

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019

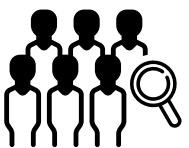
GRAND CHAMBÉRY
ALPES TOURISME
— Bauges – Challes-les-Eaux – Chambéry —



SOMMAIRE

3 

CHIFFRES CLÉS

7 

FRÉQUENTATION

10 

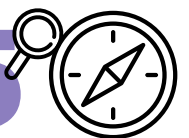
PROMOTION BtoC

27 

PROMOTION BtoB
ET COMMERCIALISATION

31 

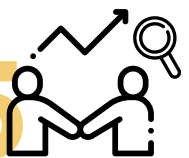
LA RUCHE BOUTIK'

35 

MARQUE DE DESTINATION

39 

SERVICES ET QUALITÉ

45 

FÉDÉRER LES PROFESSIONNELS

47 

GOUVERNANCE

49 

RESSOURCES, BUDGET
ET TAXE DE SÉJOUR

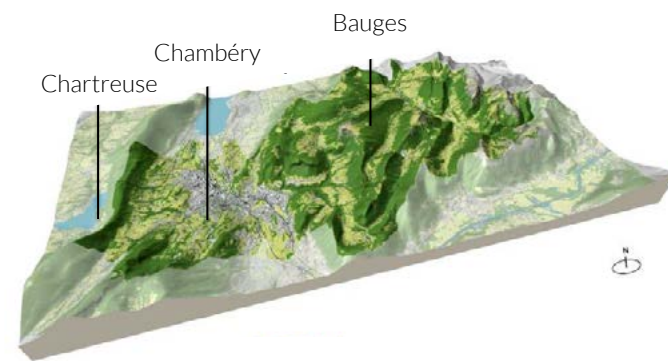
53 

PERSPECTIVES 2020

CHIFFRES CLÉS



138 233 HABITANTS ET 1 091 PROFESSIONNELS DU TOURISME ANIMENT LA DESTINATION GRAND CHAMBÉRY



source : INSEE 2016 et Apidae

ACCUEIL DANS LES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE (BIT)

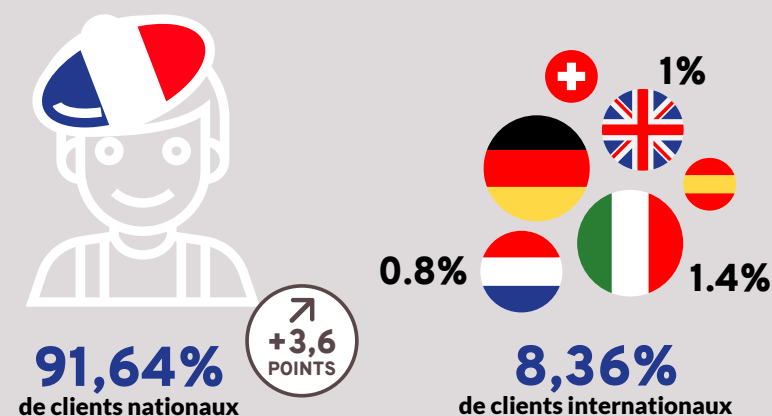
143 980 personnes accueillies dans 7 BIT (dont 2 BIT intégrés en 2018)
+5% de la fréquentation hors nouveaux BIT

- Chambéry Palais de justice : **81 351 visiteurs +5,6%**
- Chambéry la Ruche : **9 225 visiteurs +21,7%**
- Challes-les-Eaux : **7 664 visiteurs -4,2%**
- Le Châtelard : **4 138 visiteurs -22,6%**
(fermeture à partir de la Toussaint 2019)
- Aillon-le-Jeune : **9 638 visiteurs +5,6%**
- Savoie Grand Revard : **31 964 visiteurs**



sources : GCAT 2018 et 2019

ORIGINE DES VISITEURS DANS LES BIT



L'intégration des BIT de Savoie Grand Revard en 2019 fréquentés par une clientèle majoritairement française, contribue à l'augmentation du nombre de visiteurs nationaux de l'ensemble des BIT.

source : GCAT 2018 et 2019

FRÉQUENTATION PROFESSIONNELLE ET DE LOISIRS



source : INSEE 2018 et 2019
fréquentation hôtelière Grand Chambéry

COMMERCIALISATION



473 318 €
de chiffres d'affaires

+10%

pour la commercialisation
d'hébergements, d'activités
ou de produits packagés
auprès des groupes
ou des individuels.

source : GCAT 2018 et 2019

PROMOTION



5 sites web
2,3 millions
de visites



4 pages Facebook
+ 2 pages Instagram

493 935
fans

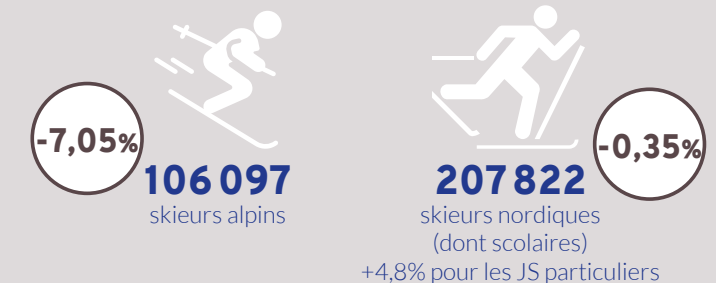
JOURNÉES SKIEURS SAISON 2018/2019

AILLONS-MARGÉRIAZ



sources : Aillons-Margériaz et SGR 2018 et 2019

SAVOIE GRAND REVAR



LITS TOURISTIQUES

Total Grand Chambéry

26 027 lits touristiques dont **8 805** marchands
Hausse de **2,5%** du nombre de lits marchands portée par les meublés touristiques.

Aillons-Margériaz

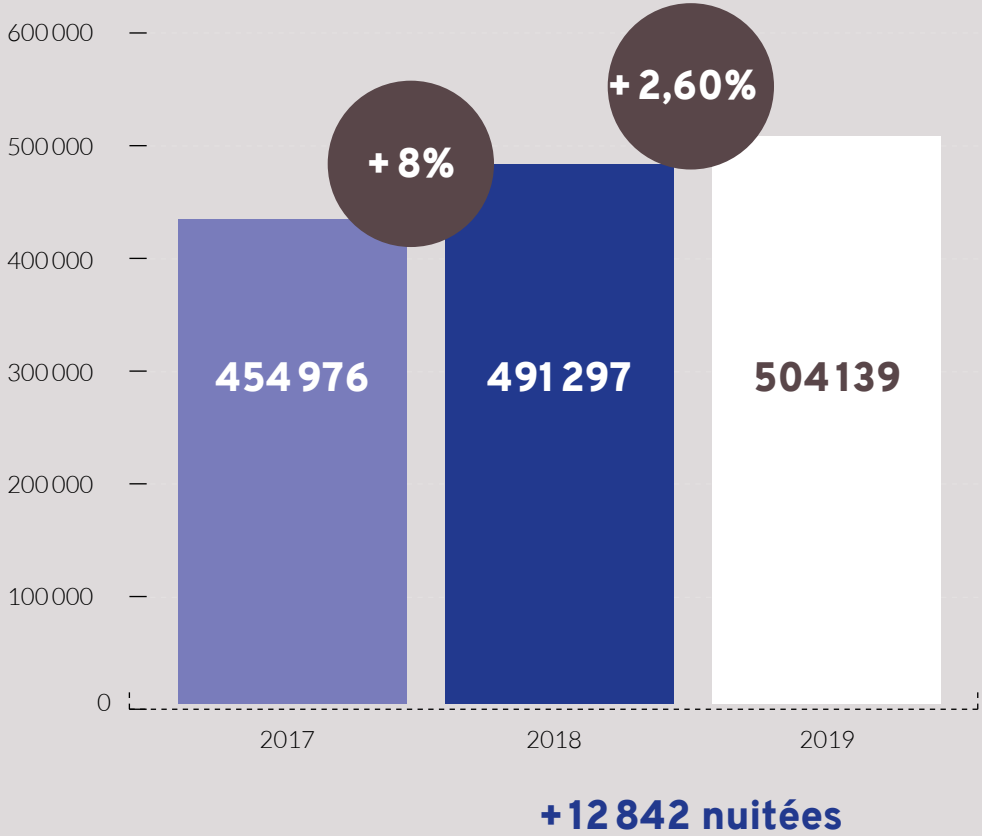
3 546 lits touristiques dont **931** marchands
Hausse de **9,1%** du nombre de lits marchands portée par les meublés touristiques.

Savoie Grand Revard

6 024 lits touristiques dont **2 161** marchands
Hausse de **2,7%** du nombre de lits marchands.

