

Guide du partenariat 2024



GORGES
de l'Ardèche | Pont d'Arc



Edito

La marque **Gorges de l'Ardèche Pont d'Arc** est désormais bien installée ; le territoire s'est organisé autour de cette bannière commune et profite dans sa globalité de la notoriété de ses grands sites comme de la diversité et de la richesse de son offre naturelle et culturelle.

Si la saison 2023 a pu paraître parfois contrastée (baisse sur juin-juillet) la fréquentation globale a progressé (+5%) avec une **évolution très positive sur les ailes de saison** et selon une tendance comparable sur l'ensemble du territoire, que ce soit sur la Communauté de communes des Gorges de l'Ardèche ou sur la Communauté de communes Du Rhône Aux Gorges de l'Ardèche.

Les résultats et l'expérience de ces deux dernières années nous confortent dans les choix de rapprochement des deux Offices de tourisme et dans le principe d'unité de la destination *Gorges de l'Ardèche Pont d'Arc*.

Le toujours « plus » de fréquentation n'est pas notre objectif absolu pour le territoire. Nous lui préférons le toujours « mieux » et **l'attractivité de la destination n'a de sens que si elle respecte les équilibres de développement économique, social et environnemental**. L'étalement de la fréquentation hors saison estivale, et la diffusion des retombées économiques sur les différentes filières et sur l'ensemble des 29 communes du territoire constituent nos objectifs majeurs.

L'Office de tourisme s'y emploie tous les jours de l'année au travers de ses différentes missions qui sont larges et transversales (accueil, information, accompagnement des acteurs et filières, promotion, communication, commercialisation, médiation...). Il contribue au développement d'espaces d'échanges entre acteurs publics et privés, entre socio-professionnels et collectivités.

Notre choix de se doter d'une structure, de moyens humains et financiers mutualisés à l'échelle de la destination renvoie également aux **grands défis auxquels nous sommes confrontés** et qui sont pleinement intégrés dans les axes de travail de l'Office de tourisme : le changement climatique est tangible, nous le percevons au quotidien et il nécessite une adaptation volontariste et rapide ; les grandes évolutions sociologiques révélées par le COVID, les attentes vers un tourisme plus responsable imprègnent durablement les comportements touristiques ; l'Intelligence Artificielle fait irruption, et révolutionnera nos pratiques comme internet l'a fait il y a 20 ans. Elle va impacter nos métiers et pose la question de la production de contenus, de la création, de l'innovation et de la valeur accordée à la relation humaine.

Enfin, notre ambition nous porte à capitaliser sur notre notoriété touristique pour développer une **attractivité plurielle, transversale**, économique, sociale et environnementale. Nous y sommes déjà engagés : autour de l'attractivité touristique (entre visiteurs régionaux de proximité et clientèle étrangères), autour de l'attractivité pour les entreprises et leurs salariés, sensibilisés grâce au développement du tourisme d'affaires, autour de l'attractivité des salariés saisonniers avec l'intégration des missions de la Maison de la saisonnalité – en 2024 – au sein de l'Office de tourisme.

Nous croyons fondamentalement dans les **synergies entre les collectivités et les acteurs privés** et dans le rôle d'interface que peut jouer l'Office de tourisme.

Ces défis, ces opportunités, nous devons les porter ensemble au service d'un développement équilibré de notre territoire.

Françoise Gonnet Tabardel

Présidente

Communauté de communes DRAGA

Luc Pichon

Président

Communauté de communes
des Gorges de l'Ardèche

Bernard Chazaut

Président

Gorges de l'Ardèche Tourisme

Claude Benahmed

Vice-président

Gorges de l'Ardèche Tourisme

Sommaire

Bilan 2022 - 2023 et perspectives 2024	4
Une marque forte, image et notoriété	6
Les relations médias	7
Les outils de communication	8
Les actions de commercialisation	9
Vers un tourisme plus responsable	10
Les tarifs 2024	13
L'équipe	14
Elus et professionnels à votre écoute	15



© Marina Geray

Les gorges de l'Ardèche, une destination à réenchanter et un engagement éco-responsable à affirmer pour mieux diffuser les flux touristiques dans le temps et dans l'espace.

Bilan 2022-2023 et perspectives 2024

Deux années ont permis d'atteindre une première vitesse de croisière pour les actions de l'Office de Tourisme. Si le niveau de service a été maintenu par rapport aux deux anciennes structures, certaines actions ont été largement consolidées et d'autres, nouvelles, sont venues compléter le champ d'intervention conformément aux piliers stratégiques identifiés. On y retrouve notamment :

➔ **Le « mix » Accueil/information dans les BIT et le développement de l'accueil à distance (téléphone, Chat, mail, ...)**

➔ **Le renouvellement des outils et du ton de la communication** (les 2 premiers numéros de 7ème sens, magazine à destination des touristes et des habitants qui donnent du « sens » ; la nouvelle série de 7 vidéos de l'Académie des Gorges de l'Ardèche au ton moderne, style direct, décalé ; les publications Social média résolument plus éco-responsables, ...)

➔ **La valorisation du patrimoine** : la mise en place d'une signalétique « Grotte Chauvet, patrimoine mondial de l'Unesco » dans les 29 communes ; le déploiement de l'appli « Baludik » sur Bourg-Saint-Andéol, Viviers et Vallon-Pont-d'Arc pour découvrir le patrimoine en autonomie et en s'amusant.

