

Rapport d'activité

de l'office de tourisme
du Pays Horloger

Pays
HORLOGER

Prenez le temps

Montagnes du Jura

2025

L'office de tourisme du Pays Horloger

La compétence tourisme :



Le rôle de l'office de tourisme :

Promouvoir et valoriser la destination Pays Horloger

Auprès des visiteurs, des habitants, des professionnels et des élus

Les missions principales de l'office de tourisme :

Accueillir, informer

*Être au bon endroit,
au bon moment
Collecter et diffuser des
informations selon les
attentes des visiteurs*

Promouvoir,
communiquer

*Séduire et
fidéliser*

Mettre en réseau

*Fédérer les acteurs pour
gagner en performance*

Actions menées pour la structure

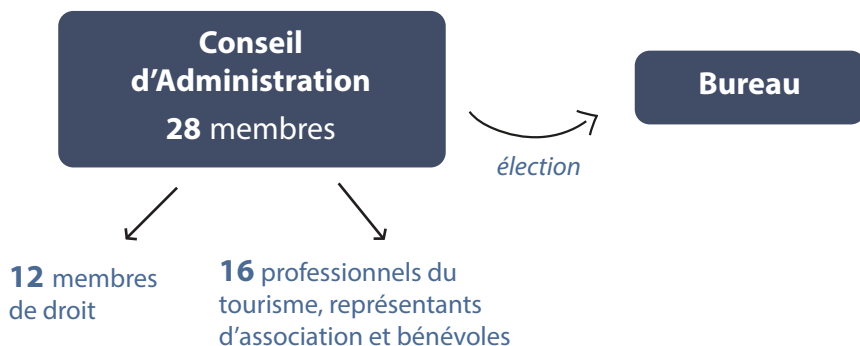
Les temps forts de l'association

Conseils d'Administration et Bureau

Le Conseil d'Administration est composé de **28** membres :

- 12 dans le Collège des **membres de droit**,
- 16 dans le Collège des **professionnels du tourisme, représentants d'associations et bénévoles**.

Le Conseil d'Administration élit un **Bureau** composé d'un(e) Président(e), de deux Vice-Président(e)s, d'un(e) Secrétaire, d'un(e) Trésorier(ère) et d'un(e) Trésorier(ère)-Adjoint(e) et d'un représentant de chaque Communauté de Communes.



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).

Les **conseils d'administration** sont des 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, arrêtent les budgets et les comptes de l'association. La représentativité des socio-professionnels est donc importante pour pouvoir être au plus proche de leurs attentes.

L'Assemblée Générale

Le jeudi 17 avril 2025 s'est tenue l'**Assemblée Générale** de l'office de tourisme à la **Ferme-Musée de Grand'Combe-Châteleu** : une ferme traditionnelle du Pays Horloger datant du XVIIIème siècle, aujourd'hui transformée en musée et qui semble figée dans le temps. A cette occasion, les participants ont pu visiter la belle bâtisse lors d'une visite guidée et déguster de bons crâpés, spécialité locale gourmande, réalisés par les bénévoles de l'ATP Beugnon dans la cuisine de la ferme.

Cette assemblée générale a également été marquée par l'accueil de **quatre nouveaux membres au sein du conseil d'administration**.

L'événement s'est déroulé dans une ambiance conviviale, permettant aux élus, partenaires et professionnels du tourisme de se rencontrer et d'échanger.

Retour en images sur ce bel événement ...



Grand'Combe-Châteleu

L'Office de tourisme du Pays Horloger dresse son bilan et prépare l'avenir

Dernièrement, l'office de tourisme du Pays Horloger s'est réuni pour son assemblée générale afin de revenir sur les éléments qui ont fait sa saison 2024. Le but étant de préparer sa nouvelle saison.

Les partenaires de l'office de tourisme du Pays Horloger étaient réunis dernièrement à la Ferme-Musée de Grand'Combe-Châteleu. « L'assemblée générale annuelle a été l'occasion d'un retour sur les actions de 2024, mais aussi d'une ouverture sur les ambitions de demain », explique Suzy Bobillier-Monnot, conseillère en séjour et chargée de communication.

«Une diversité d'expérience»

Sous le tuyé fumant de la Ferme-Musée et guidée par Marie-Odile et Mario, la visite commentée du lieu a permis de rappeler le lien étroit entre patrimoine et attractivité touristique. Dans la salle de réunion, la partie statutaire a acté l'entrée de quatre nouveaux membres au conseil d'administration, tous issus du secteur de l'hébergement, illustrant, comme le souligne Suzy Bobillier-Mon-



Les nouveaux membres du conseil d'administration de l'office de tourisme du Pays Horloger.

not, « une diversité d'expériences bienvenue, pour refléter les réalités de terrain » avec M. Marclet et Mme Martine du Logis des Pinces Mailles à Montcheroux, M. Courgey du Relais des Deux Tours à Breumadon et M. Humbert des Petres-Neige à Bonmétage.

En 2024, plus de 1000 visites individuelles ont été réalisées auprès des partenaires touristiques. « Ces échanges personnalisés nous ont permis d'être à l'écoute des besoins concrets, bien plus qu'à travers des ateliers collectifs », confie Laurence Piquenot, présidente de l'office. Avec cela, l'office a poursuivi sa dynamique autour du tourisme responsa-

ble, avec des actions concrètes : réduction des durées matinales stochères, généralisation du covoiturage, et ateliers sur les enjeux climatiques menés avec l'association Durable et Doubs.

Le rôle de l'office est aussi celui d'un animateur de réseau, d'un relais d'information et d'un soutien actif à ceux qui font vivre le territoire. Accompagnement dans la mise à jour des informations touristiques, gestion de la base de données, aide à l'organisation d'animations locales : autant de missions menées au fil des saisons, en lien étroit avec les collectivités et le Parc naturel régional du Doubs Horloger.



