



RAPPORT D'ACTIVITE

OFFICE DE TOURISME DES BARONNIES EN DROME PROVENCALE



L'Office de Tourisme des Baronnie's en Drôme Provençale contribue à la promotion et au développement de la marque nationale QUALITÉ TOURISME™.

Fonctionnement

ORGANISATION, MISSIONS & STRATEGIE

Depuis le 1^{er} janvier 2017, **l'office de tourisme associatif** est le résultat de la fusion successive de 8 offices de tourisme et syndicats d'initiatives, répartis sur 67 communes, couvrant une grande partie drômoise du Parc Naturel Régional des Baronnies, créée en décembre 2014.

L'Office de Tourisme est administré **par un Bureau de 15 membres**, dont le Président est issu d'un collège d'élus.

3 collèges siègent au **conseil d'administration de 35 membres**: 15 élus, 15 socioprofessionnels, 5 personnalités.

L'OT est **lié à la communauté de communes par une convention triennale**, qui fixe les priorités et l'attribution d'une subvention, en grande partie refinancée par la perception de la taxe de séjour.

Fonctionnement:

Contexte

14 ETP + 5 saisonniers

4 bureaux permanents

2 bureaux saisonniers

Budget annuel global : 850K€

- dont 560k€ de subvention de la CCBDP compensé par 430K€ de taxe de séjour.
- dont 300k€ d'auto financement

Nos activités s articulent autour de 4 missions principales avec le soucis d équilibrer ou rééquilibre le back office et le front office :

- Le marketing territorial
- La mise en réseaux des acteurs touristiques
- La commercialisation
- L'accueil et l information

Accueil & information :

Fréquentation en hausse sur les ailes de saison, mais...

-20% de fréquentation en juin, juillet et août par rapport à 2021.

120600 visiteurs - 2,3% de la fréquentation par rapport 2021.

A Nyons : +16,14% de la fréquentation par rapport à 2021 et représente 67% de la fréquentation totale des bureaux.

Nyons = 83964

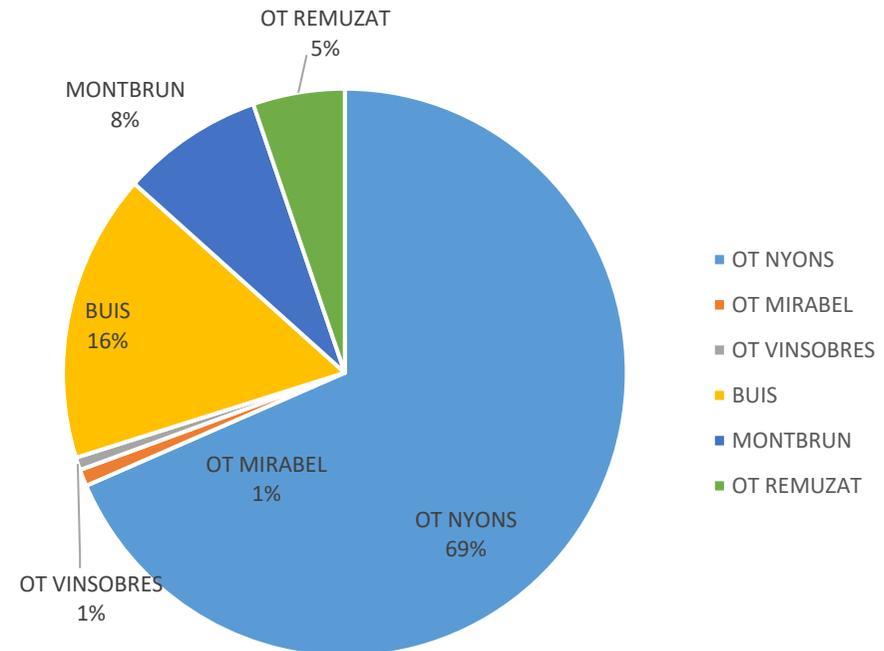
Buis = 19142

Montbrun = 9114

Remuzat = 6318

Mirabel = 1182

Vinsobres = 889



Bornes interactives :

- Déploiement de 10 bornes pour valoriser l'offre de proximité en extérieur et intérieur.
- Déploiement d'une application dédiée.

