

# CHARTREUSE TOURISME

*Rapport d'activités 2024*



© Tas2Cailloux - Grenoble Alpes

DESTINATION  
**CHARTREUSE**



[www.destinationchartreuse.fr](http://www.destinationchartreuse.fr)





# LE SOMMAIRE

Chiffres-clés et temps forts 2023 - *page 3*

Stratégie marketing : rappel des cibles, positionnement & plateforme de marque - *page 4*

Stratégie marketing : la charte graphique - *page 5*

## *Promouvoir la destination*

La stratégie GRC (Gestion de la Relation Client) - *pages 6 et 7*

Le site web - *page 8*

Les campagnes Google Ads - *page 9*

La stratégie Médias sociaux - *page 10*

Les relations presse - *page 11*

Les éditions - *page 12*

Le trail du Grand Duc - *page 13*

## *Commercialiser la destination*

La place de marché - *pages 14 et 15*

La boutique de souvenirs - *page 16*

Les boîtes à expériences - *page 17*

## *Animer la relation avec les acteurs de la destination*

Pépites en Chartreuse - Patrimoine & savoir-faire - *page 18*

Accompagnement des socio-pros - *page 19*

Les éductours - *page 20*

Relation avec les partenaires institutionnels - *page 21*

Gestion de l'association - *page 22*

Retombées économiques générées par Chartreuse Tourisme - *page 23*

# Chiffres-clés et temps forts 2024

## LE RÉSUMÉ



**8 271** avis  
Note moy. : 4,7 / 5  
(Google My Business)



**20 900**  
followers sur  
Instagram



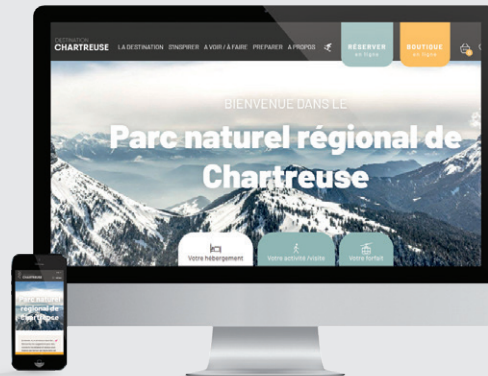
**34 900**  
fans sur  
Facebook



**14 000**  
connexions aux  
bornes gratuites  
WIFI CHARTREUSE  
(4 800 utilisateurs)



**48 000**  
**documentations**  
éditées et diffusées



**1,2 million**  
de visiteurs sur le site web



**162 000**  
mails envoyés aux  
clients et prospects  
(newsletters et mails  
automatisés)



**1,6 million €**  
d'équivalence publicitaire  
et **265 millions**  
d'audience potentielle (en pers.),  
générés (articles presse,  
reportages TV, ...)

**2,3 millions**  
de pages vues



**712 000 €** de  
retombées économiques  
directes et indirectes générées  
par les actions de Chartreuse  
Tourisme sur le territoire



**88 600 €**  
de chiffre d'affaires pour la  
boutique Destination Chartreuse

# Stratégie marketing

## RAPPEL DES CIBLES, POSITIONNEMENT & PLATEFORME DE MARQUE

### LES CIBLES

#### LES QUECHUA +

Pratiquants novices ou réguliers d'activités sportives ou de nature. De plus en plus attentifs à l'environnement.

#### LES FNAC

Amateurs de loisirs culturels (élitisme intellectuel), de voyages, en quête de sens : festivals, expositions, événementiels, ambiances festives dans la retenue.

#### LES APPLE

Motivation : concilier vie urbaine et amour des grands espaces, expériences insolites (instagrammables), sécurisées et très qualitatives.

#### LES ODLO - GARMIN

Grands pratiquants de sports de nature engagés (Trail, VTT, parapente, randonnée itinérante, ski de randonnée...) Motivation : immersion nature, « effort plaisir », dépassement de soi, sensations.

#### LES NATURE & DÉCOUVERTES

Recherche de destinations "nature", calmes dans un environnement préservé. Deux profils :

- les familles attachées à la nature et fortement sensibles au respect de l'environnement
- les clientèles spécialistes et passionnées, amatrices de tourisme naturaliste sur des offres très spécifiques.

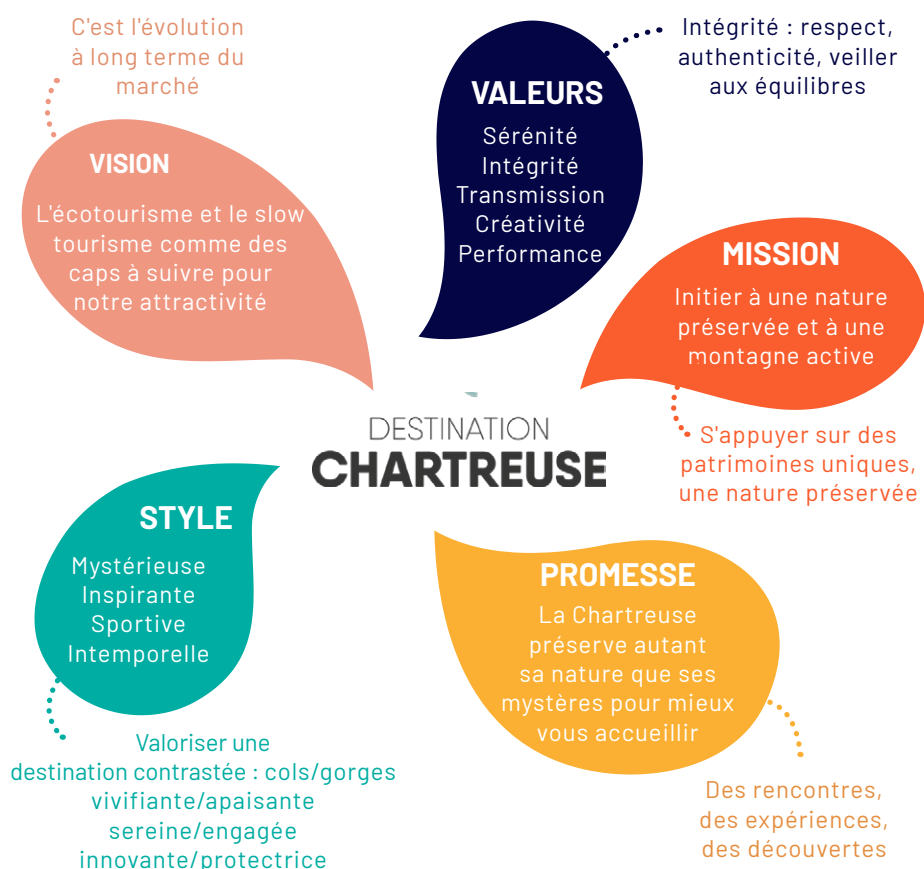
### LE POSITIONNEMENT

Depuis près de 1000 ans, la **Chartreuse** cultive ses mystères...

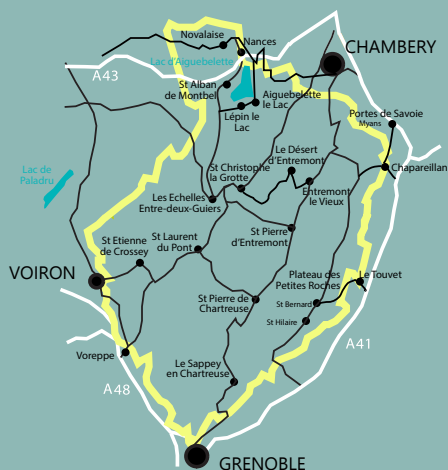
Une **destination** qui apporte sérénité et plaisir, sensations et rencontres dans un environnement naturel exceptionnel.  
La Chartreuse, un esprit sain dans un corps sain.

### LA PLATEFORME DE MARQUE

Garantit la cohérence pour le développement et la promotion touristique de la destination.