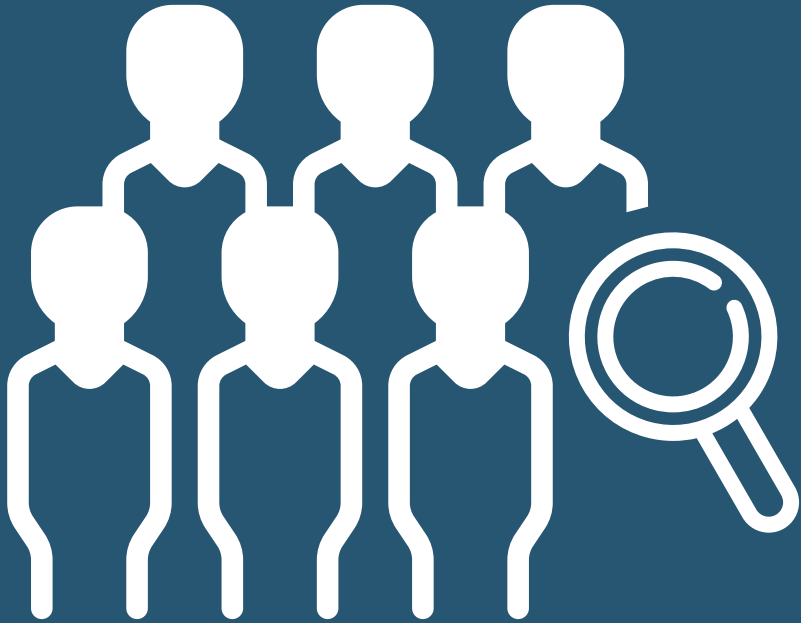
source : SMBT 2019

Évolution du nombre de nuitées hôtelières de Grand Chambéry



source : INSEE 2019

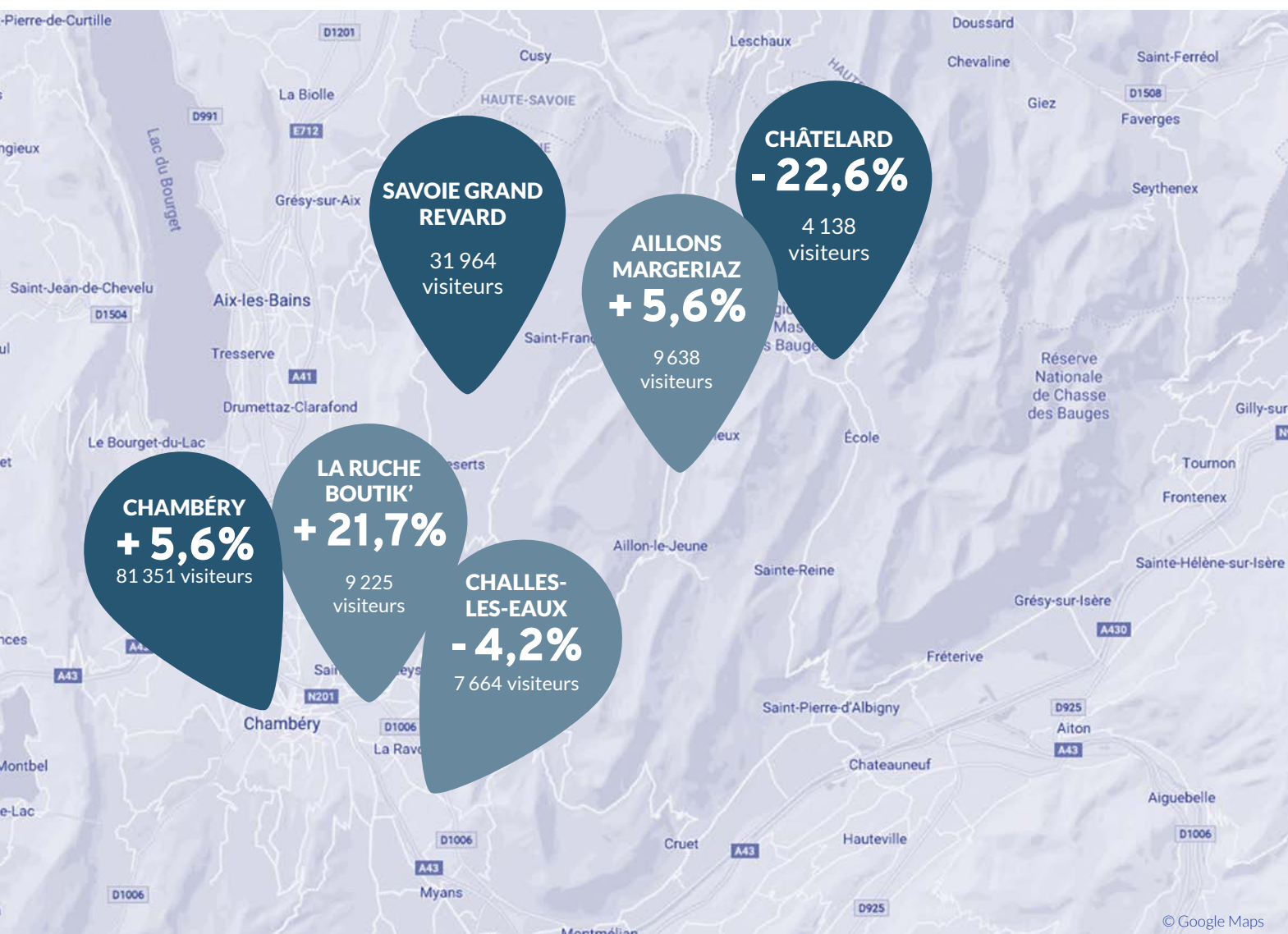
FRÉQUENTATION



OBJECTIFS RÉALISÉS

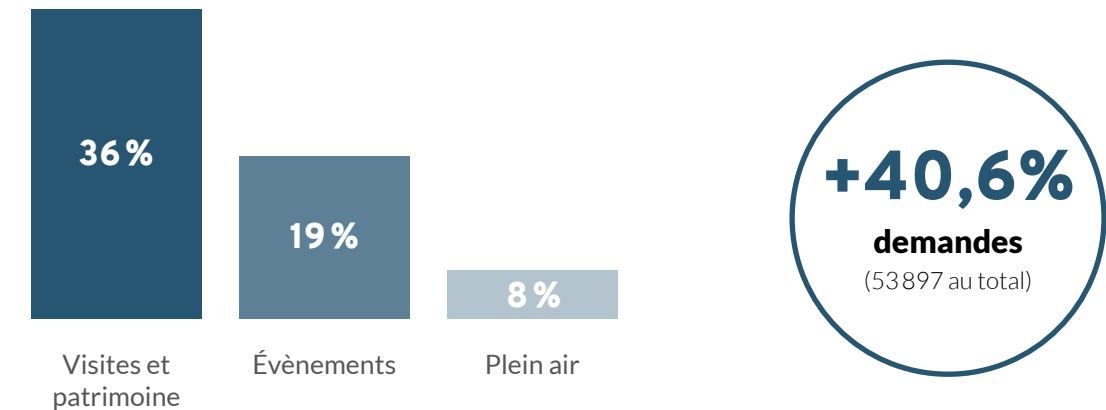
- Adapter les horaires d'ouverture et les moyens humains en fonction de la fréquentation touristique
- Assurer un service de réponses aux demandes en 4 langues (anglais, espagnol, allemand et italien)
- Délivrer une information qualifiée et maîtrisée
- Assurer la satisfaction de la clientèle

