

RAPPORT D'ACTIVITES 2021



L'OFFICE
DE TOURISME
DE VAL'ÉYRIEUX

ARDÈCHE
HAUTES VALLÉES

Avec le soutien de :



SOMMAIRE

I - L'Office de Tourisme

- A. Information locale**
 - a) Accueil
 - b) Diffusion
 - c) Billetteries
- B. Evènementiels sportifs**
 - a) Raid VTT des Monts d'Ardèche
 - b) Marathon de l'Ardèche
- C. Communication**
 - a) Numérique
 - b) Relations média
 - c) Brochures
- D. Sites de visite**
 - a) Maison du bijou
 - b) Atelier du bijou
 - c) Maison du Châtaignier
- E. Promotion du territoire**
 - a) Via les évènementiels
 - b) Valorisation du Chemin de Saint Régis
 - c) Salons
 - d) Porteurs de projets
- F. Commercialisation**
 - a) Partenariats
 - b) Boutiques
 - c) Sponsorings
 - d) Aire de camping-cars des Collanges

II – Le Pôle développement

- A. Stratégie et développement**
 - a) Taxe de séjour
 - b) Schéma d'accueil des camping-cars
- B. Equipements et réseaux**
 - a) La Dolce Via
 - b) Base aquatique Eyrium
 - c) Aire de camping-cars des Collanges
 - d) Espace sport nature
 - e) Topos guide rando pédestre et VTT
 - f) Réseaux

I - L'Office de Tourisme Ardèche Hautes Vallées

Sous statut d'EPIC depuis 2018, l'Office de Tourisme Ardèche Hautes Vallées regroupe 4 bureaux d'information touristique (BIT) à Saint Agrève, Saint Martin de Valamas, Le Cheylard et Saint Pierreville. 3 de ces BIT accueillent un site de visite avec l'Atelier du bijou, la Maison du bijou et la Maison du Châtaignier.

L'année 2021 est restée perturbée par la crise sanitaire, et les bureaux d'accueil ont demeuré fermés de janvier à mai. L'équipe a néanmoins conforté la politique touristique avec le soutien de ses partenaires locaux ainsi qu'avec l'accueil des visiteurs.

Un objectif principal : la promotion du territoire Ardèche Hautes Vallées, son accueil et son dynamisme.



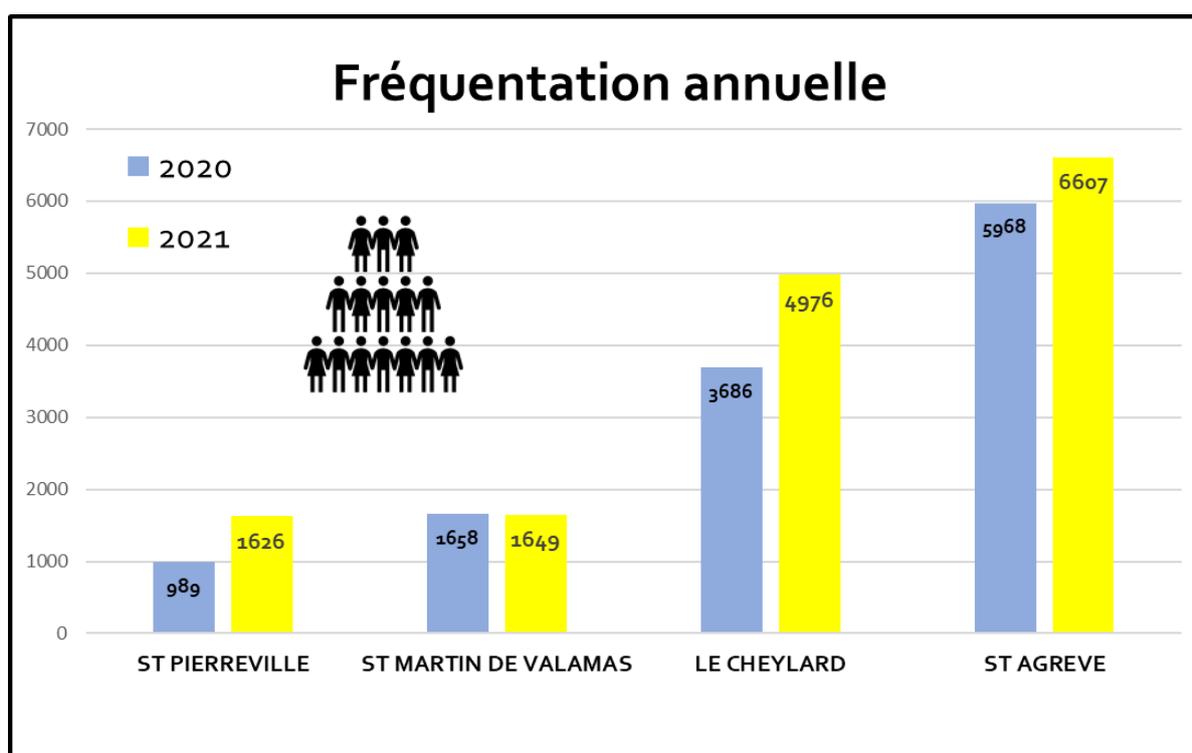
A) Information locale

a. Accueil

En termes de fréquentation dans les 4 BIT, l'Office de tourisme Ardèche Hautes Vallées enregistre **un taux de passage de :**

- **14 860 visiteurs en 2021 dont 10 000 en juillet et août**
(Pour rappel, les BIT ont réouvert le 17 mai)
- 12 300 visiteurs en 2020 dont 8 000 en juillet et août

Ce qui signifie une **augmentation annuelle de 17%** par rapport à 2020. La fréquentation saisonnière représente environ 67% des visiteurs annuels.



b. Diffusion

- **Via APIDAE**

Plateforme qui permet de saisir, stocker et exploiter les informations pour renseigner les clients sur l'offre des destinations. Cette information est diffusée à l'accueil, par téléphone ou par mail, et/ou est utilisée pour alimenter les projets numériques tels que des sites web, éditions papier...