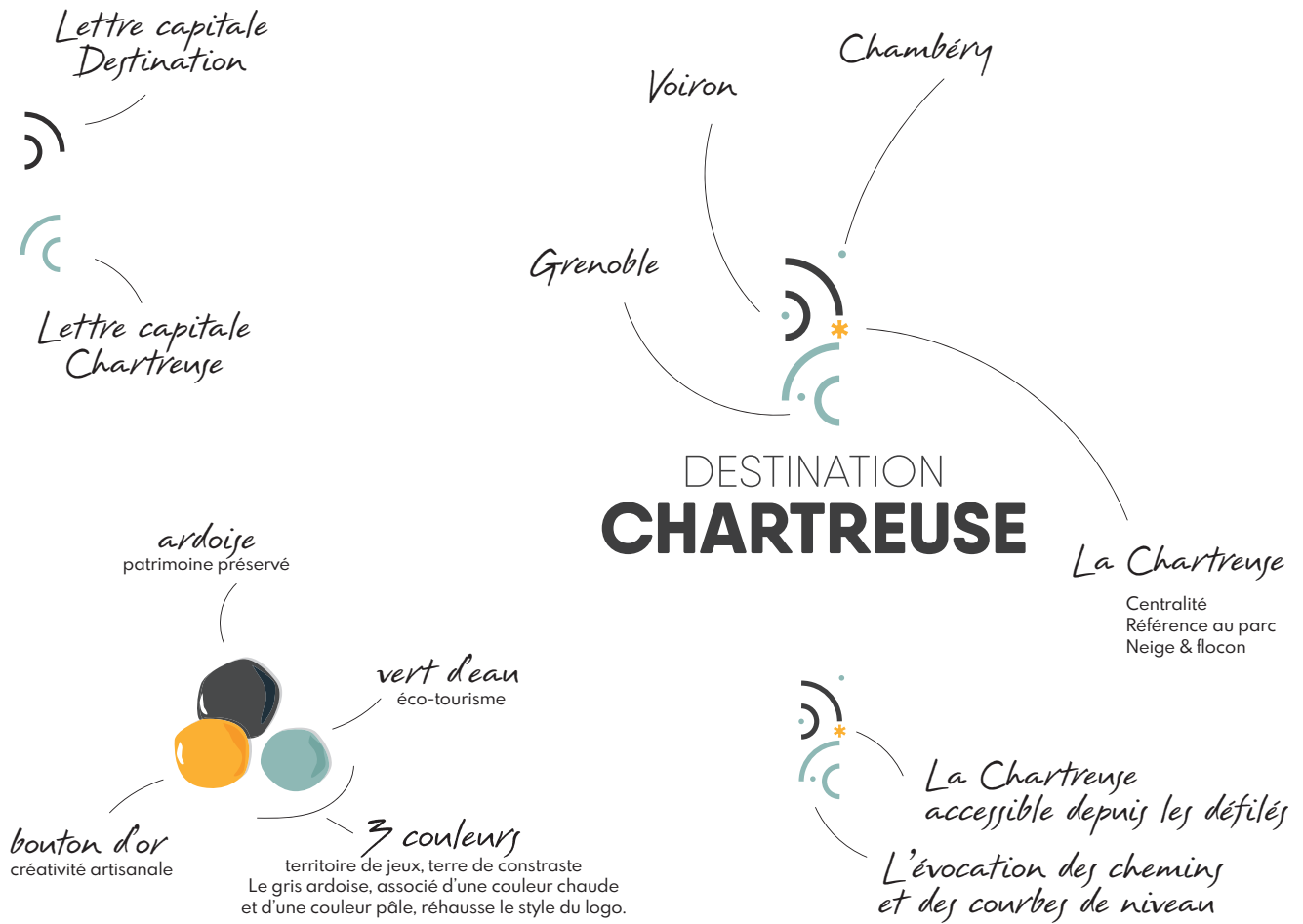


### LA CARTE DE LA DESTINATION





# Stratégie marketing LA CHARTE GRAPHIQUE



Montrez votre appartenance à la Destination Chartreuse :

**TÉLÉCHARGER LE "GUIDE DE MARQUE TOURISTIQUE"**



# Promouvoir la destination

## LA STRATÉGIE GRC

(GESTION RELATION CLIENTS)

Bien connaître ses clients, leur adresser le bon message au bon moment et les fidéliser est devenu incontournable pour les destinations touristiques. Pour optimiser les coûts et être le plus efficace possible, il est indispensable de mettre en place une stratégie GRC.

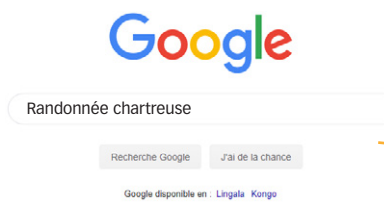
La stratégie GRC de Chartreuse Tourisme se décline en 4 étapes :

- 1 **Capter l'attention de l'internaute** là où il est (sur les moteurs de recherche, connecté à une borne wifi du territoire, sur un salon / un évènement, ...)
- 2 **Collecter les données clients** en lui donnant envie de nous transmettre ses coordonnées et ses centres d'intérêts (téléchargements de livres blancs et conseils, jeux-concours, ...)
- 3 **Construire des scénarii** de mails personnalisés et automatisés afin de lui donner envie d'en savoir plus sur l'offre touristique
- 4 **Animer la relation avec le client** en lui envoyant les bons messages au bon moment, en le conseillant sur les activités, prestations et incontournables de la destination Chartreuse.

### Mails automatisés

#### Exemple de scénario

"Livres blancs Chartreuse" présentant 10 expériences magiques à vivre en Chartreuse

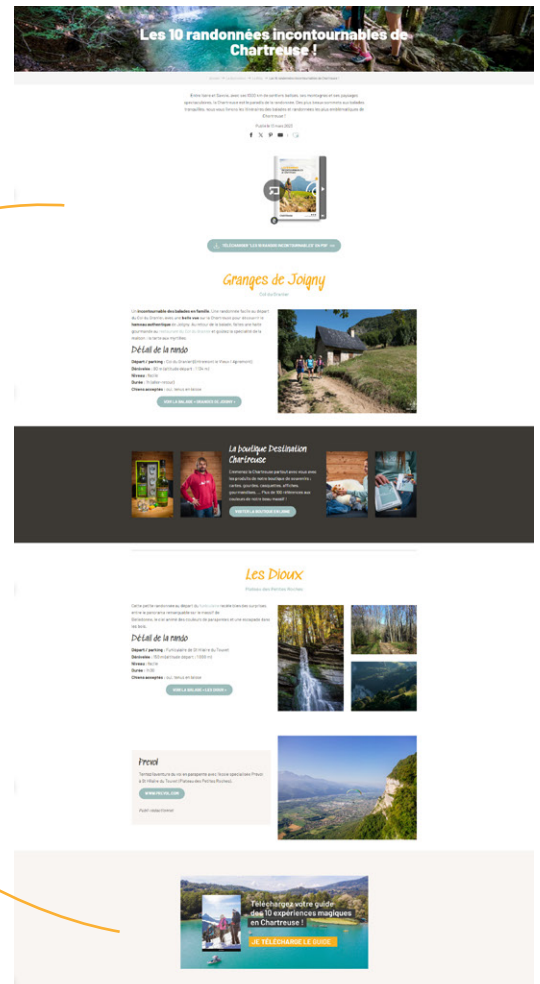


1 L'internaute fait une recherche sur Google

2 Google le redirige vers la page souhaitée sur destinationchartreuse.fr

3 On propose à l'internaute de recevoir par mail notre guide des expériences magiques en Chartreuse (on collecte son mail)

4 L'internaute reçoit immédiatement par mail son guide, puis des conseils (hébergements, incontournables, ...) dans les jours qui suivent







**5 000**  
mails automatisés  
envoyés  
(- 62%\*)

\*Suppression du scénario "paniers abandonnés"



**3** scénarii programmés  
(Livre blanc Chartreuse  
+ 5 scénarii hébergeurs)

A



**61 %** de taux d'ouverture  
**39 %** de taux de clics

B

### Rappel des indicateurs de succès

- Nombre de scénarii de mails automatisés mis en place A
- Taux d'ouverture et de clics des mails automatisés B
- Nombre de newsletters envoyées C
- Taux d'ouverture et de clics des newsletters D
- Augmentation du nombre de contacts clients E

Ressources humaines : 38 h  
Budget (dont RH) : 2 200 € (dont 1 100 € RH)

## Newsletters mensuelles

### Exemples de newsletters envoyées :

Octobre 24 - " L'automne est dans le pré : à la rencontre des agriculteurs"

Juin 24 - " En Chartreuse, on JUIN l'utile à l'agréable"

Mai 24 - "Notre MAI-thode pour s'activer en Chartreuse !"

