



# CHAMROUSSE

## OFFICE DE TOURISME

### RAPPORT D'ACTIVITÉS

HIVER 2018-19 / ÉTÉ 2019



**CHAMROUSSE**  
Alpes - France

1700



# ÉDITO

## CHAMROUSSE LA CULTURE MONTAGNE ET SES VALEURS

**Certains hauts lieux, de par leur situation géographique hors normes et la façon qu'ils ont de marquer les esprits, deviennent emblématiques. Si ces lieux portent de plus en eux une histoire peu commune, écrite par des pionniers durant des générations, ils deviennent des références...**

Ainsi, Chamrousse surplombant de plus de 1500 mètres les grandes vallées du cœur des Alpes, symbolise la montagne, le ski, le sport et l'engagement, la convivialité et le refuge hors du monde où chacun peut venir se ressourcer dans une nature préservée.

Cet environnement, né d'une géologie si particulière, d'un climat où l'on se sent si vivant, d'une flore et d'une faune riches et variées, mais aussi d'une communauté montagnarde accueillante, réalise l'alchimie définissant cet espace alpin de caractère incomparable, ici peut-être plus qu'ailleurs. Une station engagée qui prend les devants

en labélisant son territoire et ses actions (Flocon Vert, Maison de l'Environnement, actions de protections éco-responsables diverses, projets de régénération station au plus près des préoccupations environnementales et énergétiques...), protégeant une chaîne de Belledonne qui fête ses 400 millions d'années, théâtre de vos aventures.

Les Chamroussiens vous attendent pour vous ouvrir les portes de ces terres d'altitude, puissantes mais aussi fragiles. Réglez-vous d'une multitude d'expériences Grandeur Nature, d'événements mémorables, et de moments simples mais vrais où vous ferez partie de cette « culture montagne » et de ses valeurs !

**Dans cette optique l'Office de Tourisme organise ses grandes missions autour de l'accueil, la communication, la promotion, la commercialisation, l'animation et l'événementiel, la prospective et l'ingénierie touristique.**



*Chamrousse plus proche de vous !*



[www.chamrousse.com](http://www.chamrousse.com)

# SOMMAIRE

CHIFFRES CLÉS

ORGANIGRAMME ET COMITÉ DIRECTEUR

## I. ACCUEILLIR ET INFORMER [ACCUEIL CLIENT]

- Fréquentation
- Qualité

## II. COMMUNIQUER ET PROMOUVOIR

[COM] [WEB] [INFOGRAPHIE] [WEBMARKETING]

- Presse et salons
- Editions papiers
- Web
- Application mobile
- Réseaux sociaux
- Publicité
- Newsletters
- Apidae

## III. ANIMER ET FAIRE EXPÉRIMENTER [ANIMATION]

- Animation
- Événementiel

## IV. COMMERCIALISER [CENTRALE] [BOUTIQUE]

- Centrale de Réservation « Chamrousse Réservation »
- Boutique
- Régie publicitaire
- Partenariats

## V. ACCOMPAGNER ET FÉDÉRER [ACCUEIL SOCIO-PRO]

- Être en lien avec les acteurs touristiques
- Mettre en avant les prestations
- Accompagner la labellisation

DÉVELOPPEMENT PROJETS & INGÉNIERIE

SITUATION FINANCIÈRE

PERSPECTIVES 2020

# LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

- ▶ Assurer l'accueil et l'information des visiteurs
- ▶ Assurer la promotion touristique et l'image de la station
- ▶ Élaboration de la politique touristique locale
- ▶ Montage et commercialisation de produits ou de prestations de services touristiques
- ▶ Organisation d'animations et d'événements
- ▶ Élaboration de tous les supports de communication touristiques
- ▶ Diffusion des informations concernant les hébergements, commerces, activités et services de la station
- ▶ Favoriser l'adaptation de l'offre touristique aux exigences des clientèles françaises et étrangères
- ▶ Améliorer les services proposés pour répondre aux attentes des clientèles françaises et étrangères