➔ **Les actions de commercialisation qui constituent des leviers d'image, de fréquentation sur les ailes de saison et touchent des publics spécifiques**: la fréquentation des bivouacs a été stabilisée dans l'attente de prochains réinvestissements ; les croisières sur le Rhône enregistrent à nouveau une forte montée en puissance, symbolisée par le baptême d'un nouveau bateau à Viviers donnant de belles perspectives d'activités pour l'Office de Tourisme; le tourisme d'affaires MICE « explose » littéralement en

Les 4 piliers stratégiques du nouvel Office de Tourisme

1 Affirmer une destination UNIFIÉE « Gorges de l'Ardèche - Pont d'Arc » comme destination d'EXCELLENCE à l'échelle INTERNATIONALE

- S'appuyer sur la complémentarité des offres nature/culture
- Renforcer et incarner l'excellence avec les sites exceptionnels des Gorges de l'Ardèche/Pont d'Arc et de la Grotte Chauvet Patrimoine Mondial de l'Unesco
- Démultiplier et qualifier les offres thématiques périphériques et complémentaires à l'échelle de la nouvelle destination

2 Utiliser nos atouts DIFFÉRENCIANTS comme moteurs de la destination

- Les « Gorges de l'Ardèche » unifiées avec une offre et une image renouvelées
- Un rayonnement du label Unesco sur l'ensemble du territoire et des sites patrimoniaux



Réserve
Naturelle
DE FRANCE



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Grotte ornée du Pont-d'Arc,
dite Grotte Chauvet-Pont-d'Arc, Ardèche
inscrite sur la Liste du patrimoine
mondial en 2014

moins de 2 ans, des entreprises de la France entière choisissent le centre de conférence de la Grotte Chauvet 2 et le Sud Ardèche pour « donner du sens » à leurs évènements professionnels autour des valeurs « origines » et « nature ».

L'année 2023 a été marquée par une couverture « record » de la destination Gorges de l'Ardèche Pont d'Arc par les médias: autour de l'innovation portée par « canoë malin », autour des grands totems du territoire mais surtout autour de toutes les thématiques, pépites et acteurs qui font la pluralité de notre destination. Bénéfice garanti, direct et indirect pour tout le territoire et tous les professionnels.

Pour 2024, de nouveaux challenges sont à l'horizon :

- ➔ La valorisation des « anniversaires » des 10 ans de l'inscription Unesco et les 30 ans de la découverte de la Grotte Chauvet qui devraient constituer une vitrine et rejaillir sur tout le patrimoine culturel de la destination
- ➔ La version 2.0 de la Maison de la saisonnalité, confiée à l'Office de tourisme, mixant communication/attractivité renouvelée des saisonniers et accueil/accompagnement dans leur parcours d'emploi et de logement.
- ➔ La mise en place d'un marketing et d'actions de communication ultra segmentées, ciblées semaine par semaine sur les ailes de saison, à partir d'une analyse (en partenariat avec les filières professionnelles) des principaux enjeux de cibles clients (proximité, étrangers, ...)

Le soutien partenarial des acteurs du tourisme de Gorges de l'Ardèche Pont d'Arc va permettre la mise en œuvre de toutes ces actions. L'engagement de chacun autour de la valorisation de notre marque commune, de la diffusion de nos supports auprès des visiteurs et clients assurera une efficacité décuplée.

3 Répondre aux grands ENJEUX SOCIÉTAUX

- Eco-responsabilité & transition écologique : renforcement des offres éco-responsables adaptées aux changements climatiques, accompagnement des acteurs, travail sur les mobilités. Intégration de la raréfaction des ressources.
- Digitalisation au service de l'humain : position des outils digitaux au cœur de la stratégie marketing, optimisation des datas disponibles orientées clients, professionnalisation des acteurs du territoire.

En corollaire, valorisation de la médiation humaine et de l'accueil au sens large comme élément de forte valeur ajoutée touristique.

4 Optimiser les retombées sur le territoire, renforcer l'ATTRACTIVITÉ et fédérer les énergies

- Réaffirmer la diffusion de la fréquentation sur l'ensemble de la destination et toute l'année
- Optimiser l'image du territoire pour dégager une attractivité économique globale
- Apporter une vigilance particulière à la surfréquentation et à l'acceptabilité touristique



© Patrick Aventurier

Le classement au patrimoine mondial de l'UNESCO, un levier d'attractivité à faire rayonner sur l'ensemble du territoire pour faire découvrir ses richesses patrimoniales

Une marque forte, image et notoriété

La communication de la destination Gorges de l'Ardèche – Pont d'Arc évolue fortement et doit intégrer une nouvelle posture. Elle doit naturellement être OFFENSIVE autour de contenus de « séduction » pour renforcer l'image, la notoriété et les valeurs de Gorges de l'Ardèche Pont d'Arc ... Mais elle doit être également DEFENSIVE car il s'agit d'anticiper et se préparer à faire face à des situations exceptionnelles (événements climatiques, médiatiques...), potentiellement « négatives » et être capable de réagir en « temps réel » par une communication « de crise » susceptible de réduire les impacts sur l'image et la fréquentation.

L'Office de Tourisme mixe l'ensemble de ses actions au bénéfice des professionnels et de la destination :

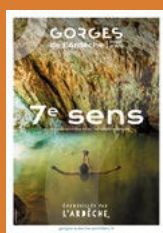
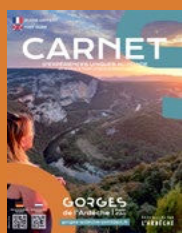
- ➔ Il adapte sa communication en fonction des besoins : communication générique, événementielle, thématique, volontariste, segmentée, d'opportunité, de crise, ...
- ➔ Il crée des contenus qualifiés, innovants et à valeur ajoutée (écrit, photos, vidéos).
- ➔ Il utilise son savoir-faire en marketing opérationnel et déploie des outils multiples de valorisation et de diffusion sur le web, les réseaux sociaux, dans les médias, dans ses supports print mais aussi renforce la médiation par ses conseillers en séjour dans les bureaux et à distance.

Une marque forte « GORGES DE L'ARDECHE – PONT D'ARC » Un bien commun à multidiffuser

Gorges de l'Ardèche – Pont d'Arc, bien que lancée récemment en 2021, est déjà une marque forte, reconnue, et illustre une destination qui compte dans le monde du tourisme ! Le rôle de l'Office de tourisme est d'amplifier le développement de sa notoriété auprès des cibles françaises et étrangères, de faire prévaloir ses valeurs et de valoriser sa promesse client.

