

RAPPORT D'ACTIVITÉ

Contexte Office de Tourisme Valeurs & Engagements Accueil Marketing

2023

TERRE D'ÉMOTIONS PURES



provence
alpes TOURISME
DIGNE-LES-BAINS

GÉOPARC
DE HAUTE
PROVENCE



FR



Tout l'agenda





Pour les professionnels du tourisme en France, 2023 ressemble à une bouffée d'air frais. Après deux ans d'activité handicapée par les conséquences de la crise sanitaire sur les possibilités de déplacement à l'international, l'Hexagone redevient l'une des destinations préférées des touristes du monde entier.

CE QU'IL FAUT RETENIR DE 2023

Le solde de la balance des paiements du tourisme a atteint un record de 16,5 milliards d'euros

58,9 milliards d'euros de recettes internationales enregistrés sur l'année soit 12% de plus qu'en 2022. Chiffre qui témoigne de l'augmentation de la clientèle européenne ainsi que du retour de la clientèle asiatique.

Le trafic aérien international est en légère baisse cependant l'Amérique du Nord et les marchés asiatiques sont en forte progression.

Le secteur de l'hôtellerie affiche une baisse du nombre de nuitées par rapport à 2022 pour la clientèle domestique

Le taux d'occupation atteint 63% (-5%) avec une baisse de nuitées plus importante lors de la saison estivale (-9%).

Les nuitées de la clientèle internationale restent stables.

L'hôtellerie de plein air affiche une hausse de 3% par rapport à 2022.

Cette hausse est due à un bon début de saison grâce aux touristes internationaux et à une fin de saison réussie avec une clientèle domestique ayant bénéficié de tarifs attractifs.

Le locatif poursuit sa croissance

Le taux d'occupation a atteint 43% soit 5 points de plus qu'en 2019. Certaines régions comme les Alpes du Nord ou le littoral affichent des progressions plus importantes.

Si l'été dernier, la croissance de l'économie touristique était portée par le tourisme domestique et les clientèles européennes, en 2023, ce sont les clientèles internationales (hors Union européenne) qui ont aussi dynamisé la période estivale.

L'ÉTÉ 2023 EN QUELQUES CHIFFRES

Le bilan de la saison touristique de l'été 2023 est estimé entre 64 et 67 Milliards d'€ de recettes, selon Atout France

Entre le 1^{er} juillet et le 20 août 2023, **306 millions de nuitées domestiques ont été réalisées**, un chiffre similaire par rapport à 2022

67% des Français sont partis en vacances et/ou week-ends entre juillet et août (en hausse de 3 points par rapport à 2022)



À 88% en France et 12% à l'étranger.



À 61% en hébergement marchand et 36% non marchand

33% des Français ne sont pas partis en vacances et/ou week-ends entre juillet et août



Dont 40% par manque de moyens financiers

BÉMOL (S) DANS UN BILAN QUI RESTE POSITIF

- ✓ Le pouvoir d'achat en baisse, inflation,
- ✓ Manque de personnel , difficultés à recruter des saisonniers,
- ✓ Déclin du secteur hôtelier classique,
- ✓ Concurrence des destinations étrangères moins onéreuses,
- ✓ Augmentation du coût de l'énergie.



L'HIVER 2023/2024 EN QUELQUES CHIFFRES

Bilan des vacances d'hiver 2024 :

Une montagne toujours attractive avec 83 % de taux d'occupation

L'Observatoire National des Stations de Montagne ANMSM - Atout France dévoile une fréquentation en progression par rapport à l'an dernier pour les vacances d'hiver avec 83 % de taux d'occupation pour l'ensemble des types d'hébergements en station.

Une disparité en fonction des massifs, avec une fréquentation concentrée sur les destinations d'altitude

Les Alpes tirent leur épingle du jeu côté enneigement et affichent un taux d'occupation **en hausse de +5% (86%) pour les Alpes du Nord, de +3% (72%) pour les Alpes du Sud.**

Une satisfaction des socio-professionnels de la montagne, tous secteurs d'activité confondus

Les Britanniques se trouvent sur la première marche du podium de la clientèle internationale dans les stations.



FRÉQUENTATION TOURISTIQUE STABLE EN RÉGION PACA

237,7 millions de nuitées

36,6 millions de séjours

16,8 milliards d'€ de retombées économiques directes

42% de touristes français extra-régionaux

29% de touristes français intra-régionaux

29% de touristes internationaux

En 2023, la fréquentation touristique de la région est stable par rapport à 2022.

La fréquentation des touristes français est en baisse de -5%.

La fréquentation des touristes internationaux progresse de +11%.

Sur l'ensemble des **hébergements marchands**, la fréquentation est en progression de **+7%** sur l'année.

Très forte progression du locatif (+17%).

Dans les hébergements traditionnels, la fréquentation hôtelière est en légère hausse (+2%) tout comme l'hôtellerie de plein air (+1%) alors qu'on observe une nette baisse dans les résidences, villages vacances et auberges de jeunesse (-9%), très dépendants de la clientèle française (CSP touchée par la crise économique), en baisse cette année.

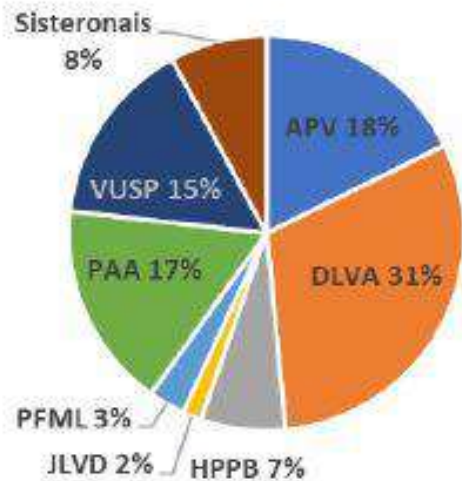


FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DANS LE DÉPARTEMENT DES ALPES DE HAUTE PROVENCE

NUITÉES TOURISTIQUES

13,1 millions
de nuitées touristiques en 2023
en baisse de 2% par rapport à 2022.

Répartition annuelle des nuitées par EPCI



Le bon niveau de nuitées en début et en fin d'année tend à compenser la chute significative observée en juin et juillet.

Près d'une nuitée sur 2 est générée par la clientèle touristique régionale qui fréquente le territoire des Alpes de Haute Provence tout au long de l'année.

Baisse de 1% par rapport à 2022 des nuitées touristiques françaises et de 3% des nuitées touristiques internationales.

L'Allemagne, les Pays Bas et la Belgique sont les clientèles internationales les plus représentées.



FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DANS LE DÉPARTEMENT DES ALPES DE HAUTE PROVENCE

EXCURSIONS TOURISTIQUES

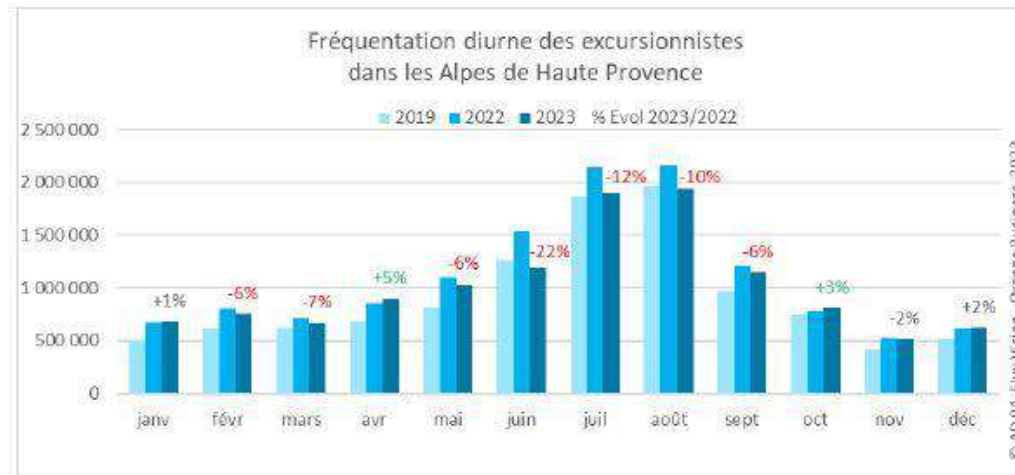
12,1 millions
d'excursions touristiques en 2023
en baisse de 7% par rapport à 2022.

Près de 4 excursions sur 5 sont réalisées par des visiteurs français soit 8,7 millions d'excursions (en baisse de 7%) en provenance à 67% de Provence Alpes Côte d'Azur et 12% d'Auvergne Rhône Alpes suivis par l'Île de France et l'Occitanie.

Les excursions réalisées par les clientèles internationales soit 3,4 millions d'excursions fléchissent de -9% par rapport à 2022.

L'Allemagne, l'Italie, la Belgique et les Pays-Bas sont en tête des excursions pour la clientèle internationale.

Le nombre d'excursions baisse plus fortement sur le cœur de l'été (juin à août).



FRÉQUENTATION TOURISTIQUE ALPES DE HAUTE PROVENCE

RÉSULTATS ENQUETE RÉGIONALE RÉALISÉE ENTRE 2019 ET 2022 – RESTITUTION MARS 2024

OBJECTIFS DE L'ENQUETE

- ✓ **Produire une photographie précise de la clientèle touristique** à l'échelle de la région Sud, de ses 6 départements et de ses 3 marques territoriales,
- ✓ **Connaître les profils, les pratiques** et la perception détaillée du territoire et **quantifier les retombées économiques** directes sur le territoire.

CIBLE

- ✓ **Touristes présents** quel que soit le motif dès lors que le répondant passe une nuit en dehors de son domicile principal,

MÉTHODE

- ✓ Administration sur site via un **questionnaire** papier sur une année complète + **enquête WEB** auprès des résidents de la région + dispositifs complémentaires.

Caractéristiques du séjour, caractéristiques des voyageurs, caractéristiques du voyage, pratiques sur place, dépenses

TOUT SAVOIR SUR LES SÉJOURS DES TOURISTES SUR NOTRE TERRITOIRE



4.076 questionnaires
collectés dans les AHP,
1.577 par les OT partenaires.

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE ALPES DE HAUTE PROVENCE

SYNTHESE ENQUETE RÉGIONALE

En schématisant.. Le touriste dans les Alpes de Haute Provence...

- Vient **en voiture**... plutôt **en famille** avec enfants,
- **Habite la Région Sud**,
- Profite de **toutes les saisons** et des offres territoriales pour **pratiquer de nombreuses activités**,
- Est âgé d'environ **40 ans**,
- Il exerce une **profession moyenne-supérieure**,
- Il séjourne **5 nuits** (en optant soit pour le **camping**, de la **location meublée** ou pour **une résidence secondaire**),
- Il **dépense** environ **53€ par jour**,
- Il est **très satisfait** et « **fidèle** » et recommandera à ses proches le département qu'il découvre ou redécouvre.

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN PROVENCE ALPES AGGLOMÉRATION

En 2023, le nombre de nuitées globales (2,21 millions) est en recul de 6% par rapport à 2022 et celui des excursionnistes chute de 21% tout en restant supérieur à celui de 2019.