Stratégie

Affirmer le rôle consultatif de l'office de tourisme auprès des élus, institutions et associations

Comme le précise l'article 3.2 de la convention d'objectif 2022-2025, l'office de tourisme doit affirmer son rôle consultatif auprès des élus :

- L'office de tourisme participe aux **commissions tourisme** des EPCI et du PNR où il est convié.
- L'office de tourisme est consulté régulièrement sur les **projets des EPCI** en matière de développement touristique.
- L'office de tourisme est présent aux **événements des institutions du tourisme** au niveau régional et départemental (Comité Régional du Tourisme, Montagnes du Jura, Doubs Tourisme...).
- Les **sollicitations** sont très variées de la part des différentes associations et institutions (Epage Doubs Dessoubre, Conservatoire d'espaces naturels de Franche-Comté, écoles, MFR...). L'office de tourisme s'efforce d'être présent par la représentation de la direction ou d'un membre du conseil d'administration.

Relations avec le PNR du Doubs Horloger

Partenaire



Dans le cadre de sa mission « Animation touristique du territoire », le **Parc naturel régional du Doubs Horloger** assure la coordination de la politique touristique du Pays Horloger, grâce au financement des Communautés de Communes du Pays de Maîche, du Plateau du Russey et du Val de Morteau. La **promotion touristique du territoire est confiée par le Parc à l'office de tourisme** dans le cadre d'une convention pluriannuelle d'objectifs et de moyens couvrant la période 2022-2025, arrivant à échéance à la fin de l'année 2025. L'année écoulée a été marquée par un travail collaboratif avec le Parc en vue de l'élaboration de la **future convention 2026**.

En parallèle, plusieurs **groupes de travail** ont été mis en place par le PNR. L'office de tourisme s'est rendu disponible pour y participer, ils concernent : le lancement de la signalétique uniformisée à l'échelle du PNR, les usagers de la nature, les activités de pleine nature, notamment le VTT.

Relations avec Doubs Tourisme

L'office de tourisme a participé à plusieurs rencontres organisées par le Comité Départemental du Tourisme comme les ateliers du relais territorial répartis tout au long de l'année (animation d'une boutique, indicateurs d'évaluation, plateforme de réservation touristique), également à une demi-journée dédiée à la valorisation des hébergements touristiques en février à Baume-les-Dames. Comme à son habitude, la structure était également présente à la rencontre de l'offre touristique, qui s'est déroulée en avril, en Pays Horloger à Maîche. Enfin, en juillet, a eu lieu la rencontre des acteurs de la filière VTT à Consolation.

Démarche qualité

Classement en catégorie 2

New!



Durant les années 2024 et 2025, la structure a constitué un dossier afin de classer l'office de tourisme en **catégorie 2**. L'obtention a été annoncée en **décembre 2025** par le préfet.

C'est une première étape importante vers l'obtention de la marque "Destination d'Excellence". Le classement en catégorie 2 permet de renforcer le rôle de l'office de tourisme en tant qu'acteur fédérateur du territoire, au service des professionnels, des partenaires institutionnels et des visiteurs. Il témoigne également de l'engagement de l'équipe dans une démarche d'amélioration continue de la qualité de l'accueil, de l'information et des services proposés.

Démarche éco-responsable

Cette année encore, l'**éco-responsabilité** a constitué le fil rouge de l'ensemble des actions de la structure. Le **challenge numérique** a été reconduit par l'équipe salariée pour la quatrième année consécutive. Son objectif est de supprimer ou d'archiver un maximum de données numériques, aussi bien dans les boîtes mails que sur l'espace de stockage en ligne. Parmi les autres pratiques écoresponsables, le **covoiturage** est désormais pleinement ancré dans les habitudes, dès lors que cela est possible. Tous ces petits gestes participent à réduire l'impact environnemental de l'office de tourisme.

Actions menées pour l'équipe

Mouvements de personnel

Les arrivées



Martin

Martin, apprenti en 2023-2024, est venu prêter main forte à l'équipe durant la saison estivale en tant que saisonnier sur le bureau de Saint-Hippolyte et Maiche.



Vincent

Après un parcours professionnel à Paris et à Toulouse dans la communication et la restauration, Vincent est arrivé en octobre 2025 pour reprendre la direction de l'office de tourisme

