

2022

# Rapport *d'activité*

de l'Office de Tourisme  
du Pays Horloger

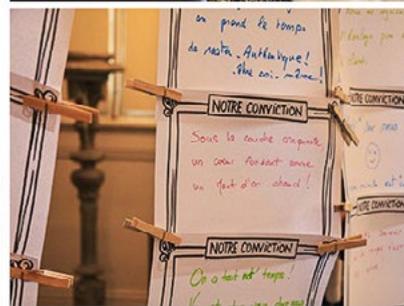


# Éléments de contexte

L'année 2022 a débuté avec un allègement important des conditions sanitaires et s'orientait rapidement vers une reprise que l'on imaginait « normale ». Toutefois le retour important de la fréquentation touristique n'a pas été au rendez-vous comme espéré, puisque la sécheresse s'est invitée durant la haute-saison, impactant fortement l'attrait de certains lieux touristiques et la pratique de certaines activités.

En outre, les modifications profondes de la société dans les comportements sociologiques et professionnels ont impacté certaines de nos actions comme le recrutement. Notre souhait de poursuivre la relation avec nos partenaires avec une attente de retrouvailles physiques a également été freiné par ces comportements post covid.

Nos objectifs pour 2022 se concentraient d'abord sur le maintien de l'écoresponsabilité comme fil conducteur de l'ensemble de nos actions, mais également sur notre participation active aux études mises en route par le Parc naturel régional du Doubs Horloger dans le cadre du contrat de station. Dans l'attente d'une évolution de la gouvernance liée au Pnr notamment, les perspectives ne pouvaient se faire qu'à court terme.



# Les actions menées pour **la structure**

# Vie de l'association

## *L'association Office de Tourisme*



Pour rappel, l'Office de tourisme du Pays Horloger est une association de loi 1901. Le Conseil d'Administration est composé de 27 membres répartis de la façon suivante :

- 12 dans le Collège des membres de droit,
- 15 dans le Collège des professionnels du tourisme, représentants d'association et bénévoles.

Les membres du conseil offrent une bonne représentativité du territoire du Pays Horloger ainsi que des différentes activités professionnelles touristiques (hébergeurs, prestataires d'activités, commerçants, producteurs régionaux, restaurateurs).

## *Conseils d'Administration et Bureaux*

5 Conseils d'Administration ont eu lieu en 2022. Il s'agit de moments importants pour l'association car les membres du conseil prennent part à la vie de l'Office de tourisme. Ils proposent les principales orientations, valident les grandes lignes d'actions de la structure, et arrêtent les budgets et les comptes de l'association. Ces Conseils d'Administration sont généralement précédés d'une réunion des membres du bureau pour aborder l'ordre du jour et des sujets d'actualité concernant l'Office de tourisme.

# Les temps forts de l'association

## *Une Assemblée Générale en mode Rencontre Originale*

Le 7 avril 2022, l'Assemblée Générale de l'association a eu lieu au château Montalembert à Maîche. Ce moment incontournable est l'occasion de rendre des comptes de l'activité de l'Office de tourisme à ses adhérents et aux élus financeurs

Toute l'équipe du Pays Horloger a souhaité partager ses convictions sur un tourisme valorisant le local et l'humain, basé sur les attentions et les vraies rencontres avec de fiers passionnés locaux. Les participants ont eu également la chance de partager la bonne humeur, l'énergie bienveillante et les idées concrètes de Pierre Eloy, expert du tourisme humain, écopositif et local.

La rencontre originale consacrée à l'accueil a rassemblé une trentaine de partenaires, a suscité des échanges enrichissants et de bien jolis contenus que nous avons valorisés en cartes postales et affiches slogan de la Destination.



# Stratégie

## *Contrat de station*

En novembre 2021 le contrat de station à hauteur du PNR a été lancé. L'Office de Tourisme du Pays Horloger fait partie du copil.

En avril 2022 trois axes stratégiques du développement touristique ont été présentés par le cabinet In Extenso :

Axe A – Structurer l'offre et enrichir l'expérience client.

Axe B – Partager une vision d'avenir pour atteindre l'exemplarité de la destination et la revendiquer.

Axe C – Structurer la compétence tourisme pour consolider une destination durable à haute valeur ajoutée.



A la suite de cette présentation, les territoires (Communautés de Communes) ont travaillé avec le service tourisme du PNR pour l'élaboration des fiches actions qui rentrent dans cette stratégie. Il s'en est suivi des échanges réguliers, des retours, des corrections, plusieurs réunions dont une de priorisation pour choisir les actions qui semblent aux yeux de tous les plus importantes et structurantes pour le territoire. L'Office de Tourisme a participé à certaines de ces réunions.

Le document provisoire comporte 38 projets touristiques identifiés à répartir sur les 5 prochaines années. Signature du contrat de station prévue initialement en juin 2023.

D'ores et déjà, plusieurs études ont été lancées, elles ont bénéficié d'un financement à 100% par les fonds du Plan Avenir Montagne du Massif du Jura, de la Banque des territoires et de la Région BFC.

- Etude sur la gouvernance de la compétence tourisme, fonctionnement et animation.

Le Parc est composé de 6 communautés de Communes qui n'ont pas toutes la même façon de travailler et n'ont pas les mêmes ressources humaines ni financières, certaines dépendent d'un Office de Tourisme, d'autres en sont dépourvues, une situation à analyser pour éventuellement trouver un mode de fonctionnement global pour gagner en efficacité.

- Etude sur le marketing de la destination autour des savoir-faire horlogers.

L'image de notre destination touristique reste diffuse pour la clientèle, il s'agit ici de s'appuyer sur nos savoir-faire pour se démarquer et se revendiquer comme destination touristique différenciante au sein des montagnes du Jura.

- Etude sur l'aménagement des belvédères.