CARTE DE NOS POINTS D'ACCUEIL

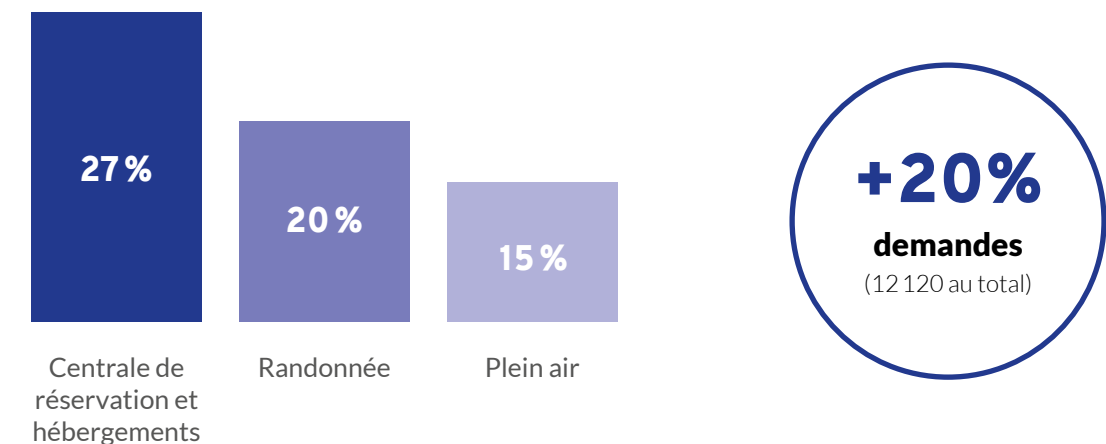


LE TOP DES DEMANDES DES VISITEURS EN OFFICE DE TOURISME

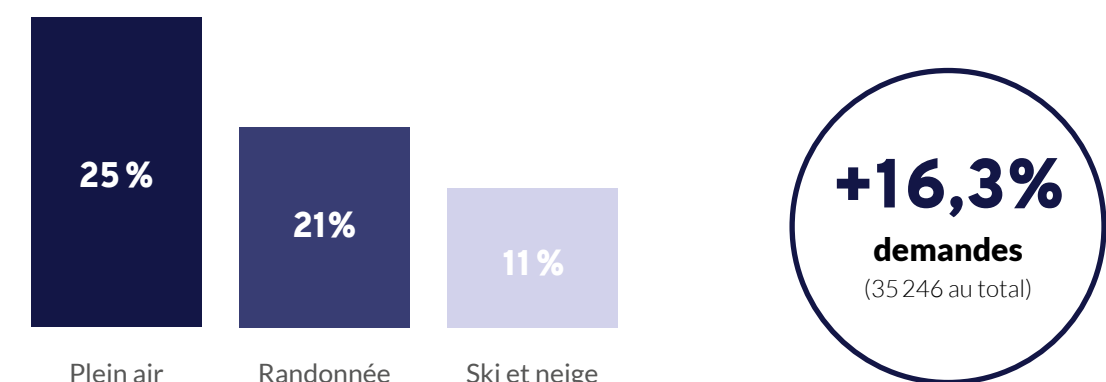
CHAMBÉRY / CHALLES-LES-EAUX



LES AILLONS-MARGERIAZ / CŒUR DES BAUGES



SAVOIE GRAND REVAR



sources : GCAT 2019

PROMOTION

BtoC



LE WEB & LES RÉSEAUX SOCIAUX

OBJECTIFS RÉALISÉS

- Accroître la notoriété de la destination sur le web
- Créer, enrichir et promouvoir des contenus 4 saisons
- Fédérer une communauté autour de Grand Chambéry, les Bauges et ses stations, sur les réseaux sociaux

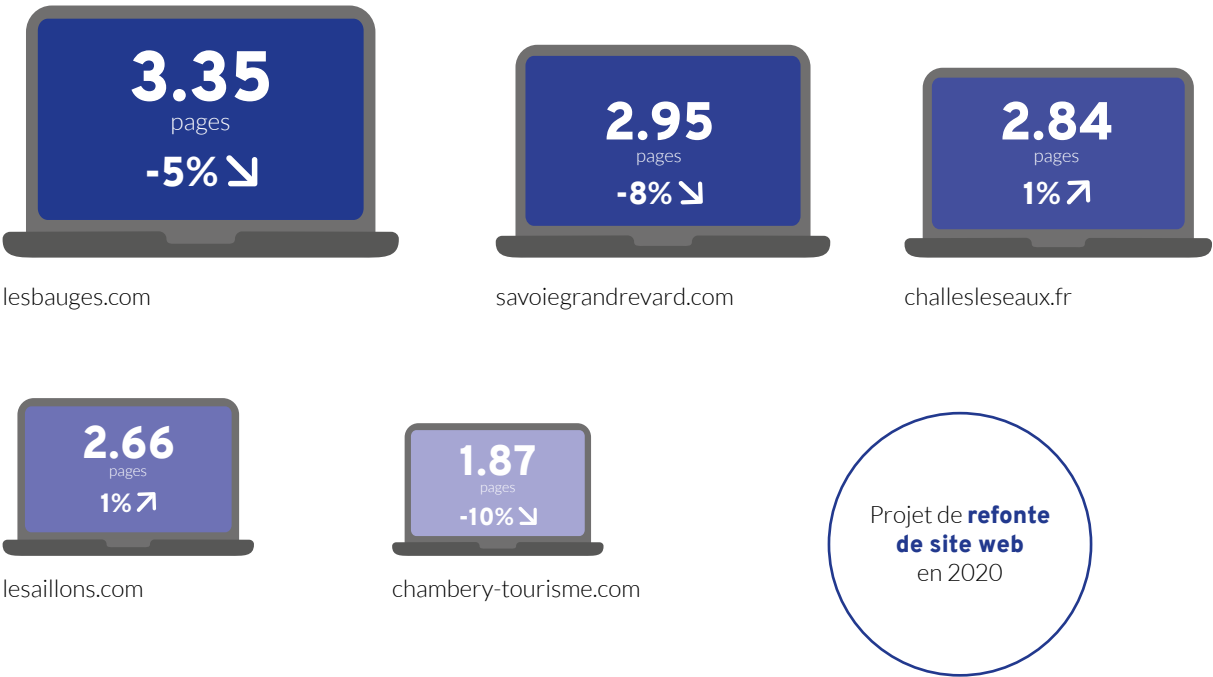
Les différents sites web :



Gestion du site web de Savoie Grand Revard à partir de 2019, conduisant à une forte hausse du nombre total des visites des sites web de la destination.

source : GCAT 2019

MOYENNE DU NOMBRE DE PAGES VUES PAR VISITE (PAR SITE)

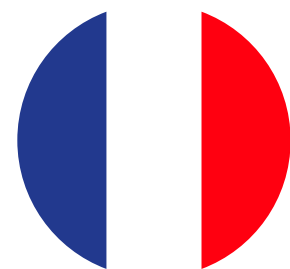


FOCUS SUR LA PAGE LA PLUS VUE PAR SITE



source : GCAT 2019

ORIGINE DES INTERNAUTES



entre **88** et **93%**
d'internautes nationaux

Clientèle étrangère la plus représentée par site web

2%
pour le site de
Challes les Eaux



5%
pour le site des Bauges

4%
pour le site des Aillons

3%
pour les sites de Chambéry
et de Savoie Grand Revard

entre **7** et **12%**
d'internautes étrangers

ÉDITIONS

OBJECTIFS RÉALISÉS

- Concevoir et réaliser des éditions en 2 langues étrangères
- Diffuser une information actualisée, qualifiée, maîtrisée
- Publier des éditions plus attractives mais imprimées en moins d'exemplaires, dans une optique de développement durable.

RÉSEAUX SOCIAUX



Facebook Massif des Bauges
7 977 abonnés

Facebook Savoie Grand Revard
6 280 abonnés

Facebook Aillons-Margériaz
11 349 abonnés

Facebook La Ruche Boutik'
(ouverture en septembre 2017)
1 389 abonnés

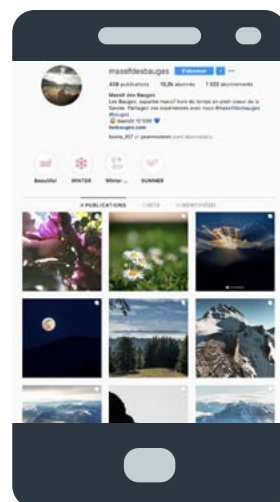
Facebook Shop'in Chambé
10 289 abonnés

+20%

+58%

+15%

+27%



Instagram Massif des Bauges
9 093 abonnés

Instagram Chambéry_insp
(ouverture en février 2019)
3 558 abonnés

+127%

NOUVEAU

source : GCAT 2019

COMMUNITY MANAGEMENT

36 088
abonnés

9.1 M
de personnes
touchées par
nos publications

720 715
réactions
à nos publications

56 845
publications
parlent de nous

APPLICATION MOBILE

Eskapades
3132
téléchargements



Groupes et affaires
500 exemplaires
publiés en français,
et 200 exemplaires
en GB et IT



Guide sortie scolaire
2 000 exemplaires

Ptiou été 2019
4 000 exemplaires



Guide des découvertes

20 000 exemplaires
Traduction en GB et en IT



Guide des hébergements

1 000 exemplaires
Traduction en GB



Guide accueil Vélo

4 000 exemplaires



Massif des Bauges été

15 000 exemplaires
Traduction en GB et en NL

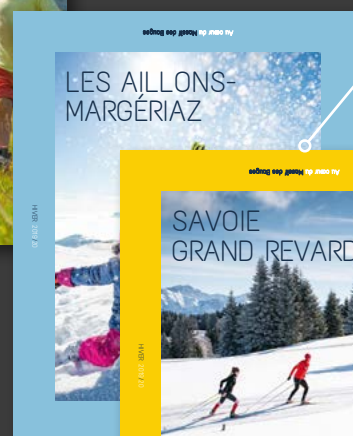


Carte vélo Grand Chambéry

10 000 exemplaires
Traduction en GB, IT et en DE

Massif des Bauges hiver

15 000 exemplaires
Traduction en GB et en NL



Guide des hébergements Massif des Bauges

1 800 exemplaires
Traduction en GB et en NL



CONTENUS ET CAMPAGNES

5 NOUVELLES VIDÉOS
BAUGES



1 NOUVELLE VIDÉO
CHAMBÉRY

139 400
vues de vidéos

25 210
minutes visionnées
par plus de
50 793
lecteurs uniques

Taux
d'engagement
2,6%

42 749
vues de vidéo

13 998
lecteurs uniques

<https://www.youtube.com/watch?v=3MOuJldDvpg>



CAMPAGNE AÉROPORT DE LYON ET GENÈVE

Semaines de Noël et nouvel an.
Vidéos montées spécifiquement
à partir d'images hiver

Entre 1 et 1,1 M
de voyageurs ciblés sur cette période



SHOOTING PHOTOS

2070

clichés réalisés
(1 160 Chambéry + 910 Bauges)
sur **19** thèmes et **37** lieux différents
au cours de **13** journées
de shootings photos



