



DRÔME
C'EST MA NATURE
AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

RAPPORT D'ACTIVITÉ

ANNÉE 2023



drome-cestmanature.com
pro.drome-cestmanature.com

SOMMAIRE

Edito.....	p. 3
L'agence d'attractivité	p. 4
Organigramme.....	p. 5
Missions de l'agence.....	p. 6 - 7
Ingénierie & Développement	p. 8 - 19
Promotion / Communication / Marque.....	p. 20 - 24
Digital – Data.....	p. 25 - 29
Rapport financier.....	p. 30 - 31

Créée à la fin de l'année 2022, l'Agence d'Attractivité de la Drôme, héritière de l'Agence de Développement Touristique, a vu ses missions s'élargir tout en maintenant son engagement pour le tourisme dans la Drôme, conformément aux orientations de la stratégie départementale d'hospitalité, votée par le Conseil Départemental en 2023.

Notre ambition est triple. D'abord, faire de la Drôme, forte de son cadre de vie et d'un certain art de vivre, une terre d'épanouissement et de projets pour les Drômois et les futurs résidents, en ciblant et en accompagnant les médecins, les professionnels de santé, les salariés, les étudiants, les porteurs de projets et entrepreneurs. Ensuite, renforcer notre département comme destination touristique, en se tournant vers un tourisme doux, durable, respectueux des sites et des habitants et créateur d'emplois pérennes. Enfin, renforcer la fierté et le sentiment d'appartenance des Drômoises et des Drômois sous la bannière de notre marque de territoire « Drôme C'est Ma Nature » valorisant les atouts d'une Drôme authentique et innovante, sur le plan national et international.

Pour donner vie à ces nouvelles orientations, l'agence a accueilli en février 2023 un nouveau directeur, Monsieur David Lamare, et peut compter sur une nouvelle organisation et des moyens supplémentaires accordés par le Conseil Départemental de la Drôme.

L'année 2023, synonyme de renouveau, a donc été marquée par une série d'actions fondatrices et significatives que je vous invite à découvrir et parcourir dans ce rapport d'activité, le premier de notre Agence d'Attractivité.

Je vous en souhaite une bonne lecture !



Franck SOULLIGNAC
Président de l'Agence d'Attractivité
1^{er} Vice-Président du Conseil Départemental de la Drôme

” L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

L'Agence d'Attractivité, association loi 1901, est composée de 3 catégories de membres :

- 🕒 Membres d'honneur
- 🕒 Membres de droit*
- 🕒 Membres adhérents répartis en 3 collèges :

🕒 **Collège des représentants territoriaux** : composé des EPCI, Offices de Tourisme, communes touristiques ou associations d'élus, Parcs Naturels Régionaux ;

🕒 **Collège des représentants de l'attractivité touristique** : composé d'associations de tourisme et de loisirs ainsi que des professions du tourisme, thermalisme, loisirs, de l'Agence Régionale du Tourisme ;

🕒 **Collège des représentants de l'attractivité résidentielle et économique** : composé des organismes consulaires, représentants des professions médicales, de l'enseignement supérieur et de la recherche, du monde économique, des Ambassadeurs de la marque Drôme C'est Ma Nature (DCMN).

* «Le département de la Drôme, membre fondateur, représenté par 11 conseillers départementaux désignés par le Conseil Départemental, pour la durée de leur mandat et 2 personnes qualifiées nommées par le Président sur proposition du Président du Conseil Départemental».

TROIS DOMAINES D'ACTIVITÉS STRATÉGIQUES



ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE ET ÉCONOMIQUE

devant permettre le maintien et l'importance du tourisme en tant qu'activité économique à part entière, mais également l'implantation de nouvelles entreprises, particulièrement dans les secteurs d'excellence de la Drôme : l'agroalimentaire, l'aéronautique et sa sous-traitance, les énergies, la logistique, l'artisanat du cuir et le luxe, le tourisme.



ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE

afin de contribuer à la venue de nouveaux habitants et à l'installation des jeunes étudiants diplômés dans les écoles et universités du territoire.



ATTRACTIVITÉ MÉDICALE

afin de favoriser la venue de nouveaux médecins généralistes particulièrement dans les zones déficitaires.

EXPERTISE ET ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE

L'Agence d'Attractivité de la Drôme est à l'écoute de tout demandeur.

Elle est l'interlocuteur qui peut répondre ou aider à trouver des éléments de réponses à toutes questions via :



UNE ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

dans les domaines du tourisme : études, recherche de financements, marketing, communication, promotion, éditions, presse, web, technologies de l'information, commercialisation.



UNE EXPERTISE MISE AU SERVICE DE TOUS LES ACTEURS

pour contribuer au rayonnement de la Drôme et définir une stratégie grâce à un accompagnement sur mesure.



UN ACCUEIL DE TOUS LES PUBLICS

par une écoute des besoins spécifiques, une aide personnalisée pour un projet d'installation, la création d'une entreprise, un changement de vie - personnel comme professionnel.



UN RÉSEAU DE PARTENAIRES PRIVÉS ET PUBLICS

aux compétences complémentaires : l'Agence d'Attractivité de la Drôme, médiateur, est au cœur des sujets divers, de l'habitant au touriste.

ELLE PEUT ÊTRE SOLLICITÉE PAR

**UNE MUNICIPALITÉ, UN ÉTABLISSEMENT DE
COOPÉRATION INTERCOMMUNALE (EPCI),**

**UN OFFICE DE TOURISME, UNE FILIÈRE TOURIS-
TIQUE, OU UN PROFESSIONNEL DU TOURISME**

(gestionnaire d'hébergement - hôtel, camping, centre de vacances, meublé, chambre d'hôtes -, exploitant d'un site de visite, prestataire d'activités de loisirs, restaurateur, agence réceptive, autocariste ...) désireux de développer une activité, de la valoriser ou de programmer la Drôme,

UN PORTEUR DE PROJET

désireux de créer un nouvel équipement ou ayant un projet entrepreneurial,

**UNE NOUVELLE
ENTREPRISE**

recherchant du personnel dans les filières d'excellence,

**UN MÉDECIN OU
PERSONNEL SOIGNANT**

souhaitant s'installer,

UN NOUVEL ARRIVANT

à la recherche de services.



CERTIFICATION ISO

L'Agence d'Attractivité est engagée depuis 2015 dans une démarche de certification ISO 9001, basée sur trois valeurs :

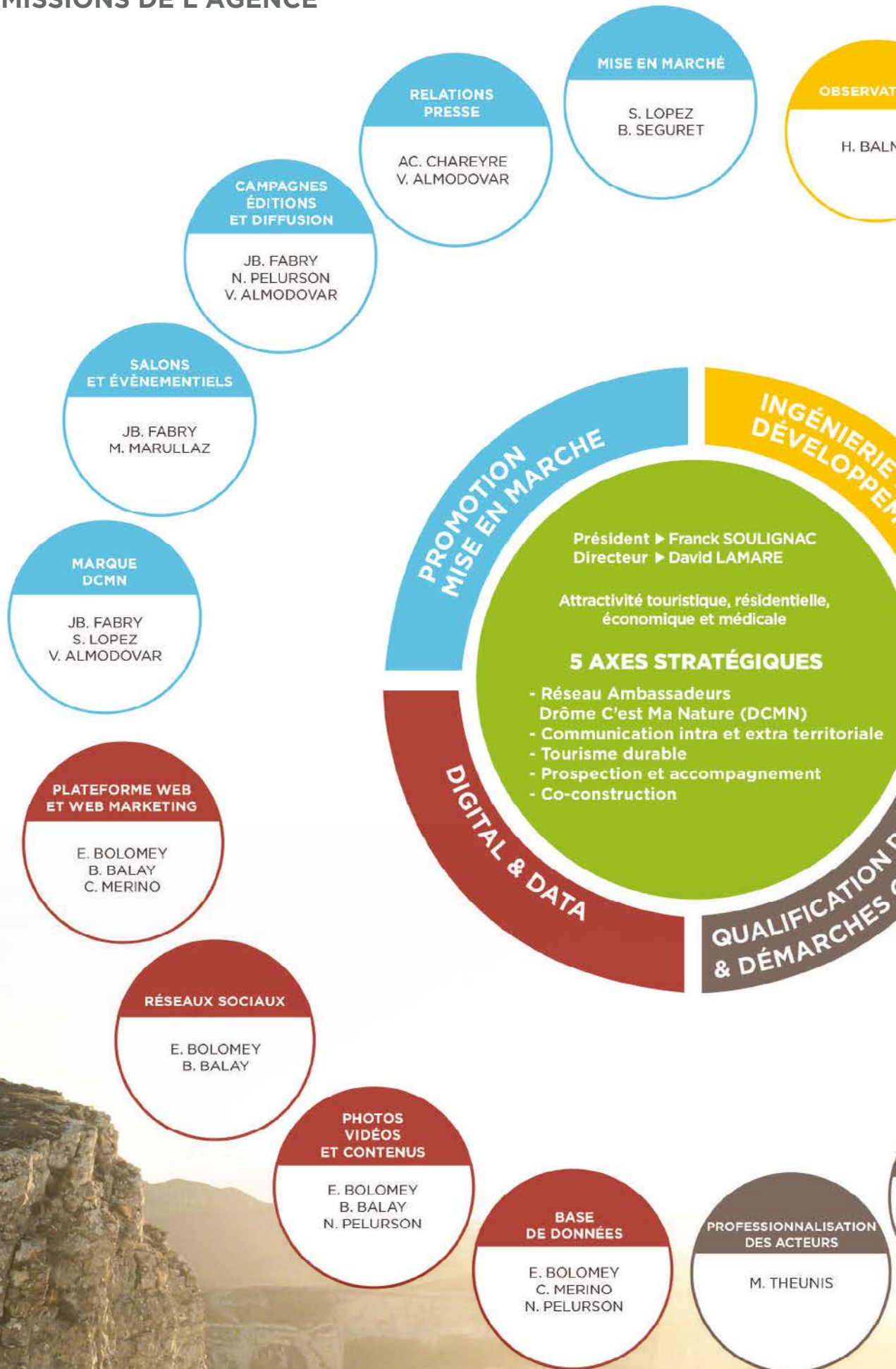
- La compétence de ses ressources humaines ;
- La lisibilité et la visibilité de ses prestations ;
- La qualité de ses relations avec ses partenaires et professionnels Drômois afin d'accroître leur satisfaction.