Départ

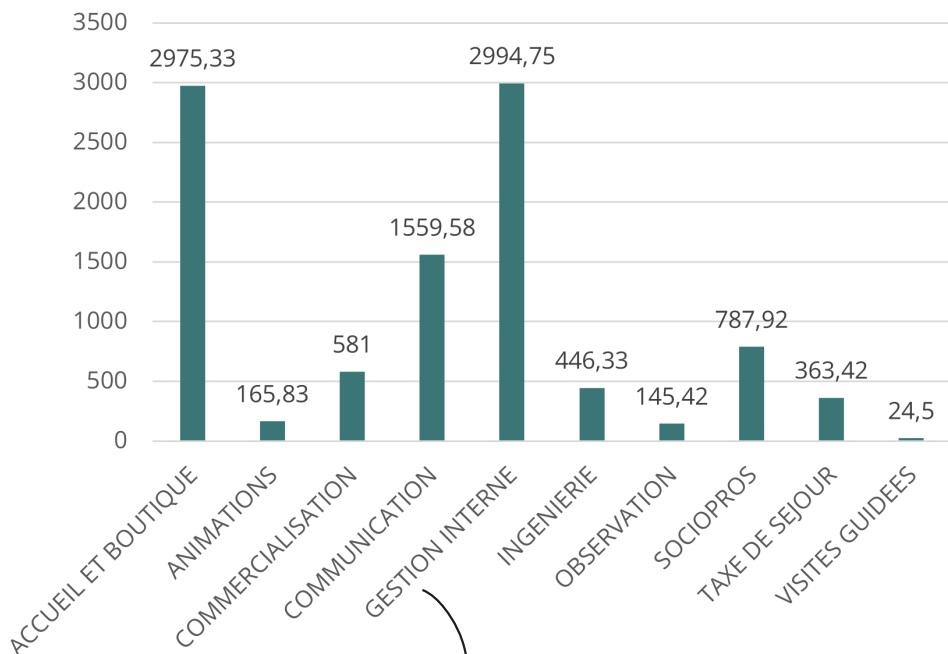


Frédérique

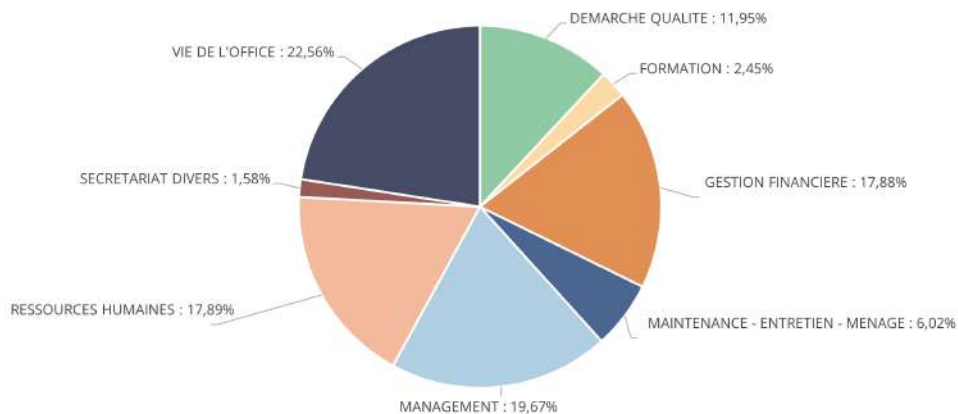
Frédérique est arrivée en 2014 à l'office de tourisme de Maîche – le Russey en tant que conseillère en séjour. En 2017, suite à la fusion des offices de tourisme, elle devient directrice de l'office de tourisme du Pays Horloger. Elle assurera cette fonction durant 8 ans, avec bienveillance et professionnalisme jusqu'à fin octobre 2025.

Organisation du travail

Répartition du temps de travail en heures



Répartition du temps de travail pour la gestion interne



Professionalisation du personnel

Dans un domaine touristique en perpétuel changement, l'amélioration des **compétences** est essentielle pour réussir, et les avantages sont doubles. D'une part, pour les employées qui améliorent leurs compétences et leur professionnalisme et d'autre part, pour la structure qui augmente la qualité de ses services et l'engagement de son équipe.

En 2025, plusieurs formations/webinaires/rencontres professionnelles ont été suivis par un ou plusieurs membres de l'équipe.

Ressources humaines :

- *Maîtriser les fondamentaux en droit du travail et droit social (1 salariée) ;*

Gestion de la relation client :

- *GRC Décibelles DATA nouvelles fonctionnalités (1 salariée) ;*

Communication :

- *Monter sa vidéo sous Premiere Pro (1 salariée) ;*

Gestion administrative :

- *Logiciel de facturation Pennylane (1 salariée) ;*

Taxe de séjour :

- *Tutoriels / Webinaires (1 salariée).*

Actions menées pour les partenaires

Partenariat 2025

258 adhérents en 2025
dont 213 partenaires touristiques et 45 adhérents soutien



Le nombre d'adhérents est en légère baisse par rapport à 2024, où un partenariat sans pack avait été proposé avec une adhésion soutien unique à 30€. Un partenariat qui comprend des **services à la carte** qui s'appuient sur des professionnels de confiance, extérieurs, avec qui l'office de tourisme travaille déjà, pour les accompagner dans la visibilité. Les services proposés sont le pack photos, l'accompagnement web et la création d'un visuel. Le partenariat propose également des **moments de rencontres** entre acteurs du tourisme afin que

chacun se connaisse toujours mieux mais également connaisse toujours mieux le territoire, entré récemment dans le Parc naturel régional du Doubs Horloger.

Services à la carte

New!

Accompagnement web

L'accompagnement web consiste en un **coaching individualisé** de 2h30, en visio, avec un partenaire de confiance l'agence web **Yata**. L'objectif est de savoir "Comment optimiser sa **visibilité sur le web**" en perfectionnant sa fiche Google My Business, comprenant les enjeux de la visibilité sur le web... En 2025, **1** coaching a été réalisé.

Création de visuel pour pub

La création visuelle comprend la **réalisation d'une publicité, libre d'utilisation**, par un professionnel **l'imprimerie Chopard** : elle peut être utilisée pour la publicité dans les éditions et/ou les écrans de l'office de tourisme. Au total, **3** partenaires ont choisi ce service en 2025.

Publicité sur les réseaux sociaux

1 reportage publicitaire « On vous emmène » de 12 stories a été publié sur le compte Instagram et Facebook de la destination pour le Relais des Deux Tours en mai. Un format très apprécié, immersif et interactif, avec notamment des sondages, questions qui ont obtenus **113 réponses**, + de **4 300 vues** cumulées, **74 interactions** (j'aime, réactions, réponses et partages), **36 clics**.

Aussi, la première publicité « Zoom sur » les Bateaux du Saut du Doubs a été postée sur le compte Facebook de la destination en mai. Au total, + de **3 000 vues** et **44 interactions** ont été recensées. Cette nouvelle offre publicitaire confirme le rôle essentiel des réseaux sociaux comme levier de visibilité pour les partenaires touristiques de la destination.



Accompagnement

Décibelles Data



Chaque année, la mise à jour des informations des partenaires est nécessaire. En effet, pour organiser son séjour, le client recherche des informations les plus complètes et récentes

possibles afin d'être rassuré et c'est également un gage de qualité de l'offre. Aussi, les données des structures touristiques sont diffusées sur plusieurs sites internet régionaux et nationaux ainsi que sur celui de l'office de tourisme et ses autres supports de communication comme les éditions par exemple. C'est pourquoi, l'office de tourisme rappelle chaque année à ses partenaires de bien mettre à jour la plateforme d'informations Décibelles Data, spécialement les tarifs, dates d'ouverture et disponibilités et de soigner les textes et les photos qui donnent envie aux futurs visiteurs de concrétiser une réservation. Pour les aider dans cette démarche, l'office de tourisme propose des rendez vous personnalisés dans les bureaux ou chez le prestataire afin de revoir chaque information avec eux. En 2025, **53** rendez-vous de mise à jour Décibelles Data ont eu lieu dans les bureaux et chez les prestataires.