LES SITES TOURISTIQUES PAA

Musée Promenade **+ 5%**

Plan d'eau Digne les Bains
(249.626 entrées saison 2023) **+ 17%**

Cathédrales Digne **- 22%**

Crypte archéologique **- 19,2%**

Maison Alexandra David Neel **+ 1,6%**

Maison du mulet **- 16%**

SPA Thermal **+ 39,9%**

Citadelle Seyne **+ 32%**

Pour les sites naturels se référer à la page consacrée aux éco-compteurs



LES NUITÉES TOURISTIQUES SUR LE TERRITOIRE DE PAA

2,21 millions

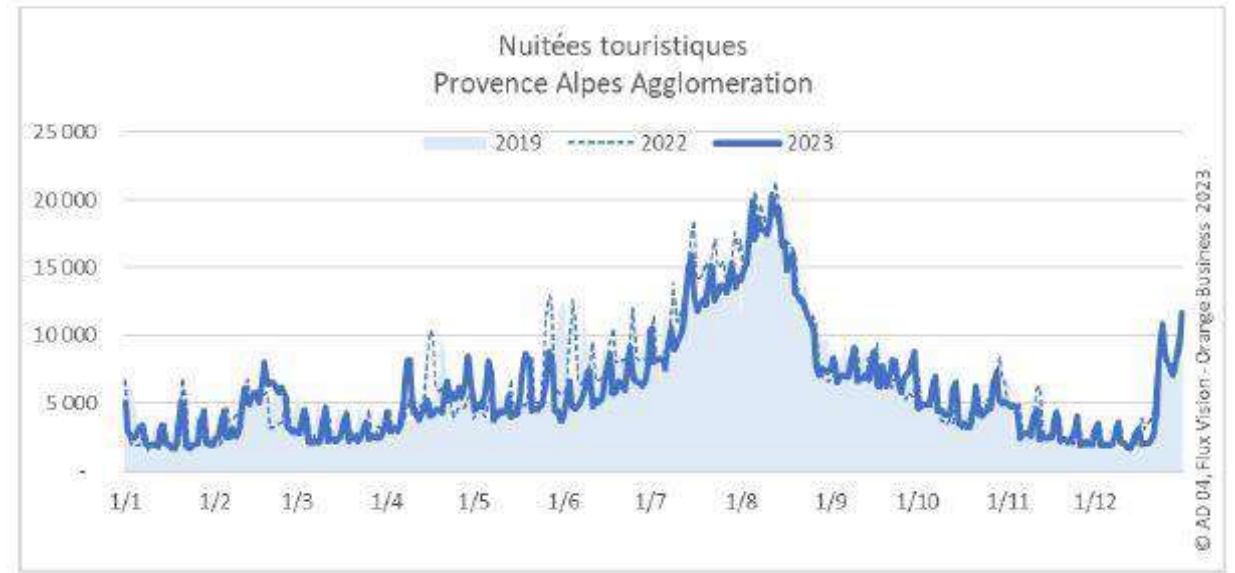
de nuitées touristiques en 2023

- 6%
par rapport
à 2022
(-2% sur le 04)

- 5%
par rapport
à 2019

La comparaison mensuelle entre 2023 et 2022 révèle des fluctuations plus ou moins fortes selon les mois.

On constate un bon niveau de nuitées en début d'année et en arrière-saison estivale (janvier/février/septembre/octobre) tandis que tous les autres mois enregistrent une baisse des nuitées touristiques.



1,58 millions

de nuitées touristiques françaises en 2023 (-5% par rapport à 2022)

et représente 72% des nuitées globales.

La clientèle intra régionale est la première clientèle touristique française et fréquente le territoire tout au long de l'année.

630.000

nuitées touristiques étrangères en 2023 (-9% par rapport à 2022).

C'est sur les mois de juin et juillet que la baisse est la plus forte.

Le pic observé sur le mois de septembre s'explique par l'évènement du Mondial de Rugby Amateur qui a attiré des joueurs de nombreuses nationalités.

Allemagne et Pays Bas sont en tête des nuitées touristiques étrangères.

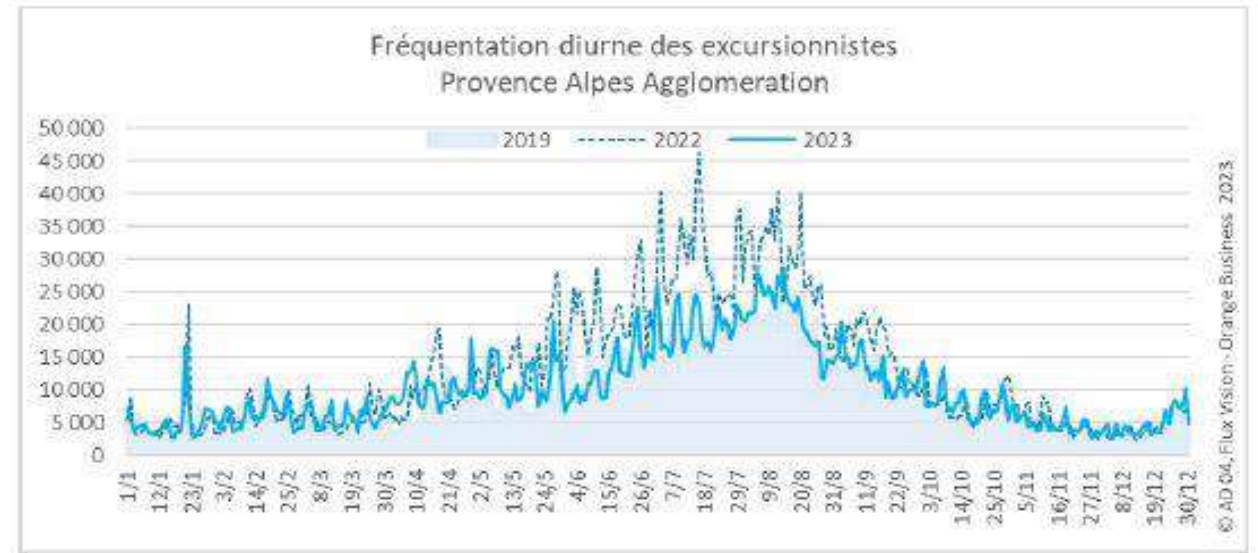
LES EXCURSIONS TOURISTIQUES SUR LE TERRITOIRE DE PAA

3,75 millions
d'excursions touristiques en 2023

-21% par rapport à 2022
+ 11% par rapport à 2019
(-7% sur le 04)

Le nombre d'excursions sur les 4 premiers mois de l'année est similaire à 2022.

A partir du mois de mai on observe un décrochage des excursions par rapport à 2022 tout en étant à un niveau supérieur à celui observé en 2019 (sauf pour le mois de juin).



2,8 millions

d'excursions touristiques françaises en 2023 (-19% par rapport à 2022)

et représente 75% des excursions globales.

Top 3 des excursions françaises : PACA (59%) / Auvergne Rhône Alpes (13%) et Ile de France (7%).

954.000

excursions touristiques étrangères en 2023 (-27% par rapport à 2022).

Top 3 des excursions étrangères : Allemagne (22%) / Italie 10% / Pays Bas (9%)

Les excursionnistes originaires de pays étrangers sont certainement en séjour dans des départements limitrophes à PAA.

FOCUS SUR UN ÉVÈNEMENT – MONDIAL RUGBY AMATEUR

L'évènement semble avoir eu un impact sur le volume de fréquentation du périmètre de «Provence Alpes Agglomération» . La population touristique présente le jour de l'évènement est supérieure de +13% à la moyenne des dates de comparaison, soit environ 3 700 personnes supplémentaires. Plus de la moitié sont des excursionnistes.

On constate que le niveau de fréquentation est corrélé aux horaires de l'évènement avec une **population additionnelle plus importante entre 10h et minuit (Matches et 3^{ème} Mi-Temps soirée de clôture).**

Le 30 septembre (demi-finale et finale sur Digne les Bains), par rapport aux dates de comparaison :

- la **population touristique française croit de +7%**
- le volume de la **population touristique internationale augmente de +38%.**

Cette hausse est en partie due à la venue des joueurs et délégations des différentes nations participant à cette compétition.



Les résultats de l'enquête sur le territoire de Provence Alpes Agglomération se basent sur un échantillon de 880 répondants.

LA DESTINATION PAA

Provence Alpes Agglomération est une destination 4 saisons

(répartition des nuitées tout au long de l'année).

Le cœur de saison (juillet et août) concentre 38% des nuitées et 27% des séjours.

PROFIL DE CLIENTELE

Provenance :

- 53% des touristes sont régionaux,
- 47% sont extrarégionaux.

Dont 19% étrangers, Allemagne et Pays Bas en tête.

Pour arriver ou partir...

- 9 touristes sur 10 viennent par la route. La voiture personnelle reste le premier mode de transport pour venir et se déplacer dans le département

Clientèle familiale :

- Totalise **46% des séjours**,
- Durée moyenne des séjours 4,8 jours

Age et CSP :

- **Age médian de la clientèle 55,4**,
- Les 26-55 ans représentent 57% des visiteurs
- Les seniors représentent 35% (56 ans et +)
- Les moins de 25 ans 6%

- Les CSP+ représentent 38% de nos visiteurs en séjours
- CSP- 33%
- Retraités 23%

Dépenses :

- **54,3€** c'est la dépense moyenne par jour et par personne en séjour sur le territoire (en comparaison la dépense moyenne est de 53,1€ pour les AHP et de 70,8€ en Région PACA)
Les deux premiers postes de dépense sont l'hébergement et la restauration.

CARACTÉRISTIQUES DU SÉJOUR

Informations et réservation du séjour :

2 principaux vecteurs d'informations :

- Plateformes de réservation.

À 19% pour l'information sur le séjour.

À 28% pour la réservation du séjour.

- Hébergeurs

À 26% pour l'information sur le séjour.

À 38% pour la réservation du séjour.

Motif du séjour :

À **89% pour motif personnel** dont **60% pour des vacances et loisirs** et 16% pour une visite à la famille ou des amis.

4% pour une cure thermale.

À **11% pour motif professionnel.**

Mode d'hébergement :

52% des séjours en hébergement marchand

(camping 18% / hôtel 17% / location meublé 9%)

48% des séjours en hébergement non marchand

(Parents ou amis 19% / résidence secondaire 15%)



Pour l'information sur le séjour les Offices de Tourisme, AD ou CRT sont consultés à 14% et le bouche à oreille fonctionne pour 20% des répondants.



64% des répondants ont précisé qu'ils avaient consulté un Office de Tourisme pendant leur séjour :

Sur place à 20%

Via ses outils numériques 22%

Les deux confondus à 21%

Activités principales pendant le séjour :

Pour 32% la **randonnée** et les balades,

Pour 13% la **baignade**,

Pour 11% ne rien faire **se détendre**,

Pour 10% la **découverte** des villes et villages,

Pour 7% la visite de **monuments et musée...**

Satisfaction du séjour :

Note moyenne sur 10 : **8,8**

Les répondants recommandent la destination à 90%

Fidélité :

À la région pour 90%

Au lieu de séjour pour 66%

Activités pratiquées pendant le séjour :

Pour 67% la **randonnée** et les balades,

Pour 49% les activités aquatiques,

Pour 44% la **découverte** des villes et villages,

Pour 26% Visite de producteurs, artisans, marchés,

Pour 18% la visite de **monuments et musée**,

Pour 14% le VTT, vélo, cyclotourisme...



