



# AGO

## OTI VERDON TOURISME

27.01.2021

# ORDRE DU JOUR

1. RAPPORT FINANCIER 2019
2. RAPPORT MORAL 2019
3. ELECTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



# RAPPORT FINANCIER 2019



# VOTE DU RAPPORT FINANCIER





# RAPPORT D'ACTIVITE 2019



# ACCUEIL ET CONSEIL EN SEJOUR



# NOMBRE D'ACTES D'ACCUEIL

**+ de 93 500**

DEMANDES  
D'INFORMATION

**25%**

DE VISITEURS ETRANGERS



**229 529**

VISITEURS

Dont 56 % en juillet et en août  
Une baisse de fréquentation de 5,6 % par rapport à la saison 2018

L'outil de comptage des visiteurs « WINFLOW » adopté par VERDON TOURISME, complété par l'outil de qualification de la demande « AVIZI » nous permet d'analyser la clientèle qui fréquente le territoire de VERDON TOURISME.



**1002**

demandes traitées par mail



**610**

demandes traitées par courrier



**Plus de 7650**

demandes traitées par téléphone

# ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

## ORIGINE DE LA CLIENTELE INTERNATIONALE

**BENELUX 21%**  
**ALLEMAGNE 18%**  
**ITALIE 10%**



## ORIGINE DE LA CLIENTELE NATIONALE

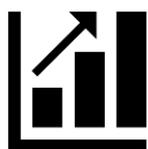


**44 % SUD**  
**12 % RHONE-ALPES**  
**8 % ILE DE FRANCE**



# FREQUENTATION DES POINTS D'ACCUEIL

BIT	NOMBRE DE PERS.ACCUEILLIES
ANNOT	18 595
CASTELLANE	71 744
COLMARS	49 937
ENTREVAUX	42 275
LA PALUD	28 108
SAINT-ANDRE	14 686



PIC DE FREQUENTATION : **3**

**888** personnes accueillies le 12 août sur les 6 BITs

**12** PERSONNELS SAISONNIERS RECRUTÉS

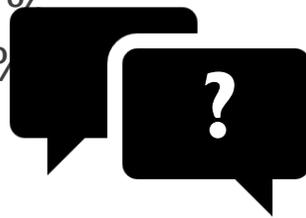




## QUALIFICATION DES DEMANDES

INFORMATIONS LES PLUS DEMANDEES  
DANS LES BUREAUX D'ACCUEIL DE VERDON TOURISME

- ① **DECOUVERTE DU TERRITOIRE** – 32 %
- ② **ACTIVITES ET LOISIRS** – 31 %
- ③ **SERVICES PRATIQUES** – 21%



# GESTION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE



# GESTION DES DONNEES TOURISTIQUES

## L'ALIMENTATION DE LA BASE DE DONNEES

Nos supports imprimés, notre site internet, le logiciel de gestion de la taxe de séjour ... sont principalement alimentés par la base de données touristiques **APIDAE**.

Le travail qualitatif de gestion de la base de données est le socle de l'information touristique de VERDON TOURISME avec des diffusions à tous les échelons du local à l'international. A ce titre, afin d'harmoniser et qualifier la donnée, **des guides de saisie** sont en cours d'élaboration pour chaque type d'objet.

# 3796

OBJETS TOURISTIQUES  
RENSEIGNÉS DANS APIDAE

# 349

nouvelles fiches enregistrées en 2019  
(janvier à septembre)

En dehors de nos sites internet, les fiches APIDAE saisies par l'OTI ont été consultées sur 10 à 15 sites partenaires qui récupèrent nos données parmi lesquels : site de l'AD04, site du CRT PACA, ...



## CONNAISSANCE DE L'OFFRE



**3 EDUCTOURS REALISÉS SUR LE TERRITOIRE**  
à destination du personnel saisonnier pour une découverte de l'ensemble de la destination.

**VISITES CHEZ LES PRESTATAIRES** à chaque réunion d'équipe  
(train miniature, maison Musée, hébergement, restaurateur, etc.)



# CLASSEMENT ET QUALITÉ



Poursuite de la démarche interne et à destination des visiteurs en vue de l'obtention de la marque **QUALITE TOURISME** pour le siège et les 5 BITs attachés.