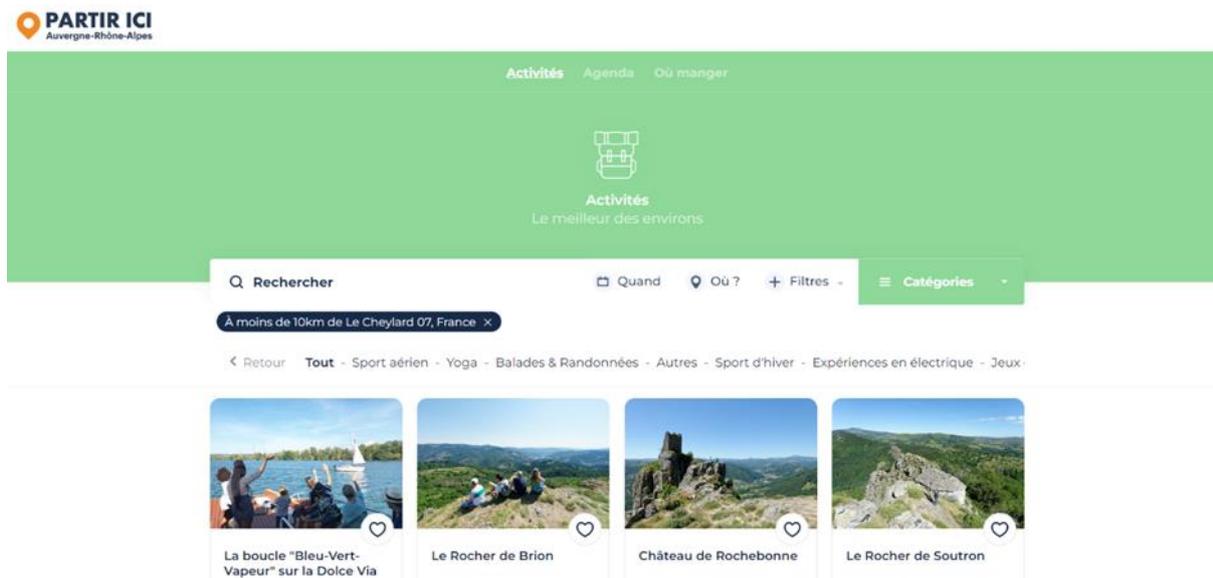
L'OT saisi et met à jour près de **1400 fiches** par an dont :

- 200 fêtes et manifestations
- 300 hébergeurs et restaurateurs
- 700 commerces, services, associations, producteurs ou activités
- 200 équipements ou patrimoine culturels et naturels



- **Via Partir Ici**

Partir Ici est une plateforme créée par la Région Auvergne-Rhône-Alpes qui référence toute l'offre touristique de la Région. En 2021, l'Office de Tourisme a mis en ligne une trentaine d'objets qui représentent ses incontournables et une offre qualitative.



- **Via la diffusion terrain**

Toute l'année et chaque mois, une diffusion papier est réalisée sur le territoire pour les événements culturels de la CCVE ainsi que les offres de l'OT et de ses partenaires. Une soixantaine de commerces et autres lieux phares sont donc approvisionnés mensuellement en affiches et dépliants. Cela permet de communiquer à la fois aux locaux et aux visiteurs qui visitent ces lieux.

- **Via les panneaux lumineux communaux**

Les communes du Cheylard et de St Agrève sont dotés de panneaux lumineux d'informations. L'OT a en charge la mise à jour de ces outils qui est réalisée de façon hebdomadaire et qui diffusent les informations locales et événementielles.

- **Via l'application Illiwap**

Application qui permet de diffuser de l'information locale. Propre à la commune de St Agrève, l'OT transmet les événements locaux qui sont ensuite envoyés via un message sur les mobiles aux habitants de la commune qui s'abonnent à l'outil.



- **Via les TV dans les bureaux d'accueil**

Les bureaux d'accueil de St Pierreville, Le Cheylard et St Agrève ont été équipés d'écrans TV. Des vidéos promotionnelles sont diffusées quotidiennement et mises à jour à chaque saison.

c. Billetteries

- **Les billetteries annuelles**

- Partenariat avec le **Tennis club St Martinois** pour la location du court.
- Partenariat avec le **Tennis club du Cheylard** pour la location des courts.
- Partenariat avec la **Truite St Agrévoise** pour la vente des permis de pêche.

Ce qui représente un chiffre d'affaires total de 2190,70 € et une commission totale de 73 €

- **Les billetteries évènementielles**

Partenariat avec les organisations d'évènements culturels en 2021 avec les spectacles de Jubilons et le **Festival Musiques en Vivarais Lignon**.

Ce qui représente un chiffre d'affaires total de 1756 € et une commission totale de 10 €

(Pas de commission pour le Festival de la CCHL)

- **Les billetteries évènementielles par l'outil Addock**

Outil de billetterie en ligne permettant le suivi des billets et la possibilité aux partenaires de se connecter en ligne pour voir les réservations en cours. Un outil très apprécié par les prestataires.

Il a été utilisé pour les évènements :

- **Les estivales : 4825,50 € de chiffre d'affaires.**
Pas de commission propre mais une adhésion partenaire à 30 € soit 300 € de bénéfice.
- **Les Castagnades : 4180 € de chiffre d'affaires.**
Représentant 149 € de commission.
- **L'Automnal gourmand : une animation en réservation par l'OT en 2021 pour 25 € de chiffre d'affaires, sans commission.**

Au total, les billetteries réservées au sein des 4 BIT de l'OT représentent **près de 13 000 € de chiffre d'affaires et plus de 500 € de commission propre**. Pour rappel, les OT ont réouvert au public le 17 mai 2021 et moins d'évènements ont été organisés.

