

REPUBLIQUE FRANCAISE

DEPARTEMENT DE VAUCLUSE



DIRECTION GENERALE DES SERVICES

DELIBERATION DU CONSEIL MUNICIPAL
DE LA VILLE DE CAROMB N°2022-CM-11/07-21

L'an deux mille Vingt-deux, le Lundi 11 Juillet à 18 heures 30, le Conseil Municipal de la Ville de CAROMB, régulièrement convoqué, s'est réuni au nombre prescrit par la Loi, dans la salle du Conseil Municipal, en session ordinaire et sous la présidence de Madame Valérie MICHELIER, Maire.

Date de convocation : 7 juillet 2022

Nombre de membres élus : 23

Nombre de membres convoqués : 23

Présents : (15) MICHELIER Valérie. METZGER Olivier. FROGER-DROZ Daisy. BRAQUET Jean-Pierre. BONNAVENTURE Richard. AGNELLI Eva. BELLENGER Elisabeth. MICHELIER Pierre. ENDERLIN François. MARCELLIN Valérie. JAUME François. BRUN Jean-Pierre. MORARD Christian. MEYNARD Delphine. VANDENBERGHE RICHARD Séverine.

Absents ayant donné procuration (6) : MASSONNET Christine (procuration à MICHELIER Valérie). BOULON Marc (procuration à MICHELIER Pierre). MONTAGARD Monique (procuration à BONNAVENTURE Richard). BONNAVENTURE Magali (procuration à BELLENGER Elisabeth). AUGIER Magali (procuration à METZGER Olivier). DAUTEL Gilles (procuration à MORARD Christian).

Absent excusé (1) : DAVID-MESSILLIER Patrick.

Absent (1) : LANTENOIS Geoffrey.

Assistait également à la réunion : Mme Catherine PIHOUE, Directrice Générale des Services.

OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL SPL VENTOUX-PROVENCE
RAPPORT D'ACTIVITE – ANNEE 2021

M. Olivier Metzger, rapporteur, expose à l'assemblée :

L'article L 1524-5 du Code Général des Collectivités Territoriales prévoit que les organes délibérants des collectivités territoriales et de leurs groupements se prononcent sur le rapport écrit qui leur est soumis au moins une fois par an par leurs(s) représentant(s) au conseil d'administration ou de surveillance de la SPL dont ils sont membres.

L'Office de Tourisme Intercommunal SPL Ventoux-Provence nous ayant fait parvenir son rapport d'activité pour l'année 2021.

Ce rapport, annexé à la présente délibération, est porté à la connaissance du conseil municipal.

**Le Conseil Municipal, entendu l'exposé du rapporteur,
après en avoir délibéré**

DECIDE

- D'approuver le rapport d'activité de l'Office de Tourisme Intercommunal SPL Ventoux-Provence pour l'année 2021, tel que joint en annexe.

**DELIBERATION ADOPTEE A LA MAJORITE
20 VOIX POUR ET 1 ABSTENTION (FRANCOIS JAUME)**

Fait et délibéré en Mairie, les jour, mois et an que dessus,
Pour expédition certifiée conforme,
à Caromb, transmise et publiée le 18 juillet 2022

Le Secrétaire de Séance



Séverine VANDENBERGHE-RICHARD



Le Maire,



Valérie MICHELIER



**OFFICE DE TOURISME
INTERCOMMUNAL
SPL VENTOUX PROVENCE**

**BILAN ACTIVITE
EXERCICE 2021**

Assemblée Générale Ordinaire du 18 mai 2022 - exercice 2021

Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le

18 JUIL. 2022

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE

BILAN D'ACTIVITE 2021

L'office de tourisme porte la politique du Tourisme sur le territoire de la Cove autour de 3 axes opérationnels

Axe 1 : définir et mettre en œuvre la stratégie de promotion et communication

Développer la notoriété de la destination Ventoux Provence, cibler les marchés prioritaires, définir un plan de communication adapté et engager les partenariats opérationnels avec les institutionnels du tourisme local , OTI Ventoux Sud, VPA, CRT, Association Destination Mont Ventoux Provence dans le cadre de stratégies et actions marketing communes.

Axe 2 : développer l'offre touristique autour des points forts du territoire

L'OTI contribue à la structuration des filières identifiées terroir-oeno, culture, artisanat, pleine nature en partenariat avec les stratégies territoriales portées par les acteurs « clés », PNR, Département, Région, Cove, Appellations,...

Axe 3 : organiser l'accueil et l'information des visiteurs sur le territoire intercommunal

Proposer un accueil personnalisé et garantir une information fiable et qualifiée
Renforcer l'accès des visiteurs à l'information touristique sur l'ensemble du territoire

2021 affiche un bilan positif dans un contexte sanitaire encore instable

L'activité de l'Office de tourisme s'est adaptée au contexte sanitaire encore en vigueur en 2021 avec parfois le réajustement du calendrier pour certains de nos projets .

Nous avons maintenu nos efforts à renforcer la promotion et le soutien aux socio professionnels : gel de nos tarifs d'adhésions , déploiement de nouveaux services à la carte pour nos prestataires, animation réseau, campagnes marketing,...

Nous avons pu maintenir la programmation de nos événements , malgré les contraintes du pass sanitaire exigé pour les visites guidées, les animations terroir et l'accès à la crèche et marché aux santons

Nous avons adapté l'ouverture de nos bureaux aux flux des clientèles, sur le hors saison

Les faits marquants de 2021 :

Avenant à la Convention d'objectif 2017-2020, prolongée jusqu'au 31/12/2021 , liée au contexte sanitaire

Renouvellement de notre immatriculation Atout France pour la commercialisation de prestations touristiques et séjours en octobre 2021

Convention avec la Cove pour la mise en réseau et maintenance informatique et téléphonie - sur 8 BITS – juin 2021

Renouvellement de la convention Pays d'Art et d'Histoire avec la Cove - décembre 2021

Fermeture de deux bureaux d'information touristique : Aubignan et Mazan

Plan social de relance : mise en place dispositif d'accompagnement RH financé par l' AFDAS

Séminaire des Elus en octobre : préparer la nouvelle convention d'objectif 2022-2024

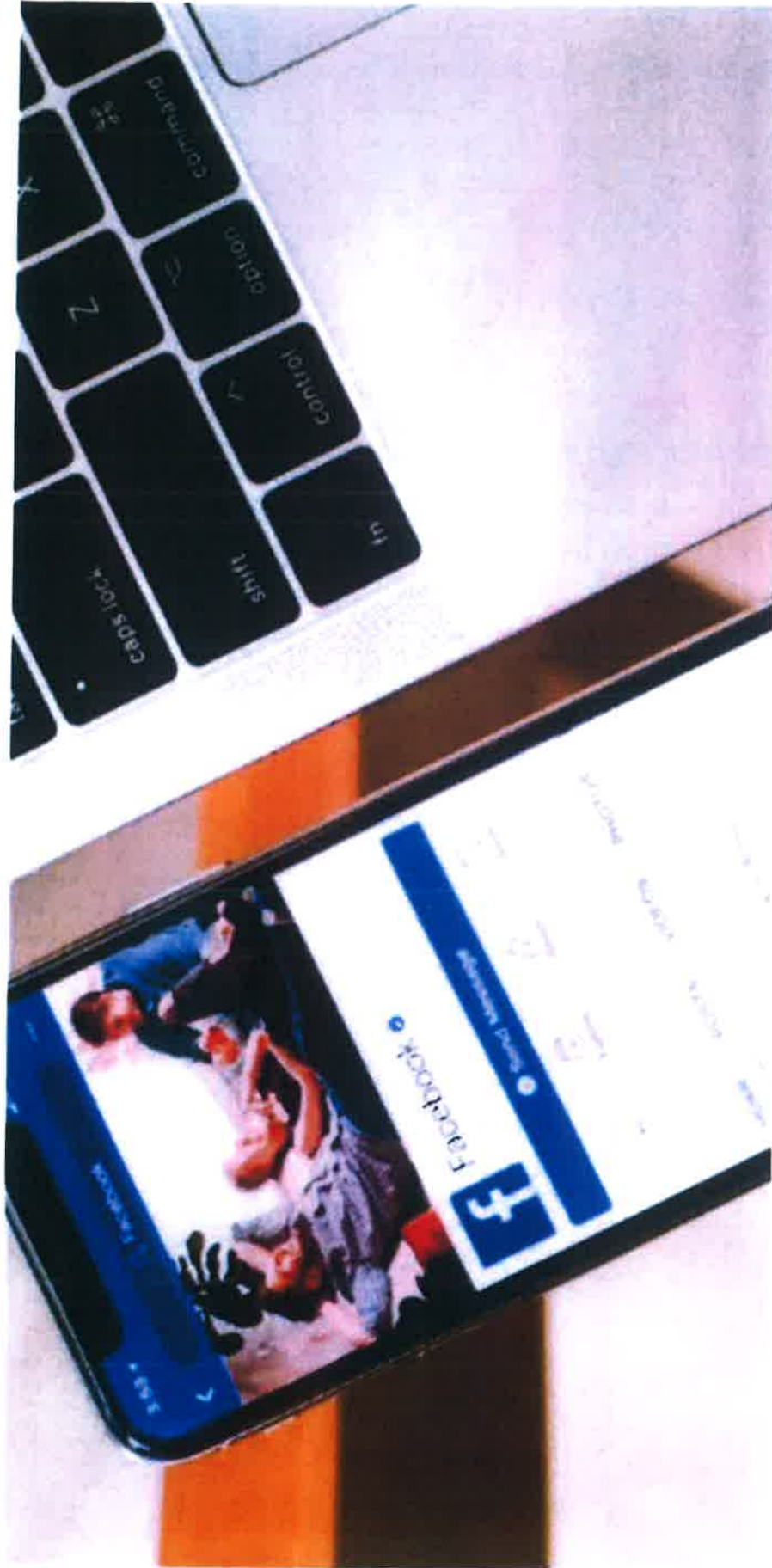


OTI Ventoux Provence – bilan activité 2021

AXE 1 MARKETING

SUPPORTS ET ANIMATION NUMERIQUES
PROMOTION COMMUNICATION
RELATIONS PRESSE
PHOTO THEQUE-VIDEO THEQUE

SUPPORTS NUMERIQUES



Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le **18 JUL. 2022**

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE

LE SITE INTERNET – ventouxprovence.fr

Contient l'offre mutualisée Ventoux Provence et Ventoux Sud

	2019	2020	2021	
VISITES	112 400	190 000	226 748	↗ 19%
UTILISATEURS	74 300	126 450	170 280	↗ 35%
PAGES VUES	397 900	777 000	550 449	↘ 29%
NB pages /cession durée	3,46	3,85 2,43	2,42 1,91	↘ ↘
Via support mobile	39 000	63 300	126 346	↗ 100%
Connexion F Ile de F – Rh Alpes – Occitanie – Nlle Aquitaine	64 000	113 500	154 125	↗ 36%
Connexions Europe du Nord	8800	11600	14 034	↗ 21%
VERSION ANGLAISE MISE EN LIGNE EN 2020		2021		↗
PAGES VUES		12 156		↘ 27%
GRANDS SITES		1852		↘
ACTIVITES		1532		↘
HEBERGEMENT/RESTAURATION		1464		↘
CAVES ET DOMAINES		228		↗

site bien référencé sur Internet
Les internautes cherchent souvent quelque chose de précis.

L'usage du téléphone mobile comme support de connexion est en forte progression pour les recherches en séjour comme à la maison.

Rubriques créées pour répondre aux attentes

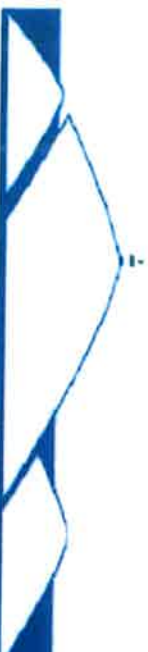
estivales :

- le Tour de France,
- 10 randonnées de moins de 2h,
- Où se baigner !
- Vigilances incendies, Toulourenc

Objectif 2022

accélérer le rythme des sujets pour capter plus longtemps l'intérêt de l'utilisateur.
Ajuster davantage les contenus à l'utilisation des supports mobiles.