Tous les trois ans, un audit de certification complet est réalisé par un auditeur du bureau Véritas et les deux années suivantes, cette démarche fait l'objet d'un simple audit de suivi.

ORGANIGRAMME DES SERVICES



MISSIONS DE L'AGENCE



BOIRE
ME

PROSPECTION
INVESTISSEURS
TOURISME

F. ALAZARD

CONSEILS
AUX PORTEURS
DE PROJETS

F. ALAZARD
B. SEGURET
M. SERGENT
M. THEUNIS

ITINÉRANCES

F. ALAZARD
M. SERGENT

ÉCOTOURISME
FONDS TOURISME
DURABLE

B. SEGURET

QUALIFICATION
FILIERES

F. ALAZARD
B. SEGURET
M. SERGENT
M. THEUNIS

DES FILIERES
QUALITÉ

LABELS

F. ALAZARD
B. SFGURFT
M. SERGENT

DRÔME

C'EST MA NATURE

AGENCE D'ATTRACTIVITÉ



” INGÉNIERIE & DÉVELOPPEMENT

SCHÉMA D'ATTRACTIVITÉ 2023-2028 POUR LE DÉPARTEMENT DE LA DRÔME



OBJECTIFS

1.

**FAIRE DU TERRITOIRE
UN LIEU DE VIE ET
D'ÉPANOUISSEMENT**

2.

**RENFORCER
LE SENTIMENT
D'APPARTENANCE**

3.

**DÉFINIR UNE
STRATÉGIE GLOBALE
D'ATTRACTIVITÉ**

Le plan d'actions décliné en 5 axes et 20 fiches actions opérationnelles précisant le maître d'ouvrage, les moyens engagés, le calendrier et les indicateurs de suivi :

Axe 1

Socle identitaire
et marque
d'attractivité

Axe 2

Communication
intra et
extraterritoriale

Axe 3

Engagement de la
Drôme dans une
dynamique touristique
vertueuse

Axe 4

Prospection,
accueil et
accompagnement

Axe 5

Gouvernance
de la démarche
d'attractivité

En savoir plus : PRO.DROME-CESTMANATURE.COM / L'Agence



MÉTHODOLOGIE & CALENDRIER

Un travail en 4 temps :

⌚ ÉTAPE 1 :

Diagnostic du territoire
du 15 mai à la fin juin 2023 ;

⌚ ÉTAPE 2 :

Définition des axes stratégiques
Septembre 2023 ;

⌚ ÉTAPE 3 :

Plan d'actions
Octobre / Novembre 2023.

⌚ ÉTAPE 4 :

Présentation aux membres du
Conseil d'Administration de
l'Agence d'Attractivité, représen-
tants de l'attractivité touris-
tique, économique, résidentielle,
médicale ainsi qu'à l'Assemblée
Départementale en décembre
2023.

Le Schéma d'Attractivité s'in-
tègre dans la Stratégie d'hos-
pitalité 2023-2028 du Conseil
Départemental.

UN TRAVAIL EN CONCERTATION

Une dizaine de réunions et ateliers de travail collaboratif avec les acteurs du territoire* pour co-construire ce schéma

20aine



d'entretiens

portant sur les 4 champs
de l'Attractivité

Résidentielle, économique,
touristique et médicale
pour élaborer un diagnostic
complet et aborder les
enjeux à venir.

4

réunions

d'échanges

avec l'équipe de l'Agence
d'Attractivité pour partager
le diagnostic, les axes
stratégiques et le plan
d'actions.



3

réunions
du Comité
de pilotage

avec le Président et des
administrateurs de l'Agence
pour suivre l'étude, pour
partager et valider chacune
des 3 étapes : diagnostic,
axes stratégiques et plan
d'actions.



Au total, près de

80

personnes



représentant les partenaires du territoire

* Conseil Départemental, Conseil Régional, Offices de Tourisme, EPCI, PNR, Chambres consulaires, représentants des professions médicales, de l'enseignement supérieur, de la recherche et ambassadeurs de la marque DCMN ont collaboré à la définition de ce Schéma.



OBSERVATOIRE

L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE DE LA DRÔME

13,5
millions de nuitées
touristiques

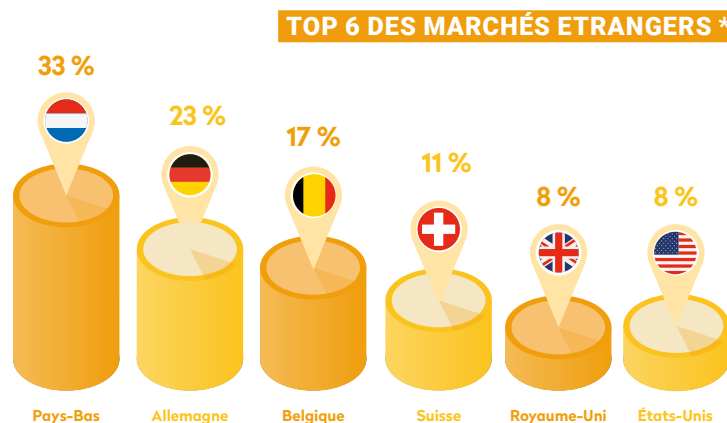
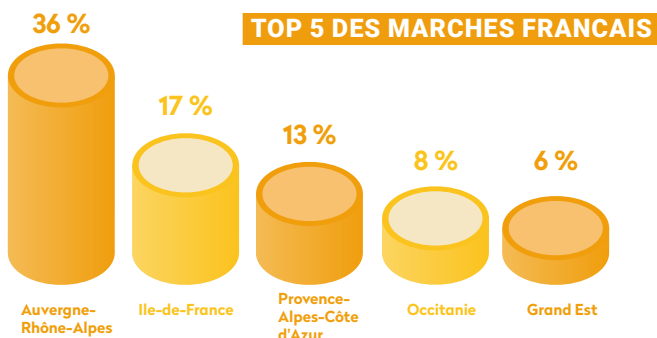
françaises et étrangères
(+ 4% 2023 / 2022),
soit 74% de clientèle française /
26% de clientèle étrangère *

790
millions d'€
de consommation
touristique

estimation : dépense moyenne
par jour et par personne en Drôme x
Nombre de nuitées touristiques

180 000
lits touristiques

5% de la capacité d'accueil régionale



8 500
emplois

touristiques salariés
permanents

500 000
visiteurs reçus

dans les 12 Offices de Tourisme
et 40 points d'informations de la Drôme

TOP 5 DES SITES DE VISITE EN 2023

**FERME AUX
CROCODILES**
Pierrelatte

280 000
visiteurs
+5% / 2022

**PALAIS IDÉAL DU
FACTEUR CHEVAL**
Hauterives

259 000
visiteurs
-3% / 2022

**PALAIS
DES BONBONS**
Montélimar

169 000
visiteurs
+5% / 2022

**CHÂTEAU DE
GRIGNAN**
Grignan

127 000
visiteurs
+4% / 2022

**CITÉ DU
CHOCOLAT**
Tain l'Hermitage

117 000
visiteurs
+13% / 2022

TOP 5 DES FESTIVALS ET ÉVÈNEMENTS EN 2023

VALENCE EN GASTRONOMIE
Valence

51 000
entrées

+1% / 2022

Entrée gratuite

SUR LE CHAMP !
Valence

38 000
entrées

+27% / 2022

Entrée gratuite

DE L'ÉCRIT À L'ÉCRAN
Montélimar

32 000
entrées

+22% / 2022

Entrée payante

FÊTES NOCTURNES
Grignan

31 000
entrées

-2% / 2022

Entrée payante

DANSE AU FIL D'AVRIL
Drôme

25 000
entrées

stable

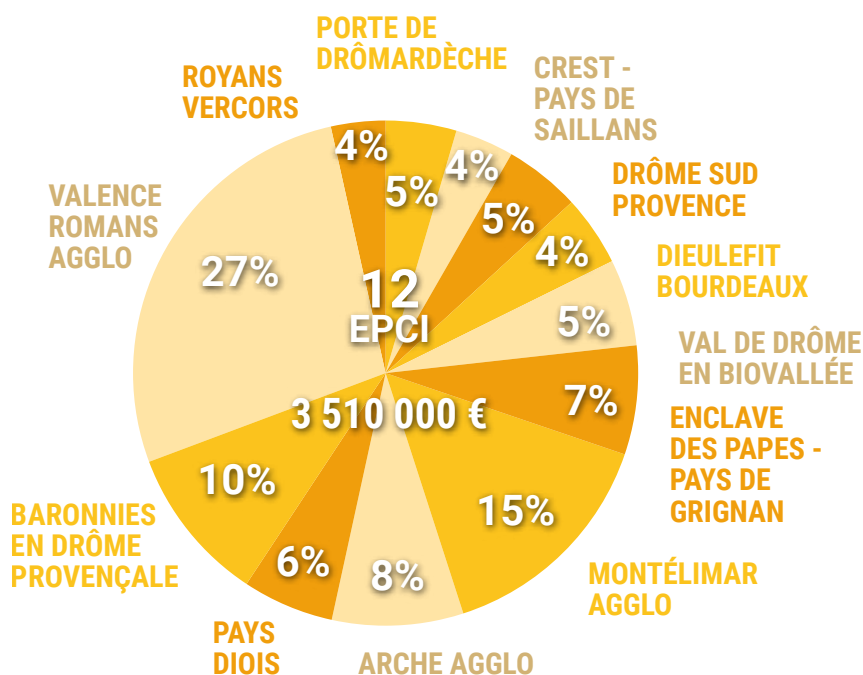
Entrée payante.

