb	PU (TTC)	Total (TTC)	Nb	PU (TTC)	Total (TTC)	Nb	PU (TTC)	Total (TTC)	Nb	Evol %	PU (TTC)	Total (TTC)	Evol %
Adulte primeur	1013	178,00 €	180 314,00 €	970	182,00 €	176 540,00 €	875	185,00 €	161 875,00 €	928	6%	198,00 €	183 744,00 €	13%
Enfant primeur	173	156,00 €	26 988,00 €	166	160,00 €	26 560,00 €	145	163,00 €	23 635,00 €	152	5%	174,00 €	26 448,00 €	12%
Adulte promo 2	21	234,00 €	4 914,00 €	16	234,00 €	3 744,00 €	47	238,00 €	11 186,00 €	18	-61%	255,00 €	4 590,00 €	-59%
Enfant promo 2	1	182,00 €	182,00 €	1	182,00 €	182,00 €	11	185,00 €	2 035,00 €	5	-54%	198,00 €	990,00 €	-95%
Adulte plein tarif	43	264,00 €	11 352,00 €	2	264,00 €	528,00 €	39	269,00 €	10 491,00 €	34	-12%	288,00 €	9 792,00 €	-6%
Enfant plein tarif	15	203,00 €	3 045,00 €	0	203,00 €	0,00 €	14	207,00 €	2 898,00 €	13	-7%	221,00 €	2 873,00 €	-1%
P2A 5/11 ans (agglo et Ubaye Serre Ponçon)	498	57,00 €	28 386,00 €	166	57,00 €	9 462,00 €	310	60,00 €	18 600,00 €	351	13%	64,00 €	22 464,00 €	20%
P2A Collégien et Lycéen (agglo et Ubaye Serre Ponçon)	56	99,00 €	5 544,00 €	27	99,00 €	2 673,00 €	86	106,00 €	9 116,00 €	187	117%	113,00 €	21 131,00 €	131%
P2A Lycéen (uniquement 2019/2020/2021)	10	136,00 €	1 360,00 €	7	140,00 €	980,00 €								
SKI CLUB USB / POMPIERS SEYNE-USP / GENDARMERIE	35	57,00 €	1 995,00 €	22	57,00 €	1 254,00 €	99	60,00 €	5 940,00 €	101	2%	64,00 €	6 464,00 €	8%
Sénior +75ans (uniquement 2022/2023)							54	46,00 €	2 484,00 €	35		64,00 €	2 240,00 €	
TOTAL	1865		264 080,00 €	1377		221 923,00 €	1680		248 260,00 €	1824	8%		280 736,00 €	13%

Une stratégie Presse



- Création d'un **dossier de presse hiver** et envoi à 8.500 journalistes
- **16 Communiqués de presse**
- ✓ diffusion du DP
- ✓ ouverture stations
- ✓ Le Grand Puy station parmi les plus abordables
- ✓ nouveautés
- ✓ paradis des familles
- ✓ hébergements
- ✓ ouverture anticipée Chabanon
- ✓ ouverture anticipée Montclar
- ✓ Site nature du Fanget
- ✓ Marchés de Noël
- ✓ Ouverture stations
- ✓ Idées reportages
- ✓ Week-end des enfants
- ✓ Pause gourmande
- ✓ Idées reportages
- ✓ Week-end des enfants



- **Accueil d'une influenceuse.**
3 jours de stories immersives + 1 article de Blog

La Fille à l'envers
love & lifestyle



Montclar les 2 vallées, une histoire de coeur

Montclar les 2 vallées est une histoire de familles et d'habitants, une économie participative pour créer dans les années 1960 la station village que l'on connaît aujourd'hui, loin de toute promotion immobilière. La station offre deux versants avec 50 km de pistes et un domaine qui culmine 2500 mètres d'altitude. Coup de coeur pour la partie haute, du côté de l'Ubère depuis le télésiège de la Brèche, et sa vue est imprenable, du Fort de Dormillouse jusqu'au lac de Serre Ponçon. Un 360° de haute montagne ! J'ai pu découvrir le domaine accompagné de Sébastien, directeur de l'Office de Tourisme de Digne les bains. Lors de mon précédent séjour ce BE d'escalade m'avait encadré sur une sortie groupe. C'est avec plaisir que j'ai pu le retrouver cet hiver skis aux pieds.