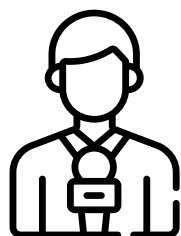
© Peignée verticale
© David Gonthier
© Art Prism
© C. Haas
© GCAT

PRESSE ET INFLUENCEURS

OBJECTIFS RÉALISÉS

- Renforcer l'image de marque qualitative de la destination Grand Chambéry, tant au niveau national qu'international
- Accroître la notoriété touristique sur 4 saisons
- Collaborer de façon étroite avec SMBT, AURA Tourisme et Atout France dans le monde

LES CHIFFRES CLÉS



24

journalistes/influenceurs accueillis
en 7 voyages de presse



3

dossiers de presse



10

communiqués de presse



2,4M €
Équivalent pub



Impact
126,9 M
de contact



Pic équivalent
publicitaire
septembre 2019
333 688 €



275,4M
de lecteurs
audience cumulée

ÉDITIONS

Un dossier de presse
Chambéry/Challes-les-Eaux été
français



Un dossier de presse
Bauges été
français



Un dossier de presse
Bauges hiver
français

Hoogtelijn du 21 août 2019

Parc naturel régional du Massif des Bauges

Polderen in het hooggebergte

Berggidsen strijden er al jaren voor extra refuges, boeren houden alles het liefst bij het oude. In het 60.000 hectare grote regionale park van het Baugesmassief zijn de tegenstellingen vaak groot. Gelukkig zetten de 22 medewerkers van het Maison du Parc de partijen regelmatig met elkaar aan tafel. En met succes. Een bergwandelfhaal over polderende parkmedewerkers, eigenlijke boeren, vasthoudende natuurliehebbers en een bezoeker publiek dat aan het veranderen is.

Tekst van beeld Lee van den Bosch

Kaas, brood, een flinke worst, pasta, tomaten, bananen, een – als we het hebben over de Le Châtelard aan- komen, is het nog een keer flink samen gebakken in onze rugzakken. Eigenaar en berggids Pascal Mouquet zat ons persoonlijk op het Massif des Bauges laten zien, het bergmassief tussen Annecy, Albertville, Aix les Bains en Chambéry. Het massief waar hij en van brood, en waar hij al zijn leven lang bezig is met de ontwikkeling van de berggids. De zuidelijke toegangspoort tot het kalkachtige massief is Chambéry, de stad die ooit de hoofdstad van het Savoyse was, maar vanaf 1963 die een aan- turistiek moet laten.

Dorp als hoofdstad
Kom je fris uit Nederland, dan is Chambéry een betrekkelijk rustig stadje met middeleeuwse steegjes en een historisch centrum, een kathedraal, een ultramodern streekmarkt in Les Halles en restaurants waar je in alle (franse) soorten en maten je hart cultuut kunt ophalen. Kom je uit het Massif des Bauges, dan heb je het gevoel ondergedompeld te worden in de grote stad. In de Bauges zijn gemeenschappen klein en burger- meesters van lokale efluïes. De hoofdstad van het bergachtige gebied is Le Châtelard, een dorp met nog geen zeshonderd inwoners, maar waar wel, behalve het gebroederschap van Pascal, het Maison du Parc de vindin is van het 60.000 hectare grote

Mondreus van typische Savoyse, want in forme de Bauges op de massief van de Bauges (Frans).

Op de flanken van de Anchoir, na een nachtelijk wandeltocht.

53 | HOOGTELIJN | 2019

L'Avenir novembre 2019

Seniors

SUPPLÉMENT AU JOURNAL DU 19 NOVEMBRE 2019

Prendre soin de soi

l'avenir

Une cure thermique, tellement moderne, tellement humain

L'image de la cure thermique, avec des seniors qui toussent et déambulent en peignoirs, tel des pingouins perdus sur la banquise, est désuète et dépassée. En Auvergne Rhône-Alpes, le tourisme thermal a su se réinventer.

NATHANIEL JACOMIN

La directrice des Thermes de Challes les Bauges (petite ville près de Chambéry) est une femme entrepreneur. Après nous avoir fait le tour de son établissement et de ses nombreuses études, elle nous livre un petit livre de son histoire. Elle nous livre un petit livre de son histoire. Elle nous livre un petit livre de son histoire.

24 stations, 23 millions
D'un importance d'importance, d'importance de sé- d'importance. C'est particulièrement vrai en Région Auvergne Rhône-Alpes, qui compte 24 stations thermiques (dont certaines renommées comme Evian ou Vichy) et qui a choisi d'investir 23 mil- lions pour devenir la première région française de minéralité.

Ces 24 stations thermiques tendent à se position- ner au-delà des vertus thérapeutiques pour les- quelles elles sont reconnues et se présentent cha-

Autrefois thérapeutiques, les stations thermiques deviennent des îlots de bien-être.

photo: sébastien

Mag 2 Savoies automne-hiver 2019

ART DE VIVRE | DECOUVERTE

Balade au lac Saint-André AU MILIEU DES VIGNES

Un tronçon de la véloroute V63 relie Chambéry au lac Saint-André, au pied du Mont Granier. Sur place, nous avons testé le Segway dans le vignoble savoyard. Passé les premières minutes d'apprentissage, nous avons apprécié l'expérience! Et nous ne pouvions pas repartir sans déguster une roussette et une moussette de Savoie.

La V63 longe le lac de Bauges et rejoint Chambéry avant de prendre la direction de la Vallée de la Savoie. Le lac Saint-André, au pied du Mont Granier, est un lieu de détente et de découverte. Le lac est entouré de vignes et de champs. Le lac est entouré de vignes et de champs. Le lac est entouré de vignes et de champs.

SEGWAY
C'est un peu comme un vélo, mais sans pédale. Le segway est un moyen de transport innovant. Il est utilisé pour visiter le lac Saint-André et le vignoble savoyard. Le segway est un moyen de transport innovant. Il est utilisé pour visiter le lac Saint-André et le vignoble savoyard.

CÉPAGES ENDÉMIQUES
Le vignoble de Savoie est unique. Il est composé de cépages endémiques. Ces cépages sont adaptés au climat de la région. Ils produisent des vins de qualité. Les vins de Savoie sont réputés pour leur qualité et leur caractère.

TABLES GASTRONOMIQUES
Le lac Saint-André est un lieu de détente et de découverte. Il est entouré de vignes et de champs. Le lac est entouré de vignes et de champs. Le lac est entouré de vignes et de champs.

On accède à un beau point de vue sur le lac Saint-André. Le lac est entouré de vignes et de champs. Le lac est entouré de vignes et de champs. Le lac est entouré de vignes et de champs.

On accède à un beau point de vue sur le lac Saint-André. Le lac est entouré de vignes et de champs. Le lac est entouré de vignes et de champs. Le lac est entouré de vignes et de champs.

La Maison France 5 tournée début décembre à Chambéry

780 000 spectateurs le samedi 14 février

1 500 000 téléspectateurs avec les visionnages replay et rediffusion

SALONS BtoC

SALON DU RANDONNEUR DE LYON



14 157
visiteurs

ÉVENEMENTIEL

OBJECTIFS RÉALISÉS

- Communiquer sur des opérations accompagnées par GCAT
- Assurer un plan de communication pour nos grands événements et festivals
- Communiquer sur l'agenda dont les contenus éditorialisés renforcent l'attractivité de la destination

OPÉRATIONS ACCOMPAGNÉES PAR GCAT



FÊTE DES ALPAGES
AU REVARD

800 repas vendus

FOIRE DES AILLONS

1 245 repas vendus et
environ 2 000 personnes
déambulant sur le marché



CONCOURS DE BÛCHERONS
À AILLON

environ 6 000 personnes

PHARAONIC

6300 spectateurs



FESTIVAL DU FILM ALPIN

775 personnes



CHAMBÉRY BD

13 800 visiteurs



FESTIVAL DU 1^{ER} ROMAN

plus de 12 000
personnes
(estimation)



LA GRANDE ODYSÉE

plus de 6 000 personnes à Savoie Grand Revard



FÊTE DES ÉLÉPHANTS

plus de 10 000 personnes (estimation)

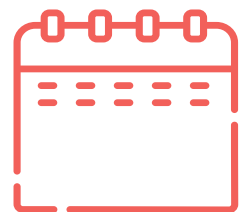
PROMOTION BtoB ET COMMERCIALISATION



OBJECTIFS RÉALISÉS

- Développer le nombre d'événements professionnels accueillis sur le territoire
- Créer et animer un comité de pilotage « stratégie de développement de l'activité MICE »
- Rééditorialiser le mini-site séminaires et congrès
- Construire des produits séjours différenciants à destination des clientèles longs courriers
- Développer et faciliter la commercialisation des visites guidées

TOURISME D'AFFAIRES : CONGRÈS ET SÉMINAIRES

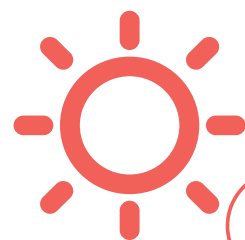


56 ÉVÉNEMENTS

accueillis dans les 3 équipements majeurs (le Phare, le Parc des expositions, le Manège) dont 5 salons d'envergure (+ de 1000 participants)

et **19** congrès et colloques nationaux (14) et internationaux (3)

sources : GCAT (estimations)



