

# Rapport d'activité

**OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL  
PAYS DE FORCALQUIER - MONTAGNE DE LURE**

## SOMMAIRE

### ÉDITORIAL

1. RETROSPECTIVE
2. BILAN TOURISME
3. ACCUEILLIR LES VISITEURS
4. VALORISER L'ÉCONOMIE LOCALE
5. PROMOUVOIR LE TERRITOIRE / INFORMER
6. PROMOUVOIR LE TERRITOIRE / SÉDUIRE
7. ANIMER LA DESTINATION
8. GESTION & MANAGEMENT DE L'OTI
9. STRATÉGIE, OBJECTIFS ET PLAN D'ACTIONS



En tourisme, les années se suivent mais ne se ressemblent pas. L'année 2020 marquera une rupture dans l'évolution de l'économie touristique, sur le plan mondial et à l'échelle de notre territoire de Haute Provence. Aucune activité économique n'a échappé à la crise sanitaire. Toute la chaîne des acteurs économiques de notre offre a été touchée : hébergeurs, restaurateurs, transports, sites, musées, loisirs, prestataires de services, commerces... Nous sommes brutalement passés d'un monde de la mobilité à un monde contraint de l'immobilité, et une résilience à toute épreuve.

Un plan de reprise d'activité dans des conditions sanitaires optimales pour les visiteurs et les salariés a été mis en place dès le 11 mai 2020. Nos équipes se sont mobilisées, le sourire derrière le masque, pour assurer notre mission publique d'information, de conseil en séjour, de promotion, et d'accompagnement des prestataires touristiques de notre territoire.

Les résultats de l'été ont été positifs, et ont permis d'amortir la chute des chiffres d'affaires, sans toutefois l'inverser.

Cette année difficile, pour toutes et tous, a néanmoins accéléré notre capacité à nous réinventer dans nos métiers, nos modes d'organisation, pour une réadaptation et des réajustements quotidiens. Aujourd'hui, nos structures ne travailleront plus comme hier, nous nous devons de faire évoluer nos méthodes de travail et prendre en compte les nouveaux marqueurs universels qui influent sur nos modes de fonctionnement et sur le comportement de la clientèle touristique.

La conscience éco-responsable est un bien commun et certains modèles économiques fortement ébranlés pendant la crise doivent être repensés et consolidés pour nous permettre d'évoluer ensemble vers un tourisme plus responsable pour un retour à une économie touristique pérenne pour notre territoire de Haute Provence.

Notre destination et sa diversité d'offres sont autant d'atouts pour rassembler nos dynamiques autour de deux axes majeurs : mieux accueillir, en toute saison. Notre plan d'actions 2021 s'inscrit naturellement dans cette logique économique de l'attractivité pour rebondir dans cette période de sortie de crise. Ce rapport d'activités de cette année 2020 "hors-norme", retrace précisément, dans une démarche permanente de progrès et d'évaluation, l'ensemble de l'action et de la performance de l'Office de Tourisme.

Plus que jamais, avec vous institutionnels et professionnels du tourisme, nous devons être résilients, collectifs, et innovants pour faciliter la vie du voyageur qui vient pour chercher sérénité, grands espaces, expériences et authenticité sur notre destination. Notre nouveau slogan "Haute Provence Tourisme... Le Bonheur à partager" est une promesse, nous serons au rendez-vous.

**Laurent KOUBY,**  
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal  
Pays de Forcalquier - Montagne de Lure

1

## RETROSPECTIVE- LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE 2020



## JANVIER - FÉVRIER 2020

- ✓ Lancement des premiers travaux de brainstorming, réunions de cohésion d'équipe et de réflexion sur l'avenir du métier d'OT
  - ✓ 2 séminaires internes
- ✓ Salon des Vacances à Bruxelles

## MARS - AVRIL

- ✓ Accueil de presse Trails Endurance Mag - Big test shoes
- ✓ Fermeture des accueils physiques de l'OT
- ✓ Mise en place du télétravail & maintien des services de l'OT
- ✓ Mise en œuvre du chômage partiel
- ✓ Annulation de l'ensemble des campagnes de promotion et communication prévues hors relations presse

## MAI

- ✓ Refonte du site internet
- ✓ Mise en place de la plateforme de commercialisation Coq Trotteur
- ✓ Plan de reprise d'activité

## JUIN

- ✓ Reprise des services physiques de l'OT (activités internes)
- ✓ Lancement du site internet

## JUILLET

- ✓ Mise à jour du plan de reprise d'activité
- ✓ Réouverture normale d'activité pour la saison avec maintien des mesures de chômage partiel
- ✓ Acquisition et formation du logiciel de GRC Avizi

## AOÛT

- ✓ Traduction du site internet en anglais
- ✓ OTI hors les murs - 2 CV

## OCTOBRE

- ✓ Fermeture des accueils physiques de l'OT : Codiv-19

## NOVEMBRE

- ✓ Formation APIDAE
- ✓ Formation "Fédérer les prestataires de sa destination et piloter efficacement son GQD (Groupe Qualité de Destination)
  - ✓ Formation Photoshop
- ✓ SADI : élaboration du schéma d'accueil et diffusion de l'information

## DÉCEMBRE

- ✓ Création du Guide du partenaire
- ✓ Recrutement pour le remplacement d'Anaïs Joly

2

## BILAN TOURISME - LES CHIFFRES CLÉS 2020



# LES TENDANCES NATIONALES

Le tourisme en France représente\* :

- 7,3 % du PIB
- 2 millions d'emplois
- 173 milliards d'euros de recettes touristiques

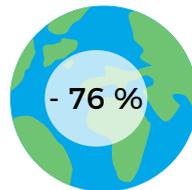
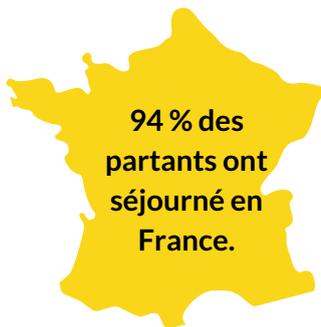
\*données Atout France et ADN Tourisme



## IMPACT DU COVID EN FRANCE :

- 60 milliards de recettes en 2020
- 35% de consommation touristique

- 12 millions de salariés en chômage partiel (perte de pouvoir d'achat de 16%).
- Bonne tenue des taux de départ des Français en France, et de certains marchés européens : Bénélux, Suisse et Allemagne.
- Les Français ont privilégié les destinations nature propices au ressourcement, aux retrouvailles au grand air : montagne, campagne et bords de mer (à l'exception de la Corse).
- Situation difficile pour les grandes villes et Paris (-60% de touristes en juillet et août) délaissées par les clientèles extra-européennes.
- Bonne performance du locatif et ainsi que de l'hôtellerie de plein air qui ont bien résisté.
- La France a mieux résisté que l'Italie et l'Espagne avec un taux d'ouverture des établissements plus élevé et des taux d'occupation supérieurs.
- Forte inquiétude des professionnels concernant les voyages de groupe et le tourisme d'affaires, les acteurs de l'événementiel, ainsi que les destinations urbaines.



50 millions de touristes étrangers (38 millions de moins qu'en 2019)



## Hausse des réservations par rapport à l'été 2019 :

- 110 % pour les Vosges
- 90 % pour la Dordogne
- 80 % pour le Jura, la Savoie, les Hautes-Pyrénées, l'Ardèche, les Hautes-Alpes

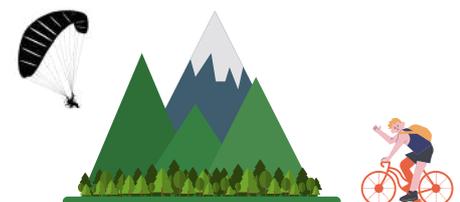


53 % des Français sont partis en juillet et août 2020



## Hébergements :

- très bonne fréquentation des gîtes, chambres d'hôtes et meublés.
- fréquentation hôtelière plus nuancée selon les territoires.



Des clientèles à la recherche de nature, d'espaces et de loisirs



En juillet et août, les nuitées françaises ont progressé de 13% comparativement à 2019



- Si les 2 premiers mois de l'année enregistrent une fréquentation touristique en hausse par rapport à 2019, à partir de la mise en place du confinement le 17 mars, la fréquentation touristique s'effondre et sera impactée tout au long de l'année 2020 au rythme des réouvertures et limitations. Ainsi, le **nombre de nuitées globales de 2020 chute de 21%**, dont 46% pour les nuitées étrangères.
- Sur l'année 2020, **19 % des nuitées globales sont des nuitées touristiques étrangères** avec un top 3 : Pays Bas, Belgique et Allemagne.

- On constate la reprise des nuitées touristiques de la clientèle originaire de la Région Sud dès la fin du premier confinement, malgré la limitation de circulation à 100 km du domicile. Les clientèles originaires des autres régions reviennent progressivement au cours du mois de juin.
- La destination des Alpes de Haute Provence conserve et renforce son attractivité au cours de l'été 2020. En **juillet et août, les nuitées françaises progressent de +13%** comparativement à 2019. Cependant, on constate une baisse de 5% de nuitées touristiques sur cette même période estivale, avec une baisse de 44% des nuitées touristiques étrangères en juillet et août.

## → ZOOM SUR LA CLIENTÈLE RÉGIONALE



- Au total, sur l'année 2020, on comptabilise **4,1 millions de nuitées réalisées par la clientèle régionale**. Concernant les autres régions, on peut noter une hausse de 18 % de la clientèle originaire d'Occitanie et de 17 % pour les clientèles d'Ile de France et d'Auvergne Rhône Alpes en période estivale.

## → ZOOM SUR LES EXCURSIONS



- **Concernant les excursions, leur nombre global baisse de 15%**, soit 7,5 millions d'excursions réalisées par la clientèle française et 1,8 millions par la clientèle étrangère. Top 3 des excursions françaises : PACA (62%), Auvergne-Rhône-Alpes (11%), Ile-de-France (9%).
- Les mois de **juillet et août enregistrent une progression de 10% du volume d'excursions** par rapport à 2019.

Votée par la communauté de Communes Pays de Forcalquier - Montagne de Lure, la taxe de séjour contribue au développement d'actions touristiques sur le territoire. L'Office de Tourisme en bénéficie au travers de la subvention versée annuellement par la communauté de Communes. La taxe de séjour est collectée toute l'année et doit être perçue par l'hébergeur auprès des clients.