Gorges de l'Ardèche – Pont d'Arc c'est la marque du territoire, celle de l'Office de tourisme et la vôtre, acteurs du tourisme ! Pour être efficace, chacun des professionnels de la destination doit pouvoir se l'approprier, l'utiliser, la revendiquer et la décliner sur ses différents supports d'accueil, d'information, de promotion et de communication.

- ➔ En accès direct : Présentoirs + Magazine + Carnet + Flyers QR code



- ➔ Sous l'angle numérique : Photothèque / vidéothèque + les 7 vidéos de l'Académie des Gorges de l'Ardèche + Bannières ou widgets mis à disposition



Vidéos «Académie des Gorges de l'Ardèche»



Bannières mises à disposition

ENSEMBLE FAISONS RAYONNER NOTRE MARQUE COLLECTIVE !

Pour la saison 2024, afin d'optimiser le référencement naturel du site www.gorges-ardeche-pontdarc.fr nous vous demandons de positionner le logo GAPA sur votre page d'accueil de votre site internet et de faire un lien sur une des pages du site (la home page ou autre)

En complément, vous pouvez également créer des liens dans les textes, les images, positionner des bannières graphiques que nous mettons à votre disposition et permettant de répondre aux principales interrogations de vos clients (où manger, où dormir, que faire aujourd'hui, l'agenda de la semaine, visiter des producteurs, ...)



Les incontournables de la marque



Code de la marque



Vidéo de lancement de la marque

Toutes nos actions sont complémentaires ou mutualisées avec nos partenaires directs



Les relations médias : un levier essentiel

Une année 2023 exemplaire

L'effet démultiplicateur des médias est un véritable levier de notoriété pour la destination. L'Office de tourisme GAPA est un relais et un facilitateur essentiel à la venue des médias (dossier de presse, stimulation du carnet d'adresses média, relais d'opérations avec les partenaires ADT ou ART, accompagnement éditorial et logistique des équipes médias, fourniture de contenus photos, vidéos, ...). La disponibilité et la compréhension des besoins sont essentiels et l'Office de tourisme est aujourd'hui pleinement reconnu dans ces fonctions. Les retombées ne sont pas toutes spontanées, elles sont surtout le fruit de contacts entretenus, de sujets ciblés, ... le contenu et la teneur des reportages ne sont jamais garantis mais des axes éditoriaux ciblés permettent généralement de faire passer les bons messages !

Quels que soient la thématique ou l'angle traité, le site ou l'acteur mis en avant, l'impact rejaille sur l'ensemble de la destination et donc sur l'ensemble des partenaires... Le retour sur investissement a été excellent en 2023 avec des reportages Presse / TV régionaux, nationaux et internationaux sur tout le territoire sur des thématiques multiples représentant toute la diversité des atouts de la destination.

➔ TÉLÉVISION, RADIO ET PRESSE ÉCRITE EN 2023



3 exemples d'actions médias en 2023

➔ SEMAINE JT TF1 - 13H

5 jours de présence de TF1 du 14 au 18 août 2023
1 lancement en direct et 1 reportage par jour au JT de 13h
vu par 5 millions de téléspectateurs



➔ MAGAZINE BALADES : OPÉRATION CIBLÉE

Publireportage dans le magazine du mois de septembre 2023.
Photo de couverture + 20 pages =
Tirage à 40 000 ex



➔ MEDIA ALLEMAND

Accueil de 5 journalistes allemands en partenariat avec l'ADT 07
22 retours dans des médias nationaux ou régionaux.



➔ COM' DE CRISE

L'année 2022 a révélé les « crises » qui pouvaient survenir sur notre territoire ou à l'échelle nationale (eau, feu, sécheresse, canicules, pics de fréquentation, changement climatique, ...). C'est la raison pour laquelle, en 2023 l'Office de Tourisme s'est associé à l'Agence de Développement Touristique techniquement et financièrement pour faire intervenir une agence de communication spécialisée « Rumeur publique ». Objectif : anticiper des « événements » possibles, créer une bibliothèque de messages génériques et des contenus positifs susceptibles d'être utilisés en cas « de crise », disposer d'une assistance-conseil en temps réel, organiser les prises de parole, structurer les remontées d'informations « terrain », réaliser des actions de communication concertées et efficaces en direction des acteurs du tourisme, des médias, et du grand public.

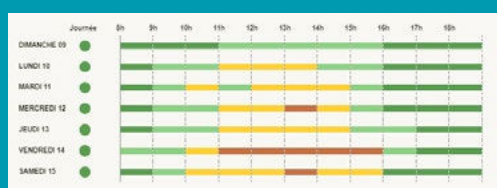


Les outils de communication

Focus « Canoë Malin »

Dispositif unique, innovant, pratique et expérimental, Canoë Malin est une innovation de l'Office de tourisme des Gorges de l'Ardèche développé en partenariat avec le Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche et le Syndicat des loueurs de bateaux.

Il propose une information neutre, fiable, basée sur un modèle prédictif précis (jour et heure) de la fréquentation sur la rivière. L'information est doublée par deux webcams installées à Chames et à Saint-Martin-d'Ardèche



Canoë Malin a permis en 2023 :

- ➔ de proposer une information à forte valeur ajoutée, utile pour les touristes dans leur préparation de loisirs et déjà fortement utilisée sur le site web de l'Office de Tourisme (30 000 sessions web spécifiques depuis fin-mai)
- ➔ de mettre à disposition et de relayer l'information aux visiteurs par des widgets (loueurs de bateaux) ou des liens chez les professionnels (hébergeurs) du territoire
- ➔ de mobiliser les médias régionaux et nationaux et de leur apporter un angle spécifique, positif et innovant sur le traitement de la thématique des pics de fréquentation
- ➔ de renvoyer sur les autres actions partenariales visant à développer l'éco-responsabilité des pratiques dans les Gorges de l'Ardèche

Focus « Offres fraîcheur »

En prévision des 2 semaines de canicule annoncées mi-juillet et fin-août, l'Office de tourisme a anticipé la semaine précédente et a mis en place des campagnes ciblées sur les réseaux sociaux autour de la promesse : « venez prendre le frais dans les Gorges de l'Ardèche ». La promesse était articulée autour d'offres spécifiques adaptées : les grottes et la spéléo et leur climatisation naturelle, les loisirs nautiques en rivière, les activités nocturnes, les musées et visites de villages.