1.6 JOUR

Durée moyenne des événements

+0,4 JOUR

+0,1 M

CA global direct=
8,6 M €

ACTIONS DE PROSPECTION

2 salons BtoB Groupes et Individuels : Grand ski, Marché des Voyages de Groupes
85 contacts pris et **15** circuits élaborés

2 salons BtoB MICE PLACE Lyon : Heavent Meetings Cannes (MICE) : **30** contacts pris

4 candidatures remportées pour 2021

24 Tour Operator de **15** pays rencontrés sur Grand Ski

5 autocaristes et **80** associations rencontrés au Marché des voyages



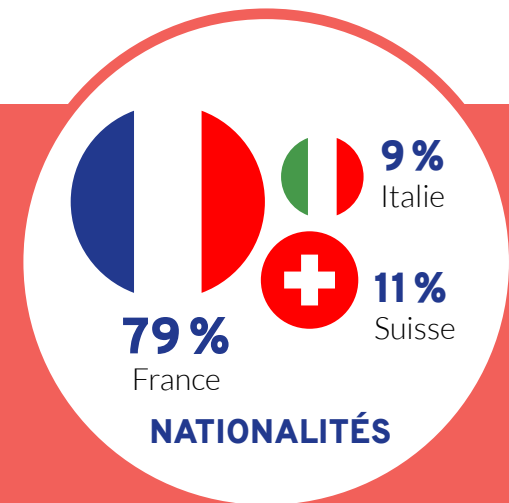
LES GROUPES



46

Prestataires sollicités

+31%



CA **108 000 €**

soit **+60%**

Augmentation du nombre de groupes et du nombre de séjours.

75

Groupes reçus

(+ 4%)



93 DEVIS

établis soit 80% de concrétisation

Concrétisation : + 12 points

source : GCAT 2019

CENTRALE DE RÉSERVATION DES BAUGES

CA

312 935 €

soit **+3,7%**

567 dossiers traités

PLACE DE MARCHÉ CHAMBÉRY

CA

22 931 €

soit **-22,6%**

1050 dossiers clients traités (+54%)



Baisse du CA lié principalement à l'arrêt de la gestion des ventes Grand ski. La hausse du nombre de dossiers clients est liée à l'augmentation du nombre de visites guidées

source : GCAT 2019

LES VISITES GUIDÉES

source : GCAT 2019

CA
63 620 €
soit **+18,5%**



213 DEVIS
réalisés, 184 devis concrétisés



8 980
personnes en visites avec
des groupes touristiques
(+24,7%)



14
Guides



8 928
personnes en visites
individuelles
(+13,7%)



17 908
personnes au total
(+19,4%)

SORTIES SCOLAIRES DANS LES BAUGES

CA **13 565 €**

Nombre de sorties : **19**

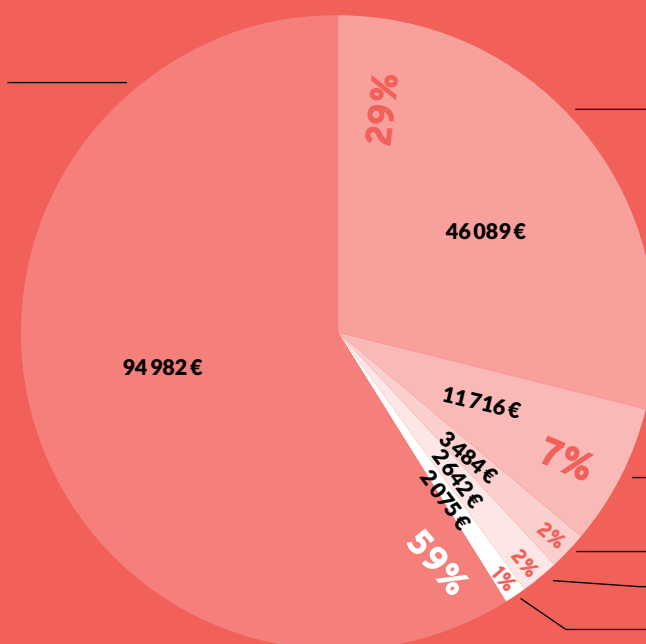
Nombre d'élèves : **727 (-41%)**
(absence de séjours, accueil de classes
à effectifs plus petits)



VENTES DE PRODUITS ET SERVICES DANS LES BOUTIQUES DES BIT

OT Palais de Justice

OT La Ruche Boutik'



Source : GCAT (TTC)

LA RUCHE BOUTIK'



OBJECTIFS RÉALISÉS

- Valoriser les activités de pleine nature
- Développer le CA de la boutique en proposant de nouveaux produits
- Mettre en avant les producteurs locaux et les produits des Parcs
- Organiser des ateliers thématiques
- Développer l'accueil de groupes en offrant une dégustation de produits locaux

LES PRODUITS LES + VENDUS À LA BOUTIK'



source : GCAT 2019

LES ATELIERS ORGANISÉS

Organisation de **19** ateliers sur l'année 2019 sur différents thèmes :

- **Thèmes relatifs aux pratiques d'activités sportives** (valorisation des sorties Expériences ski de rando/trail, lancement du Snooc) et avec l'intervention de professionnels de la montagne (FFCAM, etc.)
- **Organisation d'ateliers « gourmands »** autour des produits et saveurs de nos régions : fabrication de cocktails avec les sirops Routin atelier vin-chocolat - atelier avec J'aime Bocoh
- **Ateliers manuels** axés sur le développement durable avec la fabrication de savons/atelier zéro gaspi/atelier plantes comestibles sauvages

Ces ateliers, payants depuis l'été 2019, ont rapporté 254 € (coûts d'inscription de 3€/atelier) et ils sont souvent complets



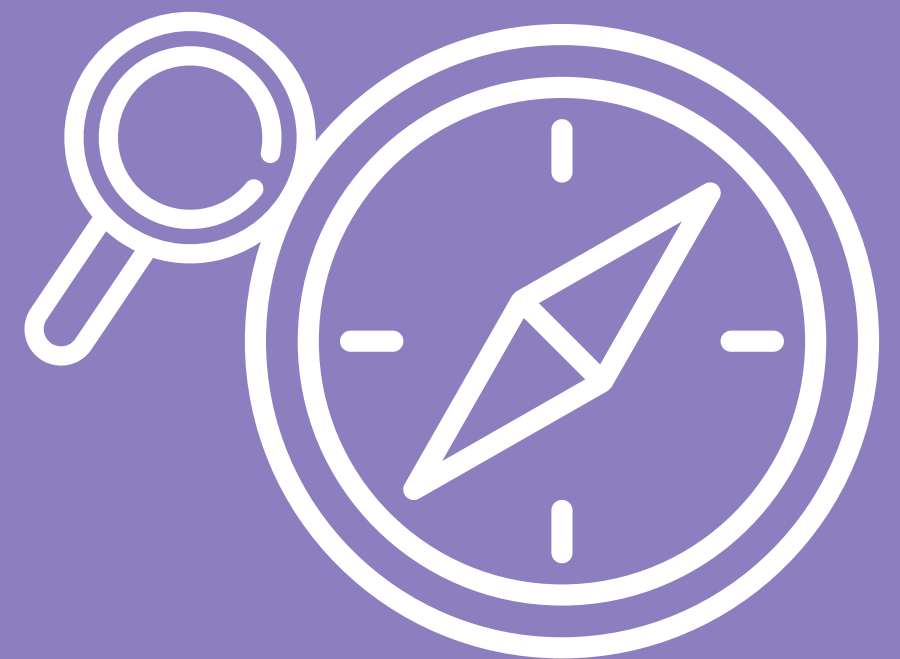
NOUVEAU

Mise en place de **dégustations de produits locaux à la Ruche**

proposées aux groupes
dans le cadre des visites
en ville (en lien avec
le service groupes).