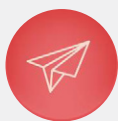
Juillet 24 - "JUILLET où tu iras mais au frais !"

Mars 24 - "Mars et ça repart" avec nos bières et fromages"

Août 23 - "Rendez-vous "SAOUT" les étoiles "

Articles en lien  
avec la thématique  
mensuelle

- Définition des thèmes mensuels avec les Offices de Tourisme.
- Transmission des offres / nouveautés en lien avec la thématique, pour alimenter la newsletter et les contenus éditoriaux du site, par les offices de tourisme.



**157 000**  
mails délivrés



**11** newsletters  
envoyées



**38 %** de taux d'ouverture  
(29% en 2023)  
**4,3%** de taux de clics  
sur mails envoyés  
(4,7% en 2023)

D

La photo du mois  
+ message de  
sensibilisation



# Promouvoir la destination

## LE SITE INTERNET

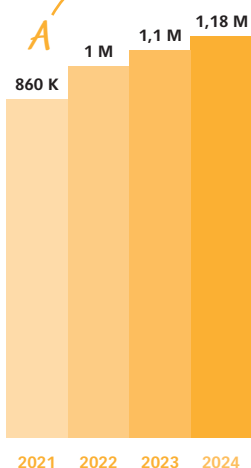
En 2022, destinationchartreuse.fr a atteint la **barre symbolique du million de visiteurs**, cette belle dynamique se poursuit en 2023 et 2024. Plusieurs explications : créations de contenus et pages thématiques répondant à une forte demande, optimisation du référencement naturel...

### Rappel des indicateurs de succès

- Statistiques de fréquentation (hausse VS 2022) **A**
- Nombre d'articles rédigés **B**
- Intégration des avis Fairguest **C**

- B** 32 articles rédigés
- C** Intégration avis Fairguest sur 162 établissements

Ressources humaines : **179 h**  
Budget : **14 500 €** (dont 5 200 € RH)



**1 180 000**  
visites (+4 %)

**700 000**  
visiteurs actifs\*  
(-2 %)

**2 300 000**  
pages vues (+0 %)

### Top 10 pages (hors page d'accueil)

1. Webcams (506 000 vues\* - hiver et été)
2. Rando (82 000 vues\*\*)
3. Cirque de St Même (52 000 vues)
4. Monastère de la Grande Chartreuse (32 000 vues)
5. Agenda (32 000 vues)
6. Recette fondue (22 000 vues)
7. Cascade de l'Alloix (21 000 vues)
8. Traversée de Chartreuse (20 000 vues)
9. hébergements (19 000 vues)
10. Raquettes (14 000 vues).

\*Col de Porte (195 000) + St Pierre de Chartreuse (98 000) + Toutes les webcams (95 000) + Désert d'Entremont (64 000) + Petites Roches (41 000)

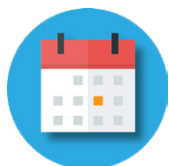
\*\* 10 randos incontournables (41 000) + Itinéraires randos (41 000)

### TOP 10 villes françaises

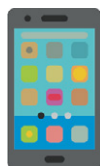
1. Paris
2. Lyon
3. Grenoble
4. Chambéry
5. Voiron
6. Marseille
7. Bordeaux
8. Strasbourg
9. Annecy
10. Toulouse

**FRANCE**  
**90 %**

A noter : 5 villes hors Auvergne Rhône-Alpes dans le top 10



**SAM. 13 JANVIER**  
Pic de fréquentation  
avec 8 100 visites  
et 20 000 pages vues



**71 %**  
de visites via  
un smartphone

### TOP 5 pays étrangers

(Utilisateurs actifs)



Belgique



Suisse



Etats-Unis



Allemagne



Hongrie



\* personnes différentes qui ont visité au moins 1 fois le site en 2020. 1 personne qui a visité le site 4 fois dans l'année compte pour 1 visiteur unique et 4 visites.



# Promouvoir la destination

## CAMPAGNES GOOGLE ADS

Des campagnes sur Google pour **booster la réservation d'hébergements** de la Destination tout au long de l'année et **renforcer le positionnement du site** dans les résultats de recherche.

### Objectifs :

- Remonter dans les premiers résultats de Google
- Inciter les internautes à passer par le site de la destination plutôt que par les OTA\* (commissions réduites pour les hébergeurs et augmentation des recettes pour Chartreuse Tourisme)
- => augmentation des retombées locales
- Positionner le site de la destination comme un site de référence pour la réservation d'hébergements en Chartreuse.

\* OTA : Online Travel Agencies (Airbnb, Booking, expedia...)

Ressources humaines : 30 h  
Budget : 6 500 € (dont 900 € RH)  
Recettes : 1 400 €

### Rappel des indicateurs de succès

- Réalisation des campagnes *A*
- Augmentation du trafic sur le site web *B*
- Résultat des campagnes (conversions + ROI) *C*

### Campagnes réalisées :

- 2 campagnes ("Camping"/"Gîtes") : 4 200 €, 11 400 clics

### Résultats :

- 35 000 € minimum\* (+40%) de chiffre d'affaires généré pour les hébergements de Chartreuse (conversions)

**Pour 1 € dépensé => 8,3 € minimum\* généré (ROI)**

\* Les réservations effectuées en direct chez l'hébergeur plusieurs jours après le clic sur la campagne ne peuvent pas être comptabilisées.

Liens sponsorisés (référencement payant)

Liens gratuits (référencement naturel)

The screenshot shows a Google search for "gites chartreuse". The results are categorized into "Sponsorisé" (Sponsored) and "Sites de lieux" (Places). The sponsored results include:

- Chartreuse Tourisme**: Gite Sappey en Chartreuse - Gite St Pierre de Chartreuse. Appartements meublés, gîtes d'étape, chalets éco-touristiques, maisons de caractère. Votre gîte dans le Parc naturel de Chartreuse pour vos vacances à la montagne en 2023.
- Booking.com**: Gites en Chartreuse. Meilleur Tarif Garantit — Réservez un Gîte en Chartreuse. Sans frais de réservation. Tarifs Bas. Offres Spéciales.
- maisondevacances.fr**: Locations de Gîtes. Large Choix & Meilleurs Prix — Réservez votre Location Gîte. Comparez... Animaux acceptés - Location avec Piscine - Locations dernière minute - Meilleur prix garanti
- Top Locations De Vacances**: Gite Massif De Chartreuse - Saint-Pierre-de-Chartreuse. Comparez les Locations Gîtes à Saint-Pierre-de-Chartreuse. Meilleures offres jusqu'à -55%. Trouvez la perle rare. Nous comparons + de 15 millions de...

The "Sites de lieux" section shows a grid of images for various gites, including "Location parc naturel de la Chartreuse", "Location de vacances Parc naturel régional d...", "111 Locations de vacances dans le Parc naturel...", and "Top 18 Gites Et Cottages dans Parc naturel...".