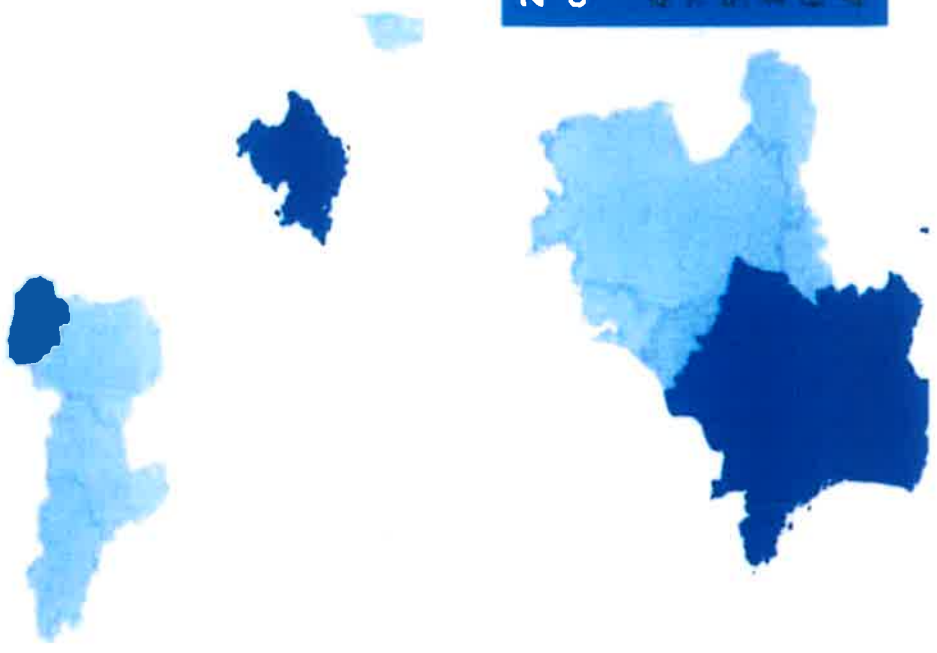
Développer le référencement et des contenus plus ciblés sur la version anglaise en fonction des centres d'intérêt, notamment autour du vin.



LE SITE INTERNET Ventoux Provence Fr

Internautes FRANCAIS	154 125 ↗36%
1 - Région SUD	↗41%
2 - RHONE ALPES	↗35%
3 - ILE DE FRANCE	↗54,5%
4 - OCCITANIE	↗65,5%
5 - GRAND EST	↗62%
6 - NILE AQUITAINE	↗61%
7 - HAUTS DE FRANCE	↗60,5%
8 - BOURGOGNE	↗33,5%

Accélération des consultations Françaises au printemps correspondant à la fin de la période de confinement et la préparation des vacances 2021



Internautes ETRANGERS	14 372 ↗31%
Europe = 10% des connexions	

1 - BELGIQUE	↗36%
2 - SUISSE	↗46,6%
3 - ALLEMAGNE	↗12%
4 - PAYS BAS	↗14,4%
5 - USA	↗168%
6 - GRANDE BRETAGNE	↗16%

2021 : les sources de trafic et campagnes

4020 visites via Facebook / 79,37 pages vues
56 visites via Instagram / 166 pages vues
6 visites via Twitter / 7 pages vues
4 visites via LinkedIn / 4 pages vues

RESEAUX SOCIAUX :

booster l'animation de contenus sur Instagram et la page Facebook Terroir
apporter plus de visibilité aux socio pros
valoriser l'offre durable

			
PUBLICATIONS	250	118	47
	- 42 publications	+26	
PORTEE	989 000	137 775	4 902
	+ 4,8%	+57%	
LIKES	33 774	14 723	225
Commentaires	3500	378	15
ABONNES	13 310	3 741	89
	+4 610	+941	

415 publications : +31/2020
17 000 abonnés : + 5 500 /2020

campagnes RS 2021 :
Fascinant week-end
On a tous besoin du sud
Un été d'Intrigues en Provence
campagne protection forêt
#MonGRPréféré - GRP Ventoux

Développement de la
communication digitale pour les
pros sur le réseau LinkedIn

Newsletters Pros : bimestriel

Relayer notre activité, les infos d'actualité et celle du réseau, des conseils, des invitations webinaires

6 News annuelles : lettres d'information
taux d'ouverture 38 %

220 abonnés sur 396 adhérents

newsletter ciblée « petits conseils marketing pour les pros » Projet réalisé dans le cadre du plan de relance de la Cove en partenariat avec le service Tourisme

6 Comp'il # programmées dans le calendrier 2021-2022

Comp'il #1 : La newsletter n'a pas dit son dernier mot : 382 personnes

Comp'il #2 : Insta, stories et influence : le guide : 321 personnes

Comp'il #3 : la stratégie de contenus : 214 personnes

Comp'il #4 : Booster la visibilité de son établissement grâce au référencement : 268 personnes

2 autres sont prévues en 2022.

Taux moyen d'ouverture : 32%



La stratégie de contenu

Pour accompagner au mieux les professionnels du Tourisme en cette période compliquée, la Cove, l'Office du Tourisme Intercommunal Ventoux Provence et l'agence Curbs Com se sont associés pour mettre en place une série de newsletters dédiées au Webmarketing. Des p'tits conseils pratiques qui tous les 2 mois s'invitent dans votre boîte mail !

Au programme :

- > Des conseils Webmarketing que vous pourrez appliquer par la suite.
- > La règle d'or.
- > Des chiffres clés liés aux tendances du Digital.
- > Le conseil du moment.



Campagnes mensuelles de diffusion grand public : cible locale et régionale

20 News agenda (taux d'ouverture moyen : 49% - lu par 6492 pers) = 763 abonnés ↗ 257

5 news famille (taux d'ouverture moyen 45% - lu par 655 pers) = 353 abonnés ↗ 271

5 news visites guidées (taux d'ouverture 45% - lu par 796 pers) = 440 abonnés ↗ 382

Forte croissance du nombre d'abonnés en 2021 :

Campagnes ciblées Grand public :

clientèles en séjour abonnée pour recevoir nos bons plans

campagne *Bienvenue* – 100 destinataires – 73 clics vers les liens

campagne *villages perchés* – 85 destinataires – 19 clics

campagne *villages à découvrir* – 40 destinataires – 102 clics

Campagne *rando/vélo* – 105 destinataires – 25 clics

Campagne *vino* – 42 destinataires – 5 clics

Campagnes ciblées Grand public : clientèle avant séjour

5 campagnes promotionnelles

(Tour de France – Carpentras – Sault et lavande – Beaumes)

près de 500 destinataires et un taux d'ouverture moyen



**La destination Ventoux- Provence
vous accompagne dans vos sorties plein air !**



Nous sommes ravis de vous voir !

Aujourd'hui nous vous suggérons un peu de rando et un peu de vélo ! Vous aimez la nature préservée, vous aimez longer les routes pittoresques aux paysages variés et splendides, toucher les constructions en pierre sèche, vous enfoncer dans les



8 ateliers marketing réalisés en 2021
75 participants

Qui s'intéresse à nos ateliers ?
Des professionnels fidèles qui suivent régulièrement notre actualité.
Gestionnaires de meublés, chambres d'hôtes
Vignerons, prestataires de loisirs qui ont besoin
d'approfondir leurs connaissances et pratiques
techniques des outils de communication
numériques pour développer leur propre
promotion

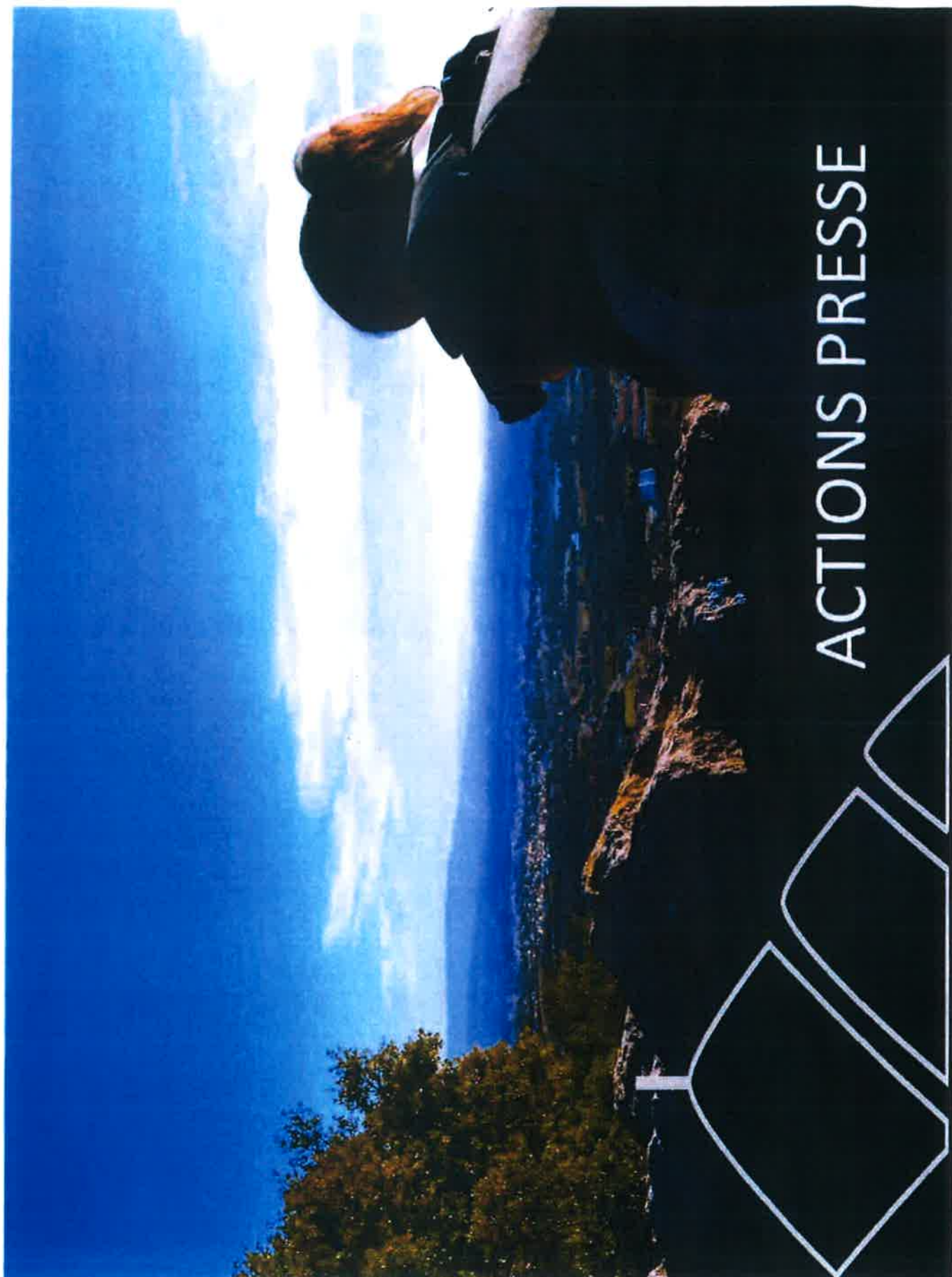
PERIODE	CONTENU	INTERVENANT	FORMAT	NB INSCRITS
HIVER	<ul style="list-style-type: none"> • GOOGLE MY BUSINESS : référencement local • DEBUTER SUR INSTAGRAM 	Agence Bla Bl Agence la Belle Vie	Visio Visio	11 10
PRINTEMPS	<ul style="list-style-type: none"> • INSTAGRAM – niveau II – stories, influenceurs... • cibler ses audiences sur les campagnes FACEBOOK • Comment faire une bonne veille numérique • Newsletter : stratégie emailing, GRC, règles RGPD,... 	Agence la Belle Vie Agence la Belle Vie Animateur OTI VP Agences Numerilub et Curtis.com	Présentiel Présentiel Visio Visio Visio	12 7 8 7
AUTOMNE	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégie de Contenus • Référencement naturel - débutant 	Agence Curtis.com Animateur OTI VP	Présentiel Présentiel	12 8

Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le **18 JUL. 2022**

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE



ACTIONS PRESSE

COMMUNICATION MEDIAS

- Adhésion au Club national de la presse tourisme : une rencontre annuelle consacrée à la promotion des Destinations touristiques auprès d'une centaine de médias .
- Un dossier de presse de destination Ventoux Provence et Ventoux Sud
- 28 demandes traitées dans le cadre de l'aide technique apportée aux médias
- 10 Accueils presse et TV réalisés avec notre collaboration technique et financière



