



RAPPORT D'ACTIVITE 2021

Plan d'actions 2022

Agence Touristique des Vallées de Gavarnie

PARTIE 1 - Les données clés de 2021 - P3

Les principaux attraits touristiques de notre territoire
La capacité d'hébergement de nos vallées
Fluctuation de la fréquentation touristique sur l'année 2021, une année en deux temps
Quelle fréquentation de nos sites touristiques ?

PARTIE 2 - Fonctionnement et perspectives de l'ATVG – P12

L'organisation territoriale
L'organisation nominative par pôle et mission
Objectifs stratégiques à 5 ans

PARTIE 3 - L'ATVG au service de ses visiteurs : un accueil et des produits qui s'adaptent à leurs besoins – P16

Chargés de Relation clients, des missions polyvalentes
L'accueil dématérialisé
L'accueil hors les murs à bord du Combivan
L'accueil hors les murs le triporteur
Le contact avec la clientèle : quelques données chiffrées
Evolution de la fréquentation par Point d'Information touristique
Origines des clientèles
Réorganisation des accueils imposée par la situation sanitaire
La gestion de la documentation et des éditions
La documentation produite par l'ATVG
La boutique et les prestations touristiques
Visites guidées et accueil numérique
La nouvelle offre Pragnères 4.0

PARTIE 4 - 2021, une année au service des socioprofessionnels - P34

Une plateforme pour informer et accompagner les socioprofessionnels du territoire
Des newsletters régulières pour maintenir le lien
Un accompagnement personnalisé des prestataires de notre territoire
La gestion constante de la base de données Tourinsoft

PARTIE 5 - Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée – P35

Quels marchés pour quelles cibles ?
Un repositionnement pour s'adapter à la crise sanitaire
Un site Internet complet et attractif
Adaptation du site internet aux règles sanitaires en vigueur
Les fiches Google My Business, génératrices de flux
Les campagnes de référencement Google Ads
Les réseaux sociaux, une vitrine digitale
Opération Influenceurs
Le Blog, un magazine digital
Des newsletters commerciales régulières
La promotion auprès du Grand Public
Des relations privilégiées avec les journalistes
Les partenariats presse
Affichage et soutien à la communication événementielle territoriale
Les opérations liées au Pass Grand Ski Pyrénées
Enquête de destination réalisée auprès des clientèles

PARTIE 6 - Les actions partenariales, l'animation du réseau et la valorisation des filières - P62

L'engagement auprès des prestataires
Le classement des meublés de Tourisme
La montée en gamme des meublés de tourisme
Des sessions de visites-conseils
Des sessions de labellisation en continu assurées par l'ATVG
Des actions de communication et de valorisation de l'offre labellisée
L'animation du Club des ambassadeurs
La mise en tourisme de filières outdoor : randonnée, trail et ski de randonnée
Le partenariat avec le Parc national des Pyrénées
La valorisation du site patrimoine mondial Pyrénées Mont-Perdu

PARTIE 7 - Les engagements de l'ATVG - P81

L'engagement sur la qualité de services
La RSE : un état d'esprit qui gagne du terrain