POIDS DU TOURISME

43.000
lits touristiques

13.700
lits touristiques
marchands

30.000
lits non marchands

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

120 millions d'euros de
recettes touristiques

2,21 millions de nuitées

3,75 millions
d'excursionnistes

1/3

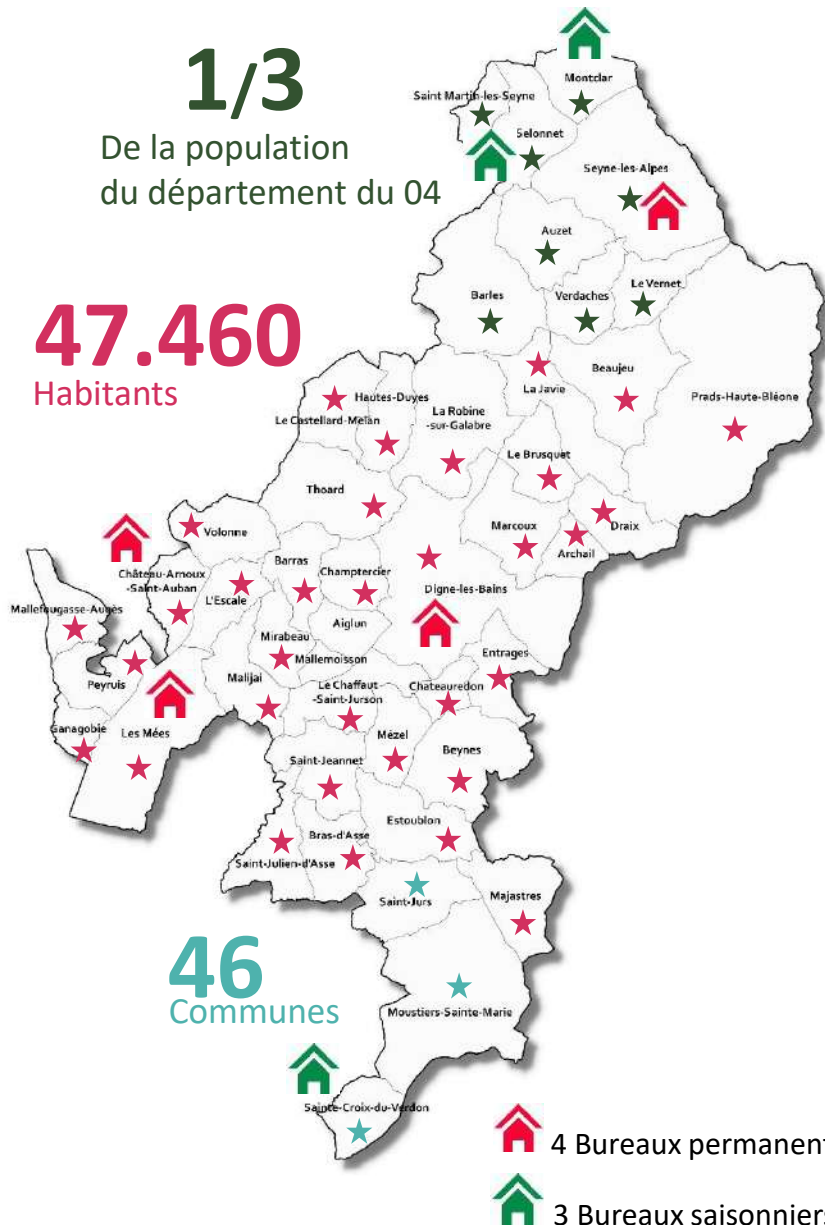
De la population
du département du 04

47.460

Habitants

46

Communes



4 Bureaux permanents

3 Bureaux saisonniers

7 bureaux d'information touristique

Une équipe de permanents renforcée
par des saisonniers

20 ETP

15 ETP (personnel permanent)

5 ETP (personnel en CDD ou saisonnier)

Jusqu'à 29 collaborateurs en Haute Saison

400 Adhérents en 2023

52.398 actes d'accueil en 2023

ZOOM ÉTÉ 2023

- **24%** de fréquentation globale sur les bureaux à l'exception du bureau de Digne avec une fréquentation en hausse de 5%.

Evolution du mode d'acquisition de l'information (web)

Développement des activités de loisirs non marchandes.



ZOOM HIVER 2023/2024

Saison mitigée avec des conditions d'enneigement moyennes.

Vacances de Noël et weekends de janvier plutôt bons alors que les vacances de février affichent une baisse par rapport à la saison précédente.

Augmentation des courts séjours, réservations plus tardives liées aux chutes de neige, exigence accrue quant au rapport qualité prix et à la qualité de service.

Les habitudes de consommation évoluent, l'activité ski connaît une baisse, les activités hors ski se maintiennent malgré un enneigement variable.

52.398 actes d'accueil en 2023 (- 24% par rapport à 2022)

39.939 accueils physiques (-17% par rapport à 2022)

9.586 appels (-17% par rapport à 2022)

+ **Environ 3.000 mails**

Haute Provence

(Digne les Bains / Les Mées / Château Arnoux)



26.570

actes d'accueil

(-6,4% par rapport à 2022)

18.727

personnes accueillies en physique
(- 9,8% par rapport à 2022)

5.692

personnes renseignées par téléphone

Verdon

(Sainte Croix du Verdon)



6.183

actes d'accueil

(-26% par rapport à 2022)

3.866

personnes accueillies en physique
(- 19,4% par rapport à 2022)

666

personnes renseignées par téléphone

Blanche Serre-Ponçon

(Seyne / Montclar / Chabanon)



21.276

actes d'accueil

(-27% par rapport à 2022)

17.350

personnes accueillies en physique
(- 24% par rapport à 2022)

3.228

personnes renseignées par téléphone

Les éco compteurs :

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

Dalle aux ammonites : 36.552 passages (-12,5% par rapport à 2022).

Moyenne de 115 passages jour.

Ichtyosaure de la Robine : 9.843 passages (+13,3% par rapport à 2022).

Moyenne à 31 passages jour.

Courbons Rocher escalade : 3.745 passages (stable).

Moyenne à 10 passages jour.





2023 en BREF...

MISES A JOUR des MODELES / PROCÉDURES / MODES OPERATOIRES

Mise à jour des documents Qualité 2023 (Livret d'accueil, Manuel Qualité, Système documentaire, Livret d'accueil des personnes en situation de handicap)

SIGNALÉTIQUE et COMMUNICATION

- Ajout du logo Qualité Tourisme dans les signatures mail de tout le territoire (Avizi + Outlook), dans les courriers papier également,
- Mise à jour de la signalétique extérieure du Bureau d'Information Touristique à Château-Arnoux pour les horaires d'ouverture (nouveaux horaires d'accueil compte tenu des pics de fréquentation),
- Optimisation des onglets du cahier de liaison pour améliorer la communication interne.

TÉLÉPHONIE

- **Nouvelle stratégie d'accueil téléphonique** mise en place avec Koesio / **Installation et déploiement du nouveau système de téléphonie numérique** :
 - Accueil du client dans les différentes configurations : bureaux ouverts / bureaux fermés et bascule d'appels entre les bureaux pour optimiser le temps de réponse
 - mise à jour des modèles de messages répondeurs sur chaque bureau par saison
 - mise à jour des modes opératoires téléphonie / notamment fonctionnement détaillé de l'enregistrement des messages sur les répondeurs automatiques

Rappel 2022
Obtention de La
marque Qualité
Tourisme™

En 2023
Poursuite des
actions en faveur de
l'amélioration es
services



AVIZI

Reprise des modèles de courrier en français et en langues étrangères (anglais + allemand) / renforcement de la personnalisation de la réponse (modification des textes et des signatures)

APIDAE

Travail d'harmonisation des saisies / formation des équipes accueil / travail en collaboration avec le service numérique pour l'optimisation de la remontée des informations sur les sites internet des 3 destinations

NUMÉRIQUE

- Déploiement des pages « qualité » du site PRO en collaboration avec le service numérique
- Sites internet Haute Provence et Blanche Serre-Ponçon : travail sur l'arborescence et les rubriques pour faciliter le parcours client / travail sur les filtres pour faciliter les recherches (rubriques « meublés » et « commerces et services » notamment) et simplification du parcours client sur les outils numériques

PARTENARIAT

Déploiement des pages dédiées à l'adhésion des partenaires sur le site PRO / mise en avant des missions de l'OT / **renforcement de l'information aux partenaires**

BASE VTT

Evolution des pages du site internet et mise en avant de la marque Qualité Tourisme

VIA FERRATA

Réorganisation de la gestion du stock de matériel et de sa rotation, mise à jour de la procédure

Evolution des pages du site internet et mise en avant de la marque Qualité Tourisme

SUGGESTIONS REMARQUES RÉCLAMATIONS

Traitement dans les temps impartis des retours oraux, comme des retours écrits, transferts aux structures concernées et renforcement des collaborations pour une amélioration continue des prestations sur la destination PADLB.

PRINCIPALES DEMANDES AUX ACCUEILS



- Le territoire / le département,
- Les accès et moyens de transport, Train des Pignes,
- Les animations culturelles, marchés, brocantes...
- Les activités de loisirs, activités de pleine nature, location matériel de via ferrata,
- 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, les bulletins d'enneigement des stations de montagne,
- Les tarifs des prestations proposées par l'OT,
- Accompagnement du client jusqu'à la réservation d'activités ou d'hébergement...



En 2023, **480 h** de **formation** (principalement sur la transition numérique) **et éducteurs**, Découverte des nouvelles infrastructures, activités... pour le personnel permanent et les saisonniers.



BULLETIN D'INSCRIPTION



Les piliers d'une stratégie webmarketing

Formation à distance

Jeu 16, ludi 20 et jeu 23 novembre, de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00



Formation InDesign pour les Pro / Format Premium :
Formateur attitré en individuel /
Formation à distance 6 x 3h30 / Certification ICDL PCIE
Centre habilité CPF



Formation Photoshop pour les Pro / Format Premium :
Formateur attitré en individuel / Formation à distance 6 x
3h30 / Certification ICDL PCIE Centre habilité CPF

BOUTIQUE – ACTIVITÉS COMMERCIALES

CHIFFRE D'AFFAIRE TOTAL

111.319€
de chiffre d'affaires

- Adhésions et publicités,
- Produits locaux,
- Cartes de randonnées, VTT,
- Location de VTT et matériel de Via Ferrata.

23.690€ TTC Chiffre d'affaire boutique et activités annexes (loc VTT / Via) en 2023 sur l'ensemble des bureaux (hors service commercialisation, adhésions et publicités).

BILLETTERIE 2023

41.127,00€
de chiffre d'affaires

Billetterie avec commission	Nombre de billets	Chiffres d'affaire
Bureau Digne 2 spectacles	55	1.176,00€
Train vapeur	16	366,00€
	71	1.542,00€
Billetterie sans commission	Nombre de billets	Chiffres d'affaire
Bureau Digne 11 événements	1027	29.053,00€
Cartes pêche	11	149,00€
Bureau Château (théâtre et Elan C')	914	10.383,00€
	1952	39.585,00€



Location Via Ferrata (nombre pers)	2023	2022	2021	2020
Office de tourisme Digne	692	757	1019	172
Camping du Bourg			243	93
Camping Mandala			114	66
Total	692	757	1379	331



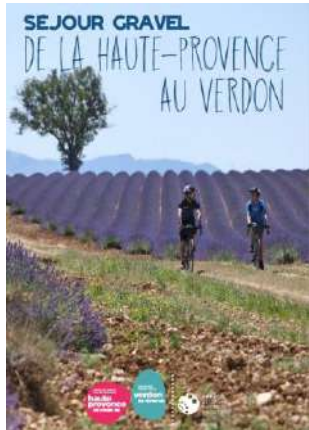
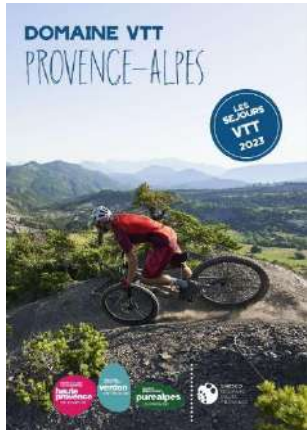
Contrats de location VTT (nombre pers)	2023	2022	2021	2020
Office de tourisme Val de Durance	301	290	212	131

ACTIVITÉS COMMERCIALES

COMMERCIALISATION DE SÉJOURS TOUT COMPRIS

LES 2 ROUES

... au cœur de notre activité commerciale
Du VTT au Gravel en passant par le vélo de route



2023

**11 séjours tout compris proposés,
57 séjours vendus pour 299 clients.**

Chiffre d'affaire : 53.302€ (↑ 20% par rapport à 2022)

Formules « Mythique » et « Fameux » plébiscitées

Tous les séjours se sont vendus au moins une fois

Le printemps est la meilleure période

Taux de
fidélisation
Entre
25 et 30%

57.134€

de chiffre d'affaires

D'autres séjours en lien avec les thèmes phares
de la stratégie touristique...
Itinérance (à pied et à cheval), La Routo,
Géoséjours au cœur du Géoparc de Haute
Provence, Refuges d'art, Sport, détente et bien-
être, trail... et prestations groupe sur demande

2023

**1 séjour vendu et des prestations groupe
Chiffre d'affaire : 3.832€**

Fenêtre ouverte sur 2024 ...

Un nouveau séjour VTT dans la vallée de la Blanche,
Une nouvelle offre sur le tourisme sportif en cours
d'élaboration...