TF1 - Journal 13h – sujet truffes
France 2 – JT 20h – sujet Dentelles de Montmirail
France 5 – 100 lieux qu'il faut voir – sujet Dentelles de Montmirail
TF1 – Journal 13h – sujet Dentelles de Montmirail
France Bleu Marseille – sujet le marché de Bedoin
Free way Drone – sujet Tour de France
L'Est Républicain – sujet Dentelles de Montmirail
Dauphiné Libéré – le village préféré des lecteurs – sujet Le Barroux
Avantage Magazine – sujet Noël autour du Ventoux

Communication locale / 2 points presse annuels pour présenter nos activités

Partenariat France Bleu : chronique « l'heure de l'OT » 34 interviews thématiques : bons plans – activités loisirs – initiatives terroir – agenda

Presse locale : 39 articles thématiques : terroir – visites patrimoine – Noël

Gazettes municipales : collaboration avec les communes

un espace tourisme réservé à l'OTI dans leur publication périodique : 10 articles rédigés/ 7 parutions

Encarts guides et magazines : Ventoux Magazine : 2 encarts ½ page activité Été et Hiver

Petit Futé Vaucluse 2022 : 1 page publi reportage sur la destination



COMMUNICATION MEDIAS

RETOMBÉES MEDIAS 2021

JANVIER	LE MONDE	Olivier RAZEMON	ACCUEIL PRESSE	Les Dentelles à vélo - 1ère destination Française
FEVRIER	DETOUR EN France		accueil presse VPA	8 pages dossier Ventoux-Brantes-Le Barroux - Methamis
FEVRIER	TF1 - journal 13h	Baptiste GUESNAIS	TOURNAGE	La truffe
FEVRIER	www.bieres-et-brasseries.com	Damien Courcoux	AIDE TECHNIQUE	micro brasseriesbio qui fleurissent autour du ventoux
MARS	TF1 - JOURNAL 20H30	Yann HOVINE	TOURNAGE	Les Dentelles de Montmirail
AVRIL	LA France AGRICOLE : LE MAG	Alexis VALLOIS	ACCUEIL PRESSE	sur les chemins de Gigondas
AVRIL	MAGAZINE WEB GAY VOYAGEUR		Aide technique	Maucene, destination accueillante pour touristes homosexuels Le prieuré de la madelène : plus belle chambre d'hôte 2020 dans le sud est
AVRIL	LE FIGARO VOYAGES		Aide technique / VPA	
MAI	France BLEU MARSEILLE	Alexandra LAY	Aide technique	Portrait d'un forain sur le marché de Bedoin
JUILLET	GAZOLINE	Jean Marc NAVALLO	ACCUEIL PRESSE	ITINERAIRE VOITURE ANCIENNE ENTRE LAVANDE ET VENTOUX ET Montmirail
DECEMBRE	DAUPHINE LIBERE	Emmanuel GALLANT	REPORTAGE	le village préféré des lecteurs : LE BARROUX édition boutique.ledauphine.com



Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le 18 juillet 2022

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE



EDITIONS TOURISTIQUES

Créées en fonction des cibles identifiées , adaptées aux besoins des visiteurs avant et pendant le séjour .

Création d'une nouvelle identité graphique en 2021



Supports pratiques thématiques édités à la carte, diffusés au comptoir et via les outils numériques . Informations générées par la base de données Apidae



Le nouveau magazine de destination réalisé en 2021 réservé aux opérations de promotion et aux clientèles en séjour sur le territoire. 20 000 ex

Réalisation graphique confiée à l'agence la Vache Noire

Soutien financier apporté par 5 partenaires : Aromaplantes – Confiserie du Mont Ventoux – Nougat Silvain – ODG Ventoux – AOC Beaumes de Venise



Kit de 12 fiches de randonnées tous niveaux



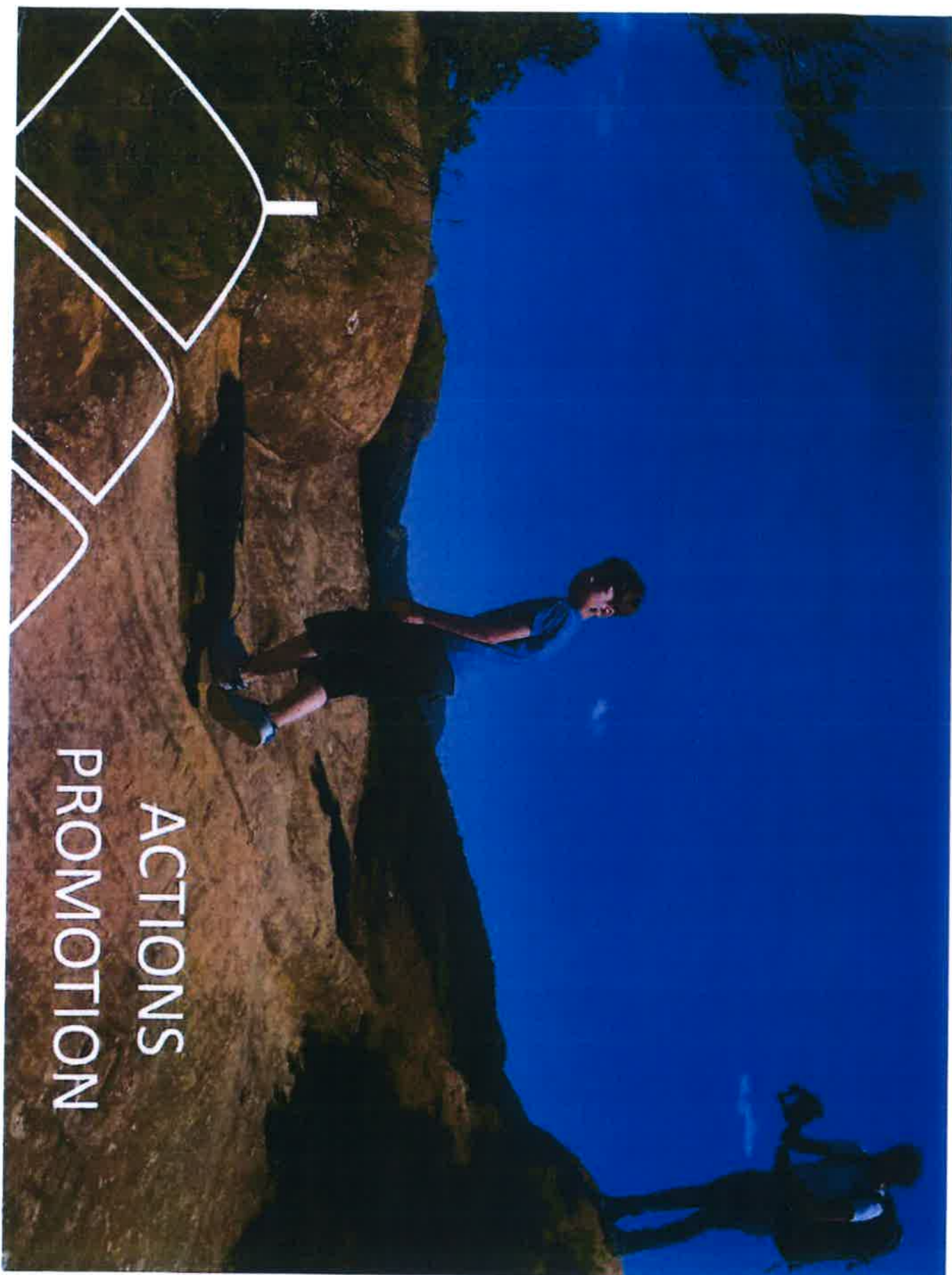
Une offre d'activités diversifiée accessible d'avril à octobre . + de 200 prestataires référencés 10 000 ex

Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le **18 JUIL, 2022**

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE



**ACTIONS
PROMOTION**

Convention Smart Destination Mont Ventoux Le Ventoux , destination infrarégionale adossée à la marque Provence



2021 : les Travaux engagés avec le Comité de suivi (4 EPCI-OTI autour du Ventoux) :

Février - finalisation de la stratégie marketing - numérique et plan d'actions

Mai - définition du calendrier de phasage des actions et plan de financement

Septembre - création d'une entité juridique pour porter le projet : l'association Destination Mont Ventoux Provence

Octobre – participation aux salons : Running – Paris et Roc d'AZUR à Fréjus

Novembre – montage dossier de subvention Leader dans le cadre du recrutement d'un chargé de mission pour la mise en œuvre et le suivi du plan d'action sur les phases 1 et 2 du projet

Contribution financière annuelle des 4 OTI : 38 000€ qui constitue le fond de roulement de l'association dont 21 000€ engagés par la SPL VENTOUX PROVENCE

Partenaires financiers : Région (50% par projet jusqu'à 100 000€ maxi) – Leader (80 à 90% par projet)
Partenaires institutionnels : VPA – PNR – COVE – ODG VENTOUX



Le Contrat de destination Provence



PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

Le Contrat de Destination Provence est copiloté par le CRT Paca et Provence Tourisme. À leurs côtés, **UN COLLECTIF** de partenaires finance les actions menées pour **promouvoir la marque Provence et ses valeurs à l'international et stimuler l'économie touristique sur tout le territoire provençal.**

Il étend ses actions au-delà d'un périmètre administratif classique, réunissant ainsi 5 départements : Bouches-du-Rhône, Vaucluse et les parties provençales des Alpes-de-Haute-Provence, du Var et du Gard.

30 organismes partenaires mutualisent leurs moyens au service d'une stratégie partagée.

Nous contribuons à l'échelle de la smart destination Ventoux, soit 21 000€ pour 3 ans (1,26% du budget global régional : 1600 000€ sur 3 ans

Nous participons également au Comité de suivi du plan d'actions « Les Art's de vivre en Provence »

Relai Campagne régionale de relance à l'automne « # OnaTousBesoinDuSud »

Conférence de presse et Relai Communication RS « #MonGrPréfééré – GRP Ventoux » en octobre



AXE 2

DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE

FILIERES

OENOLOGIE

ACTIVITES PLEINE NATURE

TERROIR

SAVOIR-FAIRE

TOURISME CULTUREL

Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le

18 JUIL. 2022

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE

Activités de pleine nature

Vélo et randonnée pédestre

L'OTI Ventoux Provence collabore aux travaux engagés par les acteurs départementaux pour le développement et la structuration de la filière randonnée en Vaucluse FFR randonnée Vaucluse – VPA – PNR :

Notre participation aux Webinaires et ateliers - proposés en 2021 autour de la marque Compagnon de route, la connaissance des pratiques randonneurs – Participation à la commission communication Vaucluse Rando pour la préparation des contenus pour le site web et carte randonnée

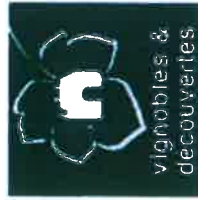
Etude de positionnement des activités de pleine nature sur le massif des Dentelles de Montmirail - Cove

Une quinzaine de fiche randonnées tout public créées par l'OTI, une vingtaine d'offres proposées par nos partenaires prestataires, soit une quarantaine de randos thématiques affichées sur ventouxprovence.fr et disponibles à l'accueil

Relai de sensibilisation aux risques sur les sites de pleine nature, communiqué en interne auprès des équipes et aux socio professionnels



Oenotourisme et terroir



- Convention de partenariat Vignobles et Découvertes « autour du Ventoux » porté par l'ODG Ventoux

Participation au Copil dans le cadre des travaux pour l'animation du label Soutien de l'évènement « fascinant week-end » - octobre



- Mise à jour du guide oenotourisme qui récence l'offre de plus de 90 vigneronns et prestataires oeno.
- Animation de réseau par l'organisation périodique d'évènements autour de rencontres et dégustations



Terroir en fête : 12-13 juin

Notre participation à la manifestation départementale a permis de promouvoir nos activités terroir et loisirs auprès d'une clientèle locale et de proximité

Exposition Incroyable nature : 15 juillet - 2 aout

Faire découvrir par l'image, les espaces naturels sensibles auprès des clientèles touristiques et présenter la biodiversité remarquable du Vaucluse
Mise à disposition gratuite par le Conseil départemental



Tourisme culturel

Programmation de visites individuelles durant les vacances scolaires

110 RV programmés = 86 visites réalisées, soit 672 participants

L'année 2021 affiche de meilleurs résultats par rapport à l'année précédente. Grâce aux s contraintes sanitaires assouplies, nous avons pu enrichir le calendrier de visites en saison estivale .