---



**35** PROCEDURES REDIGEES



**365** QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION  
DISTRIBUES DANS LES 6 BITs



**85%** DE TAUX DE SATISFACTION GLOBAL

---

**AUDIT FINAL ET CLASSEMENT EN CATEGORIE I  
EN 2021**

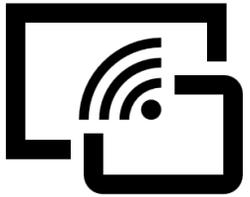


## E-REPUTATION DES BIT

BIT	TRIP ADVISOR		GOOGLE	
	NOTE /5	NBR AVIS	NOTE /5	NBR AVIS
ANNOT	5	1	4,3	37
CASTELLANE	4	160	4,3	158
COLMARS	3,5	2	4,4	254
ENTREVAUX		0	5	3
LA PALUD	5	9	4,9	9
ST ANDRE		0	4,4	84



# PROMOTION





# NOTRE COLLECTION D'ÉDITIONS

EDITION	NOMBRE EXEMPLAIRES	COUT	DETAIL
CARTE TOURISTIQUE	40 000	6 738 €	
MAGAZINE	40 000	21 814 €	
GUIDE APN	20 000	5 795 €	
GUIDE PRATIQUE	40 000	10 126 €	NOUVEAU !
GUIDE HEBERGEMENTS	7 000	3 911 €	VIA EDIT YOURSELF
SOUS MAINS	53 000	4 978 €	
GUIDE RANDO	40 000	10 126 €	
CARTES RANDO	3 000	1 195 €	EN VENTE
CARTE VTT	2 000	2 731 €	EN VENTE
CARTE NORDIQUE	5 000	1 616 €	
AGENDA MENSUEL OU HEBDO	PRINT A LA DEMANDE		VIA EDIT YOURSELF

Définition d'une identité visuelle via une **charte graphique**.  
Harmonisation des éditions mais **promotion ciblée et différenciante**

**Diffusion de nos éditions  
dans 3 bourses d'échanges**  
04 – 83 - 06

# NOTRE SITE INTERNET

**123 820 UTILISATEURS**

(DONT 87% DE NOUVEAUX UTILISATEURS)

**581 578 PAGES VUES**

80 % DE FRANCAIS

---

## TOP 5 DES RUBRIQUES LES + CONSULTÉES

1. ACTIVITES
  2. HEBERGEMENTS
  3. RANDONNEE
  4. BAIGNADE
  5. AGENDA
- 



**49 % VIA MOBILE**  
TABLETTE



**42 % VIA PC**



**9 % VIA**

**Recrutement au dernier semestre d'une AMO**  
pour accompagner l'OTI dans la refonte de son  
site internet



# LE WEB

**Les réseaux sociaux** sont d'excellents leviers de communication pour valoriser la destination et les évènements. L'animation de Facebook et Instagram pendant la période estivale nous a permis d'augmenter rapidement le nombre de nos fans.



**6871 FANS**

suivent notre page FB



**1415 ABONNES**

Sur Instagram

Verdon Tourisme est également présent sur [Youtube](#) et [Pinterest](#)



PROFIL TYPE DU FAN DE LA PAGE FB  
**Femme – 35 à 44 ans – Française**  
(Région SUD)

## PUBLICATIONS NUMERIQUES

Toutes nos brochures imprimées sont disponibles en ligne sur notre [site internet au format pdf](#). Elles sont accessibles également sur la plateforme [CALAMEO](#), ce qui leur permet d'être feuilletées, téléchargées et visibles auprès d'une plus large audience.



# NOTRE GALERIE

## PHOTOS



Réalisation d'une consultation et commande d'un **reportage photo auprès d'un photographe professionnel** durant la saison estivale et début d'automne 2019.

Sélection de **150 photos** sur diverses thématiques mettant notamment en avant la cible « famille »



## VIDEOS

999 vues de la Vidéo Verdon Tourisme sur la plateforme YouTube.