ANIMATIONS

PROGRAMME D'ANIMATIONS

56 Programmes édités en 2023
7.000 tirages + version numérique

Saisie en amont des animations sur APIDAE
Conception du programme via l'outil EditYourself.
Cet outil sera remplacé par APIMILL en 2024, plus efficace dans la remontée et le traitement des données APIDAE.

Transition numérique : Le programme est proposé dans une version pdf à flasher, en téléchargement sur nos sites internet et envoyé par newsletter aux abonnés.
Le nombre de documents en version papier a été réduit de moitié.

1 Programme édité par destination



VISITES GUIDÉES

Visites de ville (Digne les Bains) :
152 participants pour 19 sorties
Visites proposées par Claude BRAUN.

1 visite de groupe avec 10 participants

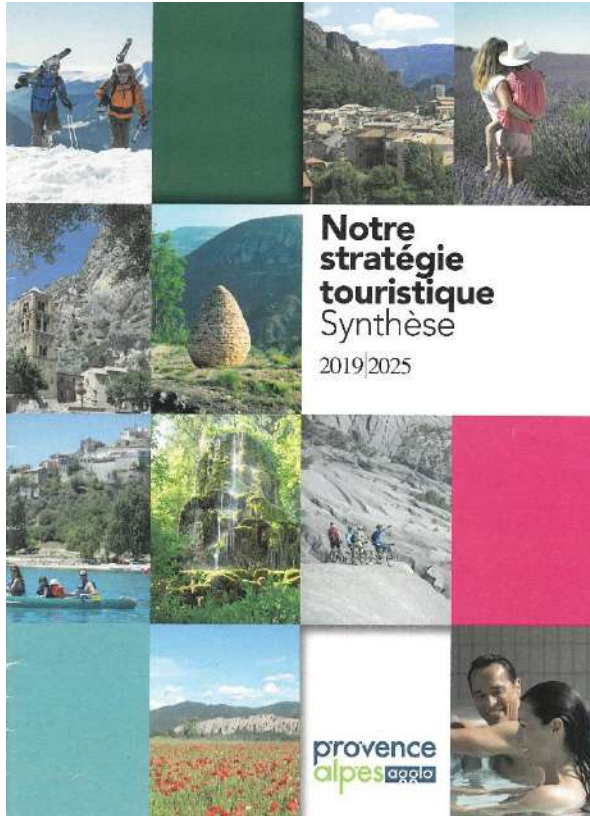
SORTIES GEOPARC DE HAUTE PROVENCE

Sorties UNESCO Géoparc :
37 participants pour 12 sorties payantes (7€)

FETE DE LA RANDONNÉE 2023

Site internet de réservation en ligne pour l'édition 2023 et soutien de l'Office de Tourisme.
Accueil des participants sur place.
Grand succès de l'édition 2023 avec :
✓ 60 sorties proposées,
✓ Environ 1000 participants.





LE CADRE STRATÉGIQUE

- 3 espaces touristiques cohérents : Haute Provence / Verdon / Puralpes
- Une signature commune « Terre d'émotions pures »
- Le Géoparc de Haute Provence comme dénominateur commun et facteur différenciant

UN PLAN D' ACTIONS EN 3 AXES

AXE A : Viser ensemble l'excellence

Renforcer l'observation touristique

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

Agir sur la communication interne et externe

AXE C : Structurer et mettre en place une offre d'exception

Développement de 4 filières d'excellence

4 FILIÈRES D'EXCELLENCE

- Montagne, sports et activités de pleine nature
- Tourisme de « pleine santé »
- Ecotourisme
- Art et culture

2 AXES DE DIFFUSION MAJEURS

- La presse et les médias
- Les outils numériques

MARQUE MONDE / PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED



Pourquoi adhérer au contrat de destination Provence ?

Pour intégrer une communauté d'acteurs engagés et fiers de réinventer la Provence

Pour bénéficier des avantages d'un réseau de partenaires

Parce que nous sommes plus forts ensemble

Pour se rassembler au sein d'un système vertueux afin de porter plus loin et plus fort la promesse touristique de notre territoire

Pour attirer les clientèles lointaines et à haute contribution

ACTIONS en 2023 portées par le CRT PACA : Campagnes de communication, salons, opérations événementielles, licence de marque...

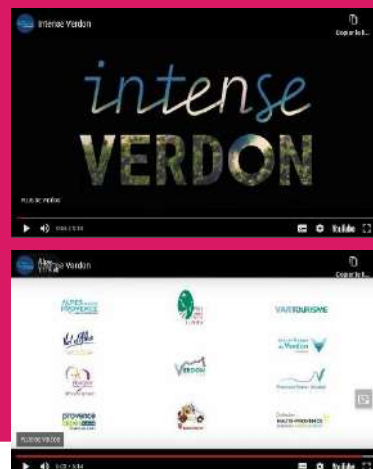
INTENSE VERDON – SMART DESTINATION

Une marque INTENSE VERDON

Une démarche de coopération portée par les agences de développement du 04 et du 83 et des collectivités riveraines du Verdon

11 partenaires (Offices de Tourisme) des sources à la confluence du Verdon rassemblés autour de valeurs communes et d'un positionnement commun :

PLAISIR SAIN ET VITALITÉ



Faire émerger des destinations touristiques

infrarégionales adossées aux trois grandes marques monde (Provence, Alpes et Côte d'Azur).

En 2023

Recrutement de deux chargées de mission en marketing touristique :

- Une chargée du déploiement de la marque auprès des socioprofessionnels du territoire,
- Une coordinatrice de projet sur la mission de création du site portail de destination Intense Verdon.

Le but est d'offrir au touriste une vision claire et simplifiée du territoire et faciliter la préparation de son séjour. Le site portail constitue un véritable **outil de visibilité fédérateur**. Il assurera la promotion du territoire en montrant aux internautes que le **Verdon est pluriel, toute saison** et qu'une multitude d'expériences sont à vivre de sa source à Allos à sa confluence à Vinon-sur-Verdon.

En 2023, Intense Verdon s'est dotée d'outils de communication et de marketing : Contenus photos, illustrations, charte graphique, univers iconographique, vidéos...

Préparation du site web, portail de la destination, sortie prévue à l'été 2024.

POURSUITE DU PARTENARIAT AVEC REVOLUTIONR

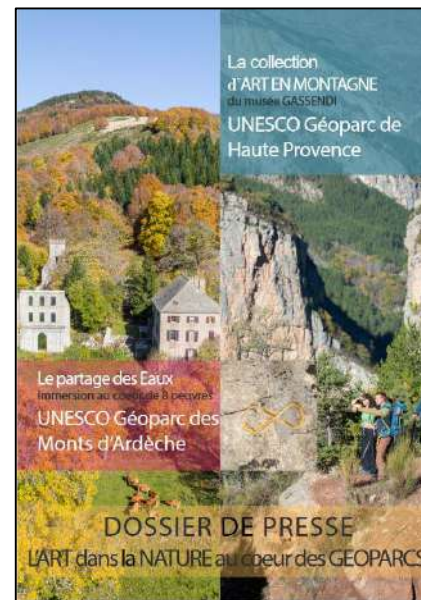
L'office de tourisme collabore depuis 5 ans avec l'agence de relations presse RévolutionR avec pour objectifs de :

- ✓ 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 2023

- 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** et d'un **dossier de presse thématique Art dans la nature**
- Rédaction de **communiqués de presse** et envoi systématique à plus de 7000 journalistes français,
- Organisation d'**accueils de presse**, influenceurs et bloggeurs.



LES RETOMBÉES PRESSE 2023 EN CHIFFRES (printemps-été-automne / Hiver)



DESTINATION PROVENCE ALPES DIGNE LES BAINS
LE PARTENARIAT AVEC RÉVOLUTIONR A ENGENDRÉ :
24 COMMUNIQUÉS DIFFUSÉS
313 RETOMBÉES PRESSE – RADIO – TV – WEB
Soit un équivalent d'achat d'espace d'environ
8.377.619 M€



DESTINATION PROVENCE ALPES DIGNE LES BAINS
HIVER 2023/2024
LE PARTENARIAT AVEC RÉVOLUTIONR A ENGENDRÉ :
11 COMMUNIQUÉS DIFFUSÉS
70 RETOMBÉES PRESSE – RADIO – TV – WEB
Soit un équivalent d'achat d'espace d'environ
806.799€



LES RETOMBÉES PRESSE 2023 EN CHIFFRES (filières spécifiques)



DESTINATION GÉOPARC DE HAUTE PROVENCE

LE PARTENARIAT AVEC RÉVOLUTIONR A ENGENDRÉ :

6 COMMUNIQUÉS DIFFUSÉS

97 RETOMBÉES PRESSE – RADIO – TV – WEB

Soit un équivalent d'achat d'espace d'environ

7.573.737 M€



13 TV Régionales
1 737 048 contacts
69 482 €



19 PRINT
14 853 083 contacts
328 380 €



2 RADIOS
520 464 contacts
24 572 €



63 WEB
987 825 649 contacts
7 151 303 €



DESTINATION BIEN ETRE THERMES ET SPA THERMAL

LE PARTENARIAT AVEC RÉVOLUTIONR A ENGENDRÉ :

7 COMMUNIQUÉS DIFFUSÉS

48 RETOMBÉES PRESSE – RADIO – TV – WEB

Soit un équivalent d'achat d'espace d'environ

1.011.386 M€



1 TV + 1 Radio
148 824 contacts
9 105 €

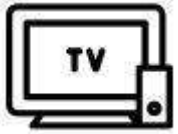


13 PRINT
5 640 281 contacts
220 633 €



34 WEB
196 500 368 contacts
786 001 €

MARKETING – RELATIONS MEDIAS – BEST OF (présentation non exhaustive)



Date : 04/08/2023
Sujet : Focus sur le lac de Sainte-Croix dans les Alpes de Haute-Provence qui fête ses 50 ans
Audience : 5 109 000 téléspectateurs



Date : 14/01/2023
Sujet : Quatre à table
Audience : 4 664 000 téléspectateurs



Date : 25/05/2023
Sujet : Un moment d'évasion
Audience : 7 500 000 téléspectateurs



Date : 26/07/2023
Sujet : Les plus beaux lacs de France
Audience : 320 000 téléspectateurs



Date : 11/08/2023
Sujet : Visite de la maison d'Alexandra David-Neel
Audience : 2 360 000 téléspectateurs



Date : 18/09/2023
Sujet : Le Géoparc de Haute Provence est un site à part
Audience : 109 000 téléspectateurs



Tournage de l'émission « **Vous êtes formidables** » sur **France 3** axée sur Digne les Bains
 Juin 2023 / Géoparc, Étoiles de Saint Vincent, dalle aux ammonites, Alexandra David Neel... (Diffusion 8 juin 2023)



Partenariat DACIA.
 Tournage sur le lac de Sainte Croix du Verdon.
Diffusion TF1



Le Monde

LE GOÛT DU MONDE - L'EUROPE À VÉLO

La France à vélo : cinq randonnées des sentiers périlleux des Alpes-de-Haute-Provence à la charmante Chambéry

Par Olivier Razemon

SÉLECTION | « La Matinale » vous invite au voyage. Cette semaine, profitez des beaux jours de l'arrière-saison et de la moindre affluence touristique pour joindre le plaisir de la marche et celui de la découverte artistique.

Date : 03/09/2023

Audience : 18 129 402 visiteurs

ENVOLS

Haute-Provence : les plus beaux sites naturels de la région

MERCREDI 24 MAI 2023 | CYRIELLE DIDIER

DU LUBERON ORIENTAL AU MERCANTOUR EN PASSANT PAR LE VERDON, LA HAUTE-PROVENCE CACHE DES SITES NATURELS GRANDIOSES. EN VOICI QUATRE À NE PAS MANQUER !

Le lac de Sainte-Croix

©Rudolf Ernst/Getty Images Plus



Date : 13/05/2023

Audience : 310 988 visiteurs

LaProvence.

Digne-les-Bains : un drôle de char dans la mêlée de la 77e édition du Corso de la Lavande

© Digne-les-Bains

A deux mois du Mondial de rugby amateur, le Dignois Jean-Claude Marano a eu l'idée de lui consacrer un char, à découvrir dès demain lors du défilé du Corso de la Lavande. Avec ses "guests" à bord, il fera sensation.