The "Adresses" section shows a map of the Chartreuse region with several gites marked. Below the map, there are details for specific gites:

- GITE LE PETIT CHARTREUX**: 4.2 stars (33) - Gîte. Saint-Pierre-de-Chartreuse · 06 64 90 53 31. Site Web Itinéraire
- Gite La Cartanière**: 4.9 stars (23) - Gîte. Saint-Pierre-de-Chartreuse · 04 76 88 64 26. Site Web Itinéraire
- Gites écologiques & SPA L'Évasion au naturel en Chartreuse**: 4.7 stars (116) - Gîte. Plateau-des-Petites-Roches · 06 29 11 80 63. Site Web Itinéraire

Other results include "Gites de France Alpes" and "Gites de France Savoie".

# Promouvoir la destination

## LA STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX

Depuis plusieurs années, Chartreuse Tourisme a choisi de se concentrer sur Facebook puis sur Instagram. En 2023, c'est LinkedIn qui a été investi. Des **stratégies éditoriales** ont été rédigées avec pour objectif de **privilégier la qualité** à la quantité et ainsi **travailler l'engagement** des fans et followers.

GRAND PUBLIC



34 800 fans  
(+2 %)

5,1 millions de vues des publications\*  
et 110 000 interactions

En moyenne pour chaque publication :  
114 000 vues et 2 400 interactions



20 000 followers  
(+18 %)

1,1 millions de vues des publications\*\*  
et 68 000 interactions

En moyenne pour chaque publication :  
9 000 vues et 900 interactions



57 ab

26 000 vues des épingles  
et 1 500 interactions

A noter : nous privilégions Pinterest en tant  
que moteur de recherche plus que réseau  
social.

A/B

PRO



760 ab  
(+33 %)

7 000 vues des publications  
et 200 interactions

\* Dont 2,8 millions d'impressions sponsorisées.  
\*\* Dont une vidéo à 700 000 vues.

### Campagnes publicitaires

80 000 personnes ciblées touchées  
250 000 vues des publicités

- Sponsorisation des publications (700 €)
- Sponsorisation articles site web (600 €)
- Ventes boutique - Noël : 134 achats réalisés (700 €)

Peu de campagnes ont été réalisées en 2024 car le budget  
priorisé sur les campagnes Google Ads.

Ressources humaines : 42 h  
Budget : 3 200 € (dont 1 200 € RH)

### Rappel des indicateurs de succès

- Nombre de fans et d'abonnés et taux d'engagement des communautés **A**
- Visibilité de la destination et des prestataires **B**
- Réalisation des objectifs des campagnes publicitaires (portées/impressions ou trafic généré sur le site internet) **C**



Exemple de publication performante :  
Vidéo réalisée par Agence Grenoble Alpes,  
collaboration sur la diffusion.

- > 800 000 personnes ont vu la publication
- > 23 400 personnes ont "liké"
- > 960 personnes ont commenté
- > 3 400 personnes ont enregistré



# Promouvoir la destination

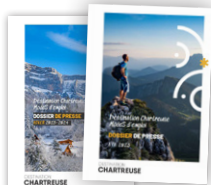
## LES RELATIONS PRESSE

Avec le site internet, les relations presse sont la **deuxième action prioritaire** dans la stratégie de Chartreuse Tourisme. Elles représentent une opportunité de **développer la notoriété** et l'image de la destination en **optimisant les coûts** tout en donnant de **beaux résultats** et une visibilité de la destination, ses sites et activités.



**1,6 millions €**  
d'équivalence publicitaire  
et **265 millions**  
d'audience potentielle (en pers.),  
générés (articles presse,  
reportages TV, ...)

**2 dossiers de presse**  
(un été et un hiver)  
et **7 communiqués de presse**  
envoyés auprès de + de  
1 500 journalistes ciblés **B**



Participation à  
**1 conférence de presse**  
à Lyon, avec la presse nationale  
(organisé par Isère Attractivité)

**Suivi quotidien**  
des demandes des journalistes,  
transmission informations  
et visuels, organisation  
de reportages

Ressources humaines : **537 h**  
Budget : **24 200 €** (dont 12 300 € RH)

### Retombées presse : exemples

**4 reportages TV et 3 radios**

dont JT 20h TF1 (avril et août) et 13h TF1 (décembre), JT de France 3 National (janvier) et Régional (mars), France Bleu Isère (juin) et Savoie (janvier x 2)...



**16 articles dans la presse nationale (11), régionale (7) et étrangère (2)**

dont Le Parisien WE, L'Express, Maxi, Planet Van, L'Equipe Mag, Outlines, Le Monde, Plus, De Telegraaf (Bel), Mag Elle Rhône-Alpes, Ouest France, Exit Mag, ...



Ci-contre :  
Mag Maxi  
2 pages -  
février

### Rappel des indicateurs de succès

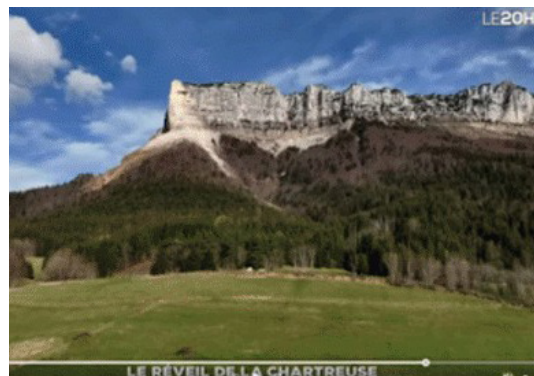
- Parution d'articles / diffusion de reportages sur la Chartreuse, mentionnant le massif, ses offres touristiques dans les médias nationaux et régionaux, tous supports confondus : TV, radio, web, presse... **A**
- Nombre de journalistes contactés **B**



**A**

Ci-dessus :  
20h TF1 - août

Ci-contre :  
20h TF1 - avril

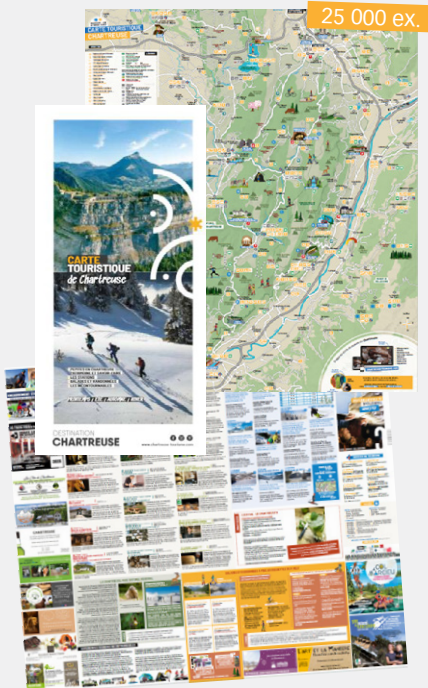


# Promouvoir la destination

## LES ÉDITIONS

Chartreuse Tourisme édite des brochures et documentations à l'échelle de la destination Chartreuse : carte touristique et éditions affinitaires (randos, familles, raquettes, ...) dont l'objectif est de faire des suggestions au lecteur et de le renvoyer sur le site internet.

### La carte touristique



25 000 ex.

Les éditions papier

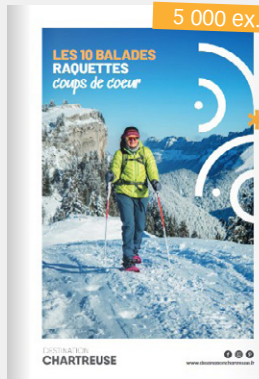
### Les 10 randos incontournables

15 000 ex.



### 10 balades raquettes coups de cœur

5 000 ex.



### Pépites en Chartreuse Patrimoine & Savoir-Faire

7 000 ex.



### 10 expériences magiques en famille



Edition affinitaire digitale\*

\* Versions consultables uniquement sur le site internet. Pas d'édition papier pour ces documents.

A noter : afin d'optimiser les coûts, le graphisme et les contenus sont réalisés en interne. Seule l'impression est externalisée.