Marque "Valeurs Parc"

Dans la continuité de son engagement en faveur d'un développement durable du territoire, le Parc a poursuivi le déploiement de la **marque collective « Valeurs Parc naturel régional »** auprès des acteurs touristiques locaux, en particulier les hébergements et les restaurants. À ce titre, l'office de tourisme a participé, les 2 et 3 octobre, aux **audits** menés conjointement avec le Parc et Doubs Tourisme auprès de plusieurs prestataires du territoire. Ces temps d'échange ont permis de valoriser les démarches existantes, de partager des retours d'expériences et d'identifier des axes d'amélioration afin de renforcer la qualité et la durabilité de l'offre touristique locale.



Membre de la commission Chambres d'Hôtes Référence

L'office de tourisme est associé à la démarche de qualification Chambres d'hôtes référence® déployée dans le Doubs par Doubs Tourisme. À ce titre, l'office de tourisme participe aux visites d'audit ainsi qu'à la commission d'attribution de la qualification. En 2025, la structure a assisté à **un audit et une remise de plaque officielle**.



Taxe de séjour

En 2025, en plus des missions classiques (accompagnement des nouveaux hébergeurs pour la télédéclaration des nuitées et la gestion de leur espace hébergement/ hébergeur ; suivi des déclarations mensuelles ; bilans de perception semestriels ; collaboration avec les collectivités), la **formation** en lien avec les **nouveautés** de la plateforme taxe de séjour et l'**actualité législative** (numéro d'enregistrement obligatoire dès mai 2026 notamment) a nécessité un temps de travail important. Le projet de travail plus approfondi sur les **opérateurs numériques** afin d'identifier les hébergements inconnus et initier une collaboration avec les collectivités est désormais mis en place et fera l'objet d'une prise de contact régulière pour optimiser cette facette de la mission confiée à l'office de tourisme.

D'autres actions pour nos socio-professionnels

Appels pour les ouvertures des restaurants

Pour répondre aux demandes récurrentes de ces périodes de l'été et de fin d'année, chacun des établissements est contacté afin de connaître leurs **ouvertures** : en été, un **guide saisonnier** des restaurants a été édité.

Appels aux hébergeurs durant la saison estivale

À la fin de l'été, l'office de tourisme dresse un **bilan de saison**. Ce dernier est réalisé à partir de quelques statistiques recueillies en conseil en séjour. Pour le compléter, l'équipe a interrogé un panel de ses partenaires pour échanger sur l'activité et connaître son ressenti de la saison, qui était globalement satisfaisant. Une occasion de garder le contact. Cette année, le **dispositif d'appel quotidien** pour les disponibilités des hébergements à la nuitée « partenaires » a été **arrêté**, puisque ces informations sont désormais disponibles sur le site internet de l'office de tourisme.

Programme d'animations

Cette année encore, l'office de tourisme a organisé un programme d'animations varié durant les vacances scolaires en **partenariat avec 17 prestataires**. L'office de tourisme s'engage à faire la promotion de ces animations et prend les réservations, informe et collabore avec les prestataires d'activités. L'élaboration du programme est une charge imposante en lien avec le nombre, la variété et la richesse des animations proposées : animaux, fruitières, sport et nature et patrimoine. Parmi les nouveautés 2025, la **forge du Musée de la Pince** à Montécheroux est venue compléter les animations mettant en avant les savoir-faire de la destination.

Centre de ressources

Espace pro

Dans notre site internet, les professionnels disposent d'un espace qui leur est dédié, pour être encore plus proche d'eux et de leurs attentes. Dans cet espace, on y trouve tout une petite compilation de **conseils, bons plans, tutoriels et outils** sur différentes thématiques que ce soit 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 est régulièrement mis à jour en fonction des éléments nouveaux : nouvelle campagne d'adhésion, nouveau membre de l'équipe, nouvelle newsletter Pro, nouvelles rencontres pro...

En février 2025, une **fenêtre surgissante** « pop'up » a fait son apparition, permettant ainsi de diffuser rapidement des informations et de mettre en avant les événements organisés à destination des partenaires.

Lettres d'information professionnelle



La lettre d'information professionnelle est envoyée **plusieurs fois par an**, aux acteurs de tourisme, afin de communiquer sur l'actualité de la Destination et de l'office de tourisme, informer et donner aux partenaires des outils utiles à leur activité professionnelle et

à l'information de leurs vacanciers et visiteurs. Elle peut se décliner et faire l'objet de thématiques particulières qui concernent un secteur d'activités en particulier. Au total, **9** lettres d'informations professionnelles ont été envoyées en 2025, dont 3 éditions "spéciales" à environ **300** partenaires avec plus de **48%** de taux d'ouverture en moyenne et un taux de clics et de réactivité moyen en progression respectivement de **+42%** et **+27%** par rapport à 2024.

Tournées de documentation

Tout au long de l'année, l'ensemble de l'équipe apporte de la documentation aux partenaires qu'elle visite en fonction de ses besoins, ainsi que dans les points d'information touristique afin de diffuser l'information touristique au-delà des bureaux de l'office de tourisme. Avant l'été, une tournée importante est organisée où **98** partenaires ont été approvisionnés durant les mois de juin et juillet : à cette occasion, plus de **15 000** éditions ont été distribuées.

Agenda des manifestations

L'agenda des manifestations est un **outil important** pour le **conseil en séjour** au sein des bureaux mais également pour les partenaires qui souhaitent **informer leurs clients** des animations organisées pendant leur séjour. Il comprend autant les **animations** organisées par l'office de tourisme que par les associations locales. **Chaque mois et plusieurs fois pendant les vacances scolaires**, cet agenda est **édité**, puis **publié** sur notre site internet et **imprimé** à la demande dans les bureaux. Il est également envoyé par **newsletter** à tous les partenaires de l'office de tourisme, toutes les communes et communautés de communes du Pays Horloger et aux habitants en ayant fait la demande. Y figure également les **structures ouvertes** : musées, châteaux, artisans.