B) Evènementiels sportifs

a. Raid VTT des Monts d'Ardèche

Annulé pour la seconde année consécutive pour cause de la situation sanitaire.

b. Marathon de l'Ardèche

Annulé pour la seconde année consécutive pour cause de la situation sanitaire.



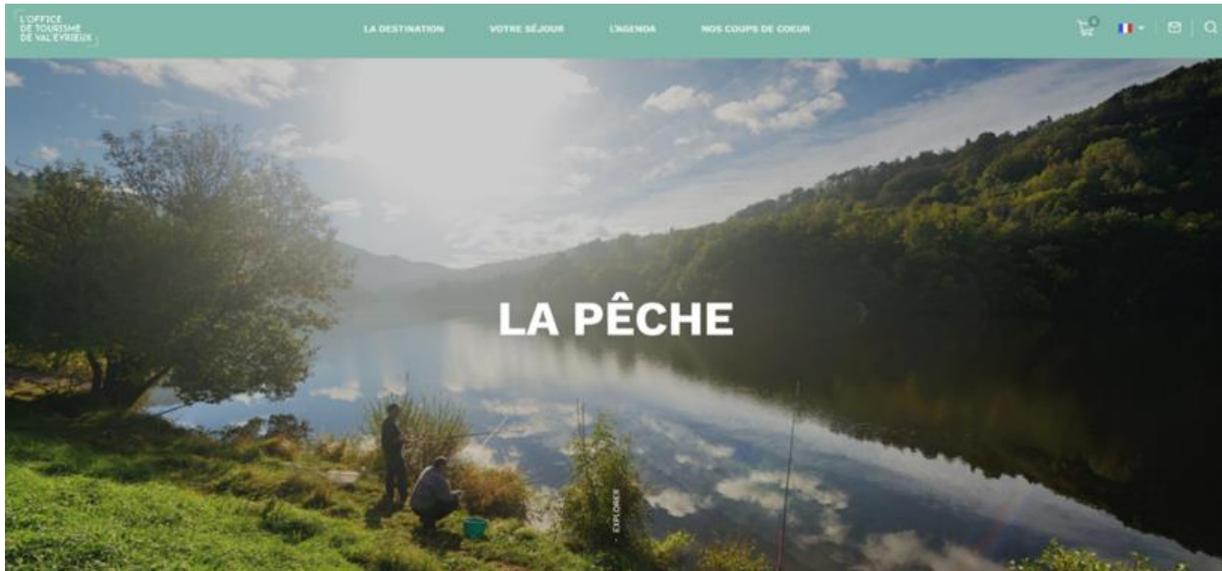
c) Communication

a. Numérique

- **Site internet**

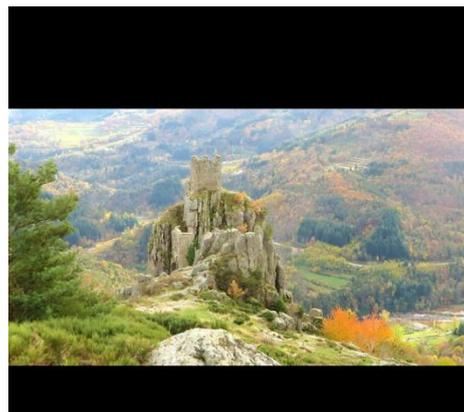
Tout au long de l'année, l'Office de Tourisme a en charge l'administration du site internet. Cela consiste à mettre à jour les pages existantes et en créer de nouvelles selon les besoins et l'évolution de l'offre. En 2021 l'OT a par exemple créé la page « pêche ». Il a également rédigé 14 articles de blog.

Sur cette année il y a eu **51.700 visiteurs sur le site** et **180.880 pages consultées**.



- **Réseaux sociaux**

L'Office de Tourisme a publié **135 posts** et gagné **215 abonnés** sur la page Facebook Ardèche Hautes Vallées. Il a également accumulé **370 « j'aime »** sur sa page Facebook du Raid VTT des Monts d'Ardèche en 2021. Sur la même année, **400 abonnés supplémentaires** ont suivi le compte Instagram Ardèche Hautes Vallées.



- **Newsletters**

En 2021 l'Office de Tourisme a envoyé les premières newsletters via la version payante du logiciel **Dolist**. L'OT a diffusé **10 newsletters à une base de données grand public de 3000 contacts**. Avec un taux moyen d'ouverture aux alentours de 30 %. En parallèle, l'OT a continué d'envoyer les newsletters mensuelles aux professionnels et aux mairies via le logiciel en ligne gratuit Sendinblue.

- **Campagne de communication**

En 2021, l'Office de Tourisme a lancé une campagne de communication d'avril à juin, avec pour slogan « **Ardèche Hautes Vallées, Ici on respire !** ». Cette campagne avait pour objectif de rendre le territoire attractif dans une période de crise sanitaire. Elle valorisait les atouts de la destination durant cette période particulière afin de donner envie notamment aux touristes de proximité de venir séjourner sur le territoire.

6 messages ont ainsi été imaginés autour des incontournables de l'Ardèche Hautes Vallées pour proposer au public des micro-aventures à vivre. Ces expériences ont été déclinées sous plusieurs formes :

- Un article de blog pour chaque aventure
- Une newsletter grand public pour chaque aventure et une newsletter à destination des professionnels lors du lancement de la campagne
- Un post Facebook et Instagram pour chaque aventure sur la page Ardèche Hautes Vallées ainsi qu'une série de posts sur la page de l'ADT : + 70 abonnés sur Facebook et 2.500 comptes touchés en cumulés sur Instagram dont 7.6 % de non abonnés.
- Un dossier de presse envoyé à la presse régionale et locale
- Une campagne numérique avec le Dauphiné Libéré : 150.700 vues cumulées sur les 3 bannières web et 71.500 personnes touchées par le post Facebook sponsorisé
- Une campagne de spots radios sur RDB et un spot de lancement sur FM43
- Des posters et cartes postales diffusés dans les bureaux d'accueil de l'OT
- Un jeu concours photos



b. Relations médias :

L'Office de Tourisme a diffusé une *quinzaine d'articles* dans la presse locale.