Chabanon Selonnet et son ski nocturne

Chabanon Selonnet c'est 40 km de pistes tous niveaux pour skier selon vos envies avec un forfait 4h00, journée ou ski nocturne !! Une station ensoleillée qui offre une très belle vue sur le sommet du Blayeuil, la montagne emblématique du territoire. J'ai eu la chance de skier avec Julien, directeur de l'ESF Chabanon / Le Grand Puy. Une matinée à la découverte des plus beaux endroits du domaine, des conseils techniques avisés et un ski nocturne tellement fun !! A Chabanon, le ski c'est jusqu'au bout de la nuit !! J'ai trouvé ce format super. Une immense piste (la plus longue d'Europe: 3,5 km) en nocturne pour skier sous les étoiles. (Tarif unique de 17h à 21h : 9,40 euros)



Le Grand Puy et ses activités familiales

Le Grand Puy est la plus ancienne et la plus petite des stations de la vallée. Un domaine historique avec 25 km de pistes de 1300 à 1800 mètres d'altitude. Le Grand Puy est connu pour la multitude d'activités proposées, un programme d'animations familiales bien rythmées durant les vacances scolaires ! Forfait ski entre 16 à 20 euros la journée suivant la période. Bonne idée également avec le forfait « dernières remontées » à 8 euros deux heures avant la fermeture du domaine. Au Grand Puy j'ai rencontré Anthony, le directeur de la station, un enfant du pays passionné par ce territoire montagneux. Le réceptif pour le retrouver cet été pour une belle randonnée dans la Vallée de la Blanche.



Côté mater : j'ai testé le matériel de ski chez Laurent. Sport matériel à Montclar. Ce loueur est ouvert été comme hiver et propose de la location de matériel sport plein air : ski, snow, etc, raquettes, poussette bébé de luge 2.0 autorisée sur le domaine skiable. Un magasin familial à l'accueil parfait !

Retombées presse saison 2022/2023



COMMUNIQUÉS DIFFUSÉS	VOLUME DE RETOMBÉES
16	89
VOLUME DE CONTACTS	ÉQUIVALENT PUB
144 360 532	744 705€

SOURCE KANTAR MEDIA
NB : La liste des retombées est non exhaustive car la veille média ne comptabilise pas la veille web.

2 246 754 contacts touchés 62 223€	137 432 147 contacts touchés 549 728€
4 681 631 contacts touchés 132 754€	

SOURCE KANTAR MEDIA
NB : La liste des retombées est non exhaustive car la veille média ne comptabilise pas la veille web.

Best of TV

LCI

MÉTÉO
Date : 06/12/2022
Sujet : Images météo
Audience : 150 000 téléspectateurs

C NEWS

MÉTÉO
Date : 07/12/2022
Sujet : Images météo
Audience : 210 000 téléspectateurs

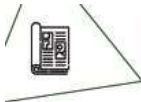
NEIGE ABONDANTE EN MONTAGNE

3 provence alpes

19/20 Provence Alpes
Date : 23/02/2023
Sujet : Le snow rugby à Chabanon
Audience : 108 524 téléspectateurs

3 côte d'azur

12/13 Côte d'Azur
Date : 21/12/2022
Sujet : Dans les Alpes de Haute Provence, le Grand Puy est une station moins chère de France
Audience : 28 398 téléspectateurs



Best of PRINT

Challenge^S



Date : 17/11/2022
Audience : 679 000 lecteurs

Rustica



Date : 27/01/2023
Audience : 1 182 000 lecteurs



Best of WEB

CAMPING-CAR



Date : 30.11.2022
Audience : 350 000 visiteurs

LE DAUPHINÉ



Date : 15.12.2022
Audience : 3 942 417 visiteurs

3 provence-alpes côte d'azur

AGENDA. 9 idées de sorties insolites dans la région pour les vacances de février



Date : 15.02.2023
Audience : 400 101 visiteurs

le Bonbon



Date : 20.02.2023
Audience : 1 292 666 visiteurs

Une ligne éditoriale typée magazine

Des édition plus marquées magazine,
Des visuels particulièrement attractifs,
Des expériences à vivre en avant dans « les pages mag » qui renvoient sur des offres concrètes.