# CHIFFRES CLÉS



**30 958**  
DEMANDES TRAITÉES



**637** RETOMBÉES  
PRESSE



**4 483 532** PAGES VUES  
SUR CHAMROUSSE.COM



**129** NEWSLETTERS  
ENVOYÉES



**174 000**  
DOCUMENTS ÉDITÉS

**719 020 €**

CHIFFRE D'AFFAIRES HT  
CENTRALE DE RÉSERVATION



**26 936** ABONNÉS  
FACEBOOK



**52** ÉVÉNEMENTS  
ORGANISÉS

# COMITÉ DIRECTEUR

## REPRÉSENTANTS ÉLUS

**Philippe CORDON**

**Sandrine ETCHESSAHAR**

**Jenna FRANITCH-SGAMBATO**

**Anne-Laure CHAVENT**

**Pierre VANET**

**Noël BERNIGAUD**

**Nano POURTIER**

**Jacques LEFORT**

## REPRÉSENTANTS NON ÉLUS

**Frédéric GEROMIN**, représentant de la RRM

**Philippe BAUDUSSEAU**, représentant de l'ESF

**Olivier CHASTAGNOL**,

représentant des hébergeurs

**Lina CHAUX-ROUDIER**,

représentante des commerçants

**Philippe HALOT**,

représentant des prestataires d'activité

**Daniel LEYSSIEUX**, représentant de l'association

Maison de l'Environnement

**Regine MILLET**, conseillère communautaire

de l'Office de Tourisme de la communauté  
de communes Le Grésivaudan

## ASSISTANT DE DIRECTION

Marius DOMPNIER

### RESPONSABLE ACCUEIL

Vanessa MEIERS

### RESPONSABLE ANIMATION

Richard LLORCA

### RESPONSABLE CENTRALE DE RÉSERVATION

Adeline DAUDET

### CONSEILLÈRE(S) SÉJOUR

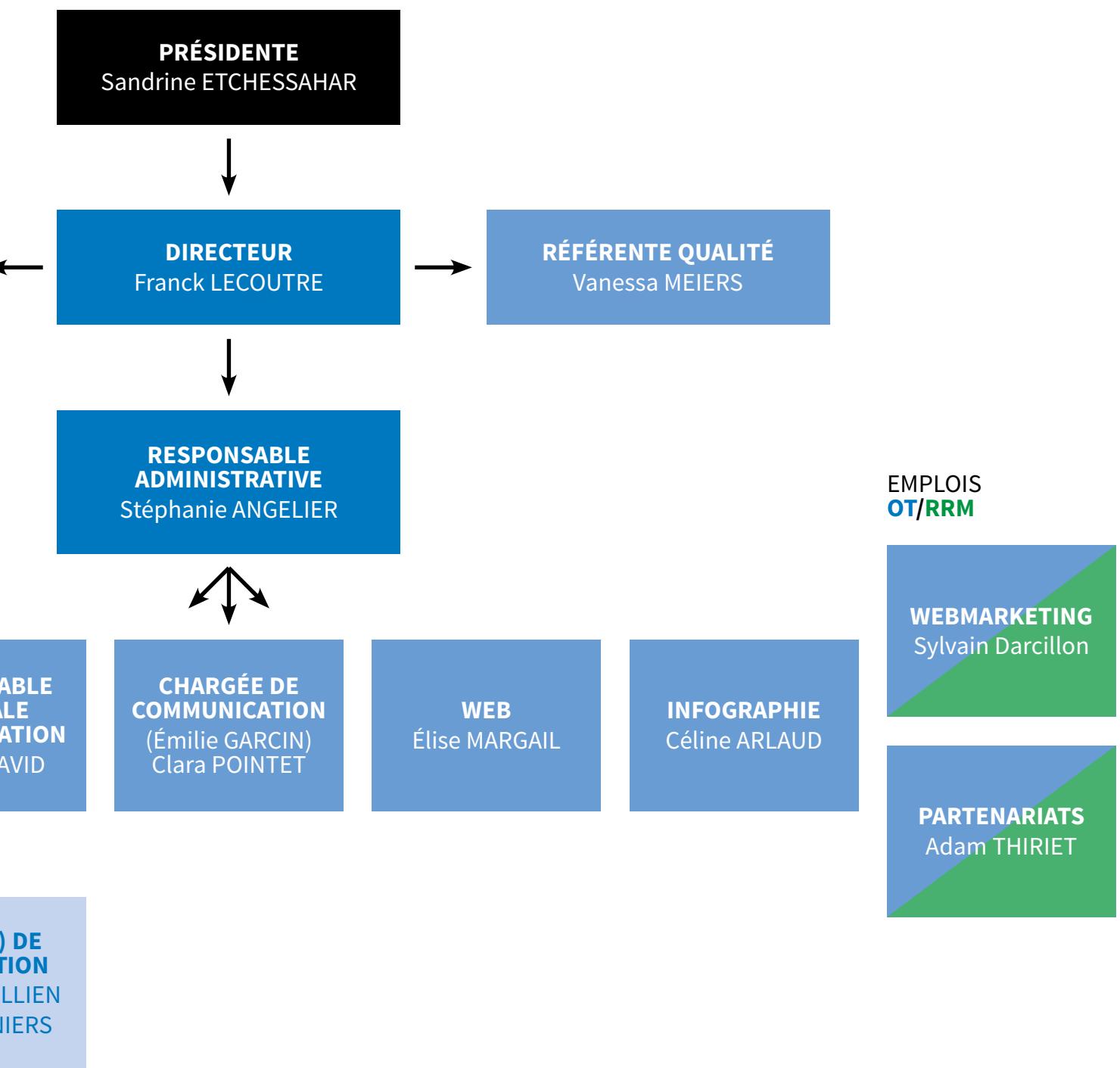
Fanny LATRONICO  
+ SAISONNIERS

### ANIMATEURS SAISONNIER

### AGENT(S) RÉSERVATION

Farouka JUSSIEU  
+ SAISONNIERS

# ORGANIGRAMME ET COMITÉ DIRECTEUR



# ACCUEILLIR ET INFORMER [ACCUEIL]

## FRÉQUENTATION

### MÉTÉO

Jours de beau temps: **158** jours >> Hiver=77 / Été=73

Jours de mauvais temps: **145** jours >> Hiver=74 / Été=59

Pourcentage d'ensoleillement: **52 %** >> Hiver=51 / Été=59

### RENSEIGNEMENTS



#### **2 bureaux d'information touristique (BIT)**

Chamrousse 1650/Recoin (ouvert à l'année)

Chamrousse 1750/Roche Béranger (en saison)