Date : 04/08/2023

Audience : 2 265 382 lecteurs



Digne-les-Bains: au cœur de la 77e édition du Corso de la lavande

La 77e édition du Corso de la lavande se termine ce mardi soir à Digne-les-Bains. L'événement festif qui dure cinq jours réunit plus de 70.000 personnes.

Date : 08/08/2023

Audience : 17 161 624 lecteurs

INFLUENCEURS / BLOGGEURS

Accueil de la bloggeuse Katerine Hibbs du blog

<https://aufildeslieux.fr/>.

Thématique : sur les pas d'Alexandra David Neel.

Visite de la maison + randonnée sophro /
marche afghane.

Accueil de la bloggeuse / influenceuse

@lelabbyestelle.

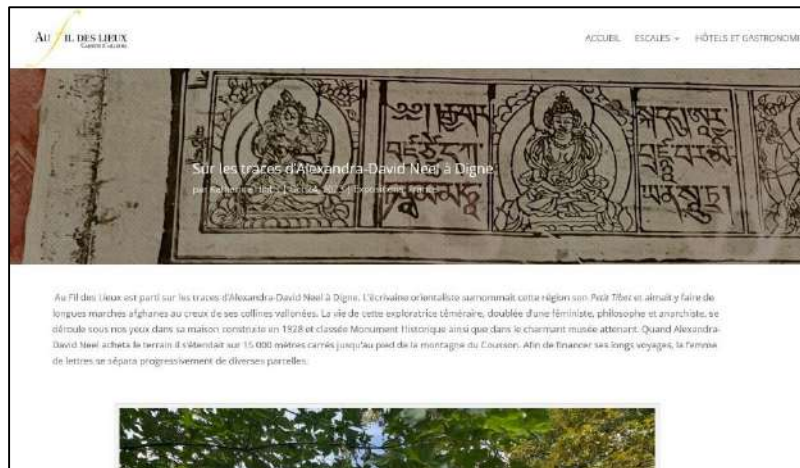
Thématique : Week-end en Haute Provence.

Visite de la maison Alexandra David Neel, du
musée Gassendi et du musée Promenade.

Randonnée du Vieil Esclanon, arrêt dalle aux
ammonites. Balade VTT sur le sentier du Tour du
Lac.

-> 1 article de blog

-> + de 40 stories Instagram en story
permanente DIGNE-LES-BAINS





LES RETOMBÉES PRESSE 2023 EN CHIFFRES (hiver)

CP DIFFUSÉS

1. DP hiver 2023-2024

Diffusé le 25/09/2023

2. CP nouveautés et expériences à vivre dans la Vallée Blanche Serre-Ponçon

Diffusé le 19/10/2023

3. Ours météo

Diffusé le 04/11/2023

4. CP Noël dans les villages de la Vallée Blanche Serre-Ponçon

Diffusé le 28/11/2023

5. CP ouverture des stations

Diffusé le 06/12/2023

6. Ours neige Chabanon

Diffusé le 08/12/2023

7. CP annonce week-end des enfants

Diffusé le 01/12/2023

8. CP idées de reportage : vacances de février

Diffusé le 05/02/2024

9. CP coupe de France de snow à Chabanon

Diffusé le 28/02/2024

10. Ours Chabanon

Diffusé le 11/03/2024

ACCUEIL PRESSE RÉALISÉ

C8 - William à midi -

a. Neige Blanche Serre Ponçon

2 sujets diffusés :

Yooner à Montclar

Construction d'igloo à Montclar



Date : 08/02/24 - Montclar

Sujet : Le Banc d'Essai - J'ai appris à construire un igloo !

Audience : 149 642 téléspectateurs

Date : 25/01/2024 - Montclar

Sujet : Le banc d'essai - essai du Yooner

Audience : 49 642 téléspectateurs



Date : 25/02/2024 - Grand-Puy

Sujet : Neige - Retour au sommet dans les Alpes de Haute-Provence

Audience : 4 664 080 téléspectateurs



Date : 11/03/24 - Chabanon

Sujet : Météo de Karine Fauvet

Audience : 36 660 téléspectateurs



Date : 10/12/2023
Sujet : La saison des sports d'hiver commence
Chabanon
Audience : 415 000 auditeurs



Date : 10/01/2024
Sujet : Gros plan sur la station de Chabanon
Audience : 656 000 auditeurs



Date : 10/12/2023
Sujet : Adaptation des domaines skiable
Chabanon
Audience : 1 608 000 auditeurs



Date : 07/11/23
Audience : 3 471 978 lecteurs



Date : 13/11/23
Audience : 20 102 844 lecteurs



Date : 15/02/24
Audience : 1 292 666 lecteurs

LA FILIÈRE THERMALE

Saison thermale 2023



Thermalisme & Bien-être

Stimulés au cours de la vallée des Eaux Chaudes, les Thermalistes Dignes les Bains vous proposent une agréable caravane : que vous soyez curistes, résidents du territoire ou de passage, il y a toujours une bonne raison de se faire un bien à Digne les Bains...



Préparation du guide du curiste en décembre 2023 pour les Thermalies en janvier 2024

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

3.902 curistes en 2023 (cure 18j)
+ 5,71%
 3.691 forfaits en 2022
720 Mini cures et cures libres

36.205 entrées SPA Thermal (espace aqua ludique et soins)
+ 39,90%
 25.879 entrées en 2022

Pots d'accueil réalisés en partenariat entre l'Office de Tourisme et l'établissement thermal toutes les 3 semaines.
 Organisation de **tombolas** avec animations et recherche de lots auprès de nos partenaires.



ACTIONS MARKETING EN 2023

- **Thermalies du 19 au 22 janvier.**

Le salon incontournable de la santé et du bien être par l'eau.
Sand commun Office de Tourisme et établissement thermal de Digne les Bains

- **Organisation d'un reportage photo sur le spa thermal** commandé par les thermes (septembre 2023).

Photographe Thibault Vergoz.

- 1 page tourisme dans « **l'officiel du thermalisme** »

- **Panneau 4x3 sur l'autoroute** direction Aix en Provence
Visuel Spa Thermal

- **Intégration de l'offre Spa Thermal / soins** dans nos séjours thématiques pour promouvoir le volet pleine santé du territoire.



ACTIONS MARKETING EN 2023

- « Villes d'Eaux, villes de Bien-être »

Plan Marketing initié par l'Association nationale des Maires des Communes Thermales et Atout France visant à **accompagner les destinations thermales dans leur diversification** autour d'un projet valorisant les « Villes d'Eaux, villes de bien-être ». **Participation en 2023 au volet 1 « Campagne de notoriété »**

Le volet 1 prend la forme d'une **campagne d'image** visant à apporter une visibilité à chaque station thermale.

Elle permet d'inspirer les voyageurs en leur suggérant de nouvelles propositions de lieux de séjours et d'expériences en phase avec leurs aspirations.

Ce premier volet s'articule autour d'un plan média online 360°, de la création d'une plateforme de contenus avec articles dédiés et relais sur les réseaux sociaux #ExploreFrance.

Il permet de toucher les jeunes urbains, à hauteur de plus de 330 000€ co-investis par Atout France, les destinations et acteurs de la filière.



L'AGENDA 2023 DES SALONS DEDISÉS AUX ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

20 > 22 janvier : Vélofollies
à Courtrai (Belgique)

16 > 17 septembre :
Fête de la randonnée
à Digne-les-Bains

4 > 8 octobre : Roc d'Azur
à Fréjus : 1er événement VTT au monde



PARTENARIAT PUBLICITAIRE

- ✓ Organisation du **GRAVEL TEST TOUR 2023** du 12 au 16 avril 2023 à Sainte Croix du Verdon
- Faire tester des vélos Gravel à une soixantaine de pratiquants durant 2 jours sur un territoire adapté à cette nouvelle discipline Gravel.
- Six grandes marques de vélos (Specialized, BMC, Scott, Génésis...) proposent à l'essai leurs nouveautés, en électrique ou en classique.

Pour le site d'accueil le Gravel Test Tour est une occasion unique de promouvoir la destination auprès des participants et du grand public à travers un reportage magazine et une vidéo officielle réalisée pendant l'événement.



CRÉATION DE CONTENU

Organisation d'un reportage photo
Tour du Lac de l'Escale
©Thibaut VERGOZ

- VTT
- Observation des oiseaux
- Passerelle himalayenne
- Activités nautiques





PROJET LEADER INTER-GÉOPARCS DE VALORISATION TOURISTIQUE DE L'ART DANS LA NATURE

RAPPEL DES OBJECTIFS

L'offre d'art dans la nature des Géoparcs est insuffisamment valorisée sur le plan touristique et manque encore de structuration à la fois à l'échelle intra et interterritoriale.

Les Géoparcs de Haute-Provence et des Monts d'Ardèche souhaitent ainsi porter ensemble 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** 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.

Partenaires : *Provence Alpes Agglomération, Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche, Musée Gassendi, Office de Tourisme Provence Alpes Digne les Bains.*

ACTIONS RÉALISÉES EN 2023

✓ Presse

Organisation d'une **conférence de presse** à la Maison de la Géologie à Paris **le 20 juin 2023**
-> 12 journalistes présents + 12 journalistes en visio-conférence



Organisation d'un **voyage de presse** en Haute-Provence **du 19 au 21 septembre 2023**

-> 4 journalistes ont participé :

Barbara Divry, Le Routard / Anne-Flore Hervé, Dimanche Ouest / France Foucaud du Merle, Life and Style / Lili Quinn, Dandy / François Ernenwein, La Réforme.

✓ Eductours

10 journées de découverte de la collection d'art en montagne du musée Gassendi gratuites destinées à nos partenaires, sociaux-professionnels, personnel des Offices de Tourisme et habitants, principaux ambassadeurs du territoire.

Eductours encadrés par Laurie Honoré responsable du service des publics au musée Gassendi et Charles Speth, accompagnateur en montagne, membre de l'association l'art en chemin.

PLAN D' ACTIONS HIVER 2023/2024 - OBJECTIFS

- ✓ **Poursuivre nos actions auprès du segment « enfants » :**
ils restent les principaux prescripteurs de l'offre neige,
- ✓ **Appuyer la communication autour d'une offre promotionnelle :**
le week-end des enfants,
- ✓ **Communiquer sur les nouveautés et les expériences, les temps forts qui rythment le début de saison,**
- ✓ **Poursuivre la fidélisation de notre clientèle de proximité (intra régionale) et locale :**
habitants de l'Agglomération (habitants/ambassadeurs),
- ✓ **Communiquer sur les activités** plutôt que sur les évènements,
- ✓ **Communication digitale** afin de valoriser des offres et des produits.

MARCHÉS VISÉS / CLIENTELE CIBLÉE

- ✓ PACA
- ✓ Provence Alpes Agglomération
- ✓ Enfants / Familles

STRATÉGIE

Un plan d'action «hiver» qui repose sur :

1 Le Week-end des enfants

2 Les premières neiges

3 Le lancement de la saison : ouverture des stations

4 Les activités hors-ski

5 Les nouveautés

6 De nouvelles expériences glisse et enfants en s'appuyant sur les prestataires.



UN PLAN D' ACTIONS 2023/2024 COMMUN AUX 3 STATIONS – COMMUNICATION SPÉCIFIQUE

SKIPASS 2023-2024

- Mailing fichiers clients,
- Insertions Magazine Provence Alpes Agglo,
- Publications sur les réseaux sociaux,
- Envoi d'un communiqué de presse dédié à la presse locale.

WEEK END DES ENFANTS



- Création et impression d'un flyer A5 Weekend des Enfants (2000 ex),
- Insertions Magazine Provence Alpes Agglo,
- Communiqués de presse dédiés,
- Budget digital.