Un test a donné des résultats très positifs, tant quantitatifs (visibilité) que qualitatifs (interactions sur les réseaux sociaux) et efficaces pour donner une image favorable de la destination face aux épisodes de chaleur.

Le site Web



- ➔ + de 1 Million de sessions en 2023
- ➔ + de 3 Millions de pages vues
- ➔ 600 000 vues des pages des pros
- ➔ 40% d'interactions sur les pages des pros

Véritable pilier de la communication de l'Office de tourisme, le site web est pensé autour de l'expérience utilisateur pour à la fois séduire l'internaute, mais également lui faciliter l'accès à l'information et à la réservation. Il est construit autour du positionnement marketing de l'Office de tourisme.

➔ **Il séduit** grâce aux incontournables de la destination : Gorges de l'Ardèche et Pont d'Arc, Grotte Chauvet 2, Aven d'Orgnac, Villes et villages remarquables (Balazuc, Labeaume, Saint-Montan, Viviers, Vogüé)

➔ **Il étonne** grâce à ses nombreuses thématiques : micro-aventure, oenotourisme, vélo, rando, art de vivre, terroir, ...

➔ **Il informe** grâce à l'offre de partenaires, aussi bien en matière d'hébergements que d'activités et restauration.

Les réseaux sociaux

Une communauté interactive

- ➔ de 65 000 abonnés sur Facebook
- ➔ de 11 000 abonnés sur Instagram



Le e-marketing

➔ **25 campagnes spécifiques** couvrant l'ensemble du territoire et des filières

➔ **8,5 millions d'affichages en 2023**

➔ **140 000 sessions sur le site web**

Un savoir-faire éprouvé, internalisé avec des résultats toujours significatifs

Les outils Print

Les autres outils papier

- ➔ Z'card descente de la rivière Ardèche
- ➔ Z'Card de la Via Ardèche
- ➔ Plans de villages et commerçants
- ➔ Jeux de pistes, cartons jeu
- ➔ Flyer visites guidées...



Les autres outils incontournables développés en partenariat :

- ➔ Carte comptoir du Sud Ardèche
- ➔ Guide Famille du Sud Ardèche
- ➔ Plaquette Ardèche Terre de Dolmens
- ➔ Topoguide DRAGA, Topoguide Gorges de l'Ardèche, Cartoguide VTT, guide vélo, fiches rando.

Et aussi :

L'agenda hebdomadaire des événements et manifestations du territoire adressé à la presse Drôme-Ardèche et aux professionnels partenaires.

Les actions de commercialisation

Ces actions concernent des activités spécifiques et sont le fruit d'un partenariat entre acteurs publics et/ou privés. Elles ont pour finalité de générer de nouvelles retombées pour la destination, de capter ou de fidéliser des clientèles spécifiques (affaire/croisière) ou d'améliorer l'image de certaines expériences. Un même objectif : être un levier sur la fréquentation des ailes de saison.

➔ **Les croisières sur le Rhône : « Faire de l'escale de Viviers une porte d'entrée patrimoniale pour les clientèles internationales ».** L'Office de Tourisme accueille ainsi des clientèles CSP +, étrangères (USA, anglophones et germanophones, ...) et compose des prestations multiformes et originales, axées sur le patrimoine et l'Art de vivre pour visiter le centre historique de Viviers et les alentours. L'Office agit pour des compagnies de croisières ou des agences réceptives à l'échelle du bassin Rhône-Saône. 170 000 € de chiffre d'affaires en 2023. Un nouveau bateau, le River Cruise a choisi Viviers en août pour son baptême officiel et l'Office de tourisme pour ses prestations de visites : un surcroît majeur d'activité pour 2024.



➔ **Les bivouacs des gorges de l'Ardèche : « Redessiner et enrichir l'image nature des Gorges de l'Ardèche »**

En partenariat avec le Syndicat de gestion des Gorges de l'Ardèche qui gère les bivouacs de Gaud et Gournier au sein de la Réserve Naturelle Nationale des Gorges, l'Office de Tourisme commercialise en exclusivité l'accès aux bivouacs. Il propose également des produits tout compris (2 jours canoë / randonnée + bivouac) qui facilitent le parcours client des nouveaux publics urbains tourné vers des expériences « nature ». 460 000 € de chiffre d'affaires dont 310 000€ spécifiquement pour les seuls bivouacs. L'étude en cours sur la requalification de l'offre bivouac, pilotée par le Département de l'Ardèche et co-financée par la région AURA, la Communauté de communes des Gorges et le SGGGA, ouvre de nouvelles perspectives pour l'avenir et l'attractivité du produit.



➔ **Le Tourisme d'Affaires / MICE : « Donner du sens et favoriser l'organisation d'événements d'entreprises dans le Sud Ardèche »**

Dans le cadre d'un partenariat innovant public/privé avec la Grotte Chauvet 2, l'Office de Tourisme commercialise en exclusivité les espaces de séminaires de la Grotte Chauvet 2. Créé en 2021 par le Syndicat Mixte ERGC, cet équipement (salle de 240 places, 2 salles de sous-commission, salon de réception) constitue un produit d'appel pour le tourisme d'affaires. La destination a ainsi adopté un positionnement différenciant : donner du sens aux événements d'entreprise autour des thématiques « origines » et « nature ».