- Une charte graphique et une ligne éditoriale communes,
 - 3 marques de destination : PUREALPES / VERDON / HAUTE PROVENCE,
 - Signature commune « *Terre d'émotions pures* ».
 - **Guide Haute Provence Digne les Bains Val de Durance.** 20.000 ex
 - **Guide Verdon Moustiers Sainte Croix.** 7.000 ex
 - **Guide Blanche Serre Ponçon** été. 8.000 ex / hiver 6.000 ex
 - **Plan de ville de Digne les Bains** 15.000 ex
- + édition guide Le Fanget (500 ex)

54.000 exemplaires en 2022

2022 Diminution du PRINT
au profit du NUMÉRIQUE



AXE B : Stratégie / actions

Faire vivre les destinations et les contenus de l'offre du territoire

Communiquer et positionner le territoire à toutes les échelles de destinations pertinentes

Restructurer les outils de communication
Capter une part d'attractivité des marques

Une fréquentation des sites web stable



3 sites WEB

AXE A : Stratégie / actions

Viser ensemble l'excellence



Renforcer les moyens humains de l'OT sur le volet marketing et numérique

Recrutement de contrats d'apprentissage en Licence Professionnelle Métiers du Tourisme : communication et valorisation des territoires sur le numérique de septembre 2021 à juin 2022 puis de septembre 2022 à août 2023.

Une situation stable par rapport à 2021 qui masque deux dynamiques inverses.

Explications :

Alors que les principaux indicateurs de fréquentation des sites des destinations **Blanche Serre-Ponçon** et **Haute Provence** sont en hausse, avec respectivement **+12% et +9%**, le site de la destination **Verdon** enregistre un recul de fréquentation de **-31%**.

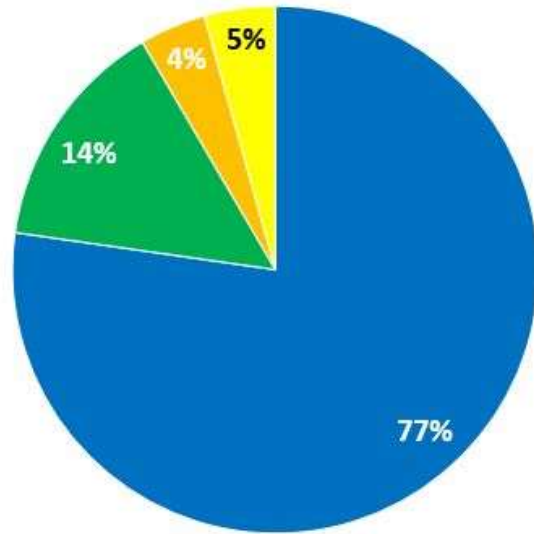
Globalement la fréquentation reste stable, mais elle pourrait montrer de biens meilleurs résultats si la fréquentation du site Verdon n'avait pas souffert des conditions climatiques et médiatiques particulières durant l'été 2022.

En effet, alors que l'évolution saisonnière était normale, voire prometteuse jusqu'à mai, elle se tasse considérablement durant tout l'été pour aboutir à une situation de recul par rapport à l'année précédente.

- **455 312 utilisateurs uniques**
= idem par rapport à 2021
- **1.4 millions de pages vues**
- 3.4% par rapport à 2021
- **617 579 nouvelles sessions web**
+ 0.6% par rapport à 2021



Acquisition du trafic global 2022



■ Trafic organique	- 6% par rapport à 2021
■ Trafic direct	+ 2% par rapport à 2021
■ Trafic recommandé	+ 1% par rapport à 2021
■ Réseaux sociaux	+ 2 % par rapport à 2021

Source statistiques du 01/01/2022 au 31/12/2022

En 2022, la principale source du trafic repose sur le référencement naturel (organique), en diminution en raison du contexte touristique défavorable de la destination Verdon. Cette baisse est toutefois compensée par l'augmentation des sources du trafic Direct, recommandé et Social, ce qui témoigne de la progression de la notoriété des destinations du territoire, et d'une meilleure articulation entre les canaux d'information digitales de l'Office de Tourisme.