Hébergeurs : plus d'infos sur [www.forcalquier-lure.com/fr/taxe-de-sejour.html](http://www.forcalquier-lure.com/fr/taxe-de-sejour.html)

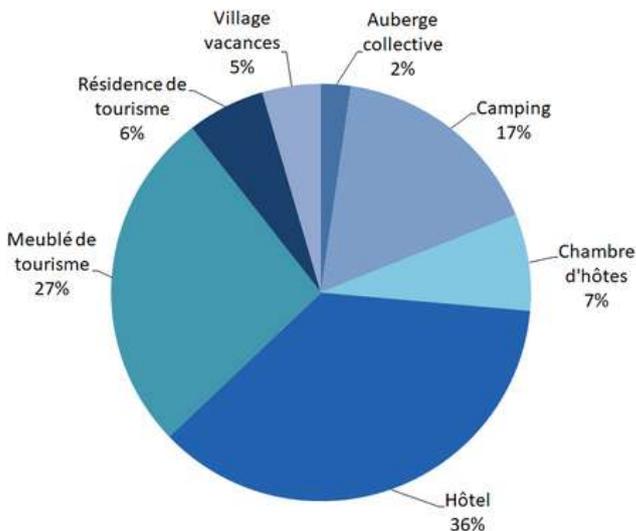
Déclarez votre taxe de séjour en ligne et en toute simplicité : [taxe.3douest.com/forcalquier](http://taxe.3douest.com/forcalquier)



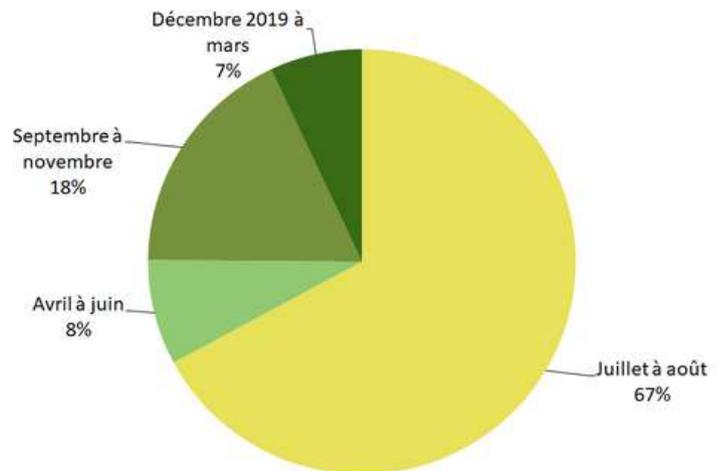
- **CHANGEMENTS LIÉS À LA RÉFORME 2020** (en vigueur en 2021) : la déclaration et la perception de la taxe de séjour se font désormais de manière quadrimestrielle et non annuelle.

En 2020, hors plateformes, on comptabilise 107 396 nuitées qui ont rapporté 61 143€. Les plateformes quant à elles - Airbnb, Booking, Gîtes de France, Abritel / Holidays - ont rapporté 32 565€, mais nous ne connaissons pas le nombre de nuitées correspondant au montant, ni la répartition par communes.

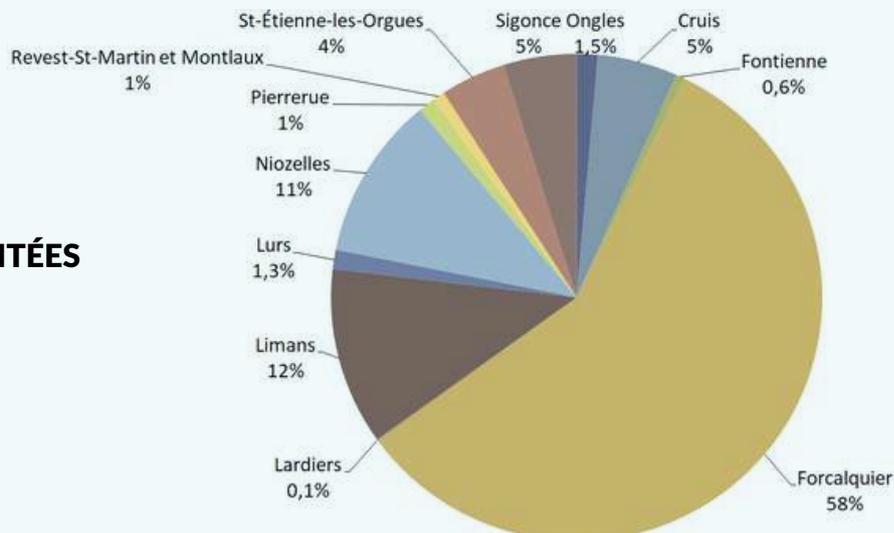
## RÉPARTITION DU MONTANT COLLECTÉ PAR TYPE D'HÉBERGEMENT MARCHAND EN 2020\*



## RÉPARTITION DES NUITÉES PAR PÉRIODE\*



## RÉPARTITION DES NUITÉES PAR COMMUNE\*



3

## ACCUEILLIR LES VISITEURS



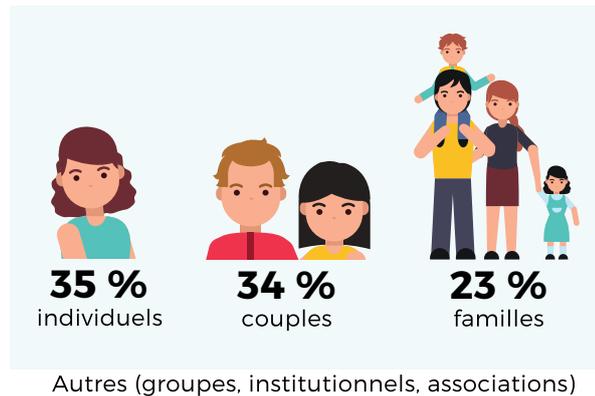
# NOTRE PROMESSE ?

Donner un conseil personnalisé et engagé aux visiteurs, nos meilleures adresses, des sourires, des bons plans.

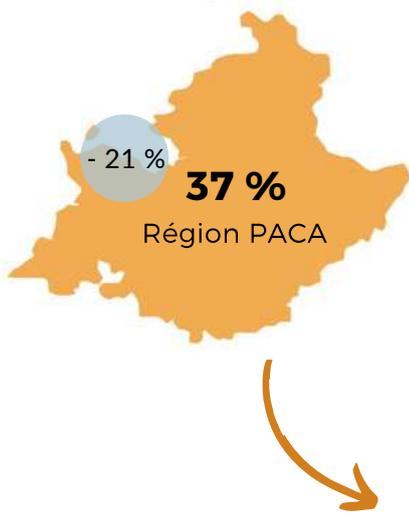
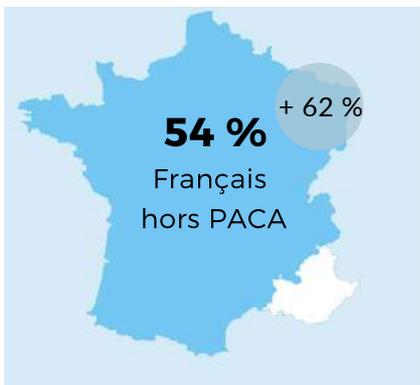
**i** + x % variation par rapport à 2019

**COVID-19** Forcalquier a été fermé 3,5 mois en 2020, et les jours et horaires d'ouverture de Saint-Étienne-les-Orgues et de Saint-Michel-l'Observatoire ont été adaptés.

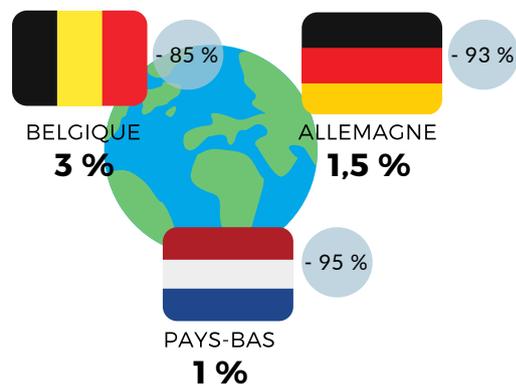
## QUI VIENT CHEZ NOUS ?



## 91 % D'ORIGINE FRANÇAISE



## 9 % D'ORIGINE ÉTRANGÈRE - 56 %

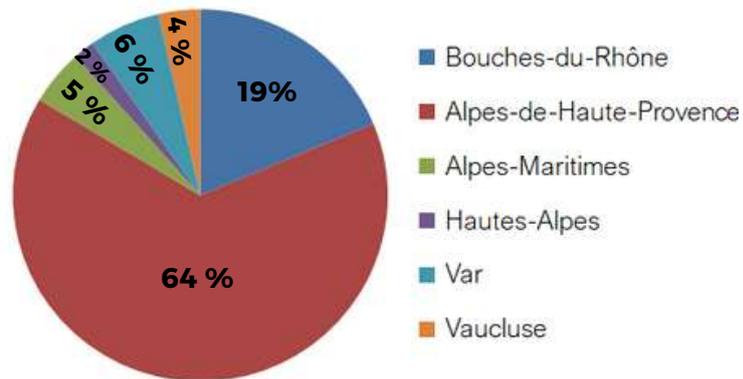


## 37 % D'ORIGINE RÉGIONALE

### TOP 5 RÉGIONS FRANÇAISES



- PACA : 37 %
- Auvergne Rhône Alpes : 11 %
- Ile de France : 9 %
- Occitanie : 4 %
- Hauts de France : 3 %

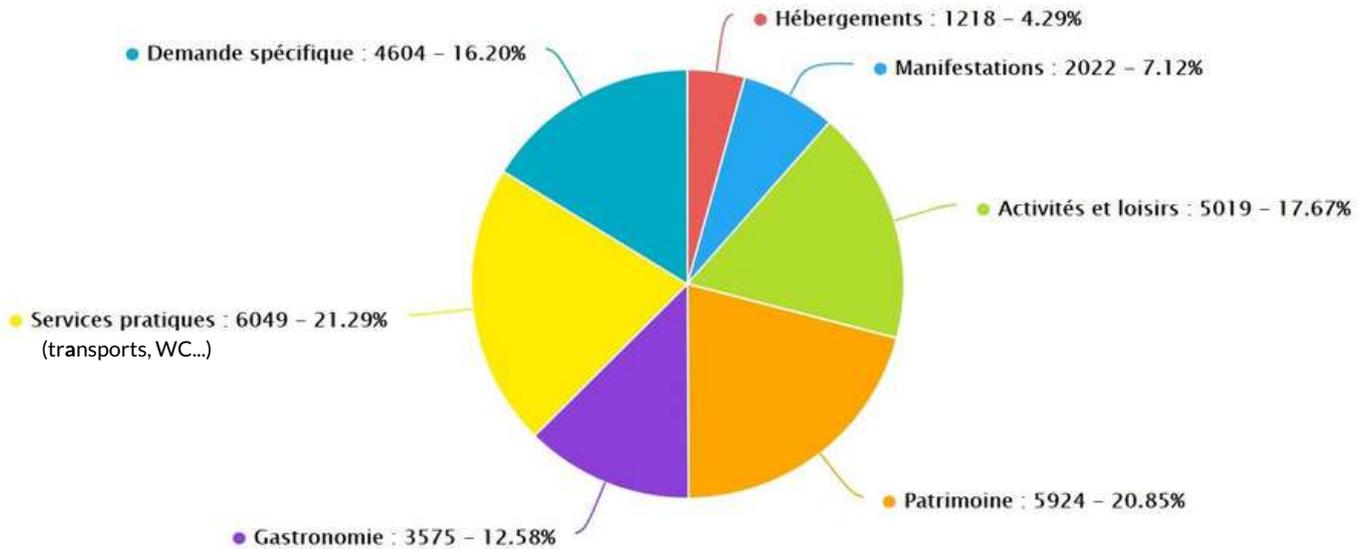


# NOTRE PROMESSE ?

Donner un conseil personnalisé et engagé aux visiteurs, nos meilleures adresses, des sourires, des bons plans.