SKIPASS
- 13% de forfaits saison vendus
3 Points de vente :
Seyne, Chabanon, Montclar
Chiffre d'affaire
2023/2024
258.320€ de chiffre d'affaire
- 9%
par Rapport à la saison
2022/2023



UN PLAN D'ACTION 2023/2024 COMMUN AUX 3 STATIONS – COMMUNICATION GÉNÉRIQUE

RELATIONS PRESSE – PARTENARIAT REVOLUTIONNR

- Création d'un **dossier de presse hiver** + envoi à 8500 journalistes :
2 829 journalistes tourisme, 2 531 journalistes sport, 439 journalistes ski, 1 442 journalistes région PACA, 1 246 journalistes famille,
- **Envoi de 15 communiqués de presse** à la même base de journalistes entre septembre et décembre (PACA + nationaux),
- **Accueil presse et influenceurs.**

SALON GRAND PUBLIC

- **Tout Schuss Day** 25 et 26 novembre – *Aix en Provence*
Insertion Bandeau La Provence, *promotion du Tout Schuss.*

BANQUE D'IMAGES

Reportages vidéo (mars 2023)

Objectif : disposer d'une banque d'image afin de pouvoir monter des vidéos pour nos réseaux sociaux.

Tournage d'images de Drone dans les stations de Chabanon et du Grand Puy avec Drone des Cimes

-> vues de paysages enneigés (environ 30 min d'images à Chabanon et 15 min au Grand Puy)

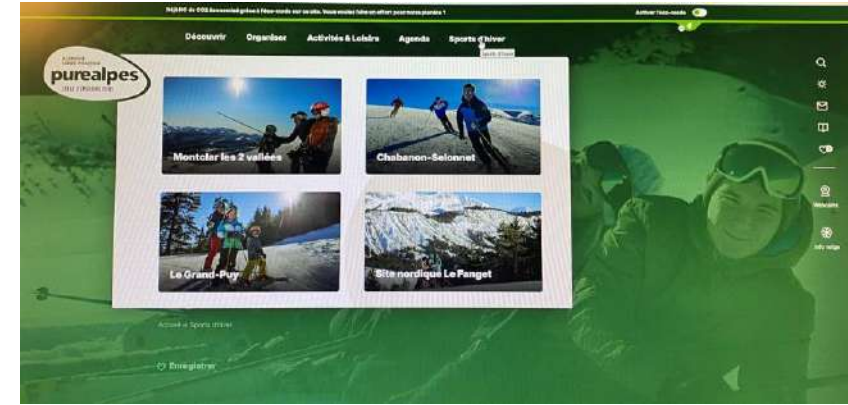
Tournages d'images à Chabanon avec Ascendance Prod

-> ski famille / enfants -> prises de vue drones



NUMÉRIQUE ET RÉSEAUX SOCIAUX

- **Refonte du site** de destination Blanche Serre-Ponçon, mise en ligne novembre 2023,
- **Production de contenus pour les réseaux sociaux**
-> axe de communication basé sur les nouvelles rubriques du site internet : expériences / coups de coeur / incontournables / bonnes raisons de venir
- Campagne publicitaire Facebook / Instagram (publications boostées)
- Production de vidéos (Ascendance Prod et Drone des Cimes) et de réels
- Campagne Ad Words
- Déplacement d'un community manager de l'OT sur les stations afin de produire du contenu sur des thématiques telles que : animations/évènementiel, chute de neige, ouverture de stations, nouveautés, actus, portraits...



Bilan publication sur les réseaux sociaux

	Impressions	Actions sur la publication	Nb de publi RS boostées	Référencement payant	Nb de publi RS non boostées
Publications boostées BSP	1 977 148	961 882	16	1	25 BSP 13 Montclar 6 Fanget
Publications boostées Le Grand Puy	3 982 885	1 669 242	9	1	6
Publications boostées Chabanon	3 902 491	1 085 388	17	3	16
TOTAL	9 862 524	3 716 512	42	5	66

UN PLAN D' ACTIONS 2023/2024 SPÉCIFIQUE AUX STATIONS DE CHABANON ET DU GRAND PUY

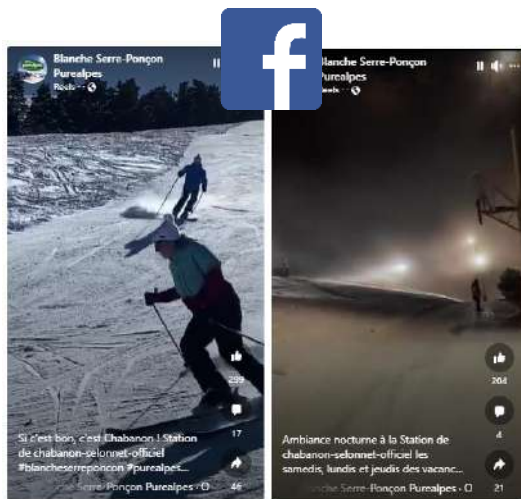
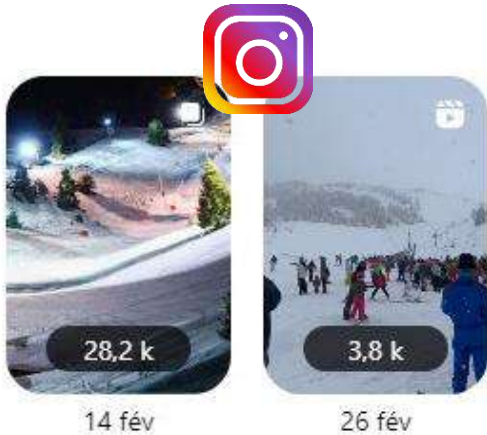
... dans le cadre du fonds de promotion Hiver 2023/2024

CHABANON



- ✓ Partenariat La Provence encart ouverture station
- ✓ Campagne digitale Facebook / Instagram

	Impressions	Actions sur la publication	Nb de publi RS boostées	Référencement payant	Nb de publi RS non boostées
Publications boostées	3 902 491	1 085 388	17	3	16



16 fév

2 mars

DÉTAIL ANNONCES ET CAMPAGNES PAYÉES

DATE	THEMATIQUE	CANAL	SUPPORTS	CIBLES	BOOST €	OBJECTIFS	Impressions	Actions
14/12-7/01	Plus proche de Marseille	SEA	Google Ads	PACA	900,00 €	Perf max notoriété acquisition	332 817	34 700
1 au 31 DEC	Famille pas cher	SEA	Google Ads	Montpellier	900,03 €	Vidéo prospection	226 946	119 543
DEC	Encarts la Provence	Press Relation	La Provence	PACA	250,00 €			
DEC	1er we ouverture Chabanon	Social Média	Facebook+insta	PACA	50,00 €	interactions	20 787	1 306
DEC	Vidéo drone	Social Média	Facebook+insta	PACA	116,35 €	Trafic	52 830	1 778
DEC	2eme weekend ouverture chabanon	Social Média	Facebook+insta	PACA	300,00 €	Trafic	18 527	595
DEC	Production contenu 2/3	PROD			590,00 €			
DEC	Animations Noël CHAB	Social Média	Facebook+insta	PACA	300,00 €	Trafic	62 372	664
DEC	Station les moins chères de France	Social Média	Facebook+insta	PACA/Occitanie	99,17 €	Trafic	71 372	672
JANVI	Chabanon Notoriété	Social Média	Facebook+insta	Advantage+	163,43 €	Notoriété	163 683	2 861
JANVI	Promo de janvier heb (couplé ski)	Social Média	Facebook+insta	budget partagé	100,00 €	Interactions	978 130	730 683
25/01-1/02	Campagne Carrousel Trafic	Social Média	Facebook+insta	Avignon/Montpellier	360,00 €	Trafic Chabanon-Selonnet	329 124	3 016
16/01-12/02	Chabanon	SEA	Google Ads	PACA + Montpellier	1 260,00 €	Conversion	1 118 900	61 414
9/02-12/2	Format REELdrone / neige en cours	Social Média	Facebook+insta	Advantage+	94,74 €	Trafic	75 822	1 758
14/02-3/03	Ski nocturne	Social Média	Facebook+insta	PACA	100,00 €	Trafic	22 535	1 512
FEV	Reel si c'est bon c'est Chabanon	Social Média	Facebook+insta	Advantage+	150,00 €	Notoriété	57 127	26 682
FEV	Contenu Drone 2	PROD			1 100,00 €			
19/02-/03	Evènement Snowboard	Social Média	Facebook+insta	Advantage+	300,00 €	Promotion évènement	35 969	350
28/02/2024	CP Coupe de France Snowboard	Press Relation	CP					
23/02/2024	neige du 23/02 Tim	Social Média	Facebook+insta	Advantage+	100,00 €	Interactions	40 683	555
26/02/2024	REEL live neige	Social Média	Facebook+insta	Advantage+	100,00 €	Interactions	77 859	2 890
MARS	Campagne ski nocturne	Social Média	Facebook	Advantage+	100,00 €	Advantage+	89 357	875
MARS	Reel ski nocturne pub1	Social Média	Facebook	IA	80,00 €	Advantage+	95 449	94 385
MARS	Reel ski nocturne pub2	Social Média	Facebook	Advantage+	50,00 €	Advantage+	32 202	2 010
MARS	Collab avec Paul Michaud	Social Média	Insta	Offerte				

LE GRAND PUY

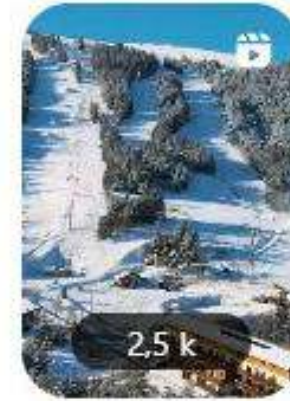


	Impressions	Actions sur la publication	Nb de publi RS boostées	Référencement payant	Nb de publi RS non boostées
Publications boostées	3 982 885	1 669 242	9	1	6

Campagne digitale Facebook / Instagram

DÉTAIL ANNONCES ET CAMPAGNES PAYÉES

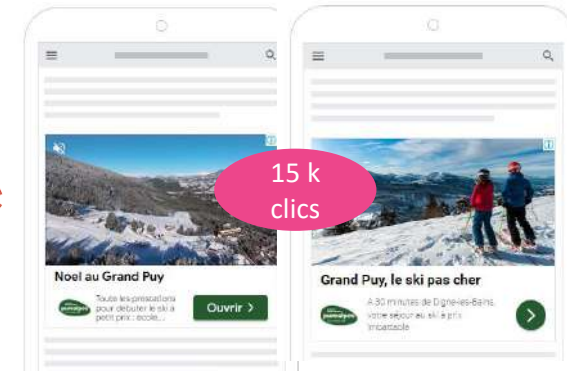
DATE	THEMATIQUE	CANAL	SUPPORT	CIBLES	BOOST €	OBJECTIFS	Impressions	Action
DEC	Station les moins chères de France GP	SEA	Google display facebook +	PACA	1 292,47 €	couverture notoriété + acquisition	1777719	15000
DEC	Vacances de Noel au GP	Social Média	insta	PACA	250,00 €	notoriété	978130	753068
DEC	neige Webcam	Social Média				annulé remplacé par campagne notoriété		
DEC	Ouverture GP	Social Média				annulé remplacé par campagne notoriété		
DEC	Campagne notoriété GP	Social Média	facebook + insta	PACA	299,97 €	notoriété	293263	250279
DEC	Encart ouverture	Press Relation	La Provence	PACA	250,00 €			
DEC	Focus soirées au Chalet	Social Média	facebook + insta	PACA	50,00 €	Interactions	37226	837
DEC	Production contenu drone 1/3	PROD			296,00 €			
DEC	Station les moins chères de France GP	Social Média				annulé remplacé par campagne notoriété		
DEC	Lancement saison ouverture GP	Social Média	facebook + insta	PACA	100,00 €	Interactions	103829	598
JANV	Promo Janvier hébergements couplé BSP	Social Média	facebook + insta	PACA	70,00 €	budget coupé en 2 avec BSP couverture	621037	621037
JANV	Soirées lumière GP	Social Média	facebook + insta	PACA	50,00 €	Interactions	14122	240
FEV	Format REEL du drone suite chute de neige	Social Média	facebook + insta	PACA	100,00 €	Notoriété	61518	25733
FEV	Live Neige au GP	Social Média	facebook + insta	PACA	100,00 €	Trafic	63843	2159
FEV	Color ski	Social Média	insta	04	50,00 €	Trafic	32198	291



23 fév



23 fév



NOTRE LIGNE ÉDITORIALE 2023

Des éditions 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. 20.000 ex**
- **Guide Verdon. 7.000 ex**
- **Guide Blanche Serre Ponçon été. 8.000 ex / hiver version numérique**
- **Plan de ville de Digne les Bains 15.000 ex**
- **Edition guide Le Fanget. Version numérique**
- **Carte touristique. 7.000 ex**



En 2024 : Virage numérique

Dématérialisation des guides papier au profit de carnets thématiques numériques à télécharger. Anti gaspillage / réponses plus ciblées aux demandes / mise à jour continue... Carte touristique, guide du curiste et plan de ville conservés.