Un système d'Information
Touristique qui alimente
nos 3 sites de destination



Un système d'Information Touristique



4400 fiches renseignées
dont plus de 770 fiches avec critère « adhérent »
+10% par rapport à 2021 (4000)

Base de données CLIENTS



21 531 contacts privés qualifiés
+ 26,80% par rapport à 2021 (16 980)

Un effort réalisé sur la saisie et la qualification de nos fichiers clients afin de multiplier les campagnes de marketing direct ciblées.

Chatbot

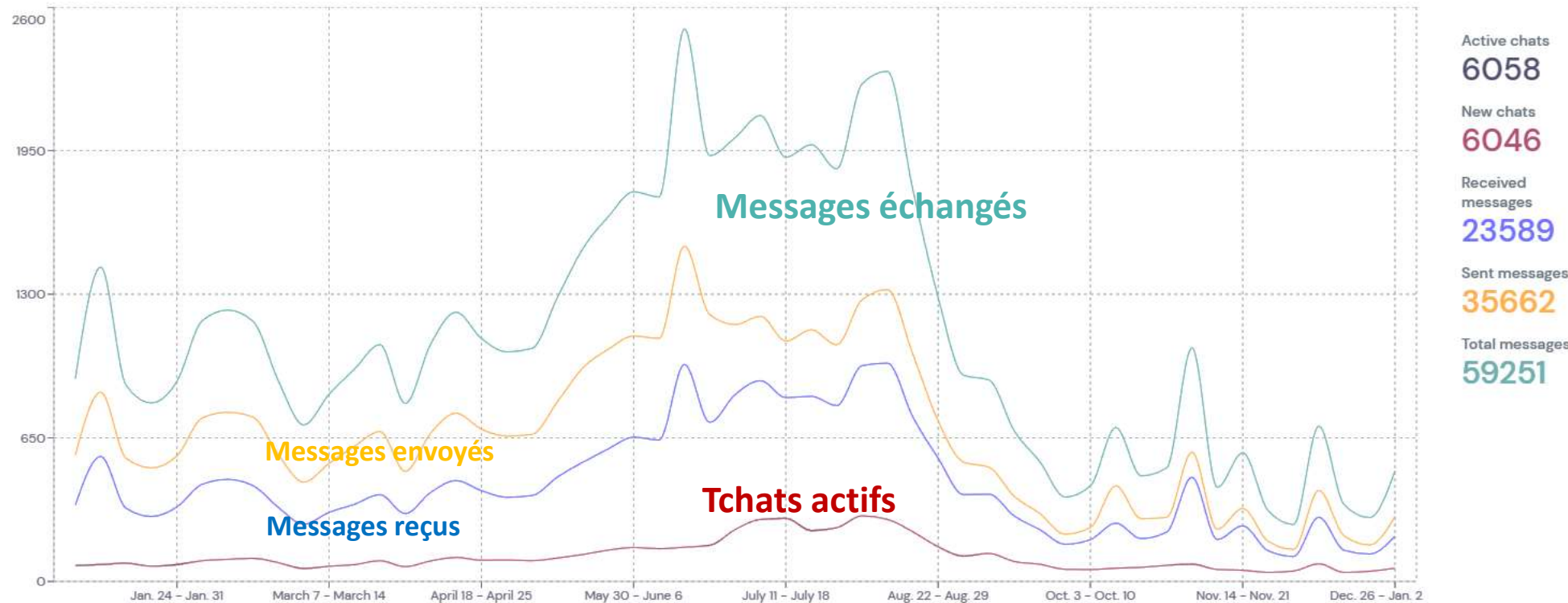


Source statistiques du 01/01/2022 au 31/12/2022

Canal de communication en direction des clients et visiteurs disponible sur les 3 sites web depuis le 13 juin 2021. Les robots ont été améliorés en début d'année 2022.

6 058 tchats actifs en 2022.
59 251 messages échangés
(+11,36%) par rapport à 2021

> Forte fluctuation estivale : les internautes se servent du chatbot lors des séjours ou excursions quotidiennes pour des questions pratiques.



Réseaux sociaux

Les communautés progressent sur l'ensemble de nos comptes.