TAXE DE SÉJOUR DÉCLARÉE DANS LA DRÔME

	2021	2022	2023
Par les hébergeurs en direct	2 160 000 €	2 520 000 €	2 510 000 €
Par les opérateurs numériques	690 000 €	910 000 €	990 000 €
Taxe de séjour total déclarée en Drôme	2 840 000 €	3 440 000 €	3 510 000 €



TAXE DE SEJOUR DÉCLARÉE PAR TERRITOIRE





ETUDES THÉMATIQUES RÉALISÉES PAR L'AGENCE



BILANS ANNUELS

Hébergements marchands (Hôtels, Campings, Hébergements collectifs), locations de particuliers à particuliers, sites touristiques & festivals, fréquentation des Offices de Tourisme, emplois touristiques, tourisme fluvial, shopping, affaires et thermalisme, stations de la Drôme (avec l'Epic des Stations de la Drôme), véloroutes et voies vertes, participation à l'observatoire de fréquentation des activités de pleine nature (en lien avec le Conseil Départemental), données taxe de séjour.

CAPACITÉS D'ACCUEIL

Mise à jour des données concernant les capacités d'accueil en hébergements touristiques.

NOTES DE CONJONCTURES

Deux notes de conjonctures réalisées en 2023 (Printemps et été).

FLUX VISION TOURISME



- 🕒 Bilan annuel Flux Vision Tourisme de la Drôme.
- 🕒 Tableaux de bord de suivi (6/an) + Bilan annuel Flux Vision Tourisme pour les 9 territoires (Offices de Tourisme ou EPCI) qui conventionnent avec l'Agence pour l'achat de ces données.

ENQUÊTE CLIENTÈLE



ENSEIGNEMENTS

- 🕒 une clientèle fidèle qui revient dans la Drôme
- 🕒 la voiture est le mode de transport privilégié pour venir en Drôme
- 🕒 les touristes font plusieurs activités lors de leur visite, sont très satisfaits de leur séjour et encore davantage des activités sportives de plein air
- 🕒 les visiteurs viennent profiter d'un environnement naturel préservé
- 🕒 les personnes envisagent de venir s'installer dans la Drôme pour la retraite
- 🕒 si le cadre de vie et l'hospitalité du territoire sont des facteurs d'attractivité, le coût de l'immobilier et l'offre de services en santé sont perçus comme des freins à une installation.



+ de
1 000

répondants
parmi nos contacts
prospects



ETUDES PARTENARIALES

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE FRANÇAISE EN 2022

ENSEIGNEMENTS



33^{ème}
département
d'accueil

des touristes français en
volume de voyages



mai, juillet
et août

un volume de
nuitées plus
important durant
ces mois.



56%
des voyages
pour visiter la famille
ou les amis



39%
des nuitées en
hébergements
marchands

portés essentiellement
par la location et le
camping



61%
des nuitées
en hébergements
non marchands



3,9
nuits /
séjour

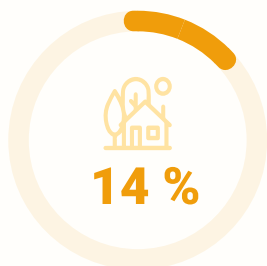
Une clientèle très majoritairement en provenance
de la Région Auvergne - Rhône-Alpes



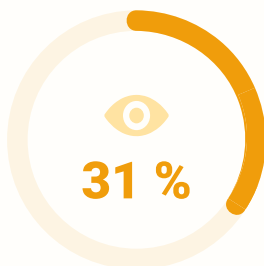
ETUDE DE NOTORIÉTÉ ET D'IMAGE RÉALISÉE EN 2023

ENSEIGNEMENTS

l'image de la Drôme est très positive avec la nature, les fruits,
le nougat de Montélimar qui figurent parmi les marqueurs les plus forts du territoire.



des personnes
citent spontanément la Drôme
parmi les départements du
Sud-Est



des personnes
pourraient envisager une
installation en Drôme



Les atouts
exprimés
nature préservée,
douceur de vie,
climat



Les freins
exprimés
emploi,
transports,
éloignement de
Paris/des proches.

CONSEILS AUX PORTEURS DE PROJET PUBLICS ET PRIVÉS

ÉTUDES RELATIVES À L'ŒNOTOURISME ET AU TOURISME FLUVIAL

Au côté des services de l'Etat et du
Conseil Départemental, participa-
tion de l'Agence aux études relatives
à l'œnotourisme et au tourisme flu-
vial.

PARTICIPATION AUX ÉTUDES ENGAGÉES

par le Conseil Départemental s'agis-
sant des Châteaux de la Drôme (en
lien avec l'EPCC des Châteaux) et du
tourisme mémoriel (en lien avec le
musée de la Résistance de Vassieux
en Vercors).

ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS

en hôtellerie, hôtellerie de plein air,
hébergements chez l'habitant, sites
de visites et de loisirs dans le cadre
de créations, extensions, modernisa-
tions.

INGÉNIERIE PUBLIQUE

Participations aux réunions du groupe Ingénierie Publique

et transmission des données via la plateforme départementale.

”

QUALIFICATION DES FILIÈRES ET DEMARCHES QUALITÉ



13

FONDS TOURISME DURABLE (FTD)

Depuis 2021, l'Agence est partenaire de l'ADEME pour la mise en place opérationnelle du «Fonds Tourisme Durable» (volets 1 et 2).

Ainsi, elle accompagne les hébergeurs et restaurateurs éligibles en pilotant :

- Le diagnostic de leur établissement;
- L'élaboration d'un plan d'actions;
- La demande d'aides financières (dépôt du dossier auprès de l'ADEME) correspondant aux actions éligibles.

OBJECTIF

Donner les moyens (méthodologiques et financiers) aux hébergeurs et aux restaurateurs de s'orienter vers un tourisme durable et les aider à opérer une transition écologique.

En complément du processus d'amélioration continue dans lequel cette démarche invite à s'engager, les aides éligibles visent à :

1.

**RÉDUIRE ET
MAÎTRISER
LES COÛTS FIXES**

2.

**ANCER DANS
LES TERRITOIRES
LA CHAÎNE DE VALEUR
LOCALE**

3.

**FAVORISER
L'ENGAGEMENT
ÉCOLOGIQUE**

BILAN DEPUIS LE DÉMARRAGE DE LA DÉMARCHE

ZOOM SUR L'ANNÉE 2023 ACCOMPAGNEMENTS

6

**diagnostics
réalisés**

(ayant ou non débouché
sur le dépôt d'un dossier) ;

6

**dossiers
déposés**

(dont celui de l'agence
pour l'animation
annuelle du dispositif)

16

dossiers soldés

(16 structures pour qui ont été réalisés un bilan du plan d'actions « transition écologique » pluriannuel de l'entreprise et un point sur les dépenses réellement effectuées sur la période de leur contractualisation avec l'ADEME)

18

**demandes
encore
«à l'étude»**

ANIMATION, COMMUNICATION ET SENSIBILISATION DES PROFESSIONNELS

- Envoi d'une info ciblée par courriel début avril 2023 aux micro-brasseries avec une activité agritouristique pour les informer de leur récente éligibilité au FTD.
- Contribution à la rédaction d'un article paru dans BREF ECO > HORS SERIE > TERRITOIRES & VILLES DURABLES.
- Actions collectives - Automne 2023 : 3 journées ou demi-journées « biodéchets » comprenant un atelier « Initiation au compostage autonome en établissement », « Les actions pour limiter les biodéchets dans mon hébergement/restaurant », « Astuces et recettes anti-gaspi en cuisine autour des fruits et légumes de saison ».

OUTDOOR

BONS PLANS À PIED

suivi de la qualité de saisie dans Apidae (base de données touristiques) en lien avec les données du Conseil Départemental et mise en avant des itinéraires Bons plans Randonnée et Vélo sur le site internet de l'Agence.