**4,5%** des visiteurs proviennent de Chamrousse

**29,8 %** d'Isère

**17,3 %** de la Région Auvergne-Rhône-Alpes

**38,1 %** d'autres régions de France

**4,4 %** de l'étranger

**5,8 %** non connu



#### **30 958 demandes traitées**

>> Hiver=21 337 / Été=9 308

**64,8 %** aux guichets

**30,9 %** par téléphone

**4,3 %** par mail

#### **10 880 documentations consultées**

>> Hiver=7 613 / Été=2394

**17,3 %** envoyées par la Poste

**82,6 %** consultées sur Internet

## QUALITÉ

### AVIS CLIENTS

#### **616 avis clients**

>> Hiver=461 / Été=155

### RÉPARTITION PAR TYPE

#### **71 réclamations écrites**

>> Hiver=62 / Été=9

#### **104 dépôts dans la boîte à idées**

>> Hiver=64 / Été=40

#### **283 remarques orales**

>> Hiver=193 / Été=90

#### **126 questionnaires de satisfaction**

>> Hiver=113 / Été=13

#### **32 sur les réseaux sociaux**

>> Hiver=29 / Été=3

## ENTITÉS CONCERNÉES

### 307 concernant la MAIRIE

>> Hiver= 198 dont **22%** concernant les problèmes de navettes et **14,6%** l'absence de salle hors sac  
>> Été= 109 dont **50%** concernant les problèmes de balisage des sentiers

### 109 concernant l'OFFICE DE TOURISME

>> Hiver= 60 / Été= 49 dont **50%** de retours positifs sur les animations

### 95 concernant les PRESTATAIRES

>> Hiver= 68 dont **22%** concernant l'École de ski français (ESF), **17,6%** les restaurants de Chamrousse 1750 et **14,7%** la Draye Blanche (chiens de traîneaux)  
>> Été= 27 dont **50%** concernant le manque de commerces ouverts en début et fin de saison

### 129 concernant les REMONTÉES MÉCANIQUES

>> Hiver= **13%** concernant les pistes, **11%** la luge et **11%** la politique tarifaire  
>> Été= **25%** concernant l'absence de luge d'été et **25%** pour la caisse fermée entre 13h et 14h

## QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION (QS)

### 40 réponses au QS OFFICE DE TOURISME

>> Hiver= 20 / Été= 20

**85%** de clients globalement satisfaits ou très satisfaits des services de l'OT

>> Hiver= 80% / Été= 90%

**72,5%** des clients ont remarqué la boutique et elle a suscité un achat chez **20%** des sondés

>> Hiver= 80% de visibilité & 15% d'achat / Été= 65% de visibilité & 25% d'achat

### 1 223 réponses au QS APRÈS-SÉJOUR RÉSA

**94%** des personnes satisfaites de la navigation sur le site web

**90%** des personnes satisfaites de la facilité à joindre le service hébergement

**95%** des personnes satisfaites de la qualité et précisions des renseignements fournis

**97%** des personnes satisfaites de la clarté et précisions des contrats

**84%** des personnes satisfaites de l'accès à l'Office

**84%** des personnes satisfaites du temps d'attente à l'accueil de l'Office

**85%** des personnes satisfaites du personnel

**80%** des personnes satisfaites des réponses apportées

**70%** des personnes satisfaites des animations proposées par l'Office de Tourisme

**15%** des personnes n'ont pas utilisé la navette gratuite intra-station

**80%** des utilisateurs en sont satisfait

**96%** des personnes satisfaites de leur séjour à Chamrousse

**60%** des personnes seraient prêtes à revenir

**60%** des personnes recommanderaient Chamrousse à un ami

### 20 réponses au QS FAMILLE PLUS

**60%** des enquêtés connaissent le label, principalement par un précédent séjour dans une station labellisée

**60%** des familles seraient promoteurs de la station

**67%** tout à fait satisfait sur la prise en charge des enfants (garderie, club enfants)

**85%** des clients sont satisfaits ou très satisfaits de l'accueil général des familles

# COMMUNIQUER ET PROMOUVOIR

## [COM] [INFOGRAPHIE] [WEB] [WEBMARKETING]

## PRESSE

**2 Dossiers de presse (hiver & été)**

**53 Communiqués**

>> Hiver=33 / Été=20

**7 Accueils presse**

>> Hiver=5 / Été=2

**4 Conférences de presse**

**10 déplacements professionnels** (salons, foire...)



**637 Retombées presse**

>> Hiver=452 / Été=185

**18 038 Retombées réseaux sociaux**

>> Hiver=12 806 / Été=5 232

**6 320 000 € en équivalence publicitaire**

>> Hiver=3 480 000 / Été=2 840 000

## ÉDITIONS



**22 Brochures et documents édités en 2019**

>> Hiver=13 / Été=8

**189 000 Impressions**

dont **10 000** exemplaires diffusés par Touring Info Service et 15 000 Chamrousse magazine

>> Hiver=140 000 exemplaires (dont 80 000 plans des pistes) / Été=34 000 exemplaires

**8 992 Consultations de documentations sur [www.chamrousse.com](http://www.chamrousse.com) (+40 %)**

dont **35 %** de téléchargement et **65 %** de visualisation sur Calméo

>> Hiver=6 534 / Été=2 306



# WEB

[PÉRIODE 1<sup>er</sup> DÉCEMBRE 2018-30 SEPTEMBRE 2019]

**Site web en 3 langues :** français, anglais et allemand partiellement

**686 732 Visiteurs (+ 7 %)**

>> Hiver=555 441 / Été=109 838



**4 483 532 Pages vues (+ 3,68 % / 2018)**

>> Hiver=3 660 723 / Été=576 268

**Top 3 des pages les + vues :** webcams, page d'accueil et météo

>> Hiver=webcams, page accueil et météo

>> Été=page accueil, webcams et météo

**Top 5 des pays d'origine :** France, États-Unis, Royaume-Uni, Belgique et Allemagne

>> Hiver=France, États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne et Belgique