Source statistiques du 01/01/2022 au 31/12/2022

Facebook

4 pages : 3 destinations + 1 filière

> 24 449 abonnés

+ 22,33% par rapport à 2021 (19 985)

Instagram

4 comptes : 3 destinations + 1 filière

> 7 684 abonnés

+25,9% par rapport à 2021 (6 099)

Twitter

1 compte : institution, média et pro

> 723 abonnés

+11.5% par rapport à 2020 (648)

Youtube

1 compte : institution, média et pro

> 111 abonnés

+23.3% par rapport à 2021 (90)

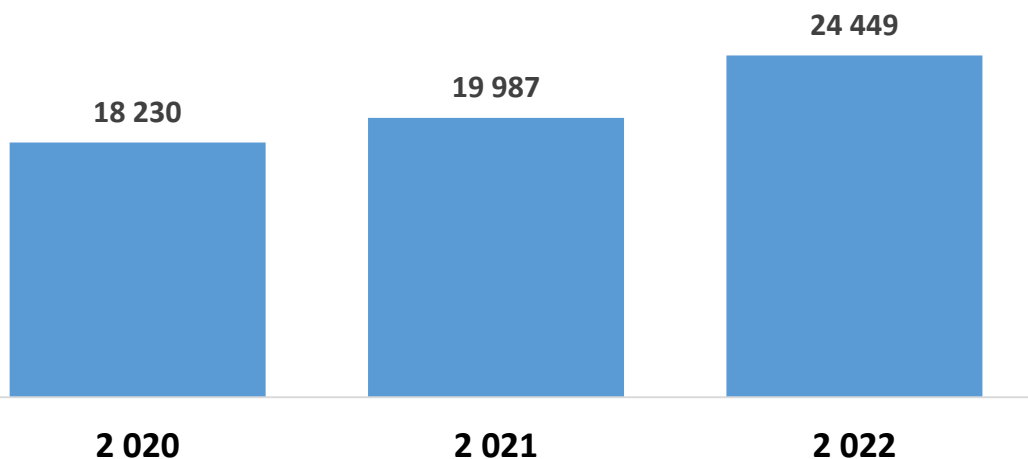




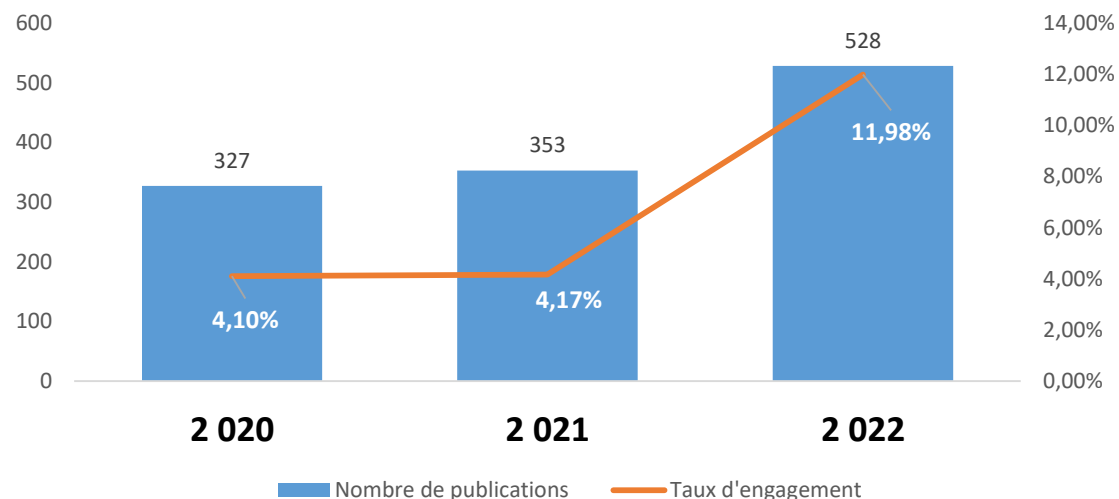
focus Facebook

- 528 publications en 2022 : **+175 par rapport à 2021 (353)**
- Evolution de la communauté : **+22,32% par rapport à 2021 (19 987)**
- Taux d'engagement : **11,98% contre 4,17% en 2021**

Evolution de la communauté Facebook



Publications et Taux d'engagement - Facebook 2022



Le **taux d'engagement** permet de mesurer l'intérêt des internautes pour une publication en particulier ou, plus globalement, pour une page.