DES FICHES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

Statistiques 2023 / du site internet de l'Agence



60 000
vues de pages
(+43% / 2022)



+ de
28 000
vues uniques
(-4% / 2022)

CONSULTATION DES FICHES APIDAE ACTIVITÉ DE PLEINE NATURE

	VUES DE PAGES 2023	% ÉVOL. / N-1	VUES UNIQUES 2023	% ÉVOL. / N-1
Fiches Itinéraires Randonnée	21 665	22%	10 671	-12%
Fiches itinéraires vélo	24 244	65%	10 877	17%
Fiches itinéraires VTT	9 921	42%	4 981	7%
Fiches Espace Sports d'Orientation (ESO)	2 567	65%	1 155	10%
Fiches itinéraires équestres	348	32%	219	-2%
Fiches itinéraires raquettes	1 168	33%	358	-43%
TOTAL	59 913	43%	28 261	-4%

CONSULTATION DES PAGES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

	VUES DE PAGES 2023	% ÉVOL. / N-1	VUES UNIQUES 2023	% ÉVOL. / N-1
Sur le site FR : ladrometourisme.com/depensez-vous/	178 767	-3%	126 528	-8%
Sur le site NL : ladrometourisme.com/nl/luchtje-scheppen/	17 623	-23%	12 221	-34%
Sur le site AL : ladrometourisme.com/de/schnuppern-sie-frische-luft/	7 370	21%	5 205	11%
Sur le site GB : ladrometourisme.com/en/take-in-some-fresh-air/	1 906	-8%	1 344	-19%
TOTAL	205 666	-3%	145 298	-13%



ACCUEIL VÉLO



label national qui garantit un accueil et des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires cyclables.

Créé par France Vélo Tourisme dans le but de fédérer et engager les professionnels sur des critères d'accueil et de services garantissant une prestation adaptée aux besoins des touristes à vélo, il permet aux touristes à vélo d'identifier les établissements et les lieux adaptés à leur pratique et attentes en termes d'accueil et de services.

90
établissements
au total dont :

57
hébergements

4
restaurants

12*
Offices de Tourisme
& Bureaux d'information,

11
sites
de visites

6
loueurs /
réparateur
de vélos.

**5 Offices de Tourisme se sont engagés dans la démarche pour devenir référent qualité : Montélimar, Porte de DrômArdèche, Val de Drôme, Crest-Pays de Saillans et Baronnies en Drôme Provençale.*

AUTRES ACTIONS / VÉLOTOURISME

L'Agence d'Attractivité œuvre aux côtés de ses partenaires (Conseil Régional, Agence Régionale du Tourisme, Conseil Départemental, Départements voisins, EPCI/Offices de Tourisme) afin d'optimiser l'offre de services, l'animation des acteurs touristiques et la promotion des itinéraires ViaRhôna et La Belle Via.



DÉVELOPPEMENT DE L'AGRITOURISME

L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ EST IMPLIQUÉE DANS LA COANIMATION

avec le Conseil Départemental et la Chambre d'Agriculture de la stratégie départementale de l'agritourisme.

Ainsi 2 instances sont mises en place pour en assurer la mise en oeuvre :

- Comité de Pilotage, avec la présentation des actions réalisées depuis 2018, leur évaluation et le choix de nouvelles actions prioritaires à développer ;

- Comité technique : point d'actualité sur les actions réalisées et en cours de chacun des partenaires présents et préparation des éléments présentés au Comité de Pilotage sur la base de l'évaluation des actions réalisées.

Peuvent se rajouter des groupes de travail techniques afin d'avancer concrètement sur les actions prévues.



3 outils ont été développés

Afin d'accompagner les agriculteurs dans leur projet de développement d'offres agritouristiques :

SUPPORT / ACTIVITÉS

1 document présentant les diverses activités agritouristiques avec leurs caractéristiques, leurs réglementations.

SUPPORT / FORMATIONS

1 document recensant les formations proposées aux agriculteurs et porteurs de projets souhaitant pratiquer l'accueil à la ferme.

VIDÉO / PORTRAITS

1 série de fiches portrait et de vidéos d'agriculteurs témoignant de leur expérience d'accueil.

En savoir plus : pro.drome-cestmanature.com - Développer un projet agritouristique dans la Drôme

STATISTIQUES 2023 DES RUBRIQUES A LA FERME DU SITE INTERNET DE L'AGENCE

	VUES DES PAGES	EVOLUTION 2023/2022	VUES UNIQUES	TAUX DE REBOND*
Toutes les pages : A la ferme	16607	- 12%	13 751	43%
Dont :				
Hébergements A la ferme	4 161	- 25%	3 277	37%
Fermes auberges	4 063	+ 9%	3 123	40%
Producteurs	2 936	- 2%	2 405	53%
Vente directe	3 033	- 6%	2 609	60%
+ Marchés de producteurs	1 830	- 5%	1 625	74%

* Pourcentage de visiteurs venant sur le site et en sortant sans ouvrir une page ou cliquer sur un lien.

APPEL À PROJET CONSEIL DÉPARTEMENTAL / EPCI OFFICES DE TOURISME

Accompagnement et conseils des EPCI et des Offices de Tourisme dans l'élaboration de leurs projets touristiques, le montage de leurs demandes et l'instruction des dossiers reçus :

16
dossiers
ont été reçus et
instruits

pour :
8 EPCI
pour près de
52 000 €HT
d'actions

8
Offices de
Tourisme
pour près de
370 000 €HT
d'actions

soit un total de près de
422 K€HT
de dépenses
éligibles prévues



Ces dossiers ont fait l'objet de
+ de 182 000 €
de subventions
de la part du Conseil Départemental



QUALIFICATION CHAMBRE D'HÔTES RÉFÉRENCE®

3 commissions
d'attribution
qui ont permis de qualifier...

16
structures
soit un total de...

41
chambres
d'hôtes

A ce jour,
107
structures
soit un total de...

297
chambres,
bénéficient de cette
qualification dans la Drôme.

LIENS AVEC LES PROFESSIONNELS DRÔMOIS

ESPACE PRO : PRO.DROME-CESTMANATURE.COM

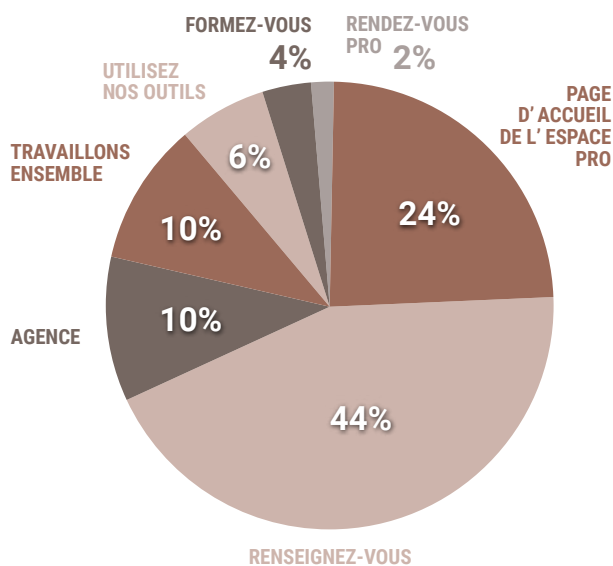
Suivi et actualisations régulières des pages.

18 000
 vues de pages
 uniques pour l'espace pro
 (stable par rapport à 2022)

Parmi les différentes rubriques de l'espace pro, c'est la page « Renseignez-vous » qui est la plus consultée.

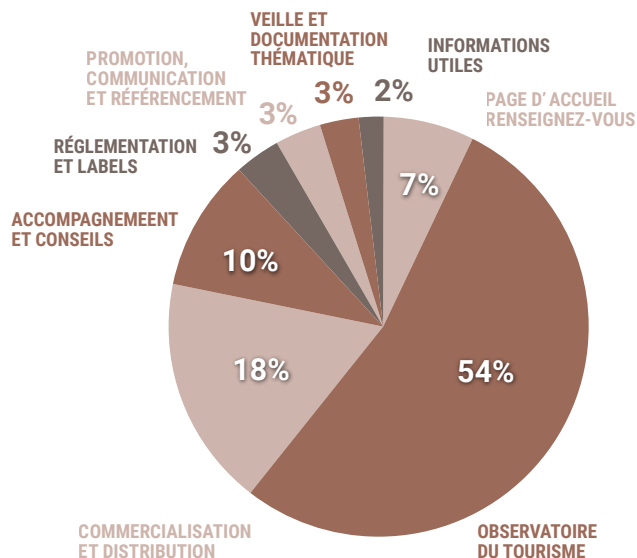
8 000
 vues uniques
 (soit 44% des consultations de l'espace pro) :

	2023	2022
Page d'accueil de l'Espace pro	4 275	4 121
Renseignez-vous	7 690	8 266
Agence	1 811	1 472
Travaillons ensemble	1 781	1 363
Utilisez nos outils	1 102	1 117
Formez-vous	606	914
Rendez-vous pro	261	263



DÉTAIL DES PAGES CONSULTÉES EN 2023 DE LA RUBRIQUE « RENSEIGNEZ-VOUS » :

	2023	2022
Page d'accueil Renseignez-vous	534	594
Observatoire du tourisme	4 122	4 458
Commercialisation et distribution	1 354	1 473
Accompagnement et conseils	771	683
Réglementation et labels	264	248
Promotion, communication et référencement	266	475
Veille et documentation thématique	233	81
Informations utiles	127	111



8 LETTRES INFO

relayant l'actualité touristique et les activités de l'Agence à l'attention des professionnels du tourisme drômois :

DATE	NUMÉRO	NOMBRE DE DESTINATAIRES	TAUX D'OUVERTURE
Janvier	#49	5 145	47%
Février	#50	5 097	54%
Avril	#51	5 061	47%
Mai	#52	5 032	50%
Juin	#53	5 017	43%
Septembre	#54	5 008	46%
Novembre	#55	4 988	49%
Décembre	#56	4 976	43%



RÉSEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

LINKEDIN

in 2 000
abonnés



24 000
impressions



FACEBOOK PRO

f 1 100
membres validés
au 31 décembre

Suivi et animation d'une page dédiée Pro :
<https://www.facebook.com/groups/pros-tourismedrome>

PROFESSIONNALISATION

TRAVAIL MENÉ EN COLLABORATION AVEC L'ENSEMBLE DES MEMBRES DU COLLECTIF RÉGIONAL TRAJECTOIRES TOURISME

dont l'Agence d'Attractivité fait partie :

- Participation au travail sur la gouvernance;
- Conception de l'offre de formations et mise en ligne du catalogue 2023 ainsi que d'une offre d'événements thématiques ;
- Mise en ligne et communication sur le catalogue 2023 auprès des professionnels drômois ;
- Gestion et mise en place des formations;
- Accompagnement des projets sur mesure des professionnels drômois.