Retrouvez nos bornes à :



Buis les Baronnies
Montbrun les Bains
Nyons
Remuzat
Sahune
Séderon
Vinsobres



FRONT ET BACK OFFICE :

10% des visiteurs du territoire rentrent à l'Office du Tourisme.

Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information préconise de repenser notre stratégie d'accueil afin de nous permettre de :

- Valoriser l'offre touristique au travers des actions portées par le back office :
 - Le marketing territorial
 - La mise en réseaux des acteurs touristiques
 - La commercialisation
- Renforcer les missions qui vont permettre de « faire connaître et faire venir » les visiteurs.
- Fidéliser.

Nos labels :



Renouvellement de la Marque QT en Mai 2023

La commercialisation :

Baladez, bougez, curieux :

78 activités ou sorties proposées dont 18 nouveautés

Dont 16 en réservation directe.

5122 inscriptions totalisées en 2022 (-7,38% par rapport à 2021).

Les individuels :

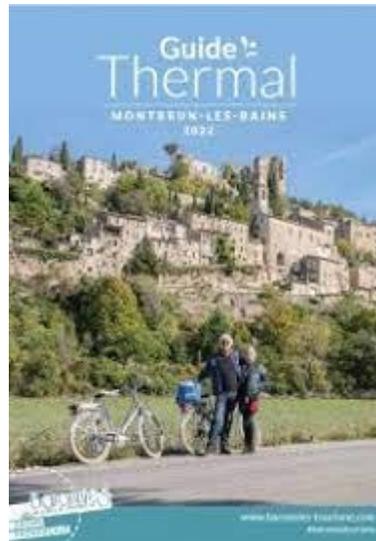
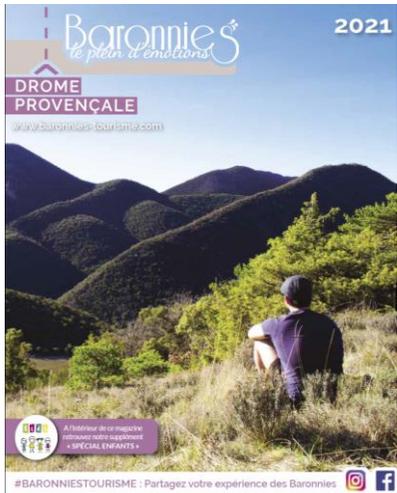
101 séjours vendus

Baisse des réservations en ligne de 60%.

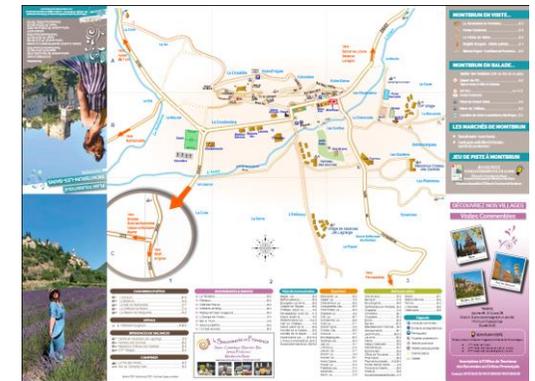
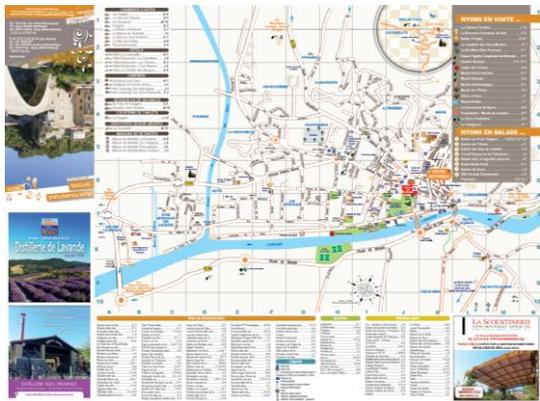
Les groupes:

+ 153% de CA par rapport à 2021.

