

DEPARTEMENT DE
LA HAUTE-SAOVIE

ARRONDISSEMENT
DE ST JULIEN-EN-
GENEVOIS

REPUBLIQUE FRANCAISE

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION
ANNEMASSE – LES VOIRONS – AGGLOMERATION

SIEGE : 11, AVENUE EMILE ZOLA – 74100 ANNEMASSE

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL

OBJET :

Séance du : mercredi 26 avril 2023

**RENOUVELLEMENT DU
CLASSEMENT EN
CATÉGORIE 1 DE
L'OFFICE DE
TOURISME DES MONTS
DE GENÈVE**

Convocation du : 19 avril 2022

Nombre de membres en exercice au jour de la séance : 56

Président de séance : Gabriel DOUBLET

Secrétaire de séance : Nadège ANCHISI

N° CC_2023_0052

Membres présents :

Guillaume MATHELIER, Laurent GILET, Bertilla LE GOC, François LIERMIER, Christian AEBISCHER, Michel BOUCHER, Robert BURGNIARD, Djamel DJADEL, Matthieu LOISEAU, Nicolas LEBEAU-GUILLOT, Chadia LIMAM, Pascale MAYCA, Amine MEHDI, Pascal SAUGE, Marie-Claire TEPPE-ROGUET, Claude ANTHONIOZ, Marion BARGES-DELATTRE, Anny MARTIN, Jean-Michel VOUILLOT, Jean-Paul BOSLAND, Nadège ANCHISI, Antoine BLOUIN, Stéphane PASSAQUAY, Denis MAIRE, Jean-Luc SOULAT, Pauline PLAGNAT-CANTOREGGI, Gabriel DOUBLET, Yannick CHARVET, Danielle COTTET, Patrick ANTOINE, Jean-Pierre BELMAS, Véronique FENEUL, Pascale PELLIER, Nadine JACQUIER, Maurice LAPERROUSAZ, Alain LETESSIER, Marie-Jeanne MILLERET, Julien BEAUCHOT

Représentés :

Christian DUPESSEY par Gabriel DOUBLET, Ines AYEB par Nicolas LEBEAU-GUILLOT, Maryline BOUCHÉ par Michel BOUCHER, Géraldine VALETTE-GURRIERI par Djamel DJADEL, Dominique LACHENAL par Robert BURGNIARD, Louiza LOUNIS par Chadia LIMAM, Mylène SAILLET RAPHOZ par Pascal SAUGE, Yves CHEMINAL par Marie-Claire TEPPE-ROGUET, Bernard BOCCARD par Marion BARGES-DELATTRE, Odette MAITRE par Nadège ANCHISI, Isabelle VINCENT par Antoine BLOUIN, Michel COLLOT par Jean-Pierre BELMAS

Excusés :

Kévin CHALEIL-DOS-RAMOS, Paulette CLERC, Joanny DEGUIN, Anne FAVRELLE, Daniel DE CHIARA, Sophie VILLARI

Vu le code général des collectivités territoriales ;

Vu le code du tourisme notamment les articles D.133-21 et D.133-22 ;

Vu l'arrêté NOR/ ECOI1288607A du 16 avril 2019 fixant les critères de classement des offices de tourisme ;

Vu les statuts de l'Office de tourisme des Monts de Genève ;

Vu l'avis favorable du Comité de Direction de l'Office de Tourisme des Monts de Genève du 27 janvier 2023 ;

L'Office de Tourisme des Monts de Genève est né le 1er janvier 2018 de la fusion d'Annemasse Tourisme et de l'Office de Tourisme de Saint-Julien et du Genevois.

Les offices de tourisme peuvent se faire classer dans le cadre d'une démarche volontaire. Le classement constitue un levier puissant pour renforcer leur rôle fédérateur au regard de l'action touristique à développer dans leur zone géographique d'intervention et permet aux collectivités d'accéder à certains avantages : le classement de l'office de tourisme en catégorie II permet aux communes de sa zone de compétence d'obtenir la dénomination de commune touristique et le classement en catégorie I permet

d'accéder au classement en station de tourisme qui constitue la reconnaissance d'un accueil d'excellence.

La demande de classement en catégorie 1 ou 2, sur proposition de la direction de l'office de tourisme, se fait par délibération accompagnée d'un dossier attestant du respect des critères de classement. Le Préfet de département dispose alors d'un délai de 2 mois après réception du dossier complet pour se prononcer.

L'office de tourisme des Monts de Genève dispose du label qualité tourisme -classement en catégorie I- attribué par arrêté du 24 janvier 2019 valable 5 ans (sous un référentiel datant de 2010).

Il est proposé un renouvellement anticipé du classement en catégorie I sous le nouveau référentiel en vigueur au 1er juillet 2019 -référentiel permettant de mieux rendre compte des services rendus aux touristes.

Pour le territoire, cette démarche permettrait :

- d'identifier la Maison de la Mobilité et du Tourisme comme bureau central d'information touristique et donc de développer les accueils hors les murs en complément (Vitam, PEM Gare de Saint Julien, téléphérique du Salève, Dronières, évènements...),
- de bénéficier de la suppression de l'obligation d'ouverture le dimanche en période de fréquentation touristique ce qui permet d'obtenir plus de flexibilité et donc d'organiser les services en fonction des flux touristiques réels,
- et de bénéficier d'un allègement du nombre de jours d'ouvertures obligatoires (de 305 dans l'ancien référentiel à 240).

Considérant que les offices de tourisme peuvent être classés par catégories – I ou II – suivant le niveau des aménagements et services garantis au public en fonction de critères fixés par un tableau de classement élaboré par l'agence de développement touristique de la France, Atout France, et homologué par arrêté du Ministre chargé du Tourisme ;

Considérant que ce classement est prononcé pour cinq ans et que le classement en catégorie 1 de l'Office de Tourisme des Monts de Genève arrive à terme échu ;

Considérant l'intérêt de solliciter le renouvellement du classement de l'Office de Tourisme des Monts de Genève ;

Considérant qu'il revient au Conseil Communautaire des deux EPCI membres, sur proposition de l'office de tourisme, de formuler la demande de classement auprès du représentant de l'Etat dans le département ;

Le Conseil Communautaire, entendu l'exposé du rapporteur,

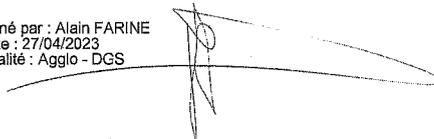
Après en avoir délibéré :

A l'unanimité,
DECIDE :

DE SOLLICITER le renouvellement du classement de l'Office de Tourisme en catégorie 1 ;

D'AUTORISER la directrice de l'Office de Tourisme à adresser un dossier au préfet (ci-joint en annexe) en application de l'article D.133-22 du code du tourisme et à réaliser toutes les démarches nécessaires afférentes à ce renouvellement.

Signé par : Alain FARINE
Date : 27/04/2023
Qualité : Agglo - DGS



Signé par : Nadège ANCHISI
Date : 28/04/2023
Qualité : Agglo - Secrétaire Conseil Communautaire

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours gracieux devant Monsieur le Président d'Annemasse Agglo dans le délai de deux mois à compter de sa publication ou de sa notification. Un recours contentieux peut également être introduit devant le Tribunal administratif de Grenoble dans le délai de deux mois à compter de la notification de la délibération ou de sa date de publication, ou à compter de la réponse d'Annemasse Agglo, si un recours gracieux a été

préalablement déposé.

Envoyé en préfecture le 28/04/2023
Reçu en préfecture le 28/04/2023
Publié le 02 MAI 2023
ID : 074-200011773-20230427-CC_2023_0052-DE

Envoyé en préfecture le 28/04/2023

Reçu en préfecture le 28/04/2023

Publié le

ID : 074-200011773-20230427-CC_2023_0052-DE



25 MARS 2023

DOSSIER PREFECTORAL

SOLLICITATION DU RENOUVELLEMENT DU CLASSEMENT EN CATEGORIE 1



OFFICE DE TOURISME DES MONTS DE GENÈVE

REGIONS D'ANNEMASSE & GENEVOIS

Esplanade Francois Mitterrand 74100 Annemasse

Table des matières

1. L'Office de Tourisme est accessible et accueillant	3
1. L'espace d'accueil de l'Office de Tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Il bénéficie d'une signalisation directionnelle et il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.	3
2. Il existe un espace dédié à l'accueil et à l'information accessible à tout public. L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information. Le mobilier permet de s'asseoir.	5
3. L'information touristique est accessible gratuitement via un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'Office de Tourisme.....	7
2. Les périodes et horaires d'ouverture sont cohérents avec la fréquentation touristique de la zone géographique d'intervention	8
5. L'Office de Tourisme doit s'engager à ouvrir son bureau d'information touristique principal, ainsi que ceux présents dans les stations classées de tourisme de son ressort, au moins 240 jours par an, pour une durée minimale de 4 heures par jour et de 1680 heures par an. Les heures des différents bureaux d'information touristique, ou des accueils hors les murs par des conseillers en séjour, peuvent s'additionner si leurs périodes d'ouverture ne se chevauchent pas.	8
3. L'information est accessible à la clientèle étrangère	10
7. Il existe un service permanent d'accueil en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie, pendant les horaires et périodes d'ouverture du bureau d'information touristique principal, ainsi que dans les bureaux d'information touristique des stations classées de tourisme du ressort de l'Office de Tourisme. La fonction et les langues parlées par le personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.....	10
4. L'information touristique collectée est exhaustive, qualifiée et mise à jour	12
8. L'office du tourisme recueille, valide et diffuse une information la plus complète possible et régulièrement mise à jour, sur l'offre touristique locale relative :	12
L'Office de Tourisme dispose d'un système de gestion informatisé permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser cette information sur l'offre touristique locale.	12
Toutes ces informations sont disponibles sur le site internet de l'Office de Tourisme. Certaines de ces informations peuvent être diffusées sous format papier.	12
5. Les supports d'informations touristiques sont adaptés, complets et actualisés	13
9. L'office fournit gratuitement des plans ou cartes touristiques sur support papier.	13
11. Les informations touristiques sont accessibles sur un site internet adapté aux appareils fixes et mobiles, et compatible avec les principaux navigateurs. Le site est proposé en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie ; les traductions sont réalisées par des personnes qualifiées.	13
6. L'Office de Tourisme est à l'écoute du client et engagé dans une démarche promouvant la qualité et le progrès	14
12. L'Office de Tourisme met en place un dispositif de collecte et de traitement des réclamations et organise l'étude de la satisfaction des clients sur les différents services qu'il propose. Il met en place des actions permettant l'amélioration de l'accueil et formalise ses procédures internes.	14

