



CHAM ROUSSE

OFFICE DE TOURISME RAPPORT D'ACTIVITÉS

HIVER 2018-19 / ÉTÉ 2019



CHAM ROUSSE
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. Régalez-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

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



**CONSEILLÈRE(S)
SÉJOUR**
Fanny LATRONICO
+ SAISONNIERS

**RESPONSABLE
ANIMATION**
Richard LLORCA



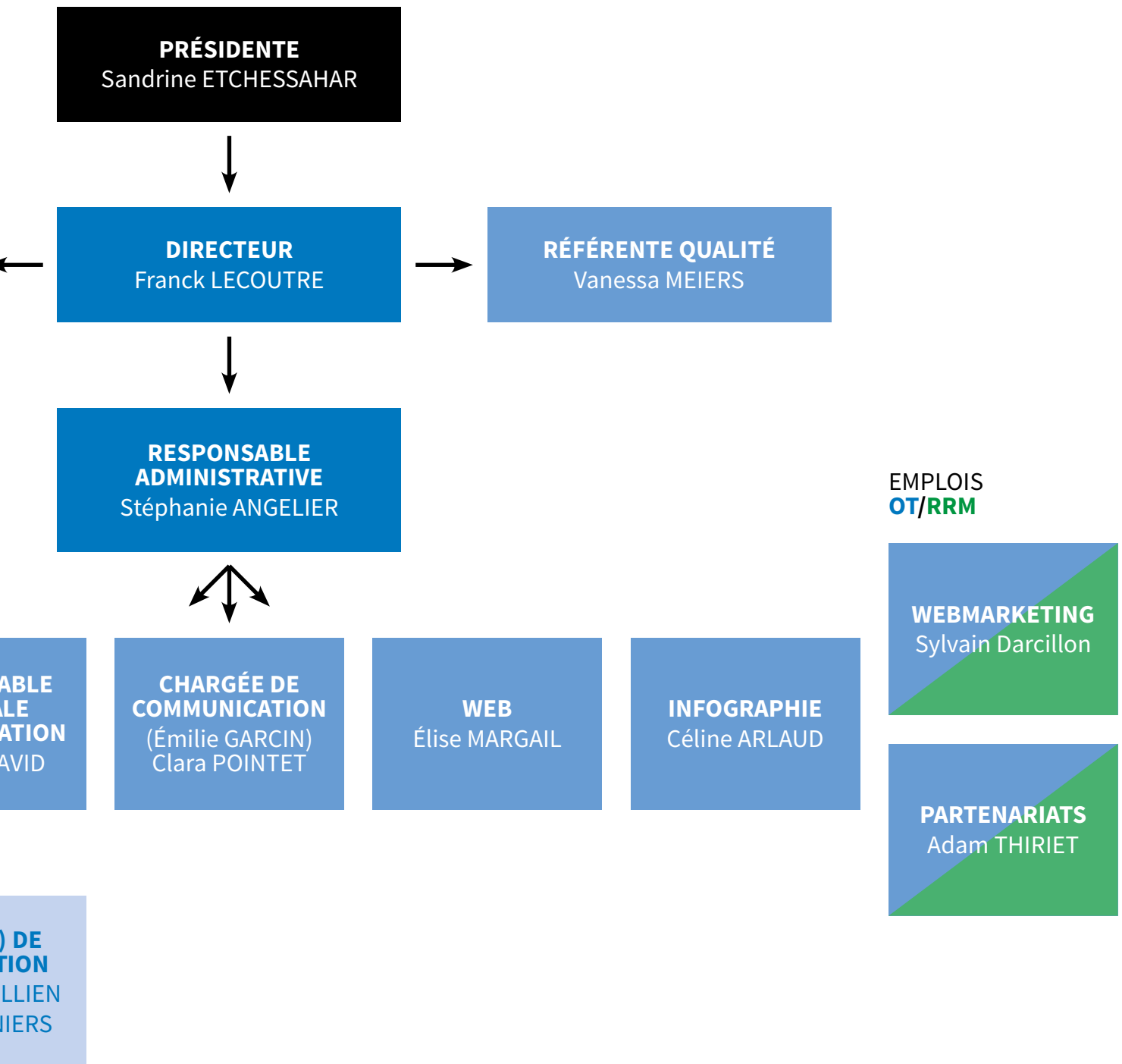
**ANIMATEURS
SAISONNIER**

**RESPONSABLE
CENTRALE
DE RÉSERVATION**
Adeline DUBOIS



**AGENT(S)
RÉSERVATION**
Farouka JUBERT
+ 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 remarqués 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 satisfaits
- 96 %** des personnes satisfaites de leur séjour à Chamrousse
- 60 %** des personnes seraient prêtes à reveni
- 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 (+ 40 %)

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

>> Hiver = 6 534 / Été = 2 306



WEB [PÉRIODE 1^{er} 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 corresponde 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^e 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^e 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/Sécial 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

Newsletter Centrale de Réservation

[INFORMATIONS & OFFRES EN AVANT SAISON]

225 destinataires

>> Hiver = 140 / Été = 85

41 % de Taux d'ouverture moyen

2 newsletters envoyées

PARTENAIRES/SOCIO-PRO, HÉBERGEURS ET PRESSE

Newsletter pro

1 201 destinataires

54 % de Taux d'ouverture moyen

8 newsletters envoyées

>> Hiver = 5 / Été = 3

Communiqué de presse

12 239 destinataires

40 % de Taux d'ouverture moyen

53 communiqués de presse envoyés

>> Hiver = 33 / Été = 20

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 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

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 **1 500** 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 Sibio 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^e 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
(saisonniers)



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



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 chaînes 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
Total des dépenses de gestion courante		1 134 935,84	1 111 593,81	0,00	0,00	23 342,03
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				