Un article a été rédigé chaque mois pour la lettre d'informations de la commune de St-Martin-de-Valamas et 2 articles pour la lettre d'informations bi-annuelle de St-Agrève.

Plusieurs spots radio ont également été diffusés sur la radio locale RDB et des interviews ont été réalisées sur celle-ci, sur France Bleu et sur Fréquence 7.

L'OT a aussi fait des insertions publicitaires dans les médias spécialisés pour promouvoir les événements.

Par ailleurs, un reportage a été réalisé pour une parution de *6 pages* dans le magazine Balades en mars 2022. Un dossier de *5 pages* sur la destination est également paru dans le magazine Escapades et l'Ardèche Hautes Vallées était aussi valorisée dans le hors-série Balades du Dauphiné Libéré.

Enfin l'équipe a accueilli des journalistes hollandais à l'Atelier du bijou pour leur faire découvrir l'histoire de la Vallée du bijou lors d'une visite guidée dans le cadre d'un accueil presse sur La Dolce Via. Plusieurs articles ont été publiés sur des blogs et dans le journal "De Telegraaf".

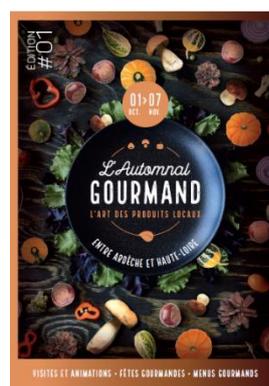


c. Brochures :

- Propres aux événementiels

En 2021 les événements sportifs n'ont pas eu lieu, aucune brochure dédiée n'a été éditée.

En revanche, la programmation des Estivales a été intégrée dans le Guide de l'été et celle de l'Automnal gourmand a fait l'objet de sa propre brochure.



- **Agenda estival**

Le Guide de l'été a repris la même configuration de 2020. Il regroupait les incontournables et les promesses de la destination pour guider les vacanciers au fil de la saison dont la programmation Les Estivales.

8000 exemplaires ont été imprimés.

En parallèle, **l'agenda de l'été**, comprenant toutes les manifestations, était imprimé à la quinzaine via le logiciel **Edityourself**.



- **Carte comptoir**

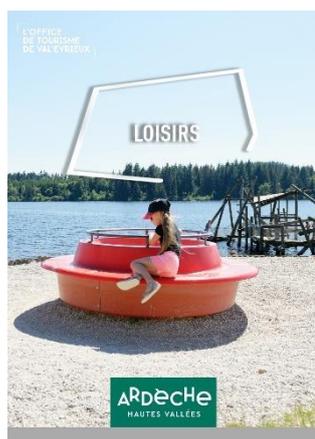


En 2021, l'OT a imprimé **2500 cartes comptoir** diffusées à l'accueil de chaque antenne. Document indispensable qui a double fonctionnalité, à la fois dans sa fonction de plan à l'accueil, et également en servant de set de table auprès des restaurateurs partenaires.

- **Brochures automatisées**

Le logiciel d'éditions automatisées Edityourself a été amélioré en 2021 afin de mettre en place 7 nouvelles brochures thématiques : guide hébergements, guide restaurants, guide producteurs, guide métiers d'art, guide loisirs, guide commerces, guide services.

En parallèle, l'agenda mensuel était édité chaque mois via ce logiciel. Chaque brochure est automatiquement mise à jour lors d'une modification dans Apidae.

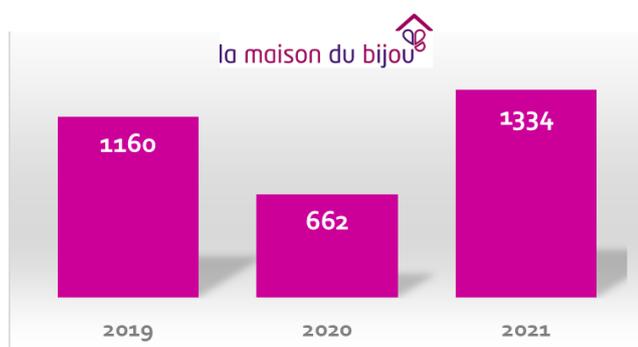


D) Sites de visite

a. La Maison du bijou

L'antenne du Cheylard partage ses locaux avec la maison du bijou. Equipement communautaire majeur, il met en valeur un savoir-faire innovant présent depuis le XIX^{ème} siècle et encore attractif aujourd'hui.

En 2021, les espaces ont été réaménagés pour permettre d'accueillir les visiteurs de façon plus cohérente. Pour ce faire, certaines salles ont été modifiées et/ou enrichies, une boutique en fin de visite avec les bijoutiers locaux a été réalisée, et un audioguide avec 15 points explicatifs a été mis en place pour valoriser les visites libres.

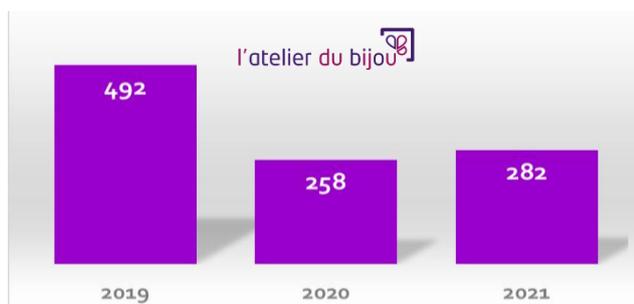


Malgré 4 mois d'ouverture en moins (COVID), la fréquentation en 2021 a augmenté de 51 % par rapport à 2020. Elle a également augmenté par rapport à celle de 2019 (année or COVID) de 13 %. 2 groupes ont été reçus en visite guidée sur l'année.

b. L'Atelier du Bijou

Depuis juillet 2018, l'antenne de Saint-Martin-de-Valamas partage ses locaux avec l'atelier du bijou. Ce site communautaire a une double vocation : il accueille une pépinière des métiers de la bijouterie et propose un espace muséographique et touristique.