Médiathèque des pros

Début 2025, une médiathèque a été mise à disposition des partenaires adhérents pour contribuer à la promotion de la destination Pays Horloger à travers leurs supports. Un fichier comprenant des **photos** mais aussi des **vidéos identitaires** de la destination a été porté à la connaissance des prestataires via une newsletter mais également dans le cadre du suivi du partenariat. Les partenaires intéressés ont été invités à informer l'office de tourisme de leur souhait de récupérer les fichiers et ont reçu ensuite un lien de téléchargement : au total, **4** socio-professionnels ont manifesté leur intérêt.

Boutique des pros



En 2025, **3** commandes groupées de produits logotés « Destination Pays Horloger » ont été effectuées. Ces produits vestimentaires, mais aussi matériels comme la papeterie, renforce le sentiment **d'appartenance à un collectif** de professionnels engagés dans le tourisme en Pays Horloger. Ils permettent également une reconnaissance immédiate de la destination en extérieur et

ils représentent un geste d'accueil pour les clients. L'ensemble de la gamme a été présenté lors de l'Assemblée Générale, où des catalogues produits étaient également disponibles. **Nouveau produit** en vente en 2025 : l'album photo des portraits de gens d'ici.

Sur le terrain

Rendez-vous individuels

Les rendez-vous individuels professionnels restent au cœur de nos préoccupations. De ce fait, ce sont **75** rendez-vous prestataires qui ont été réalisés dont **52%** sur le terrain, chez le prestataire, permettant ainsi de mieux connaître son activité, ses besoins et de visiter les lieux. Au vu de l'accueil positif et de la relation créée, cette démarche est à renouveler.

Réunions délocalisées et visites

Au total, **2** réunions délocalisées ont été programmées cette année et ont permis de rencontrer **4** partenaires. Ce sont des moments privilégiés qui permettent de créer, maintenir le lien et toujours mieux connaître les partenaires ainsi que les activités de la destination.

Éductours **New!**

Dans le cadre de la campagne de partenariat 2025, l'office de tourisme a souhaité proposer des **moments de rencontre entre acteurs du tourisme** : **2 éductours** ont donc été organisés en mai et septembre sur une demi-journée, en partenariat avec le Parc Naturel Régional du Doubs Horloger et **1 éductour de destination** à la journée en juin. La participation était variable mais l'office de tourisme a souhaité maintenir ces événements quel que soit le nombre d'inscrits : les participants ont exprimé leur satisfaction à l'issue de la journée.

- 22 mai : sur les mobilités à Montécheroux (8 participants) ;
- 19 juin : sur l'artisanat et les loisirs en Pays Maichois avec la station de la Combe Saint-Pierre, l'Orlogeur et la tourbière de Frambouhans (15 participants) ;
- 18 septembre : sur la chasse au trésor au Saut du Doubs (10 participants).



Invitations des partenaires

L'office de tourisme répond volontiers aux invitations de ses partenaires. Ce fut le cas pour l'inauguration des gîtes de la Miellerie des Combes ou encore les portes-ouvertes du Gîte des Fourneaux à Bonnétage, qui fêtait sa première année d'activité. Une nouvelle occasion d'être sur le terrain et partager un moment d'échange et de convivialité avec les partenaires.

Relations avec les collectivités

Communication aux associations locales

Afin de recueillir un maximum d'informations sur les manifestations organisées en Pays Horloger, l'office de tourisme a mis en place un outil sur son site internet qui permet aux associations, communes et prestataires de **faire connaître leurs animations gratuitement**. Des **affiches** et des **flyers** sont mis à disposition dans les bureaux de l'office de tourisme et de toutes les communes du Pays Horloger. Des **mails** contenant des **liens de mises à jour** sont envoyés **tous les 2 mois** aux associations ayant enregistré un évènement l'année précédente à la même période. En 2025, **185** évènements ont été créés par les associations et les communes via l'outil de création sur notre site internet soit environ **68%** des manifestations créées au total. **48** évènements ont été créés via un accès Décibelles Data pro qui est accessible sur demande pour les communes, les prestataires touristiques ainsi que les associations. Si on cumule les 2 outils, **86%** des offres animations créées en 2025 ont été initiés par les organisateurs eux-mêmes.

Les avantages de cette méthode sont nombreux, en outre cela permet une **information juste et qualifiée** à destination des visiteurs, l'autorisation de diffusion signée (car obligatoire) et la possibilité pour l'organisateur ou l'office de tourisme de pouvoir mettre à jour uniquement les dates et horaires pour l'année suivante.

Parutions dans bulletins communautaires

L'office de tourisme a eu l'opportunité de réaliser **2** articles dans les Echos de la CCPR en juin et décembre.

Actions menées pour les visiteurs

Les visiteurs

Statistiques



9 321
visiteurs
dans les bureaux



6 893
contacts



717
visiteurs
hors-les murs

En 2025, l'office de tourisme a reçu dans ses bureaux 9 321 visiteurs, un nombre en légère baisse (-10%) par rapport à 2024. Cependant les différentes actions « hors les murs » ont permis de conseiller et rencontrer 300 touristes de plus qu'en 2024 soit une hausse de **40%**.

Top 3 des demandes des visiteurs au guichet

- 1 Boutique pour la vignette suisse
- 2 Randonnée pédestre
- 3 Fêtes et manifestations

Top 3 des demandes par téléphone

- 1 Fêtes et manifestations
- 2 Trouver un hébergement
- 3 Saison culturelle Val de Morteau

Top 3 des visiteurs par région

- 1 Bourgogne Franche-Comté (55%)
- 2 Grand-Est (10%)
- 3 Auvergne Rhône-Alpes (7%)

Top 3 des visiteurs étrangers

- 1 Allemands (38%)
- 2 Suisses (29%)
- 3 Belges (14%)

Et les habitants du Pays Horloger ?

Ils représentent **36 %** du total de la clientèle reçue, soit **83%** des visiteurs de Bourgogne Franche-Comté et **92 %** des visiteurs du Doubs.

Satisfaction client **New!**



Un **nouveau questionnaire en ligne** a été mis en place cette année pour recueillir des informations plus fines sur la satisfaction des clientèles de l'office de tourisme, qu'elle soit de passage dans les bureaux ou sur le site internet. Si le nombre de réponse est limité, les **retours sont excellents** concernant la qualité de l'accueil, de l'information, de la documentation. Des **pistes d'amélioration** pourront être

prises en compte sur l'ambiance du lieu et les horaires. Le **choix de la destination** a été motivé principalement par sa **situation** au cœur du PNR du Doubs Horloger.