>> Été=France, États-Unis, Royaume-Uni, Belgique et Allemagne

**Top 5 des villes d'origine :** Paris, Lyon, Grenoble, Saint-Martin-d'Hères et Chicago

>> Hiver=Paris, Lyon, Grenoble, Saint-Martin-d'Hères et Chicago

>> Été=Paris, Lyon, Grenoble, Montpellier et Marseille

## OBJECTIFS

- Renforcer davantage les contenus événementiels et saisonniers pour tenir la promesse d'une destination dynamique et riche en découverte

- Proposer plus de contenus affinitaires afin que chacun trouve l'offre qui correspond à son besoin (en famille, en amoureux, entre amis)

**L'évolution / amélioration du site web se poursuit avec :**

- Le renforcement des contenus éditoriaux en français et anglais
- La mise en avant sur la page d'accueil des grands événements marquants
- Le ciblage affinitaire en famille, en couple, entre amis, dès la page d'accueil
- L'intégration des vidéos 360° / lien vers la chaîne YouTube 360°

# APPLICATION MOBILE

2<sup>e</sup> année d'exploitation

**NOUVEAUTÉ** Version été

**9 195 téléchargements (+ 87 %)**

>> Hiver=6 991 téléchargements

>> Été=2 204 téléchargements

**128 000 utilisations (+ 130 %)**

>> Hiver=115 000

>> Été=13 000

# PHOTO & VIDÉO

**5 shootings photo réalisés :**

- Ski nocturne
- La Montagne de Téo
- Skier par mauvais temps
- Ski de randonnée
- Pique-nique sur table en bord de piste

**Partenariat avec des photographes**

**et don de photos :** Via ferrata, Lacs, Raquettes, Parcours dans les arbres et Portaledge.

**3 tournages publicitaires réalisés sur les domaines alpin et nordique :**

- Citroën
- Chloé
- Vin de Saint-Tropez

# MÉDIAS SOCIAUX

L'année 2017-2018 a bénéficié du rayonnement du 50<sup>e</sup> anniversaire des JO. Sur l'année 2018-2019, les publications ont été plus régulières tout au long de l'année, ces baisses ne sont donc pas à interpréter de manière négative.



FACEBOOK

## CHAMROUSSE OFFICIEL

compte généraliste hiver et été

**26 936** abonnés (+21,3%)

**123** publications

**1 700 476** personnes touchées en portée organique

**38 647** personnes touchées en portée payée

## CHAMROUSSE ALPINE PARK

compte spécifique hiver/ski alpin

**2 395** abonnés (+31%)

## CHAMROUSSE SUNSET PARK

compte spécifique hiver/snowpark

**4 275** abonnés (+2%)

## CHAMROUSSE NORDIC PARK

compte spécifique hiver/ski nordique

**1 434** abonnés (+4%)

## CHAMROUSSE BIKE PARK

compte spécifique été/VTT

**766** abonnés (+79%)



INSTAGRAM

[Chamrousse Mountain Park]

**6 720** abonnés (+52%)



TWITTER

[Chamrousse]

**1 369** followers (+16%)

**15** tweets



YOUTUBE

[Chamrousse]

**245** abonnés (+20%)

**1** vidéo YouTube



PINTEREST

[Chamrousse]

**91** abonnés (+24%)

**3** photos par jour en saison

**NOUVEAUTÉ 2019** recrutement actif

# PUBLICITÉ

**25** **Insertions presse** (ActuMontagne, Présence Nordique, L'Express/Spécial Ski, Supertchô, Les Affiches, Gazette Sud Isère...)

**360** **Spots radio** avec NRJ et Chérie FM

**>1 500** **mentions de Chamrousse sur 5 radios**  
(NRJ, Chérie FM, Nostalgie, Hot Radio, France Bleu)

**6** **Bannières publicitaires web**

>> Hiver=3/Été=3

**7** **campagnes sponsorisées Facebook**

>> Hiver=5/Été=2

**3** **habillages page accueil www.ledauphine.com**

>> Hiver=1/Été=2

**3** **campagnes digitales dans les centres commerciaux**

>> Hiver=2/Été=1

**3** **jeux-concours**

>> Hiver=3/Été=0

**1** **campagne hiver sur le site www.skipass.com**

**2** **campagnes digitales mutualisées**

(Isère Tourisme et France Montagne)

>> Hiver=2/Été=0

# NEWSLETTERS

## GRAND PUBLIC/CLIENTS

### Newsletter Station

[OFFRES HÉBERGEMENTS, SKI, BOUTIQUE, TRANSPORT]

**154 673 destinataires**

>> Hiver=108 630 / Été=46 043

**19,3 % de Taux d'ouverture moyen**

**13 newsletters envoyées**

>> Hiver=9 / Été=4

### Newsletter Animations

[PROGRAMME DES ANIMATIONS À VENIR]

**59 894 destinataires**

>> Hiver=47 776 / Été=12 118

**27,5 % de Taux d'ouverture moyen**

**10 newsletters envoyées**

>> Hiver=8 / Été=2

## PARTENAIRES/SOCIO-PRO, HÉBERGEURS ET PRESSE

### Newsletter pro

**1 201 destinataires**

**54 % de Taux d'ouverture moyen**

**8 newsletters envoyées**

>> Hiver=5 / Été=3

### Newsletter Affiniski x Chamrousse

**671 destinataires**

**66,5 % de Taux d'ouverture moyen**

**7 newsletters envoyées**

>> Hiver=4 / Été=3

### APIDAE

Gestion de la base de données qui alimente [www.chamrousse.com](http://www.chamrousse.com) et d'autres sites externes.