13.	L'Office de Tourisme est certifié ou labellisé ou détenteur d'une marque sur la base d'un référentiel national ou international relatif à la qualité de service se caractérisant par un dispositif de reconnaissance par une tierce partie.....	15
14.	L'Office de Tourisme dispose de comptes sur les réseaux sociaux et y intervient pour valoriser la destination et répondre aux questions et avis publiés.....	16
7.	L'Office de Tourisme dispose des moyens humains pour assurer sa mission	23
16.	L'Office de Tourisme emploie un directeur justifiant d'une aptitude professionnelle appropriée, titulaire d'une formation de niveau 6 ou d'une expérience professionnelle dans un poste similaire, et des collaborateurs permanents représentant au moins 5 équivalents temps plein travaillé.....	23
8.	L'Office de Tourisme assure un recueil statistique.....	23
17.	L'Office de Tourisme tient à jour un tableau de bord de la fréquentation touristique locale, notamment du nombre de visiteurs accueillis à l'Office de Tourisme, la fréquentation du site internet, et dans la mesure du possible la nature et la durée des séjours, la fréquentation des hébergements touristiques, des sites touristiques, de sa zone géographique d'intervention.....	23
18.	L'Office de Tourisme met en place un observatoire sur la satisfaction client à l'échelle de sa destination et une gestion de la relation client.	25
9.	L'Office de Tourisme met en œuvre la stratégie touristique locale.....	28
19.	L'Office de Tourisme élabore et met en œuvre une stratégie touristique précisant les missions de l'Office de Tourisme dans les domaines suivants :.....	28
	Annexes	30

1. L'Office de Tourisme est accessible et accueillant

1. L'espace d'accueil de l'Office de Tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Il bénéficie d'une signalisation directionnelle et il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.

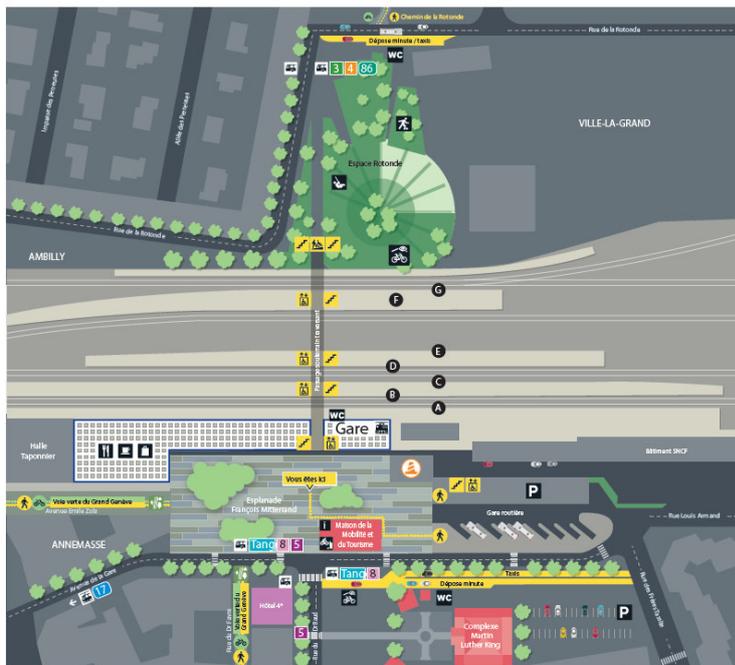
Adresse : Esplanade Francois Mitterrand (Ex, Place de la Gare) 74100 Annemasse.

L'Office de Tourisme est situé à proximité du centre-ville d'Annemasse, sur le parvis de la Gare. L'espace d'accueil est intégré à la Maison de la Mobilité et du Tourisme.

Choix et intérêt du positionnement de l'Office de Tourisme :

L'espace d'accueil de l'Office de Tourisme est situé à proximité de nombreux services et flux touristiques principaux :

- partage des locaux de la Maison de la Mobilité et du Tourisme avec les services mobilités de l'Agglo (transport en commun, location de vélos et trottinettes)
- en face de la gare SNCF d'Annemasse
- à côté de la gare routière
- à côté d'hôtels (3 hôtels à moins de 300m)
- sur l'itinéraire de la voie verte du Grand Genève
- à côté du complexe Martin Luther King (salle de conférences et expositions, maison des associations)
- au cœur du Pôle d'Échange Multimodal
- au cœur du projet « Etoile Annemasse-Genève » (nouveau quartier de développement urbain : pôle d'échanges, d'affaires, des logements, des commerces et des équipements)



Annemasse Agglo • Atipy Design • Dossier technique V3 - #20

Les enseignes :

L'espace d'accueil de l'office s'identifie depuis la voie publique à travers une signalisation facilement repérable sur ses façades :

L'entrée, en face de la gare SNCF :



L'entrée, côté hôtel :



Le pôle d'échange multimodal fait l'objet d'une étude complémentaire de signalétique. L'Office de Tourisme va bénéficier de nouveaux aménagements courant 2023. Des enseignes et panneaux de signalisation vont venir renforcer la signalétique existante (mats directionnels, relié d'Information services, enseigne « I »).

Quantité : 3

Implantation
Sur les 3 façades du bâtiment

Matériaux possibles
Aluminium thermolaqué. Le prestataire peut proposer une variante.

Couleur de la structure métallique
RAL 8011 « Brun Noyer » mat

Pas de rétroéclairage

Fixation
En drapeau par vissage

Format : 50 x 50 cm

Annemasse Agglo - Allip Design - Dossier technique V3 - #72

La signalétique directionnelle :

L'Office de Tourisme est signalé et respecte des normes en vigueur.

Plusieurs panneaux sont installés dans le centre-ville et périphéries comme en atteste ces quelques photos :



Sur Annemasse Agglomération 16 panneaux de signalisation sont installés pour indiquer l'Office de Tourisme.

2. Il existe un espace dédié à l'accueil et à l'information accessible à tout public. L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information. Le mobilier permet de s'asseoir.

L'Office de Tourisme a intégré la Maison de la Mobilité et du Tourisme en décembre 2018.

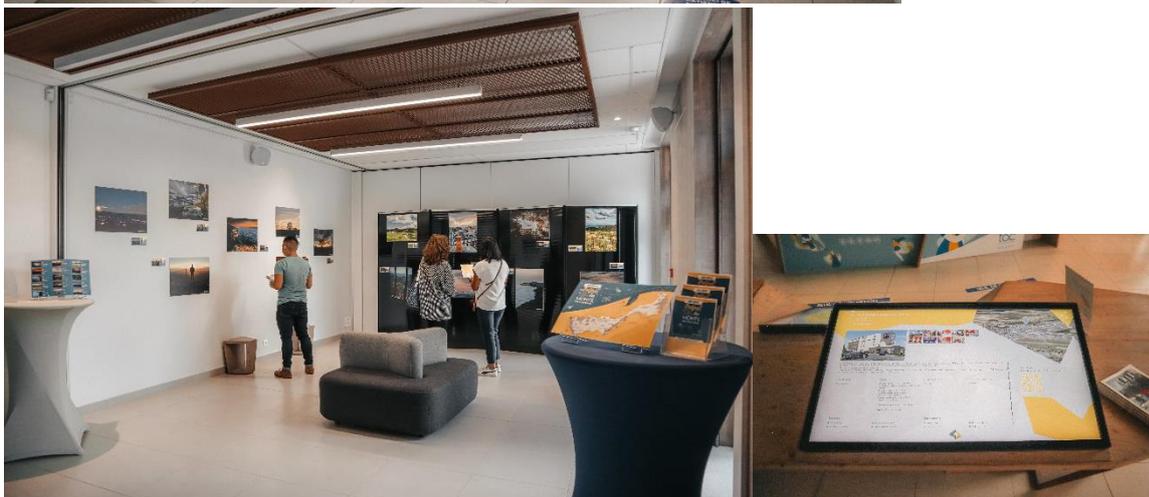
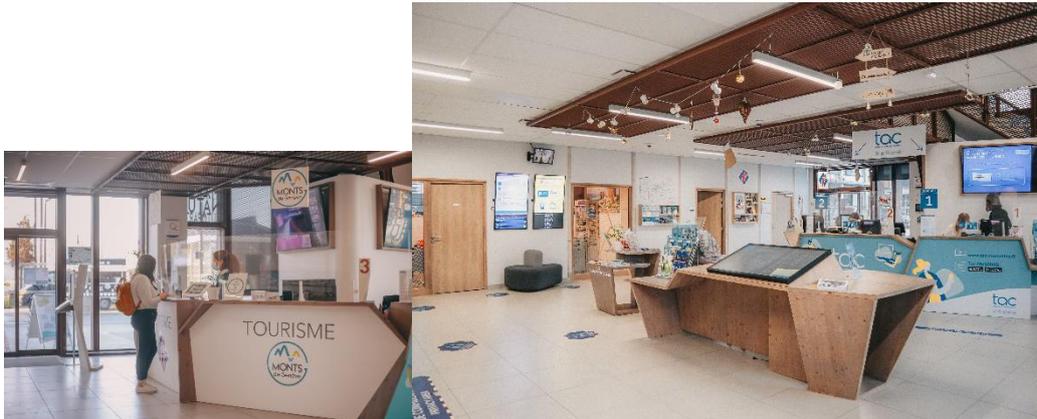
Les espaces sont partagés entre les services de mobilités d'Annemasse Agglo (Tac mobilités) et l'Office de Tourisme.