Focus sur les services et produits en vente

Retour sur les services et produits en vente dans les bureaux :

- 1 454 vignettes suisses édition 2025 vendues ;
- 388 cartes avantages jeunes édition 2024/2025 ;
- 483 billets saison culturelle édition 2024/2025 ;
- 36 redevances ski de fond pour la CCVM pour la saison 2025/2026 ;
- 4 redevances ski de fond pour la CCPM pour la saison 2025/2026 ;
- 111 cartes de pêche ;
- 66 offres+ édition 2024/2026 ;
- 10 topos escalade départementaux ;
- 81 cartes postales ;
- 4 bonnets Pays Horloger ;
- 2 casquettes Pays Horloger.

Animations

Marchés nocturnes

Comme chaque année, l'office de tourisme propose à toutes les **communes situées en Pays Horloger** d'organiser un marché nocturne de l'artisanat et des produits régionaux. Certaines sont candidates chaque année et d'autres souhaitent espacer leur participation, ce qui permet de varier les lieux des marchés sur le territoire chaque été. L'office de tourisme gère l'envoi et 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 regroupent les différents corps de métiers de l'artisanat régional : salaisonniers, fromagers, pâtisseries, vignerons mais également artisans du bois, fabricants de bijoux... Des animations pour enfants et adultes sont aussi organisées sur le marché. En 2025, 7 marchés ont eu lieu : les Fontenelles, Fournet-Blancheroche, Les Gras, Saint Hippolyte, Vaufrey, Morteau et Bonnétable.



Animations durant les vacances



Durant les **vacances scolaires** (hiver, printemps, été et Toussaint), l'office de tourisme a proposé un panel d'activités variées aux visiteurs et habitants, en collaboration avec ses prestataires. Au total, ce sont 1 661 personnes qui ont participé aux animations, dont 1 339 l'été. Animations savoir-faire et patrimoine ainsi que les activités sportives ont été fortement plébiscitées avec un franc succès pour le canoé-kayak, qui a bénéficié de bonnes conditions météo.

Nombre de participants par thème en 2025 :

Animaux : 207	Patrimoine : 532
Sports et nature : 585	Fruitières : 260.

Pots d'accueil

Hiver

Pour, les pots d'accueil en hiver, le pari était « la **réactivité** en cas de neige », mais il a très peu neigé. **Un seul pot** a été organisé au Gardot : il a réuni **25 personnes** dont **17 touristes**.

Été

Chaque **lundi** pendant les **8 semaines** consécutives des vacances scolaires d'été, un pot d'accueil a été organisé sur l'ensemble du territoire.

Une première couronnée de succès au **Saut du Doubs**. La météo n'était pas de la partie le premier lundi de la saison, alors a été fait le pari de le reporter au mercredi : météo clémente, forte affluence à l'arrivée des bateaux. Au total, plus de **150 visiteurs**, avec en prime, la participation de la Distillerie du Saut du Doubs, qui grâce au concours de Matisse Droz, apportait des explications sur son activité locale peu ordinaire ! 2 autres lieux ont été testés : un pot à **Montécheroux** au Musée de la Pince, et un à Maisons-Dessous **aux Ecorces**.



Des **animations** étaient alors proposées à l'occasion des pots d'accueil : démonstration de la forge au musée, visite de l'atelier d'horlogerie ancienne de François Boinay ou encore arrivée d'une randonnée accompagnée par Patrick Bruot aux tourbières de Frambouhans. Ces combinaisons d'animations ont généré des flux importants de fréquentation. Merci aux **prestataires d'activités** pour leur disponibilité.

Un grand merci également aux précieux **bénévoles** (Françoise, Sylvette, Claude et Fred) ainsi qu'aux **Amis du Comté** (Daniel), au **PNR du Doubs Horloger** (Amélie et Emilien) et aux fidèles **partenaires** : Rième Boissons, les salaisons Bouhéret, les fruitières locales, la chocolaterie Klaus et au CIGC sans qui ces pots ne pourraient avoir lieu.

Au total, ce sont **514 visiteurs** qui se sont rendus à ces événements qui jalonnent les vacances d'été.

Promotion de la destination

Supports de promotion

Editions

Outils de promotion incontournables pour la destination, les éditions sont **conçues par l'équipe et imaginées** jusqu'à leur lieu de distribution afin de s'assurer une diffusion pertinente et ciblée. L'objectif est de fournir à la fois des **informations pratiques** pour consommer le territoire mais aussi de **susciter l'envie et la découverte**. Des **thématiques** ciblées ont été identifiées pour répondre au mieux aux attentes des clientèles touristiques et des socioprofessionnels du territoire. Chaque édition est soumise à un **état des lieux régulier** afin de considérer l'utilité et le moment opportun de sa réédition.

En 2025, **68 700 exemplaires** tout confondu ont été imprimés. Ils sont répartis en 7 éditions : set de table, guide de l'été, guide des restaurants de l'été, guide des hébergements à la nuitée, guide des locations de vacances, flyer des Echelles de la Mort et le guide des produits locaux.

A l'exception du flyer des Echelles de la Mort, toutes les éditions sont soumises à l'insertion d'**encarts publicitaires** afin de financer une partie de l'impression. Cette année les publicités ont financé **76%** du montant total des impressions.



Vitrophanie des bureaux **New!**

Les bureaux de Maîche et de Morteau sont désormais identifiés dès la vitrine comme destination touristique du Pays Horloger grâce à des adhésifs sur mesure.



Cartes de situation dans les bureaux **New!**

Pour faciliter le conseil en séjour, notamment en ce qui concerne les départs de randonnées, une carte a été conçue de manière spécifique pour chaque bureau à Morteau, Maîche et Saint-Hippolyte.