La Promotion :



Une ligne éditoriale dédiée



La promotion

Site web & réseaux sociaux

WWW.BARONNIES-TOURISME.COM

200 000 visiteurs en 2022

RESEAUX SOCIAUX :

Facebook : 1 500 000 personnes touchées

Instagram : 139 000 personnes touchées

WWW.DROMEPROVENCALE.FR

400 000 visiteurs

Promouvoir nos manifestations

Promotion des manifestations du territoire :

- Mise à disposition de l'outil « Apidae Event » afin de faire exister vos manifestations ou celles des associations de vos communes.
- « Apidae Event » vous permet de faire la promotion de vos événements sur différents sites internet, et auprès de la presse.
- Utiliser « Apidae Event » nous permettra de renforcer l'offre touristique du territoire.



Les partenaires :

MISE EN RESEAU DES PARTENAIRES

653 adhérents.

Les rendez-vous de nos partenaires :

4 sessions ateliers numériques à Nyons, Buis et Montbrun.

6 cafés rencontres ont été proposés à Nyons, Buis et Montbrun.

Une relation dédiée aux partenaires :

- newsletters, page facebook, un espace pro

Agrément des chambres d'hôtes : 13 structures agréées.

Classement des meublés de tourisme : 58 classements.

(abattement de 71% sur leur revenus locatifs)

INGENIERIE

LES EVENEMENTS

- 1. FETE DES PLANTES ET DE LA NATURE – 8 mai 2022 (Nouveauté)**
- 2. MARCHE AUX FROMAGES et de L'ARTISANAT – 12 JUIN 2022**
- 3. 16^{ème} EDITION BIEN ETRE AU NATUREL - 4 septembre 2022**
- 4. FETE DE LA COURGE, POTIRONS ET CIE - 16 octobre 2022**
- 5. TILLEUL EN FETE – 10 juillet 2022 :**

Fonctionnement Janvier à avril 2023 :

Adhésions : 665 adhérents soit + 1,8% par rapport à 2022

Fréquentation des bureaux de janvier à avril :

+2,6% de fréquentation par rapport à 2022 avec 1 jour de fermeture de janvier à mars.

Commercialisation de janvier à avril :

CA des individuels : +97,7% des ventes sur la même période.

CA groupe : +128,34% des ventes sur la même période.

Classements :

39 classements réalisés.

Facebook : période de janvier à avril :

1 439 274 impressions

+ 86,4% Du nombre de personnes touchées par nos contenus sur la même période.

Instagram : période de janvier à avril :

- 46% de la portée de nos publications soit 61714, par rapport à la même période 2022

Estimation des retombées économiques du tourisme dans les Baronnie

(Données flux Vision 2021) :

- 41,8 millions de retombées économiques sur la base de 613 000 nuitées enregistrée dans les Baronnie.
- Visiteurs OT Drôme = 340 100
- Visiteurs OT Drôme Provençale = 231 000 personnes
- Visiteurs OT Baronnie = 126 300 personnes dans les Baronnie

Présentation des objectifs 2023 :

Opération 1 : Etudier la faisabilité de construire un observatoire local du tourisme permettant de mieux mesurer le poids économique du tourisme et la fréquentation touristique.

Opération 2 : construire, développer et mieux qualifier l'offre touristique « Famille Plus », « partir ici », « vallée de la gastronomie » pour valoriser des expériences durables, le terroir, la gastronomie et l'œnotourisme, « constellation PBDF PBVDF ».

Opération 3 : Faire vivre le label « famille plus » en animant, en développant le réseau des professionnels et en assurant sa promotion

Opération 4 : Poursuivre et finaliser la mise en œuvre du SADI en développant des contenus thématiques et personnalisés en s'appuyant sur le dispositif « roadbook ».

Opération 5 : construire une stratégie d'appel à cotisations et d'adhésions partagée à l'échelle de Destination Drôme Provençale.

Opération 6 : co construire et suivre la création d'un site web marchand
« Destination Drôme Provençale »

Opération 7 : définir et mettre en œuvre les actions de communication, de promotion et de commercialisation définies dans le Leader Bien être et thermal en lien avec les acteurs socioéconomiques

Opération 8 : Digitalisation et promotion de l'offre touristique de pleine nature en travaillant en collaboration avec le service APN de la CCBDP et le PNRB afin d'alimenter les bornes de modélisation 3D Kalkin, l'application Kalkin et l'ensemble des applications et outils numériques de l'Office de tourisme

Opération 9 : Finaliser la réorganisation des services et des besoins de fonctionnement pour adapter les besoins de l'Office de tourisme entre le back et le front office pour intégrer les nouvelles missions et les attentes des clientèles.