Taux de participation : +43%/2020



LE JEU PISTE - MOUFTI
LES DENTELLES DE MONTMIRAIL



FAMILLE

Visiter en s'amusant

Après la réalisation en 2020 d'un premier jeu *Intrigue dans la ville de Carpentras*, une nouvelle enquête « *Intrigue dans les Dentelles* » a été créée en 2021 pour promouvoir le territoire des Dentelles de Montmirail à travers un parcours autonome et ludique qui permet de découvrir les villages des Dentelles en s'amusant.

Le concept développé par l'agence Devisocom constitue un réseau de 16 enquêtes scénarisées en Vaucluse .

ce kit découverte intergénérationnel sera décliné prochainement sur le secteur Ventoux, afin de permettre aux familles d'élargir leur terrain de jeu en découvrant d'autres spécificités locales .

Un agenda Ventoux Provence spécial « famille » est également proposé aux clientèles locales et touristiques sur chaque période de vacances scolaires

Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 13/07/2022

Affiché le

18 JUL. 2022

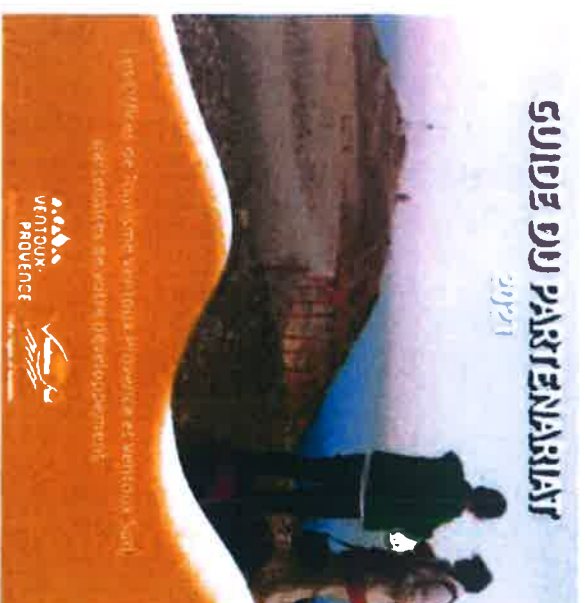
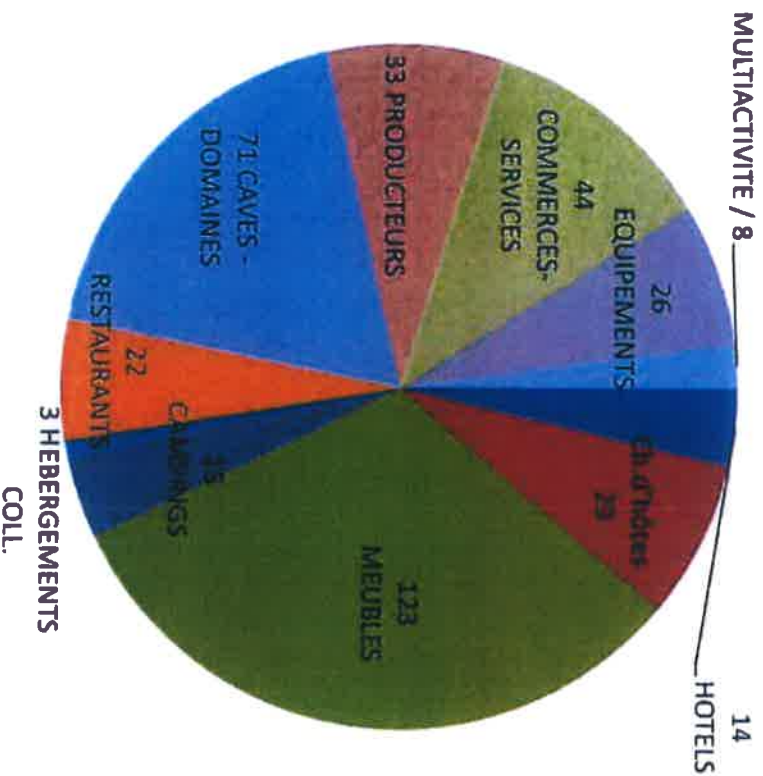
ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE

Relations partenaires



SERVICE AUX PROFESSIONNELLS

388 Adhérents socio professionnels
37 partenaires situés hors territoire
Soit une trentaine de plus qu'en 2019



Bien connaitre l'offre pour mieux la promouvoir !
L'OTI est régulièrement sollicité pour venir découvrir
les nouvelles activités proposées par nos partenaires .

Visites effectuées par notre équipe en 2021 :

- Château de Thezan –St Didier**
- Bastide St Agnès – Carpentras**
- Domaine des Maillets – Malaucène**
- Chambre d'hôtes Désir de Provence – Sarrisans**
- Château du Barroux**

Pourquoi devenir partenaire adhérent de l'OTI

3 packs de services: du simple dépôt de dépliant à l'accompagnement dans une démarche de professionnalisation et de promotion des socioprofessionnels.

- Présentation de l'offre dans les B.I.T.S du territoire et présence détaillée sur la base de données régionale,
- Les éditions touristiques traitées par filières thématiques,
- Le site internet www.ventouxprovence.fr et forum partenaire,
- La production de contenus sur les réseaux sociaux,
- La communication périodique : newsletters, communiqués, ...
- Conseil - formation par la programmation d'ateliers thématiques marketing,
- Relai d'informations des initiatives réseau : webinaires, ateliers, dispositifs sanitaires, ...
- Les animations et événements pour valoriser les filières,
- Commercialisation et vente en ligne d'offres loisirs et produits packagées

Et en 2021 :

- Création d'un livret d'accueil pour les premiers ambassadeurs du territoire
- Organisation en juin, de la 1^{ère} bourse d'échanges professionnelle – Bedoin
- Mise en place de partenariat pour des tarifs négociés auprès de fournisseurs : photos, vidéo, traduction.



Soutien aux opérateurs touristiques dans le cadre projets inscrits dans les dispositifs Leader et ADEME (Fonds tourisme durable) lancés en 2021 :
Les offices de tourisme sont consultés sur les projets présentés et associés à l'expertise des dossiers

Projets portés par les opérateurs privés :

Felix DROIN – Restaurant éphémère - Venasque (slow tourisme)
LA FERME DU BOUQUET - Beaumes de Venise (projet Leader)
FERME LUCKY HORSE - Mazan (projet slow tourisme)
SILVAIN FRERES— Saint Didier (projet slow tourisme)

Projets communaux :

Mairie du Barroux : signalisation centre bourg (Leader)
Mairie de Caromb : chemin du grand tour des collines du Paty (Leader)



COMMERCIALISATION

ACTIVITES LOISIRS

BOUTIQUES

EVENEMENTIEL



COMMERCIALISATION DES ACTIVITES LOISIRS

Assurer le rôle d'apporteur d'affaires de l'OT en s'appuyant sur l'offre locale existante
Mise en marché d'une offre qualifiée

Vente de prestations loisirs sur la plateforme INGENIE

Une trentaine de contrats signés avec les prestataires
 Près de 2000 billets vendus

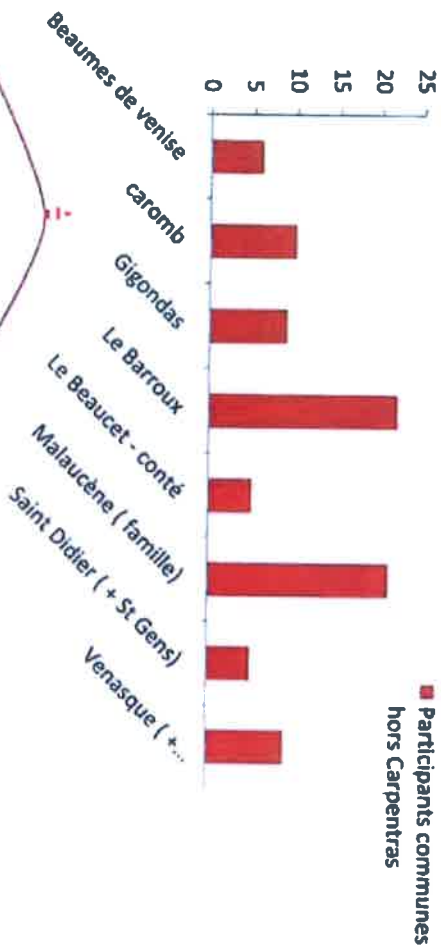
CA : 15 300 € dont la moitié réalisé par la vente en ligne

Faible marge constituée sur les activités vendues pour les prestataires(- de 1000€) en raison d'un taux de commission maintenu à 5% depuis l'ouverture du service en 2020

Visites guidées organisées par l'OTI pour les individuels :

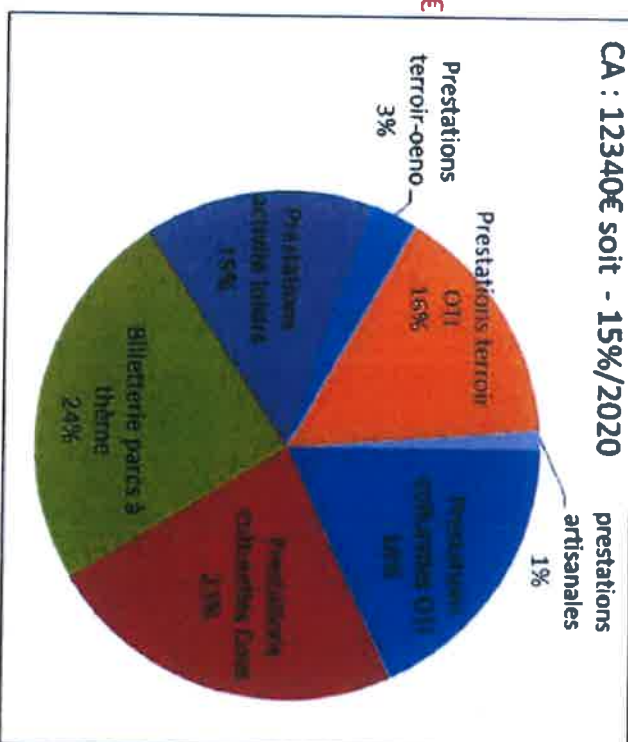
Carpentras : 505 tickets / autres communes : 90 tickets

service déficitaire : cout prestations guidages 5800€ / recettes 3300€



Saison Estivale :

CA : 12340€ soit - 15%/2020



EVENEMENTIEL : NOELS D'ARGILE

Marché aux Santons 2021 : 11 au 26 décembre

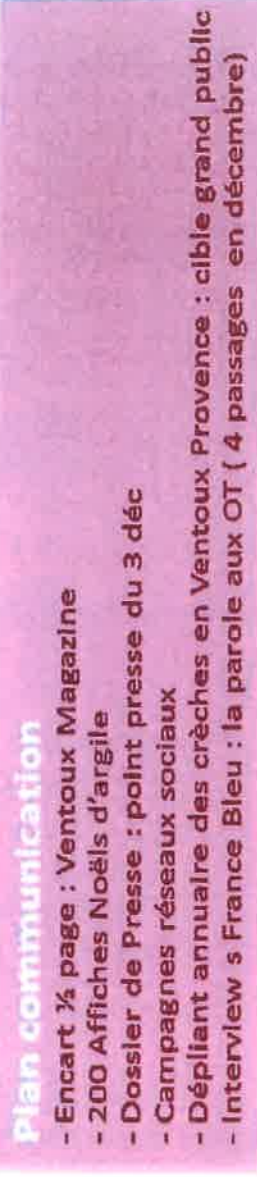
- mise à disposition gratuite d'un agent municipal de Carpentras
- Participation en retrait des santonniers (vente en ligne)
- moins d'espace d'exposition disponible (conditions sanitaires)
- Légère baisse de fréquentation : (pass sanitaire)
- Moins d'opérations de caisse : 11000€ de ventes
- Ventes concentrées sur le premier et deuxième WE (12000€ de ventes)
- Marge brute : 8800€

Mise en place d'ateliers créatifs pour les familles : 39 participants /8 ateliers.