Objectif : créer des retombées économiques (préférentiellement sur les ailes de saison) sur la chaîne des prestataires associés (hébergements, restaurants, activités, sites, transports, ...), indispensables pour générer attractivité et séjours.

En 2023, 520 000 € de chiffre d'affaires direct pour le territoire, générés par l'Office de tourisme, une professionnalisation et une mise en réseau des acteurs sur ce segment MICE ; une qualification de l'image du sud Ardèche comme destination « affaires » originale et crédible qui monte en puissance et bénéficie à tous.

La signature d'une nouvelle convention d'exclusivité – identique à la précédente – entre Chauvet 2 et l'Office de Tourisme pour la période 2024-2027, consolide le partenariat créé, apporte une visibilité de moyen terme et dessine de nouvelles perspectives de croissance et de retombées sur ce marché.



« Attractivité » multifacette

Les missions « d'attractivité de destination » confiées à l'Office de Tourisme s'étoffent et se conjuguent désormais au pluriel pour encore plus de transversalité :

- ➔ L'attractivité touristique : notre mission première
- ➔ L'attractivité des entreprises et de leurs salariés dans le cadre du Tourisme d'Affaires / MICE
- ➔ L'attractivité pour les emplois et notamment ceux des saisonniers

A ce titre, la SPL se voit confier par la Communauté de communes des Gorges de l'Ardèche - à partir du 1er Janvier 2024 – les missions de « Maison de la saisonnalité »

autour d'actions d'accueil, d'orientation et d'accompagnement social, et de mise en relation avec des employeurs ... L'Office de tourisme apportera – de manière pro-active et à l'échelle GAPA - son savoir-faire en matière de promotion/communication digitale, afin de rendre notre territoire toujours plus attractif, d'optimiser la « gestion de la relation aux saisonniers » et de proposer un service complet de suivi (avant – pendant – après) aux professionnels du tourisme. Une nouvelle bonne raison pour les hébergeurs, sites, commerces et restaurants d'être partenaire de l'Office de tourisme.



Vers un tourisme plus responsable

Un plan de formation pour cet hiver

En collaboration avec l'ADT, notamment dans le cadre de l'opération tourisme durable menée avec l'ADEME, plusieurs ateliers en présentiel sur notre territoire

→ **Le solaire thermique** avec l'ALEC 07
8/11 à Saint-Marcel-d'Ardèche

→ **Du bon usage de la ressource en eau**
avec Aqua Conseil et l'Etablissement Public Territorial du Bassin Versant de l'Ardèche

31/01 pour les locatifs (gîte et chambre d'hôtes)
1/02 pour les gros établissements (camping, village de gîtes, village de vacances...)

→ **La gestion de l'eau en sud Ardèche**
avec EDF Hydro et l'Etablissement Public Territorial du Bassin Versant de l'Ardèche
Visite du complexe hydroélectrique de Montpezat/Pont de Verrières

2 dates à déterminer (en janvier/février)

→ **Engager et financer sa transition**
avec ID tourisme

21/03 à Labeaume

Les labels, un bon levier en matière de tourisme responsable



De nombreux labels sont déployés sur le territoire, très peu de référentiels sont dédiés entièrement au tourisme responsable (notons les labels *la clé verte* et *l'Ecolabel européen*) mais beaucoup y contribuent à commencer par le classement des hébergements en étoiles qui intègre dorénavant de nombreux critères durables. Sur le territoire, l'Office de tourisme déploie avec ses partenaires 4 labels qui peuvent être un bon point de départ :

→ **Accueil vélo**, avec l'ADT, pour favoriser les mobilités douces en proposant des services aux cyclistes

→ **Vignobles et découvertes**, avec 2000 vins d'Ardèche, pour faire découvrir l'agriculture locale, les circuits courts et des paysages viticoles

→ **Famille plus** pour apporter des services aux familles et favoriser l'accès aux loisirs pour tous

→ **Chambre d'hôtes référence** avec l'ADT, pour garantir une qualité d'accueil et de services au sein d'une filière qui ne bénéficie pas du classement en étoiles.

Le changement climatique est la cause de phénomènes qui ont déjà marqué notre destination (manque d'eau, sécheresse, incendies, crues...) et deviendront plus fréquents à l'avenir. Il s'agit, collectivement et individuellement, de nous y préparer en favorisant les éco-gestes au quotidien mais aussi en investissant dans des infrastructures moins consommatrices des ressources naturelles et plus protectrices de la biodiversité. Si l'approche environnementale est celle qui vient en premier à l'esprit quand on évoque le tourisme durable ou responsable, les impacts sociaux et économiques du tourisme ne doivent pas être minimisés. Il s'agit de travailler aussi sur l'inclusion des publics en difficulté, sur l'accueil des personnes handicapées, sur le bien-être au travail, la formation des salariés, l'accueil des saisonniers mais aussi sur le lien avec la population locale. Le tourisme nourrit le territoire (par ses retombées, par l'emploi direct ou indirect) mais il doit aussi veiller à préserver les équilibres en place.

Un état des lieux réalisé en avril

Une enquête comprenant 75 questions basées sur les 17 objectifs du développement durable a été réalisée en interne et adressée à tous les partenaires de l'Office de tourisme. Son objectif était de situer le niveau d'engagement des acteurs du territoire, d'identifier leurs besoins et de repérer les initiatives à partager et à valoriser, notamment dans les supports de communication de la destination. Parmi les 600 acteurs sollicités au départ, 97 ont répondu (un grand merci à eux !) et nous permettent de dégager des pistes d'actions.

DES DOMAINES QUI SEMBLENT DÉJÀ INVESTIS EN PARTIE ...