Opération 10 : Obtenir une note au minimum de 90 lors de l'Audit Démarche Qualité Tourisme.

COMMUNAUTÉ
DE COMMUNES
Baronnies
en drôme provençale

**SCHÉMA
DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE
INTERCOMMUNAL
À L'HORIZON 2023**

Développement
touristique

Pourquoi avoir élaboré un schéma en 2017- 2018

- Fusion des 4 Communautés de communes et des 5 Offices de tourisme des Baronnies
- Besoin de clarifier le qui fait quoi entre Office de tourisme, Drôme Provençale, Pnr des Baronnies Provençales et la CCBDP
- Repenser les missions de l'office de tourisme
- Disposer d'une feuille de route et d'un cadre de référence pour la période 2019-2023

Avec pour enjeux de :

- Mieux répondre aux besoins des clientèles actuelles et futures
- Rester compétitif sur un marché fortement concurrentiel

Une ambition : consolider le secteur du tourisme sur le territoire

Des acquis :

- Notoriété de la destination Drôme Provençale
- Une saison d'avril à octobre

Des résolutions :

- Accroître la venue des publics respectueux du cadre de vie résidentiel et prêts à payer le prix d'une découverte plus authentique et plus expérientielle du territoire,
- Accroître la fréquentation touristique,
- Améliorer la mobilité sur le territoire notamment en développant les possibilités d'intermodalités,
- La diversification et montée en gamme des capacités d'hébergement touristique notamment pour les accueils de groupes
- Améliorer l'orchestration des événements existants via l'agenda commun, et l'émergence d'événements marqueurs renouvelant la présence médiatique au moins nationale de la destination.
- Accroître la fréquentation du site Internet et des réseaux sociaux de l'Office de tourisme

LES AXES RETENUS D'UNE STRATÉGIE

Qualification de l'offre à court terme

- Les Baronnies en Drôme Provençale se savourent toute l'année

- Un espace de pleine nature qui associe pratiques sportives engagées et pratiques douces, au cœur de paysages exceptionnels et de biodiversité

- Parfaire le territoire du mieux être

Infrastructures prioritaires

- Diversification et montée en gamme de l'hébergement touristique existant et potentiel

- Mobilité : Améliorer les accès et articulations des circulations douces au service des résidents et des séjournants

Conditions d'efficience dès le court terme

- Le tourisme comme vecteur d'appropriation du territoire, d'accueil fédérateur : devenir ambassadeur de son territoire

- Organiser en adéquation l'exécutif touristique communautaire

Rappel du plan d'actions

Axe 1 : les Baronniees se savourent toute l'année

- Référencer les produits, savoir-faire, usages, cultures locales pouvant être mises en valeur en termes de prestations expérientielles de découverte
- Organiser des rdvs expérientiels du type rdv gourmands, conférences jalonnant les principales manifestations,
- Soutenir le développement d'équipements et dispositifs accroissant l'expérience des visiteurs
- Soutenir ou relancer les démarches collectives permettant la mise en réseau des professionnels

Rappel du plan d'actions

Axe 2 : Un espace de pleine nature qui associe pratiques sportives engagées et pratiques douces culturelles et récréatives, au cœur de paysages exceptionnels et de biodiversité

- S'approprier et mettre en œuvre le schéma directeur d'interprétation défini par le Pnr pour les Baronnies Provençales
- Soutenir des équipements et dispositifs accroissant l'expérience en lien avec les locaux des Offices de tourisme
- Proposer une offre d'activités de pleine nature « premium » (création, promotion et mise en marché des tours des baronnies pédestres, VTT et équestres)
- Développer une offre de déplacement doux sur les Baronnies
- Développer le Vélo à Assistance Electrique sur le territoire
- Mise en cohérence des outils, label et support à l'échelle du territoire
- Faire des Baronnies Provençales une destination TRAIL