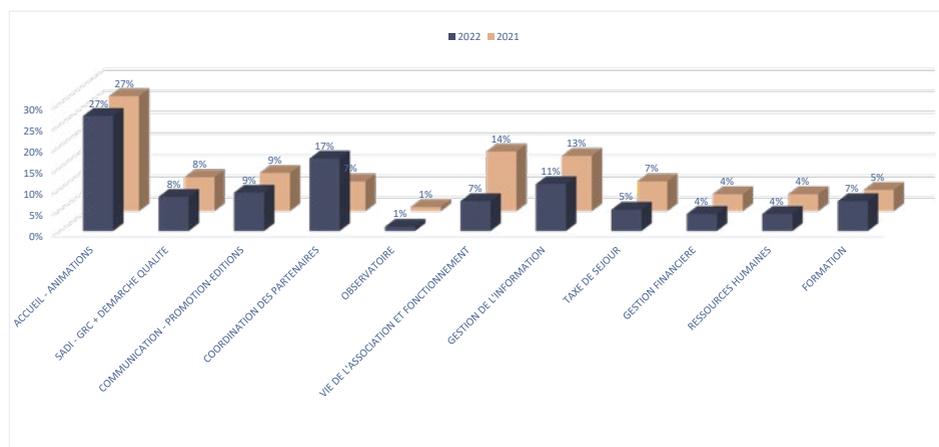
Notre territoire comporte 60 belvédères, aménagés ou pas et de nombreux sites karstiques remarquables. C'est un point fort de nos paysages. Une analyse des sites sera réalisée en tenant compte de la protection des milieux, 15 belvédères seront alors choisis pour une étude plus fine avec des propositions d'aménagement et différents scénarii à présenter. Ces propositions d'aménagement feront alors l'objet d'un concours d'architectes pour pouvoir décliner sur les sites pressentis un aménagement identitaire commun.

L'Office de Tourisme participe également à ces différentes études.

## Répartition des missions

En 2022 le temps consacré à la relation socio-professionnels est en forte hausse. Effectivement, nous avons tenu à renforcer ces liens qui sont fragiles depuis la crise sanitaire. Les rendez-vous collectifs (ateliers, lancement de saison), même s'ils n'ont pas toujours abouti, ont été cependant au cœur de nos actions. En fin d'année, nous avons aussi mis l'accent sur des rendez-vous personnalisés avec nos adhérents pour les accompagner sur la gestion de leur fiche d'information sur la base de données régionale Décibelles Data. Cette mise à jour de l'information est très importante pour leur visibilité. En 2023 nous poursuivrons ces rendez-vous personnalisés pour être au plus proche de leurs préoccupations.

Les projets 2022 en matière de communication n'ont pas toujours pu aboutir faute de temps. Les moyens humains pour assurer cette mission ne sont pas suffisants pour effectuer tous les projets prévus. Le recrutement en 2023 d'une personne en charge de la communication interne permettra de mieux répartir la charge de travail. En outre nous prévoyons d'externaliser certains projets précis.



# Fil rouge éco-responsable

« L'éco-responsabilité sert de fil rouge dans toutes les actions mises en place et dans le fonctionnement au quotidien de l'Office de Tourisme. » Cette phrase est extraite de l'article 2 de la nouvelle convention pluriannuelle d'objectifs et de moyens signée entre le PNR du Doubs Horloger et l'Office de Tourisme. Elle souligne la conviction profonde et l'engagement volontaire de la structure vers un tourisme conscient et durable.

## *Challenge numérique responsable*

Le numérique n'est pas un nuage virtuel flottant dans l'atmosphère, il nécessite de lourdes infrastructures pour fonctionner. 79% de l'impact carbone du numérique français est la conséquence de la fabrication des terminaux, de l'infrastructure réseau ou encore des data-centers. Les vingt pour cent restants sont répartis entre la distribution et l'utilisation du numérique.

L'idée n'est pas de stopper nos pratiques numériques mais de les rendre plus efficaces. Rien de nouveau ou de très original, simplement une somme de petites actions pour s'orienter vers plus de sobriété numérique.

Cette année, deux thématiques ont été privilégiées : la gestion des mails et le stockage des données numériques.

Afin de prendre en main et intégrer ces bonnes pratiques de façon durable, l'équipe s'est prêtée au jeu d'un petit challenge numérique inspiré du « Digital Cleanup Day ». L'idée est de prendre conscience de l'impact environnemental du numérique en déployant des actions de sensibilisation au numérique responsable, fédératrice, conviviale et permettant d'engager un nettoyage des données.

Ainsi en quelques heures, 87 852 123 kilo-octets de données ont été supprimées des boîtes mails et du serveur en ligne, soit au total l'équivalent de 17,6 kg CO<sub>2</sub>e (équivalent CO<sub>2</sub>).  
Grâce au convertisseur CO<sub>2</sub>e de l'ADEME, il est possible d'obtenir un comparatif des économies réalisées.

## Challenge numérique responsable

*... en route vers plus de sobriété !*

Grâce au nettoyage de nos données numériques, c'est **87 852 123 kilo-octets** de données qui ont été supprimées de nos boîtes mails et de notre serveur en ligne, soit **17,6 kg de Co<sub>2</sub>e\***.

C'est autant d'émissions que pour **fabriquer, consommer ou parcourir** :



\* mesure quantitative qui utilise le dioxyde de carbone comme référence

Source : [www.datagir.ademe.fr](http://www.datagir.ademe.fr)

# Représentation et visibilité

## *Représentation*

L'Office de Tourisme prend part à de nombreuses commissions et réunions concernant le tourisme en Pays Horloger et autres rendez-vous avec les institutions et organisations du tourisme.

En 2022, un salarié ou membre de l'association de l'Office tourisme était présent pour ces différents rendez-vous :

- Assemblées Générales des associations et institutions : Consolation, musée de l'Horlogerie, Doubs Tourisme, Gîtes de France, Office de Tourisme du Pays du Haut-Doubs, Crédit Agricole.
- Rencontres touristiques : transition du tourisme dans les Montagnes du Jura, Rencontres régionales du tourisme, réunions des directeurs d'Office de Tourisme Bourgogne-Franche-Comté et du Doubs, instants montagnons Montagnes du Jura, commissions tourisme CCPM, CCPR et PNR.
- Stratégie touristique : comité de pilotage et ateliers du contrat de station, comité de pilotage cité des Horlogers, comité de projet Plan Avenir Montagnes Ingénierie PNR, réunions Département VTT.
- Evènements : inauguration Est Républicain, inauguration Chemin Michel Hollard, vernissage Rotary, soirée A2M, concours national du cheval comtois, forum des associations, Fête du Parc.

Avec plus de 25 articles parus dans la presse, l'Office de Tourisme et la destination bénéficient d'une belle visibilité.

**MONTÉCHEROUX**

## Marché nocturne du Pays horloger ce samedi au village



Produits régionaux et savoir-faire à découvrir lors du marché nocturne. Photo d'illustration/archives ER

Les marchés nocturnes du Pays horloger sont une première dans la cité de la pince maillée. Ce marché se tiendra ce samedi 30 juillet de 17 h à 22 h dans les rues animées du village.

ront à cœur l'accueil des visiteurs. Les provisions de produits locaux et régionaux trouveront leur public. Les papilles se réjouiront de la variété des produits. Les salades et les plats mijotés seront un plaisir pour tous.