- Gestion des déchets
- Utilisation de produits d'entretien écologiques
- Achats et recrutements en local
- Limitation de la consommation d'eau et d'énergie
- Mobilité (sujet à développer)
- Sensibilisation à la découverte et à la protection de l'environnement

... ET D'AUTRES AVEC UNE BELLE MARGE DE PROGRESSION POSSIBLE

- Accueil de clients en situation de handicap
- Mesure et compensation empreinte carbone
- Eco-rénovation et éco-conception
- Travail avec les associations d'insertion, salariés en situation de handicap
- Formation du personnel, bien-être au travail
- Peu de tarifs «solidaires» en dehors des chèques vacances

La filière canoë en première ligne

A l'issue de la saison 2022, un groupe de travail d'une dizaine de loueurs de canoë s'est constitué autour de l'Office de tourisme et du Syndicat de Gestion des gorges de l'Ardèche pour avancer sur la gestion des flux sur la rivière, améliorer l'expérience client et sensibiliser les publics à de meilleures pratiques. Véritable terrain d'échanges, de réflexion et d'expérimentation, ce partenariat a permis de mettre en œuvre une architecture d'actions : le dispositif canoë Malin (voir page 8), l'aménagement des débarcadères/embarcadères pour limiter les frottements des canoës sur les berges ; le déploiement de panneaux d'information sur les bons comportements à adopter sur la rivière Ardèche (SGGA), la mise en place de 2 éductours pour les hébergeurs et 2 journées de formation des personnels des entreprises de location avec les équipes du SGGA et de l'EPTB pour véhiculer les bons messages en matière de biodiversité et d'écogestes sur la rivière. Les réunions ont repris à la fin de la saison et les loueurs travaillent sur de nouvelles actions pour 2024.

Pourquoi devenir partenaire de l'Office de Tourisme ?

9 bonnes raisons de devenir partenaire :

- **Une valorisation de votre offre sur un territoire élargi** autour des gorges de l'Ardèche (totems du Pont d'Arc et de Chauvet et accessibilité de la vallée du Rhône).
- **L'accès à un panel d'outils digitaux** pour améliorer votre visibilité et vos résultats (*Ardèche résa* pour vendre en ligne sans commissionnement, *Fairguest* pour gérer votre e-réputation...).
- **Un accompagnement personnalisé** dans vos démarches de montée en gamme : labellisation, classement, etc ...
- **Une vitrine sur le web** avec 3 000 000 de pages vues sur gorges-ardeche-pontdarc.fr et 76000 followers sur les réseaux sociaux.
- **Une valorisation de la destination auprès des médias**, de la presse mais aussi lors d'opérations de promotion en France ou à l'étranger.
- **La possibilité d'être commercialisé à travers les offres que l'Office de tourisme** construit pour la clientèle *BtoB* (croisiéristes en escale à Viviers, clientèle affaires du centre de conférence de Chauvet 2) ou *BtoC* (packages individuels autour des bivouacs des gorges de l'Ardèche).
- **L'accès facilité à des ateliers, éducteurs, formations pour se rencontrer entre professionnels**, échanger et bénéficier du retour d'expériences de chacun.
- **Des contenus photos, vidéos, widget, infos pratiques** à utiliser sur vos supports de communication.
- **Des présentoirs, posters, cartes, documentation** à diffuser auprès de vos clients.

1 000 000 de visiteurs sur le site gorges-ardeche-pontdarc.fr + 2 000 000 de visiteurs sur le site de l'ADT www.ardeche-guide.com

= 3 000 000 de visiteurs

Et aussi :

Des synergies et des actions communes avec l'Agence de Développement Touristique de l'Ardèche (ADT07)

Ardèche
TOURISME

Vos engagements

- **Mettre en place sur votre site web un lien (+ le logo)** vers celui de l'Office de tourisme GAPA
- **Transmettre vos mises à jour et nouveautés** pour améliorer la qualité de l'information transmise aux visiteurs
- **Répondre aux avis clients** et aux éventuelles réclamations
- **Soigner vos descriptifs et visuels** pour rendre votre offre la plus attractive possible pour les visiteurs
- **Agir en ambassadeur** auprès de vos clients
- **Garantir les infos en temps réel** en tenant vos plannings *Ardèche résa* et vos produits *Addock* à jour

Valider votre partenariat directement sur internet via le mail «HUBO» qui vous a été envoyé par votre référent filière avant le 16 janvier 2024 ou contactez nous pour obtenir le formulaire papier habituel.

L'Office de tourisme se réserve le droit de ne pas accepter le partenariat d'un professionnel sous le coup d'avis négatifs et/ou d'exclure un professionnel partenaire à tout moment de l'année. La procédure sera enclenchée à l'occasion de 3 avis négatifs, motivés ou plaintes et écrits.



Pour nous contacter au sujet du partenariat, privilégiez le référent de votre filière (P14) le bureau d'information le plus proche, par mail : info@gorges-ardeche-pontdarc.fr ou par téléphone au 04 75 54 54 20

Les packs prestations 2024

P1

Pack 1 : l'essentiel

Vos informations détaillées sur le site web : photos + téléphone + lien web + descriptif détaillé + tarifs
Accessible par le menu

Préparer mon séjour

Vos informations dans l'édition papier concernée : carnet des expériences 2024 les hébergements font l'objet d'une édition à part tirée à la demande.

Dépôt de votre documentation dans les bureaux à proximité (30min)
(distribution à la demande pour les hébergeurs et les restaurants)

Accès à des outils comme Fairquest (suivi de l'e-réputation)...

Niveau de visibilité 1
 Vos informations
 affichées après le pack 2

P2

Pack 2 : la visibilité +++ et la réservation en ligne

Vos informations détaillées sur le site web : photos + téléphone + lien web + descriptif détaillé + tarifs
Accessible par le menu

Préparer mon séjour

Vos informations dans l'édition papier concernée : carnet des expériences 2024, guide famille, éditions à la demande, ...