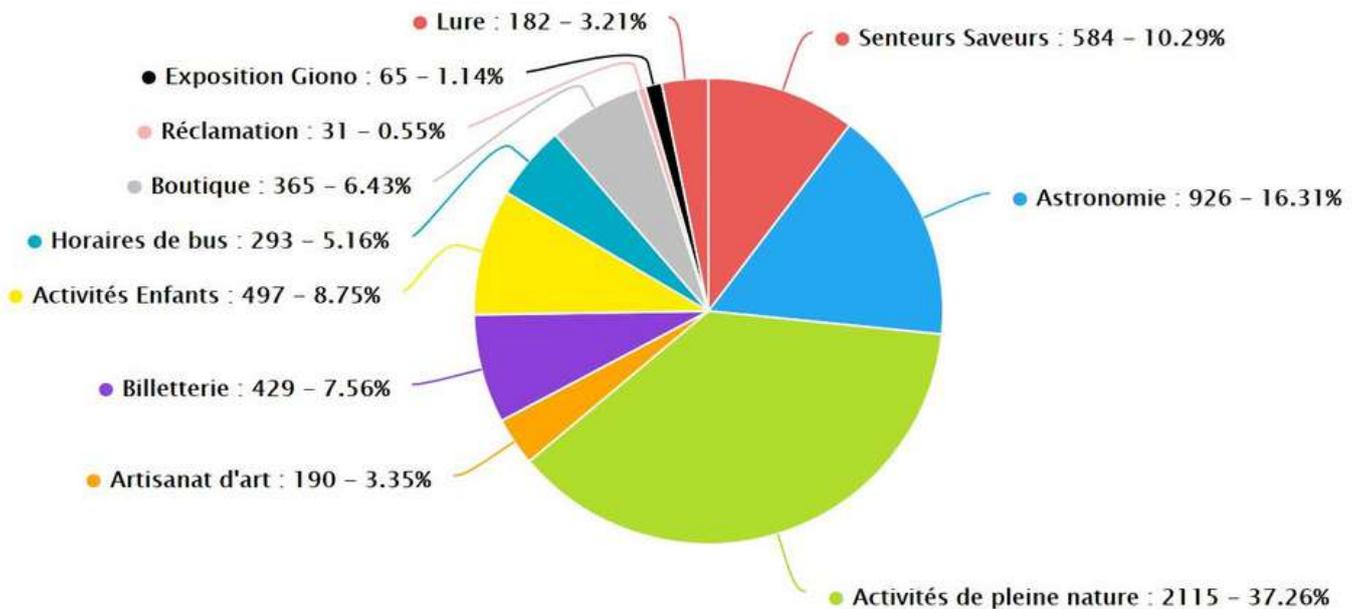
## DEMANDES À L'ACCUEIL SELON LES THÉMATIQUES DU TERRITOIRE

Source : Office de tourisme intercommunal Forcalquier-Lure (Tous les points d'accueil) du 01/01/2020 au 31/12/2020  
Donnée(s) : nombre de personnes



## DEMANDES À L'ACCUEIL SELON LES SPÉCIFICITÉS DU TERRITOIRE

Source : Office de tourisme intercommunal Forcalquier-Lure (Tous les points d'accueil) du 01/01/2020 au 31/12/2020  
Donnée(s) : nombre de personnes



# FRÉQUENTATION DE L'OFFICE ET SES BUREAUX D'INFORMATION

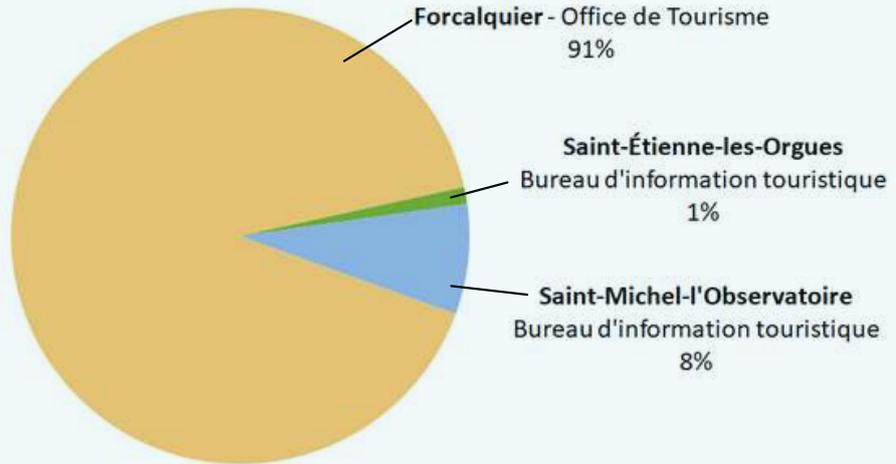
## OUVERTURE AU PUBLIC

**COVID-19**

= l'OT de Forcalquier a été fermé 3,5 mois en 2020, et les jours et horaires d'ouverture de Saint-Étienne-les-Orgues et de Saint-Michel-l'Observatoire ont été adaptés.

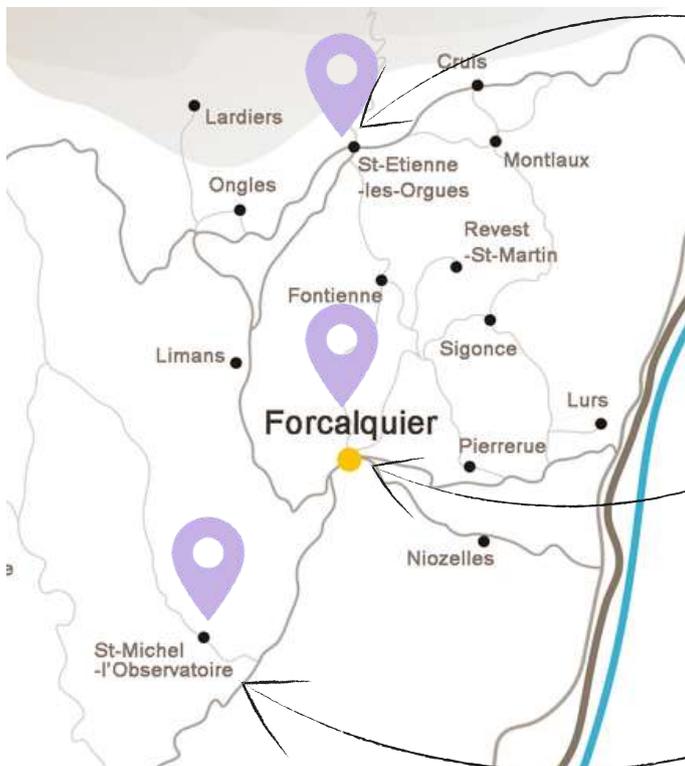


**34 711**  
visiteurs



**200 jours / an**

(sur la base de Forcalquier)



### Saint-Étienne-Les-Orgues

414 visiteurs / an

Ouvert toute l'année (sauf 4,5 mois) 2 jours par semaine



### Forcalquier

31 584 visiteurs / an

204 visiteurs\* / jour en juillet-août

Ouvert toute l'année (sauf 3,5 mois) sauf mardi et dimanche



### Saint-Michel-l'Observatoire

2 713 visiteurs / an

Ouvert de mi-juin à octobre, l'après-midi du mardi au vendredi

\*Moyenne de visiteurs par jour d'ouverture

# FRÉQUENTATION DE L'OFFICE ET SES BUREAUX D'INFORMATION

- L'ENTRÉE DANS L'ÈRE DU MARKETING RELATIONNEL AVEC "AVIZI".

Renseigner les touristes est le premier pas, mais cerner leurs centres d'intérêt, leurs habitudes de consommation et les faire revenir sur notre territoire, c'est mieux ! Avizi est un outil de gestion de relation client (GRC) qui propose de convertir un anonyme en un prospect qualifié et d'exploiter ces données. À terme, le logiciel proposera un accueil personnalisé et développera la fidélisation des visiteurs d'un jour par des actions ciblées (campagnes e-marketing, SMS...).



Avizi permet de :

- ✓ gérer toutes les demandes d'informations et de documentations,
- ✓ qualifier notre clientèle,
- ✓ traiter le courrier efficacement,
- ✓ suivre la fréquentation et éditer nos statistiques,
- ✓ gérer notre base de données contacts,
- ✓ effectuer des campagnes emailing

Afin que les membres de l'OT soient en parfaite mesure d'utiliser ce logiciel, une formation a été organisée en juin et juillet. 3 employés ont participé à "Avizi Administrateur" (2 demi-journées), 6 employés à "Avizi Utilisateur" (2 demi-journées) et 4 employés à "Avizi Marketing" (2 demi-journées).

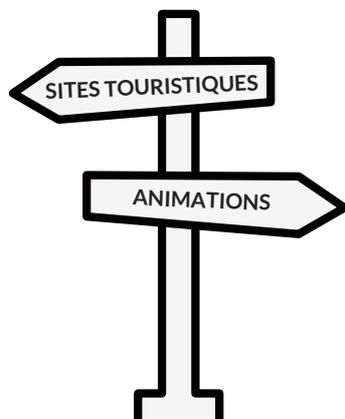
4

## VALORISER L'ÉCONOMIE LOCALE



# VENTES À L'ACCUEIL DE L'OFFICE DE TOURISME

## LE QUOTIDIEN D'UN(E) CONSEILLER(ERE) EN SÉJOUR



Voici une courte énumération des tâches :

- ✓ Accueil personnalisé, engagé et orienté pour les visiteurs dans les BIT (réception, gestion des locaux : espace wifi, boutique, gestion des stocks et diffusion des brochures),
- ✓ Conseil personnalisé aux visiteurs, vente de billets ou de produits,
- ✓ Conseil en mobilité sur les sites majeurs (Lurs, station de Lure, Musée de Salagon, ...)
- ✓ Distribution de cartes et lien avec les habitants ambassadeurs,
- ✓ Accueil téléphone et accueil à distance (courrier, mail, tchat),
- ✓ Gestion d'un portefeuille de socio-professionnels (suivi du partenariat),
- ✓ Entretien de la base de données (mise à jour des descriptifs sur les prestataires ou les activités),
- ✓ Animation d'ateliers thématiques pour les socioprofessionnels.

## ESPACE BILLETTERIE BOUTIQUE

**BOUTIQUE**

- 46%



**1 863**  
produits boutique  
vendus

En 2019, le service "boutique-billetterie" s'est structuré, avec la mise en place d'une stratégie commerciale et le développement de produits dérivés. Par ailleurs, la billetterie s'est développée avec la vente en ligne pour répondre à la demande des clientèles de réserver sur internet. Cette même stratégie a été conservée pour l'année 2020.

- L'OT dispose d'une boutique et d'un service de billetterie à l'accueil.
- Ces services sont mis à disposition de différentes associations et entreprises du territoire afin de commercialiser leurs produits.
- L'OT perçoit une commission sur le chiffre d'affaires généré.

L'ensemble des ventes boutique, visites guidées, billetteries spectacles, loisirs est vendu via le logiciel de vente Welogin (logiciel full web).

Le paramétrage des articles et prestations est assuré en interne, ainsi que la formation des nouveaux arrivants.