**CHARQUEMONT**

## Des pots d'accueils à destination des vacanciers

Les pots d'accueil organisés les lundis des vacances d'été de l'année 2021, ayant été un grand succès populaire, l'office de tourisme a donc décidé de les remettre à l'ordre du jour pendant les vacances de février. « Le but est de donner aux vacanciers de l'information sur les bons plans à faire. Nous avons la chance d'avoir des partenaires précieux qui nous aident dans nos actions de promotion du territoire », explique Frédérique Fleury, directrice à l'office de tourisme. Ces pots permettent de faire connaissance, mais aussi de découvrir les saveurs régionales, avec la dégustation des produits.



Dégustation de produits régionaux pour les adultes.

Photo ER

**MORTEAU / RÉGION**

## UNE CONVENTION ENTRE PNR ET OFFICE DU TOURISME

Officiellement né en septembre dernier, le Parc Naturel Régional du Doubs Horloger prépare l'avenir notamment en ce qui concerne le tourisme, un pan important de sa mission.

Le tourisme, levier de développement et d'attractivité, fait partie des grandes missions historiques d'un Parc naturel régional (PNR). Il participe à la promotion et à la valorisation des patrimoines naturel, culturel et paysager présents sur le territoire. "L'accent est porté sur le déploiement d'un tourisme durable, soucieux des impacts environnementaux, économiques et sociaux", ont tenu à rappeler Denis Leroux, président du PNR.



**MAÏCHE**

## Accueil touristique : privilégier le local et le relationnel



pendant cette rencontre. Photo ER

si dent les voyageurs, c'est Les petites attentions, le par-

**MAÏCHE**

## Deux nouveaux visages à l'office de tourisme



Léa Rufflot et Zoé Fleury vous attendent à l'office de Maiche. Photo ER

Les nouveaux sourires de l'office de tourisme de Maiche appartiennent à deux jeunes femmes qui passeront l'été à nous conseiller, nous orienter, nous aider dans nos recherches de promenades cul-

ry, de Damprichard, qui restera en poste jusqu'à fin août pour reprendre ses études d'ergothérapie. Parmi les propositions que vous feront ces deux charmantes personnes, notez bien le 16 juillet, de



## Les actions menées pour **l'équipe**

# Qualité de vie au travail

Être une organisation responsable, ce n'est pas uniquement placer le respect de l'environnement au centre des préoccupations, c'est aussi s'engager à garantir et favoriser le bien-être individuel et collectif des collaborateurs.

Volonté de réduire le turn-over, fidélisation des salariés, accompagnement au changement, prévention des risques psycho-sociaux... les motivations qui poussent à s'intéresser à la qualité de vie au travail (QVT) sont nombreuses et l'enjeu est double : améliorer le bien-être des travailleurs pour améliorer les performances de l'entité.

Une démarche QVT prend donc en compte les conditions d'emploi (espace de travail, trajets, nature des contrats de travail...), le contenu du travail (rythme, compétences...) et la capacité de chacun de s'exprimer et agir pour améliorer son travail (travail en équipe, échange avec la direction...).

Dans cette optique, des actions sont menées pour favoriser :

- Le management participatif, c'est-à-dire l'implication des salariés dans le processus de prise de décisions et dans la résolution de problèmes.
- Le contenu du travail via le suivi régulier des salariés et l'adaptation des fiches de poste.
- Le développement des compétences, à travers la mise en place d'un plan de professionnalisation.
- La réorganisation du travail avec notamment la possibilité de télétravailler régulièrement.
- Les relations au travail par des temps d'échange et de cohésion.
- La prise en compte de la santé des collaborateurs, grâce à une certaine flexibilité des rythmes de travail.

# Professionnalisation du personnel

Depuis 2017, l'Office de Tourisme soutient ses salariés et leur offre l'opportunité d'apprendre et de progresser grâce à la formation professionnelle.

Les bénéfices sont nombreux, aussi bien pour le collaborateur qui gagne en compétence et expertise tout en étant acteur de son évolution professionnelle, que pour la structure qui augmente la qualité de ses services et l'engagement de son équipe.

En 2022, c'est donc onze formations/webinaires qui ont été suivies par un ou plusieurs membres de l'équipe.

## Formations suivies en 2022 :

### • Socio-pros :

- Inventer son plan de professionnalisation et d'animations des acteurs locaux et le déployer (8 salariés).
- Gestion de la relation prestataire (1 salarié).

### • Ingénierie touristique :

- Mascot Academy (2 salariés).
- Décibelles Data, nouveau module accueil (7 salariés).
- Comment être référencé sur les sites ? Comment gagner en visibilité avec Décibelles Data ? (1 salarié).
- Office 365 (1 salarié).

### • Démarche qualité :

- Mettre en œuvre une stratégie de tourisme durable sur mon territoire (2 salariés).

### • Réseaux touristiques :

- Melting P'OT (2 salariés).

### • Tendances :

- Les hébergements insolites, une offre en plein essor, au cœur des nouvelles attentes (1 salarié).
- Quelles sont les enjeux des nouvelles tendances de gamification et de micro-aventure dans le secteur du tourisme (1 salarié).

### • Taxe de séjour :

- Tutoriels / Webinaire (2 salariés).

# Recrutements

A l'image de beaucoup d'autres secteurs économiques, l'année 2022 a été marquée par des difficultés de recrutement. C'est la première fois depuis 2017 que l'Office de Tourisme doit faire face à un nombre de candidats potentiels aussi faible. Toutefois, malgré ce contexte laborieux, nous avons réussi à pallier le manque de personnel.

## Les départs :



- **Laurie** : après plus d'un an passé à nos côtés, Laurie, notre conseillère en séjour, volante sur les bureaux de Maiche, Morteau et Villers-le-Lac et référente animations et stratégies d'accueil a quitté son poste pour de nouvelles aventures chez Doubs Tourisme à Besançon.

## Les retours et arrivées :

- **Suzy** : Suzy avait été recrutée comme saisonnière sur le val de Morteau durant l'été 2021. On l'a trouvée très « pro », alors on lui a proposé de faire son stage de Master « Management et Marketing des Destinations Touristiques » chez nous de mars à septembre 2022 ! Elle est également revenue nous prêter main forte en contrat saisonnier durant un mois en fin d'année.





- **Léa** : Etudiante en BTS Tourisme, Léa a fait un stage d'un mois en juin 2022 au bureau de Maiche, puis a été embauchée comme saisonnière au mois de juillet. Son investissement a payé, puisqu'en septembre 2022, elle rejoint l'équipe comme alternante pour sa dernière année de formation...



- **Martine** : En transition professionnelle, Martine s'est investie à nos côtés de juin à août 2022 pour renforcer l'équipe sur les bureaux du val de Morteau.