L'objectif du lieu est de proposer un espace central d'informations autour de la mobilité et du tourisme dans le Grand Genève.

L'espace d'accueil, d'une surface de 131 m² se compose :

- de 4 guichets
- d'un guichet accessible aux PMR
- d'un grand hall avec plusieurs points de documentations en libre-service
- de 2 tables tactiles numériques dont 1 pour accès PMR
- d'un espace showroom modulable pouvant accueillir un espace détente, des expositions et des réunions

- d'un point vélo pour la location et la réparation de vélos classiques et trottinettes
- d'écrans d'informations



Annexes :

- Plans de la Maison de la Mobilité et du Tourisme
- Listing panneaux de signalétique Office de Tourisme
- Etude complémentaires signalétique – parvis Gare

3. L'information touristique est accessible gratuitement via un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'Office de Tourisme.

Connectée à une Livebox Orange, la passerelle Noodo met à disposition un accès internet Wifi haut débit gratuit sécurisé et simple d'utilisation aux visiteurs pendant nos heures d'ouverture.

Descriptif d'utilisation :

Pour accéder à Internet, l'utilisateur doit activer la carte Wifi de son terminal (ordinateur, tablette, smartphone) et sélectionner le réseau Wifi de l'établissement : « Office-de-Tourisme ». Une fois connecté, il sera automatiquement redirigé sur le portail captif d'authentification multilingue.

Le portail d'authentification est la page sur laquelle l'utilisateur doit s'enregistrer pour pouvoir accéder à Internet. Un identifiant, un mot de passe ainsi qu'une durée de validité lui sera alors délivré sur un ticket. Ce système à tickets géré par notre agent d'accueil via le compte utilisateur de l'office permet un contrôle et un suivi des connexions dans le temps pour éviter tout abus.

Une fois connecté, le client peut utiliser librement les services que l'OT aura acceptés. Par défaut, la navigation, la réception et l'envoi de mails, les logiciels de chat et le FTP sont autorisés. Afin de limiter tout abus des utilisateurs, les téléchargements en peer to peer sont bloqués. En cas de problème, une hotline est mise à disposition de l'utilisateur.



Sans avoir besoin de changer leur paramétrage réseau, ce système crée également une protection des données privées des utilisateurs.

Par ailleurs, l'Office de Tourisme dispose de moyens pour transmettre de l'information touristique digitalisée gratuitement :

- les tables numériques présentent l'information touristique du territoire et disposent de QR code pouvant être scannés
- les conseillers en séjours renseignent les visiteurs grâce à l'outil Roadbook, qui permet d'envoyer des carnets de séjours personnalisés gratuitement par sms ou par email



Annexes :

- Facture Opérateur wifi Noodo

2. Les périodes et horaires d'ouverture sont cohérents avec la fréquentation touristique de la zone géographique d'intervention

5. L'Office de Tourisme doit s'engager à ouvrir son bureau d'information touristique principal, ainsi que ceux présents dans les stations classées de tourisme de son ressort, au moins 240 jours par an, pour une durée minimale de 4 heures par jour et de 1680 heures par an. Les heures des différents bureaux d'information touristique, ou des accueils hors les murs par des conseillers en séjour, peuvent s'additionner si leurs périodes d'ouverture ne se chevauchent pas.

La stratégie d'accueil de la destination est déployée autour de 3 axes forts :

- un Office de Tourisme principal ouvert à l'année
- un programme annuel d'accueil délocalisé hors les murs
- des relais d'informations touristiques permanents sur le territoire élargi

❖ L'Office de Tourisme permanent à Annemasse :

L'Office de Tourisme principal est situé à Annemasse (ville station classée). Un accueil physique, téléphonique est assuré toute l'année.

Jours d'ouverture : 306 jours d'ouverture et 1704 heures d'ouvertures

- Vacances scolaires : = 19 semaines*(8h*6j) = 912 heures
- Hors vacances scolaires : = 33 semaines* (4h*6j) = 792 heures

2023	ANNEMASSE											
	janvier	février	mars	avril	mai	juin	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre
Nombre de jours d'ouvertures	26	24	27	24	26	26	26	26	26	26	24	25
Cumul jours d'ouvertures	26	50	77	101	127	153	179	205	231	257	281	306

❖ Les antennes saisonnières (hors les murs) :

Vitam UCPA à Neydens : L'accueil est assuré deux fois par semaine en période de vacances scolaires, dans la galerie du centre de loisirs à Vitam UCPA. Les périodes d'ouvertures se chevauchent avec le bureau principal.

Téléphérique du Salève à Etrembières : En période estivale, l'équipe est amenée à assurer des permanences d'accueil sur le site de la gare du téléphérique. Les périodes d'ouverture se chevauchent avec le bureau principal mais certains dimanches sont fléchés permettant d'assurer des heures d'ouverture complémentaires (environ 6 dimanches).

En plus des périodes d'ouverture du bureau principal et des accueils hors les murs listés précédemment, **des bureaux d'informations délocalisés** sont ouverts au public lors de certaines manifestations organisées sur le territoire d'intervention. Nous sommes présents à minima sur ces événements récurrents :

- Fête du Salève au Salève (1 jour en septembre – dimanche + 6h)
- Vitam en piste à Neydens (1 journée en Novembre – dimanche +6h)
- Festival Bonjour l'hiver (2 jours en décembre)
- Fête de la raquette au Salève (1 journée en janvier – dimanche +6h)

- Fête de la nature (1 journée en mai – dimanche + 6h)
- Trail du Salève (1 journée en juin – dimanche + 6h)

L'Office de Tourisme des Monts de Genève assure donc une permanence d'accueil minimum de 1758 heures par an.

Stratégie d'accueil :

En 2021, nous avons choisi d'innover pour redynamiser l'accueil touristique en nous équipant d'une solution appelée le Roadbook.

Le Roadbook est interfacé avec notre base de données Apidae et contient également des contenus rédactionnels imaginés par une équipe d'experts. La web app centralise l'ensemble des informations touristique du territoire.

L'outil permet de créer des sélections affinées répondant aux critères recherchés par les touristes (ex : les hôtels avec piscine, les restaurants avec des spécialités locales, les activités pour les 3 – 6 ans...).

Grâce à cet outil, l'équipe peut répondre à toutes les sollicitations tout en apportant un conseil éclairé et personnalisé. Le conseiller peut apporter ses recommandations et garantir une information fiable.

Pour donner un cas pratique, en cas d'annulation d'un évènement par exemple, l'équipe apporte la modification dans la base de données Apidae et le client bénéficie de la mise à jour instantanément. Le carnet de séjour du client s'actualise automatiquement.

Ce dispositif nous permet de gagner en souplesse et en qualité d'accueil, de repenser et redimensionner le métier de conseillers, en dédiant plus de temps au travail de veille et de production de contenu pour répondre aux attentes de notre visitorat.

Par ailleurs, l'outil Roadbook nous permet de mieux identifier et de récupérer de l'information sur les centres d'intérêt des clientèles.



❖ Les relais d'informations touristiques :

Nous déployons une stratégie de relais d'informations sur le territoire.

Partant du constat que les touristes fréquentent de moins en moins les OT mais continuent à s'adresser aux socioprofessionnels (ex : hébergement), nous initions une démarche d'accompagnement de nos partenaires

Partenaires socioprofessionnels touristiques :

Dans le cadre de notre déploiement, nous initions une démarche novatrice avec plusieurs partenaires touristiques.

En effet, notre territoire élargit nous amène à réétudier notre stratégie. Ainsi, nous faisons le choix de diversifier nos points de contacts en déployant l'information touristique chez nos partenaires, grâce à l'outil Roadbook (projet pilote en Haute-Savoie).

Le Roadbook nous permet dorénavant de partager nos données, nos connaissances avec les professionnels du tourisme constituant la destination. Ainsi, nous donnons accès à l'outil Roadbook (compte restreint et personnalisé en fonction du professionnel).

Cela permet aux professionnels de se doter d'un outil performant, proposant des contenus qualifiés, actualisés et personnalisés, alimentés par les équipes de l'OT.

Un service supplémentaire proposé par l'OT, un gain de temps et d'efficacité pour le professionnel qui devient un ambassadeur de l'information touristique.

Institutionnels :

Nous travaillons également avec les mairies de notre territoire. L'objectif est de déployer et d'équiper les mairies en information touristique pour informer les habitants de la destination.

Chaque commune reçoit un kit pour son espace accueil (des supports pour valoriser les brochures, les cartes touristiques, une affiche personnalisée avec un QR Code dirigeant vers un Roadbook personnalisé, des cartes postales).

Annexes :

- Calendrier d'ouverture annuel
- Délibération des horaires et jours d'ouvertures
- Exemple de Roadbook pour un Hôtelier à Annemasse : <https://roadbook.travel/r/KVG3BK>

3. L'information est accessible à la clientèle étrangère

7. Il existe un service permanent d'accueil en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie, pendant les horaires et périodes d'ouverture du bureau d'information touristique principal, ainsi que dans les bureaux d'information touristique des stations classées de tourisme du ressort de l'Office de Tourisme. La fonction et les langues parlées par le personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.