Avec la crise sanitaire, la majorité des manifestations culturelles ont été annulées, entraînant une chute des ventes de billets. De plus, avec la mise en place de la régulation des flux de personnes pouvant entrer dans l'Office de Tourisme, les ventes de produits boutique ont chuté (- 40% de chiffre d'affaires).

### TOP 5 DES VENTES BOUTIQUE (CA)

- ✓ Carte de randonnées du Pays de Forcalquier - Montagne de Lure
- ✓ Disque de stationnement
- ✓ Sachet de lavande
- ✓ Carte VTT
- ✓ Carte postale Pays de Forcalquier - Montagne de Lure

Ensuite, les produits qui se vendent le mieux après le Top 5 sont les produits du terroir et les produits senteurs / saveurs (miel, huile d'olive).

## BILLETTERIE



**5 309**

billets vendus  
(Été Astro et  
visites guidées)

# VENTES À L'ACCUEIL DE L'OFFICE DE TOURISME



EN 2020, LA VENTE EN LIGNE A ÉTÉ DÉVELOPPÉE SUR LA NOUVELLE VERSION DU SITE HAUTE-PROVENCE-TOURISME.COM



**56 033 €**  
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES 2020



**33,35 €**  
PANIER MOYEN DE LA BILLETTERIE

**5,85 €**  
PANIER MOYEN DE LA BOUTIQUE



**5 309** BILLETTS VENDUS



CA BILLETTERIE  
**49 824 €**

**1 863** ARTICLES VENDUS EN BOUTIQUE



CA BOUTIQUE  
**6 208 €**



BILLETTERIE  
CENTRE D'ASTRONOMIE  
**45 057 €**



BILLETTERIE  
LOISIRS  
**1 253 €**



BILLETTERIE  
SPECTACLES  
**3 424 €**

## À LA RENCONTRE DE NOS PARTENAIRES

L'équipe de Haute Provence Tourisme effectue régulièrement des visites d'établissements, de sites, et de nouveaux hébergements (meublés et chambre d'hôte) et participe à des visites guidées sur l'ensemble du territoire. En parallèle, elle propose régulièrement des temps d'échange et de rencontre sur des thèmes précis. Cependant, avec la crise sanitaire, ces moments de rencontre ont été largement restreints, et l'équipe a tenté de mettre en place au maximum des temps d'échange virtuels.

### LES CAFÉS - RENCONTRES



**C'EST QUOI ?** Des moments de partage et d'échange avec des socio-professionnels sur une thématique précise.

**OBJECTIF ?** Une meilleure connaissance de nos partenaires pour une meilleure prescription et collaboration.

**POUR QUI ?** Tous les acteurs socio-professionnels du territoire, adhérant ou non à l'OT.

**POURQUOI ?** Une opportunité pour échanger et s'enrichir des expériences collectives, et créer du lien entre les acteurs du territoire.



### 1 CAFÉ-RENCONTRES - MARS 2020 : "ACCUEILLIR ET DÉVELOPPER UNE CLIENTÈLE DE GROUPES"

A défaut de pouvoir se dérouler chez un prestataire au vu du contexte sanitaire, ce Café-rencontre s'est tenu à l'OT.

L'objectif était d'échanger avec les membres de l'OT sur ses projets de commercialisation, d'écouter les propositions et attentes des participants, pour à terme étudier la possibilité d'être référencé dans les propositions de séjours destinés aux groupes (+ 10 pers.) et autres professionnels du tourisme (agences de voyage, autocaristes).

### LES LUNDIS DE L'OTI

**OBJECTIF ?** Offrir une meilleure visibilité à nos partenaires les jours de marché en saison estivale, qu'ils soient organisateurs d'évènements, sites touristiques, prestataires d'activités et de loisirs, etc.

De juillet à mi-septembre, sur le parvis de l'OT de Forcalquier, 12 partenaires ont participé à ces échanges avec nos visiteurs, pour parler de leur métier, de leur travail. Ce premier contact a permis de rediriger les visiteurs vers les producteurs : l'OT a joué pleinement son rôle.



**12**  
Stands de  
partenaires  
adhérents



Visibilité privilégiée  
devant l'OT de  
Forcalquier



Les lundis de l'été  
pendant le marché  
de Forcalquier



C'est l'opportunité pour nos adhérents de venir à la rencontre du public et de promouvoir leurs activités sur un des plus grands marchés de la région Sud !

5

## PROMOUVOIR LE TERRITOIRE / INFORMER



# LA COLLECTION D'ÉDITIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

## LA COLLECTION D'ÉDITIONS DE L'OTI



### CARTE TOURISTIQUE

"Nos bons plans"

Exemplaires restants de 2019

### CARTE TOURISTIQUE

Parcours des ateliers d'arts

Exemplaires restants de 2019



### LE PETIT COLPORTEUR

Agenda des animations

19 500 ex., dont 9 000  
envoyés par mail



### GUIDE DU PARTENAIRE

Édition 2020

700 ex.



### GUIDE PRATIQUE

Edition 2020

5 000 ex.



### 9 IDÉES SÉJOURS

Pour que vos vacances  
deviennent inoubliables

500 ex.



### PLAN DE FORCALQUIER

10 000 ex.

## PLAN DE DIFFUSION DE LA COLLECTION D'ÉDITIONS



- À l'accueil des BIT et expédié par courrier,
- Chez nos partenaires : hébergeurs, restaurateurs, commerçants...
- Sur les opérations de promotion en France et en Europe : salons, événements, accueil hors les murs...
- En téléchargement sur haute-provence-tourisme.com au format PDF.

## FOCUS SUR LE PETIT COLPORTEUR - AGENDA DES ANIMATIONS

Le Petit Colporteur, agenda mensuel des animations, est gratuit et édité tous les mois par l'Office de Tourisme. Il se présente sous la forme d'un agenda comprenant des rubriques thématiques : animations, activités et expositions.

En octobre 2020, le Petit Colporteur s'est offert un nouveau look !



### OBJECTIFS :

- ✓ Informer et promouvoir les événements sur les 13 communes du Pays de Forcalquier - Montagne de Lure, mais aussi les territoires voisins,
- ✓ Doper l'itinérance,
- ✓ Faciliter le parcours client,
- ✓ Donner de la visibilité aux offres partenaires,

### CIBLES :

- ✓ Visiteurs
- ✓ Habitants
- ✓ Résidents

### PLAN DE DIFFUSION DU PETIT COLPORTEUR :

- À l'accueil des BIT et expédié par courrier ,
- Envoyé par mail aux particuliers, aux collectivités et à la presse,
- Chez nos partenaires : hébergeurs, restaurateurs, commerçants...
- Sur les opérations de promotion en France et en Europe : événements, accueil hors les murs...
- En téléchargement sur [haute-provence-tourisme.com](http://haute-provence-tourisme.com) au format PDF et en lecture en ligne par l'outil Avizi.



# LA COMMUNICATION AUPRÈS DES PARTENAIRES

## ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS DE LA DESTINATION

Au-delà des actions engagées par l'Office de Tourisme pour la promotion externe de la destination, des accompagnements individuels sont effectués toute l'année auprès des prestataires touristiques de la destination Haute Provence Tourisme, notamment en matière d'animation numérique afin de les aider à maîtriser leur communication et à améliorer leur performance digitale.

En 2020, l'Office de Tourisme a envoyé 22 newsletters des animations, 9 newsletters pros, 17 emailings divers (infos métiers, Café-rencontres, questionnaires de fréquentation, questionnaire "informatique"...). A l'ordre du jour de ces envois : questions métiers, nouveaux outils et fonctionnalités disponibles à l'Office de Tourisme, informations utiles pour la promotion du territoire, professionnalisation des acteurs, etc.

newsletter de l'office de tourisme 25 août 2020



### DES NOUVELLES DE VOTRE OT

---



#### Sauver notre saison et réussir notre arrière saison ...

On s'attendait au pire mais la saison estivale s'est révélée dans l'ensemble assez réussie.

L'office de tourisme a poursuivi ses actions de valorisation de la destination avec des outils numériques :

- un site web affinitaire qui permet de personnaliser son séjour selon ses envies, la taille de son groupe...
- une application "coq trotteur" qui met en valeur toutes les activités qu'on peut pratiquer sur le territoire,

Mais aussi par des actions sur le terrain avec l'accueil "hors les murs" : **Juliette, la "deuche" de l'office de tourisme** s'est déplacée pendant 15 jours pour aller à la rencontre des touristes et faire la promotion du territoire.

<https://mailchi.mp/772eb1828954/newsletter-de-loffice-de-tourisme-25-aot-5031934>

1/7

# LA COMMUNICATION DIGITALE

## LE SITE INTERNET [www.haute-provence-tourime.com](http://www.haute-provence-tourime.com)

Pour l'ensemble de l'année 2020, le site web de l'Office de Tourisme a enregistré 30 777 visiteurs (dont 88 % français et 12 % étrangers) pour 40 829 sessions et 142 757 pages vues.



**53 %**  
sessions  
sur supports  
mobiles



en 2020 + 887  
**40 830 visites**



**Lundi 31 mai**  
pic de visites avec 583 sessions  
**57 %**  
des visites de juin à septembre



+ 38 135  
**142 757**  
pages vues



+ 376  
**30 777**  
visiteurs uniques

### TOP 5 PAGES \*

- 1 Réserver un hébergement
- 2 Visiter
- 3 Loisirs
- 4 Préparer mon séjour
- 5 Les sites incontournables

### TOP 5 RÉGIONS

- 1 PACA
- 2 Auvergne-Rhône-Alpes
- 3 Ile-de-France
- 4 Occitanie
- 5 Grand Est

### TOP 5 PAYS ÉTRANGERS

- 1  États-Unis
- 2  Belgique
- 3  Suisse
- 4  Allemagne
- 5  Chine

\*Hors page d'accueil

## LES RÉSEAUX SOCIAUX



+ 602

Facebook

Forcalquier - Lure en Haute Provence  
**4 662 Abonnés**



+ 285

Instagram

@forcalquier.lure.hauteprovence  
**835 Abonnés**



+ 690

Groupe Facebook

Sortir en Haute Provence de Forcalquier à Lure  
**1 399 Membres**

Dans une démarche volontariste afin de correspondre aux nouveaux usages en matière de promotion touristique, les réseaux sociaux ont fait l'objet d'un travail soutenu avec, en résultat, une évolution remarquable, comme en témoigne le nombre d'adeptes sur Facebook passé de 4 060 en 2019 à 4 662 en 2020 pour l'ensemble de la destination, soit une progression de + 14,8 % sur la période.

# LA COMMUNICATION DIGITALE

## LA E-REPUTATION



AVIS FACEBOOK  
Note 4,9/5



TRIP ADVISOR  
Note moyenne 4,5/5



GOOGLE MY BUSINESS  
Note moyenne 4,2/5

## RÉALISATIONS 2020



### • NOUVEAU SITE WEB

En 2020, l'Office de Tourisme a souhaité engager un projet de refonte totale de son dispositif digital, et créer un nouveau site internet à partir d'un socle technique de dernière génération.

L'objectif était de développer une politique de marketing territorial permettant d'accroître et de diversifier la fréquentation touristique de la destination, en plaçant l'internaute au cœur du dispositif.