Partage des vidéos qualitatives sur la Destination au sein de la rubrique dédiée sur notre site internet



# LES RELATIONS PRESSE



**53 JOURNALISTES**  
ACCUEILLIS OU RENSEIGNES

## ACTION PHARE 2019

**1 voyage de  
presse  
belgo/allemand**

« Des sources aux gorges du Verdon » organisé du 22 au 25 août 2019 regroupant 5 journalistes représentant 7 médias

- « Femme d'Aujourd'hui » (tirage 94 518 exemplaires, 1er blog néerlandophone de Belgique destiné aux voyages)

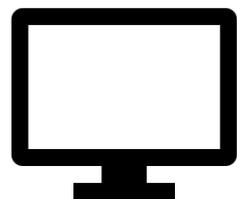
- « Dichtbij en ver weg », 1er quotidien luxembourgeois

- «Luxembourg Wort »

- « Gazet Von Antwerpen » (tirage 89 276 exemplaires)

- « Het Belang van Limburg » (tirages 93 170 exemplaires)

- « Krant Van Westflanderen » (200 000 lecteurs)



**19 reportages télévisés** : TF1, France 2, France 3 national et régions, France 5, TV5 Monde, La Chaine Voyage, BFM TV, W9, NDR Allemagne, RTL TVI Belgique...



**+ de 20 articles dans la presse écrite nationale et internationale** : Le Figaro, Le Parisien, Femme Actuelle, Femme d'Aujourd'hui (Belgique), Monaco Madame, Nice Matin, Vélo-Vert, VTT Mag...



**8 interviews ou émissions radiophoniques**

## PROMOTION GRAND PUBLIC

### ✓ SALONS

Participation en octobre 2019 au salon du Roc d'Azur destiné à la promotion du VTT en collaboration avec l'AD 04.

---

### ✓ PANNEAU PUBLICITAIRE

Poursuite de la location du panneau publicitaire implanté à Aix-en-Provence pour valoriser la destination au sein de l'un des principaux bassins.

---

### ✓ OUTIL GRC

Mise en place de l'outil de gestion de la relation client AVIZI.

Formation de 2 personnes de l'équipe au module marketing permettant l'envoi de newsletter à destination des clients et des professionnels,



# COORDINATION DES ACTEURS



# PARTENARIAT

## 441 PRESTATAIRES PARTENAIRES

(- 6% par rapport à 2018)



20 Hôtels - 35 Hôteliers de plein air - 26 Chambres d'hôtes - 124 Locations saisonnières - 22 hébergements collectifs - 72 Activités de pleine nature - 81 commerces et services - 7 Transports - 33 Restaurants - 11 Lieux de visites - 8 Equipements

3 formations numériques - 30 participants

3 éducateurs — plus de 65 participants cumulés

86 % de taux de satisfaction suite au renseignement de questionnaires en ligne par les prestataires



**50 000 € DE RECETTES**

La campagne de partenariat 2019 a été lancée via notre logiciel de GRC AVIZI connecté via une passerelle à APIDAE





# COMMERCIALISATION



# LA BOUTIQUE DES OFFICES

## TOP 5 DES PRODUITS LES PLUS VENDUS

1	Carte rando PNR Verdon	627 ex.
2	Guides rando Verdon AIO	565 ex.
3	Carte rando Haut Verdon – Val d’Allos	293 ex.
4	Carte VTT Verdon / Asse	235 ex.
5	Carte rando Gorges / St André	147 ex.

## LES SERVICES POUR LES CLIENTS

Location de TPE pour paiement CB

Travail sur l’harmonisation des boutiques

Expérimentation sur vente de Goodies VERDON TOURISME

**10 partenariats** conclus pour la vente de produits et services (cartes de pêche, billetterie train à vapeur, produits locaux, etc )



93

produits en vente



3 636

produits vendus



45 800 €

de recettes

# LA COMMERCIALISATION

## LES VISITES DE VILLE



**INDIVIDUELS** : 10 visites / 89 personnes (18 en 2018)



**GROUPES** : 37 visites / 928 personnes (24 en 2018) NB: uniquement sur le village d'Entrevaux

Plus de ~~3000€~~ de recettes



## RETRouvANCE

Prise en charge en 2019 de la partie production en lieu et place de l'ONF

**10 DEPARTS PROPOSES pour 95 participants** (15 / 172 en 2018)

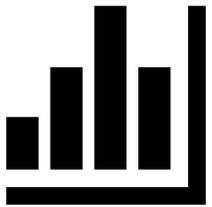
Remplissage à 9,5 clients par séjour (seuil de rentabilité à 9)