- **Noémie** : A la suite du départ de Laurie, une réflexion sur l'organisation du travail au sein de la structure a été engagée pour proposer une nouvelle répartition des missions. Dans ce contexte, Noémie a été embauchée comme conseillère en séjour et assistante communication.



- **Zoé et Manon** : Originaires du secteur, Zoé et Manon, deux étudiantes, ont su rapidement s'adapter comme saisonnières, sur les bureaux de Maiche et Saint-Hippolyte en juillet-août 2022.





Les actions menées pour  
**les partenaires**

# Des partenaires qui nous suivent

En 2022, nous avons réalisé une refonte de notre guide de partenariat pour les acteurs touristiques, tout en reconduisant la grille tarifaire de 2021. Nous avons également proposé une nouvelle formule avec de nouveaux services pour tous les commerces, entreprises, artisans... qui n'ont pas de vocation touristique.

Nouveauté 2022 : nous avons proposé à nos partenaires un visuel mettant en valeur leur adhésion à l'office de tourisme, véritable tiers de confiance.

Placé sur leurs supports de communication en ligne et papier, il permet d'accéder à leur fiche détaillée sur le site web de l'office de tourisme.



## **293 adhérents en 2022.**

Progression :

283 Adhérents en 2021

257 Adhérents en 2019 et 2020.

260 Adhérents en 2018.

247 Adhérents en 2017 (début de la fusion).

# Au plus proche des partenaires

## *Les visites de partenaires où l'équipe vient découvrir leur établissement*

Nous allons à la rencontre de nos partenaires, individuellement ou en équipe parce que mieux les connaître et leur offrir un service personnalisé selon leurs besoins font partie de nos priorités.

Lors de cette rencontre :

- nous visitons la structure afin de se l'approprier
- nous identifions les besoins du prestataire
- nous récoltons ses suggestions et ses retours
- nous lui présentons les actions & outils à sa disposition
- nous le formons à l'outil Décibelles Data

**Une trentaine d'acteurs de la destination a ainsi répondu favorablement à notre demande de visite, de formation ou de mise à jour de sa fiche Decibelles Data.**



## Les réunions délocalisées

On organise une réunion d'équipe chez nos partenaires ! Régulièrement, l'équipe de l'office de tourisme sort de ses murs pour une séance de travail chez ses partenaires. Il suffit d'une pièce spacieuse, de multiprises, de café-thé et d'un gâteau de ménage... Ce jour-là, nous en profitons pour visiter la structure et échanger avec notre hôte sur son histoire, son activité et ses projets.

**4 réunions délocalisées ont été réalisées sur l'ensemble du territoire en 2022.**

## Les lancements de saison

Deux lancements de saisons été et hiver ont été proposés cette année. Ces deux moments ont été pensés comme de joyeux prétextes à se retrouver, à découvrir les nouveautés, les événements, à tester des activités, à rencontrer des partenaires et à partager un moment convivial.

A l'occasion de la Fête du Parc en juillet, l'Office de Tourisme du Pays Horloger s'est associé à cet événement grand public et a réuni tous les partenaires touristiques, qui agissent et œuvrent à ses côtés, pour lancer « officiellement la saison estivale ». Ce sont une quinzaine de nos partenaires qui ont répondu présents à cette journée en proposant des animations, démonstrations et tests d'activités tels que la trottinette électrique, biathlon, cani-rando, ferronnerie d'art, horlogerie...

Quant au lancement de saison hiver, initialement prévu début décembre, il a été annulé faute d'inscrits.



## *Les ateliers*

Sous forme d'ateliers pratiques collectifs et entourées d'experts, l'équipe de la destination a partagé des bonnes pratiques, des exercices concrets et des plans d'actions opérationnels. Trois thématiques ont été sélectionnées pour 2022, elles sont primordiales pour répondre aux attentes des voyageurs : la visibilité, la relation client et le développement durable. Les deux premiers ateliers se sont déroulés chez l'un de nos partenaires, en lien avec la thématique ou pour le cadre chaleureux propice aux rencontres.

Le dernier, sur le développement durable, a dû être annulé faute d'un nombre d'inscrits suffisant. La visite de Rebon à Maïche a été maintenue pour l'équipe et proposée aux inscrits, qui pour certains, ont répondu présent.



## *Accompagnement aux porteurs de projet*

Plusieurs visites ont été réalisées dans le cadre de projet d'hébergements sur notre territoire en partenariat avec Doubs Tourisme. Régulièrement, des porteurs de projet nous questionnent sur les démarches à entreprendre. Notre rôle est ainsi de les informer et les mettre en relation avec les services compétents.

# Au plus proche des partenaires, avec le numérique

## *La lettre d'information professionnelle*

Plusieurs fois par an, l'Office de Tourisme écrit aux acteurs de tourisme, via sa newsletter, afin de donner de l'information sur la destination. On y retrouve un condensé de notre veille sur les nouveautés, la vie de l'office, les actualités liées aux activités de nos partenaires, les informations et outils liés à la saison.

**7 lettres d'information professionnelle ont été envoyées en 2022 avec 45% de taux d'ouverture en moyenne.**

## *Un espace pro à destination des acteurs du tourisme*

Dans notre site internet, les professionnels disposent d'un espace qui leur est dédié. On y trouve tout une compilation de conseils, bons plans, tutoriels et outils sur différentes thématiques tels que la visibilité, le développement durable, la mise à jour de ses informations, la taxe de séjour ou encore comment devenir partenaire de l'office de tourisme.

Cet espace, qui s'est fait une beauté en 2022, est mis à jour régulièrement en fonction de l'actualité et renvoie aussi vers des liens utiles.

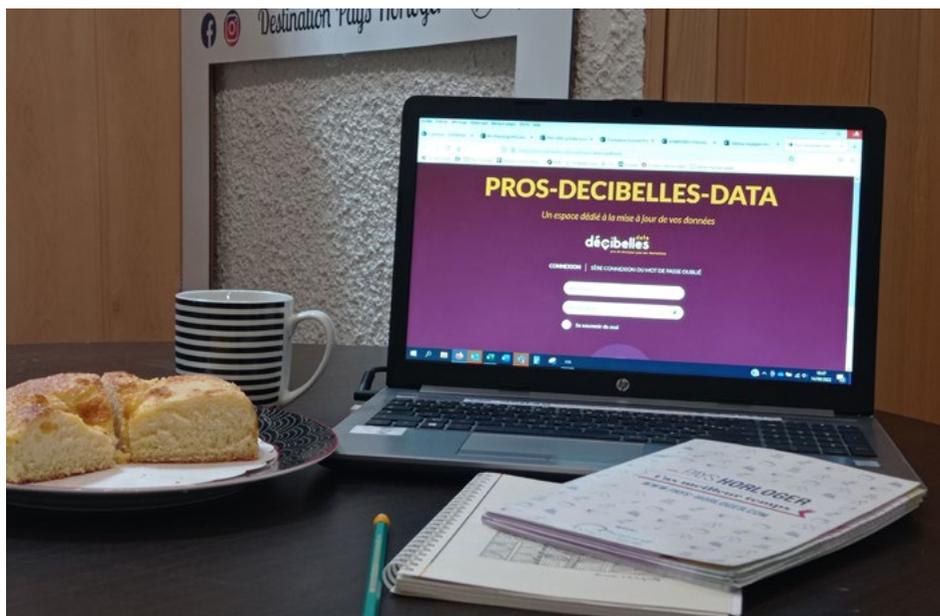


## *L'accompagnement des partenaires pour la mise à jour de leurs informations sur Décibelles Data*

En 2022, les accompagnements pour la plateforme Décibelles Data se sont poursuivies sous un autre format.