Dépôt de votre documentation dans les bureaux de proximité
(distribution à la demande pour les hébergeurs et les restaurants)

Pour les hébergeurs :

- Accès à l'outil Ardèche résa
- Pré-réservation ou réservation en ligne
- Votre établissement visible depuis le bouton « Réserver »

Pour les prestataires d'activités, les sites, les restaurants, les producteurs et artisans d'art :

- Possibilité de réservation en ligne
- Possibilité de créer une boutique en ligne
- Votre établissement visible depuis la rubrique « Je suis sur place » si réservable

Gestion de la relation client et accès à des outils d'e-réputation (Fairquest)

Open Expérience - Addock

Réservation en ligne optimisée pour les activités et les sites touristiques

Inclusion de votre offre dans nos produits commerciaux : pack canoë, croisières, MICE (Meeting, Incentive, Conférences, et Event) - et prestations clés en main
(sous réserve de conditions thématiques)

Présentoirs sur demande (2 modèles)

Niveau de visibilité 2
 Vos informations
 affichées en priorité

**Nouvel arrivant
sur le territoire
1^{ère} année offerte**

Les tarifs 2024

TARIFS PARTENARIATS 2024 HT (Du 1 ^{er} janvier au 31 décembre 2024)	P1	P2
Campings et hôtellerie de plein air	50€ + 5€ par emplacement	50€ + 9€ par emplacement
Chambres d'hôtes	100€ la 1 ^{ère} + 45€ par chbre supp.	170€ la 1 ^{ère} + 45€ par chbre supp.
Hôtels	250€ + 8€ par chambre	330€ + 15€ par chambre
Locations, gîtes, meublés	150€ + 40€ par meublé supp.	
Gîtes d'étape et gîtes de groupe	150€	180€
Villages vacances / Villages gîtes / Résidences	350€ + 9€ par logement supp.	
Activités sports et loisirs	550€	700€
Canoë kayak - de 200 bateaux	600€	
Canoë Kayak + de 200 bateaux	750€	
Activités sportives encadrées et moniteurs et guides indépendants et loueurs de vélo	200€	300€
Producteurs, glaciers, brasseurs (hors vin)	80€	150€
Producteurs, bar à vin, glacier, brasseurs (hors vin) avec salle de réception	200€	300€
Domaines viticoles	200€	300€
Restaurants	270€	
Restaurants dans un hôtel ou au sein d'un camping	100€	
Artistes et artisans	80€	150€
Commerces et services	120€	
Praticiens et bien-être	80€	150€
Sites et musées – 6 000 visiteurs	200€	
Sites et musées de 6 000 à 20 000 visiteurs	800€	
Sites et musées de 20 000 à 100 000 visiteurs	1500€	
Sites et musées de plus de 100 000 visiteurs	2100€	

Ces tarifs sont le fruit d'un travail de concertation mené à l'automne avec les représentants des professionnels. Le chiffre d'affaires généré par les partenariats est réinvesti dans sa globalité dans des opérations de communication et de promotion des partenaires et du territoire.

Les professionnels hors territoire (dont l'activité n'est pas basée sur l'une des Communautés de communes DRAGA ou des Gorges de l'Ardèche) doivent s'acquitter d'un supplément de 20% et attester d'un partenariat/adhésion à leur Office de tourisme référent.

L'équipe



Vincent Orcel
Directeur général



Anne Trevet
Directrice générale déléguée

Pôle accueil, filières et développement



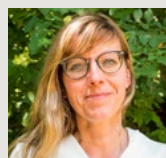
Caroline Angus
Commerces, bien-être
services, artisans d'art
Référente bureau de
Vallon-Pont-d'Arc



Carole Chanéac
Guide conférencière



Delphine Court
Sites et activités
Coordinatrice
APIDAE



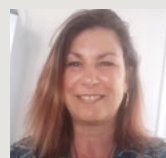
Sandra Dailly
Référente bureau de
Bourg-Saint-Andéol
Boutique



Barbara Dralans
Chambres d'hôtes



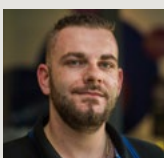
Vincent Duculot
Chargé de projet
itinérance



Carole Naimo
Guide conférencière
Médiation culture -
patrimoine



Olivier Fidenti
Enotourisme et
producteurs
Référent
bureau de Viviers



Chris Galdin
Coordinateur
logistique



Cathy Giner
Meublés / Référente
bureau de Ruoms



Florence Kusnier
Hôtellerie et
restauration / Référente
bureau de Vogüé



Hélène Pommier
Référente bureau
de Larnas



Lucy Tendil
Hôtellerie de plein
air et hébergements
collectifs



Pôle commercialisation



Maxime Le Cann
Croisières



Estelle Morfin
Affaires/MICE



Aurélie Desbissons
Bivouacs

Pôle administratif



Julie Minier
Assistante de direction



Isabel Ramos
Assistante de direction



Marie Jo Castro
Chargée de la relation
clients/fournisseurs
Référente Qualité



Pôle communication/digital



Elodie Drouard



Marina Geray



3 recrutements sont en cours pour l'équipe permanente

Pour compléter, chaque année :
10 saisonniers sont embauchés
4 à 6 stagiaires sont accueillis pour découvrir nos métiers
1 à 2 alternants se forment dans nos services

« Après une saison touristique 2023 positive mais contrastée, souhaitez-vous revenir plus particulièrement sur une action ou une thématique marquante ? »

Serge Pouzache et Claude Chautard ont représenté tous les deux les professionnels dans la phase de création de l'Office de tourisme. Ils donnent leur avis sur les actions et les attentes pour les mois à venir.