**+ 26 % de locations à la nuitée des gîtes forestiers** (65 à 82)

Environ **5 000 €** de commission reversée



# OBSERVATION ET ÉVALUATION



## OBSERVATOIRE LOCAL

ANALYSE DE LA CLIENTELE DE LA DESTINATION VIA L'OUTIL DE QUALIFICATION DE LA DEMANDE AVIZI



### PROFIL TYPE DU VISITEUR VERDON TOURISME

- COUPLE (73 %)
- PLUS DE 50 ANS (50 %)
- DE PASSAGE OU COURTS SEJOURS

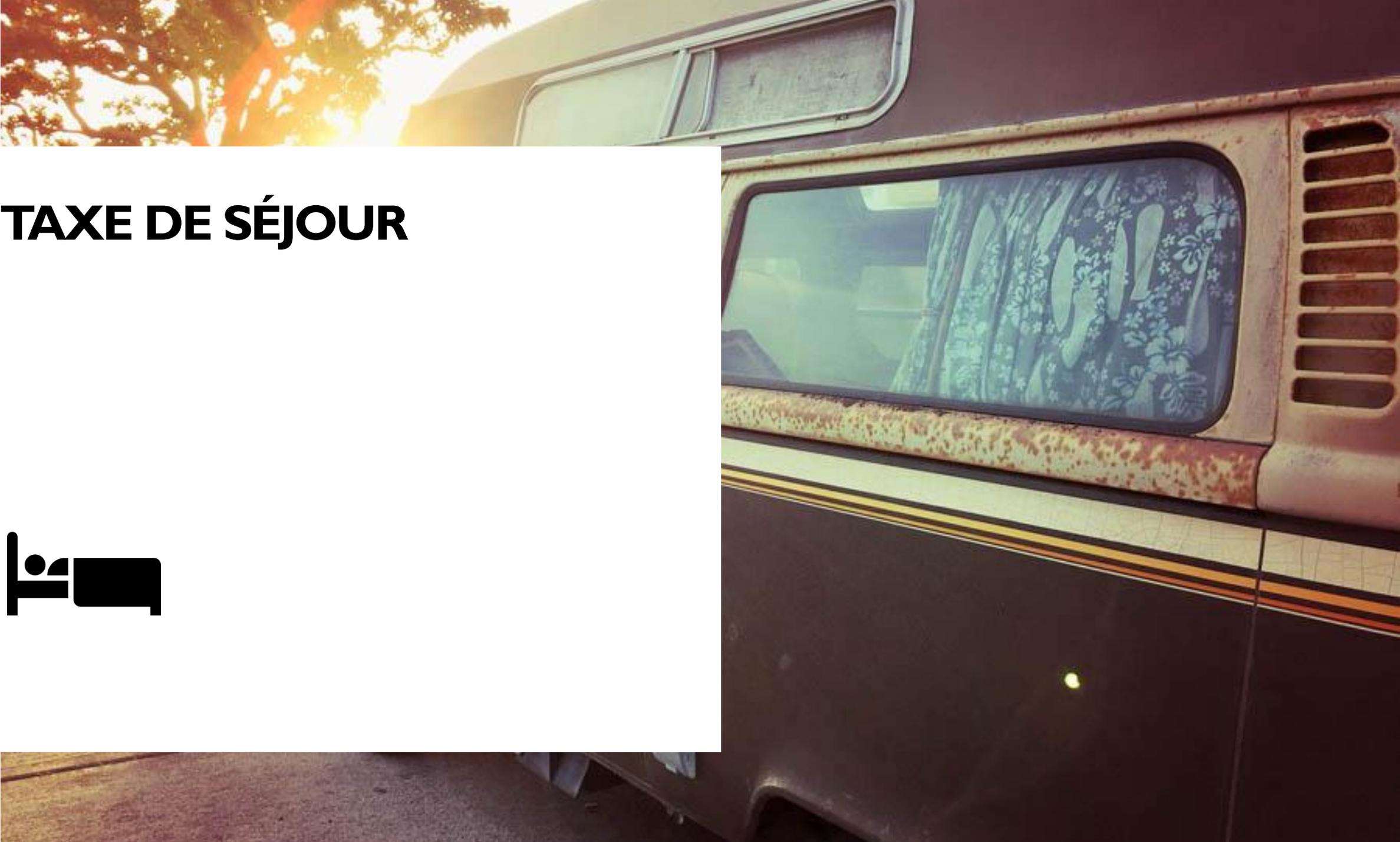
Envoi de reportings concernant la fréquentation de nos bureaux auprès des prestataires partenaires. (62 %)