A / C / D

### Les topos randos



**122 topos** (+13 %)  
79 randos / 34 raquettes /  
9 VTTAE-cyclo proposés



**18 000** (-10 %)  
téléchargements en ligne  
(21 000 PDF / 14 500 GPX)

B

### Rappel des indicateurs de succès

- Réalisation d'éditions auto-financées **A**
- Nombre de topos réalisés et de téléchargements **B**
- Réalisation de la carte touristique **C**
- Nombre d'éditions réalisées et d'exemplaires diffusés **D**

### Top 3 des topos téléchargés :

- 1 Cascade de l'Alloix et les chemins d'autrefois
- 2 Cirque de St-Même, Sentier des cascades
- 3 Sentier du Cozon

Ressources humaines : 141 h **A**  
Budget : 10 900 € (dont 4 700 € RH)  
Recettes générées : 10 100 €



# Promouvoir la destination

## TRAIL DU GRAND DUC

Depuis plusieurs décennies, Chartreuse Tourisme organise le trail du Grand Duc. L'objectif ? **Faire découvrir la destination** et sa pratique "outdoor" via une **course de trail festive et éco-responsable**. Chaque année, le parcours et le village départ change. En 2024, les **Entremonts** accueillent l'évènement.

### Chiffres clés

**1 400** inscrits  
**1 500** spectateurs  
**200** bénévoles

**A**

**225 000 €** de retombées économiques estimées sur le week-end :  
Heb, restauration, activités des coureurs/spectateurs (183 000 €)  
+ achats locaux pour l'organisation (42 000 €)

**B**

**96,8%** déclarent être satisfait et très satisfaits de la qualité générale de l'évènement

**C**

Ressources humaines : 50 h (+ presta. ext.)  
Budget : **perte 1 500 €** **D**

### Rappel des indicateurs de succès

- Réalisation de la course et nombre de coureurs inscrits (dont une partie hors proximité) **A**
- Retombées économiques de la course **B**
- Satisfaction des coureurs **C**
- Auto-financement de la course **D**





# Commercialiser la destination

## LA PLACE DE MARCHÉ

Depuis 2003, Chartreuse Tourisme accompagne les prestataires touristiques de Chartreuse pour la **digitalisation de leur offre**.  
 Objectif affiché : les équiper d'outils leur permettant de **développer leurs ventes directes** et de répondre aux attentes et besoins des clients.



### 94 comptes à jour et actifs

- 34 prestataires de loisirs /
- 44 propriétaires de meublés /
- 13 propriétaires de chambres d'hôtes /
- 2 offices de tourisme /
- 1 loueur de matériel

### + 54 comptes en passerelle

- 8 campings CTOUTVERT /
- 46 Gîtes de France

### Rappel des indicateurs de succès

- Chiffre d'affaires générés par la place de marché
- Nombre de comptes à jour et actifs

Ressources humaines : 286 h  
 Budget : 13 900 € (dont 8 300 € RH)  
 Recettes générées : 17 500 €

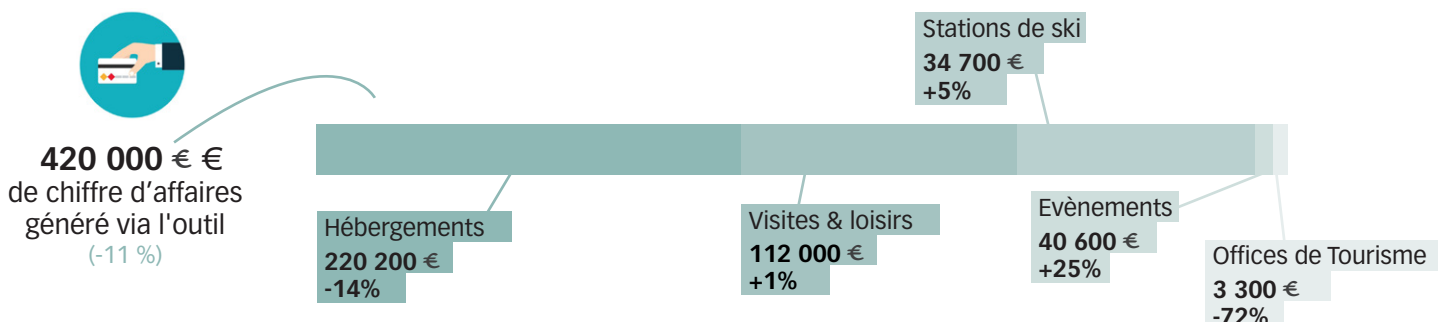
**20 nouveaux comptes** ouverts en 2024 :  
 14 comptes hébergements  
 6 comptes activités et prestations de loisirs

**130h** de formation et support technique :  
 • 72h pour les hébergeurs  
 • 58h pour les activités et loisirs

**751 réservations d'hébergements**  
 (en moyenne 62 / mois)

**5 362 ventes**  
 (en moyenne 447 / mois)

panier moyen :  
**78 €**

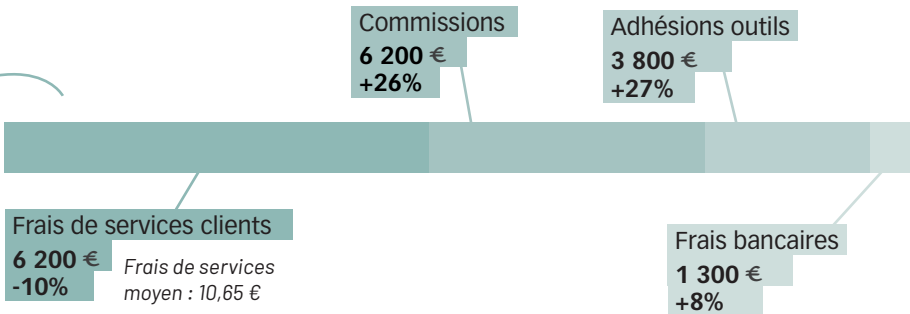


## Recettes générées pour Chartreuse Tourisme



**17 500 € €**  
de recettes pour  
Chartreuse Tourisme  
(+27 %)

100 % réinvestis dans  
les actions de promotion  
de la Destination Chartreuse !

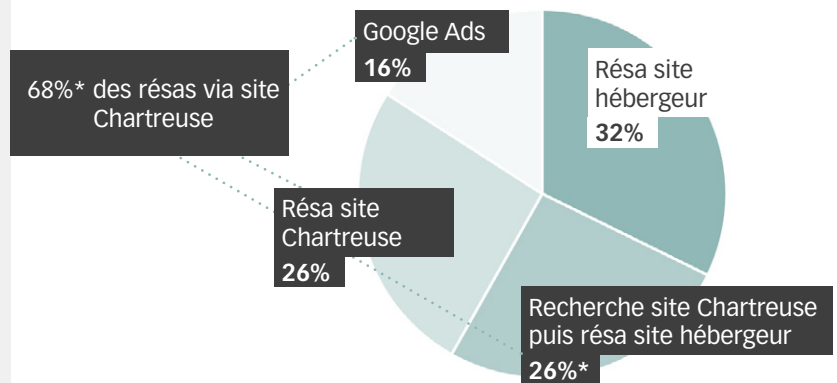


## FOCUS Hébergements

**172 hébergements** réservables  
en ligne sur [destinationchartreuse.fr](https://destinationchartreuse.fr)  
soit **42%** des hébergements du site  
(36% en 2023)



Chiffre d'affaires hébergements : 220 200 €



\* Ce pourcentage est un minimum estimé, nos outils ne permettent pas d'estimer plus précisément. Nous affichons donc une fourchette basse.