L'équipe d'accueil de l'Office de Tourisme est trilingue. Elle se compose de 3 personnes permanentes, parlant français, anglais, espagnol ou allemand, et ponctuellement de saisonniers également bilingue ou trilingue.

2023														
Fonction	Nom	Compétences linguistiques					Connaissances de base	APIDAE				Digital		
		Anglais	Espagnol	Italien	Allemand	Autres		Saisie	Export	fo design	CMS	Nurtik	RS - Modération	RS - Publication
Accueil	Christel Rampon	+++	++				X	X	X	X	X	X		
	Maxime Cornard	+++			++		X	X	X	X				X
	Laetitia Beard	+++	+			+	X	X	X	X				X
	Emilie Beaupere	++	+				X	X	X	X	X			X
NIVEAU DE PRATIQUE														
+	Niveau élémentaire: compréhension et expression écrite et orale limitées													
++	Niveau intermédiaire: compréhension générale, expression écrite et orale claire et structurée													
+++	Niveau avancé: maîtrise orale et écrite													
COMPÉTENCE ACQUISE														
X	Compétences/connaissances validées													
	Aucune compétence/connaissance													
	Actuellement absente													

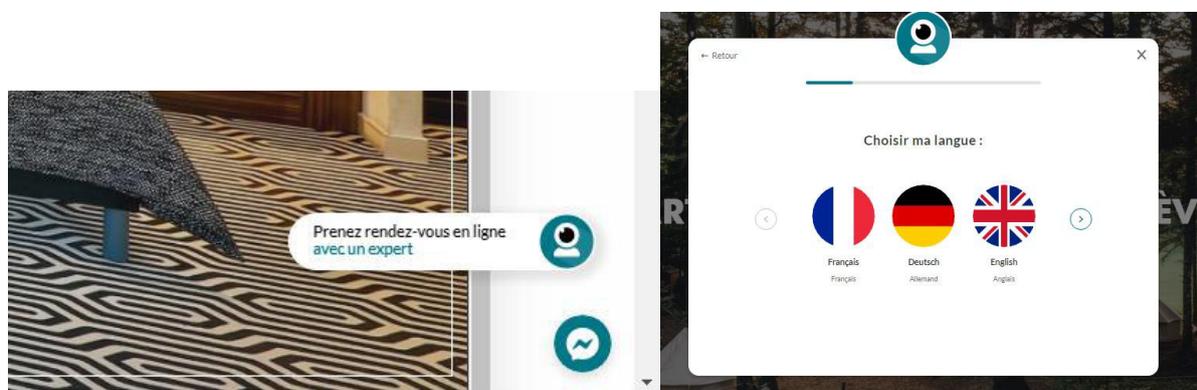
Les choix de langue sont basés sur les flux touristiques les plus fréquents ainsi que sur le suivi de l'origine des visiteurs sur le site internet de l'Office de Tourisme. L'anglais est la première langue étrangère obligatoire à maîtriser. Ensuite c'est la clientèle espagnole en front office et allemande sur le site internet qui sont les plus représentées. Les flux de clientèles étrangères à l'Office de Tourisme restent faibles et représente 10% de notre fréquentation.

Les langues étrangères font parties des critères de recrutement d'un conseiller en séjour à l'Office de Tourisme des Monts de Genève.

Par ailleurs, l'information touristique disponible sur les supports est traduite en deux langues étrangères afin d'être accessible et compréhensible pour les visiteurs étrangers.

Nous nous sommes équipés d'un nouvel outil permettant la réservation de rendez-vous personnalisés avec l'équipe accueil, et cela en 3 langues étrangères ; anglais, espagnol et allemand.

Le module « Taka » est une plus-value pour l'accueil des clientèles étrangères qui peuvent réserver un créneau avec un conseiller bilingue. Cela permet également d'ouvrir des créneaux en fonction des disponibilités des agents.



Les badges des conseillers en séjour :



Annexes :

- Organigramme accueil
- Fiches de poste

4. L'information touristique collectée est exhaustive, qualifiée et mise à jour

8. L'office du tourisme recueille, valide et diffuse une information la plus complète possible et régulièrement mise à jour, sur l'offre touristique locale relative :

- à l'offre d'hébergement ; - aux sites touristiques ; - aux événements et animations ; - aux services de transport public et privé disponibles, de location de véhicule de tous types ; - à tout autre service utile aux touristes.

Notre gestion de l'information touristique : Apidae

L'Office de Tourisme dispose d'un système de gestion informatisé permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser cette information sur l'offre touristique locale.

Toutes ces informations sont disponibles sur le site internet de l'Office de Tourisme. Certaines de ces informations peuvent être diffusées sous format papier.

L'information touristique du territoire est centralisée dans la base de données Apidae. Toute la stratégie repose sur la qualification de cette base de données touristique. L'Office de Tourisme gère l'information touristique de son territoire de référence à savoir Annemasse Agglomération et la Communauté de Communes du Genevois.

Chaque année, l'équipe d'accueil organise des sessions de mises à jour de l'information touristique. Elle recueille les informations touristiques des socioprofessionnels. Les informations Apidae sont mises à jour par l'envoi d'un formulaire aux socioprofessionnels. En parallèle, les conseillers en séjours ont pour mission de suivre quotidiennement les actualités et l'offre touristique du secteur. L'équipe saisie, modère, qualifie et publie les contenus.

L'organisation de l'information touristique interne repose sur cette base de données unique. La base de données est ensuite interfacée avec plusieurs solutions touristiques qui nous permet d'être précis et de cibler nos recommandations.

- **Le site web de l'Office de Tourisme**

Les playlists (sélections de données par segment cible) sont travaillées à partir de la base de données Apidae

- **Le Roadbook : carnet de voyage personnalisé**

Nous utilisons les contenus Apidae pour proposer des carnets de séjour, sous forme de webapp, correspondant spécifiquement aux attentes du client ; nous utilisons les critères pour segmenter nos offres

- **Edit yourself : édition de guide papier sur mesure**

Les playlists sont travaillées à partir de la base de données Apidae, ce qui permet d'imprimer des guides à la demande

Annexes :

- Cotisation annuelle Apidae
- Agenda du 01 au 15 mars 2023 édité avec les informations saisies dans Apidae
- Guide des hôtels avec Edit Yourself

5. Les supports d'informations touristiques sont adaptés, complets et actualisés

9. L'office fournit gratuitement des plans ou cartes touristiques sur support papier.

En partenariat avec les mairies d'Annemasse et Saint-Julien-en-Genevois, l'Office de Tourisme fournit des plans papiers gratuits, de ses deux villes centre.

Par ailleurs, l'OT édite deux cartes touristiques papiers, mises à jour chaque année pour permettre aux touristes de se repérer et de comprendre l'environnement qui les entoure.

Ces documents sont téléchargeables en ligne :

<https://www.montsdegeneve.com/pratique/brochures-a-telecharger/>

Annexes papiers :

- Plan de la ville d'Annemasse
- Plan de la ville de St-Julien-en-Genevois
- Carte touristique rando/vélo
- Carte touristique loisirs

11. Les informations touristiques sont accessibles sur un site internet adapté aux appareils fixes et mobiles, et compatible avec les principaux navigateurs. Le site est proposé en français, en anglais et dans au moins une autre langue étrangère, en adéquation avec la clientèle accueillie ; les traductions sont réalisées par des personnes qualifiées.

Le site web de l'Office de Tourisme : www.montsdegeneve.com

Réalisé en 2019, il est adapté aux nouveaux usages et propose des fonctionnalités poussées. Le design du site est responsive et compatible avec les principaux navigateurs (Chrome, Firefox, Microsoft).

L'objectif du site est double :

- séduire les visiteurs en apportant du contenu sur la destination
- apporter de l'information qualifiée et actualisé sur l'offre touristique

Le site fait l'objet d'un suivi quotidien par la chargée de communication digitale. Les contenus sont traités sous forme d'articles rédigés ou de sélections d'infos issues de la base de données Apidae. Les contenus sont qualifiés et thématiques en fonction des recherches et des demandes les plus fréquentes.

Côté digital, le site internet est traduit en 2 langues étrangères. Le service communication utilise deux méthodes pour le suivi des traductions. Une agence professionnelle spécialisée est mandatée chaque année, et depuis 2022, le recourt à une intelligence artificielle poussée et testée. En effet, DeepL est révolutionnaire et leader dans le monde des avancées scientifiques dans le domaine de la traduction automatique. Cette solution vient aussi d'être déployé par la société Apidae pour la traduction de ses données.

Annexes : - devis traduction

6. L'Office de Tourisme est à l'écoute du client et engagé dans une démarche promouvant la qualité et le progrès

12. L'Office de Tourisme met en place un dispositif de collecte et de traitement des réclamations et organise l'étude de la satisfaction des clients sur les différents services qu'il propose. Il met en place des actions permettant l'amélioration de l'accueil et formalise ses procédures internes.

L'Office de Tourisme met en place un dispositif de collecte et de traitement des réclamations et organise l'étude de la satisfaction des clients sur les différents services qu'il propose. L'OT met un point d'honneur à assurer un service de qualité et prend en considération les remarques des clients. Pour cela, plusieurs actions sont mises en place :

- le personnel est formé à enregistrer les remarques clients/partenaires
- des fiches de réclamations/suggestions sont éditées
- une communication pour la collecte d'avis est organisée <https://www.montsdegeneve.com/pratique/office-de-tourisme/qualite-nos-engagements/>
- des groupes qualité sont réalisés pour faire le bilan qualitatif de la destination
- un dispositif d'écoute des partenaires est en place

Pour les visiteurs :

Les fiches réclamations sont disponibles en libre-service sur le comptoir de l'OT ou peuvent être remises par un conseiller dès réception d'une remarque.