Promotion digitale

Site internet

 **135 087** utilisateurs

 **195 106** sessions

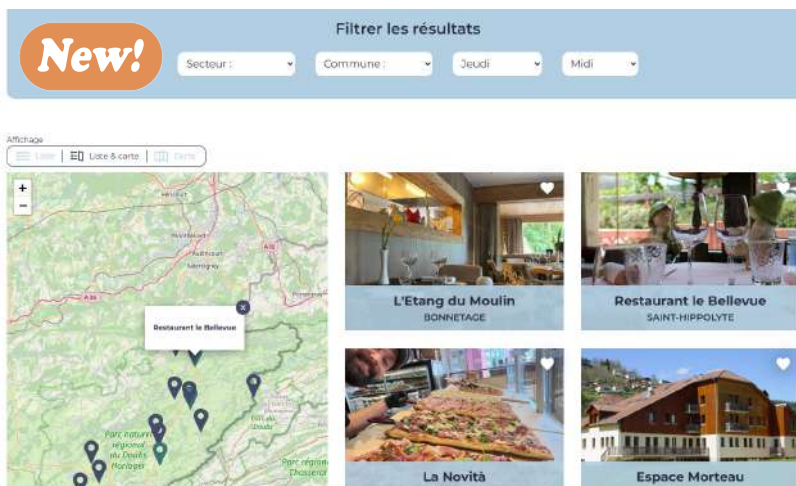
La **fréquentation** du site internet est en **hausse** même si la progression est moindre que par le passé (+5% de sessions cette année alors qu’entre 2024 et 2023, la hausse était de 33%). Les Français (79%) et les Suisses (9%) sont les principaux internautes. C’est le mois d’août qui enregistre la plus forte affluence.



La consultation des **pages prestataires** observe une hausse de **20%** par rapport à l’an passé.

Pour garantir un site internet attractif et confort d'utilisation, de **nouveaux développements** ont été menés sur le site internet :

- Une fonctionnalité, GTranslate, permet d'affiner la **traduction** du site internet.
- Un **moteur de recherche spécial restaurant** permet d'obtenir des informations plus rapides quand on cherche un restaurant ouvert par exemple jeudi midi ; la liste se met à jour instantanément.



- Une nouvelle **intégration graphique** met en avant la **réservation en ligne** des hébergements ou d'autres prestataires d'activités qui ont recours au commerce en ligne.

Disponibilités

PLANNING DES DISPONIBILITÉS

Non renseigné	Disponible
Peu de places	Complet
Fermé	

Mise à jour le 30/12/2025

DÉCEMBRE 2025						
L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

New!

Réserver

f **7 213** abonnés
+12%

i **2 698** abonnés
+37%

Facebook

- **1 399 650** comptes touchés avec **2 835 290** vues des posts.
- **68** publications dont **46** boostées ayant pour objectif d'encourager les visites sur notre site internet via le bouton (en savoir plus) ou d'encourager les interactions ou d'augmenter la notoriété de la page. **75%** des vues des publications sont issues des publicités.
- La publicité qui a remporté le plus de succès est celle du top des **activités de l'automne** qui a touché plus de **157 000 comptes** et obtenu **7 500 interactions**.
- Autres publications qui ont bien fonctionné : + **de 60 000** comptes Facebook ont vu les publications du top randonnées de l'automne et de l'été, les idées séjours motos, l'agenda et les activités avec enfants ; + **de 1 000** clics par post sur la publication des grenouilles et sur l'affiche des animations de l'été et + **de 5 000** interactions par post avec le top des randos de l'été, le portrait de Marie-Pierre Dodane, le portrait de Patrick Bruot et les activités de l'automne.



Instagram

- **70 040** comptes touchés avec **191 567** vues des posts.
- **55** publications dont **10** boostées et **528** stories. **17%** des vues sont issus de la publicité.
- La publicité qui a remporté le plus de succès est le carrousel du top des **randonnées de l'automne** qui a touché **5 225 comptes** et comptabilisé **222 interactions**.

Newsletter client



Les newsletters permettent de garder un contact régulier avec les clientèles qui se sont inscrites. Bons plans, informations de saison, recettes... chaque newsletter met en avant différentes facettes du territoire selon la **saisonnalité** et l'**actualité** au moment de leur envoi. 5 newsletters ont été envoyées en 2025, à 527 destinataires en moyenne. Le taux d'ouverture est de 39% et le taux de clics moyen de 21%. Les inscrits sont en grande partie originaires du secteur : 46% sont du Doubs. Ils sont particulièrement intéressés par les animations, la pratique d'activités comme la randonnée et la gastronomie.

Participation aux manifestations

Fête nordique

Le dimanche 2 février, l'office de tourisme était présent à la fête du nordique, organisée par l'Espace Nordique Jurassien, à Gardot et à la Combe Saint-Pierre. A son stand, l'office de tourisme proposait un quizz sur la station où elle se trouvait et chaque participant pouvait gagner des lots offerts gracieusement par ses partenaires (Rièrme, Comté, Klaus, ENJ, les stations). De la documentation touristique était également à disposition des visiteurs et le bonnet made in France logoté Pays Horloger était proposé à la vente. Sur les deux sites cumulés, plus de 200 personnes sont passées au stand de l'office de tourisme tenu par une salariée et des bénévoles.



Portraits des gens d'ici : le Pays Horloger, c'est qui ?

Déjà bien avancé sur l'année 2024, le projet des gens d'ici s'est concrétisé en 2025 avec une **inauguration**, un **reportage télévisé**, des **articles** dans la presse locale, un **livre photos** et la diffusion des interviews sur les **réseaux sociaux**. Une belle mise en lumière pour ce projet qui veut identifier la destination non seulement par ses paysages, son architecture, sa gastronomie mais aussi et surtout par celles et ceux qui la font vivre avec passion et engagement.

L'inauguration des cadres photos au bureau de Maîche a réuni de nombreux acteurs sensibles à cette démarche innovante au sein des offices de tourisme. A cette occasion, un livre photo a été présenté et proposé à l'achat. S'en est suivi un reportage diffusé sur France 3, qualitatif et d'une durée très appréciable pour la télévision. De nombreux articles dans la presse locale ont également promu ces portraits de gens d'ici. La diffusion des interviews sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) a été programmée tout au long de l'année.