Le nouveau site, qui continue d'évoluer pour mieux s'adapter, doit être une parfaite illustration des nouvelles tendances, en termes :

- ✓ D'ergonomie et "d'utilisabilité" : conçu pour être facilement consultable sur tablettes et mobiles, pensé "mobile first", vente en ligne...
- ✓ De contenus éditoriaux immersifs (approche magazine)
- ✓ D'hospitalité numérique des clientèles étrangères : mise en ligne d'une version du site en langue étrangère.

### • APPLICATION "Vivez l'expérience Haute Provence"

L'Office de Tourisme a eu l'honneur d'inaugurer dès juillet 2020 la nouvelle application "Coq Trotteur" mise en place courant juin sur notre site internet. Cette application innovante permet de construire son séjour en l'adaptant à ses propres envies en prenant compte des contraintes diverses, de la météo aux pics d'affluence, pour un séjour idéal en Pays Forcalquier - Montagne de Lure.

Deux options s'offrent aux visiteurs :

- ✓ Le visiteur choisit ses dates de séjour et ses centres d'intérêts afin de créer un itinéraire et un programme complet.
- ✓ Le visiteur sélectionne lui-même les activités ou centres d'intérêts qui l'intéressent, et à partir de ces choix, l'application crée un parcours pour l'ensemble du séjour.

L'application facilite aussi la réservation d'activités auprès de nos différents prestataires ayant activé leurs billetterie en ligne.



Pour Noël, Coq-Trotteur a mis en place le "marché de Noël digital", pour retrouver tous les produits et services des commerçants locaux à offrir pour les fêtes, qui est ensuite devenu le marché local digital.

6

## PROMOUVOIR LE TERRITOIRE / SÉDUIRE



# LES OPÉRATIONS DE PROMOTION

## SALON DES VACANCES À BRUXELLES // février 2020

Le Salon des Vacances s'est déroulé en Belgique, à Brussels Expo, du 6 au 9 février.

C'est un salon pour les amateurs de vacances et de voyages réparti dans 3 palais, avec plus de 800 exposants qui proposent aux visiteurs de partir à la découverte de sites lointains, de lieux proches, de formules de voyage, etc.

✓ L'Office de Tourisme était présent aux côtés de l'Agence de Développement des Alpes de Haute Provence, de l'Office de Tourisme de Sisteron Buech, mais aussi d'hébergeurs de notre territoire.



✓ La fréquentation a été bonne tout au long du salon, avec un public très intéressé et curieux de notre destination. Les visiteurs sont des individuels ou couples de 55 ans et +, ainsi qu'une clientèle famille. Ils viennent chercher de la documentation sur l'hébergement, les campings, des brochures générales du territoire, et des idées séjours. Les habitués, quant à eux, viennent nous rendre visite et échanger avec nous sur les nouveautés de notre territoire.

✓ Au total, notre stand a pu renseigner 400 personnes.

✓ Les animations, comme l'apéritif "dégustation made in Pays de Forcalquier - Montagne de Lure", ont très bien fonctionné, une belle opération à réitérer ! De même, les goodies comme les sachets de lavande et le sac de l'AD04 nous ont permis de diffuser les senteurs de la Haute-Provence dans tout le salon ; un succès !

✓ Le Salon des Vacances est un très beau et imposant salon international. À noter cependant que la promotion des Alpes de Haute-Provence aurait pu avoir plus de force et de moyens en regroupant toute la région Sud, voir même la France.



## LA DEUCHE MOBILE TOUR : L'ACCUEIL HORS LES MURS

Du 8 au 21 août, l'OT-Mobile a parcouru le territoire de la Haute Provence et s'est arrêté au gré des rencontres... Les échanges et la diffusion de la documentation ont permis d'informer nos clientèles françaises et étrangères.

### FORCALQUIER

## Inédite opération de séduction de l'Office de tourisme... à bord d'une 2 CV

Avec en toile de fond la Citadelle et la chapelle Saint-Pan-crace, Juliette, la 2CV portant le logo de l'Office du tourisme intercommunal, s'apprête à s'élancer sur les routes de la région.

Autour d'elle, une souriante équipe vêtue de blanc se prépare à une nouvelle journée d'aventure. "Tous les visiteurs ne poussent pas la porte de l'Office de tourisme, explique le président Laurent Koubi. Alors nous avons décidé de créer le lien, en nous déplaçant nous-mêmes pour apporter l'information au cœur des sites touristiques". C'est donc une équipe enthousiaste "et tout terrain", armée d'une abondante documentation qui s'est lancée sur les routes, faisant escale au milieu des villages, sur les marchés, en altitude à la station de Lure ou devant les jardins de l'abbaye de Valsaintes.

On les a repérés dans les ocres du Colorado provençal, au pied des coupoles de Saint-Michel de l'Observa-



La 2CV parcourt les routes du territoire.

/PHOTO M.B.

toire, on a même vu Juliette garée devant l'Occitane à Manosque. Ils comptabiliseront peut-être les kilomètres parcourus plus tard, à l'heure du bilan.

Mais ce dont on est déjà sûr, c'est qu'ils ont su transmettre,

avec le sourire, toute l'information touristique du pays de Forcalquier très loin du Bourguet, selon la chaleureuse devise de l'Office de Tourisme : "Nous sommes heureux chez nous, vous le serez aussi!"

M.B.

## ILS VOIENT LA VIE EN DEUCHE !

Afin de favoriser le contact avec les nombreux visiteurs qui ont choisi notre territoire pour leurs vacances, l'office de tourisme intercommunal Pays de Forcalquier-Montagne de Lure a lancé l'opération « Accueil hors les Murs ». Au volant d'une « deux pattes » aux couleurs de l'Office, l'équipe se rend à la rencontre des visiteurs sur leurs lieux de séjour fréquentés ou éloignés de la maison du tourisme et du territoire ou d'autres sites partenaires. Conseils et idées de découvertes seront proposés et tous documents utiles distribués. Pour cette première opération, plusieurs sites ont été sélectionnés : station de Lure, marché de Forcalquier, marché de Saint-Etienne-les-Orgues et de Banon, centre d'astronomie de Saint-Michel l'Observatoire (lire notre dernière édition), Lurs, villages de vacances, campings, etc. Et Juliette, « Deuche » de l'OTI ira même dans le Vaucluse au fameux et tout proche Colorado Provençal, sans oublier que

traverser la Durance est aussi dans ses cordes ! « Oui, "Juliette", elle est chouette, elle ne rechigne à aucune montée, aucun faux-plat, et toujours prête à partir », nous confie sourire aux lèvres, sa marraine Laurence. François Goguet, directeur de l'OTI, et le président Laurent Kouby, avaient lancé le bristol d'invitation à venir faire connaissance de cet outil de communication, pardon de cette célébrité production de l'automobile tricolore d'après-guerre, en présence de l'équipe d'animation, sur les hauteurs de Forcalquier. Nul doute que l'accueil que lui réserveront tant les visiteurs de notre belle région que les habitants eux-mêmes, sera à la hauteur des ambitions de l'équipe et que ce genre d'initiative se poursuivra à l'avenir, pour le plus grand bien de l'économie locale et la promotion du tourisme.

P.C.

7

## ANIMER LA DESTINATION HAUTE PROVENCE



FOCUS SUR 2020

# LE PAYS DE FORCALQUIER MONTAGNE DE LURE

## UN TERRAIN DE JEU IDÉAL

**Cette année, les testeurs du Big Test étaient accueillis à Forcalquier - Montagne de Lure, sur les circuits de l'espace Trail et les sentiers du Trail de Haute Provence.**

**Le Pays de Forcalquier - Montagne de Lure s'impose comme le terrain idéal** pour les amateurs de trail avec des spots incontournables comme les Mourres et la montagne de Lure où de nombreux circuits sont aménagés. La pratique des sports outdoor sur ces terres de Haute-Provence vous emmènera sur des sites où des paysages grandioses vous attendent. Durant votre course, faites une pause pour admirer le panorama !

Ce terrain de jeu naturel est à deux pas, entre la mer et la haute montagne au cœur du parc naturel régional du Luberon, à 1010 de Marseille. Ici le soleil brille presque tous les jours, l'air est l'un des plus purs d'Europe et les savons et senteurs vous envoient au quotidien. 7000m de sentiers balisés vous invitent à la pratique des activités outdoor, accessibles à toute la famille : balade ou randonnée pédestre, équestre, VTT et bien sûr le trail !

Le climat méditerranéen du Pays de Forcalquier - Montagne de Lure en fait une destination accueillante toute l'année. Au printemps, la nature s'éveille et vous offre ses plus belles couleurs ! Les motoneothes se dessèchent et ajoutent un côté ludique à vos sorties.

L'été, partez au lever du soleil à l'assaut de la montagne de Lure ! Rencontrez des chamouis sur votre chemin, traversez des champs de lavandes sauvages en fleur, enchaînez les montées et les descentes à votre rythme. Un défi physique pour aller contempler les paysages uniques recréés par l'écrivain Jean Giono. C'est la saison idéale pour courir et vous envoyer des parfums naturels mais aussi des spécialités locales !

En automne, c'est l'été indien ! Les températures sont douces et les couleurs flamboyantes ! La montagne de Lure - réserve de biosphère UNESCO - est sublime. La nature s'assoit, les feuilles de hêtres tapissent le sol et donnent des airs de carte postale canadienne : dépaysement garanti !

En hiver, courez accompagné par la chaleur du soleil et le ciel bleu si lumineux. C'est aller, entre nature et villages perchés, à la rencontre des habitants pour faire autour d'une boisson locale dans un Bistrot de Pays : une des meilleures thérapies naturelles pour le corps et l'esprit ! C'est aussi mettre les pieds dans la neige pour profiter d'un petit trail blanc et se faire un soin revigorant au spa en plein après-midi !

Une colline du pays de Forcalquier aux crêtes de Lure, la sérénité des reliefs, la beauté et la diversité des paysages offrent de multiples possibilités pour la pratique du trail ! Sportifs ou novices, amateurs dans l'âme et à la recherche de défis et de sensations fortes ou simplement curieux de découvrir la discipline en toute liberté, il y a forcément un parcours trail pour vous !

**PAROLES DE TRAILERS/EUSES**

**Il/elles ont aimé :**  
- La diversité du terrain de jeu adapté à tous niveaux.  
- Les paysages époustouflants.  
- Le bombe sport gastro-nomie et patrimoine local.  
**Il/elles ont adoré :**  
- Les produits du terroir & l'accueil chaleureux.  
- La ville naturelle sensible des Mourres.  
- Partir de la ville chausser de trail au pied sans prendre la voiture.

**STAGES ET PRÉPARATION DE COMPÉTITION TRAIL**

Vous souhaitez vous perfectionner, préparer une épreuve ou tout simplement partager le plaisir de la course nature ? Venez passer deux jours ou plus à Forcalquier au cœur de la Provence à la découverte des plus beaux panoramas du Luberon et au pied de la montagne de Lure. De l'habillage à la restauration en passant par les professionnels olympiques, tout est pensé et adapté à la pratique spécifique du trail. Faites appel à l'équipe de l'Office de tourisme pour votre accompagnement dans l'organisation de votre stage. +04 92 75 10 02 | [groupes@office-tourisme-mourres.com](mailto:groupes@office-tourisme-mourres.com)

**L'espace Trail Forcalquier-Lure adapté à tous** vous offre 6 parcours dont un trail urbain sur un total de 92 km de sentiers avec 3465 mètres de dénivelé positif pour courir tous les jours en liberté sous le soleil de Haute-Provence.  
- 4 au départ de Forcalquier dont un trail urbain au cœur de la cité comtale.  
- 2 plus typés montagne depuis la station de Lure située au cœur d'un patrimoine exceptionnel (réserve de Biosphère Luberon-Lure, Natura 2000, Espace Naturel Sensible).