FORMATIONS

8

formations

mises en place par le service formation de l'Agence d'Attractivité en lien avec Trajectoires Tourisme.

16

jours

de formation soit un total de...

112

heures

54

stagiaires accueillis

dans le cadre de Trajectoires Tourisme

+ 25

stagiaires

dans le cadre des formations sur mesure

11

Offices de Tourisme

drômois ont participé aux formations.

ATELIERS MIS EN PLACE PAR L'AGENCE

Animations en interne ou intervenant extérieur

3

Ateliers Apidae

pour les saisonniers des Offices de Tourisme



16 participants

3

Journées Bio-déchets



30 participants

ACCOMPAGNEMENTS SUR MESURE

animation réalisée par l'équipe de l'Agence

alimentation d'un projet numérique Apidae

Trucs et Astuces en recherche intuitive et recherches spécifiques, outils Web et outils Open Expériences® (une dizaine de participants au total).

WEBINAIRES & RENDEZ-VOUS DIGITAUX

Webinaires d'environ une heure

Evasion digitale

« Programmer ses posts avec la suite Meta Business » mise en place en lien avec le Moulin Digital.



94 Participants/
Vues

Causerie Connectée

« Zéro déchets dans mon hébergement/restaurant »



28 Participants/
Vues



”

PROMOTION / COMMUNICATION / MARQUE DRÔME C'EST MA NATURE

OPTIMISATION DES OUTILS PERMETTANT DE DÉPLOYER LA MARQUE DE TERRITOIRE DRÔME C'EST MA NATURE

ENRICHISSEMENT DE LA MARQUE DRÔME C'EST MA NATURE AUTOUR DE 5 VALEURS :

Engagement, Diversité, Citoyenneté, Energie, Élégance.



DES NOUVEAUX OUTILS

Une charte graphique enrichie afin de communiquer en France et à l'international :

- 🕒 La marque mère ;
- 🕒 Le ô qui nous rassemble ;
- 🕒 Le marqueur d'appartenance au réseau ;
- 🕒 L'identité de l'Agence ;
- 🕒 L'univers colorimétrique ;
- 🕒 La typographie ;
- 🕒 La traduction de la marque en anglais, néerlandais et allemand ;
- 🕒 **Un fil d'ariane**
- 🕒 **Un code de marque à destination des ambassadeurs** afin de leur permettre d'intégrer la marque DCMN dans leurs supports de communication print et web ;
- 🕒 La définition d'une charte d'engagement rappelant les conditions à respecter afin de devenir Ambassadeur de la marque de territoire.
- 🕒 3 types d'Ambassadeurs ont été identifiés :
 - **Personnes physiques** (habitants de la Drôme par exemple) ;
 - **Personnes morales** (entreprises) ;
 - **Organismes publics, institutions.**

RELANCE DU CLUB DES AMBASSADEURS

En 2023, l'Agence d'Attractivité de la Drôme a relancé le club des Ambassadeurs avec pour objectif de promouvoir ses filières d'excellence, le tourisme, la culture, la qualité de vie, les produits, le tissu associatif, les habitants.

La Drôme est un territoire qui procure « du bien » : bien-être, bien-vivre, bien-faire, bienveillance. Ce capital a vocation à être valorisé par tous les amoureux de la Drôme au travers du réseau d'Ambassadeurs Drôme C'est Ma Nature.



Rejoindre ce réseau d'ambassadeurs, c'est partager l'envie de Drôme.

L'adhésion gratuite permet aux ambassadeurs d'accéder au code de marque Drôme c'est ma nature.

- Relance par mail des « anciens » ambassadeurs afin de signer la nouvelle Charte d'engagement enrichie (cf. informations précédentes) comportant en particulier les informations relatives à la loi en matière de Règlement Général de Protection des Données (RGPD).
- Envoi d'un mail de bienvenue intégrant les informations relatives à l'intranet « ambassadeur » permettant d'accéder au code de marque, marqueur Drôme C'est Ma Nature, fil d'ariane (permettant de co-brandir la marque de territoire avec celle de l'entreprise ou de celle du territoire infra) et l'accès au réseau des Ambassadeurs



MISE EN MARCHÉ PRÉSENTATION DE L'OUTIL

La Place de marché est une plateforme de réservation sur laquelle les clients ont la possibilité d'acheter directement en ligne et sans intermédiaire leurs prestations touristiques.

L'Agence propose des solutions adaptées à chaque filière touristique : hébergeur, loueur de matériel, prestataire d'activité, organisateur d'événements.

LES AVANTAGES

- TARIF TRÈS COMPÉTITIF**
Un outil proposé aux professionnels à un tarif très compétitif.
- LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ**
par une augmentation du chiffre d'affaires
- VISIBILITÉ 24/7**
Une meilleure visibilité en ligne 24/7.
- UNE FORMATION**
et un accompagnement continu pour faciliter l'utilisation des outils.
- 1 PLANNING**
La gestion d'un seul planning
- GÉNÉRER UN MAXIMUM DE RÉSERVATIONS**
Un outil permettant de générer un maximum de réservations en direct, en maîtrisant ses tarifs, en proposant un paiement sécurisé et garanti

STATISTIQUES DES VENTES DE LA PLACE DE MARCHÉ EN 2023



1 180 000 €
de chiffre d'affaires
en 2023

soit +5 % par rapport à fin
décembre 2022 (57 000 €)



831
offres
touristiques



779
hébergements
soit 94% (dont 82
adhérents Open Pro



52
Autres
(Activités et boutique)
soit 6%.

11 000

ventes

réalisées en 2023 (en cumulé),
soit +22 % par rapport à fin
décembre 2022

6 100

nuits

vendues en 2023, baisse
de 8 % par rapport à fin
décembre 2022

107 €

**de panier
moyen**

pour rappel 124 €
en 2022

**PRINCIPALES ÉVOLUTIONS ANNUELLES À FIN DÉCEMBRE 2023
VS FIN DÉCEMBRE 2022**

Hausse de

133 000 €

pour les
activités

Hausse de

27 000 €

côté
billetterie

CAMPAGNES, SALONS ET ÉVÉNEMENTS

AFFICHAGES



MÉTRO

Paris

Du 22 février
au 07 mars.
Affiche 200x150 cm
sur 120 face du
métro.

MÉTRO

BELLECOUR

Lyon

tout le mois de
mars
bâche de 25 m



SALONS, ÉVÉNEMENTS TOURISTIQUES ET ATTRACTIVITÉ :

**SALON INTERNATIONAL
DE L'AGRICULTURE**

Paris

25 février au 03 mars

SALON DES ÉTUDIANTS

Valence

(121 nouveaux inscrits aux Lettres Infos),
28 septembre

**VALENCE EN
GASTRONOMIE
FESTIVAL**

Valence

09 & 10 septembre

**SALON B2B
RENDEZ-VOUS EN FRANCE**

(23 rendez-vous avec des TO)

Paris

21 & 22 mars





WORKSHOP

Travel in France, Belgique
10 & 11 octobre
(23 rendez-vous)

CLUSTER BIO

Alixan
06 juin

SALON ROC D'AZUR / SPÉCIALISÉ VÉLO

Fréjus
05 au 08 octobre
(396 contacts,
35 nouveaux inscrits
à nos Lettres Infos)

SALON ESISAR

Valence
17 octobre
(une dizaine d'étudiants
renseignés, 4 nouveaux
inscrits à nos Lettres
Infos)

SALON DES MAIRES

Valence
26 octobre
Rencontres de la
commande publique,
Upie, 06 octobre.

SALON DU RECRUTEMENT ET DE L'ALTERNANCE

Valence
24 & 25 mars

LES RENCONTRES DE LA COMMANDE PUBLIQUE

Upie
octobre

SALON AUTO VALEN7

Valence
26 au 28 mai



ET PLUS SPÉCIFIQUEMENT POUR L'ATTRACTIVITÉ MÉDICALE

2 Accueils

d'un total de 27 internes en médecine afin de leur faire découvrir la Drôme

SALON DES INTERNES EN MÉDECINE

Lyon
09 & 10 février

CONGRÈS NATIONAL DES GÉNÉRALISTES ENSEIGNANTS

29 novembre au 1er décembre.

FORUM DE L'INSTALLATION

Lyon
05 juin



OPÉRATIONS À L'ATTENTION DES PROFESSIONNELS DU VOYAGE (AGENCES, TOUR-OPERATORS) :



50 To et voyagistes

accueillis (Europe, États-Unis, Canada, Mexique, Asie) dans la Drôme et/ou rencontrés sur la destination en lien avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme dans le cadre notamment de la Vallée de la gastronomie.