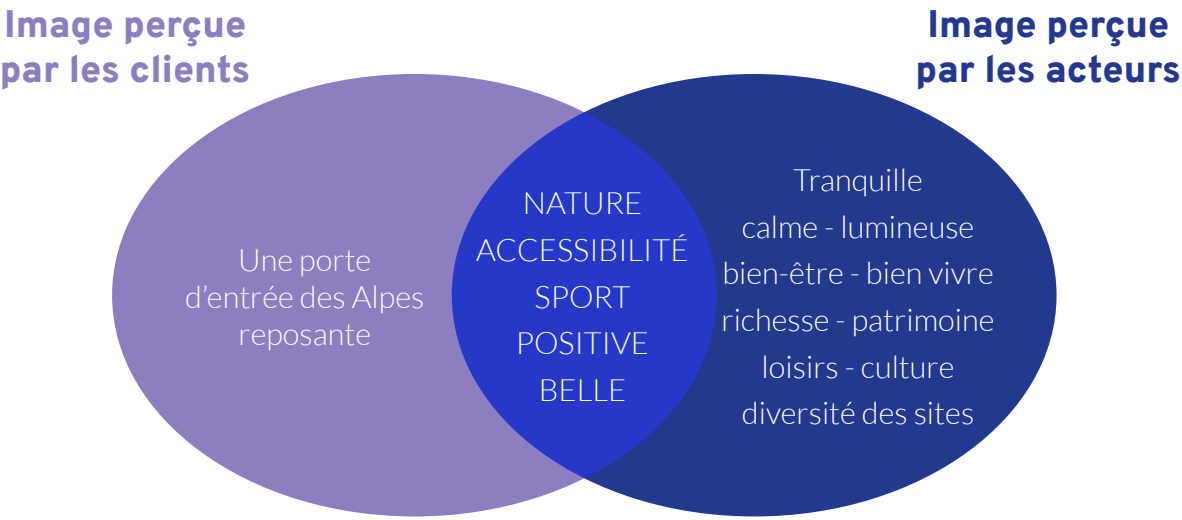
MARKETING TOURISTIQUE



LANCEMENT DE LA DÉFINITION D'UN NOUVELLE STRATÉGIE DE MARQUE TOURISTIQUE ET D'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

Au cours de l'année 2019, a été finalisé le diagnostic de la nouvelle stratégie, qui a notamment abouti à la réalisation d'un portrait identitaire du territoire, dont voici les principaux enseignements.

VISION ÉTROITE ENTRE ACTEURS ET CONSOMMATEURS. IMAGE CLIENTS/ACTEURS À RAPPROCHER

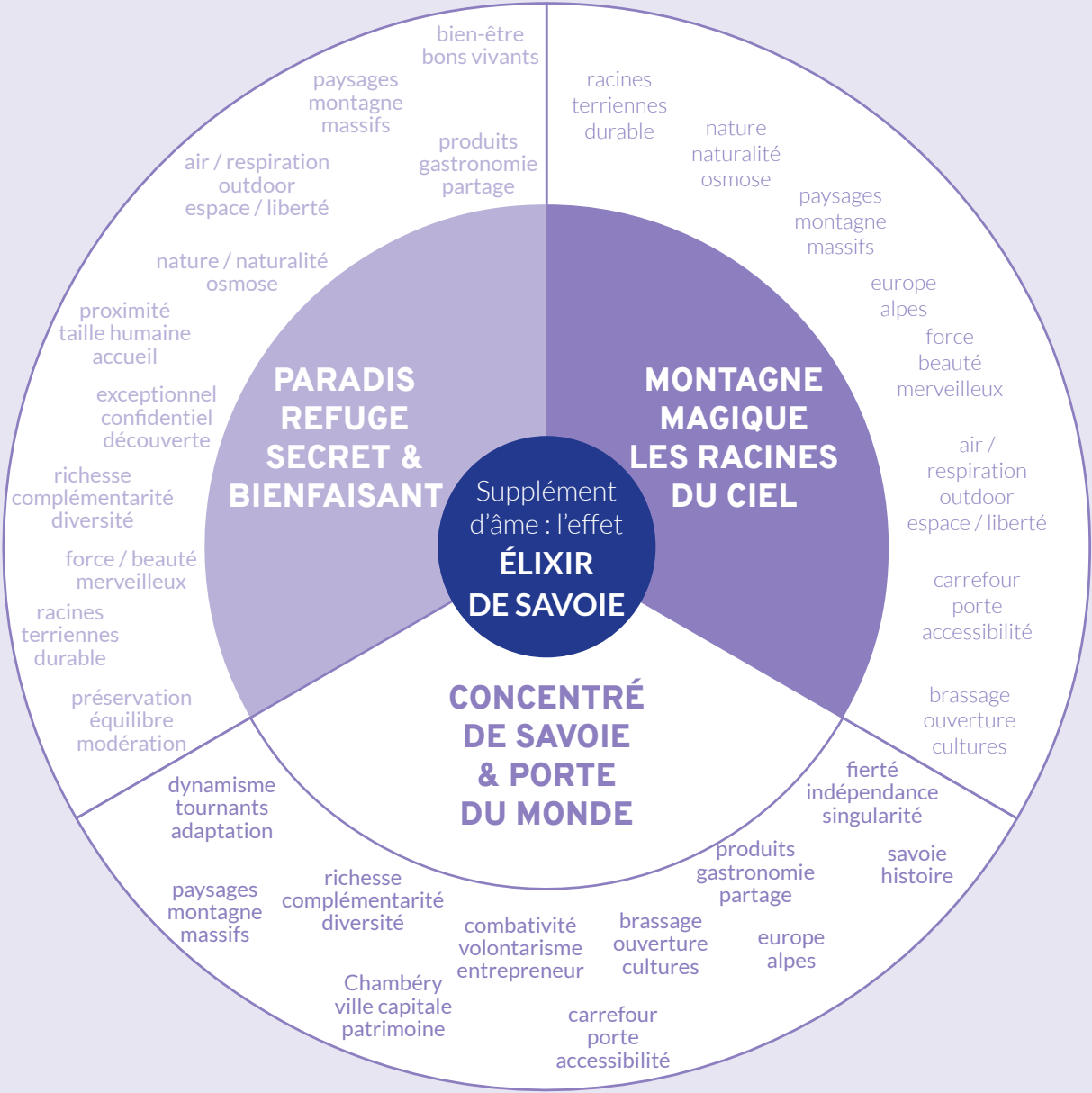


LA QUALIFICATION DE L'IMAGE DU TERRITOIRE

Premiers atouts perçus par les acteurs	
Beauté, tourisme, richesse, patrimoine	
Lacs et montagnes	
Situation géographique - accessibilité	
La - les montagnes	
La diversité des sites	

Atouts perçus	Clients
Avec de beaux paysages	92%
D'abord une destination de nature	80%
Une porte d'entrée des Alpes	74%
Sportive - reposante - image positive	71%
Facilement accessible	69%

IDENTITÉ



SERVICES ET QUALITÉ



OBJECTIFS RÉALISÉS

- Développer une offre innovante, compétitive et différenciante sur la destination
- Accompagner la qualification des acteurs touristiques
- Favoriser la satisfaction de la clientèle

MARQUE QUALITÉ



Animation de la démarche qualité par :

- l'animation du Groupe qualité de destination
- le suivi de la satisfaction client
- la labellisation des offres de la destination
- le suivi des critères du référentiel de la Marque.

Centrale de réservation



98.5%

des clients de la centrale ayant réservé par téléphone sont satisfaits ou très satisfaits du service reçu



98.7%

des clients prêts à réutiliser le service en ligne



5.1%

insatisfaits de leur hébergement (17% aménagement, 24,5 % literie, 15% entretien et propreté)



89.2%

des clients satisfaits du rapport qualité prix de l'hébergement



SUIVI

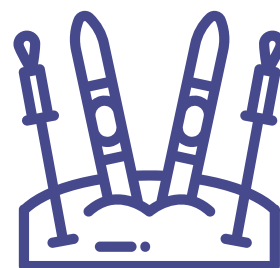
des avis clientèle sur les hébergements et plan d'actions auprès des meublés pour lequel des avis négatifs ont été émis

SATISFACTION CLIENT

Activités



Gestion de la satisfaction des randonneurs :
sentiers@grandchamberyalpes-tourisme.com



+ 46

Net Promoter Score
Satisfaction des sorties Expériences ski de randonnée

Groupes



100%

des clients très satisfaits ou satisfaits de l'accueil téléphonique

100%

des clients très satisfaits ou satisfaits du programme proposé

85%

des groupes ont une excellente impression sur la ville et 15% ont une impression satisfaisante



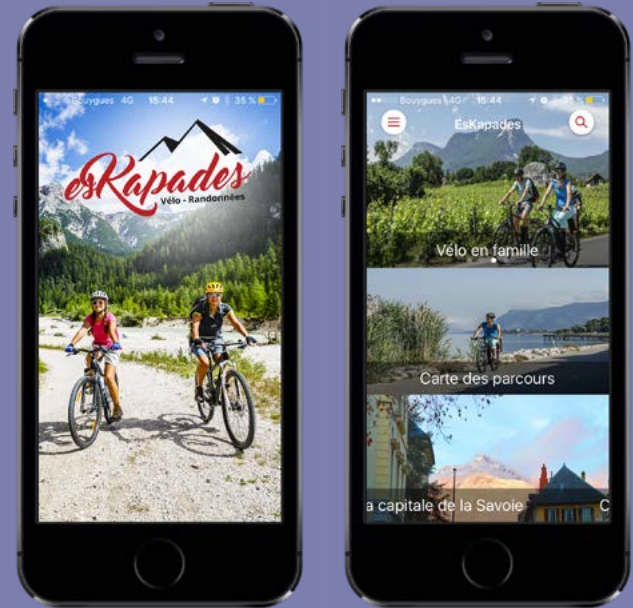
Création des RDV Expériences Ski de randonnée à Aillons-Margériaz
en partenariat avec la FFCAM, DYNAFIT et l'ANENA



Création des RDV Expériences Trail à Aillons-Margériaz
en partenariat avec la FFCAM, et PETZL et sous le parrainage de Sébastien Chaigneau

Création d'une nouvelle offre de promenades Picot-Iles du Chéran

Création d'un ensemble de promenades confort labellisées sur le site des Iles du Chéran (Le Châtelard, la Motte-en-Bauges, Lescheraines), afin de favoriser la découverte d'un écrin méconnu qui borde le Chéran, rivière sauvage.