Angélique, la salariée en charge de la plateforme de gestion de l'information, se rend chez les partenaires afin de leur expliquer son fonctionnement ainsi que son utilité pour contribuer à la visibilité numérique de leurs établissements. Lors de ces rendez-vous, le prestataire utilise son propre matériel et fait lui-même les modifications concernant sa structure afin de pouvoir le faire de façon autonome chaque année. Ces rencontres sont aussi l'occasion de visiter la structure (meublé, ferme, chambre d'hôtes...) et de définir les besoins de chaque partenaire afin de l'accompagner au mieux dans ses projets. Si le rendez-vous n'est pas réalisable chez le prestataire, celui-ci se déplace dans l'un des bureaux de l'Office de Tourisme mais dispose tout de même d'un accueil personnalisé.

**En 2022, 13 accompagnements Décibelles Data ont eu lieu chez les partenaires et 8 lors de rendez-vous personnalisés dans les bureaux de l'Office de Tourisme.**



Les prestataires ne souhaitant pas mettre à jour eux-mêmes leurs informations sur la plateforme Décibelles Data ont pu également bénéficier de rendez-vous personnalisés dans le bureau de l'Office de Tourisme le plus proche de chez eux. Lors de ce rendez-vous, Angélique et Léa vérifiaient et modifiaient chaque information concernant la structure du partenaire afin qu'elle soit qualitative et à jour.

**En 2022, 23 rendez-vous ont été réalisés.**

L'objectif de ces accompagnements est la visibilité des structures touristiques, avec une information à jour, sur les différents médias qui relaient leur information.

Chaque prestation touristique de nos adhérents, est visible sur notre site internet.

**Cette année, 29 981 fiches de prestations ont été vues sur notre site internet.**

**Si l'affichage de ces fiches a baissé en 2022, (- 8%), l'intérêt est meilleur. L'internaute s'est davantage intéressé au contenu en cliquant sur les contacts du prestataire.**

**L'incitation à la conversion augmente de 18% avec 1847 intérêts partenaires (conversion = prises de contacts : sortie vers les sites web, clics sur téléphone, mail, réseaux sociaux).**

# Plus particulièrement pour les hébergeurs

## *Accompagnement à la collecte de la taxe de séjour*

Marie-Anne est votre interlocutrice privilégiée pour vous accompagner dans les déclarations sur la plateforme de télédéclaration de taxe de séjour du Pays Horloger et vous tenir informé des évolutions législatives.

## *Disponibilités et réservation*

Pour encourager la conversion des prestations touristiques de nos partenaires, plusieurs éléments ont été développés sur notre site internet. L'ajout des disponibilités pour les hébergements qui ont intégré un lien spécifique sur la plateforme décibelles data. Visibles sous la forme d'un tableau, les disponibilités affichées sont recueillies sur les plateformes de réservation. Pour compléter, un bouton de réservation a été ajouté sur les fiches. Il renvoie directement vers la plateforme qui le propose en ligne.



Les actions menées pour  
**les visiteurs**

# Les animations

## *Les pots d'accueil*

Rendre plus attractif les traditionnels pots d'accueil pour accueillir et renseigner les touristes en vacances. Voici l'objectif fixé pour ces rencontres, déclinées en mode été et en mode hiver. La convivialité et la découverte sont au cœur de ces animations, et quoi de mieux que de déguster nos produits locaux pour échanger et passer un bon moment, le tout dans un lieu à chaque fois différent.

Au programme : dégustation de comté, de saucisse de Morteau, de gâteau de ménage, de limonades...

Cette animation devenue récurrente est possible grâce aux bénévoles investis, aux partenaires fidèles et aux socio-professionnels qui en font l'écho.



**Très bonne satisfaction de la part des participants.**

**Cet été : 7 pots d'accueil en plein nature, avec plus de 210 participants.**

**En hiver (nouveau 2022) : 2 pots d'accueil dans les stations.**

## *Les marchés nocturnes*

L'Office de Tourisme et les communes, qui se sont portées volontaires, travaillent en partenariat et se réunissent plusieurs fois afin de faire le point sur les marchés.

L'Office de Tourisme est en charge de l'envoi et de la gestion des dossiers d'inscription et de la communication. La commune se charge de la logistique générale, de la recherche d'animations et d'associations pour la tenue de la buvette et de la restauration.

Ces marchés réservés aux professionnels regroupent les différents corps de métiers de l'artisanat régional : salaisonniers, fromagers, pâtisseries, vigneron mais également artisans du bois, fabricants de bijoux... Des animations pour enfants et adultes sont aussi organisées sur le marché.

Cette année, les communes de Le Russey, Villers-le-Lac, Fournet-Blancheroche, Montécheroux, Bonnétage et Morteau se sont portées candidates. Trois d'entre elles en organisaient un pour la première fois.

En 2022, une réunion a été organisée dans chaque commune afin d'expliquer le règlement à toutes les personnes concernées contrairement aux réunions organisées des années précédentes réunissant toutes les communes en même temps. Ceci a facilité l'organisation des marchés nocturnes de cet été.

**Les artisans, communes et visiteurs donnent des retours positifs sur les marchés nocturnes du Pays Horloger et souhaitent participer à nouveau.**



## *Un programme d'animations estivales*

Au printemps, l'Office de Tourisme du Pays Horloger sollicite les prestataires du territoire pour organiser un programme d'animations estivales. Durant l'été, il fait la promotion de celles-ci sur l'agenda des manifestations et le site internet, et chaque bureau prend les réservations directement auprès des visiteurs.

**Sur l'ensemble des animations, 1302 participants ont été enregistrés, soit une hausse de 51% par rapport à 2021.**

Les activités sportives occupent la première place, suivies par les animations autour du patrimoine et de l'artisanat et enfin les rencontres avec les animaux. Côté nouveautés : visite d'un ancien atelier d'horlogerie, visite de l'église des Bréseux et escape games en extérieur.