**1 063 fiches gérées** dont 384 fiches Agenda

**NOUVEAUTÉ** Apidae cinéma, widget qui permet d'afficher automatiquement la programmation des séances de cinéma Le Schuss de Chamrousse

### Newsletter Centrale de Réservation

[INFORMATIONS & OFFRES EN AVANT SAISON]

**225 destinataires**

>> Hiver=140 / Été=85

**41 % de Taux d'ouverture moyen**

**2 newsletters envoyées**

# ANIMER ET FAIRE EXPÉRIMENTER [ANIMATION]

Les animations proposées en été et en hiver sont en perpétuelle hausse et profitent à ceux qui cherchent une alternative aux activités principales de la saison (ski en hiver et randonnée en été).

## ANIMATIONS

### 301 Animations

>> Hiver=221 / Été=80

**NOUVEAUTÉS** Voitures radiocommandées sur neige, modélisme drone, dodgeball, jeu de pistes QRCode et Family Challenge.

**LES INCONTOURNABLES** Course de luge, pot d'accueil, quiz musical, Trésor de Téo, Téo Chamallow, spectacle de feu, projection sur les métiers de Chamrousse.

### Top 3 des animations les plus fréquentées :

Spectacle, Montagne aux bonbons et Course de Luge

>> Hiver=Spectacle **250** personnes/Course de luge

**200** personnes/Téo Chamallow **150** personnes

>> Été=Spectacle **250** personnes/Montagne aux bonbons **230** personnes/Chamrousslanta **70** personnes

## ÉVÉNEMENTIEL

### 52 Événements

>> Hiver=31 / Été=21

**NOUVEAUTÉS** Derby ski de la Croix, Coupe de France ski freestyle, Chamrousse expérience snowscoot, Boardercross universitaire.

### Top 3 des événements les plus fréquentés :

Chalet du Père Noël, Chamrousse en Piste et Fête du Bois

>> Hiver=Chalet du Père Noël **10 000** personnes

Fêtes de Chamrousse **1500** personnes

Tentative de record du monde de descente aux flambeaux **1 700** personnes

>> Été=Chamrousse en piste **4 000** personnes

Fête du bois **3 000** personnes

Transporteurs de montagne **2 000** personnes

### DÉCEMBRE 2018

16/12 Opening First Ride, 16/12 Winter Sibo Trail,

23/12 Chalet du Père Noël, 24/12 Réveillon de Noël,

31/12 Réveillon de la Saint-Sylvestre.

### JANVIER 2019

7-13/01 4<sup>e</sup> challenge des vignerons de Chamrousse Festival des Vins, 24-27/01 Chabloz'sport day, 27/01 Goûter Milka.

### FÉVRIER 2019

2/02 Raid de Gliss' (journée découverte handisport), 12/02 Fête de Chamrousse 1750, 15/02 Tournée Pasquier, 16/02 Derby ski de la croix de chamrousse, 20/02 Family Challenge, 19/02 Fête de Chamrousse 1650, 21/02 Coupe de France FIS ski freestyle, 22-23/02 Tournée Rossignol on Tour, 26/02 Fête de Chamrousse 1650

## MARS 2019

05/03 Fête de Chamrousse 1700, 16-17/03 Chamrousse Expérience festival Snowscoot, Championnat de France, 21/03 BorderCross Universitaire UGA, 22-24/03 Alpine Classique, 29/03 Rencontre Lycée portes de l'Oisans, 30-31/03 Top to Bottom

## AVRIL 2019

2-3/04 Épreuve de ski Alpin, 6/04 Closing Dahu, 6-7/04 Week-end entre filles, 11/04 Patrouilles alpines, 13-14/04 Compétition GUC SunSet, 20/04 Down'Up (course combinée ski alpin et nordique), 21/04 Trophées des Montagnes en VTT, Derby VTT de la Croix de Chamrousse, 22/04 Chasse aux œufs, 22/04 Fêtes de fin d'année (saisonnières)



# COMMERCIALISER

## [CENTRALE] [BOUTIQUE]

### CENTRALE DE RÉSERVATION CHAMROUSSE RÉSERVATION

On note une **hausse du chiffre d'affaires** en février et mars malgré une **baisse du nombre de dossier** sur l'ensemble de la saison.

Baisse également dans l'achat de prestations telles que l'ESF, forfaits ou draps et linge de toilettes mais hausse significative pour la location du matériel (+40%) et bon démarrage de l'offre hébergement+spa.

**+15 % de Demande de courts séjours et/ou dernière minute**

**719 020 € HT de CA HT** dont **88 630 € HT de Prestations**

>> Hiver=687 106 € / Été=31 914 €

**Panier moyen = 445 € (+2%)**  
>> Hiver=453 € / Été=306 €

#### Top 3 des types d'hébergements les + vendus :

Meublés de tourisme (particuliers et agences), camping-car et résidence de tourisme

>> Hiver=Meublés de tourisme, camping-car et résidence  
>> Été=Particuliers et camping-car

#### Top 3 des types des prestations les + vendues :

Forfaits, cours ESF et location de matériel

>> Hiver=Forfaits, ESF et location matériel / Été=Centrale (tickets Chamrousse Kids)

#### 338 références d'hébergement

dont 6 nouvelles références

#### 103 adhérents Centrale

dont 29 en formule 1/Promotion, 57 en formule 2/Commercialisation et 17 en formule 3/Promotion et commercialisation

#### 5 220 appels reçus (-9%)

>> Hiver=4 414 appels / Été=806 appels

#### 2 359 dossiers créés (+17%)

dont 46% sur Internet

>> Hiver=2 091 / Été=268

#### 1 213 arrivées

>> Hiver=1 094 / Été=119

**NOUVEAUTÉS** Nouveau référencement des réclamations concernant les hébergements de Chamrousse. Le but sera d'identifier les principales remarques/réclamations sur les hébergements de Chamrousse et d'aider ainsi AFFINISKI dans son travail et son approche auprès des propriétaires.