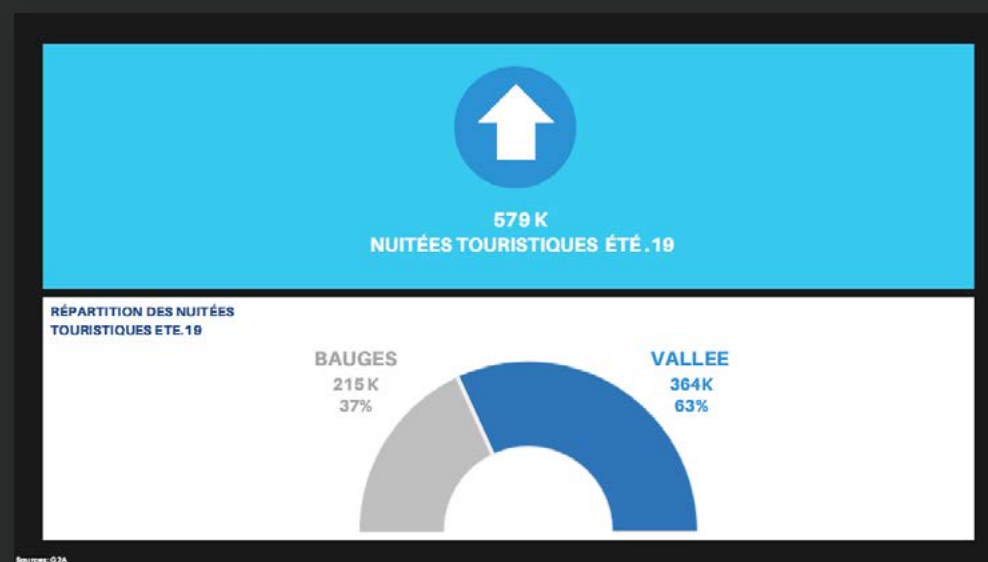
Création de nouveaux contenus de randonnée dans l'application Eskapades



OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Gestion de l'observation touristique :

- Analyse de l'activité touristique (interne et exogène)
- Production et présentation des bilans de saison automne/hiver et printemps/été
- Avec l'appui d'un cabinet spécialisé, mise à disposition de l'observatoire auprès des hébergeurs professionnels



FÉDÉRER LES PROFESSIONNELS



OBJECTIFS RÉALISÉS

- Accompagner les adhérents du tourisme dans le développement de leur activité
- Soutenir les porteurs de projets touristiques
- Animer l'écosystème des professionnels

L'OFFICE ET SES ADHÉRENTS



**CHAMBÉRY -
CHALLES-LES-EAUX**
150 PARTENAIRES

**BAUGES - SAVOIE
GRAND REVAR**
329 PARTENAIRES



Plan d'actions à destination des professionnels :

- Animation de rencontres par filière professionnelle :
3 Clubs hôteliers, **2** Clubs hébergeurs,
1 Club prestataires d'activités, **1** Attractive Lab,
- **3** formations proposées aux professionnels
- **19** professionnels valorisés lors d'Eductours
- Accompagnement de professionnels à la labellisation Accueil vélo
- **10** investisseurs accompagnés pour la création ou requalification d'hébergements touristiques
- **10** Comités de stations animés



GOUVERNANCE



COMITÉ DE DIRECTION :

- Collège « Elus » : **23** membres titulaires + **23** remplaçants
- Collège « Socio-professionnels » : **17** membres titulaires + **14** remplaçants
- Collège « Personnes qualifiées dans le milieu du tourisme » : **5** membres titulaires
- **44** délibérations votées en 2019