La crèche monumentale 2021

Niveau de fréquentation maintenu malgré la mise en place du pass sanitaire imposé par la Préfecture : 12 350 visiteurs dont près de 4000 durant les vacances scolaires

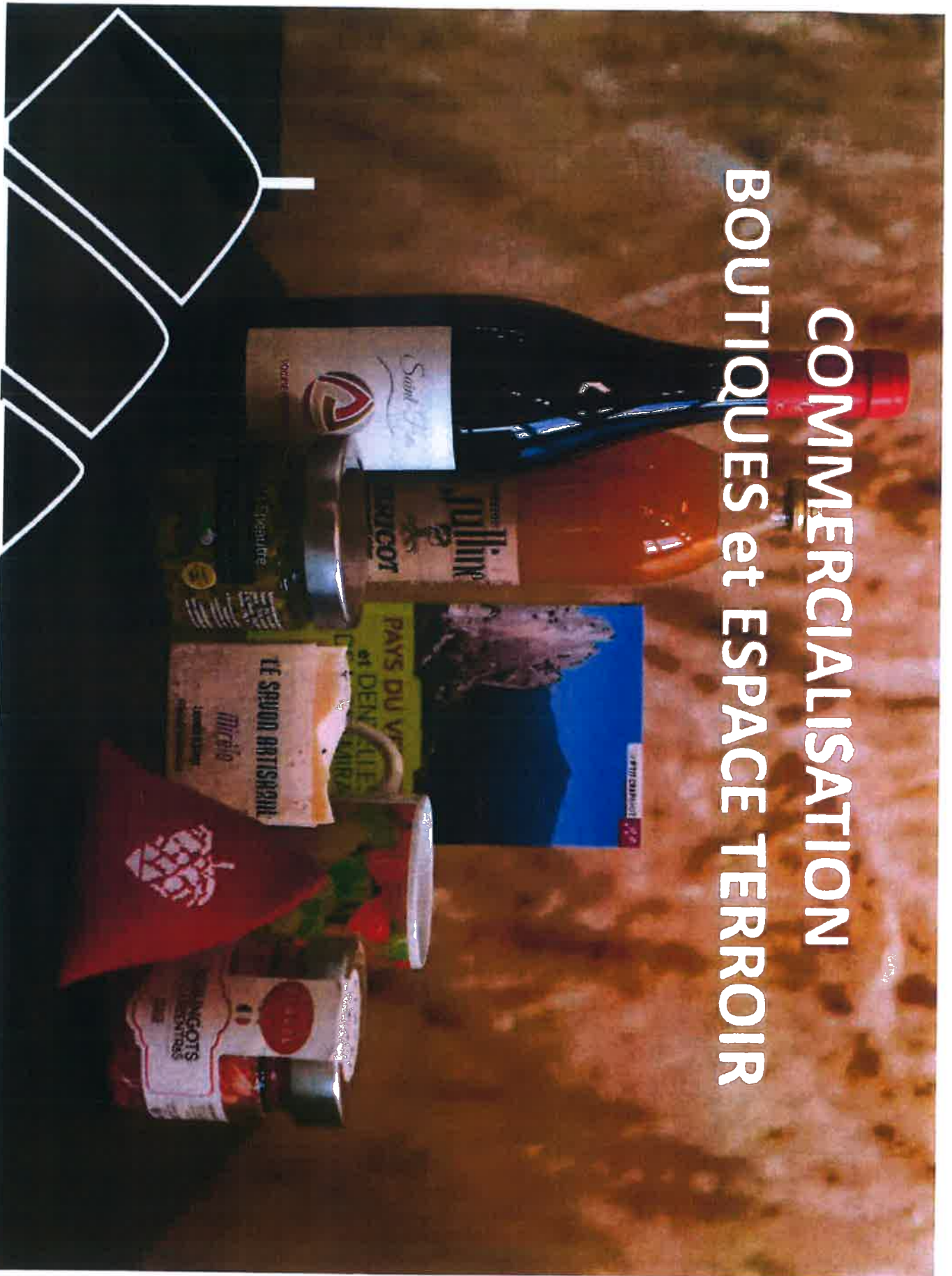
Visites guidées - circuits des crèches Carpentras – Caromb – Le Barroux – Malaucène – Saint Didier – Venasque
65 Participants



OTI Ventoux Provence – bilan activité 2021

18 JUL. 2022

COMMERCIALISATION BOUTIQUES et ESPACE TERROIR



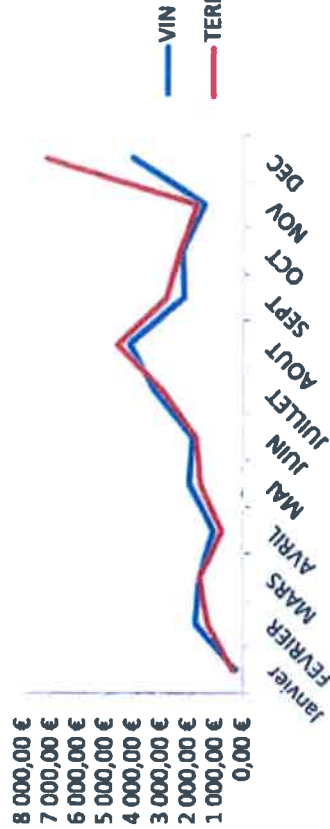
Espace terroir : 59 partenaires vigneron et producteurs adhérents en 2021

220 jours d'ouverture

CA annuel sur les ventes produits : 57 120 €

2386 tickets : \uparrow 19%/2019

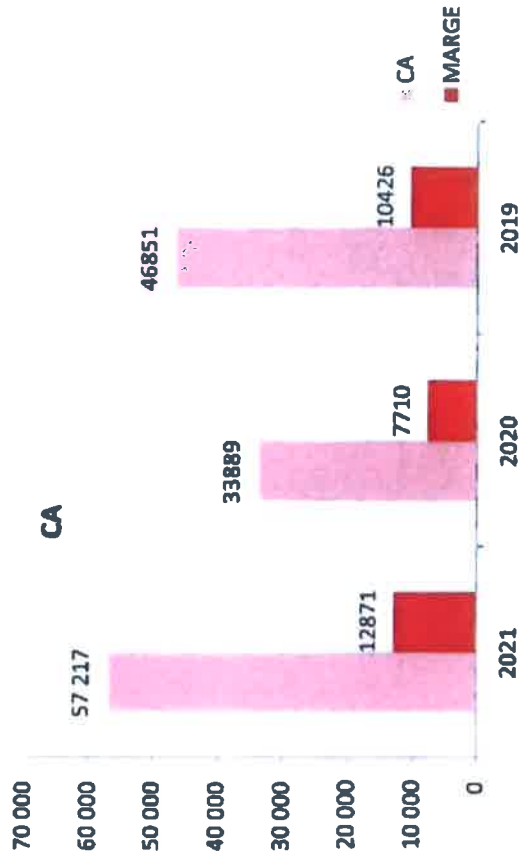
panier moyen : 24€



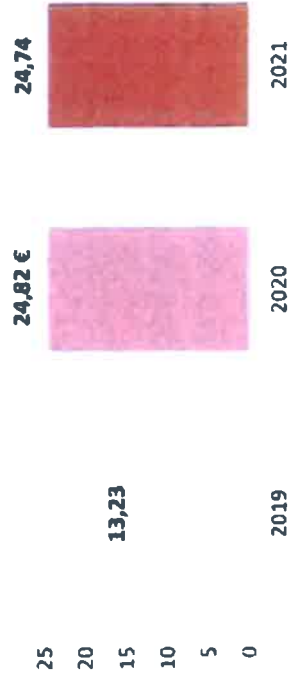
21 712€ réalisé entre juillet et septembre 2021 , soit hausse de 60%/2020

11300€ réalisé en Décembre qui constitue le mois le plus important de l'année en terme de recettes +14%/ 2020 et +2%/2019

Les produits de terroir représentent 56% des achats mais c'est sur les vins AOC Ventoux que l'on observe la plus forte progression des ventes , soit + 77%/2020 et +36,5%/2019



Evolution du panier moyen

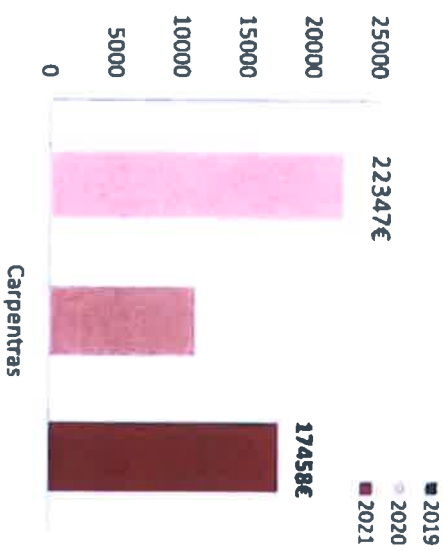
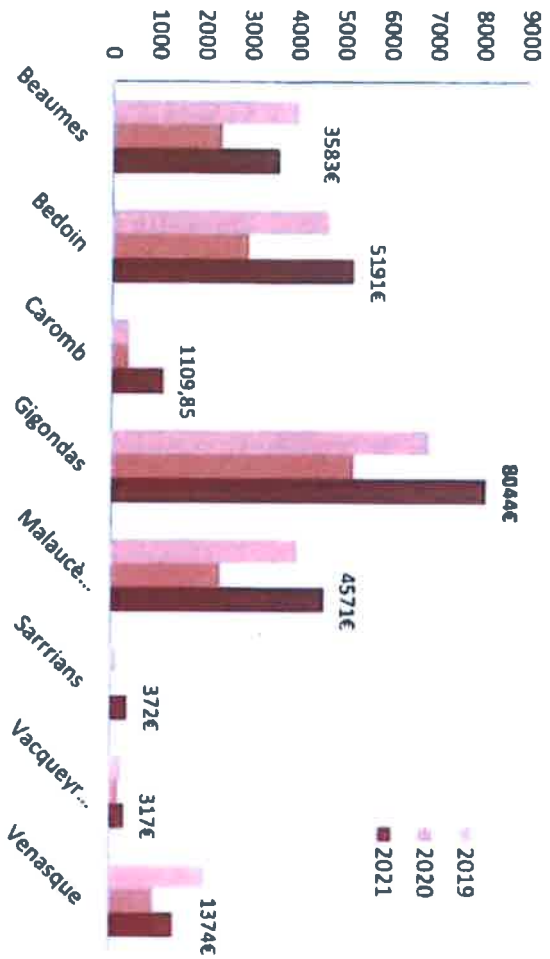


Boutique

Développement des espaces boutique dans les points info

41 % du CA développé sur Carpentras, 59 % sur les autres B.I.T.S

CA annuel : 42 200€ soit ↗ 62% /2020 et ↘ 9 %/2019



Les produits de la gamme Ventoux Provence génèrent seulement 3,5% du CA

Parmi les BITS les plus fréquentés, C'est Gigondas qui enregistre les meilleurs résultats devant les bureaux de Bedoin et Malaucène