# BOUTIQUE

**17 118 € HT de CA**

>> Hiver=52,5% / Été=47,5%

**Top 3 des produits les + vendus:** magnets pistes, mugs JO et porte-clé jeton

>> Hiver=magnets pistes, objets JO et porte-clé jeton

>> Été=étoiles de la rando, casquette et cartoguide

# RÉGIE PUBLICITAIRE

GUIDE PRATIQUE

**27 encarts publicitaires**

dont **16** des acteurs touristiques de la station

et **11** des partenaires

**7 350 € HT de CA (+ 29 %)**

CHAMROUSSE MAGAZINE

**9 encarts publicitaires**

dont **5** des acteurs touristiques de la station

et **4** des partenaires

# PARTENARIATS

**9 partenaires institutionnels:** France Montagne, Rhône-Alpes Tourisme, Grenoble-Alpes Métropole, Isère Tourisme, Département de l'Isère, Le Grésivaudan, Espace Belledonne, Office de Tourisme de Grenoble et Office de Tourisme d'Uriage

**7 partenaires commerciaux:** Rossignol, Julbo, Jean Lain/Skoda, Caisse d'Épargne Rhône-Alpes, Haribo, Pasquier/Pitch, Lindt

**6 partenaires médias:** Dahu, NRJ, Chérie FM, Nostalgie, Hot Radio, France Bleu

**5 partenaires sportifs:** Alban Elezi-Cannaferina, Coralie Frasse-Sombet, Éléonora Ferrari, Jérémy Royer et Marion Haerty



**La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes

**ALPES**  
IS HERE

**isère**  
LE DÉPARTEMENT

Office  
de Tourisme  
GRENOBLE-ALPES  
MÉTROPOLE

**Le GRÉSIVAUDAN**  
communauté de communes

**espace  
Belledonne**

**Uriage**  
LES-BAINS

**GRENOBLEALPES  
MÉTROPOLE**

**CAISSE D'ÉPARGNE  
RHÔNE ALPES**

**ROSSIGNOL**

**Julbo**

**ŠKODA**

**HARIBO**

**Pasquier**  
Notre histoire est aussi la vôtre

# ACCOMPAGNER ET FÉDÉRER [ACCUEIL SOCIO-PRO]

## LIEN AVEC LES ACTEURS TOURISTIQUES

**8 newsletters pro mensuelles envoyées** avec les indicateurs d'activité de l'Office de Tourisme (=)  
>> Hiver=5 / Été=3

**38 mails groupés envoyés (- 40 %)**  
>> Hiver=19 / Été=16

**1 réunion des acteurs économiques (- 50 %)**  
**28 SMS informatifs envoyés**  
>> Hiver=20 / Été=8

## MISE EN AVANT DES PRESTATIONS

### ACTIONS/PARUTIONS GRATUITES

**26 pots d'accueil organisés par l'Office de Tourisme**  
pour présenter les activités (=)  
>> Hiver=18 / Été=8

**1 guide pratique hiver et 1 guide des activités été (=)**

**1 guide hébergement hiver et été**  
(professionnels uniquement) (=)

**2 638 contacts prestataires**

via les formulaires du site web (- 10%)

**3 espaces pro dans le site web (=)**

### PARUTIONS PAYANTES

**16 insertions publicitaires dans le guide pratique hiver (+ 33 %)**

**4 insertions publicitaires dans le guide hébergement**  
(hébergeurs professionnels uniquement) (- 20 %)

## ACCOMPAGNEMENT DE LA LABELLISATION

### LABEL FAMILLE PLUS

La station de Chamrousse a choisi de s'engager envers les familles avec la labellisation Famille Plus depuis 2017.



**29 prestataires labellisés Famille Plus (+ 7 %)**  
dont **4 hébergements, 9 restaurants, 9 activités hiver et 7 activités été**

# DÉVELOPPEMENT PROJETS & INGÉNIERIE

**La situation centrale de l'Office dans l'économie touristique apporte une expertise très importante dans les projets de développement : stratégie à long terme, aménagement du territoire, développement d'infrastructures, études de marché, prospective... en relation avec les acteurs locaux, départementaux, régionaux, parfois au niveau national ou international.**

**Cette analyse doit intégrer la politique générale de la station et être force de proposition concernant l'évolution globale du site touristique.**

## PROJETS EN COURS

Aménagement Croix de Chamrousse  
Mise en tourisme des espaces publics  
Mise en place des chaines de services clients  
Maison des JO et des sports d'hiver, contenu culturel (collections D. Liprandi, Musée dauphinois et P. Montaz)  
Projet ascenseur valléen  
CIME/Centre International sur la Montagne et l'Environnement  
Chamrousse Mobility/Projet station du futur Isère Attractivité  
Chamrousse Outdoor Expérience  
Hébergements insolites  
Grande Boucle et Grande Descente, Bike Alp Lab VAE  
Plateforme de marque et stratégie marketing  
Schéma APN Massif de Belledonne/METRO/CCG  
Projet DATA 2025  
Projets mobilités Métro-SMMAG/CCI/Département  
Classement site COJO  
Contrat VERT et BLEU Belledonne  
Développement produits : course orientation, luge, tyrolienne, tubing, piste synthétique, patinoire, topo escalade, base jeunes et ados...  
Stratégie événementielle d'envergure  
Gestion site à forte pression touristique  
Veille concurrentielle commerciale et produit