Un bon taux d'engagement sur Facebook se situe entre 5 et 7%

Meilleures publications de nos pages Facebook 2022



Digne-les-Bains Haute Provence,
le 3 juin :
167 200 personnes touchées



Blanche Serre-Ponçon,
le 29 décembre :
138 100 personnes touchées



VTT,
le 24 octobre :
2 453 personnes touchées

Sainte Croix du Verdon,
le 10 juin :
26 575 personnes touchées

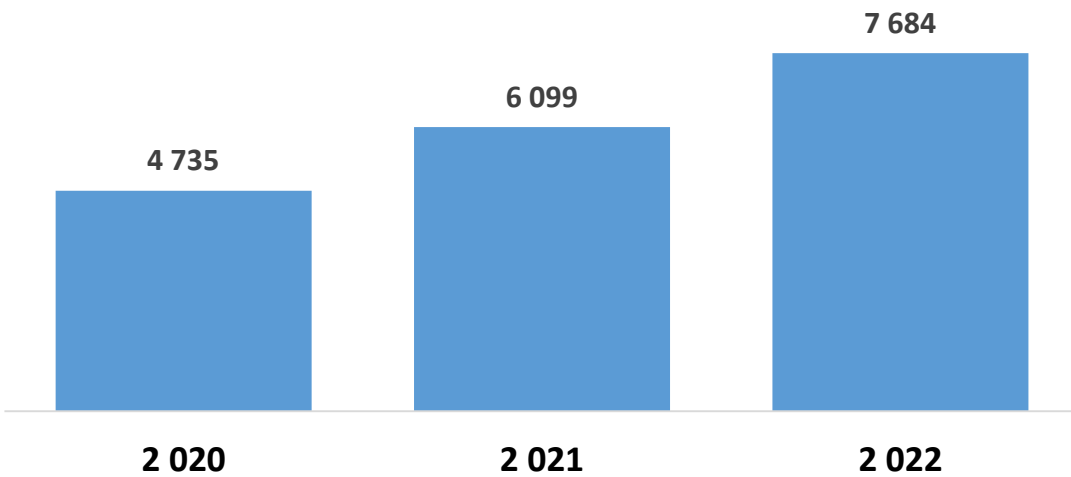




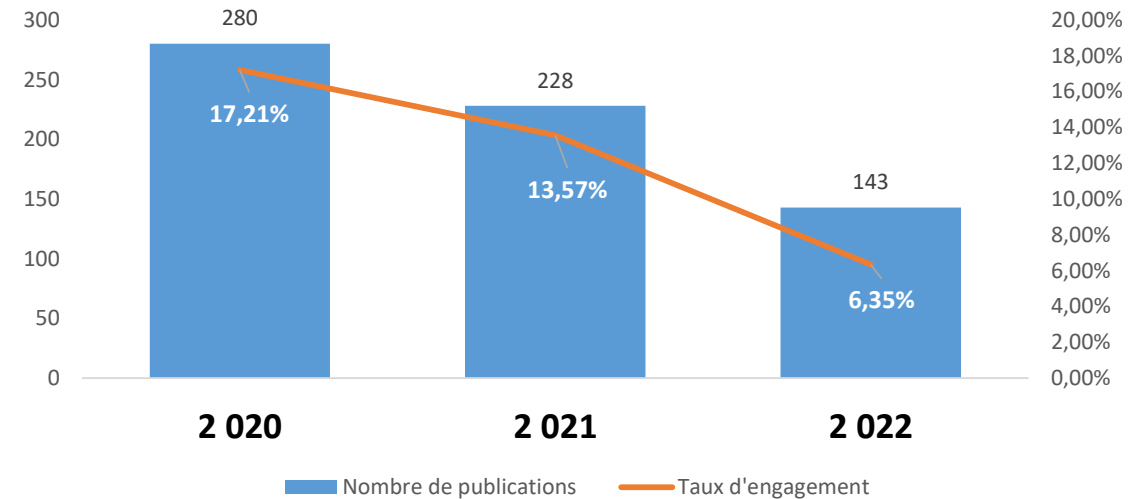
focus Instagram

- 143 publications en 2022 : **-85** par rapport à 2021 (228)
- Evolution de la communauté : **+26%** par rapport à 2021 (6099)
- Taux d'engagement : **6,35%** contre **13,57%** en 2021