Lorsque la critique est reçue, elle est transférée au service qualité de l'OT qui prend le relais sur le traitement et les éventuelles suites.

Si la critique concerne l'OT, elle est traitée en interne et une action corrective est mise en place.

Si la réclamation concerne un prestataire externe ou une commune, un courriel est adressé à l'entité concernée pour l'informer de la critique.

Une copie est transmise à la personne mécontente pour lui signifier que sa réclamation est en cours de traitement. Un suivi est assuré par l'OT pour vérifier que la remarque est bien prise en charge.

Un process interne pour l'écoute client est partagé à l'équipe.

Pour les partenaires :

Les remarques partenaires sont enregistrées dans le fichier de suivi et font l'objet d'une revue mensuelle en réunion d'équipe.

Annexes :

- Fiche réclamation / suggestion
- Extraction Fairguest
- Procédure Ecoute client : Traitement des suggestions et réclamations

En ce qui concerne l'évaluation de la satisfaction, l'OT a choisi de réaliser des collectes d'avis clients par le biais de son compte Google. Un autocollant affiché à l'accueil permet un rappel visuel.



Toutes les actions réalisées font l'objet d'une analyse quantitative et qualitative.

13. L'Office de Tourisme est certifié ou labellisé ou détenteur d'une marque sur la base d'un référentiel national ou international relatif à la qualité de service se caractérisant par un dispositif de reconnaissance par une tierce partie.

L'Office de Tourisme a passé en 2019 l'audit global visant l'obtention de la marque Qualité.

L'audit a été passé avec succès et a reçu la notification de droit d'usage de la marque en décembre 2019.

La marque a été confirmée avec le passage d'une visite mystère en août 2021.

L'Office de Tourisme s'engage pour une qualité de services. Des réunions annuelles sont organisées pour partager les bilans des actions et dégager les pistes d'améliorations.

Par ailleurs, dans le processus d'intégration des nouveaux arrivants, une réunion sur la démarche interne est proposée aux équipes de l'OT. C'est l'occasion de partager les bonnes pratiques, les documents cadres, les process, etc. et profiter de l'occasion pour re-sensibiliser les collaborateurs.

Annexes :

- Notification commission Qualité Tourisme
- Manuel Qualité

14. L'Office de Tourisme dispose de comptes sur les réseaux sociaux et y intervient pour valoriser la destination et répondre aux questions et avis publiés

Comptes Méta : Facebook et Instagram

Positionnement éditorial :

Les pages Facebook (12 K Fans) et Instagram (3.5K abonnés) de l'Office de Tourisme ont pour vocation de promouvoir la destination des Monts de Genève auprès du grand public.

Objectifs :

Ces réseaux ont pour vocation de susciter l'envie de découvrir la destination et d'apporter une information de qualité sur ses attraits touristiques et son offre d'activités dans différents domaines : outdoor, culture, loisirs indoor, gastronomie, hébergement, événementiel.

Bien qu'il existe des nuances de traitement d'information sur Facebook et Instagram liées aux spécificités de chaque réseau, certains des objectifs sont communs pour les deux comptes sociaux de la destination :

- Valoriser la destination des Monts de Genève par l'image
- Contribuer à la création de l'image touristique du territoire
- Créer de la notoriété sur la marque
- Se positionner comme un acteur local, régional, et, voire, national
- Toucher une cible plus large de personnes connectées
- Faire connaître la destination et son offre touristique auprès du grand public
- Promouvoir les produits commercialisés par l'Office de Tourisme

L'idée est également de renforcer globalement l'image de la destination auprès de toutes les cibles désignées. La visibilité et la notoriété sont de véritables objectifs à atteindre. C'est l'immersion qui l'emporte sur l'informatif. L'approche est donc ciblée par le prisme du point de vue expérientiel.

Sur Facebook, le contenu textuel est important au même titre que le contenu visuel. Ce réseau permet à l'Office de Tourisme d'informer la communauté, partager les actualités, promouvoir des offres concrètes.

Sur Instagram, c'est l'aspect visuel qui prime : ce réseau a ses propres codes esthétiques et communicatifs. En se positionnant sur ce média social, l'Office de Tourisme cherche à fédérer des internautes et à renforcer le lien avec sa communauté. Il s'agit de faire rêver, raconter une histoire, partager une expérience à travers l'image.

Fréquence de publication :

Généralement, sur Facebook, le planning éditorial hebdomadaire compte 3 publications. Cela correspond à 11-14 publications mensuelles. Les sujets de publications varient en fonction des saisons et des publics visés (famille, couple, amis, voyageur seul).

Sur Instagram, en moyenne, une semaine compte 3 publications, mais le nombre de posts peut atteindre 4-5 publications hebdomadaires pendant les vacances scolaires, la saison estivale ou des périodes chargées en événements.

Hormis des publications classiques permanentes, d'autres formats Instagram sont utilisés par l'Office de Tourisme pour interagir avec la communauté : story, vidéo Reel et guide, pour lesquels il n'y a pas d'objectifs quantitatifs en termes de la fréquence de publication.

Le format Story est entre autres exploité pour parler des événements phares du territoire (la rubrique récurrente « Agenda du mois »). Le format Guide est utilisé pour faire des sélections thématiques des lieux ou des offres (exemple : Menus de Fêtes / Offres gourmandes de la Saint-Valentin).

Outils de suivi :

- **Planning éditorial** : Le calendrier de publication est construit d'une manière bimensuelle. C'est *le comité éditorial*, réunion mensuelle entre différents pôles de l'Office de Tourisme, qui permet de définir des sujets et des événements importants pour la période. Les comités éditoriaux ont lieu J-15 avant le mois suivant.
- **Meta Business Suite** : C'est l'outil de gestion de la page Facebook des Monts de Genève. Cette interface comprend l'outil de publication, les statistiques, la facturation publicitaire et d'autres outils de gestion du compte.
- **Sked** : Cette application permet de programmer des publications pour le compte Instagram de la destination et de suivre les indicateurs de performance sur ce réseau.

Modération :

Engagé dans la démarche qualité, l'Office de Tourisme assure une veille quotidienne d'e-réputation sur Facebook (hors week-end et jours fériés). Les internautes peuvent contacter l'Office de Tourisme via la messagerie privée, ou en laissant un commentaire public, ou un avis.

L'Office de Tourisme reçoit des messages privés de la part des internautes via Messenger. Le délai de réponse est de 48h maximum pour des demandes touristiques réceptionnées via ce canal. Le traitement quotidien est effectué par le Pôle Accueil de l'OT du lundi matin au samedi midi. L'objectif de cette démarche est de se rapprocher de la clientèle de l'OT, renforcer le lien avec le public et donner un renseignement touristique à ceux qui ne passent pas les portes de l'Office de Tourisme.

Les commentaires publics laissés sous les publications de la page Facebook de l'Office de Tourisme sont gérés par le Service Communication de l'OT (Community Manager). Si un commentaire contient une demande touristique, la Community Manager consulte le Pôle Accueil de l'OT avant d'apporter une réponse.

Sur Instagram, la veille d'e-réputation est effectuée quotidiennement. Les internautes peuvent laisser un commentaire public sous les publications de l'Office de Tourisme ou envoyer un message privé. Au total, ce réseau génère plus d'interactions avec les contenus de la destination que le compte Facebook, mais sur Facebook, l'Office reçoit des demandes touristiques plus « poussées », alors que sur Instagram, ce sont de courtes interactions et des réactions rapides qui prévalent.

Exemple de gestion de modération d'un message privé sur Facebook (géré par le Pôle Accueil) :

Bonjour je serais intéressée par la sortie en vélo sur la neige . Qui peut on contacter ?

Bonjour Stéphanie, merci pour votre message! Nous sommes absents pour le moment, mais nous allons vous répondre très bientôt ! N'hésitez pas à consulter notre site internet www.montsdegeneve.com ! 😊

ven 09:27

Bonjour Stéphanie, merci pour votre message! Pour profiter de l'activité Vélo sur la neige au Salève, vous pouvez vous rapprocher du moniteur Ludovic Fenet. Voici ses coordonnées: vtt@bureaumontagnesaleve.com / +33 6 88 07 33 24

vous pouvez également retrouver le détail de son offre en suivant ce lien: <https://roadbook.travel/r/3K675Y>

Avez vous besoin de complément d'information ?

Envoyé par Christel Monts de Genève

ven 21:11

Merci beaucoup pour votre réponse c est très clair ! Bonne soirée

Explication du cas

Une personne a demandé un renseignement concernant une sortie proposée sur le territoire.

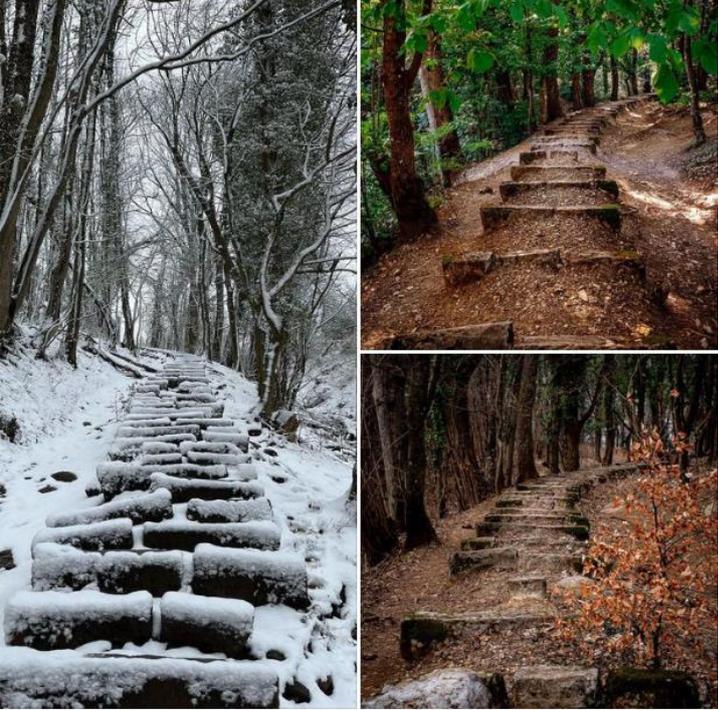
Un message d'attente lui est envoyé automatiquement.

