

**CHAMONIX-MONT-BLANC**

SERVOZ - LES HOUCHES - CHAMONIX-MONT-BLANC - ARGENTIÈRE - VALLORCINE

## LES ENGAGEMENTS DE LA DIRECTION

« Ensemble vers toujours plus de qualité »

### Bilan 2014/2017

*Les objectifs Qualité validés en 2014 engageaient l'Office de Tourisme sur la nécessité de développer les services en faveur d'une amélioration de l'expérience clients sur ses actes de recherche d'information, de réservation et de consommation de la destination tant auprès de la clientèle individuelle que de la clientèle groupes et des prescripteurs. Ces objectifs ont donné lieu à la création de services structurants et à l'amélioration de services ou produits existants :*

- Ouverture service de réservation téléphonique et numérique (3500 dossiers clients pour 1 700 000€ de CA).
- Ouverture service groupes (300 dossiers clients traités par an pour un CA de 380 000€).
- Restructuration de la gestion de l'information autour de la base de données du Tourisme en Rhône Alpes.
- Mise en ligne plateformes web harmonisées pour chaque site de la vallée: réservation d'hébergements et d'activités, visites virtuelles, nouvelles webcams, information contextualisée (6 240 000 visites en 2017 en hausse de 9,5%).
- Modernisation application smartphone (35 643 nouveaux téléchargements en 2017)
- Mise en place de nouveaux services en ligne pour simplifier l'information auprès des réseaux prescripteurs : photothèque, espace presse, espace TO.
- Modernisation de la stratégie réseaux sociaux (Facebook : 115 000 fans en progression de 25% par an, création de comptes sur réseaux spécifiques à certains pays).
- Rénovation accueil Office de Tourisme Chamonix (350 000 visiteurs/an).
- Enchantement de l'expérience clients l'hiver avec la mise en place d'une politique d'animations « après ski » : création marché de Noël, animations enfants dans les villages, activités en compensation du manque de neige en début de saison, animations déambulatoires tous les deux jours pendant les périodes de vacances...
  - Confirmation d'un contrat de financement avec la Communauté Européenne pour le développement d'un territoire numérique intelligent : étude connaissance clients, nouvelle plateforme de réservation, accueil numérique, système collectif de gestion de la relation clients (budget : 1 020 000€).
  - Mise en place d'un système d'information auprès des socioprofessionnels : guide de l'adhérent, newsletter web, réunions thématiques.

*En parallèle, l'animation de la démarche qualité au travers des remontées clients et de son comité de pilotage a permis de faire progresser les services et aménagements proposés par la collectivité :*

- Signalétique, mobilier urbain
- Wifi public
- Nouvelle Délégation de Service Public Transport Urbain
- ...

*Enfin, pour améliorer la rentabilité du financement public investi par la collectivité dans l'Office de Tourisme et pour permettre à la Communauté de Communes de suivre son programme d'économies, l'OT s'était engagé sur un objectif de développement de son autofinancement :*

- Ouverture Boutique (CA de 162 000€ en 2017 pour 92 000€ de marge).
- Création des services de réservation (cumul marge et commission : 104 000€ en 2017)
- Progression cotisations et contrats premium : +30% pour CA de 278 000€, 582 cotisants en 2017 contre 334 en 2014.
- Négociation systématique des gratuités sur éducteurs Tour-opérateurs et accueil presse : gain 40 000€.
- Négociation globale marché public édition et mise en régie publicitaire de certains supports : économie générée de 170 000€
- ...

### **Objectifs 2018/2020**

I. *Amélioration de la gestion transversale et quotidienne de la démarche qualité au sein de l'Office de Tourisme :*

- Analyse mensuelle des indicateurs en comité de direction.
- Reporting et validation des actions correctives en comité de direction.
- Veille e-réputation des services de l'Office de Tourisme
- Atteinte objectif 500 questionnaires par an.
- Séminaire thématique.

II. *Amélioration de la connaissance générale de l'activité touristique de la vallée et de sa communication auprès des partenaires institutionnels et professionnels :*

- Performances économiques des principaux hébergeurs.
- Données de remplissage et de fréquentation excursionnistes.
- Données économiques générales (emploi, PIB/habitant, Chiffre d'affaires...).
- Impact des manifestations.

III. *Amélioration de la connaissance de l'activité vallée de Chamonix par les socio professionnels de la destination et développement de leur mobilisation autour des événements. Développement de la connaissance des professionnels sur l'accueil spécifique des clientèles étrangères :*

- Réunions de lancement de saison.
- Réunions de présentation des événements.
- Initiation « université » du Tourisme.
- Création newsletter d'information vallée.
- Développement du lien avec la communication collectivité (réseaux sociaux, magazine, site web...).

IV. *Grâce à son action, l'Office de Tourisme a augmenté de manière sensible l'adhésion des socioprofessionnels autour de la structure. L'objectif est de donner une meilleure vision des actions, de développer les actions collectives et d'améliorer la connaissance par le personnel de l'Office de Tourisme des prestations proposées :*

- Objectif de 3 jours de visites d'établissements chaque année.
- Mobilisation systématique de plusieurs partenaires sur les salons.
- Amélioration du retour des actions presse notamment auprès de ceux concernés par les publications.
- Création de commissions thématiques.
- Modernisation des outils afin d'automatiser la relation commerciale.

V. *L'Office de Tourisme doit intégrer la contrainte développement durable dans l'ensemble de ses actions et impulser une dynamique de développement « responsable » :*

- Produits recyclés vendus en boutique.
- Co voiturage.
- Mise en avant information transport.
- Maîtrise bilan carbone de l'activité touristique et des manifestations.

Chamonix-Mont-Blanc, le 1<sup>er</sup> janvier 2018

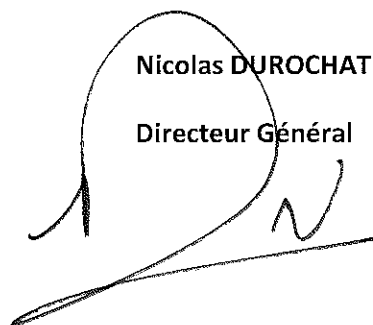
**Stéphane BOIZARD**

Président



**Nicolas DUROCHAT**

Directeur Général



**SERVOZ-LES HOUCHES-CHAMONIX-MONT-BLANC-ARGENTIERE VALLORCINE**