Evolution de la communauté Instagram



Publications et taux d'engagements - Instagram 2022



Un bon taux d'engagement sur Instagram se situe aux alentours des 8%

Meilleures publications Instagram 2022

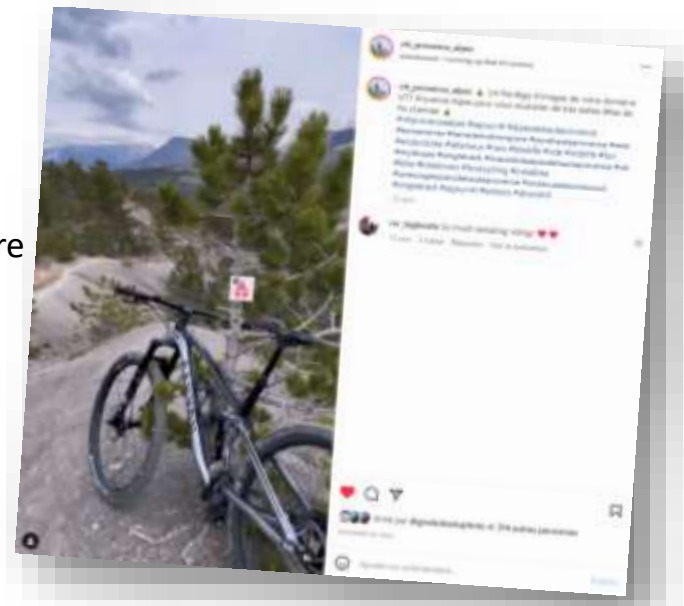


Blanche Serre-Ponçon,
le 13 août :
3760 vues



Haute Provence,
le 24 mai:
2411 comptes touchés

VTT,
le 23 décembre
7240 vues



Outils de communication interne

Un ensemble de supports d'information

Structurels

- 1/ La News Anim > 92 campagnes
- 2/ Flash info tourisme > 57 campagnes
- 3/ Tourisme Actu > 6 campagnes

Conjoncturels

Campagnes clients (Montagne – VTT & Vélo de route – Nos séjours)
Info pro (Questionnaires – Enquêtes – Bulletin Neige)

avizi TOURIST
RELATIONSHIP
MANAGEMENT



Source statistiques du 01/01/2022 au 31/12/2022

2022

217 campagnes d'emailing

144 450 emails envoyés
119 134 en 2021

21 531 contacts qualifiés
+ 26,80% par rapport à 2021 (16 980)

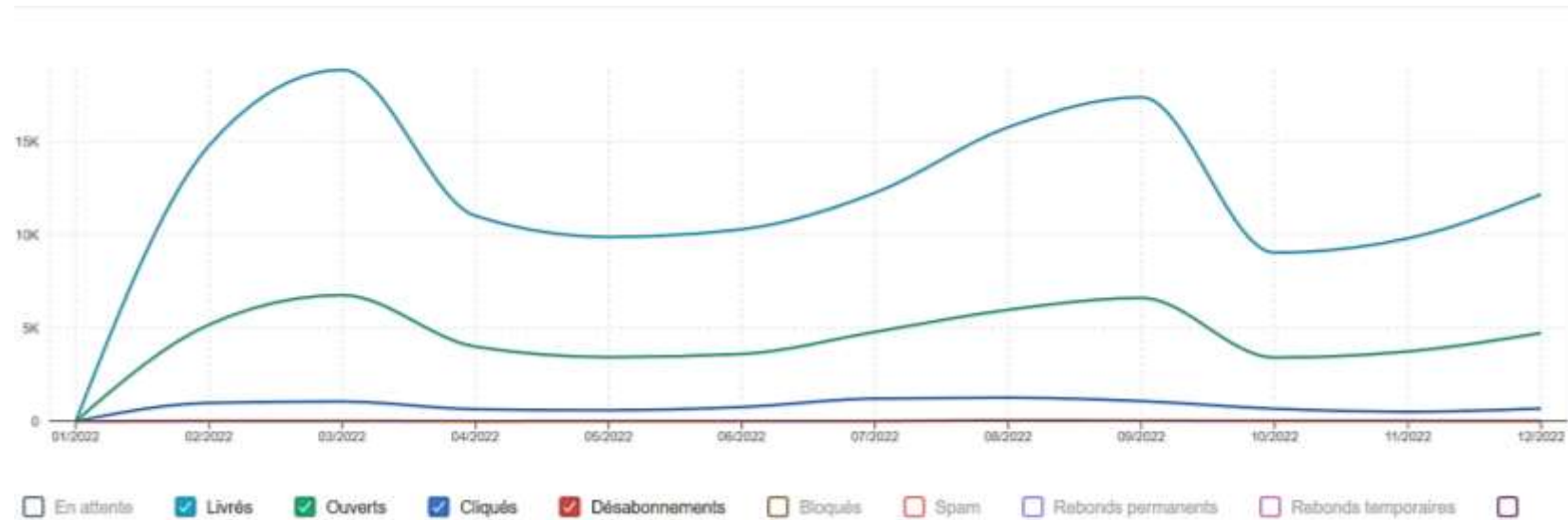
Une communication interne encore renforcée via nos campagnes de marketing direct