**La pépée « unexpected »**, c'est l'itinéraire trail sur les crêtes sauvages de la montagne de Lure, un sentier ludique avec une vue à 360° sur le Pays de Forcalquier - le must ! Retrouvez les roadbooks et trace gpx téléchargeables sur : [www.officetourisme-lure.com](http://www.officetourisme-lure.com)

**Le Trail de Haute Provence**, événement incontournable de l'année nous prouve que notre territoire est un terrain de jeu exceptionnel. En proposant des itinéraires adaptés à tous, du parcours pour enfant à l'ultra-trail de 150km pour les plus aguerris !

**THP académie le stage de trail** en collaboration avec Julien Choniet, nous proposons 2 dates de stage ! Du 6 au 8 novembre 2020 Du 19 au 21 mars 2021

FORCALQUIER

# L'Office de tourisme met en lumière son panel d'activités

Depuis le début du mois et jusqu'au lundi 14 septembre, tous les lundis matin, à l'occasion du traditionnel marché provençal, l'Office de tourisme intercommunal (OTI) du Pays de Forcalquier-Montagne de Lure sort de ses murs pour proposer l'opération "Les Lundis de l'OTI". Depuis 2012, sur le parvis de la Maison du tourisme et du territoire (MTT), une vingtaine de partenaires (activités de pleine nature, festivals, musées, institutionnels) participent à cette opération de promotion de leurs activités autour de trois thématiques : événements, sites et activités de loisirs.

Cette saison, moins d'exposants sont présents en raison de la crise sanitaire. En effet, soit leurs animations sont annulées comme le Cooksound, les festivals de Simiane ou de Cruis, soit une diminution des personnels saisonniers ne permet pas d'être présent sur site. Regroupés sous la grande banderole "Par ici les sorties" où sous une banderole présentant les activités, une douzaine de partenaires motivés et dynamiques accueillent les visiteurs durant toute la matinée sous des bar-noms, badges personnalisés ou affiches, permettant une meilleure visibilité et une meilleure présentation des stands.



Les Lundis de l'OTI remplissent pleinement leur rôle de mise en valeur des acteurs locaux aux travers des événements de notre territoire. /PHOTO O.P.

no, responsable Accueil/Qualité l'OTI insiste sur le côté positif de l'opération. "Les retombées sont meilleures pour tout ce qui est animations par rapport aux activités permanentes (loisirs, sites). Le positif est la distribution collective de l'information sur l'ensemble de l'offre des partenaires". Le marché de Forcalquier draine beaucoup de monde et "il faut arriver à capter les flux de visiteurs. La clientèle n'est pas seulement touristique mais aussi de proximité. La clientèle familiale, principale en été, est à la recherche d'activités famille".

Pour cette saison, une sono est installée devant l'Office permettant ainsi au directeur de présenter les différentes activités proposées sur le territoire par les partenaires exposants. Pour Denise Ciuti, présidente de l'association Patrimoine du Pays de Forcalquier, "C'est un événement positif auquel on tient et il faut le maintenir absolument. Pour notre association, cela permet d'informer touristes et locaux de l'existence et de l'ouverture du musée de Forcalquier. Ici, on distribue l'information, on renseigne les gens". Autre acteur local présent sur le territoire, l'association Vélo Loisir Provence profite de ce moment pour "rentrer en contact avec les gens qu'ils soient locaux ou de passage". Au final, des partenaires satisfaits de la vitrine offerte chaque lundi matin par l'OTI.

LES PARTICIPANTS DES "LUNDIS DE L'OTI"

Le Centre d'Astronomie, Insolite Nature, Les artisans de la randonnée, Les ânes de Forcalquier, Centre équestre Janssaud, Vélo Loisir Provence, Communauté de communes Pays de Forcalquier-Montagne de Lure pour les animations de Lure, Musée de Forcalquier, Salagon Musée et Jardins, Les Rencontres Musicales de Haute-Provence, Les Orales, Les Ateliers.

SPECIAL BIG TEST SHOES TRAIL 2020

# TRAILS

LE NUMÉRO 1 DU TRAIL

EXCLU SPÉCIAL BIG TEST SHOES TRAIL 2020

10 TESTEURS 62 PAIRES DE CHAUSSURES TRAIL 4 JOURS DE TEST

INTERVIEW PAU CAPELL L'HOMME À BATTRE

HISTOIRES DE TEAMS TEAM SALOMON LE TEMPS DES PIONNIERS

COURSES TRANSGRANCANARIA

VERY GOOD TRIP L'Ethiopie, berceau du trail ?

**"Une photographie de la proposition touristique"**

Les Lundis de l'OTI sont une photographie de la proposition touristique de la région, souligne François Goguet, directeur de l'Office de Tourisme intercommunal. Au travers des différents acteurs présents, on essaye de dynamiser notre territoire et de mieux le faire connaître. Pour nous, les Lundis de l'OTI, c'est important".

De son côté, Laurence Defli-

# "Se tourner vers un tourisme plus vert"

Situé entre les montagnes de Lure et du Luberon, le pays de Forcalquier est un des pôles majeurs du tourisme de la Haute-Provence. La flambée mondiale de Covid-19 a touché cette activité stratégique en plein cœur avec des pertes estimées à 61 millions d'euros pour le secteur du tourisme et des métiers de l'hôtellerie et de la restauration dans notre département. L'occasion de faire un point de situation avec François Goguet, directeur de l'Office de tourisme intercommunal Pays de Forcalquier-Montagne de Lure.

## Quelles sont les répercussions de la crise sanitaire pour notre territoire ?

Durant le confinement, on a fait une enquête auprès de nos adhérents pour mesurer l'impact de l'épidémie sur leur activité et évaluer leurs besoins. Il en ressort que la plupart des établissements ont fermé (ou décalé leur réouverture), le personnel a été réduit et les événements ont été annulés. Le plus inquiétant restant que les réservations ont chuté (report ou annulation).

## Comment les adhérents de l'Office ont vécu cette période ?

Cela a conduit les prestataires à envisager des fermetures définitives durant le confinement ou repenser leur façon de travailler. Ils se sont réinventés une capacité pour s'adapter à cette situation et un fort élan de solidarité a fleuri avec des initia-



L'équipe de l'Office de tourisme va mettre toute son énergie pour accueillir et fidéliser les futurs touristes.

/PHOTO D.P.

tives nouvelles (drive, livraisons, animations en ligne, etc.). Aujourd'hui, ils naviguent entre espoir et déceptions.

## Quel a été le rôle de l'Office ?

Toute l'équipe de l'OT n'a pas chômé car on était au chevet de nos adhérents, touchés par du stress et une grosse angoisse. Entre avril et juin, ils ont eu une perte de leur chiffre d'affaires se situant entre 70 et 100%. 58%

ont fait appel à des mesures d'aides financières. Toute l'équipe s'est mobilisée, formée, pour moderniser les outils de communication.

## Quels sont vos axes de travail pour relancer l'activité touristique ?

On a réinterrogé notre stratégie pour en tirer trois priorités de travail. Premièrement, la promotion de la destination : com-

munication digitale, en ligne, pour présenter d'avantage les atouts de notre territoire. Deuxièmement, on va miser sur la qualité de l'accueil, socle de la stratégie à long terme, autant à distance (site internet, mails, application) qu'en présentiel dans nos offices. Enfin, on va fidéliser notre réseau, associer la population locale qui doit devenir, avec nos adhérents, des ambassadeurs du territoire.

## RÉOUVERTURE

Les portes de l'office de tourisme vont pouvoir de nouveau s'ouvrir et accueillir du public à partir du mercredi 3 juin, de 9 h à 12 h et de 14 h à 18 h. Toutes les mesures sanitaires seront prises pour accueillir au mieux les visiteurs (2 personnes maximum à l'accueil et port du masque obligatoire).

## Comment voyez-vous la suite de la saison ?

Même si elle sera très dégradée, l'objectif de l'OT est d'appuyer la reprise de l'activité au côté des professionnels et de valoriser d'avantage les atouts et innovations apparus au sein de notre destination. On va se tourner vers un tourisme plus vert et sauvage, plus diffus.

L'émission La Carte aux trésors a été une superbe carte de visite. Les hébergeurs commencent à enregistrer des réservations pour cet été mais, même si la confiance est rétablie, on manque de visibilité sur les animations estivales. On reste assez optimiste même si on pense qu'on ne fera pas une saison exemplaire.

On mise plus sur un tourisme de proximité (clientèle locale, issue principalement de la région sud) que sur la venue des étrangers.

Propos recueillis par O.P

HPI - 18 au 26 mars 2020 - hauteprovenceinfo.com 09

## PAYS DE FORCALQUIER : le traileur mérite une bonne chausse



Les chaussures ont une importance capitale pour les sportifs et principalement pour les traileurs soumis à des terrains à la configuration aléatoires. Ainsi, un test qui répondait en langue de Shakespeare à « The Big Test Shoes Trail » s'est tenu en ce mois de mars en pays de Forcalquier Montagne de Lure. Un test qui fait référence. Celui-ci apporte un lot d'informations important auprès des coureurs, des magasins et des marques depuis de nombreuses années. L'équipe de Trails Endurance Mag accompagnée de lectrices et lecteurs, après avoir en 2018 pose ses valises dans le Pays Basque et en 2019 dans la région de Besançon a pris ses quartiers à Forcalquier pour le test portant le dossard N°10. Nous avons rencontré l'équipe de traileurs et les journalistes, futurs ambassadeurs de notre territoire à l'occasion d'une visite des Distilleries et Domaines de Haute Provence accueillie par le PDG Alain Robert et sous la conduite de Didier Morel véritable mémoire de cette belle pépite du secteur saveurs et senteurs, une visite de l'entreprise, était organisée. Chacun a pu apprécier le savoir-faire de l'entreprise avant une dégustation des produits avec modération, comme il se doit surtout dans le secteur du sport ! Ainsi avec la complicité de l'Office de Tourisme et la compétence du Trail de Haute Provence qui ne recule devant rien pour promouvoir le territoire, ce rendez-vous « test » a permis de dénicher quelques ambassadeurs conquis nos terres parfaitement appropriées au sport nature et de plein-air.

Philippe CHABUT

## Forcalquier : Tous les lundis matin à l'Office de tourisme...

12h13 - 25 juillet 2020 0 commentaires



Devant l'office de tourisme de Forcalquier. J.L.I. HPI

L'Office de tourisme intercommunal du Pays de Forcalquier et de la Montagne de Lure propose sur le parvis de la maison du tourisme et du territoire de Forcalquier « les lundis de l'OTI », jusqu'au 14 septembre.