La demande est traitée par le Pôle Accueil.

Exemple de gestion de modération d'un commentaire public sur Facebook (géré par le Pôle Communication) :

Monts de Genève
 Publié par Anastasiia Mdg [?] · 13 décembre · 🌐

L'escalier du Pas de l'Echelle à travers les saisons. 🌍🍂🌲
 #MontsdeGeneve #saleve #randonnée



10 582 Personnes touchées 1 310 Interactions [Booster la publication](#)

👍❤️ Vous et 431 autres personnes 41 commentaires 45 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager 🌐

Louve du Salève Monts de Genève Où démarre cette magnifique promenade ? J'habite le Pas de l'Echelle ? Merci d'avance !
 J'aime · Répondre · Envoyer un message · 1 sem

Monts de Genève Louve du Salève Le départ de cette randonnée se fait au Pas de l'Echelle (Chemin Berlioz). 😊
 Vous pouvez trouver son itinéraire sur notre site : bit.ly/Sentier_PasdelEchelle. 🍄 Attention, en ce moment, le sentier peut être glissant !

 MONTSDGENEVE.COM
 Le Pas de l'Echelle - Étrembières
 J'aime · Répondre · Supprimer l'aperçu · 6 j

Explication du cas :

La publication du 13 décembre portait sur l'Escalier de Monnetier à travers les saisons. C'est l'un des incontournables du mont Salève ; le sentier permettant d'accéder au Salève à pied passe par ici.

Une internaute a demandé de lui indiquer le départ de cette balade.

Réponse apportée :

Nous avons indiqué le lieu de départ du sentier à la personne ayant demandé le renseignement. Nous lui avons donné le lien vers la page de la randonnée avec son tracé et nous l'avons prévenue d'un potentiel danger (sentier glissant).

Exemple de gestion de modération d'un message privé sur Instagram :



Explication du cas :

Une personne a demandé des informations concernant les croisières de la CGN. Sachant que ce message contient une demande d'information touristique nécessitant une maîtrise avancée de l'offre, le Pôle Communication a transféré cette demande au Pôle Accueil.

Le Pôle Accueil a apporté une réponse englobant toutes les informations relatives au sujet de la demande.

Exemple de gestion de modération d'un commentaire public sur Instagram :



Voir les statistiques

Booster la publication



Aimé par faucignyglievestourisme et 159 autres personnes

montsdegeneve Depuis plus d'un siècle, ce domaine caché à flanc de Salève charme ses hôtes par son décor somptueux !

@chateau_des_avenieres.

focus_75 Il se visite ?

montsdegeneve @focus_75 Non, ce château ne se visite pas en tant que tel. Mais vous pouvez toujours découvrir l'univers de ce domaine en séjournant dans l'hôtel qui s'y trouve ou en dégustant la cuisine gourmande et généreuse de son restaurant.

Explication du cas :

Dans cette publication, il s'agit d'un site privé d'intérêt historique et patrimonial.

Un internaute s'intéresse si ce château se visite. L'équipe Communication a apporté une réponse en précisant qu'il est possible de découvrir ce site en séjournant dans l'hôtel qui s'y trouve.

Plugin Chat Messenger

En janvier 2022, le plugin Chat Messenger a été intégré sur le site web de la destination. Cet outil de discussion instantanée sert de relai entre le site et le service accueil via l'application de messagerie Facebook. Lorsque des personnes consultent le site web de la destination et cliquent sur le bouton de discussion, elles sont automatiquement redirigées vers une conversation Messenger afin d'échanger avec l'établissement.

Le plugin Chat Messenger génère de nombreux échanges et fait du compte Facebook de la destination un vrai canal de réception des demandes touristiques. Les messages réceptionnés via ce canal sont traités par le Pôle Accueil, au même niveau que toutes les autres demandes reçues via la messagerie privée.

Aperçu du site web de la destination avec le plugin Messenger



Taux d'engagement / Données de satisfaction :

Le suivi de la performance de nos réseaux passe par l'analyse de l'engagement de notre communauté. Cet indicateur nous permet de mesurer la qualité des contenus et l'intérêt qu'ils suscitent auprès des publics. Nous veillons à faire croître la communauté mais ce n'est pas un indicateur de référence.

C'est *le taux d'engagement* qui est l'indicateur clé de performance qui mesure, comme son nom l'indique, le niveau d'engagement des internautes avec un contenu. En somme, leur degré d'interaction à l'égard d'une publication.

Pour les deux réseaux, l'analyse statistique des indicateurs de performance est effectuée au début de chaque mois pour le mois précédent. Les données quantitatives sont ensuite interprétées, et le planning éditorial du mois peut être ajusté en fonction des résultats de performance.

En ce qui concerne des données qualitatives, toutes les remarques, les suggestions, les avis positifs et négatifs reçus via les comptes sociaux de la structure alimentent le tableau de suivi d'écoute client de l'Office de Tourisme, rempli par tous les services et géré par la Responsable Accueil et Qualité de la structure.

7. L'Office de Tourisme dispose des moyens humains pour assurer sa mission

16. L'Office de Tourisme emploie un directeur justifiant d'une aptitude professionnelle appropriée, titulaire d'une formation de niveau 6 ou d'une expérience professionnelle dans un poste similaire, et des collaborateurs permanents représentant au moins 5 équivalents temps plein travaillé.

L'Office de Tourisme emploie une directrice justifiant d'une aptitude professionnelle de niveau 6 et de 10 ans d'expérience au sein de l'Office de Tourisme. Arrivée en 2012 en alternance au sein du service accueil, elle a occupé les postes de commercial puis responsable commercial en 2019, avant de prendre la tête de la structure en décembre 2019.

L'équipe est composée de 13 personnes en emploi temps plein. Plusieurs pôles travaillent ensemble pour la promotion et la commercialisation de la destination :

- Pôle accueil (relation client, gestion de l'information et Qualité)
- Pôle communication promotion (digital, médias, éditions et relation presse)
- Pôle commercial (partenariat et packages touristiques)
- Pôle ressources (RH, comptabilité, taxe de séjour)

Annexes :

- Diplôme Licence (Bac+3) Mme Carole Incandela
- CV Madame Carole Incandela
- Organigramme équipe OT

8. L'Office de Tourisme assure un recueil statistique

17. L'Office de Tourisme tient à jour un tableau de bord de la fréquentation touristique locale, notamment du nombre de visiteurs accueillis à l'Office de Tourisme, la fréquentation du site internet, et dans la mesure du possible la nature et la durée des séjours, la fréquentation des hébergements touristiques, des sites touristiques, de sa zone géographique d'intervention.

L'Office de Tourisme assure la mesure statistique des principaux indicateurs d'activités.

L'accueil client :

La fréquence des contacts clients à l'Office de Tourisme est comptabilisée et qualifiée. Chaque appel, conseil client est collecté. La typologie du conseil, l'origine du client, la nature de sa demande sont systématiquement demandés. Chaque mois une extraction est réalisée pour suivre les statistiques. Une analyse semestrielle est assurée et transmise aux services tourisme des agglos de référence.

Annexes

- Indicateurs ACCUEIL (tableau de bord et fiche de qualification du client).

Le site web :

Le site internet est également suivi mensuellement. Des tableaux de bord automatisés permettent de recueillir la fréquentation du site, les origines des visiteurs, les pages les plus consultées, les taux de rebond. Le site fait l'objet d'une revue semestrielle et annuelle.

Les sites touristiques :

Nous nous basons sur les collectes de donnée de l'Agence Savoie Mont Blanc. Les grands événements et principaux sites touristiques sont audités chaque année. Cela permet d'avoir une vision de l'évolution de la fréquentation.

Nous consultons aussi nos partenaires après chaque saison estivale pour connaître leur ressenti sur la saison écoulée.