INSERTIONS PUBLICITAIRES

permettant de développer la notoriété de la Drôme, sur les filières prioritaires :

- Outdoor & Art de vivre
- Paris Match Belgique, 2 pages avec Atout France ;
- Parfum de Jazz ;
- La Drômoise ;
- Le Pro Am de golf ;
- Annuaire des maires.
- Emissions radio
- RTBF autour de la Vallée de la Gastronomie : du 03 au 10 avril.

PRESSE

47 journalistes, photographes et influenceurs accueillis,

dont 18 étrangers (Belgique, Pays-Bas, Angleterre, Allemagne, USA, Canada, Danemark, Espagne)



843 000 €

Équivalent Contre-Valeur Publicitaire

(CVP) en presse écrite et 1 million d'€ sur le web

174 articles valorisant la Drôme

+ 65 retombées supplémentaires correspondant à des passages radio, TV et la presse étrangère

5 800 abonnés
Compte X (twitter)



EDITIONS

MAGAZINE D'ATTRACTIVITÉ

Suite à un appel d'offres, lancement d'un projet de création d'un nouveau magazine de 84 pages, tiré à 100 000 ex. gratuit, disponible à partir de fin mai 2024.

CARTE TOURISTIQUE

éditée en 80 000 ex. Elle a bénéficié d'une refonte complète aux couleurs DCMN.

COLLECTION D'AFFICHES DRÔME C'EST MA NATURE

Lancement de la création de nouveaux supports valorisant les paysages, l'itinérance, le patrimoine, le terroir et la gastronomie, le savoir-faire / artisanat d'art. Déploiement au Printemps 2024.

FLYER

Réalisation d'un A5 traitant de nos activités Rando et Vélo, en français et en anglais.

DOCUMENT DE PRÉSENTATION DES MISSIONS DE L'AGENCE

A3 ouvert, A4 Fermé présentant les missions et le personnel de l'Agence d'Attractivité.

STANDS ET ROLL-UP

Conception et réalisation en interne de l'ensemble des fonds de stands et campagnes.

Conception et réalisation de structures et roll up.

GOODIES

une quinzaine de produits d'accueils aux couleurs DCMN a été conçue :

2 autocollants, tour de cou, badge en bois, crayon papier et stylo, poster N7, marque page, tote-bags en jean 1083, baume à lèvres Zao, huile d'olive et tapenade Vignolis, bougies fruitées, sachets de lavande, duo de tasses froissées Revol.

TENUES DCMN POUR L'ÉQUIPE DE L'AGENCE

adaptées, modulables, aux couleurs DCMN, fabriquées par des entreprises drômoises.



DIGITAL DATA

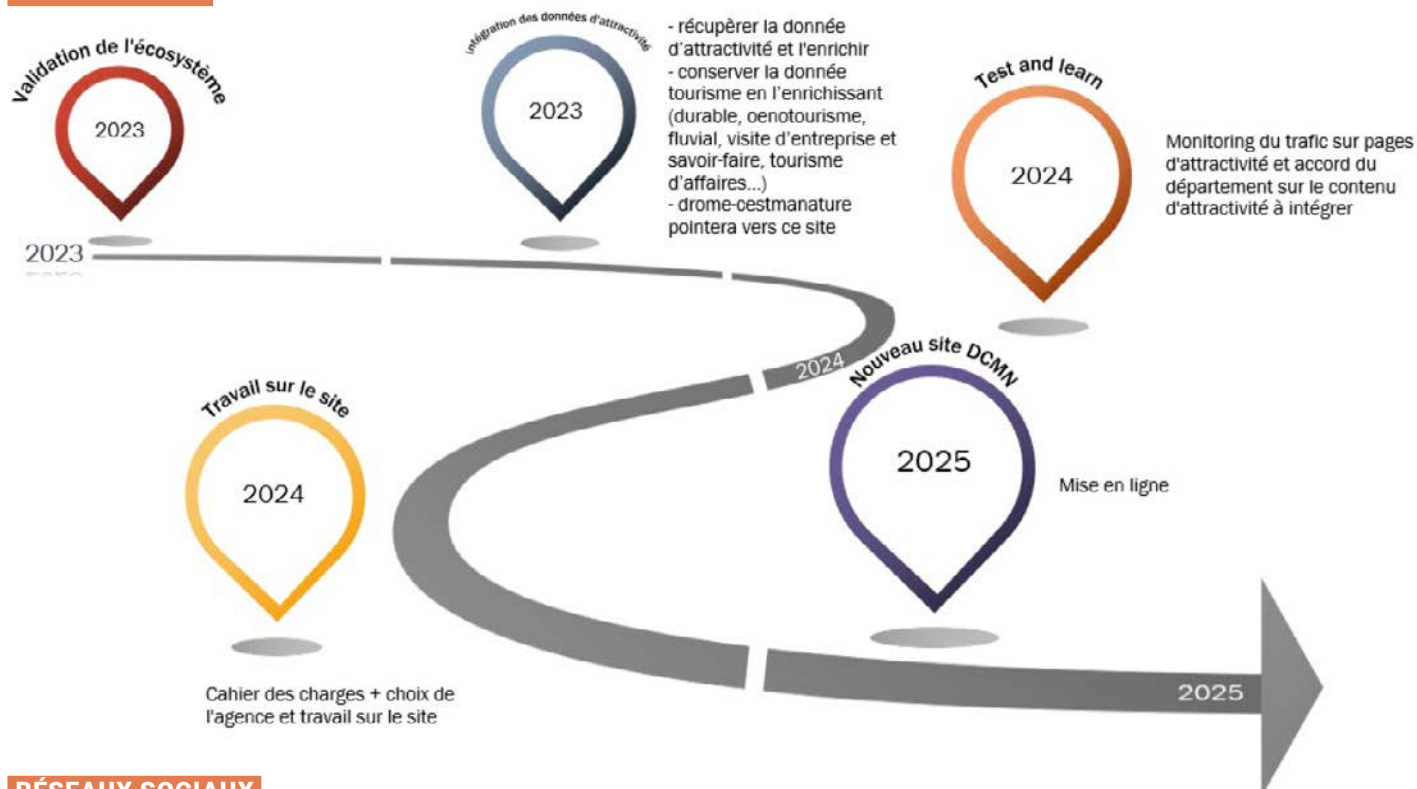


ETUDE EN LIEN AVEC LA RÉALISATION DU SCHÉMA D'ATTRACTIVITÉ

L'Agence d'Attractivité a fait appel à une agence web conseil de janvier 2023 à juin 2023 afin de préparer l'évolution des outils digitaux de l'Agence au regard de l'intégration de ses nouvelles missions d'attractivité.

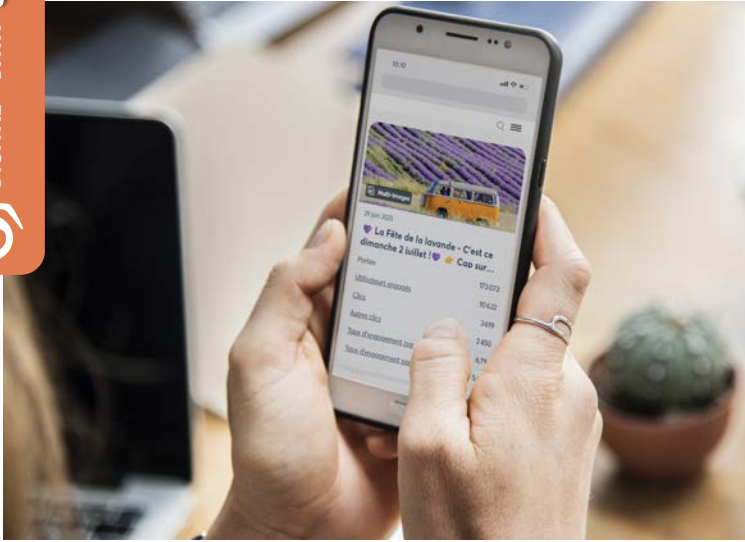
Préconisations retenues :

SITE INTERNET



RÉSEAUX SOCIAUX

	f	ig	in	x	p	tk	yt
Habitant ou nouvel arrivant			Attractivité hors tourisme > drome-cestmanature	Attractivité hors tourisme > drome-cestmanature			
Voyageur	Attractivité touristique Fusion des pages > drome-cestmanature	Attractivité touristique Fusion des comptes > drome-cestmanature			Attractivité touristique > drome-cestmanature	Attractivité touristique > drome-cestmanature	Attractivité touristique > drome-cestmanature
Professionnel de santé	Groupe spécifique (possible en temps 2)		Groupe spécifique (possible en temps 2)				
Ambassadeur	Groupe spécifique						
Pro et presse			Attractivité touristique PRO & PRESSE	Attractivité touristique PRESSE			



RÉSEAUX SOCIAUX GRAND PUBLIC : DONNÉES CHIFFRÉES

FACEBOOK

+ de

56 000

abonnés sur le compte
en décembre 2023 soit
+ 3% par rapport à janvier 2023.

Portée :

4 600 000

personnes atteintes

7 %

Taux
d'engagement

INSTAGRAM

+ de

19 000

abonnés

sur le compte en décembre 2023
soit + 15% par rapport à janvier 2023.