En 2021, 16 visites animées ont été organisées dans le cadre des Estivales les mardis et vendredis de juillet/août.



Malgré 4 mois d'ouverture en moins (COVID), la fréquentation en 2021 a augmenté de 9 % par rapport à 2020. 2 groupes ont été reçus en visite guidée sur l'année (hors Estivales)

c. La Maison du Châtaignier

Depuis juillet 2019, l'antenne de Saint-Pierre-ville partage ses locaux avec la maison du châtaignier, et l'OT en a pris la gestion.

Un partenariat est mis en place avec les producteurs locaux avec un dépôt-vente au sein de la boutique.



La fréquentation en 2021 a augmenté de 24 % par rapport à 2020 et a pratiquement rattrapé les chiffres de 2019 (année sans crise sanitaire). 2 groupes ont été reçus en visite guidée sur l'année.

Le chiffre d'affaires global des 3 sites de visite représente en 2021 : 3 566 €

Etude Maison du Châtaignier



Dans le cadre du projet de développement de la Maison du Châtaignier de Saint-Pierre-ville, une étude de positionnement du site a été confiée à l'Agence Le Muséophone. Prévue entre janvier et juillet 2022, la mission consiste à définir une véritable stratégie de développement de la Maison du châtaignier et à repenser le programme muséographique afin de proposer une nouvelle expérience de site.

E) Promotion du territoire

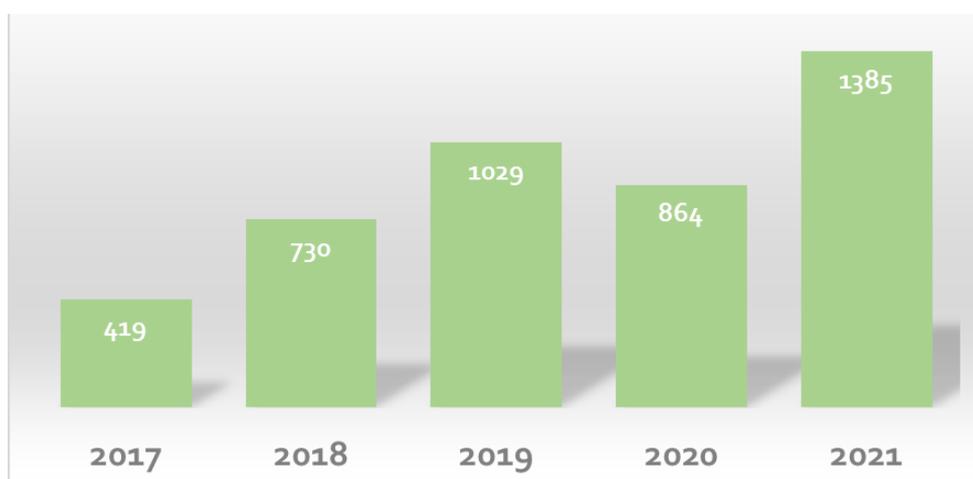
Convaincu que la mise en réseau des acteurs permet une **meilleure valorisation de l'offre touristique**, l'Office de Tourisme s'attache à mobiliser, fédérer et fidéliser acteurs et partenaires touristiques autour de différents projets pour un objectif commun : **la mise en valeur et le développement du territoire.**

a. Via les évènementiels

- **Les Estivales**

Un programme d'animations et de mise en réseau de différents prestataires afin de faire découvrir les savoir-faire locaux du territoire Val'Eyrieux. Ces activités sont proposées tous les jours de la semaine en juillet et août.

En 2021 : 16 partenaires locaux, une billetterie en ligne et accessible par les prestataires. Promotion via le Guide de l'été ainsi que par la page du site internet avec la remontée de toutes les fiches Apidae. Il a également été diffusé plusieurs articles de presse, spots et interviews radio. Des plaques signalétiques ont été imprimées pour situer les visites sur place.



Depuis 2017, la fréquentation des animations ne cesse d'augmenter (hormis en 2020 année du COVID). De 2020 à 2021, le nombre de visiteurs a évolué de près de 40 %.

- **Le Printemps de la randonnée**

Une programmation de randonnées chaque WE du printemps.
Annulé en 2021 pour cause de crise sanitaire.



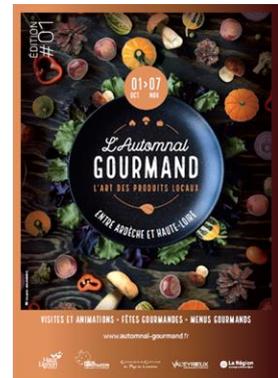
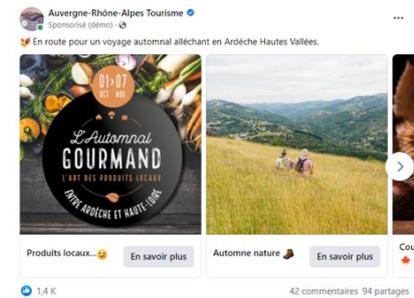
- **Automnal Gourmand**

À l'initiative de Jacques Marcon, quatre territoires (Haut-Lignon, Val'Eyrieux, Pays de Lamastre et Pays de Montfaucon) se sont unis pour valoriser « le bon et le bien manger ». L'Automnal gourmand s'est ainsi déroulé pour sa première édition entre Ardèche et Haute-Loire du 1er octobre au 7 novembre 2021.