## Le CLUB UTILISATEURS de la Place de Marché Chartreuse

### Nouveau en 2024 !

- 3 ateliers pratiques réservés aux **hébergeurs**
- 1 atelier pratique réservé aux **prestataires d'activités & de loisirs**.
- Tests d'activités pour les hébergeurs
  
- Une quarantaine de participants aux ateliers
- Une trentaine de participants aux tests d'activités

### Test d'activités

- Visite Coopérative laitière Ici en Chartreuse
- Balade Botanique avec Fleurs de vie
- Tournage sur bois avec Peter Pan Bois
- Rando-Piano avec Oreille du Lynx (annulé - météo)

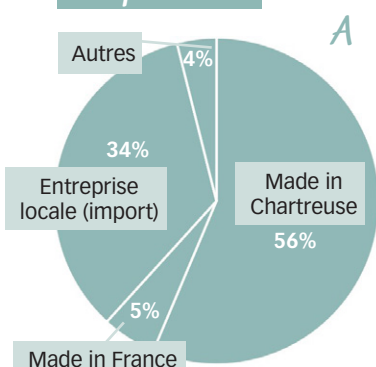


# Commercialiser la destination

## LA BOUTIQUE DE SOUVENIRS

Une boutique «Chartreuse» comme outil de communication et de valorisation des savoir-faire locaux. Ce projet coopératif implique une grande diversité d'acteurs sur tout le territoire et les villes portes (offices de tourisme, commerçants, hébergeurs, restaurateurs, artisans, producteurs, ...).

### Les produits



soit **56 200 € de retombées éco.** sur le territoire (artisans, producteurs, entreprises locales...)

### En 2024

**22 nouvelles références** proposées (sur 204 réf.) :  
Affiches, cartes décoratives, mugs, boules à neige, Pastis de Chartreuse, bracelets, ...

**Cadeaux bienvenus** pour les hébergeurs :  
18 références à prix négociés.

**Evènements :**  
Grand Duc au Sappey, Coupe Icare.

A

### Rappel des indicateurs de succès

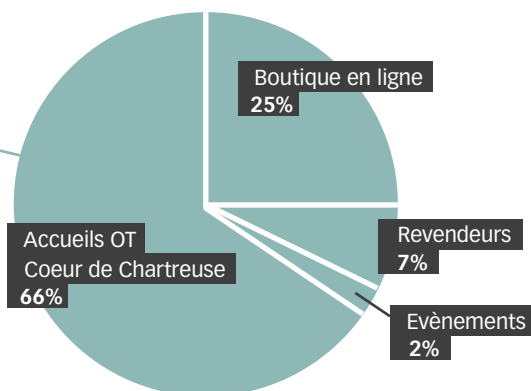
- Nombre de gammes et de produits développés et proportion d'articles développés avec des entreprises et artisans du territoire A
- Nombre et montant des ventes réalisées B

### Les résultats

B

**88 600 € (+61%)** de chiffre d'affaires

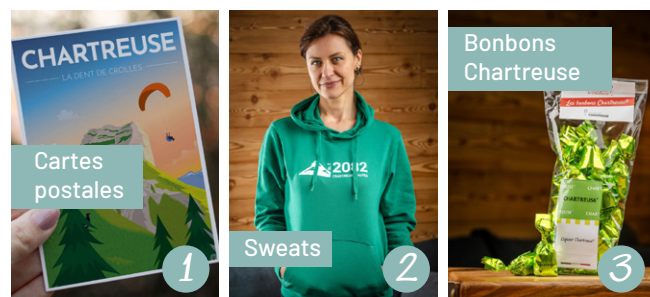
**6 225 (+29%)** produits vendus



La boutique Destination Chartreuse est un **outil promotionnel** :

>> Depuis 2022, ce sont **1 470 personnes** qui ont acheté un sweat, un bonnet, un t-shirt, une casquette et qui font, en les portant, la promotion de la Chartreuse.

### Meilleures ventes



### Focus boutique en ligne\*

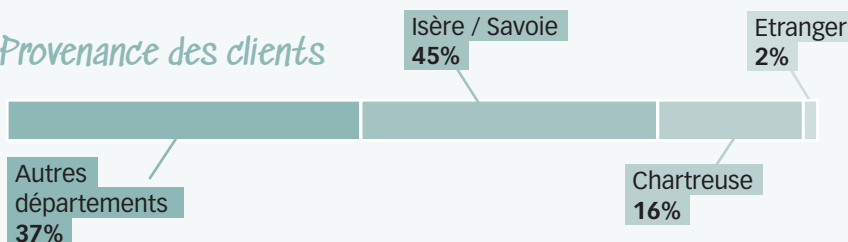
>> [www.laboutique.destinationchartreuse.fr](http://www.laboutique.destinationchartreuse.fr)

**22 800 € (-4%)** de chiffre d'affaires

**545 commandes** (+6%)

**1 785 produits** vendus (+79%)

### Provenance des clients



\* A noter : les résultats de la boutique en ligne incluent la vente de produits hors "boutique Destination Chartreuse". Exemples : librairie, boîtes à expériences, ...



# Commercialiser la destination

## LES BOÎTES À EXPÉRIENCES

En 2024, les boîtes Version 2 (validité 12/25) ont été lancées et vendues. Ce projet a pour objectif de mettre en place un moyen supplémentaire de promotion et commercialisation des acteurs touristiques et notamment des activités de la destination.

### 3 boîtes

3 tarifs proposés :  
39 €, 89 € et 159 €

### Juste & équitable

Le prestataire est rémunéré à la juste valeur de la prestation qu'il propose (pas de réduction demandée).



### Dans chacune, 1 livret

Chaque livret présente une 30aine d'offres de manière expérientielle. Au total, 87 offres réparties dans les 3 livrets.

### Le contenant

Une boîte en métal recyclé, made in France, réutilisable.

### Communication

- Publicités réseaux sociaux
- Diffusion flyers/affiches
- Newsletter

### Points de vente

- Offices de tourisme de Coeur de Chartreuse, du Pays Voironnais et du Lac d'Aiguebelette
- Boutique en ligne

AIBID

### Rappel des indicateurs de succès

- Mise en place du groupe de travail **A**
- Sortie d'une ou plusieurs box **B**
- Chiffre d'affaires générés **C**
- Nombres d'offres proposées dans les box **D**

**ARTISANAT EN SOLO**

**JE DÉCOUVRE UNE SAVONNERIE ARTISANALE**

A la savonnerie artisanale, trouvez un accueil chaleureux et un coffret pour prendre soin de vous. Inclus : deux savons ou choix parmi la gamme Le Vrai Sens, un porte savon, une pochette à savon de voyage, des lingettes lavables. Pochon-cadeau garni, respectant la peau et la nature, dans une démarche responsable et zéro déchet.

**EN PRATIQUE / VALIDITÉ**  
30-45 min / 1 personne / Toute l'année

**PETIT +**  
Vous découvrez les coulisses de la savonnerie

**SAVONNERIE LE VRAI SENS**  
1837 route d'Haacoville  
73100 St-Thibaud de Couz  
tours@vrai-sens.fr / 07 53 16 65 53

**ARTISANAT EN SOLO**

**JE CRÉE DES SOINS DE CHARTREUSE**

Sous l'œil avisé de Brigitte, concoctez des produits de beauté et de bien-être à partir de plantes de Chartreuse et des Alpes, lors d'un atelier de découverte. Repartez avec votre création et un livret des plantes médicinales locales. Prévoir votre blouse.

**EN PRATIQUE / VALIDITÉ**  
2h environ / 1 personne / Mai à juillet

**PETIT +**  
Un livret des plantes médicinales locales

**DOUCEUR CERISE**  
2496 route du col de Porto  
38700 Le Sappey en Chartreuse  
www.douceur-cerise.com / 06 69 23 69 14

**BOÎTE À EXPÉRIENCES**

Offrez la Chartreuse en cadeau !

Au choix : activités, restaurants, bien-être, nuitées, visites, ateliers artisanaux...