LA FREQUENTATION DES SITES, MONUMENTS ET MANIFESTATIONS								
!!! Crise sanitaire		La fréquentation des sites en 2021 est encore impactée par la crise sanitaire. Le zéro de confinement du mois d'avril s'est fait par étapes jusqu'à fin juin, puis le pass vaccinal a été instauré. Dans un climat d'incertitude, les groupes et les clients étrangers sont peu venus. On assiste toutefois à une reprise...						
Etat des données reçues au :		13/07/2022						
Mise en ligne le :		20/07/2021 version du 07/09/2022						
Mentions des sources : enquête Observatoire ASMB auprès des sites								
Les chiffres ci-dessous sont issus d'une enquête exhaustive auprès des sites, monuments et manifestations touristiques réalisée par l'Observatoire Savoie Mont Blanc.								
Seuls les sites qui ont bien voulu nous répondre et qui nous autorisent à diffuser leurs données figurent dans ce fichier.								
Les sites sont classés par ordre décroissant du nombre d'entrées réalisées en 2021.								
				!!! Crise		!!! Crise		
Nouveaux communaux	Secteur Touristique	Catégories Sites	Nom du site	Compte	Année 2016	Année 2017	Année 2021	Année 2021
	Genevois, Albanais, Arve, Faucigny	Musées	Maison du Père Noël	Comptage	139 481	163 891	22 227	169 940
	Genevois, Albanais, Arve, Faucigny	Parcs à thèmes	Parc des Epouvantails -> Le Grand Parc d'Andilly	Comptage	43 217	58 020	47 736	137 297
	Genevois, Albanais, Arve, Faucigny	Transports Touristiques	Téléphérique du Salève	Comptage	284 635	271 476	142 578	72 483
	Genevois, Albanais, Arve, Faucigny	Musées	Maison du Salève	Comptage	10 207	11 900	5 548	6 813
	Genevois, Albanais, Arve, Faucigny	Musées	Villa du Parc	Comptage	6 077	6 253	3 360	NC
	Arve - Faucigny - Genevois	Musées	Archipel Butor	Comptage			1 365	NC
	Genevois, Albanais, Arve, Faucigny	Manifestations	Les Grandes Médiévales	Comptage	60 667	39 953	annulé	annulé
	Genevois, Albanais, Arve, Faucigny	Manifestations	Festival Guitare en Scène	Comptage	ND	NC	NC	annulé
	Genevois, Albanais, Arve, Faucigny	Sites Naturels	Le Tout Petit Pays	Comptage	5 220	5 187	fermé en 2020	

En 2023, l'Office de Tourisme rejoint le programme national PILOT. Pilotage des organismes touristiques, outil lancé par ADN Tourisme. Cela permettra d'avoir des analyses plus fines des données du territoire.

Il propose un dispositif vertueux où chacun a un intérêt à :

- disposer d'indicateurs clés sur sa structure ; socio-économiques, RH
- évaluer le potentiel touristique sur son territoire (indice de touristicité ITT)
- se comparer avec tous les organismes de tourisme de France
- analyser les données pour faire sens (ex : poids économique du Tourisme, ratio budget/actions, ratio temps RH/actions ou budget...)
- identifier des marges de progrès et engager des axes de développement.

L'équipe doit suivre les formations PILOT pour maîtriser ce nouvel outil.

L'offre d'hébergements

Plusieurs dispositifs sont en place pour suivre l'offre d'hébergement de la destination :

- un observatoire hôtelier, piloté par l'OT (taux d'occupation, prix moyens)

- les statistiques du logiciel airdna : les nuitées enregistrées sur la plateforme taxe de séjour, qui permet de mieux connaître les revenus et les taux d'occupation des locations meublées louées par les opérateurs numériques
- l'outil pilot (tableaux de bord en construction)

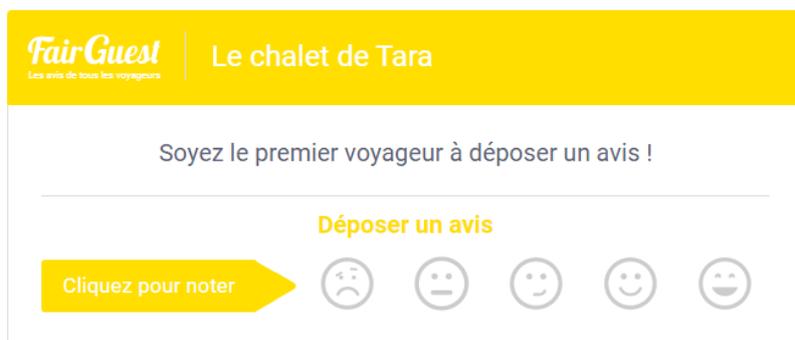
Annexes :

- Bilan Indicateurs ACCUEIL
- Tableau de bord Google Analytics
- Tableau de bord offre hébergement 2022
- Tableau de bord des sites touristiques du territoire

18. L'Office de Tourisme met en place un observatoire sur la satisfaction client à l'échelle de sa destination et une gestion de la relation client.

L'Office de Tourisme s'intéresse de près à la satisfaction de sa clientèle.
Plusieurs actions sont en place :

- 1. un module d'avis sur les fiches de présentation des socioprofessionnels valorisés sur notre site web. Il s'agit de l'outil Fairguest :**



<https://www.montsdegeneve.com/offres/le-chalet-de-tara-collonges-sous-saleve-fr-2213107/>

Dès qu'un avis est déposé, l'OT reçoit une notification. Nous avons accès à un backoffice nous permettant de suivre et modérer les avis.

Cette démarche nous permet de suivre la satisfaction des clients à l'échelle de la destination.

Les partenaires reçoivent les avis en direct et sont invités à apporter une réponse sous 72h. Après ce délai l'avis est publié sur le site.

Le rôle de l'Office de Tourisme est d'inciter les partenaires à répondre et à apporter leur justification.

Ici exemple d'un partenaire ayant répondu au client :

Un truc de fou Crazy school
 Dimanche 6 septembre 2020 - 21:55, déposé par didier.peters@hotmail.fr (87.89.143.216)

Super accueil, activités ludiques adaptées aux petits et au grand. J'ai enchaîné 4 salles avec des épreuves top (il y a notamment une épreuve dans une piscine de boules, mortell), "un conseil de classe " pour voir nos résultats...2h00 de passé et nous n'avons pas vu le temps passé ! et le pire c'est qu'on n'a pas pu faire toutes les salles et toutes les épreuves, on reviendra c'est sûr.
 Un groupe faisait un anniversaire sur place...une bonne idée pour revenir avec ma fille

10/10
 Excellent

Reponse:
 Dimanche 19 février 2023 - 23:05 contact@crazyschool.fr (212.195.190.225)
 Un grand merci pour votre retour d'expérience qui semble très réussi. Toute l'équipe des crazyprofis vous félicite pour vos belles performances familiales et vous donne rdv pour le parcours du second trimestre 😊

Establishment:
 Crazy School
 Cranves-Sales

Historique:
 Réponse rejetée : le 12 mai 2021 à 08h43 par c.rampon@montsdegeneve.com
 Réponse déposée : le 9 mai 2021 à 22h35 par contact@crazyschool.fr
 Publié : le 8 déc. 2020 à 15h59 par s.plee@montsdegeneve.com
 Déposé : le 6 sept. 2020 à 21h55 via www.montsdegeneve.com

Autre exemple de réponse à une suggestion :

webcam
 Lundi 6 février 2023 - 10:53, déposé par alloms@bluewin.ch (178.33.169.142)

joli votre site internet, et ce site touristique. Pourriez vous y mettre quelques liens pour des webcam, au sommet, et sur les points d'intérêt
 Merci bonne journée

8.0/10
 Très bon

Reponse:
 Jeudi 9 février 2023 - 11:32 crampon@montsdegeneve.com (82.127.37.198)
 Bonjour,
 Merci pour votre commentaire et cette suggestion! Nous allons étudier les flux possibles pour proposer une webcam sur notre site web !
 Excellente journée
 Christel

Establishment:
 Le Grand Piton, point culminant du Salève
 Beaumont

Historique:
 Réponse validée : le 9 févr. 2023 à 11h32 par c.rampon@montsdegeneve.com
 Réponse déposée : le 9 févr. 2023 à 11h32 par c.rampon@montsdegeneve.com
 Déposé : le 6 févr. 2023 à 10h53 via montsdegeneve.com

Ces avis sont intégrés au suivi général des réclamations et suggestions le cas échéant.

L'Office de Tourisme est en train d'acquérir la version 2 de « Fairguest » qui permet l'agrégation des données des sites d'avis publics sur lesquels se trouvent les prestataires d'hébergement ou d'activité. Cet outil, facile d'utilisation, donne une visibilité globale de la réputation de sa destination et permet aussi une analyse très fine de l'évolution des avis par prestataires, par filière ou encore par période. Fairguest offre aussi la possibilité d'un comparatif avec la quinzaine d'autres destinations qui utilisent la solution.

Des campagnes de collecte d'avis clients sont aussi organisées ponctuellement sur l'année par l'OT. Cela signifie que certaines semaines, les agents d'accueil touristiques questionnent davantage les visiteurs pour leur demander leur avis suite à l'échange reçu.

2. Le suivi des réclamations à l'échelle de la destination :

Nous enregistrons également les remarques des clients reçues à l'Office de Tourisme. Lorsqu'une remarque est récurrente et concerne la destination nous organisons un groupe local qualité avec les interlocuteurs dédiés.

Exemple : Nous avons actuellement un sujet autour de la politique des taxis présents sur la ville d'Annemasse.

Suite à plusieurs plaintes de clients et remontées de nos partenaires hôteliers sur le manque d'offres, nous avons choisi de mobiliser la commune concernée, compétente pour la livraison des licences.

Des rencontres politiques et techniques sont réalisées pour suivre ce sujet de prêt pour tenter de faire évoluer la situation.

GESTION DE LA RELATION CLIENT :

La gestion de la relation client est au cœur des préoccupations de l'Office de Tourisme.

Pour l'axe grand public :

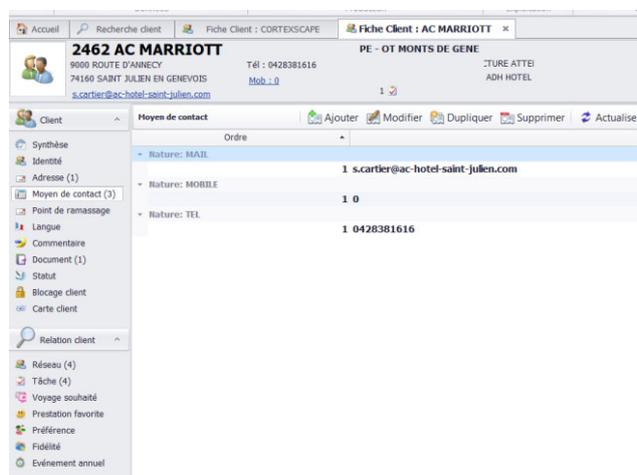
Nous avons mis en place des outils interconnectés entre eux pour répondre au mieux au client. Nous avons plusieurs dispositifs en place pour répondre aux demandes des clients comme le Roadbook. Grâce à cet outil, nous analysons les centres d'intérêts de nos visiteurs et nous pouvons également collecter les données sur leur séjour. Nous déployons un cercle vertueux avec des dispositifs d'écoute complémentaires.