## *L'agenda des manifestations*

Dans le but de promouvoir les animations en Pays Horloger, l'agenda des manifestations est édité et envoyé aux partenaires de l'Office de Tourisme et à toutes les communes en saison estivale et une fois par mois le reste de l'année. Un guide est également édité lors de chaque période de petites vacances scolaires. L'agenda des manifestations est un outil indispensable autant pour nos prestataires que pour les visiteurs. Il est issu de la base de données de l'information touristique de Bourgogne-Franche-Comté. Désormais, il est possible d'y intégrer les animations organisées par nos partenaires hors-secteur.

**25 guides ont été édités.**



**La page agenda de notre site internet se positionne dans le top 4 des pages les plus consultées.**

# Activités de loisirs et sites naturels

## *Les randonnées*

L'activité de randonnée est l'activité la plus plébiscitée par les visiteurs.

**C'est la première demande exprimée dans nos bureaux. Environ 4500 cartes de sentiers de randonnées ont été distribuées en 2022.**

**Sur le site internet, de nombreux contenus, (8 pages), concernent cette activité. La page principale «randonnée» est dans le top 10 des pages les plus consultées de notre site internet.**

## *Les activités nordiques*

La thématique hivernale a engendré de nombreuses visites sur le site internet au point de faire entrer la page des webcam (3ème position) et celle du bulletin neige (7ème position) dans le top 10 des pages les plus consultées.

Pour répondre à cet intérêt pour les activités neige, un bulletin est envoyé chaque matin, même le dimanche, à nos partenaires via une newsletter. Ce bulletin est mis à jour dès l'ouverture des domaines nordiques grâce aux informations collectées auprès des stations. Y figurent, entre autres, un résumé de l'état des pistes et les liens vers les infos neige des stations sur notre site internet.

**Audience du bulletin neige :  
296 destinataires.  
Taux d'ouverture de plus de 30%**



## *Les sites naturels incontournables*

La thématique nature demeure dans les principaux intérêts de nos visiteurs. Des contenus adaptés à chacun de ces sites sont développés sur notre site internet.

**La page des Echelles de la Mort est la 2ème plus consultée (celle de la via ferrata est en 6ème position).**

**La page du Saut du Doubs est en 7ème position, celle de Consolation en 10ème position.**

Le site des Echelles de la Mort suscite un réel intérêt de la part des visiteurs mais ne bénéficiait pas encore de documentation spécifique. Un flyer d'informations a donc été édité en fin d'année.

Concernant les sites naturels, la sécheresse qui a fortement impacté le Saut du Doubs, s'en ressent fortement dans la fréquentation des bureaux à Villers-le-Lac, ainsi que dans le nombre de flyers «Saut du Doubs» distribués en 2022 (-41%).

## Les Echelles de la Mort

EN PAYS HORLOGER



# Nos lieux d'accueil

## *Tenue vestimentaire*

En 2022, des bonnets à l'effigie de la destination Pays Horloger, sont venus compléter la collection vestimentaire de l'équipe, qui possède déjà des polos, des casquettes et des vestes sans manches.



## *Réaménagement des bureaux*

Et si on offrait à nos clients des lieux d'accueil à l'image de la destination Pays Horloger ?

**Dans le cadre du contrat de station** porté par le Parc Naturel Régional du Doubs Horloger, l'Office de Tourisme a été sollicité pour élaborer un argumentaire concernant le réaménagement global de ses bureaux d'informations touristiques. Ce dernier a ensuite été présenté à chaque Communauté de Communes.

Cette volonté de réaménagement des lieux d'accueil est née de constats simples :

- Une charge financière locative (bureau de Morteau) qui pèse sur le budget de l'Office de Tourisme.
- Des lieux impersonnels qui ne reflètent pas l'identité de la destination et les valeurs de l'Office de Tourisme.
- Des problèmes de fonctionnalités et de fluidité qui s'expliquent par un manque d'espaces dédiés.
- Un manque de mise en valeur des partenaires en dehors de la documentation.

Notre rêve : « Imaginer les locaux de demain en prenant en compte les valeurs de la destination, les attentes des visiteurs, les besoins de l'équipe salariée, les possibilités et les contraintes techniques, le tout dans une volonté de cohérence avec un design global identitaire pour créer des lieux de vie pertinents et une vitrine du Pays Horloger. »

**Moins de documentations en libre-service...** mais toujours autant de conseils ciblés et personnalisés :

Notre ambition n'est pas de supprimer totalement la documentation au sein de nos bureaux. C'est un fait avéré, les usagers aiment le papier... Toutefois, nous avons, en tant que structure, la responsabilité de minimiser notre impact écologique. Le gaspillage et la consommation importante de documentations et de brochures au sein des Offices de Tourisme n'est pas un mythe...

Bonne nouvelle, il existe un levier de performance qui est justement au cœur de notre métier : le « conseil éclairé » et l'expertise humaine ! L'Office de Tourisme n'est pas un supermarché de la brochure, c'est le lieu où l'on vient chercher le bon conseil, le petit plus qui va nous conforter ou nous rassurer... C'est ainsi que le rôle des conseillers en séjour, des « experts de la destination », est primordial. La brochure ou le flyer n'est qu'un outil de médiation, au même titre que d'autres supports

Dans cette optique, nous avons entrepris un réaménagement des présentoirs de documentations des bureaux de Maiche et Saint-Hippolyte, pour ne garder que l'essentiel en libre accès. Certaines documentations sont toujours disponibles sur demande au guichet. Un grand ménage des placards et réserves a donc été opéré pour trier flyers, cartes et autres guides, afin de ne conserver que les plus pertinents et ajuster les stocks.



Bureau de Maiche  
avant / après

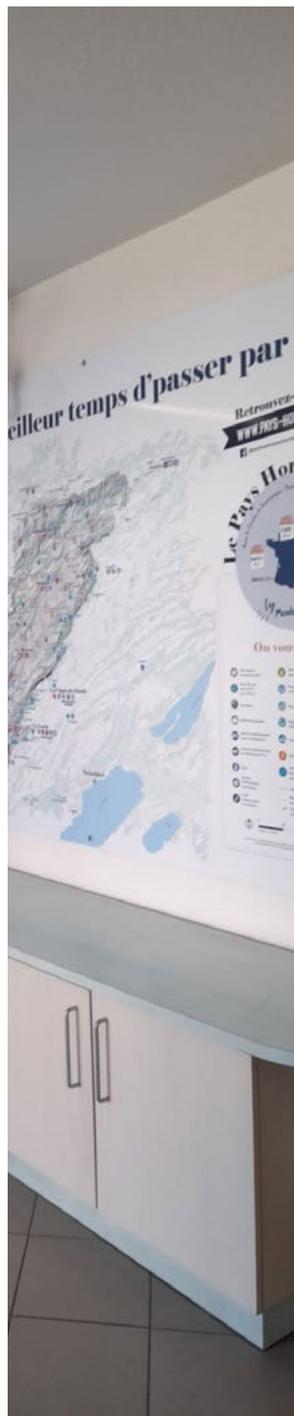


## Carte murale :

Avec la réduction de la documentation en libre-service, un pan de mur est désormais disponible au bureau de Maiche pour accueillir la carte touristique grand format. Après Morteau et Saint-Hippolyte, les visiteurs de passage à Maiche peuvent donc bénéficier d'une vue globale du Pays Horloger et les conseillères en séjour du bureau disposent d'un support de conseil essentiel à portée de main !