Total des dépenses réelles d'exploitation		1 134 935,84	1 111 593,81	0,00	0,00	23 342,03
023	Virement à la section d'investissement ⁽⁴⁾	0,00				
042	Opérat ⁵ ordre transfert entre sections ⁽⁴⁾	0,00	0,00			0,00
043	Opérat ⁵ 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		1 134 935,84	1 111 593,81	0,00	0,00	23 342,03
Pour information		0,00				
D 002 Déficit d'exploitation reporté de N-1						

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
Total des recettes de gestion courante		917 500,00	939 875,69	0,00	0,00	-22 375,69
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
Total des recettes réelles d'exploitation		1 084 952,01	1 110 757,70	0,00	0,00	-25 805,69
042	Opérat ⁵ ordre transfert entre sections ⁽⁴⁾	0,00	0,00			0,00
043	Opérat ⁵ ordre intérieur de la section (uniquement en M44) ⁽⁴⁾	0,00	0,00			0,00
Total des recettes d'ordre d'exploitation		0,00	0,00			0,00
TOTAL		1 084 952,01	1 110 757,70	0,00	0,00	-25 805,69
Pour information		49 983,83				
R 002 Excédent d'exploitation reporté de N-1						

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

(2) Si la régie 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 N-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

REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
	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

RESULTAT CUMULE		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
	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
Total des recettes de gestion courante		95 000,00	102 775,03	0,00	0,00	-7 775,03
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
Total des recettes réelles d'exploitation		95 000,00	103 263,77	0,00	0,00	-8 263,77
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 recettes d'ordre d'exploitation		0,00	0,00			0,00
TOTAL		95 000,00	103 263,77	0,00	0,00	-8 263,77
Pour information R 002 Excédent d'exploitation reporté de N-1		19 452,01				

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)
TOTAL (réalisations + reports)	P= A+B+C+D	106 697,82	Q= G+H+I+J	122 715,78	=Q-P 16 017,96

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 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
	TOTAL CUMULE	= A+B+C+D+E+F 106 697,82	= G+H+I+J+K+L 122 715,78	16 017,96

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

www.chamrousse.com

Chamrousse plus proche de vous !



FLOCON VERT