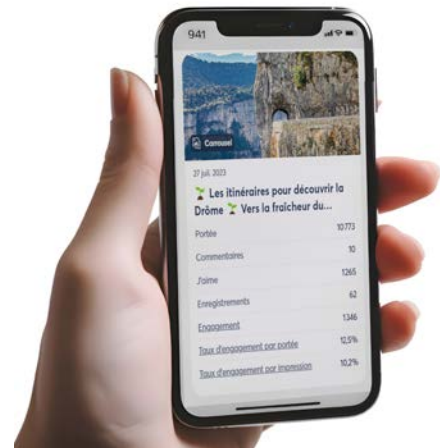
Portée :

618 000

personnes atteintes

9 %

Taux
d'engagement



SITE INTERNET

QUELQUES DONNÉES CHIFFRÉES 2023

Les statistiques du nombre de visites du site sont en légère baisse de - 2,2% par rapport à la même période 2022.

A noter : 3 décrochages des statistiques dus à une coupure de l'outil Matomo à 3 reprises dans l'année ce qui explique cette faible baisse.

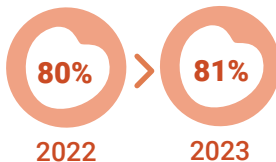
Globalement, les visites des internautes français sont stables à seulement - 1,5% par rapport à 2022 que ce soit sur les clientèles d'Ile de France ou d'Auvergne - Rhône-Alpes.



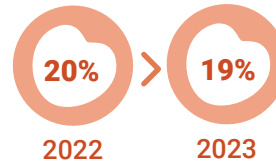
1 100 000
visites

pour un temps de connexion
de 1 min 39 s
(durée moyenne d'une visite)

Part des Français sur le nombre de visites



Nombre de visites des étrangers



Trafic en 2023 des visiteurs étrangers par rapport à 2022



Allemagne



Pays-Bas



Etats-Unis



Canada



Suisse



Belgique

Ces 2 baisses (Suisse et Belgique) sont dues à l'évolution des campagnes digitales menées entre 2023 et 2022.

A noter la petite augmentation des visites des Etats-Unis de presque 2% avec plus de 18 000 visites et du Canada de 44% avec 7 500 visites enregistrées sur le site.

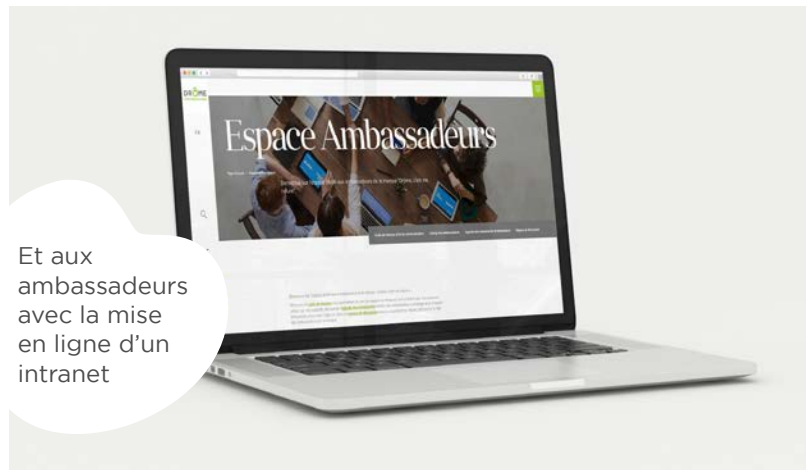
THÉMATIQUES LES PLUS VUES

TOP 10	VUES DE PAGES UNIQUES
Fiches Apidae (base de données touristique)	729 878
Découvrez la Drôme	208 369
Dépensez-vous	126 528
Préparez votre séjour	102 561
enviededrome (page de campagne sponsorisée)	39 618
Des vacances à votre image	29 811
Tous les évènements de Noël dans la Drôme	19 440
Espace pro (destiné aux professionnels)	17 567
L'Actu Drôme	16 167
Suivez nos bons plans	14 844

EVOLUTION DU SITE INTERNET EN LIEN AVEC L'ATTRACTIVITÉ

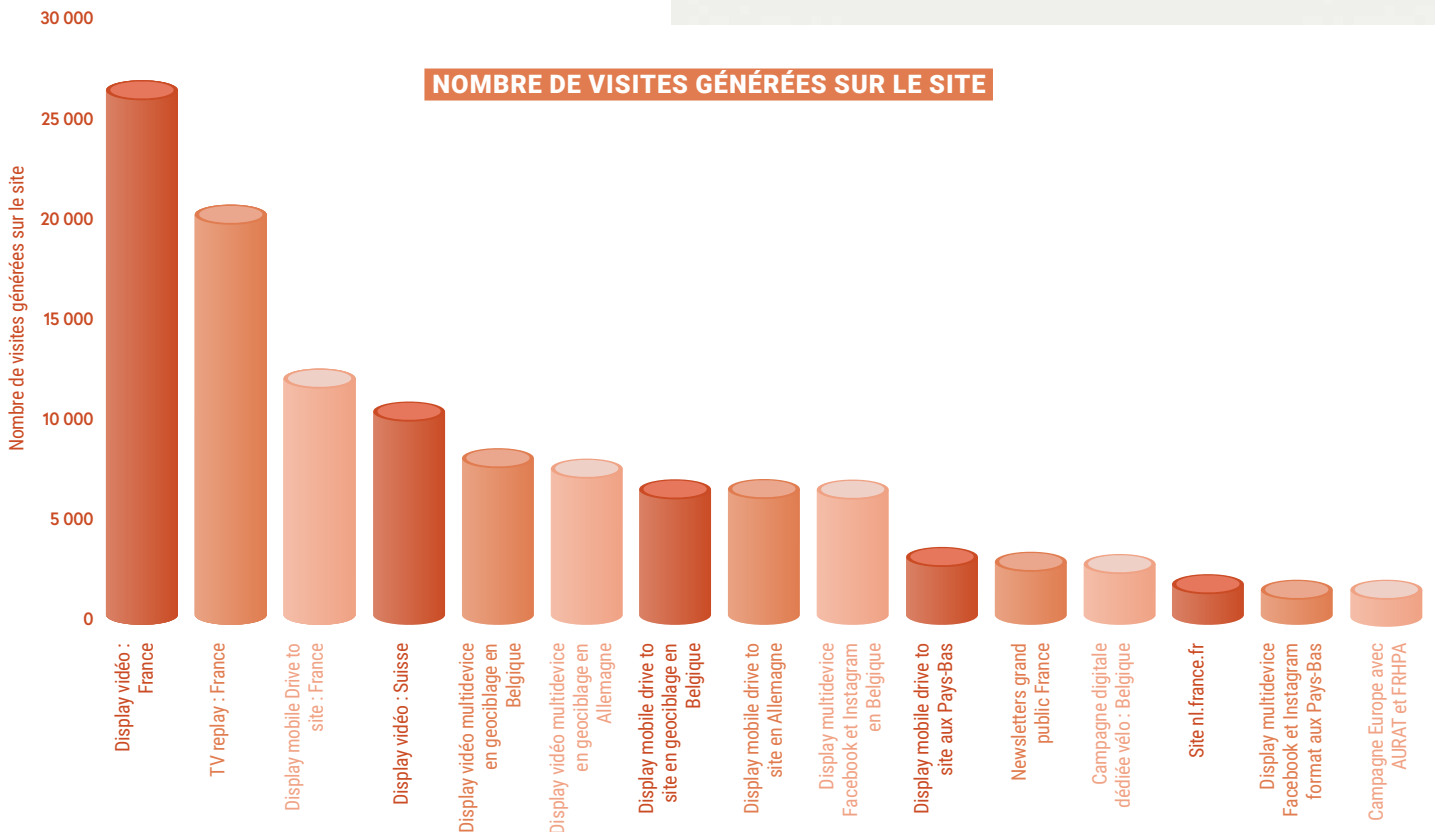


Création de pages spécifiques dédiées à l'attractivité



Et aux ambassadeurs avec la mise en ligne d'un intranet

CAMPAGNES DIGITALES



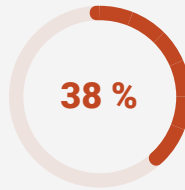
NEWSLETTERS GRAND PUBLIC



15
newsletters
envoyées



120 000
destinataires



147
réservations
directes générées



20 000 €
de chiffre d'affaires
généralisé sur la place de marché

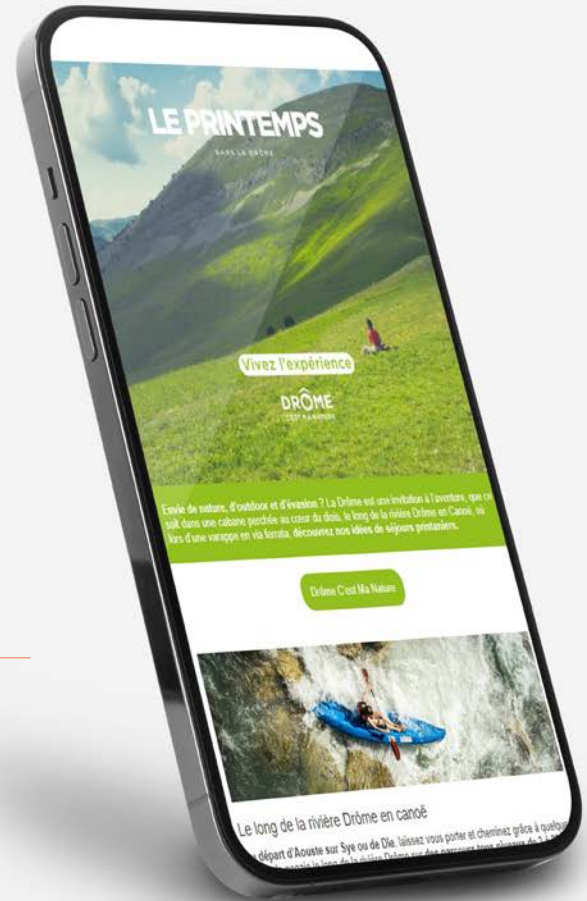
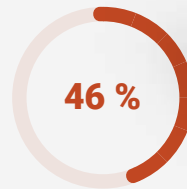
Dont



2 newsletters
envoyées aux
anglophones



+ de
2 100
destinataires



LA DATA

APIDAE

Base de données qui alimente en grande partie le site internet et les sites d'autres membres diffuseurs

(Offices de Tourisme, Agence Régionale du Tourisme). Cette base de données alimente aussi la plateforme de Gestion de la Relation Clients (Avizi) pour les contacts professionnels.

près de

19 000
fiches publiées

dans l'année via ce système d'information touristique contribuant grandement à l'intérêt du site internet départemental et à la fréquentation enregistrée.