LES SITES INTERNET REFONTE ET CRÉATION

REFONTE DES SITES

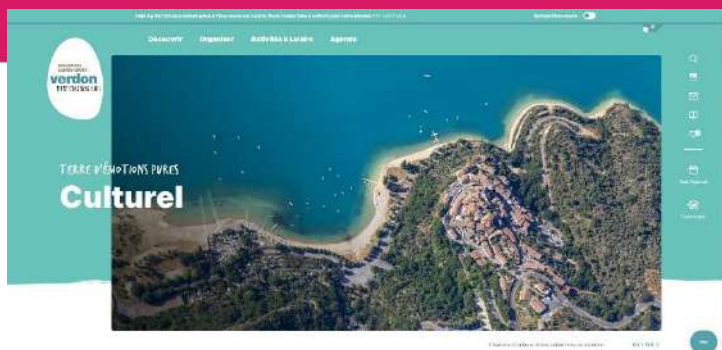
OBJECTIFS

- Assurer un bon fonctionnement des sites et éviter l'obsolescence à court ou moyen terme,
- Augmenter leur fréquentation,
- Répondre aux attentes des visiteurs en termes de recherche d'informations.

CRÉATION SITE PRO

- plateforme d'information et d'échanges unique permettant notamment de mettre en lien nos 400 adhérents. Mise en ligne novembre 2023

Mars 2024 : Mise en ligne du site de Sainte Croix du Verdon



Mise en ligne du site avril 2024



Mise en ligne du site fin août 2023



Mise en ligne du site novembre 2023

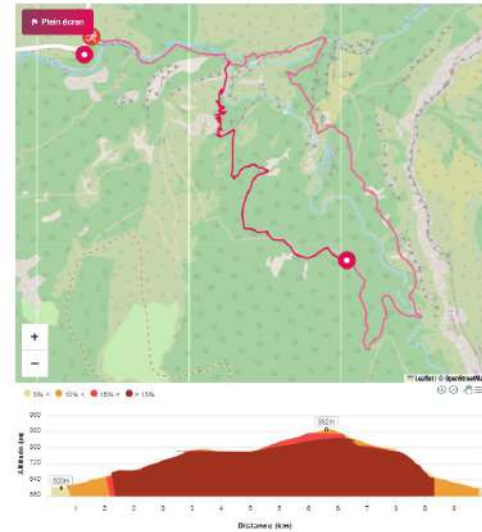


Site Pro mis en ligne en novembre 2023

NOUVELLES FONCTIONNALITÉS

- ✓ **Module cartographique** pour l'ensemble des objets touristiques et parcours de randonnées pédestre, VTT et raquettes. Profils altimétriques, géolocalisation (téléchargement des traces GPX).
- ✓ Développement **d'une strate « séduction »** avec de nouvelles rubriques : coups de cœur, expériences, bonnes raisons de venir et incontournables

Localisation



Sports pédestres	
Itinéraire de randonnée pédestre	
Durée	03h00
Dénivelé	380 D- / 380 D+
Distance	9,0 km
Altitude Max.	600 m
À télécharger	GPX PDF

Voir l'itinéraire



Découvrir la Haute-Provence

Grands espaces, nature, terroir, authenticité

Séjours en itinérance



Château-Arnoux-Saint-Auban

Séjour 2 jours en Vélo de Route - Le Tour Provence-Verdon

À partir de 129€ pour 2 jours / 1 nuit



Saint-Jurs

Séjour découverte du GR®69 La Routo® à pied et à cheval

Durée: 2 jours / 1 nuit



Seyne

Séjour VTT "Le Montagnard", idéal en VTT électrique

À partir de 180€ pour 3 jours / 2 nuits



4/5 - Château-Arnoux-Saint-Auban

Séjour VTT "Le Mythique" 100% singletracks !

À partir de 150€ pour 3 jours / 2 nuits



Château-Arnoux-Saint-Auban

Séjour 3 jours en Vélo de Route - Le Grand Tour Provence-Alpes-Verdon

À partir de 205€ pour 3 jours / 2 nuits

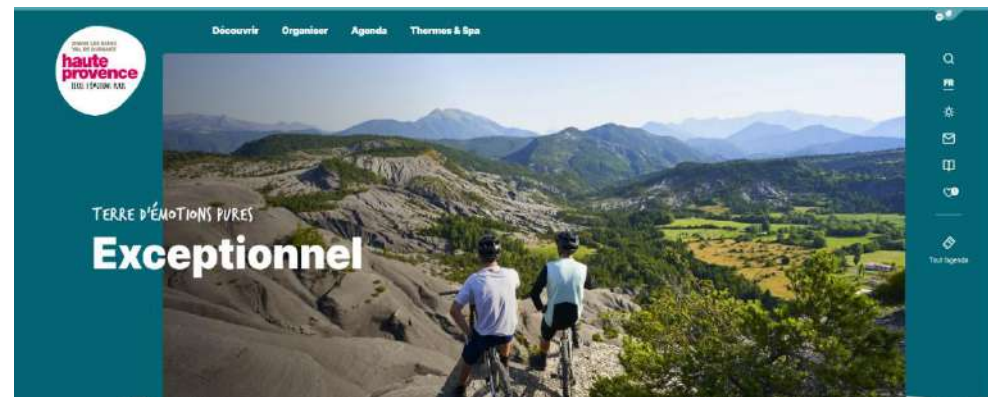
Voir tout



STATISTIQUES 2023

*La refonte de nos sites internet, conçue pour **améliorer l'expérience utilisateur et mettre en avant les richesses de notre région**, marque un tournant dans notre stratégie numérique. Cependant, cette transition a coïncidé **avec l'adoption par Google de nouvelles politiques concernant la récupération des cookies**, entraînant une **modification significative des méthodes de suivi et d'analyse web** habituelles.*

STATISTIQUES 2023 – SITE HAUTE PROVENCE (sept-déc 2023)



Pages les + visitées

La **page d'accueil** est la plus visitée avec une durée d'engagement moyenne de 1 min 24 s. La **page « Train des Pignes »** se distingue avec un nombre élevé de vues une durée d'engagement moyenne de 1 min 14 s, ce qui indique un intérêt spécifique pour ce sujet.

Engagement

Les pages concernant l'organisation du séjour et l'hébergement (location de meublés, hôtels) montrent un temps d'engagement plus élevé avec 2 min 17 s et 1 min 02 s respectivement, ce qui suggère que **les utilisateurs passent du temps à évaluer leurs options d'hébergement**.

La durée d'engagement sur la page de l'agenda est la plus faible avec seulement 35 s, ce qui peut indiquer **que les visiteurs trouvent rapidement l'information désirée**.

Les pages liées aux "Incontournables" tels que "Digne-les-Bains" et "La dalle aux ammonites" montrent un ratio « vues par utilisateur » légèrement inférieur à la moyenne, suggérant peut-être que les visiteurs accèdent à ces pages moins fréquemment par session, mais avec un engagement ciblé.

STATISTIQUES 2023 – SITE BLANCHE SERRE PONCON (nov-déc 2023)



Pages les + visitées

La page d'accueil est le **principal point d'entrée**. Avec une moyenne de temps passé sur cette page de 57 secondes, nous pouvons conclure que **les utilisateurs consultent avec attention les informations de cette page**. Mais il est intéressant de noter que **ce point d'entrée n'est pas majoritaire** : les pages dédiées aux **stations de Chabanon et Grand Puy enregistrent de bonnes statistiques**. Cela s'explique par **un bon référencement SEO** ainsi qu'**une bonne dynamique des réseaux sociaux** amenant le public à consulter ces pages.

Les statistiques concernant le séjour « **Nuit en Chalet à Seyne** » montrent que nos utilisateurs ont un fort intérêt pour nos séjours tout compris. Avec un temps moyen de consultation de plus de 3 minutes, **cette page est accrocheuse et met en avant la destination Blanche Serre Ponçon**.

STATISTIQUES 2023 – SITE VERDON



Pages les + visitées

Il existe deux points d'entrée majeurs sur ce site :

La page d'accueil et la page liée au Lac de Sainte-Croix-Du-Verdon. Cela indique que **les utilisateurs associent le lac de Sainte-Croix à la destination Verdon**.

Cela met aussi en lumière **un bon référencement SEO**, les réseaux sociaux de cette destination étant nettement moins actifs que ses jumeaux.

UN SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE QUI ALIMENTE NOS SITES DE DESTINATION

Apidae
L'INFORMATION TOURISTIQUE
Base de données information touristique



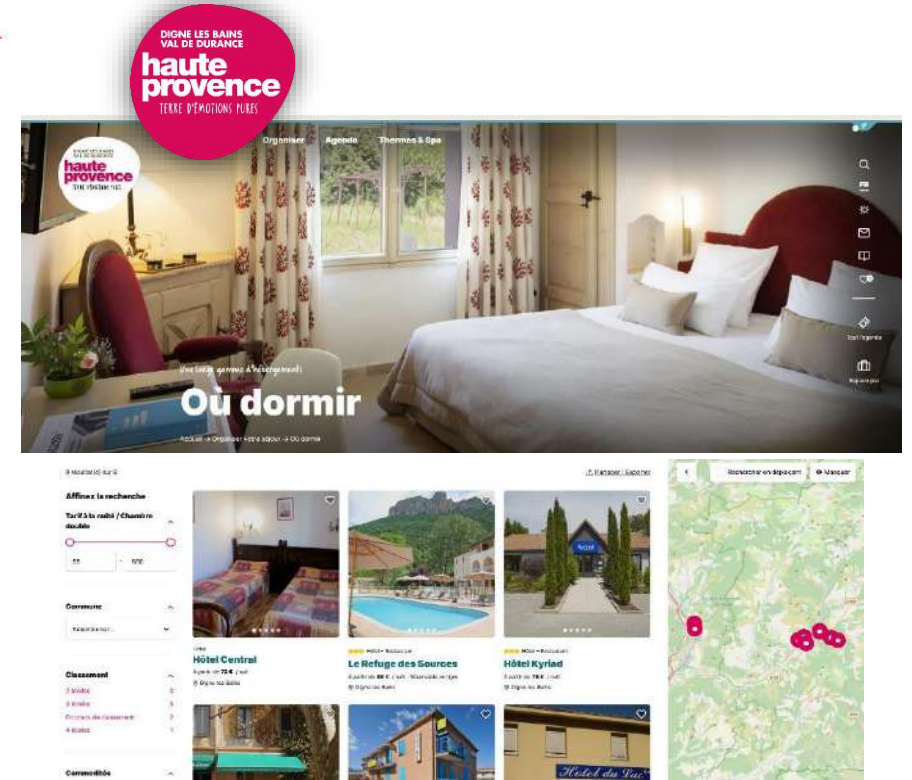
5.658 fiches renseignées
1.340 fiches modifiées en 2023
284 fiches créées

avizi TOURIST
RELATIONSHIP
MANAGEMENT
Base de données clients



24.878 contacts privés qualifiés
+ 15% par rapport à 2022 (21.531)

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



DE NOUVEAUX OUTILS POUR UN VIRAGE NUMÉRIQUE RÉUSSI



- ➔ **Vers Apimill pour l'édition de brochures.**
Abandon de la solution précédente Edit Yourself.
Offrir aux utilisateurs une expérience plus intuitive et un produit final de meilleure qualité. Prise en main fin 2023 pour des éditions numériques en 2024.