**39 €**

**89 €**

**159 €**

**LOCAL ET ÉTHIQUE\***

\*Expériences rémunérées de justaucadeau pour les prestataires locaux

En vente dans les Offices de Tourisme et sur [laboutique.destinationchartreuse.fr](http://laboutique.destinationchartreuse.fr)

Ressources humaines : 15 h  
Budget : 400 € (dont 400 € RH)  
Recettes : en 2025

### Les résultats

#### Boîtes à expériences V2

Vendues de déc. 23 à mars 25, validité 31/12/25

- 140 boîtes vendues (au 31/12/24), ventes jusqu'à mars 25 (+26% par rapport aux boîtes V1)

# Animer la relation avec les acteurs de la destination

## "PÉPITES EN CHARTREUSE PATRIMOINE & SAVOIR-FAIRE"

En 2023, la "Route des savoir-faire et des sites culturels" devient "Pépites en Chartreuse - Patrimoine & savoir-faire". Si ce réseau existe depuis plus de 20 ans, c'est depuis quelques années que Chartreuse Tourisme coordonne et anime le réseau de ses membres.

### Les actions menées



**PÉPITES EN  
CHARTREUSE**  
PATRIMOINE & SAVOIR-FAIRE

- Définition et réalisation du plan d'actions.
- Coordination du réseau
- Accueil de nouveaux membres
- Présences sur des événements (Fête des Artisans, Journée Européenne du Patrimoine, ...)
- Réalisation d'éléments de stand (oriflammes, banderoles, ...)

Ressources humaines : 268 h  
Budget : 9 400 € (dont 6 200 € RH)  
Recettes : 3 200 € (participation des membres pour autofinancement des actions - hors RH)



Mise en avant des étapes (membres) de la Route sur la carte touristique, via un picto sur la carte au recto et un publi-rédactionnel au verso. 25 000 ex.

### Documentation spécifique



Réalisation d'une documentation présentant les membres de la Route, et les ateliers / stages qu'ils proposent.

### Les sets de table



50 000 sets de table réalisés en partenariat avec la boutique artisanale des Entremonts et diffusés dans les restaurants de Chartreuse et proximité.

### Le site internet



Amélioration des contenus du site Chartreuse concernant "Pépites" : création d'idées séjours, promues ensuite dans une newsletter.



# Animer la relation avec les acteurs de la destination

## ACCOMPAGNEMENT DES SOCIO-PROS

Depuis 2015, d'abord avec le projet "Tous sur le web" puis de manière personnalisée, c'est plus de **150 structures touristiques** que Chartreuse tourisme a **accompagné** via les RDV personnalisés, les ateliers, les services proposés, etc.

Ressources humaines : **186 h**  
Budget : **5 100 €** (dont 5 100 € RH)€

### Les actions menées

#### En 2024 :

- 20 h d'accompagnement personnalisé réalisé sur la promotion numérique
- 130 h de support technique pour la place de marché
- 3 nouveaux partenariats de mails automatisés
- 7 nouveaux tableaux de bord personnalisés Fairgust mis en place
- Mise à jour du document de présentation des services proposés par Chartreuse Tourisme
- 100 acteurs touristiques sensibilisés à la Marque "Destination Chartreuse", 20 acteurs accompagnés.



### Les outils mis à disposition des prestataires

#### Mails automatisés

Pour animer la relation avec ses clients, par mail, de manière rapide et très efficace

#### WIFI Chartreuse

Pour proposer à ses clients un WIFI légal et sécurisé

#### Topos randos

Pour proposer à ses clients des topos randos / raquettes / cyclos, dans l'hébergement ou sur son site internet

#### Place de marché

Pour proposer à ses clients de consulter les disponibilités et réserver en ligne

#### Widgets apidae

Pour enrichir automatiquement son site internet avec les informations, à jour, saisies par les offices de tourisme

#### Pack photos

Pour illustrer ses outils de communication avec des photos libres de droit de Chartreuse.





# Animer la relation avec les acteurs de la destination

## LES ÉDUCTEURS

En 2024, la "Journée des Chartrousins" et la "Journée des Offices de Tourisme de Chartreuse" ont été reconduites.

### Printemps de Chartreuse Tourisme

18 mars 2024 au Musée Arcabas



### Journée des Chartrousins

7 juin 2024 au Col de Porte



### Journée des Offices de Tourisme

15 octobre 2024 en Coeur de Savoie



#### Objectifs :

- Créer du lien
- Mieux connaître la destination pour mieux en parler
- Renforcer "l'esprit Chartreuse"

Ressources humaines : 68 h

Budget : 2 800 € (dont 1 800 € RH)

Journées OT / Chartrousins : auto-financées

## NOS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

Du fait de son périmètre touristique, Chartreuse Tourisme travaille en collaboration avec différents partenaires institutionnels (à différentes échelles).

### Isère Attractivité



- "Week-ends Evasion" : participation au projet
- Relations presse : dossiers de presse, conférence de presse à Lyon, accueils presse mutualisés, ...
- ...

### Agence Savoie Mont Blanc



- Relations presse : dossiers de presse, accueils presse mutualisés, ...
- ...

### Auvergne Rhône-Alpes Tourisme



- Collectif référents places de marché
- Relations presse
- Partir-ici.fr
- Collectif des Parcs naturels régionaux de la région.
- ...

### EPCI / OTI



- Comités de sites
- Relations presse
- Echanges réguliers
- ...

# Animer la relation avec les acteurs de la destination

## LES PARTENAIRES OFFICIELS

6 partenariats officiels ont été signés en 2024 pour une durée de 3 ans dans le but de travailler ensemble à la promotion de la Destination Chartreuse et développer les ressources financières de l'Association.



### Les actions menées

En 2024 :

- Mise à disposition d'un logo "Partenaire Officiel"
- Organisation d'un évènement pour la signature des partenariats
- Equipements vestimentaires aux couleurs de la Destination en partenariat avec Raidlight



Ressources humaines : 62 h  
Budget : 1 800 € (dont 1 800 € RH)  
Recettes : 9 400 €

### FOCUS sur les équipements Raidlight

- Offices de Tourisme équipés : Coeur de Chartreuse, Belledonne Chartreuse, Lac d'Aiguebelette
- Services Tourisme équipés : Chartreuse Tourisme, Parc naturel régional de Chartreuse, Communauté de Communes Coeur de Chartreuse
- T-shirts / Polos / Vestes sans-manches / Vestes





# GESTION de l'association

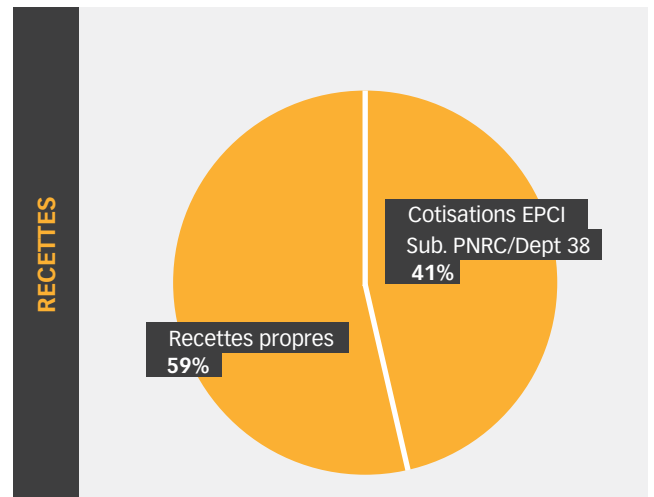
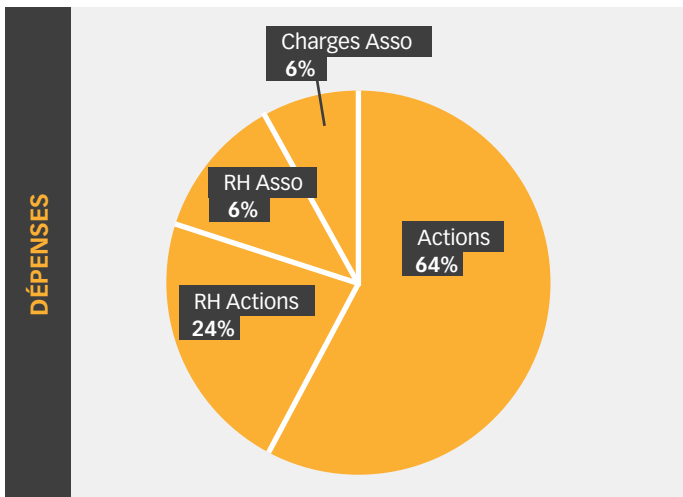
## L'équipe technique en 2024



**2,3 ETP**  
(Equivalent  
Temps Plein)

- **L. Fouque** : directrice, en charge de la promotion numérique & de la commercialisation - temps plein (100 %)
- **A. Villecourt** : chargée de promotion & communication - temps partiel (80 %)
- **M. Lestienne-Vaillaut** : chargée de communication & développement boutique - temps partiel (50%).