AVIZI

Cette base permet de réaliser des campagnes d'e-mailing notamment à l'attention de visiteurs/clients tant français qu'étrangers.



+ de
24 000
contacts privés
sur la base de données
de Gestion de la Relation
Clients (GRC) - Avizi

près de
10 000
contacts professionnels
enregistrés sur la
plateforme en décembre
2023 dont 4 953 inscrits
à la newsletter pro.



AUTRES OUTILS DIGITAUX

ROADBOOK

Lorsque le visiteur se présente dans un Office de Tourisme, il bénéficie d'un échange personnalisé avec le conseiller en séjour.

Le Roadbook consiste à dématérialiser les contenus des recommandations adressées par le conseiller en séjour dans une application d'internet de séjour que le visiteur reçoit immédiatement par SMS ou par courriel.



	NOMBRE DE ROADBOOKS CRÉÉS	NOMBRE DE ROADBOOKS ENVOYÉS
Agence d'Attractivité Drôme	243	104
OT Baronnies en Drôme Provençale	24	17
OT Montélimar Agglo Tourisme	371	341
OT Porte de DrômArdèche	1193	1038
OT Vallée de la Drôme	1361	1062
OT Valence-Romans Tourisme	190	106
TOTAL	3 382	2 668

5 Offices de Tourisme

de la Drôme partagent cet outil avec l'Agence, à l'initiative de ce projet

Une passerelle a été créée entre Roadbook et Avizi pour collecter la data (données clients).

BORNE KALKIN

Utilisée majoritairement lors de salons, alimentée notamment par des données Apidae permettant de valoriser les offres du territoire, notamment les itinéraires de pleine nature (randonnées, vélo...).

Ces derniers font l'objet d'une cartographie en 3D suscitant l'intérêt des publics grâce au relief et au tracé qui s'affichent dynamiquement.



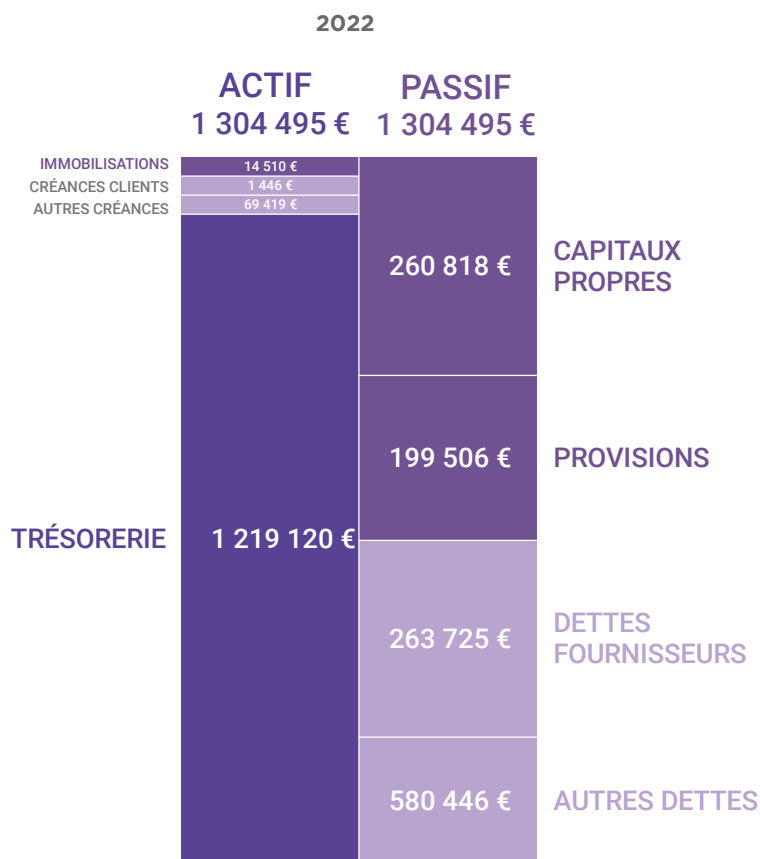
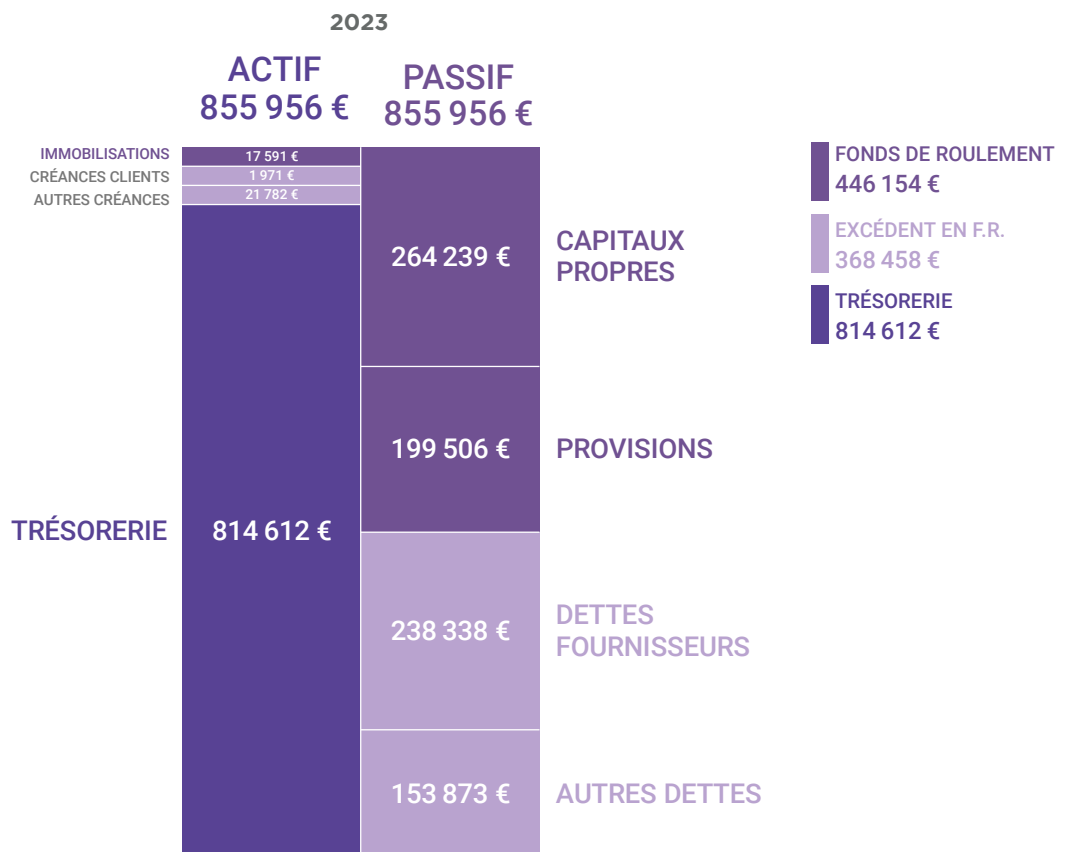
SYNTHÈSE DES PRODUITS

	2023	2022	EVOLUTION	
ventes de prestations	41 735	42 389	-654	-2%
Subvention Département	1 882 762	1 677 562	205 200	12%
Subventions autres	0	0	0	NS
Reprise de Provision	0	391 494	-391 494	NS
Autres produits	0	1 753	-1 753	NS
Total	1 924 497	2 113 198	-188 701	

SYNTHÈSE DES CHARGES

Synthèse des charges	2023	2022	EVOLUTION
Charges de fonctionnement	943 851 €	728 137 €	+29,6%
Impôts et taxes	89 847 €	58 631 €	+53,2%
Charges de personnel (net de reprise de provisions)	891 412 €	915 225 €	-2,6%
Dotations aux amortissements	8 537 €	9 023 €	-5,4%
Dotations aux provisions	200 €		
Autres charges d'exploitation		832 €	
Charges exceptionnelles	493 €		
TOTAL	1 934 340 €	1 709 264 €	+13,17%

BILANS



Copyrights : L.Pascale - Drôme Attractivité, JB.Fabry - Drôme Attractivité, N.Pelurson - Drôme Attractivité, B.Balay - Drôme Attractivité, Fotolia - Adobe Stock, M.Carcel - Foehn Photographie

DRÔME
C'EST MA NATURE
AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

Nous suivre, nous rejoindre

drome-cestmanature.com
pro.drome-cestmanature.com

contact@drome-cestmanature.com