Nous pouvons fidéliser avec l'envoi de newsletter notamment.

Pour l'axe affaires et partenaires :

Nous utilisons un logiciel de suivi clients et prestataires « GRC » nommé **Abc Tourisme**. L'intérêt est d'enregistrer les préférences des clients dans l'outil et de suivre l'évolution du réseau de nos partenaires.

En outre, les échanges sont inscrits (dates de contact, relances, avis, etc.) pour conserver un historique des échanges et ainsi centraliser les informations pour tous les membres de l'OT.



9. L'Office de Tourisme met en œuvre la stratégie touristique locale

19. L'Office de Tourisme élabore et met en œuvre une stratégie touristique précisant les missions de l'Office de Tourisme dans les domaines suivants :

- *politique d'accueil ;*
- *commercialisation ;*
- *animation du réseau des acteurs touristiques, accompagnement dans la transition numérique, assistance aux porteurs de projet ;*
- *promotion de la destination et communication grand public ;*
- *actions de sensibilisation des touristes et des acteurs touristiques en matière de protection de l'environnement et de développement durable ;*
- *amélioration de l'offre touristique à travers le classement des hébergements et la diffusion des marques.*

Cette stratégie touristique est validée par la collectivité.

L'Office de Tourisme travaille conjointement avec ses agglomérations de tutelle : Annemasse Agglo et la Communauté de Communes du Genevois

En 2020, une convention d'objectifs tripartite a été rédigée. La convention détaille les grandes orientations et les objectifs assignés à l'Office de Tourisme, pour une durée de 3 ans.

La construction de cette convention repose sur l'organisation de plusieurs groupes de travail. Les acteurs locaux socioprofessionnels, institutionnels ont été rassemblés pour échanger et identifier les pistes de travail.

Depuis 2022, les agglomérations ont choisi de travailler un schéma de développement touristique. Le schéma de développement touristique constitue un outil d'aide à la décision permettant de mettre en œuvre une politique touristique durable et concertée sur le territoire.

Annemasse Agglomération et la Communauté de Communes du Genevois ont mandaté un cabinet externe.

Le plan marketing 2023, ainsi que les orientations de la prochaine convention d'objectifs tiendront également compte des préconisations présentées dans cette étude.

Les stratégies d'accueil, de communication, commerciales et partenariales sont revues annuellement et font l'objet d'un plan d'action. Vous trouverez le détail dans la présentation du plan marketing.

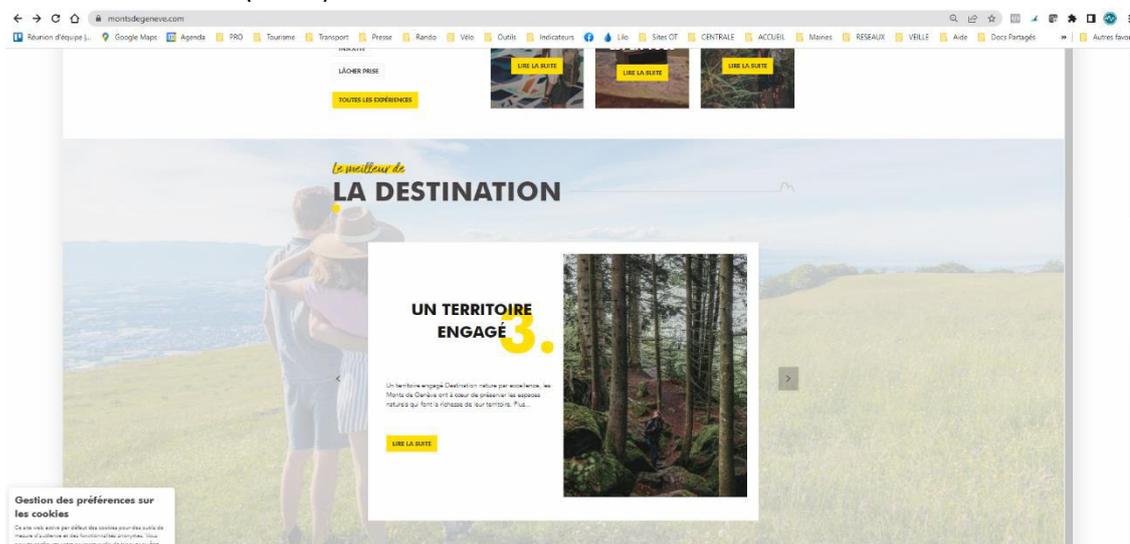
L'Office de Tourisme s'engage dans la promotion d'activité durable et respectueuse. Toutes les dimensions touristiques de la destination sont traitées sous l'angle durable :

- Les initiatives écoresponsables par filières :
- ❖ **La Gastronomie** : Nous veillons à promouvoir les circuits courts, les producteurs locaux et les établissements travaillant le terroir local. Des focus sont faits sur les établissements engagés dans nos différents supports comme par exemple : [les recettes des chefs](#)
- ❖ **L'hébergement** : Nous encourageons les hébergeurs à respecter les gestes écoresponsables (proposition à rejoindre des labels qualitatifs). Nous proposons des rencontres entre professionnels pour partager les bonnes pratiques. Nous sensibilisons nos partenaires au mobilités douces avec notamment l'encouragement à l'engagement dans le réseau Accueil vélo

- ❖ **Les Mobilités** : Nous valorisons les déplacements en mobilité douce & active. Nous travaillons de sorte à mailler le territoire avec les acteurs transports pour apporter des solutions écoresponsables.
 La Maison de la Mobilité et du Tourisme a été conçue afin de valoriser les initiatives durables.
- ❖ **La Nature** : Nos 3 massifs, le Salève, le Vuache et les Voirons sont des espaces naturels protégés. L'équipe est sensibilisée à la protection des espaces et au discours à tenir aux visiteurs.
 Des messages de sensibilisations aux visiteurs, randonneurs, sont indiqués sur nos supports papiers et digitaux (consignes comportements écoresponsables : zones sensibles et protégées, écogeste, etc.)
- ❖ **Les activités** : Nous veillons à proposer un programme d'activités responsables et valorisant l'environnement. Nous organisons des rencontres avec les syndicats ou les animateurs Natura 2000 pour être formés aux bons comportements et aux bonnes pratiques en milieu naturel.

Voici quelques exemples de nos communications durables :

- un territoire engagé <https://www.montsdegeneve.com/decouvrir/un-territoire-engage/>
- [les bonnes pratiques en milieu naturel | monts de Genève – votre évasion nature dans le grand Genève \(montsdegeneve.com\)](https://www.montsdegeneve.com/decouvrir/un-territoire-engage/les-bonnes-pratiques-en-milieu-naturel-monts-de-geneve-votre-évasion-nature-dans-le-grand-geneve-montsdegeneve.com)
- des sensibilisations au public via les réseaux sociaux (faune, flore, espace naturels protégés)
- des impressions de brochures maîtrisées et raisonnées (suivi des stocks et sites de diffusion)
- nous avons choisi de travailler un outil digital innovant tel que le roadbook afin de réduire les impressions de brochures touristiques.
- nous encourageons nos professionnels à suivre des formations sur le tourisme durable. des recommandations de formations sont proposées sur l'espace partenaires, via le réseau des offices de tourisme (IDT74)



Annexes :

- Convention d'objectifs
- Plan marketing 2023
- Stratégie environnementale

Annexes

1 : L'Office de Tourisme est accessible et accueillant

- Plan de la Maison de la Mobilité et du Tourisme
- Facture Wifi Noodo 2022-2023

2 : Les périodes et horaires d'ouverture sont cohérents avec la fréquentation touristique de la zone géographique d'intervention

- Calendrier des jours d'ouverture
- Délibération fixant les jours d'ouverture de l'Office de Tourisme

3 : L'information est accessible à la clientèle étrangère

- Tableau des compétences
- Organigramme accueil
- Fiches de poste Chargé d'accueil et de promotion touristique
- Devis signé Agence de Traduction

4 : L'information touristique collectée est exhaustive, qualifiée et mise à jour

- Cotisation annuelle Apidae
- Agenda du 15 au 28 aout édité avec les informations saisies dans Apidae

5 : Les supports d'informations touristiques sont adaptés, complets et actualisés

- Plan de la ville d'Annemasse
- Plan de la ville de Saint-Julien
- Carte touristique randonnée et cyclo
- Carte des loisirs
- Magazine de la destination
- Devis de traduction

6 : L'Office de Tourisme est à l'écoute du client et engagé dans une démarche promouvant la qualité et le progrès

- Fiche réclamation / suggestion
- Procédure Traitement des suggestions et réclamation
- Notification commission Qualité Tourisme
- Manuel Qualité
- Charte éditoriale réseaux sociaux

7 : L'Office de Tourisme dispose des moyens humains pour assurer sa mission

- CV de la Directrice
- Diplôme de Licence de la Directrice
- Organigramme

8 : L'Office de Tourisme assure un recueil statistique

- Indicateurs ACCUEIL (tableau de bord et fiche de qualification du client)
- Tableau de bord Google Analytics
- Bilan annuel 2022
- Tableau de bord des sites touristiques du territoire
- Extraction Back office Faiguest
- Module d'avis sur le site de l'Office de Tourisme

9 : L'Office de Tourisme met en œuvre la stratégie touristique locale

- Convention d'objectifs
- Plan marketing 2023