## Projet de création de boutiques au sein des lieux d'accueil :

Au sein de l'Office de Tourisme du Pays Horloger, des questions se sont posées quant à la mise en place de boutiques « 100% Pays Horloger » au sein de nos locaux... Une étude de faisabilité a donc été réalisée dans le cadre d'un projet de stage de 6 mois afin de déterminer les tenants et aboutissants d'une telle ambition. Si la formalisation concrète n'est clairement pas à l'ordre du jour, la prise en compte de ce projet dans le futur ne doit pas être négligée dans le projet global de réaménagement des lieux d'accueil.



# Focus sur les clients qui viennent en Pays Horloger et plus particulièrement dans nos bureaux

## 1. Sur le territoire du Pays Horloger, ont été comptabilisés\* :

-> 966 927 nuitées, soit +27% par rapport à 2021

-> 1 885 733 excursionnistes, soit +30% par rapport à 2021

## 2. Dans nos bureaux :

### 🕒 Combien sont-ils ?

En 2022, les bureaux ont retrouvé leurs ouvertures normales donc nous enregistrons une hausse de visiteurs par rapport à 2020 et 2021. Cependant, nous ne retrouvons toujours pas le nombre de visiteurs de 2019 qui dépassait les 15000 personnes.

### 👤 Qui sont-ils ?

Cette année les Suisses représentent la première clientèle étrangère à fréquenter nos locaux (37%) suivie de près par la clientèle allemande (32%) et belge (12%). Notons le retour de la clientèle provenant des Pays Bas et du Royaume-Uni qui était en baisse depuis quelques années mais qui ont été présents en 2022. Les étrangers représentent 12% de la clientèle totale.

### ❓ Que cherchent-ils ?

#### Top 5 des demandes des visiteurs

1. Randonnées 20%

2. Fêtes et manifestations 12%

### 🕒 12081 visiteurs

+ 11 % par rapport à 2021

+ 37 % par rapport à 2020

- 21 % par rapport à 2019

### 🕒 8193 conseils donnés

+ 7 % par rapport à 2021

+ 29 % par rapport à 2020

- 17 % par rapport à 2019

### 👤 Top visiteurs par régions

1. Bourgogne-Franche-Comté : 55%

2. Grand Est : 11%

3. Auvergne Rhône Alpes : 8%

4. Ile de France : 6%

👤 Les habitants du Pays Horloger représentent 82% des visiteurs de Bourgogne Franche-Comté, 93% des visiteurs du Doubs et 32% du total de la clientèle reçue

3. Activités culturelles 11%

4. Activités de loisirs (hors randonnées) 8%

5. Hébergements 6%

## *Satisfaction clients*

Après deux ans de suspension, les enquêtes de satisfaction font leur retour au sein des bureaux pour la saison estivale. Des gommettes en gestion libre permettent aux clients de donner leurs avis sur les horaires d'ouverture, le confort des lieux, la qualité de la documentation, le temps d'attente, la qualité de la réponse à la demande... Des feuilles de commentaires sont également à disposition.

**De façon globale, 95 % des votants donnent un avis très favorable sur la qualité de l'accueil qui leur est réservé au sein des bureaux de l'Office de Tourisme du Pays Horloger.**

Cinq réclamations ont été enregistrées durant l'année. Une seule d'entre elles concerne directement les actions de l'Office de Tourisme (erreur d'information sur notre site internet).

### **Quelques commentaires laissés par écrit...**

- « Excellents conseils, très bon accueil, un grand merci pour votre professionnalisme. »
- « Accueil au top... conseils supers !! Tout bien. Bravo et merci pour ce que vous êtes. »
- « Merci, accueil sympathique et efficace »
- « Super accueil! Merci! Merci! Personnel très sympathique »

## *Focus sur les services*

Retour sur les services en vente dans nos bureaux :

- **1980 vignettes suisses vendues édition 2022**
- **1087 billets saison culturelle édition 2021-2022**
- **768 cartes avantages jeunes édition 2021-2022**
- **217 redevances ski de fond pour la CCVM et 83 pour la CCPM pour la saison 2021-2022**
- **84 cartes de pêche en 2022**
- **40 offres + édition 2022-2024**
- **24 topos d'escalade départementaux publiés en 2022**
- **7 passeports gourmands édition 2021-2022**

L'année 2022 signe également l'arrêt de la vente de billets SNCF au bureau de Maïche.

# Promotion de la destination

## *Sur notre site internet*

Afin d'être plus en adéquation avec la saisonnalité et les besoins des clientèles, **10 nouvelles pages ont été publiées** sur le site internet. Rédigées pour la plupart dans une orientation «bons plans», ces pages font le focus sur une ou des activités selon la saison et/ou une cible. Ces contenus sont ensuite relayés sur les réseaux sociaux et les newsletters. Le passage en mode «saison» est uniformisé sur nos différents canaux de communication, de la signature mail à la page d'accueil du site internet en passant par nos écrans et nos éditions.

### **Les 10 pages les plus consultées :**

Page d'accueil, les Echelles de la Mort, webcam, agenda, hébergements, via ferrata des Echelles de la Mort, Saut du Doubs, météo et bulletin neige, randonnées, Consolation.

### **Visiteurs :**

- Régions les plus représentées : 1. Bourgogne-Franche-Comté 2. Ile de France 3. Grand Est.

- Villes les mieux représentées : 1. Paris 2. Strasbourg.

### **Fréquentation :**

**120 320 visites. Une belle augmentation de 30% de la fréquentation de notre site web ! 260 098 pages vues, soit 29% d'augmentation. Et un joli temps de lecture en moyenne : 01min 53.**

## Notre sélection pour vivre le printemps en Pays Horloger

Pour vivre de petits et grands instants ce printemps suivez nos pistes. Chaque saison mérite qu'on prenne son temps.