Profitant de l'extrême attraction du marché hebdomadaire du lundi matin, l'un des plus courus de la région en été, mais aussi hors période estivale car il draine les habitants bien au-delà du bourg-centre, l'Office de tourisme intercommunal du Pays de Forcalquier et de la Montagne de Lure propose sur le parvis de la maison du tourisme et du territoire de Forcalquier « les lundis de l'OTI ».

Ainsi, depuis le 6 juillet et jusqu'au lundi 14 septembre, une douzaine de partenaires adhérents sont présents pour promouvoir leurs activités, et ce avec fidélité depuis de belles années. Idées de balades, randonnées, visites, animations... sont au menu pour satisfaire le visiteur et partir à la découverte de ce territoire aux multiples facettes.

Le visiteur du lundi pourra ainsi éclairer sa lanterne auprès du centre d'astronomie de Saint-Michel l'Observatoire, Insolite Nature, accompagnateurs en montagne, Les artisans de la randonnée, accompagnateur en montagne, Les ânes de Forcalquier, le Centre équestre Janssaud, Vélo Loisir Provence, la Communauté de communes Pays de Forcalquier montagne de Lure pour les animations de Lure, le Musée de Forcalquier, Salagon Musée et Jardins, Les Rencontres Musicales de Haute-Provence, Les Oraïles, Les Ateliers.

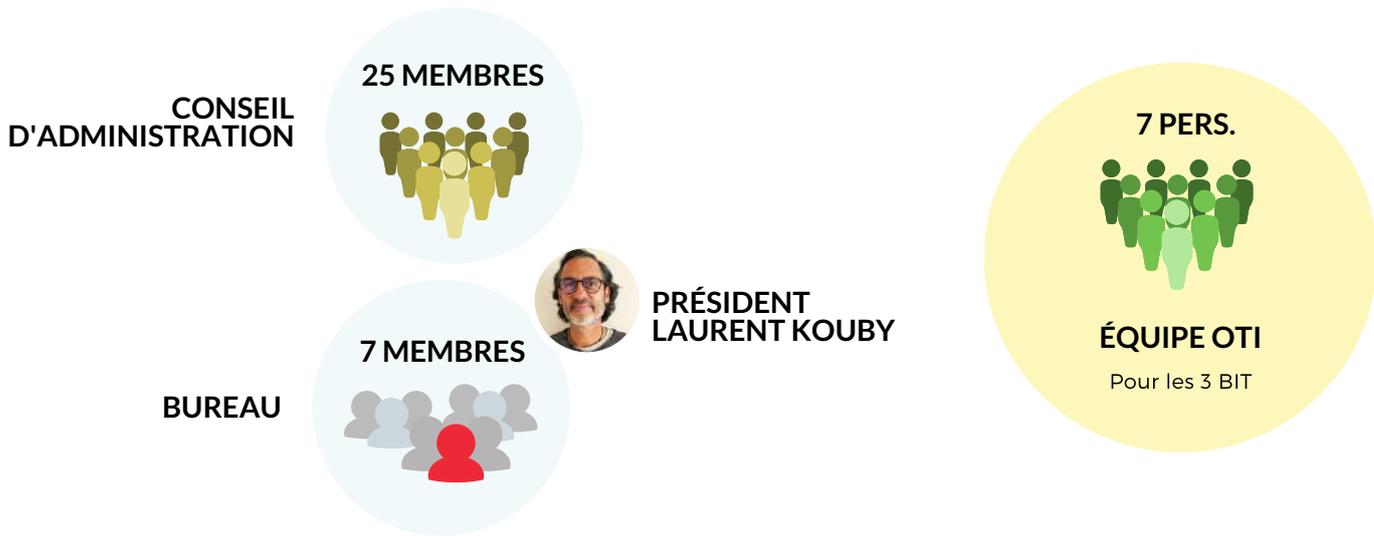
Entre deux achats aux étals du coin un petit détour s'impose pour dénicher matière à animer son été au pays des Saveurs et senteurs et du Livre et de l'Écriture.

8

## GESTION & MANAGEMENT DE L'OTI



## L'OFFICE DE TOURISME C'EST...



### LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION AU 01/01/2020

Il est composé de 25 membres : élus (11), socio-professionnels (11) et représentants d'associations (3).

### LE BUREAU

Il est composé du Président, du Vice-Président et des référents.

### ÉLUS

Maryse BLANC (Ongles) ; Michel DALMASSO (Forcalquier) ; Didier DERUPTY ; Camille FELLER ; Nicolas FURET (Limans) ; Sandrine LEBRE (Forcalquier) ; Patricia PAUL (Saint Étienne les Orgues) ; Paul ROMAND (Niozelles) ; Robert USSEGLIO (Lardiers) ; Philippe JOLY (Saint Michel l'Observatoire) ; Michèle MOUTTE (Communauté de communes Haute Provence Pays de Banon)

### SOCIO-PROFESSIONNELS, PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

BAGARRI Olivier (UESS) ; CHAMANT Isabelle (Campagne St Lazare) ; CLOTTES Anne (L'Atelier d'Aneth) ; DESMONS Nathalie (Observatoire de Haute Provence) ; MARQUET Fabien (Centre d'Astronomie de St Michel l'Observatoire) ; FAVRE Chantal (Gîte, chambres et table d'hôte Les Vignaus) ; GIAY CHECA Francine (Hébergeur) ; KOUBY Laurent (Le Cooksound / La Plage Sonore) ; PASTEAU Catherine (L'atelier du millepattes) ; PELLENQ Guillaume (Les ânes de Forcalquier) ; ZENIE Alexandre (La Villa Saint Marc) ; GUILIANI Vincent (Outdoor Events in Provence - THP) ; DESBLACHE Eliane (Apicultrice) ; BERTUCAT Alexis (Biscuiterie de Forcalquier, Écomusée de l'Olivier, Confiserie Leblanc)

# ORGANIGRAMME DE L'ÉQUIPE AU 01.01.2020

## L'OFFICE DE TOURISME C'EST AUSSI...

Sept membres permanents composent l'équipe de l'Office de Tourisme pour assurer l'ensemble des missions avec, en 2020, un contrat à durée déterminée, et un renfort saisonnier.

Plusieurs stagiaires issus de différentes formations ont été accueillis et encadrés au cours de l'année.

Les renforts saisonniers font tous l'objet de formations spécifiques pendant les premiers jours qui suivent leur arrivée. Le personnel permanent visite régulièrement les professionnels individuellement ou bien en équipe.

**FRANÇOIS GOGUET**  
Directeur



**MICHEL ROUX**  
Suivi administratif et comptable



**LAURENCE DELFINO**  
Conseillère en séjour  
Suivi accueil - qualité



**BENJAMIN BONNET**  
Conseiller en séjour  
Suivi billetterie - boutique - commercialisation



**DOMINIQUE LAGENEBRE**  
Conseiller en séjour  
Suivi du Petit Colporteur - Presse



**ELISABETH VAREILLES**  
Conseillère en séjour  
Suivi communication - APIDAE



**ANAÏS JOLY**  
Conseillère en séjour  
Suivi e-communication



**RENFORT SAISONNIER**  
Conseiller-ère en séjour

## L'ÉQUIPE DE L'OTI



**7,2 ETP**

(équivalent temps plein)

**Au 01.01.2020**

7 permanents

**En 2020**

- 1 CDD
- 1 saisonnier recruté (3 mois)

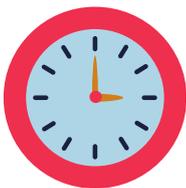
## MONTER EN COMPÉTENCES



### FORMATIONS DES SALARIÉS

**88 %**

des salariés ont suivi une formation en 2020



**224 heures**

81 % Accueil  
6 % Numérique  
13 % Marketing  
- communication

### FOCUS FORMATIONS 2020

#### Gestion de la relation clients (GRC) Avizi :

- Avizi Administrateur : 1 jour - 3 employées - 9 et 11/06 (2 ½ journées)
- Avizi Utilisateur : 1 jour - 6 employées - 23 et 25/06 (2 ½ journées)
- Avizi Marketing : 1 jour - 4 employées - 10 et 17/07 (2 ½ journées)

**Formation au logiciel Photoshop** - 1 employée - du 02 au 04/11/2021

**Saisir les données et utiliser Apidae pour le conseil en séjour** - 7 employées - 10 et 24/11

**Fédérer les prestataires de sa destination et piloter efficacement son GQD** (Groupe Qualité de Destination) - 1 employée - 26 et 27/11

**Plusieurs Webinaires** : Apidae, FROT, ADN Tourisme, CRT, Elloha, ont été suivis par l'équipe technique durant le confinement.

### FORMATION DES ÉTUDIANTS

- 3 élèves accueillis
- 10 semaines de stages cumulées

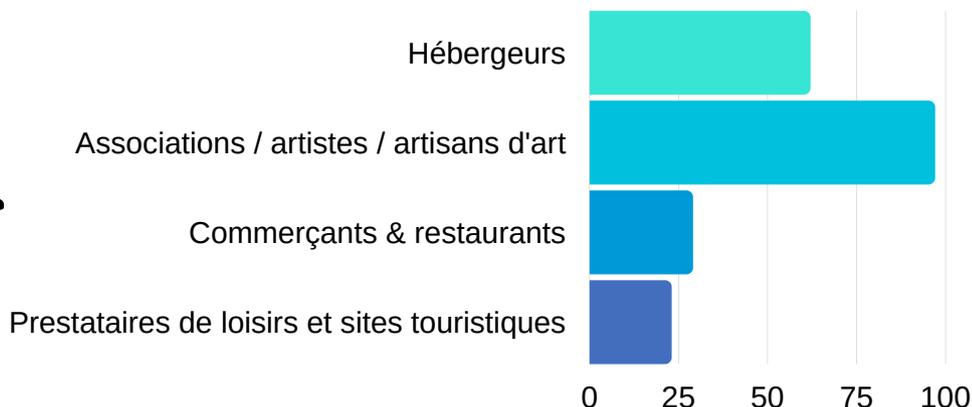
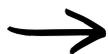
En raison de la crise sanitaire deux stages de 2.5 mois ont été annulés.



Lycée	33%
Études supérieures	67%

## ILS NOUS FONT CONFIANCE

211 ADHÉRENTS



## LES 10 BONNES RAISONS D'ADHÉRER

### ★ COMMUNIQUER

1. Diffusion optimale de votre offre touristique sur nos supports écrits,
2. Visibilité de votre offre sur présentoir à l'Office de Tourisme (prestataires hébergement, activités et loisirs),
3. Visibilité de votre offre sur le site internet de l'Office de Tourisme,
4. Valorisation de la destination et des partenaires sur les réseaux sociaux,
5. Valorisation de la destination par le biais des relations presse,
6. Mise à disposition gratuite et en nombre des brochures éditées par l'Office de Tourisme (sur demande),
7. Visibilité de votre activité sur Internet grâce au Système d'Informations Touristiques APIDAE : gestion et traitement des informations par l'Office de Tourisme.