Rappel du plan d'actions

Axe 3 : parfaire le territoire du mieux être

- Développer des thermes de Montbrun-les-Bains notamment autour de la remise en forme
- Création d'un espace bien-être dans le Bureau de tourisme à Montbrun les Bains
- Mise en avant de l'offre bien-être du territoire

Axe 4 : diversification et montée en gamme des hébergements existants et potentiels

- Accompagnement des hébergeurs vers une montée en gamme et une adaptation au marché

Rappel du plan d'actions

Axe 5 : Améliorer les accès et articulations des circulations au sein d'une mobilité douces résidentielle et des séjournant

- Développement des vélo routes voies vertes

Axe 6 : Le tourisme comme vecteur d'appropriation du territoire, d'accueil fédérateur : devenir ambassadeur de son territoire

- Développer l'interconnaissance des acteurs touristiques

Rappel du plan d'actions

Axe 7 : Mieux communiquer, promouvoir et vendre le territoire

- Investir dans l'outil internet et son community manager
- Développer les packages et la commercialisation
- Faire grandir des évènementiels vecteur de notoriété pour le territoire

Axe 8 : organiser adéquatement l'exécutif touristique pour faire face aux nouveaux défis des attentes des publics et de la concurrence

- Optimisation de la fonction d'accueil au sein de l'office de tourisme
- Développement des missions de back office de l'office de tourisme
- Mutualisation des outils de promotion avec Destination Drôme Provençale



Destination Drôme Provençale

Site Internet 2024



Planning

- 13 mars 2023 : Embauche de Maxime Méchineau au poste de chargé du numérique
- 28 avril 2023 : Première réunion du Comité Editorial : un chargé du numérique dans chaque OT + DDP
Etat des lieux de chacun des sites web – Premières réflexions sur le futur site web commun
- Mai – juin : rédaction du cahier des charges : Comité éditorial // Comité Technique DDP
- Automne 2023 : Validation par le Conseil d'Administration
- Automne/hiver 2023 : Appel d'offres





Site internet 2024

Pourquoi ?

- Notoriété
- Optimiser la visibilité des 5 territoires
- Augmenter le trafic sur les sites web

- Image
- Renforcer l'attractivité de la marque Drôme Provençale

- Marketing
- Elargir la clientèle dans une démarche de conquête
- Répondre aux nouveaux usages des navigateurs web : Création de contenus affinitaires
- Fidéliser et inciter à réserver des séjours plus longs
- Réaliser des économies d'échelles tout en augmentant la valeur perçue – Réduction des coûts



Site internet 2024

Comment ?

- En s'appuyant sur les travaux déjà existant : Préconisations du cabinet Alpa Conseil en 2021 et de l'audit web de Mathilde Vignal en 2020, ainsi que le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information.
- En établissant un cahier des charges optimal en collaboration avec le comité éditorial pour répondre au maximum aux préconisations faites.
- Le Comité Editorial sera composé du référent numérique de DDP et de chaque référent numérique/web des 5 OT. Le Comité se réunira tous les 15 jours afin d'animer le site.
- En consultant les socio-professionnels du territoire afin de répondre à leurs besoins
- En choisissant le meilleur prestataire web qui correspondra et répondra à nos attentes (conseils)



Site internet 2024

Quelques pistes

- Homepage : Drôme Provençale : page rassemblant les « essentiels » et thématiques communes du territoire.
- 5 URLs visibles en homepage : une par territoire qui mettent en avant les spécificités et pépites de chaque territoire.
- Arborescence + claire et simplifiée répondant aux nouveaux usages webs
- Rédaction d'articles au niveau DDP + niveau / territoire suivant la saisonnalité afin de rendre le site vivant et dynamique toute l'année.
- En s'appuyant sur les outils numériques proposés par l'Agence d'Attractivité (Avizi, open system...)
- Un moteur de recherche performant sur le site



Site internet 2024

Quelques pistes

- Traduction du site en anglais, allemand et néerlandais
- Un agenda + performant (entrée envisagée en arborescence principale)
- Géolocalisation optimisée durant le séjour
- Rubriques thématiques affinées : avec les enfants, quand il fait chaud, quand il pleut, en ce moment...
- Commercialisation et billetterie en ligne