6 COMITÉS
ORGANISÉS



RESSOURCES, BUDGET ET TAXE DE SÉJOUR

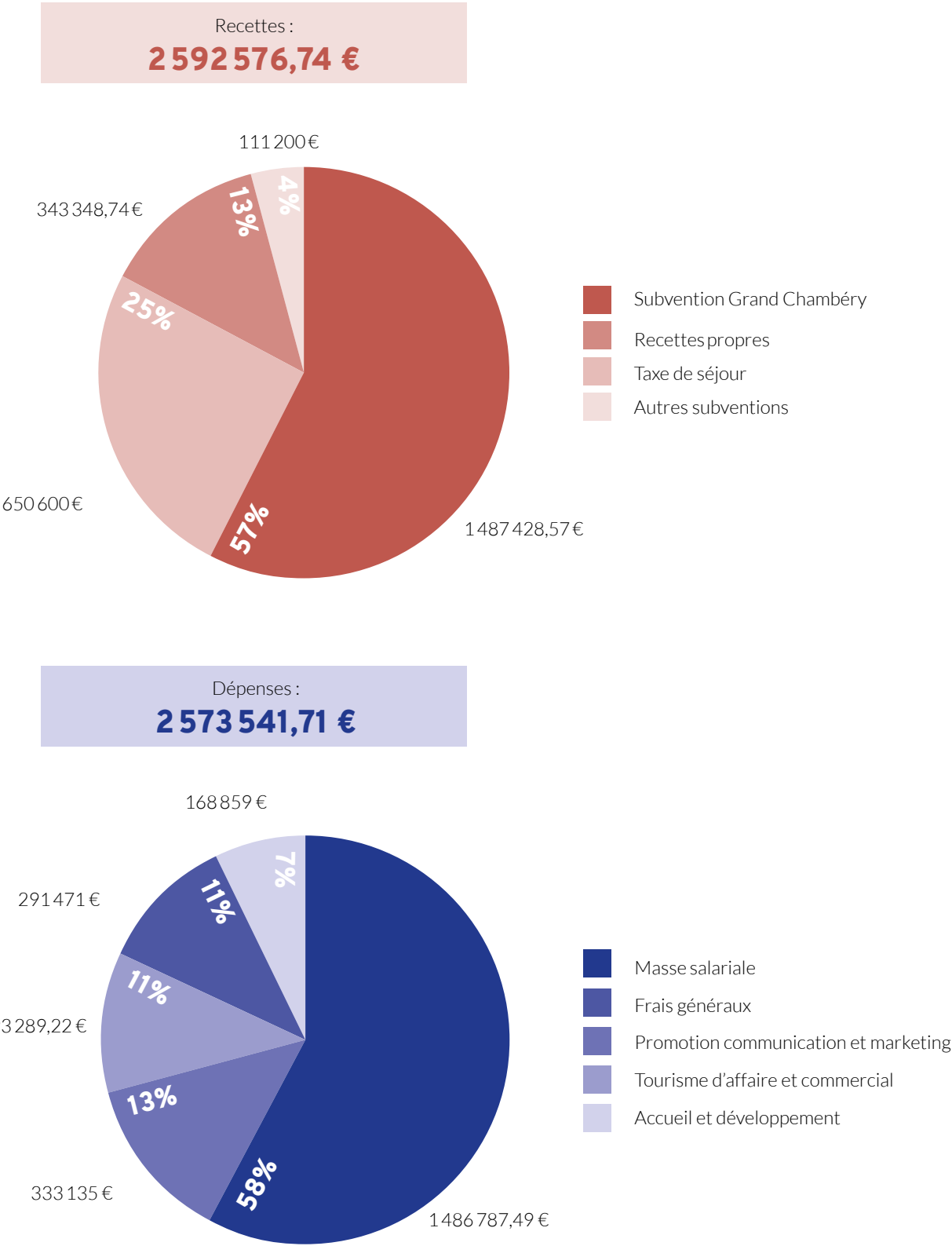


RESSOURCES

BUDGET 2019

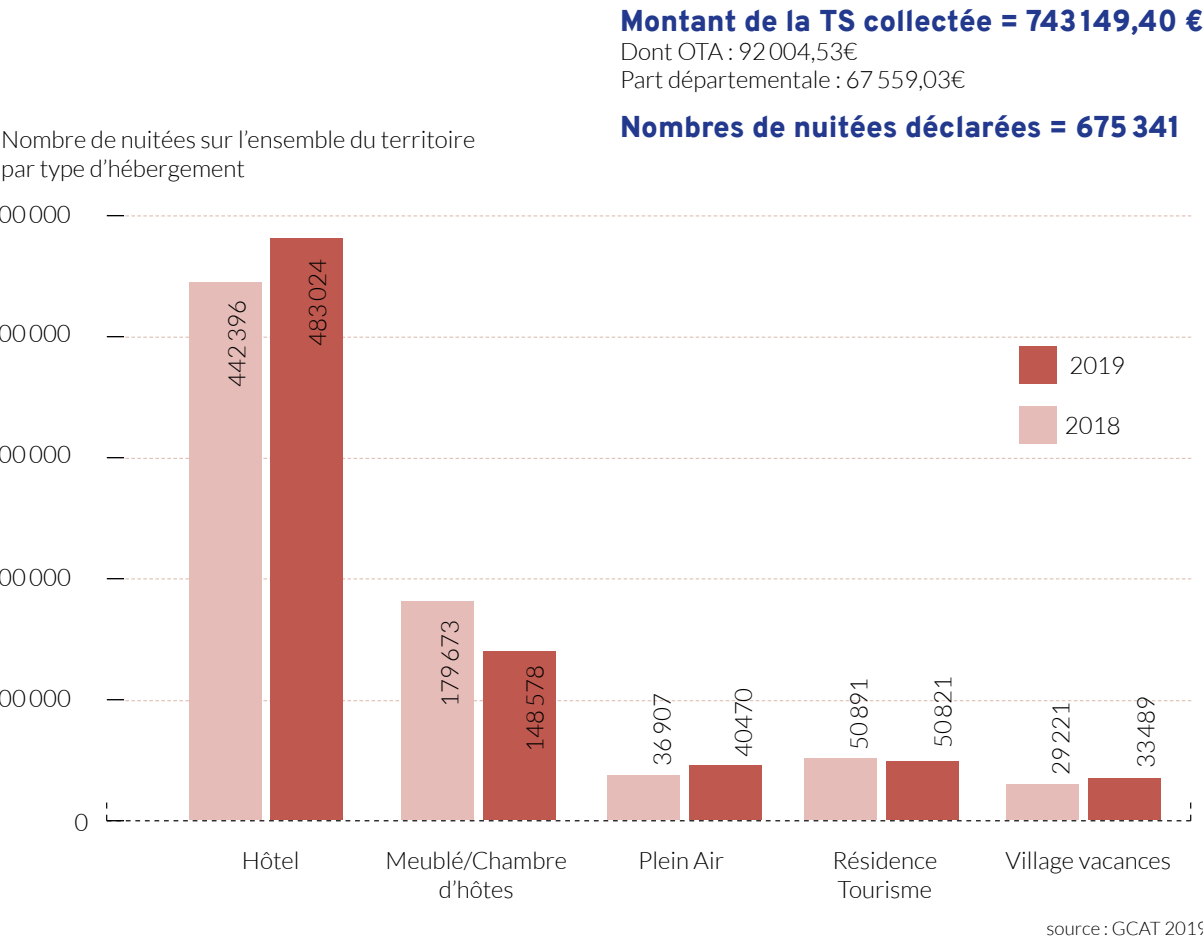
RÉSULTAT BUDGÉTAIRE DE L'EXERCICE			
	Section d'investissement	Section de fonctionnement	Total des sections
Recettes			
Prévisions budgétaires totales	144 217,96	2 769 547,21	2 913 765,17
Recettes nettes réalisées	48 642,07	2 592 576,74	2 641 218,81
Dépenses			
Autorisations budgétaires totales	144 217,96	2 769 547,21	2 913 765,17
Dépenses nettes réalisées	104 381,76	2 573 541,71	2 677 923,47
Résultat de l'exercice	- 55 739,69	19 590,78	-36 148,91

BUDGET FONCTIONNEMENT RÉALISÉ 2019



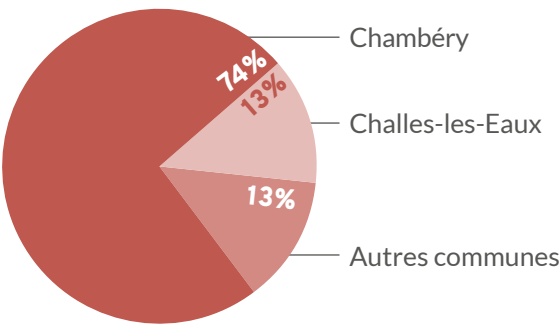
TAXE DE SÉJOUR

ÉVOLUTION DES NUITÉES
PAR TYPE D'HÉBERGEMENT

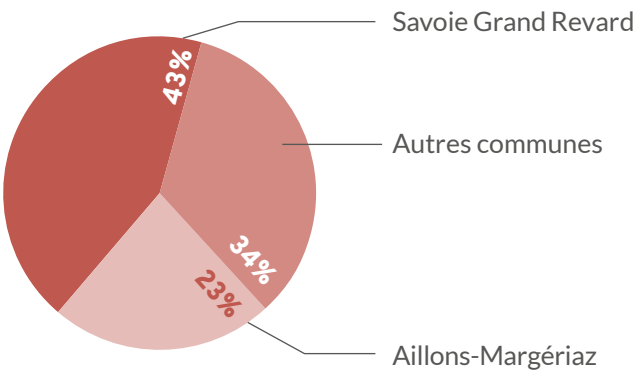


RÉPARTITION DES NUITÉES PAR SECTEUR

CHAMBÉRY
CHALLES-LES-EAUX



BAUGES



source : GCAT 2019

PERSPECTIVES
2020



L'ANNÉE 2020 VERRA SE CONCRÉTISER DE NOMBREUX PROJETS

SERVICES ET QUALITÉ

- Gestion de l'E-reputation de la destination
- Déploiement d'une plateforme de commercialisation des activités en ligne
- Suivi de la satisfaction clients et renouvellement de la labellisation Marque Qualité de l'office de tourisme
- Création de nouveaux parcours de découverte thématiques à Chambéry
- Lancement de l'entretien des itinéraires de randonnées de Grand Chambéry
- Renouvellement des panneaux touristiques autoroutiers



MARKETING

- Définition du positionnement et du plan d'actions de la stratégie marketing et de marque
- Création de CityPass (6h, 24h, 48h, 72h)
- Mise en place d'un plan d'action marketing relationnel : partage GRC, envoi de SMS, mailing, etc....
- Déploiement de la stratégie webmarketing

COMMUNICATION - PROMOTION

- Refonte des sites web
- Accueils presse et influenceurs
- Campagnes sur les réseaux sociaux
- Pose de 3 webcams à La Féclaz et Chambéry



PARTENARIATS

- Déploiement des ateliers professionnels liés à la nouvelle stratégie de marque de la destination

COMMERCIAL - TOURISME D'AFFAIRES

- Conquête de deux congrès expo à + 3/4 ans sur Grand Chambéry Alpes
- Présence renforcée lors de Grand Ski
- Déploiement centrale de réservation/ disponibilités sur Savoie Grand Revard
- Accélération COPIL et Worldcafé
- Création de nouvelles offres de visites guidées (vélo notamment).



ACCUEIL - INFORMATION

- Mise en œuvre du schéma d'accueil et de diffusion de l'information
- Réaménagement de l'accueil de l'Office de tourisme de la Féclaz
- Étude d'aménagement d'un nouveau point d'accueil mutualisé au Châtelard



La Marque Qualité Tourisme™, c'est cette volonté de toujours mieux recevoir la clientèle et améliorer la qualité des prestations touristiques. Aussi, Grand Chambéry Alpes Tourisme s'engage dans une démarche de progrès continue, un processus d'amélioration permanente. Objectifs ? satisfaire la clientèle (individuelle ou en groupe), toujours mieux répondre aux attentes de nos visiteurs. Nous aurons plaisir à vous accueillir dans l'un des 7 points de l'Office de tourisme !

Bon séjour à Grand Chambéry !

GRAND CHAMBÉRY ALPES TOURISME

— Bauges – Challes-les-Eaux – Chambéry —

OFFICE DE TOURISME, 7 POINTS D'ACCUEIL À VOTRE SERVICE

CHAMBÉRY

5 bis place du Palais de Justice
73000 Chambéry
+33 (0)4 79 33 42 47
www.chambery-tourisme.com
accueil.chambery@grandchamberyalpes-tourisme.com

CHAMBÉRY

La Ruche Boutik'
240 rue de la République
73000 Chambéry
+33 (0)4 79 85 71 13
www.chambery-tourisme.com
accueil.laruche@grandchamberyalpes-tourisme.com

CHALLES-LES-EAUX

1374 av de Chambéry
73190 Challes-les-Eaux
+33 (0)4 79 72 86 19
www.challesleseaux.fr
accueil.challesleseaux@grandchamberyalpes-tourisme.com

CŒUR DES BAUGES

Av Denis Therme
73630 Le Châtelard
+33 (0)4 79 54 84 28
www.lesbauges.com
accueil.bauges@grandchamberyalpes-tourisme.com

AILLONS-MARGÉRIAZ

Chef-Lieu
73340 Aillon-le-Jeune
+33 (0)4 79 54 63 65
www.lesaillons.com
accueil.lesaillons@grandchamberyalpes-tourisme.com

LA FÉCLAZ

Place centrale
73230 La Féclaz
+33 (0)4 79 25 80 49
www.savoiegrandrevard.com
accueil.savoiegrandrevard@grandchamberyalpes-tourisme.com

LE REVARD

Route de la Crémaillère (hiver)
Belvédère (été)
73100 Le Revard
www.savoiegrandrevard.com
accueil.savoiegrandrevard@grandchamberyalpes-tourisme.com



Shop'in Chambé

@chambery_inspiration

Massif des Bauges

@massifdesbauges

Challes-les-Eaux

La Ruche Boutik'