Les 4 territoires ont mis en place une communication mutualisée. Divers supports ont été créés : une brochure imprimée à 40.000 exemplaires, un set de table à 100.000 exemplaires et une affiche A3 à 200 exemplaires. Deux noms de domaine ont été déposés : www.automnal-gourmand.fr et www.automnalgourmand.fr.

Côté médias, un lancement presse a eu lieu à la Maison Marcon. Divers articles sont parus dans la presse locale de chaque territoire. Des spots et interviews ont été diffusés sur les radios RDB et RCF. Un événement Facebook a été créé et divers posts ont été publiés sur les pages de chaque OT et celle de l'ADT. Une newsletter a été envoyée par chaque OT et par l'ADT 07 et la MDDT 43.

A sa propre échelle, l'OT Ardèche Hautes Vallées a diffusé un encart pub dans le magazine « Avenir Agricole » et une publicité Facebook en partenariat avec le CRT.



- **Les Castagnades**

Évènement phare en partenariat avec le Parc Naturel des Monts d'Ardèche.

Samedi 16 octobre : Portes ouvertes de la Maison du Châtaignier avec un randonnée gourmande en partenariat avec l'association Au Pays de la Comballe. Billetterie gérée par l'OT avec plus de 150 participants.

Dimanche 17 octobre : Portes ouvertes à la Maison du Châtaignier avec près de 130 visiteurs.

Communication : mise à jour la page du site web de l'OT dédiée à cet événement avec le lien vers la billetterie en ligne. Valorisation au travers de publications sur la page Facebook. L'affiche et le flyer ont été réalisés par le PNR des Monts d'Ardèche.

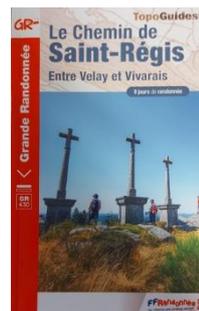


b. Valorisation du Chemin de St Régis

Le Chemin de St Régis est un parcours de grande randonnée qui se fait en 9 jours pour 203 kilomètres.

Il s'agit d'un travail en partenariat avec différentes structures : CDRP 07 et 43, Communauté de communes du Haut Lignon, Mézenc Loire Meygal, des succs, du Pays de Montfaucon, du Val'D'Ay, de l'Agglomération du Puy-en-Velay et par l'Europe dans le cadre des programmes Leader des Groupes d'Action Locale du Velay, de la Jeune Loire et d'Ardèche Verte.

Le topo guide a été mis à jour, pour valoriser ce chemin et accroître sa notoriété.



Etapes :

- Correction des contenus.
- Mise en place d'une journée de rencontre et de lancement de la démarche.
- Création d'un dossier de presse et une à deux journées d'accueil presse.
- Création d'une signalétique spécifique valorisant les hébergeurs et acteurs présents sur le sentier.

c. Salons

- **Destination Ardèche**

En 2021 le salon Destination Ardèche a eu lieu en ligne. Chaque stand était virtuel et disposait de brochures numériques que les visiteurs pouvaient consulter. Ils pouvaient également s'adresser directement à l'OT via le chat en ligne. L'Ardèche Hautes Vallées a eu 94 visites, 15 conversations et 44 clics sur les brochures diffusées.



- **Roc d'Azur**

L'Office de Tourisme a participé au Roc d'Azur 2021 avec un stand partagé du Département de l'Ardèche et l'Office de Tourisme Rhône Gorges Ardèche (présent le jeudi et le vendredi). Durant sa présence le samedi et le dimanche, l'OT a eu 330 visiteurs. Et grâce au jeu concours organisé pour l'occasion, l'OT a récolté une centaine d'adresse mails.



d. Soutien aux porteurs de projets

Un service et un accompagnement qui valorisent l'intérêt des porteurs de projet pour l'office de tourisme. C'est une mission vue comme un levier qui prend part au développement touristique du territoire. Cela contribue à la volonté de faire monter en gamme l'offre locative.

C'est également de l'écoute, de la confiance, de la transmission de ressources utiles aux projets.

Et c'est enfin de la connexion avec d'autres ressources du territoire : les services de la communauté de communes pour combiner les particularités du projet au règlement local, l'agence de développement touristique de l'Ardèche, les organismes accrédités pour le classement et les labels.



Méthodologie

- Le premier contact, par mail ou par téléphone permet de cerner le projet, le niveau d'avancement, les besoins et notamment ce qui l'amène à contacter l'OT.

- Un retour mail avec de la matière, le guide du porteur de projet, les informations concernant la déclaration d'ouverture de l'hébergement, le classement Atout France, les labels, la taxe de séjour, la présentation du partenariat. Proposition de rendez-vous pour échanger sur le projet et les services de l'OT.

- Un rendez-vous à l'office de tourisme.

Créer un climat de confiance, de la rassurance. Explication en détails des étapes de la création et des solutions proposées.

- Quand le projet est abouti, proposition de signature du partenariat, création de fiche Apidae et mise en place des services par l'OT

Un tableur de suivi des projets est partagé entre l'Office de Tourisme et la Communauté de communes. Chacun inscrit en temps réel les étapes de son accompagnement.

Nous l'avons complété d'un guide du porteur de projet avec des ressources utiles aux projets.

Ces outils collaboratifs offrent aux porteurs de projets les informations nécessaires pour faciliter leur implantation. Ces partenaires étant bien installés, ils prennent le rôle d'ambassadeur du territoire pour contribuer à sa promotion. **En 2021, une vingtaine de porteurs de projets ont été renseignés.**

e. Commercialisation

a. Partenariats

Préserver la confiance des partenaires via une campagne d'adhésions dématérialisée. Chaque partenaire est ensuite suivi personnellement par un agent de l'équipe pour la mise à jour de ses informations et la mise en place des services auxquels il peut prétendre, en lien avec le pack de partenariat choisi.