avizi TOURIST RELATIONSHIP MANAGEMENT



Source statistiques du 01/01/2022 au 31/12/2022

- 144 450 emails envoyés : **+21,25%** (119 134 en 2021)
- 217 campagnes : **+10,6%** (196 en 2021)
- Taux d'ouverture : **37%** soit **+5%** par rapport à 2021
- Taux de clics : **18,1%** *stable par rapport à 2021*
- *Taux de désabonnement est de 0,13%, soit 187 emails sur 144 450.*



Le taux d'ouverture des campagnes B2B constaté régulièrement par les plateformes d'emailing, voisine 23% (moyenne européenne selon l'étude référente 2020 [Sendinblue](https://fr.sendinblue.com/blog/statistiques-email-marketing-indicateurs-cles-performances-moyennes/)). Pour l'Office de Tourisme, le taux est de 37%, ce qui laisse supposer une **adhésion importante des partenaires** pour ce type de supports d'information. Le taux de clics très important (18,1%) souligne quant à lui l'intérêt des partenaires pour le contenu délivré par ce type de communication.

Une communication interne structurée



Source statistiques du 01/01/2022 au 31/12/2022

TOURISME Actu

Infolettre Mensuelle

**720 destinataires en moyenne
(partenaires institutionnels,
socio-pro, élus...)**

*Cette News fait état de l'actualité des
actions menées par l'Office de
Tourisme tout au long des saisons*

6 mailings en 2022

LA NEWS Anim

Infolettre Hebdomadaire

**1700 destinataires en moyenne
(socio-pro et habitants)**

*Cette News diffuse le programme des
animations des trois destinations du
territoire*

46 mailings (doublés) en 2022

Flash Info Tourisme

Newsletter "actualité"

**1000 destinataires en moyenne
(socio-pro / élus)**

*Cette News a été lancée durant le
premier confinement pour
informer plus rapidement et
succinctement les partenaires*

57 mailings en 2022

Pôle projet

DÉVELOPPER L'ÉCONOMIE DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES DU TERRITOIRE

Acquisition d'outils de caisse pour la vente en ligne de prestations touristiques

Enjeux

- Etre en phase avec les nouvelles tendances de consommation touristique,
- Développer la vente en ligne au moyen de solutions technologiques identifiées et adaptées,
- Valoriser le plus grand nombre de prestataires touristiques en ligne,
- Valoriser toutes les gammes d'activités réservables par les clients,
- Faciliter la gestion et la distribution des offres et des services,
- Simplifier le parcours d'achat du client.

Un accompagnement financé par la Région Sud PACA

L'Office de Tourisme a sollicité une Assistance à Maîtrise d'Ouvrage pour :

- Réaliser un état des lieux,
- Évaluer les opportunités
- Déterminer les modalités de déploiement d'une solution adaptée.

Le coût de l'intervention de L'A.M.O. (17 568€ ttc) a été financé dans le cadre d'une subvention « plan marketing » de la Région Sud.

Année
2022



Conclusion de l'AMO

- Harmonisation des outils de caisse dans l'ensemble des bureaux pour les ventes,

Mise en œuvre du projet grâce à un financement LEADER

Années
2023/2024

Acquisition et déploiement des outils de caisse et leurs modules (vente en ligne, billetterie, groupe, partenaire) pour chaque bureau du territoire.
Formation du personnel d'accueil, pôle marketing, service numérique et service comptable.



Provence Alpes Digne les Bains Tourisme