# BUDGETS

## OFFICE DE TOURISME ET CENTRALE DE RÉSERVATION

### BUDGET PRÉVISIONNEL OFFICE DE TOURISME 2019

#### DEPENSES D'EXPLOITATION

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés (1)
			Mandats émis	Charges rattachées	Restes à réaliser au 31/12	
011	Charges à caractère général	468 935,84	464 501,88	0,00	0,00	4 433,96
012	Charges de personnel, frais assimilés	660 000,00	642 030,54	0,00	0,00	17 969,46
014	Atténuations de produits	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
65	Autres charges de gestion courante	6 000,00	5 061,39	0,00	0,00	938,61
<b>Total des dépenses de gestion courante</b>		<b>1 134 935,84</b>	<b>1 111 593,81</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>23 342,03</b>
66	Charges financières	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
67	Charges exceptionnelles	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
68	Dotations aux provisions et dépréciat°(2)	0,00	0,00			0,00
69	Impôts sur les bénéfices et assimilés(3)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
022	Dépenses imprévues	0,00				
<b>Total des dépenses réelles d'exploitation</b>		<b>1 134 935,84</b>	<b>1 111 593,81</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>23 342,03</b>
023	<i>Virement à la section d'investissement (4)</i>	0,00				
042	<i>Opérat° ordre transfert entre sections (4)</i>	0,00	0,00			0,00
043	<i>Opérat° ordre intérieur de la section (uniquement en M44) (4)</i>	0,00	0,00			0,00
<b>Total des dépenses d'ordre d'exploitation</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1 134 935,84</b>	<b>1 111 593,81</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>23 342,03</b>
<b>Pour information</b>		<b>0,00</b>				
<b>D 002 Déficit d'exploitation reporté de N-1</b>						

#### RECETTES D'EXPLOITATION

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés
			Titres émis	Prod. rattachées	Restes à réaliser au 31/12	
013	Atténuations de charges	25 000,00	24 478,47	0,00	0,00	521,53
70	Ventes produits fabriqués, prestations	25 000,00	31 956,50	0,00	0,00	-6 956,50
73	Produits issus de la fiscalité(5)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
74	Subventions d'exploitation	663 000,00	671 000,00	0,00	0,00	-8 000,00
75	Autres produits de gestion courante	204 500,00	212 440,72	0,00	0,00	-7 940,72
<b>Total des recettes de gestion courante</b>		<b>917 500,00</b>	<b>939 875,69</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-22 375,69</b>
76	Produits financiers	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
77	Produits exceptionnels	167 452,01	170 882,01	0,00	0,00	-3 430,00
78	Reprises sur provisions et dépréciations (2)	0,00	0,00			0,00
<b>Total des recettes réelles d'exploitation</b>		<b>1 084 952,01</b>	<b>1 110 757,70</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-25 805,69</b>
042	<i>Opérat° ordre transfert entre sections (4)</i>	0,00	0,00			0,00
043	<i>Opérat° ordre intérieur de la section (uniquement en M44) (4)</i>	0,00	0,00			0,00
<b>Total des recettes d'ordre d'exploitation</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1 084 952,01</b>	<b>1 110 757,70</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-25 805,69</b>
<b>Pour information</b>		<b>49 983,83</b>				
<b>R 002 Excédent d'exploitation reporté de N-1</b>						

(1) Les crédits annulés correspondent aux crédits ouverts desquels il convient de soustraire les crédits employés.

(2) Si la règle applique le régime des provisions semi-budgétaires, ainsi que pour la dotation aux dépréciations des stocks de fournitures et de marchandises, des créances et des valeurs mobilières de placement, aux dépréciations des comptes de tiers et aux dépréciations des comptes financiers.

(3) Ce chapitre n'existe pas en M. 49.

(4) DE 023 = RI 021 ; DI 040 = RE 042 ; RI 040 = DE 042 ; DI 041 = RI 041 ; DE 043 = RE 043.

(5) Ce chapitre existe uniquement en M41, M43 et M44.

		EXECUTION DU BUDGET		
		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)	Section d'exploitation	A 1 111 593,81	G 1 110 757,70	G-A -836,11
	Section d'investissement	B 0,00	H 0,00	H-B 0,00
+				+
REPORTS DE L'EXERCICE N-1	Report en section d'exploitation (002)	C 0,00 (si déficit)	I 49 983,83 (si excédent)	
	Report en section d'investissement (001)	D 0,00 (si déficit)	J 0,00 (si excédent)	
		=	=	
		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
TOTAL (réalisations + reports)		P= A+B+C+D 1 111 593,81	Q= G+H+I+J 1 160 741,53	=Q-P 49 147,72
RESTES A REALISER A REPORTER EN N+1 (2)	Section d'exploitation	E 0,00	K 0,00	
	Section d'investissement	F 0,00	L 0,00	
	TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1	= E+F 0,00	= K+L 0,00	
		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
RESULTAT CUMULE	Section d'exploitation	= A+C+E 1 111 593,81	= G+I+K 1 160 741,53	49 147,72
	Section d'investissement	= B+D+F 0,00	= H+J+L 0,00	0,00
	TOTAL CUMULE	= A+B+C+D+E+F 1 111 593,81	= G+H+I+J+K+L 1 160 741,53	49 147,72