## OBSERVATOIRE DEPARTEMENTAL

- **75 000 lits touristiques** (Allos compris) dont 17 700 en hébergement marchand
- **31% des emplois du territoire** sont liés à l'activité touristique
- On estime à **95 millions d'€** la consommation touristique annuelle générée par les touristes en séjour sur le territoire.
- 40% des nuitées sont effectuées par une **clientèle régulière**
- 52% des nuitées françaises sont réalisées par la **clientèle régionale**
- Les  $\frac{3}{4}$  des nuitées sont réalisées **entre avril et octobre**.



# TAXE DE SÉJOUR



# TAXE DE SEJOUR LOGICIEL ALOA



623

HÉBERGEURS



715

HÉBERGEMENTS



10 806

LITS

	NB DECLARATIONS	MONTANT DECLARE	NB NUITEES
TRIM 1	307	3 110	5 555
TRIM 2	438	53 992	101 927
TRIM 3	493	179 092	424 157
TRIM 4	329	5 988	11 279

Travail de concertation avec la CCAPV pour une optimisation de la collecte.

**+ de 242 000 € collectés (hors plateformes)**



# CONSEIL ET INGENIERIE



# LA STRATEGIE TOURISTIQUE

## ORGANISATION DES RENCONTRES TERRITORIALES

77 pers. 3 ateliers de travail autour du positionnement marketing et de la stratégie touristique



## TRAVAIL TECHNIQUE AVEC LA CCAPV



## AFFINER LE POSITIONNEMENT MARKETING

(cibles – marchés – valeurs – symboles)



## CONSTRUIRE LA STRATEGIE TOURISTIQUE

(enjeux et axes stratégiques)



## DEFINITION D'UN PLAN D' ACTIONS



## REDACTION DE FICHES PROJETS

Détaillant les actions

(contexte, pilote, calendrier, budget, partenaires, etc,)



# LES DEMARCHES SUPRA

## SMART DESTINATION GRAND VERDON

Participation aux comités techniques et comités de pilotage afin de construire la destination « **GRAND VERDON** » avec 10 autres partenaires touristiques des sources à la confluence du Verdon.

Recrutement d'une AMO à l'échelle du collectif pour accompagner la destination VERDON dans la définition d'un positionnement, d'une stratégie touristique et d'un plan d'actions à court et moyen termes.



## OPERATION GRAND SITE

Participation aux comités techniques et comités de pilotage afin de soutenir la démarche de **qualification des Gorges du Verdon en « Grand Site de France »**.

Suivi des actions déjà mises en place et à venir dans le cadre de la labellisation (aménagement des belvédères, transports, départs activités d'eau vive, maisons de site, etc.)

# LAVIE DE L'OTI



## LAVIE DE L'OFFICE DE TOURISME

### RÉPARTITION DE L'EFFECTIF MOIS / MOIS

JANV	FEV	MAR S	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
15	15	15	15	20	28	28	28	22	16	16	16



### TYPES DE CONTRATS

CDI: **50 %** (dont 3 droit public)

CDD: **50 %**

Le recours aux CDD se fait principalement pour les contrats saisonniers en période estivale

### RAPPORT HOMMES / FEMMES



**86 %**



**14 %**



## LAVIE DE L'OFFICE DETOURISME

### AGE ET ANCIENNETÉ

- âgé	+ âgé	âge moyen	ancienneté moyenne
24 ans	60 ans	39 ans	7 ans

### FORMATION DES SALARIES

**100%** des salariés ont suivi une formation

**438** heures de formation au 31.12.2019

### MAITRISE BUDGETAIRE

DEPENSES	%	RECETTES	%
PERSONNEL	65	SUBVENTIONS	84
FONCTIONNEMENT	12	PARTENARIAT	8
PROMOTION	12	VENTE PRODUITS	7
AUTRES ACTIONS	11	PROMOTION	1
	100		100



# MERCI

WWW.VERDONTOURISME.COM



 **VERDON TOURISME**

 +33(0)4 92 83 61 14

 [contact@verdontourisme.com](mailto:contact@verdontourisme.com)



# VOTE DU RAPPORT MORAL 2019