Claude Chautard

Producteur d'huiles essentielles et hébergeur à Gras

« Nous, professionnels du tourisme, constatons aussi que de nombreux changements apparaissent et parmi ceux-là de nombreuses questions concernant le tourisme responsable. Nous devons agir individuellement mais aussi collectivement. C'est ce qu'essaie de faire Gorges de l'Ardèche-Pont d'Arc mais le chantier est colossal. Certains trouvent que l'on ne voit rien changer. Mais il faut être nombreux pour faire vraiment bouger les lignes alors manifestez-vous lorsque des rendez-vous et actions sur ce thème vous seront proposés ! A bientôt ! »



Elus et professionnels à votre écoute



La gouvernance du nouvel Office de tourisme a été construite à parité entre les deux territoires qui participent à son financement à part égale. Aux côtés des 17 élus des deux territoires et des organismes publics associés, siègent 17 socio-professionnels, pour la plupart issus des instances des deux précédents Offices. Chaque corps de métier dispose d'un siège à minima.

Les professionnels

HOTELLERIE DE PLEIN AIR

- **Serge Pouzache**, Les Coudoulets - Pradons
- **Marion Bayle**, Le Pontet - Saint-Martin-d'Ardèche
- **Stéphane Moulin**, La Roubine - Vallon-Pont-d'Arc
- **Philippe Delaye**, Cap Fun-Domaine d'Imbours, Larnas

HOTELLERIE

- **Fabien Martinez**, Le Clos des Oliviers - Bourg-Saint-Andéol

GITES ET CHAMBRES D'HOTES

- **Corinne Audoyer**, gîte La Grande Maison - Grospierres
- **Patrice Million**, chambres d'hôtes la Pacha - Saint-Montan

RESTAURATION

- **Joseph Cuffaro**, restaurant le Terminus - Ruoms

LOUEURS DE CANOË

- **Sébastien Papillaut**, Aigue Vive - Vallon-Pont-d'Arc

ACTIVITES DE PLEINE NATURE

- **Simon Defour**, All Vélo - Bourg-Saint-Andéol

SITES TOURISTIQUES

- **Pascal Brun**, Musée de la lavande - Saint-Remèze

OENOTURISME

- **Ludovic Walbaum**, Domaine Walbaum - Vallon-Pont-d'Arc
- **Frédéric Dorthe**, Domaine Le Chapitre - Saint-Marcel-d'Ardèche

PRODUIT DU TERROIR

- **Claude Chautard**, producteur lavande et huiles essentielles, Gras

ARTISANS D'ART

- **Sylvain Nougaret**, verrerie - Ruoms

SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDECHE,

- **Franck Cazin**, directeur

GROTTE CHAUVET 2,

- **Alban de Goulaine**, directeur

Les élus

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DRAGA

- **Françoise Gonnet-Tabardel**, Présidente, Maire de Bourg-Saint-Andéol
- **Bernard Chazaut**, Vice-Président tourisme, Maire de Larnas
- **Martine Matteï**, Maire de Viviers, présidente du Pays d'Art et d'Histoire
- **Michel Drouard**, Adjoint à Saint-Montan
- **Daniel Archambault**, Maire de Saint-Martin-d'Ardèche
- **Brigitte Dumarché**, Maire de Bidon
- **Corinne Salvi**, Adjointe à Saint-Marcel-d'Ardèche

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DES GORGES DE L'ARDECHE

- **Luc Pichon**, Président, Maire de Salavas
- **Claude Benahmed**, Vice-Président tourisme, économie Adjoint à Vallon-Pont-d'Arc
- **René Ughetto**, Maire d'Orgnac-l'Aven
- **Yvon Ventalon**, Maire de Sampzon
- **Patrick Meycelle**, Maire de Saint-Remèze
- **Simone Messaoudi**, Adjointe à Ruoms
- **Antoine Alberti**, Maire de Vogüé

SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDECHE

- **Shirley Senot**, Elue à Salavas

ASSEMBLÉE SPÉCIALE REPRÉSENTANT LES TERRITOIRES VOISINS

- **Joël Fournier**, Communauté de Communes du Pays des Vans

Serge Pouzache

Camping Les Coudoulets à Pradons

« Les saisons se succèdent et l'expérience nous apprend qu'il faut - à la fois - de plus en plus anticiper sur des événements imprévus, se préparer à une « communication de crise » et avoir la capacité à être réactif en mettant en place des actions « correctives » en urgence. Chaque professionnel peut le faire à son échelle, mais la destination Gorges de l'Ardèche peut actionner des leviers plus puissants. Illustration : à la fin du printemps 2023, les acteurs du tourisme n'ont pu que constater un affaïssissement net des réservations sur la période du 15 juin au 15 juillet. Je me suis fait le porte-parole des socio-professionnels et nous avons sollicité l'Office de tourisme pour agir ! En complémentarité et en concertation avec d'autres actions menées par l'ADT, une action volontariste a été immédiatement proposée : un ciblage stratégique pour la période sur les clientèles belges flamandes (clientèle de séniors sur la fin juin et de familles sur le début juillet), des campagnes sur les réseaux sociaux en néerlandais, un renvoi sur les pages hébergements du site internet de l'Office de tourisme en version NL. La réactivité et l'efficacité ont été incontestablement au rendez-vous. Cela nous conforte, nous les socio-professionnels de la destination, dans ce rapport de proximité avec l'Office de tourisme, dans l'écoute de nos besoins, dans la prise de décision rapide et dans la capacité à (ré)agir collectivement et de façon très professionnelle. »



GORGES de l'Ardèche | Pont d'Arc

Destination unifiée



© Marina Geray



Offices de
Tourisme
de France



gorges-ardeche-pontdarc.fr

Pour nous contacter au sujet du partenariat, privilégiez le référent de votre filière (P14), le bureau d'information le plus proche, par mail : info@gorges-ardeche-pontdarc.fr ou par téléphone au 04 75 54 54 20

L'Office de Tourisme a obtenu le renouvellement de la marque qualité en 2019. C'est une démarche d'amélioration continue des services, pour une qualité d'accueil optimale de ses clients