- ➔ **Abonnement à Dahub devenu Hubo pour une gestion des partenaires plus efficace.**
Transition vers Hubo amorcée en 2023 pour simplifier les processus et optimiser la collaboration avec nos partenaires (campagnes d'adhésion, prospection...).



- ➔ **Une Analyse Approfondie au Service du Tourisme.**
L'intégration de ChatGPT 4 a transformé notre capacité d'analyse statistique et comportementale. Grâce à cet outil d'intelligence artificielle, nous pouvons désormais mieux comprendre les tendances et les préférences de nos clients, nous permettant d'ajuster nos stratégies en temps réel et de proposer des expériences toujours plus personnalisées et engageantes.

ANALYSE DES CAMPAGNES 2023

Au cours de l'année 2023, trois types de campagnes de marketing direct ont été menées, ciblant différents segments d'audience avec des contenus adaptés à chaque thématique;
Objectif : Renforcer la communication interne, communiquer sur les actions de l'Office de Tourisme « Dire ce que l'on fait ».

Tourisme Actu

4 envois à 1000 destinataires
Partenaires institutionnels,
socio-pro, élus...

News Anim

37 envois à 1500 destinataires
Socio-pro et habitants

Flash Info Tourisme

30 envois à 1700 destinataires
Socio-pro, élus



Total d'emails envoyés : 179 503
(+24% par rapport à 2022)

Nombre de campagnes : 157

Taux d'ouverture : **38.45%**

Taux de clics : 13.92%
(renvoi sur offres ou sites partenaires)

Taux de désabonnement : 0.16%



Ces indicateurs reflètent un engagement significatif de la part de notre audience, soulignant l'efficacité de notre stratégie de contenu et la pertinence de nos campagnes de communication.



RÉSEAUX SOCIAUX – HAUTE PROVENCE

Croissance de l'audience sur les réseaux sociaux en 2023 :

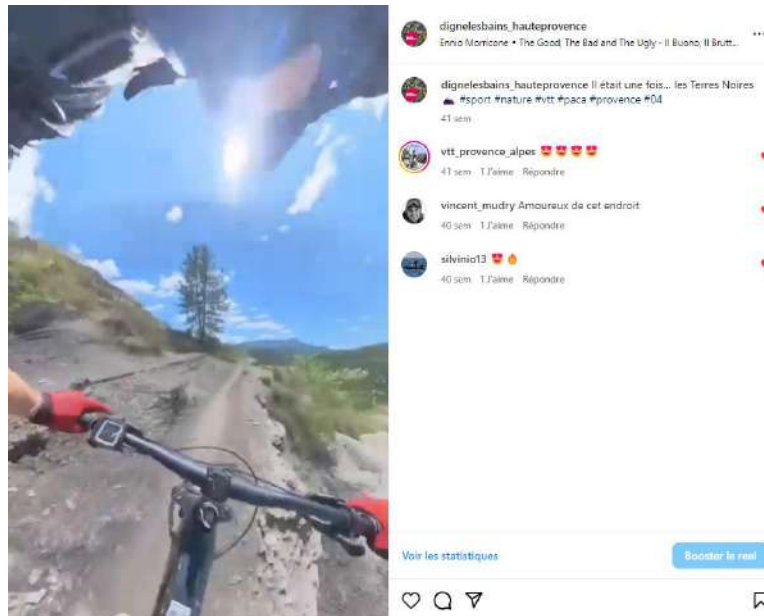
Facebook : + 1100 followers, atteignant 9250 followers au 31 décembre 2023

Instagram : + 632 followers, atteignant 3300 followers au 31 décembre 2023

Publications les + vues



Facebook : Le Sentier des Pénitents atteint une couverture de 53.7k personnes



Instagram : Vidéo VTT dans les Terres Noires avec 2921 vues

Campagne sponsorisée

FÊTE DE LA RANDO ET DE L'OUTDOOR
 Samedi 16 et dimanche 17 septembre 2023
 @Randonnée, marche nordique, bivouac, trail, parapente, vélo, VTT, gravel, équitation, escalade, via ferrata, canyoning, canoë, paddle, kayak... 60 sorties de pleine nature à découvrir au cours du week-end !
 Tarif unique de 5€ pour les sorties/jourées comprenant : 1 sortie accompagnée à la journée avec des bénévoles et des professionnels + 1 collation matinale en produit local et bio + 1 collation en fin de journée + 1 apéritif + 1 tombola !
 Programme complet : <https://ukidmo.fr/xwh4>
 N'hésitez plus, inscrivez-vous dès maintenant en ligne sur : <https://www.ajpulo.net/fete-rando2023>



La Fête de la Rando et de l'Outdoor 2023 a bénéficié d'une campagne sponsorisée visant à encourager les clics sur le lien de réservation.

f Couverture de 237 000 pers., 5153 clics.

i Couverture de 55 825 pers., 849 clics.

Les résultats montrent une réaction positive du public, avec environ 6000 clics générés, confirmant l'efficacité de notre approche sur les réseaux sociaux comme levier de conversion.

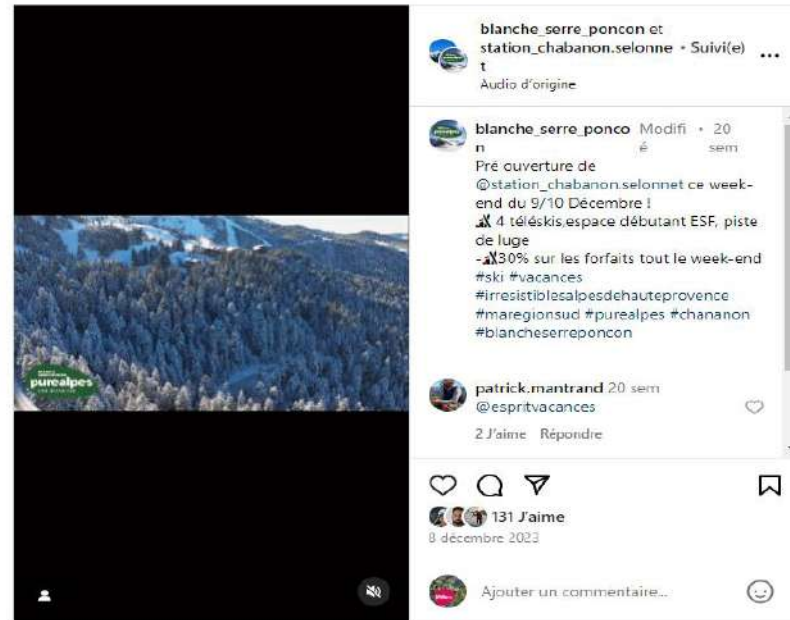
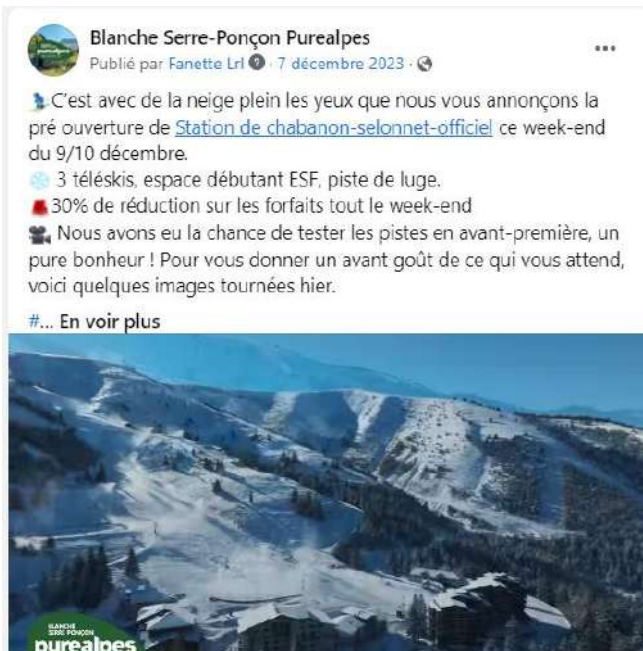


RÉSEAUX SOCIAUX – BLANCHE SERRE PONCON

Croissance de l'audience sur les réseaux sociaux en 2023 :

Facebook : + 742 Followers, atteignant 8000 Followers au 31 Décembre 2023
 Instagram : + 128 Followers, atteignant 2000 Followers au 31 Décembre 2023

Publications les + vues



Campagne sponsorisée



Facebook : Soirée Lumière Show Laser au Grand Puy avec une couverture de 122 126 personnes.



Instagram : Vidéo Ski Enfants avec une couverture de 15 100 personnes.

Facebook : Préouverture de la station de Chabanon atteignant une couverture de 13335 personnes.

Instagram : Préouverture de la station de Chabanon atteignant une couverture de 2121 personnes



RÉSEAUX SOCIAUX – VERDON

Croissance de l'audience sur les réseaux sociaux en 2023 :

Facebook : + 642 Followers, atteignant 6972 Followers au 31 Décembre 2023

Instagram : + 66 Followers, atteignant 1400 Followers au 31 Décembre 2023



RÉSEAUX SOCIAUX – VTT Provence Alpes

Croissance de l'audience sur les réseaux sociaux en 2023 :

Facebook : + 69 Followers, atteignant 2000 Followers au 31 Décembre 2023

Instagram : + 62 Followers, atteignant 1800 Followers au 31 Décembre 2023



Facebook : « Le secteur VTT Val de Durance fait le plein de nouveauté » avec une couverture de 5294 personnes.



Instagram : « Le secteur VTT Val de Durance fait le plein de nouveauté » avec une couverture de 2467 personnes.

Publications la + vue



Facebook : 50 ans du Lac de Sainte-Croix-du-Verdon atteignant une couverture de 63 000 personnes

FACEBOOK



Facebook

4 pages : 3 destinations
+ 1 filière

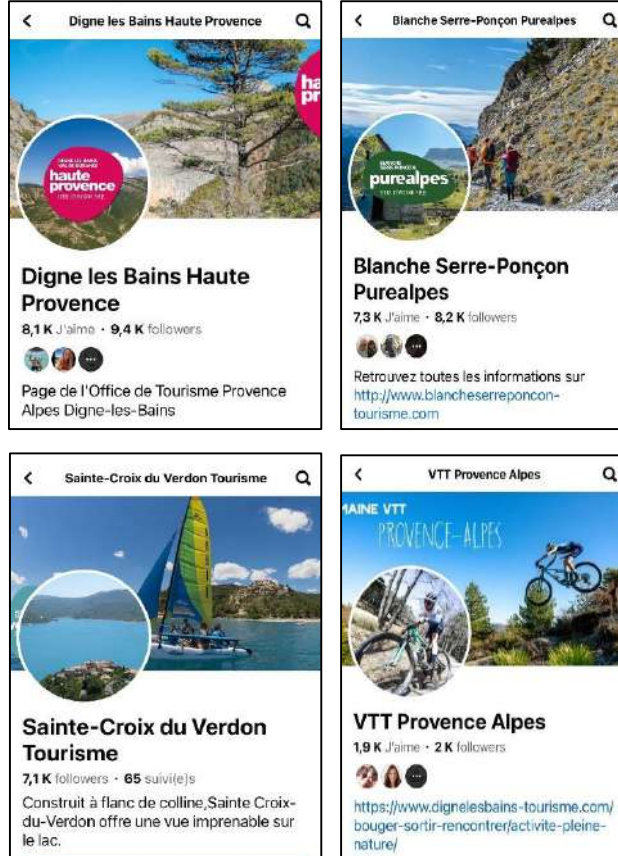
26.200 abonnés

+ 7,16 % par rapport à 2022

Les chiffres témoignent

- d'une **augmentation significative** de notre communauté en ligne, illustrant l'intérêt croissant pour notre région et nos activités touristiques,

- De l'efficacité de nos campagnes sponsorisées.



INSTAGRAM



Instagram

4 pages : 3 destinations + 1 filière

8.500 abonnés

+ 10,6 % par rapport à 2022