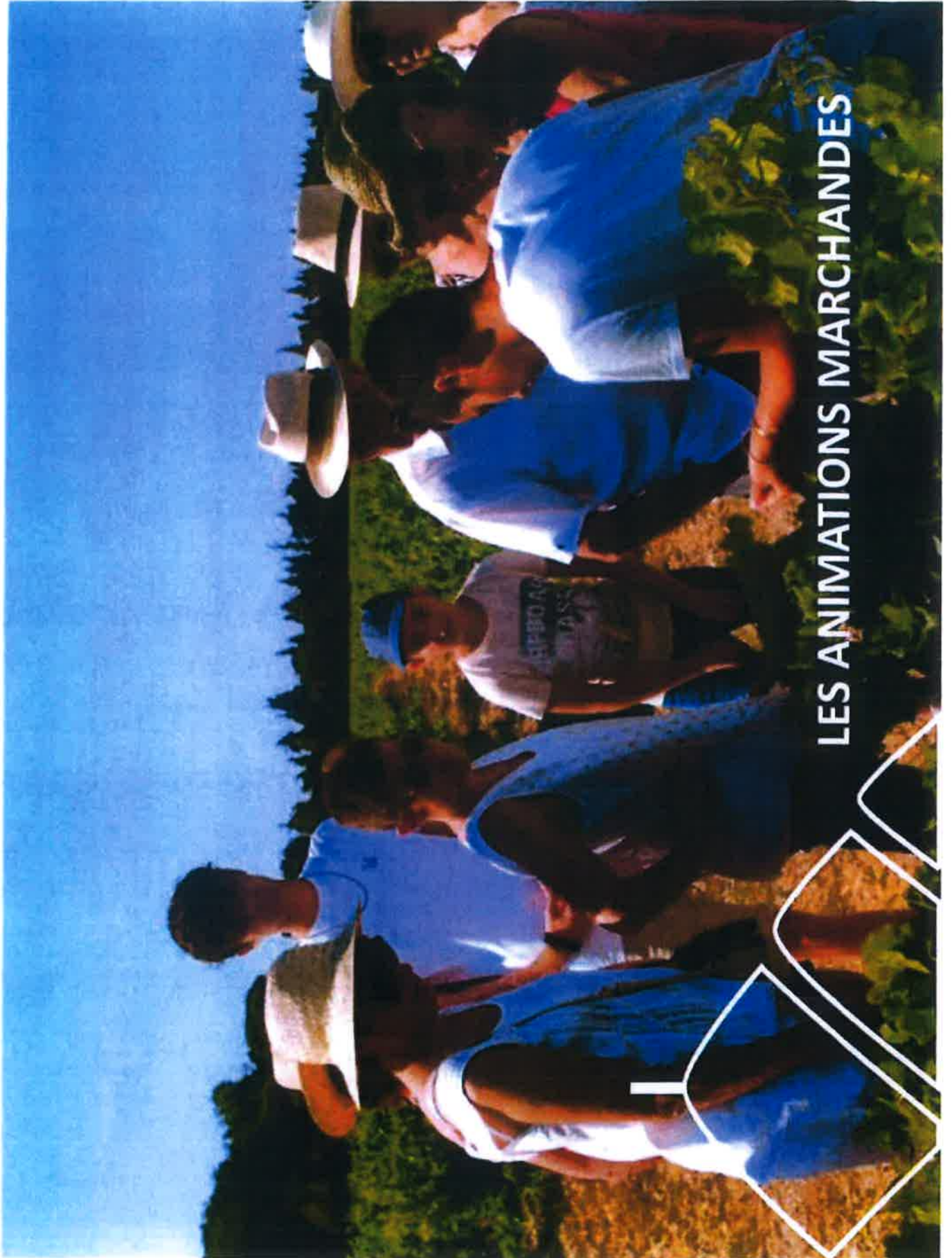


Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le **18 JUL. 2022**

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE



ANIMATIONS TERROIR

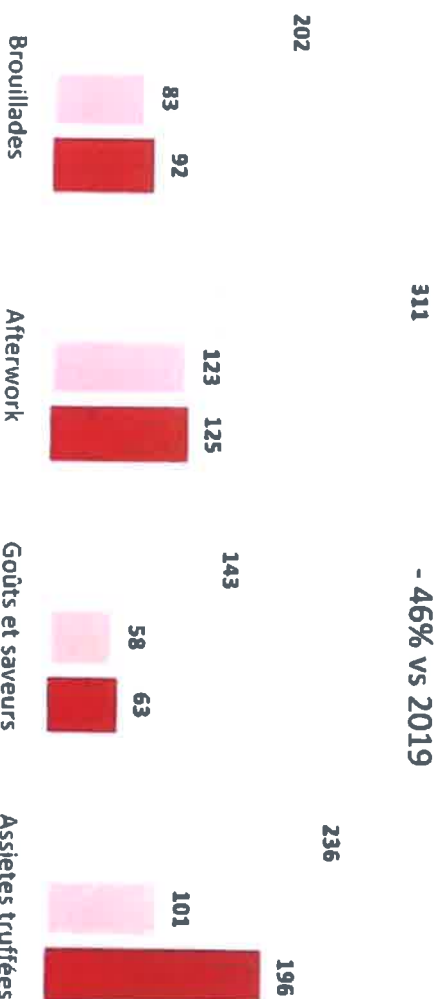
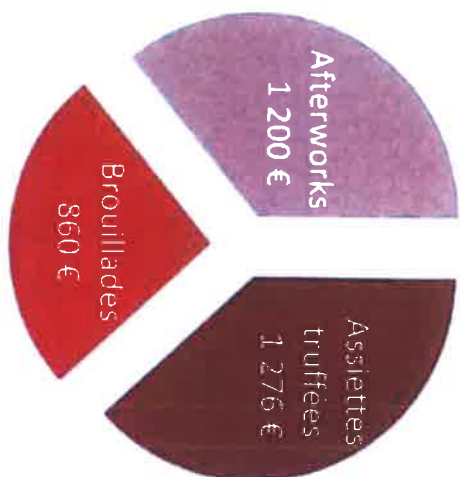
Des rendez vous proposés toute l'année !

5 RV Afterworks mensuels pour créer du lien entre les résidents et les professionnels chefs restaurateurs et vignerons locaux

6 RV Assiettes truffées : découverte gustative offerte aux touristes en été, le jour du marché

2 Rendez vous dégustation de brouillade en décembre pour fêter l'ouverture de la saison du diamant noir

CA : 3644€



18 JUIL. 2022



INDICATEURS DES FLUX SUR LE TERRITOIRE VENTOUX

En dépit des mesures sanitaires toujours en vigueur fragilisant l'activité des sites culturels et la période de confinement en avril qui a retardé les déplacements touristiques, l'année 2021 affiche de meilleurs résultats que de 2020 grâce aux mesures de restriction assouplies qui ont favorisé les déplacements de nos clientèles Françaises et Européennes sur le territoire Ventoux

Plus de 56 000 visiteurs enregistrés dans nos bureaux d'information touristique,
Des pics de fréquentation estivale, en nette progression, démontre l'intérêt et l'attractivité de notre territoire pour les non résidents.

Données de l'Observatoire départemental mesurées grâce au dispositif Flux Vision Tourisme sur le territoire Ventoux Comtat Venaissin

Près de 2,4 millions de nuitées touristiques (marchand et non marchand)

-11% /2019 +34%/2020

66% de nuitées Françaises (+6%) Paris- Rhône – Bouches du Rhône

34% de nuitées étrangères (-32%) Belgique – Pays Bas - Allemagne

4,4Millions d'excursionnistes : +33%/2019

78% d'excursionnistes Français (Bouches du Rhône – Gard – Drôme)



L'été a permis de compenser le démarrage tardif de la saison avec une fréquentation supérieure à 2019 : +7%
 L'arrière saison affiche une fréquentation globale assez proche de 2019 (Toussaint et Noël)

Pic de fréquentation des visiteurs étrangers sur le cœur de l'été et septembre, retrouvant les niveaux de 2019

ORGANISATION DE L'ACCUEIL

INFORMATION DES VISITEURS

Beaumes
de Venise

Bédoin

Caromb

Carpentras

Gigondas

Malaucène

Sarrians




Vacqueyras

Venasque





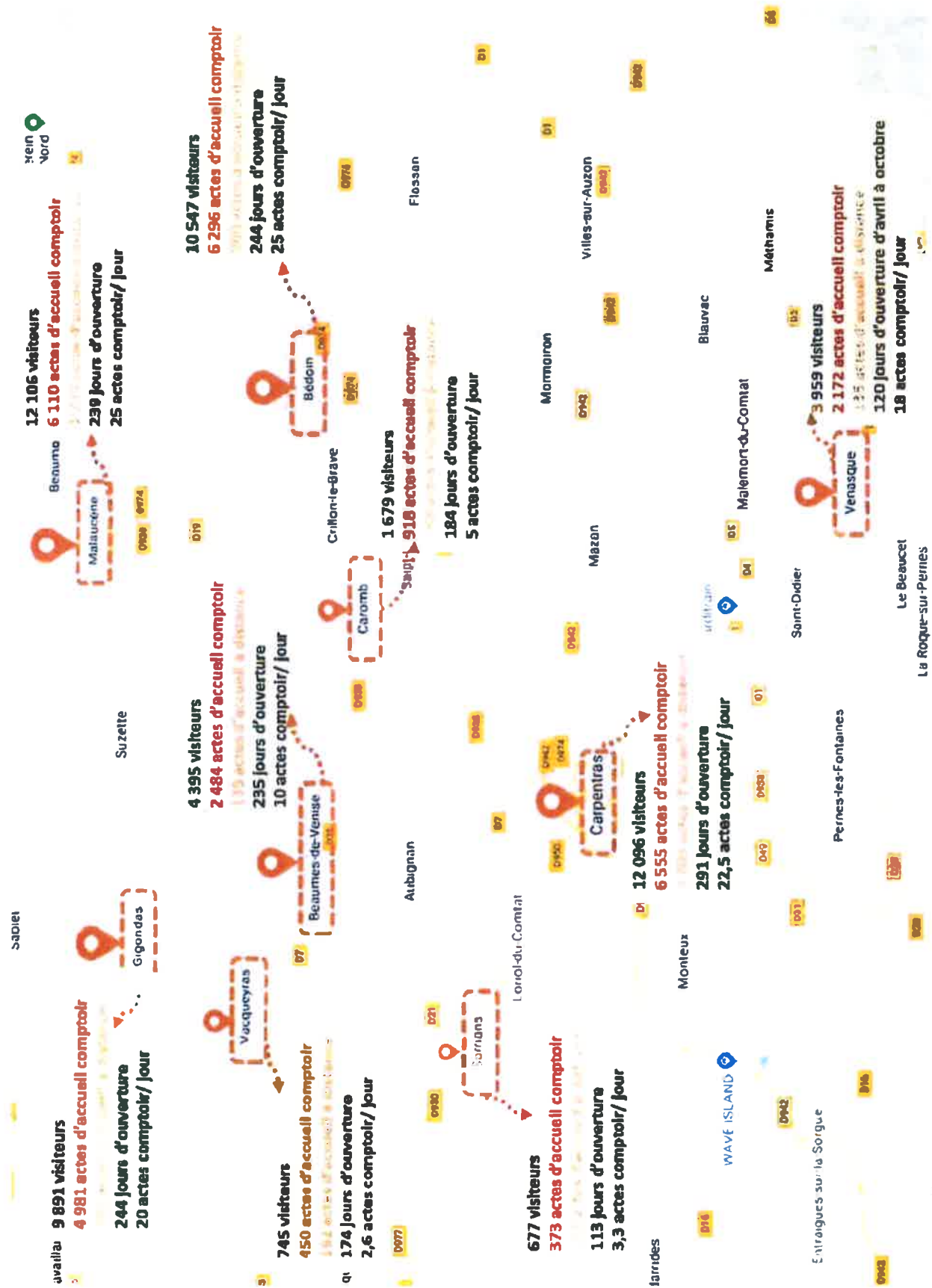
8 bureaux permanents d'information - 1 bureau saisonnier
 13 Experts Accueil
 4 renforts saisonniers entre avril et octobre
 en 2021 : Fermeture des BIT de Mazan et Aubignan

ACCUEIL dans les BITS :
 205 jours ouverture en moyenne (291j – 113 j)
 56 332 visiteurs
 30 518 actes d'accueil
 7558 demandes traitées à distance :    

35 Opérations d'accueil hors les murs programmées en été :
 1065 personnes renseignées

	CONTACTS	VISITEURS	FRANCAIS	ETRANGERS
Marché St Didier - Lundi matin	14	27	10	17
Marché Caromb - Mardi	94	225	157	68
Marché Mazan - Mercredi	72	129	85	44
Accueil station Mont Serein - Jeudi	199	395	287	48
Accueil camping Beaumes de Venise	14	27	10	17