## BUDGET PRÉVISIONNEL CENTRALE DE RÉSERVATION 2019

DEPENSES D'EXPLOITATION						
Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés (1)
			Mandats émis	Charges rattachées	Restes à réaliser au 31/12	
011	Charges à caractère général	31 000,00	28 279,92	0,00	0,00	2 720,08
012	Charges de personnel, frais assimilés	64 000,00	58 965,89	0,00	0,00	5 034,11
014	Atténuations de produits	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
65	Autres charges de gestion courante	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total des dépenses de gestion courante		95 000,00	87 245,81	0,00	0,00	7 754,19
66	Charges financières	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
67	Charges exceptionnelles	19 452,01	19 452,01	0,00	0,00	0,00
68	Dotations aux provisions et dépréciat°(2)	0,00	0,00			0,00
69	Impôts sur les bénéfices et assimilés(3)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
022	Dépenses imprévues	0,00				
Total des dépenses réelles d'exploitation		114 452,01	106 697,82	0,00	0,00	7 754,19
023	Virement à la section d'investissement (4)	0,00				
042	Opérat° ordre transfert entre sections (4)	0,00	0,00			0,00
043	Opérat° ordre intérieur de la section (uniquement en M44) (4)	0,00	0,00			0,00
Total des dépenses d'ordre d'exploitation		0,00	0,00			0,00
TOTAL		114 452,01	106 697,82	0,00	0,00	7 754,19
Pour information						
D 002 Déficit d'exploitation reporté de N-1		0,00				

### RECETTES D'EXPLOITATION

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés
			Titres émis	Prod. rattachées	Restes à réaliser au 31/12	
013	Atténuations de charges	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
70	Ventes produits fabriqués, prestations	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
73	Produits issus de la fiscalité(5)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
74	Subventions d'exploitation	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
75	Autres produits de gestion courante	95 000,00	102 775,03	0,00	0,00	-7 775,03
<b>Total des recettes de gestion courante</b>		<b>95 000,00</b>	<b>102 775,03</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-7 775,03</b>
76	Produits financiers	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
77	Produits exceptionnels	0,00	488,74	0,00	0,00	-488,74
78	Reprises sur provisions et dépréciations (2)	0,00	0,00			0,00
<b>Total des recettes réelles d'exploitation</b>		<b>95 000,00</b>	<b>103 263,77</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-8 263,77</b>
042	Opérat° ordre transfert entre sections (4)	0,00	0,00			0,00
043	Opérat° ordre intérieur de la section (uniquement en M44) (4)	0,00	0,00			0,00
<b>Total des recettes d'ordre d'exploitation</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>95 000,00</b>	<b>103 263,77</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-8 263,77</b>
Pour information		19 452,01				
R 002 Excédent d'exploitation reporté de N-1						

### EXECUTION DU BUDGET

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)	Section d'exploitation	A 106 697,82	G 103 263,77	G-A -3 434,05
	Section d'investissement	B 0,00	H 0,00	H-B 0,00
REPORTS DE L'EXERCICE N-1	Report en section d'exploitation (002)	C 0,00 (si déficit)	I 19 452,01 (si excédent)	
	Report en section d'investissement (001)	D 0,00 (si déficit)	J 0,00 (si excédent)	
		=	=	
		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
<b>TOTAL (réalisations + reports)</b>		<b>P= A+B+C+D 106 697,82</b>	<b>Q= G+H+I+J 122 715,78</b>	<b>=Q-P 16 017,96</b>
RESTES A REALISER A REPORTER EN N+1 (2)	Section d'exploitation	E 0,00	K 0,00	
	Section d'investissement	F 0,00	L 0,00	
	<b>TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1</b>	<b>= E+F 0,00</b>	<b>= K+L 0,00</b>	
		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
RESULTAT CUMULE	Section d'exploitation	= A+C+E 106 697,82	= G+I+K 122 715,78	16 017,96
	Section d'investissement	= B+D+F 0,00	= H+J+L 0,00	0,00
	<b>TOTAL CUMULE</b>	<b>= A+B+C+D+E+F 106 697,82</b>	<b>= G+H+I+J+K+L 122 715,78</b>	<b>16 017,96</b>

# PERSPECTIVES 2020

## ANIMATION

L'objectif est de toujours innover et améliorer les événements et animations avec les moyens attribués.

## CENTRALE DE RÉSERVATION

**Début des réservations pour l'hiver 2019/2020 :**  
**+ 7% par rapport à l'année dernière au 18 octobre**

Les clients veulent des hébergements de qualité, grands et bien situés.  
Les réservations se font de plus en plus tôt.

## RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK

**Atteindre 30 000 abonnés**  
**à la fin de l'année sur Chamrousse Officiel,**  
maintenir une évolution positive  
en matière d'abonnés pour tous les comptes.



INSTAGRAM

**Atteindre 10 000 abonnés**  
**d'ici la fin de l'hiver (avril 2020).**  
Apporter un contenu différent de Facebook,  
avec de plus jolis visuels.



TWITTER

Augmenter le nombre de tweets  
essentiellement en hiver dans un premier temps.



YOUTUBE

Mettre en ligne plus de vidéos sur la plateforme.

# CHAMROUSSE

Alpes - France 1700

## OFFICE DE TOURISME

### CHAMROUSSE 1650 / LE RECOIN

42 Place de Belledonne  
38410 Chamrousse

### CHAMROUSSE 1750 / ROCHE-BÉRANGER

478 Avenue du Père Tasse  
38410 Chamrousse  
T. : +33 (0)4 76 89 92 65  
[info@chamrousse.com](mailto:info@chamrousse.com)  
[www.chamrousse.com](http://www.chamrousse.com)

Chamrousse plus proche de vous !