### ★ ÊTRE ACCOMPAGNÉ

8. Soutien aux porteurs de projet (réglementation, classement des hébergements, qualité, labellisation, etc.),

### ★ BÉNÉFICIER DE BONS PLANS

9. Tarifs privilège pour la régie publicitaire de l'Office de Tourisme.

### ★ COMMERCIALISER

10. Commercialisation de votre offre

# LA FACE VISIBLE

DE L'OFFICE DE TOURISME

ACCUEIL

SALONS

LE PETIT COLPORTEUR

BOUTIQUE

SITE WEB

RÉSEAUX SOCIAUX

ÉCRANS DYNAMIQUES

BILLETTERIE

BROCHURES

## BACK OFFICE

- | Animation collecte de données et mise à jour de la base de données APIDAE
- | Gestion du stock de documentation
- | Observation touristique
- | Réponses au téléphone, aux mails et courriers
- | Traduction de l'offre touristique
- | Gestion de la diffusion de la documentation
- | Actualisation de l'affichage de l'écran dynamique

# LA FACE CACHÉE

## COMMUNICATION

- | Gestion et conception des éditions
- | Conception des supports en interne (Guide, Petit Colporteur, plans...)
- | Gestion de la photothèque
- | Création et diffusion d'une newsletter

## ANIMATION NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE

- | Gestion du site internet
- | Gestion de l'animation des réseaux sociaux et de la e-reputation
- | Création du contenu vidéo et reportages photos
- | Formations des partenaires / socio-professionnels

## PROMOTION

- | Organisation et animation de la participation aux salons touristiques (Salon des Vacances...)
- | Tenue de stands événementiels (Foire d'Ongles, Trail de Haute Provence...)
- | Organisation des opérations de promotion (lots, éditions spécifiques, présence...)

## PRESSE

- | Accueil de presse et eductours
- | Rédaction dossiers de presse, communiqués de presse

## COMMERCIALISATION

- | Montage du service commercial
- | Gestion de la boutique
- | Création d'une brochure idées séjours
- | Saisie des séjours et produits packagés dans APIDAE
- | Gestion inscriptions activités et hébergements

## STRUCTURATION DE L'OFFRE

- | Participation aux réunions thématiques / filières
- | Conseils aux porteurs de projets
- | Accompagnement au classement des meublés
- | Labellisation des chambres d'hôtes

## ADMINISTRATIF

- | Gestion administrative et RH
- | Présence réunions partenaires
- | Suivi des commissions de travail thématiques
- | Élaboration de la stratégie de développement touristique

## COMPTABILITÉ

- | Préparation du budget prévisionnel et suivi comptabilité
- | Gestion budgétaire et fiscale
- | Gestion des caisses et logiciel de caisse
- | Suivi billetterie

9

**STRATÉGIE, OBJECTIFS ET PLAN D' ACTIONS 2020 - 2021**



# STRATÉGIE, OBJECTIFS ET PLAN D'ACTIONS

## STRATÉGIE ET OBJECTIFS

### STRATÉGIE

- Migration d'une stratégie de tourisme d'un jour vers le tourisme de séjours
- Tourisme durable, écotourisme, tourisme contemplatif, tourisme expérientiel
- Marketing de destination

### OBJECTIFS STRATÉGIQUES

1. Rationaliser et viser la performance des outils de promotion et de commercialisation
2. Animer une politique d'innovation produits et développer le tourisme expérientiel
3. Animer le réseau des opérateurs touristiques
4. Viser la performance collective et accroître la relation client avec les communes
5. Décloisonner tourisme et récréatif
6. Capitaliser sur les secteurs privé et associatif
7. Générer des nuitées et optimiser la taxe de séjour

## PLAN D'ACTIONS 2020 - 2021

### ACCUEIL / INFORMATION

- ✓ Engagement du Classement en Catégorie II
- ✓ Création de la boutique en lien avec notre Destination
- ✓ Développement du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

### PROMOTION / COMMUNICATION

- ✓ Nouveau site web, stratégie de contenu, réservation en ligne
- ✓ Poursuivre des actions de promotion, de conquêtes de clientèles sur les marchés français et étrangers
- ✓ Valorisation de la marque sur les 4 saisons
- ✓ Structuration du service Affaires/Groupes

### INGÉNIERIE & MANAGEMENT DE PROJETS

- ✓ Contribuer à la mise en scène du territoire : aménagements, investisseurs, itinérances, signalisation, randonnées...
- ✓ Développer le travail de collecte d'indicateurs économiques

### MANAGEMENT / ADMINISTRATIF / PERSONNEL

- ✓ RGPD - accompagnement, mise en conformité
- ✓ Réflexion sur la mise en place de la RSE



# MERCI POUR VOTRE SOUTIEN ET VOTRE COLLABORATION !

L'Office du Tourisme remercie ses partenaires ainsi que les opérateurs touristiques qui ont pris part à la réalisation de toutes ses actions.

## LES PARTENAIRES

La Région Sud - le Conseil Départemental des Alpes de Haute Provence - l'Agence de Développement touristique des Alpes de Haute Provence - le Parc Naturel Régional du Luberon - la Fédération Régionale des Offices de Tourisme - Vélo Loisir Provence - Communauté de Communes Pays de Forcalquier - Montagne de Lure.

## LES COMMUNES DU PAYS DE FORCALQUIER MONTAGNE DE LURE

*mais pas que...*

Forcalquier - Cruis - Fontienne - Lardiers - Limans - Lurs - Montlaux - Niozelles - Ongles - Pierrerue - Revest-Saint-Martin - Saint-Étienne-les-Orgues - Sigonce - Saint Michel l'Observatoire - Communauté de Communes Haute Provence Pays de Banon

## LES ADHÉRENTS DE L'OFFICE DU TOURISME DU PAYS DE FORCALQUIER MONTAGNE DE LURE

Abbaye de Valsaintes - ADECOM - Alpes de Lumière - Arbre & Aventure en Pays Dignois - Association d'animation du prieuré de Carluc - Auberge des cerfs - Auberge des Coupoles - Bar de la Lavande Chez Mojo - Bistrot de Pays - Camping Sous les étoiles - C'Fée Nature - Château de Sauvan - Chez Émée - Ciel et Terre - Comité des Fêtes de Limans - Earl Arizzi - Easy Vélo Électrique - Église Saint-Christophe - Et on écrit - Ferme Les Escuyers - Foyer Rural d'Ongles - France Montgolfières - Gap Tallard Fly and Dream - Guides de Pays des Alpes de Haute-Provence - Janssaud Centre de Randonnée Équestre - Jok'Air Parapente - La Baleine Qui Dit "Vagues" - La Conserverie - La Crêperie - La Loly Circus - La Parenthèse - La Plage Sonore - Cooksound festival - La Raquette Stéphanoise - La Terrasse de Lurs - La Tonnelle - La Voie de l'Eau - L'Atelier d'Aneth - L'Auberge du Bois - Les Amis de l'Orgue de Forcalquier - Les Ateliers - Les Crins de Gaïa - L'Esperluette - Ma Nine ! - Maison de la Famille - Moulin de Gouvan - Musée de Salagon - Nautilus La Boutique - Observatoire de Haute-Provence - Opus Neo - PACHAMAMA - Provence Home Care - Regain - Société Coopérative d'Intérêt Collectif - REZ 04 - Saint Pierre qui roule - SCI Fratelly - Sisteron Aventure Accrobranche - Syndicat Apicole des Alpes de Haute-Provence - Théâtre de Chambre - UCAF Union des commerçants & artisans de Forcalquier - UESS - Unis-Verts-Paysans - Vélo Loisirs Provence - Verdon Aventure - Atelier l'art et la matière - L'Atelier d'Isabelle - L'Atelier du Mille-Pattes - Le Garage L - Atelier Klorofil - Ateliers Singuliers - Delbosco - Format Sud - Galerie Brillan'Art - Galerie Pigments - La Maison de Brian - La Voûte - ACROF - APESMOLALA - Artgo et compagnie - Au coin de la rue de l'enfer - ARTS - Bandalena - Bibliothèque Pour Tous - Bienvenue à Montlaux - Bleu de l'Inde - Bleu en Lure - Body Mind Spirit - Chœur Accord - Chœur Allegretto de Manosque - Chœur du Pays de Forcalquier - Chrysalis - Club 7-77 Yoga - Comité des Fêtes de Lardiers - Comité des Fêtes de Montlaux - Compagnie du Passeur - Compagnie Rires Sourires - Compagnie théâtrale Le Puits à Coqs - Confluences - Connaissance de la Provence - Corps Espace Création - Croq'Livres - Écho Forcalquiéren - École Intercommunale de Musique, Danse et Théâtre - Ensemble Vocal à Contretemps - Équilibre - Forcalcossebre - Forcalquier des Livres - France Palestine Solidarité 04 - Galerie Ex-Tempo - Harmonisation de Gaïa - Insolite Nature - La Commanderie - La Compagnie des grands espaces - La Fée d'Arlane - L'Atelier - L'Aven - Le Chœur du Luberon - Le Gabion - Le K'Fé Quoi - Les Amis de Jean Proal - Les Amis de l'Orgue de Dauphin - Les Amis de Lucullus - Les Amis de Saint-Michel Lincel - Les jardins partagés de Lurs - Les Riches Heures Musicales de la Rotonde - Lire dans les Alpes du sud - L'Osons Jazz Club - Mouvance - NatureYoga - Nous voulons des coquelicots - Orgalure - Outdoor Events in Provence (Trail de Haute-Provence) - Partage - Patrimoine du Pays de Forcalquier - Radio Zinzine - Rencontres Musicales de Haute Provence - Se Tourne au Sol - Sensaniozelles - Société Astronomique de la montagne de Lure - Spécialiste en Shiatsu - Syldansevie - Théâtre Mandin - To Be - Université Populaire Graines de Savoirs - Zen de Forcalquier - Bachelas Bike - Biscuiterie de Forcalquier - Confiserie de Banon - Distilleries et Domaines de Provence - Écomusée de l'Olivier - L'atelier de Françoise - L'édition à façon - Les Bains de Manon - Librairie La Carline - Librairie Le Bleu - Marie-Anne Traiteur - Producteur Petit Épeautre - Shiatsu - Relaxation coréenne - Terre d'Oc - A place in Provence - Association Longo Mai - Au Soleil Levant - Bergerie de Beaudine - Campagne Janigou - Campagne les Vignas - Camping de Valsaintes - Camping Forcalquier Les Routes de Provence - Camping L'Oasis de Provence - Centre de vacances LPM - Chante Oiseau - Charembreau - Couvent des Minimes - Domaine des Sources - Domaine du Bas Chalus - Domaine naturiste Les Lauzons - Ferme équestre Les Coccinelles - Fontaine Neuve - Gîte Le Moulin - Gîtes des Korrigans - Grand Hôtel - Hôtel Galilée - Hôtel Saint-Clair - La Bastide Saint-Georges - La campagne St Lazare - La Maison de la Louette - La Parise - La Treille Rouge - La Truffière - Le Cabanon - Le Mas des Ferrayes - Le Mas des Pins - Le Mas du Cadranier - Le Mazet de Louis - Le Moulin des Encontres - Le Relais d'Elle - Les ânes de Forcalquier - Les Bories - Les Demeures du Clos - Les Granges - Les Trois Oliviers - Maisons d'hôtes de Champmailay - Mas des Grailles - Mas du Pont Roman - Pacaleaula - René Char - Vieux Moulin des Charmelles - Villa La Lurette - Villa Saint Marc - ...