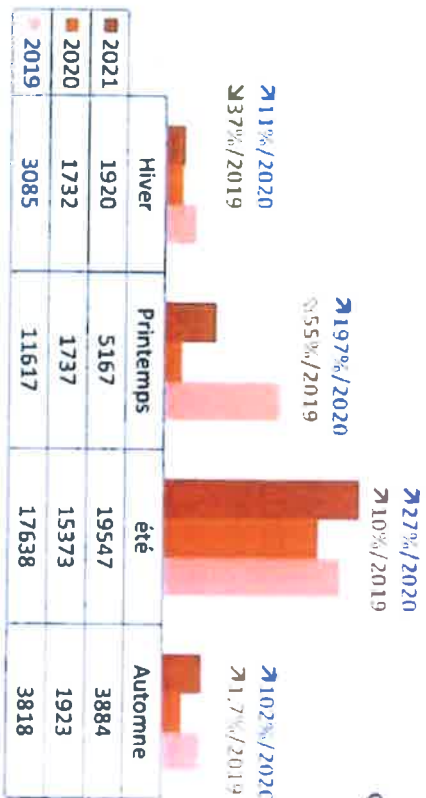


18 JUL. 2022

BITS concentrant le plus de flux

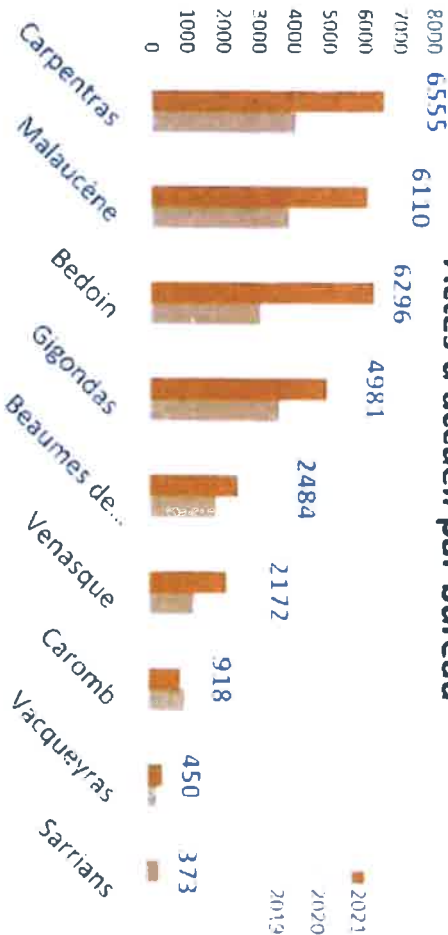
- 1- Carpentras (291 jours)
- 2- Bedoin (244 jours)
- 3- Malaucène (239 jours)
- 4- Gigondas (244 jours)
- 5- Beaumes de Venise (235 jours)
- 6 - Venasque (120j -7 mois)

Actes d'accueil par saison



La fréquentation des bureaux influencée par le calendrier sanitaire et le Tour de France

Actes d'accueil par bureau



Les meilleures progressions sont enregistrées au BITS de Bedoin et Venasque qui dépassent les résultats de 2019

la saison estivale et l'arrière saison ont retrouvé les niveaux de d'activité de 2019 avec une clientèle française et régionale largement majoritaire

Français : 73%		Etrangers : 27%	
1 - Vaucluse	1 - Belgique		
2 - Auvergne Rhône Alpes	2 - Pays Bas		
3 - Ile de France	3 - Allemagne		

LE TRAITEMENT DES DONNEES D'INFORMATION



L'office de tourisme dispose d'un système de gestion de l'information organisé et informatisé permettant de référencer, qualifier et mettre à jour et diffuser une information maîtrisée et validée sur l'offre touristique locale.

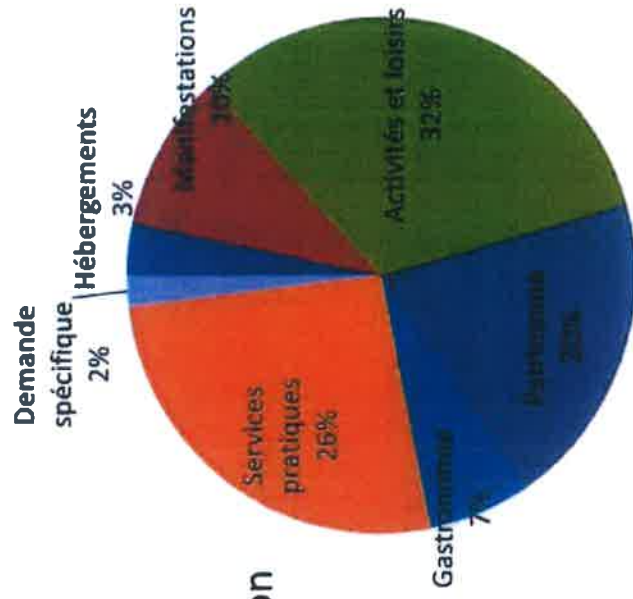
La plateforme Apidae est un entrepôt de données, utilisé pour gérer de façon collaborative les informations touristiques de 23 départements associés.

1^{er} réseau d'information touristique , les données saisies sur la plateforme interrégionale sont reprises entre 5 et 17 fois par d'autres canaux de diffusion
+ de 5000 fiches enregistrées , 6 personnes en validation

L'ANALYSE DE LA DEMANDE CLIENT

avizi pour la gestion de la relation et qualification de la demande CLIENT

1/3 des demandes des clients de l'OTI porte sur les loisirs
26% concerne les services pratiques
20% , la découverte patrimoine
Devant les demandes sur la gastronomie et les événements



OBSERVATION

Mise en place et suivi des indicateurs d'activité

- ▶ Quantifier la demande à l'accueil, par téléphone, mail, Internet
- ▶ Identifier l'origine des demandes et les centres d'intérêt
- ▶ Mesurer les flux dans les B.I.T.S et hors les murs
- ▶ Participer aux campagnes mandatées par VPA sur les retombées des grands événements
- ▶ Analyser les données de la Taxe De Séjour sur l'hébergement
- ▶ mesurer le niveau de participation de nos animations et l'origine des clients
- ▶ analyser les connexions et origines des utilisateurs sur les supports numériques
- ▶ mesurer les retombées média
- ▶ analyser les ventes engendrées par le service commercial

Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le

18 JUL. 2022

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE

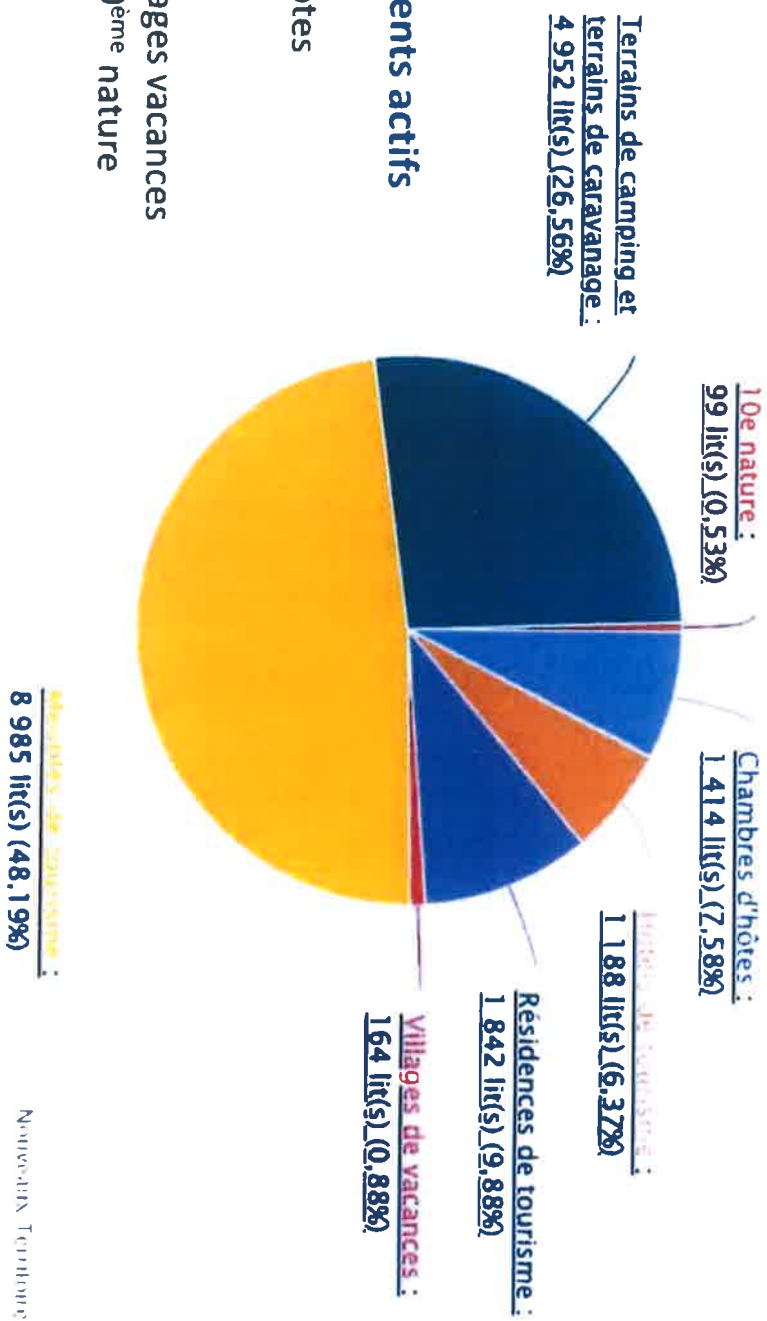


Indicateurs hébergement touristique sur le territoire Ventoux Provence

Données issues de la plateforme *Nouveaux Territoires* pour l'enregistrement des déclarations – service taxe de séjour

18 644 lits actifs : avec près de 9000 lits, les locations saisonnières représentent près de la moitié de l'hébergement marchand

- 1775 établissements actifs**
- 1527 meublés
- 191 chambres d'hôtes
- 28 hôtels
- 19 campings
- 6 résidences et villages vacances
- 4 hébergements 10^{ème} nature



MEUBLES DE CAMPING :
8 985 lits (48,19%)

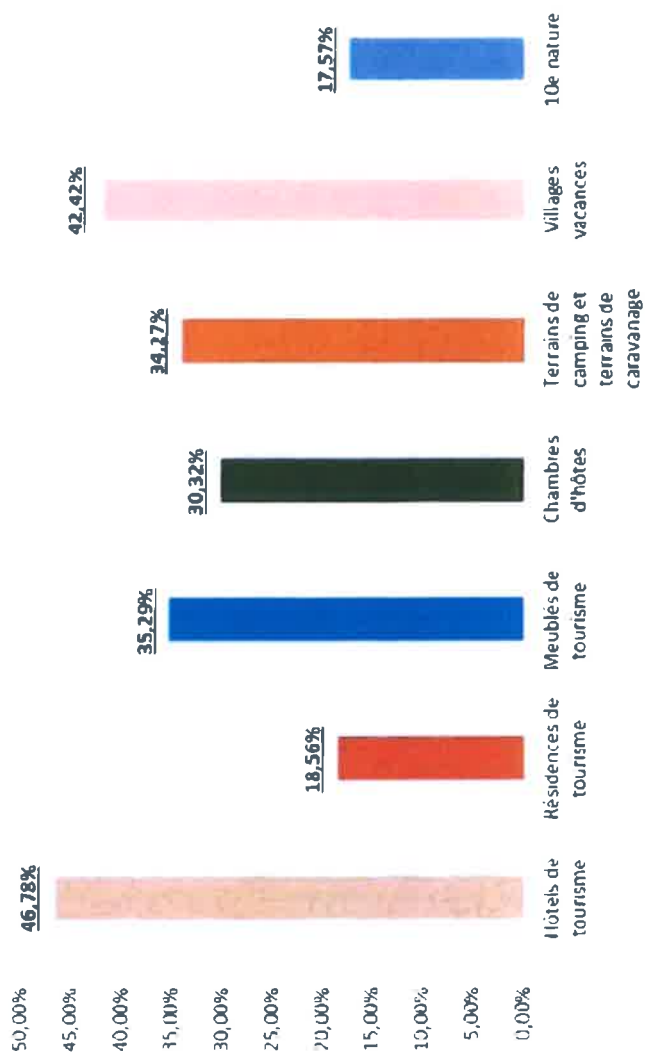
Nouveaux Territoires

Nuitées touristiques sur le territoire Ventoux Provence

Plus de 2 676 000 lits offerts sur la période
 594 000 nuitées enregistrées sur l'année 2021
 Dont 472 400 nuitées de juin à septembre, soit 79% des nuitées annuelles

Structure d'hébergement	Taux d'occupation annuel
Hôtels de tourisme	27,47%
Résidences de tourisme	11,09%
Villages de vacances	30,63%
Meublés de tourisme	27,66%
Chambres d'hôtes	21,27%
Terrains de camping et terrains de caravanage	23,57%
10e nature	19,96%

Taux d'occupation Juin à septembre 2021



Qualification des hébergements

Classement des meublés de Tourisme



1533 meublés de Tourisme déclarés actifs

Dont 783 sont non classés

Suite à la crise COVID-19, report des échéances de reclassement pour les meublés classés qui devaient cesser leurs effets à compter du 12 mars 2020

33 meublés de Tourisme classés par notre service en 2021

- 9 cat 2*
- 12 cat 3*
- 11 cat 4*
- 1 refus



Recettes générées par le service en 2021 : 5610€

Qualification des chambres d'hôtes sur le référentiel national



Chambre d'hôtes référence@ :
une marque déposée d'OFFICE DE TOURISME DE FRANCE
une qualification volontaire attribuée par une Commission régionale et valable 5 ans.
Chambre d'hôtes référence® n'établit pas une échelle de valeur suivant la prestation fournie,
mais une garantie de qualité à minima,
une assurance pour le client d'être bien accueilli.