En 2021, on enregistre **une hausse de 22 %** par rapport à 2020 (année COVID).
Le chiffre d'affaires généré représente 13 840 €.



	2019	2020	2021
Associations	70	51	70
Commerces et Services	26	23	26
Hébergeurs	70	59	80
Restaurants	10	4	12
Prestataires/Artisans/Producteurs	31	36	43
Individuels	2	3	2
Entreprises	5	1	3
Adhérents de droit	36	36	36
	250	213	272

b. Boutiques

En 2021, un travail sur des produits boutique a été réalisé. De ce fait, **plusieurs produits dérivés Ardèche Hautes Vallées** ont été en vente. À cela se sont ajoutés des produits dérivés Dolce Via, des partenariats en dépôt vente avec des prestataires locaux, et les traditionnels topos guide du territoire et des alentours. Les boutiques dans les antennes se sont donc développées.

Saint-Pierreville accueille **un espace de produits à base de châtaignes** avec les castanéculteurs locaux, et Le Cheylard a accueilli pour la première année **un espace boutique bijoux** en lien avec les bijoutiers de la Vallée du Bijou.

Le chiffre d'affaires annuel 2021 de l'ensemble des boutiques s'élève à 13 317,70 €.

Il se compose des dépôts-ventes des producteurs de châtaignes, des bijoux et autres partenariats (savons). A cela, s'ajoutent les produits Ardèche Hautes Vallées, la librairie et les produits Dolce Via. Ces ventes ont généré **une commission propre de près de 2 000 € (hors librairie).**



c. Sponsoring **CHOMARAT** **SUPER U**

- **L'entreprise Chomarat** soutien depuis plusieurs années l'Office de Tourisme en apportant une contribution financière annuelle.
- **L'entreprise Super U du Cheylard** est également un partenaire financier privilégié, en participant au financement des évènements sportifs. Les évènements n'ayant pas eu lieu en 2021, il n'y a pas eu de participation.

d. Aire de camping-cars des Collanges

L'aire de stationnement des camping-cars des Collanges est une aire communautaire qui était jusqu'à présent gratuite. Depuis le mois de juillet 2021, l'OT a mis en place un système de paiement en ligne afin que chaque camping-cariste s'acquitte de son stationnement et de sa taxe de séjour.

En 2021, **1 666 € de recettes propres** ont été générées de mi-juillet à fin décembre ainsi que **203,50 € de taxe de séjour récoltée.**

Revoir la liste des sites
Emplacement Aire de camping-cars des Collanges
Emplacements
7 € par tranche de 24 h. Durée de stationnement limitée à 48 h maximum

Etat: #Observance - Toute l'année

Conditions générales de vente
Voir les conditions, modalités, le site ou contactez

Description
Stationnement sur l'aire de camping-cars des Collanges. Autorisé sur les 10 emplacements aménagés et délimités. Le prix inclut le tarif de la location de l'emplacement + la taxe de séjour. Toute utilisation sans autorisation est considérée comme un stationnement en vigueur. Des contrôles réguliers sont effectués.

Lieu de rendez-vous
Contact

Réservation
Pour la période du 24/03/2022 au 31/12/2022

EMPLACEMENT
Stationnement 7 €

TAXE DE SÉJOUR
Taxe de séjour 0,50 €

TOTAL 0 €

AJOUTER AU PANIER

II – Le pôle développement

L'EPIC Val'Eyrieux Tourisme a en charge le fonctionnement de l'Office de Tourisme Ardèche Hautes Vallées, et gère également la stratégie touristique du territoire ainsi que certains équipements et réseaux communautaires.

A) Stratégie et développement

a. Taxe de séjour

L'EPIC Val'Eyrieux Tourisme gère et suit la perception de la taxe de séjour :

- Gestion de la plateforme de télédéclaration et de la régie spécifique
- Veille juridique et réglementaire
- Mise en place du service de télédéclaration des meublés (Declaloc) en lien avec l'ADT

Au titre de l'année 2021, le montant de la taxe de séjour collectée s'élève à 64 445 € répartis entre les hébergeurs en direct (39 652 €) et les opérateurs numériques (24 793 €).

b. Schéma d'accueil des camping-cars

Un schéma d'accueil des camping-cars a été réalisé dans le cadre d'un stage. Ce travail a permis de faire un état des lieux de l'offre actuelle, de définir un niveau de hiérarchisation des aires d'accueil (principales et secondaires) et de proposer une mise en réseau des aires sur le territoire de Val'Eyrieux.

B) B. Equipements et réseaux

a. La Dolce Via

L'OT valorise **La Dolce Via**, ancienne voie de chemin de fer réaménagée en voie douce, avec 90 km d'itinéraire de La Voulte-sur-Rhône à Saint-Agrève et du Cheylard à Lamastre.

- Participation au Comité d'itinéraire de La Dolce Via qui réunit les Offices de tourisme de Val'Eyrieux, du Pays de Lamastre et de Privas. Un plan d'action commun en matière de communication et de promotion est défini annuellement.
- L'EPIC Val'Eyrieux Tourisme assure l'entretien, l'aménagement et la gestion des 45 km d'itinéraire de La Dolce Via sur Val'Eyrieux.