**RECETTE**

de Morteau



**VIA FERRATA**

Perché dans la vallée de la Mort, les sens en éveil.



**LE TOP DES RANDOS À SAINT-  
HIPPOLYTE**

Les incontournables du secteur de Saint-Hippolyte là où le printemps reprend plus vite ses droits...



**LE TOP DES RANDOS À MORTEAU**

De quoi se remettre en jambes après l'hiver, dans le secteur de Morteau



**LE TOP DES RANDOS**

Les incontournables du secteur vos chaussures de marche !

## Sur les réseaux sociaux

La publicité sur les réseaux sociaux permet d'atteindre finement nos cibles clientèles. Ce programme de publications sponsorisées a permis d'atteindre les objectifs visés, comme la visibilité sur notre site internet. Les canaux d'acquisition du trafic du site web s'en ressentent puisque le trafic issu des réseaux sociaux est passé de 6% à 12%. La couverture et les visites de la page facebook et instagram sont en forte augmentation, +222% et +78%.

**Communauté facebook : 4890 abonnés (+25%).**

12 contenus boostés avec pour objectif d'amener des visites sur notre site internet. La publication qui a le mieux fonctionné est : le top des randos en automne.

**Communauté instagram : 1404 abonnés (+10%).**

De nombreuses stories réalisées, et 2 contenus boostés.



## Avec des e-letters

5 e-letters grand public ont été rédigées cette année. Le total des abonnés est de 299, dont 116 nouveaux inscrits.

**Le taux d'ouverture moyen de 42%, est moins important que l'an passé mais reste très bon.**

**Taux de clics moyen : 21%.**

**Les e-letters inéressent une clientèle de proximité (régionale et de proximité Alsace). Plus de la moitié des abonnés est originaire du Doubs.**

## *Nouveau du côté des brochures*

Afin d'accentuer la saisonnalité dans notre communication et d'orienter davantage nos contenus en fonction de nos cibles, nous avons revu entièrement nos supports imprimés.

Les contenus des guides sont adaptés au moment du séjour, à la préparation (avant séjour) ou à sa consommation in situ (pendant séjour).

Bons plans, infos pratiques, contenus orientés en fonction des cibles, ces guides répondent aux attentes que nous avons pris soin d'étudier lors de leur venue dans nos bureaux. Les guides de saison et thématiques sont imprimés à flux tendu, afin d'éviter tout gaspillage, cela nous permet également de maintenir des contenus à jour.

Cette année la plupart des guides ont été édités en test afin de mesurer la pertinence et d'en permettre une adaptation. Leur diffusion s'est faite principalement dans nos bureaux.

Ces guides s'intègrent dans les grands moments de prise de paroles identifiés et offrent une visibilité complémentaire aux contenus mis en avant sur le site internet et aux campagnes effectuées sur les réseaux sociaux.

### **4 nouveaux guides sont sortis en 2022 :**

- Guide de l'hiver (imprimé en interne),
- Guide de printemps (imprimé en interne)
- Guide de l'été (sortie en imprimerie pour une meilleure qualité),
- Guide des restaurants de l'été (imprimé en interne).

# Guide de l'été

en

## S HORLO



[www.davs-horloger.ch](http://www.davs-horloger.ch)

Nous avons poursuivi la diffusion de la **carte touristique** qui a été mise à jour et imprimée à 10 000 exemplaires (5700 ont été distribués cette année), avec une participation financière d'A2M.

## Set de table

Les sets de table ont fait leur retour sur les tables des restaurateurs début juillet. La carte touristique représentée sur le set est très appréciée des clientèles et nous permet de toucher des personnes qui ne passeraient pas la porte de nos bureaux.

**Plus de 50 000 sets ont été diffusés en 2022 sur les 60 000 imprimés.**

Au verso du set de table, renouvellement du coloriage financé par Rième.



## Partenariat avec Montagnes du Jura

En 2021, un mini film de promotion du Pays Horloger a été tourné en automne en partenariat avec les Montagnes du Jura. Cet automne 2022, les Montagnes du Jura en ont fait la promotion sur les réseaux sociaux afin d'encourager la lecture de l'article visible sur leur site web. Les résultats sont concluants.

Ce partenariat avec les Montagnes du Jura nous permet une collaboration pertinente et précieuse.



## Dans les magazines

Pour toucher nos clientèles cibles de proximité nous avons choisi de faire de la promotion dans le magazine gratuit **Vaévient**, diffusé largement en région Bourgogne-Franche-Comté pendant la période estivale (dans de nombreux points de diffusion et dans les foyers des principales villes). Ce média répond à nos besoins compte tenu de son orientation éditoriale touristique et qualitative. Ce journal touristique gratuit est édité à 120 000 exemplaires.



Pour appréhender une clientèle citadine de proximité, nous nous sommes également orientés vers un autre magazine distribué gratuitement dans les foyers, le magazine du **Grand Besançon** avec une publicité orientée hiver. Ce magazine bimestriel gratuit est édité à 104 000 exemplaires.

## Accueil presse

Sollicités par le service presse de la région Bourgogne-Franche-Comté, nous avons co-organisé :

- un accueil presse «Montagnes du Jura» début janvier pour le **Figaro Magazine**
- et un accueil presse à l'automne pour le média **Traces Ecrites**.

## *Achat de visuel*

**Photo** : Régulièrement de nouveaux contenus sont ajoutés à notre photothèque, certaines de ces photos sont prises par l'équipe pour augmenter les choix de visuels.

Cette année un lot de photos, avec un beau potentiel de séduction a été acheté à Laurent Cheviet. Principalement de paysages, ces photos de professionnel serviront sur nos différents supports de communication et promotion.

**Vidéo** : Une nouvelle vidéo est désormais disponible, elle fait le pendant à la vidéo hiver déjà diffusée. Obtenue grâce au Pnr du Doubs Horloger qui l'a financée, cette vidéo de promotion, réalisée par DmProd, orientée sur les activités de pleine nature, existe sous différents formats pour s'adapter aux canaux de communication (site internet et réseaux sociaux).



OFFICE DE TOURISME  
DU PAYS HORLOGER



**Merci**  
*pour votre engagement  
et votre soutien*



[www.pays-horloger.com](http://www.pays-horloger.com)  
[tourisme@payshorloger.com](mailto:tourisme@payshorloger.com)

**Morteau**, Place de la Halle,  
tél. 03 81 67 18 53

**Villers-le-Lac**, Rue Berçot,  
tél. 03 81 68 00 98

**Maïche**, Rue du Général de Gaulle,  
tél. 03 81 64 11 88

**Saint-Hippolyte**, Place de l'Hôtel de Ville,  
tél. 03 81 69 58 00