Pour l'exploitant non labellisé : possibilité de garantir aux clients, la qualité de la prestation

Pour L'OT : besoin de donner aux visiteurs, plus de lisibilité sur ce type d'hébergement.

Pour la Destination : Le référentiel contribue à l'amélioration de la qualification de l'offre d'hébergement touristique



L'OTI participe à la Commission régionale d'étude des dossiers pour l'attribution du référentiel et instruit les dossiers de demandes de qualification pour notre territoire
12 structures ont reçu un dossier pour s'inscrire dans le référentiel « chambre d'hôte référence »
2 chambres d'hôtes qualifiées « chambre d'hôte référence » en 2021
(Mas Plein Pagnier et la Maizon à Mazan)

Préparer la demande de classement de l'Office de tourisme en catégorie 1



Démarche qualité

La démarche qualité s'applique à l'ensemble des services de l'OTI

Une structure documentaire et des procédures en évolution permanente

Une évaluation qui s'appuie sur plus de 150 critères (dont de nouveaux critères sanitaires)

- Diagnostic en interne et audit annuel externe sur l'ensemble des B.I.T.S permanents départemental pour l'amélioration continue de nos services d'accueil et d'information au comptoir et à distance.
- Mise en place d'un questionnaire satisfaction dématérialisé via Qr code afin de maintenir le recueil de la satisfaction client et répondre aux normes sanitaires
- Création d'un support mesurer le niveau de satisfaction vis-à-vis des remarques adressées au service accueil
- Guide du nouvel entrant
- 10 journées de formation Responsable qualité

Tourisme et handicap



Mise à jour annuelle du guide « Tourisme pour tous en VP » : + de 140 structures référencées
Etat des lieux de tous les bureaux en 2021

Accessibles au label : les Bits de Malaucène – Bedoin – Caromb – Vacqueyras

Label à renouveler pour le Bit de Carpentras

Objectif 2022 : création de guides touristiques d'information adaptés handicap visuel et mental

Ressources et Moyens

► Effectif 2021

22 salariés permanents dont 3 salariés mis à disposition par la COVE,
18 ETP et 4 temps partiel

4 Recrutements saisonniers pour les BITS de Carpentras – Bedoin – Malaucène et Gigondas

1 contrat étudiant formation Master en ingénierie du Tourisme : mission sur le service observatoire-qualité
1 contrat professionnalisation - formation Bachelor responsable commercial vin et oenotourisme : mission développement de l'Espace terroir .

► Mouvement de personnel

Une Conseillère en séjour a été recrutée en avril 2021 pour le bureau de Carpentras

Deux Saisonniers ont été prolongés jusqu'au 31 Décembre 2021

Une Salariée à mi-temps est passée à temps plein Juillet/Aout 2021

Une Salariée à temps plein et passée à temps partiel (121 H. 33) à compter de Septembre (à sa Demande)

contrat Pro -Conseiller en séjour arrivant à terme en juillet, prolongé par un CDD jusqu'à fin Septembre 2021.

Une salariée est sortie de l'effectif en mars 2021 : licenciement pour inaptitude suite à longue maladie

Une salariée en arrêt maladie : 80 jours en 2021

Une salariée en arrêt maladie : 73 jours en 2021

Ressources et Moyens

► **Qualification des salariés SDP**
14 employés(es) dont 3 COVE - 6 agents de maîtrise
2 cadres

► **Plan formation** : plus de 400 heures consacrées en 2021
aux programmes de formation continue pour développement
des compétences des salariés

Educateur : journée de formation connaissance de terrain
programmé en octobre sur le territoire des Dentelles de Montmirail

Déplacements professionnels : 11 000 kms parcourus

► **Règlement intérieur** : fixe les principes et les règles
d'organisation dans la structure : mise en place juillet 2021

► **Télétravail** : mise en place du télétravail en avril,
durant la période de confinement avec maintien de l'accueil
téléphonique et présence un jour par semaine sur chaque bureau



Ressources et Moyens

► Dialogue social

Mise en place des tickets restaurants pour les salariés de la structure :
50% financement employeur (7,50€)

Diagnostic socio-organisationnel réalisé au printemps 2021 par le cabinet Itaque à la demande de la SPL

Financement de notre OPCA AFDAS pour faire face à la crise sanitaire et améliorer notre organisation interne

Plan d'action :

- 1- Positionnement des responsables de proximité : création d'un référentiel poste de manager intermédiaire
- 2- Réalisation d'un plan de communication général à la SPL
- 3- Ebauche d'un organigramme cible à partir des pôles existants

Et pour aller plus loin : l'audit complémentaire engagé par la Cove 2021 – 2022

- 1- Consolidation des attentes des Elus et acteurs clés de la Cove et de la SPL
- 2 - Enquête en ligne auprès des salariés de la SPL sur les pratiques métier et GPEC
- 3 - Analyse des écarts entre besoins réels et existants
- 4 - Atelier par pôle sur les emplois et compétences/ finalisation de la cartographie avec l'encadrement de la SPL

Partenariat réseau

FROTSI : Plan de formation régional

Présentation de notre expérience sur le dispositif d'appui conseil RH avec le cabinet Itaque - 12/10/21

Région Sud : participation au groupe de travail dans le cadre de l'expérimentation de support d'information vélo dans les gares pilotes (dont celle de Carpentras) - 21/10/2021

VPA : Rendez-vous coordinateurs des Accueils – 18/10/21

Atelier Qualité « les bonnes pratiques de la conciergerie numérique – 2/12/21

Séminaire des directeurs = suivi des actions engagées en 2020 (faciliter la collaboration OTI – VPA)

Séminaire « plan de transition touristique » organisé par VPA dans le cadre de la stratégie de développement d'un tourisme durable – novembre

Conseil Départemental : concertation signalisation touristique autoroutière - janvier-février 2021

COVE : renouvellement label Pays d'art et d'Histoire

Commission de coordination du 30/06/21 et atelier collaboratif du 28/09

Intervention à la Visio conférence « Je crée mon Job » organisé par la Provence créative sur la thématique « reprendre ou créer un hébergement touristique » - avril

Suivi du plan de relance engagé en 2021 :

Valoriser les produits locaux (Boutique) : diagnostic aménagement point de vente dans les BIT et création catalogue produits de la gamme VP

Développer une offre de découverte sur support numérique (culture-patrimoine) : préparation cahier des charges et sélection des sites pour la réalisation d'une série clips promotionnels favorisant les filières phare du territoire

Accompagner les Pros sur la communication de leur offre et actions webmarketing

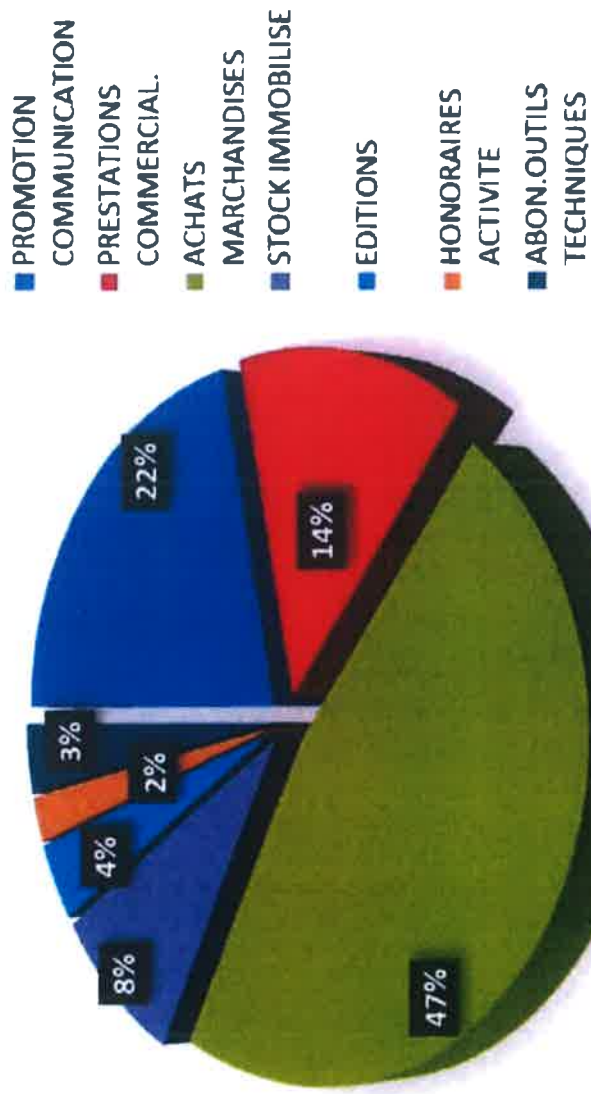
Newsletter « les petits conseils webmarketing » envoyés tous les deux mois

RESSOURCES ET MOYENS

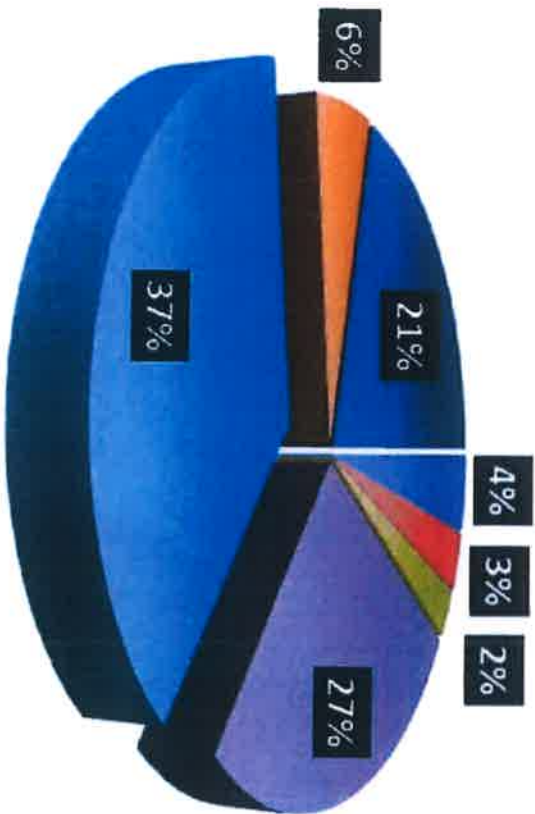
Budget 2021 : 1 133 000€

Coûts de fonctionnement = 90% du budget dont 75% masse salariale

Coûts opérationnels



Répartition des produits d'activité



%

- PRESTATIONS LOISIRS
- Prest. Service Divers
- Ventes Espace Terroir
- Adhesion-partenariat
- Qualification hébergement
- Ventes Boutique
- Marge Santonniers

ORIENTATIONS STRATEGIQUES 2022 - 2024

Développer et promouvoir l'économie touristique locale
Consolider les atouts

Porter une stratégie touristique éco responsable

Fidéliser les clientèles de proximité, travailler les marchés émergents
Développer le hors saison

Développer et valoriser une offre slow tourisme et expérientielle et accompagner les pros sur ce positionnement

Faire émerger une offre culturelle attractive et adaptée aux différentes clientèles

Faire des habitants, des ambassadeurs du territoire

Contribuer au développement des marques régionales du territoire

Renouveler le classement de l'OTI : mettre en place les actions visant la catégorie 1

Accompagner les pros éligibles au label Tourisme et Handicap et promouvoir l'offre accessible

Poursuivre le schéma d'organisation de l'accueil dans et hors les BITS et mettre en place les systèmes et relais d'information adaptés, en fonction des flux et de la saisonnalité

Envoyé en préfecture le 18/07/2022

Reçu en préfecture le 18/07/2022

Affiché le 18 JUIL, 2022

ID : 084-218400307-20220718-2022CM_110721-DE



Merci de votre attention

OFFICE DE TOURISME VENTOUX PROVENCE

BILAN ACTIVITE 2021 - Assemblée Générale Ordinaire du 18 mai 2022