## Répartition du budget



## Organigramme

### BUREAU (Président : Bertrand PICHON-MARTIN)

- 1 vice-président (Serge GROLLIER)
- 1 trésorier (Pierre JAILLET)
- 1 trésorier adjoint (Maryline VERKINDT)
- 1 secrétaire (Jérôme TATIN)
- 1 secrétaire adjoint (Catherine PAYSAN)

### CHARGES DE MISSION

- Promotion numérique / commercialisation / accompagnement numérique
- Relations presse / éditions / divers hors web
- Boutique & commercialisation

### CONSEIL D'ADMINISTRATION

- Délégués des 7 EPCI de la destination
- Délégués des 7 Offices de tourisme de la destination
- Représentants des socio-pros de la destination
- Parc naturel régional de Chartreuse

### COPIL TOURISME

- Mis en place/animé par Chartreuse Tourisme et le PNRC
- 2 volets : promotion / développement
- Constitué des élus des 7 EPCI + 7 OTI de la destination + PNRC + Chartreuse Tourisme

### GROUPE TECHNIQUE

- Mis en place/animé par Chartreuse Tourisme et le PNRC
- 2 volets : promotion / développement
- Constitué des techniciens des 7 EPCI + 7 OTI + PNRC + Chartreuse Tourisme

### ASSEMBLEE GENERALE

- Délégués des 7 EPCI de la destination
- Délégués des 7 Offices de tourisme de la destination
- Représentants des socio-pros de la destination
- Parc naturel régional de Chartreuse



# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES\*

*générées par Chartreuse Tourisme sur la destination*

De par ses actions, l'association Chartreuse Tourisme a généré des retombées économiques directes et indirectes sur le territoire en 2024 :

## RETOMBÉES DIRECTES

RÉSERVATIONS\* D'HÉBERGEMENTS  
& LOISIRS SUR

[destinationchartreuse.fr](https://destinationchartreuse.fr)

162 100 €

FOURNISSEURS LOCAUX POUR  
LA BOUTIQUE DESTINATION CHARTREUSE

56 300 €

FOURNISSEURS LOCAUX POUR  
L'ORGANISATION DU GRAND DUC

41 600 €

FOURNISSEURS LOCAUX DIVERS  
POUR CHARTREUSE TOURISME

11 300 €

**TOTAL : 271 300 €**

## RETOMBÉES INDIRECTES

DÉPENSES PARTICIPANTS  
GRAND DUC 2024

182 800 €

RÉSERVATIONS D'HÉBERGEMENTS  
& LOISIRS\* HORS

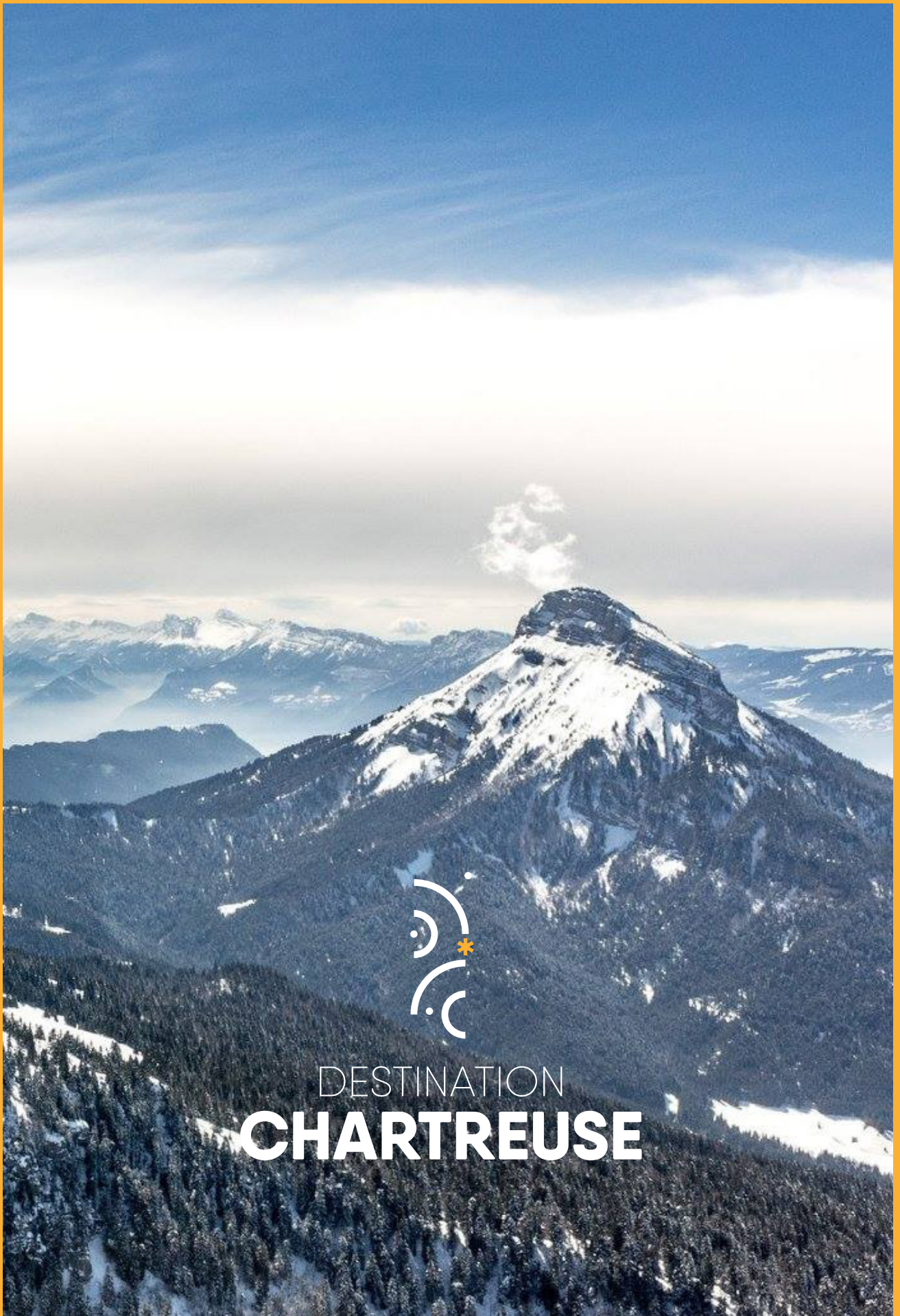
[destinationchartreuse.fr](https://destinationchartreuse.fr)

257 900 €

**TOTAL : 440 700 €**

**TOTAL : 712 000 €**

\* A noter : ce calcul ne prend pas en compte les retombées indirectes (par exemple les dépenses au restaurant, pour les visites activités, etc. consécutives aux réservations d'hébergement sur notre site internet).



DESTINATION  
**CHARTREUSE**

Chartreuse Tourisme  
tél. : 04 76 88 64 00  
info@destinationchartreuse.fr



[www.destinationchartreuse.fr](http://www.destinationchartreuse.fr)