Les trois bureaux sont aujourd'hui équipés de **cadres photos** mettant en valeur les 5 personnalités choisies pour représenter leur vision du Pays Horloger.



New!



Côté presse

Reportages télévisés

Suite au projet des "Portraits de gens d'ici", un reportage a été diffusé dans le magazine "Rendez-vous chez vous" sur France 3 en avril. Puis, ce même magazine télévisé a mis en lumière le circuit du patrimoine de Saint-Hippolyte, auquel était associé l'office de tourisme, en novembre.

De portée nationale cette fois, le Pays Horloger a bénéficié d'une très belle audience médiatique lors du journal de 13h de France 2. Quelques jours avant Noël, la magie était au rendez-vous chez Sauge artisans du Bois. La visibilité de ce reportage a bénéficié à toute la destination et il est, en réalité, le premier d'une très belle série qui s'est poursuivie sur 2026.

Presse papier

Un accueil presse a été organisé les 10 et 11 février, après pour thématique « la route de l'horlogerie », en présence d'un journaliste et d'une photographe. Cette action a été menée en partenariat avec le service presse de Bourgogne Franche-Comté Tourisme, pour le compte des Montagnes du Jura, avec un appui à l'organisation et un accompagnement des journalistes lors de leurs visites chez Herbelin et Péquignet. Les reportages réalisés ont donné lieu à une parution dans le magazine Geste/s n° 13, publié en mars 2025. Ce magazine national dédié aux métiers d'art et aux savoir-faire est diffusé à 20 000 exemplaires et s'adresse à un lectorat sensible à l'excellence artisanale et à la création.

Geste/s Vagabondage / Route de l'horlogerie française 10/11



En haut à gauche : un atelier horloger, un atelier de montage des mouvements. En haut à droite : un atelier horloger, un atelier de montage des mouvements. En bas à gauche : un atelier horloger, un atelier de montage des mouvements. En bas à droite : un atelier horloger, un atelier de montage des mouvements.

Geste/s Vagabondage / Route de l'horlogerie française 10/11



En haut à gauche : un atelier horloger, un atelier de montage des mouvements. En haut à droite : un atelier horloger, un atelier de montage des mouvements. En bas à gauche : un atelier horloger, un atelier de montage des mouvements. En bas à droite : un atelier horloger, un atelier de montage des mouvements.

L'office de tourisme a également répondu à d'autres sollicitations pour des magazines/guides comme la réédition de certains magazines comme l'Essentiel, le Routard, le Lonely Planet...

Partenariat Montagnes du Jura

Valorisation de la destination sur les supports de Montagnes du Jura

Site internet www.montagnes-du-jura.fr

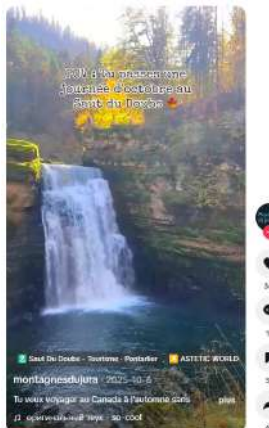
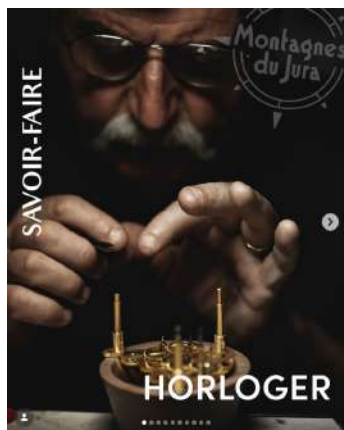
- 1 824 499 sessions (+0,82% par rapport à 2024) ;
- 64 006 clics sur les coordonnées d'un partenaire (+6% par rapport à 2024).

Newsletters

- 11 e-letters envoyées à 25 000 destinataires ;
- Taux d'ouverture les 9 newsletters grand public 61,8% et 77,6% pour les 2 newsletters spéciales trail.

Réseaux sociaux

- **Facebook** @montagnesdujura
 - 138 063 abonnés ;
 - 16 millions de comptes touchés.
- **Instagram** @montagnes_du_jura
 - 48 256 abonnés ;
 - 1,4 million de comptes touchés.
- **Tik-Tok** @montagnesdujura
 - 2 041 abonnés ;
 - + de 13 millions de vues cumulées.



Instant Montagnon

Organisé conjointement avec le collectif Montagnes du Jura, le troisième Instant Montagnon de la marque a eu lieu courant septembre en **Pays Horloger**. Cette



rencontre des différents acteurs de la marque a pour objectif de **tisser du lien** et de porter à la **connaissance de tous les projets et actions des Montagnes du Jura**. Une belle journée de rencontres et d'échanges qui a permis : la découverte de la Halte

sous les étoiles, un hébergement à Urtière destiné aux itinérants et les nouvelles infrastructures 4 saisons de la Combe Saint-Pierre. Aussi, l'office de tourisme a eu l'occasion de présenter la campagne des portraits de gens d'ici, puis s'en est suivi la mise en place d'ateliers sur les pratiques digitales à la ferme-auberge des Louisots, où un bon déjeuner a été partagé.

Partenariat média avec le Parisien

L'article « 48h d'émerveillement en Pays Horloger, le petit Canada des Montagnes du Jura » du journal le Parisien publié à l'automne 2024, a été remédiatisé en septembre 2025 : au total, plus de 2 000 visites ont été enregistrées sur l'article avec un temps de lecture moyen de 5min01.

Production de contenus

Un nouveau concept créatif a été proposé par la marque afin de valoriser un territoire à travers l'expérience hébergement car le choix d'une destination passe aussi par le coup de coeur pour un hébergement. A ce titre, c'est la Ferme Morin à Fournet-Blancheroche qui a été sélectionnée pour représenter le Pays Horloger. Une reporter s'est donc rendue à la ferme-auberge afin de capturer des images immersives et inspirantes qui mettent en scène l'expérience vécue. Elles serviront à alimenter les prises de paroles de la marque.

Merci

*pour votre soutien
et votre engagement*



www.pays-horloger.com
tourisme@payshorloger.com

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

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