Une étude de faisabilité pour l'aménagement d'une liaison de La Dolce Via entre Saint-Agrève et le Lac de Devesset a été menée par le bureau d'étude Inddigo entre juillet 2021 et février 2022. Cette étude a permis d'identifier un tracé reliant Saint-Agrève au lac de Devesset et de chiffrer le coût du projet. Celui-ci représente un enjeu fort en matière de développement touristique et doit permettre dans un second temps une connexion avec la Via Fluvia côté Haute Loire.

b. Base aquatique Eyrium

- L'EPIC Val'Eyrieux Tourisme assure la gestion et l'entretien de la base aquatique Eyrium dans le cadre d'une Délégation de Service Public. Un contrat de concession de service public relatif à la gestion et à l'exploitation de la base aquatique Eyrium a été signé en avril 2020 pour une durée de 5 ans avec l'entreprise SAUR. Etant donné la fermeture en 2020 suite à la pandémie, un avenant a été signé pour reporter le démarrage au 1^{er} avril 2021 sans modifier la durée initialement prévue de 5 ans.
- La base aquatique a ouvert du 1^{er} juillet au 31 août 2021, au lieu du 15 juin du fait du contexte sanitaire. Avec seulement 10 765 entrées (49% enfants/51% adultes), la fréquentation d'Eyrium a été impactée par une météo défavorable et par la mise en place du pass sanitaire dès fin juillet. Le problème de glissance a été traité fin juillet avec la mise en place de tapis adhérents à l'entrée des bassins (solution temporaire). Une reprise du revêtement des bassins est prévue par l'entreprise Etandex avant la saison 2022.



c. Aire de camping-cars des Collanges

Au-delà du fait que l'aire de camping-cars des Collanges ait évolué vers un système de stationnement payant, la signalisation a été renforcée (panneau de numérotation des places ; panneau d'information). De plus, l'aire a vu sa capacité d'accueil passée de 6 à 10 emplacements afin de répondre à la forte demande des camping-caristes.



d. Espace sport nature

L'OT contribue à valoriser les équipements de sport-nature communautaires suivants :

- La station de Trail Haute-Ardèche-Lignon-Mézenc
- Les 3 parcours permanents d'orientation du Cheylard
- La Grande Traversée de l'Ardèche à VTT
- La Route des Dragonnades

L'EPIC Val'Eyrieux Tourisme assure l'entretien, le balisage et la gestion des chemins de randonnée inscrits au Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR), soit 700 km d'itinéraires.

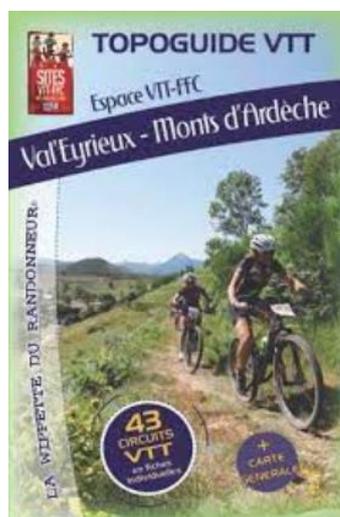
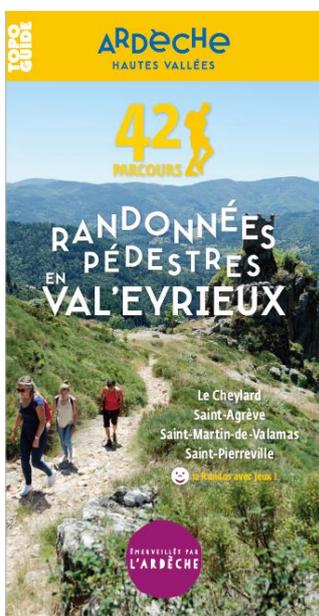
e. Topos guide rando pédestre et VTT

L'OT valorise et communique via la création, la gestion des stocks et la commercialisation des topo-guides pour :

- L'espace VTT Val'Eyrieux Monts d'Ardèche labélisé FFC : **68 topos VTT vendus en 2020 et 45 fiches VTT à l'unité**
- Le réseau de randonnée pédestre de Val'Eyrieux : **177 topos randonnées vendus en 2020 et 289 fiches rando à l'unité.**

Une nouvelle édition du topoguide de randonnée pédestre a été créée en 2021 proposant 42 parcours avec plusieurs niveaux de difficulté sur l'ensemble des communes de Val'Eyrieux. Des fiches ludiques ont été ajoutées pour les familles et de nouveaux parcours ont été proposés.

L'ensemble de l'offre sport nature est aussi disponible en ligne sur le portail randonnée Ardèche Hautes Vallées rando.ardeche-hautes-vallees.fr et sur l'application mobile Rando Monts d'Ardèche.



f. Réseaux

- Partenariat avec l'Agence de développement touristique de l'Ardèche (ADT)



Utilisation de la marque « **Emerveillés par l'Ardèche** » sur les supports de l'OT, dans la définition de l'offre touristique du territoire.

Appui sur les forces et atouts du département : patrimoines naturels, culturel et environnemental ; avec notamment la Dolce Via.

Contrat ETAPE pluriannuel : contrat triennal pour les années de 2019 à 2021 qui permet d'accroître la performance dans la mise en tourisme du territoire.

Chambres d'hôtes de référence : Permet de classer les chambres d'hôtes qui le désirent. Un agent de l'équipe a été formé pour effectuer les visites de classement.

- Partenariat avec le Parc naturel régional des Monts d'Ardèche (2019-2023) :



La participation à la construction et la **promotion du Parc naturel régional** des Monts d'Ardèche en cohérence avec la charte du Parc et la stratégie touristique de la communauté de communes.

L'accompagnement du Parc au travail de construction et de valorisation de l'offre de l'Office de Tourisme.

Le développement et la gestion du portail dédié à la randonnée grâce à l'outil Geotrek :

rando.ardeche-hautes-vallees.fr

Pour tout cela l'OT dispose de moyens humains :

Les organes techniques :



Les organes politiques :

La gouvernance de l'Office de Tourisme repose sur :

Un Comité de Direction

- Président Dr Jacques CHABAL / Vice-président M. Antoine CAVROY
- Composé de 12 membres (élus et socio-professionnels)

Remerciements à tous les partenaires institutionnels, privés, de communication, ponctuels, et aux bénévoles.