PARTIE 1

Les données clés de 2021

Partie 1 : Les données clés de 2021

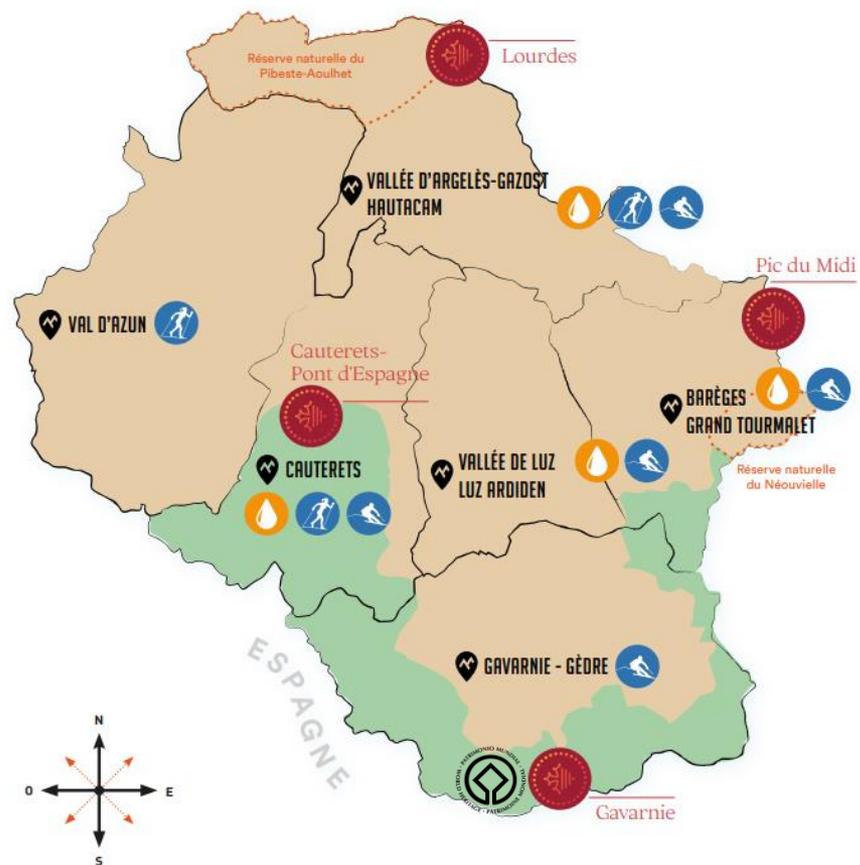
Les principaux attraits touristiques de notre territoire

46 communes - 16 281 habitants

- 5 domaines skiables : Grand Tourmalet, Cauterets, Luz-Ardiden, Gavarnie-Gèdre, Hautacam
- 3 espaces nordiques : Pont d'Espagne, Hautacam, Val d'Azun
- 4 établissements thermaux et 4 centres thermoludiques
- 2 sites inscrits sur la liste du Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO
- 1 Parc national des Pyrénées
- 2 Réserves Naturelles Régionales : Pibeste et Néouvielle
- 1 réserve internationale de ciel étoilé
- 3 Grands Sites Occitanie
- Une offre d'activités outdoor variée
- Des sites de visites et de découverte reconnus

Offre et fréquentation territoire Pyrénées - Vallée des Gaves

	Offre		Nuitées totales
	Nbre	lits	
Hôtels	60	2887	243 000
Campings	66	14937	711 000
Meublés	1 982	8343	595 000
Chambres d'hôtes	53	411	42 000
Résidences de Tourisme	11	3002	301 000
Autres hébergements collectifs	31	2269	241 000
Autres Hébergements	56	1597	114 000
Total marchand	2 259	33 446	2 247 000
Résidences secondaires	8 903	40 076	1 643 000
Total marchand et non marchand	11 162	73 522	3 890 000



Source: obs. éco HPTE

Partie 1 : Les données clés de 2021

La capacité d'hébergement de nos vallées

Répartition dans les Vallées des Gaves

	ATVG		Cauterets		Luz-Saint-Sauveur		Total lits
	Nombre de biens	Capacité en lits	Nombre de biens	Capacité en lits	Nombre de biens	Capacité en lits	
Meublés	1430	6673	654	2892	261	1171	10736
Hôtels	32	1388	11	638	4	188	2214
Campings	45	10898	8	1654	3	563	13115
Hébergements collectifs	29	1195	5	151	3	91	1437
Chambres d'hôtes	39	300	3	30	3	27	357
Résidences de tourisme	4	332	6	1608	6	1708	3648
Refuges	9	373	6	324			697
Total	1588	21159	693	7297	280	3748	32204

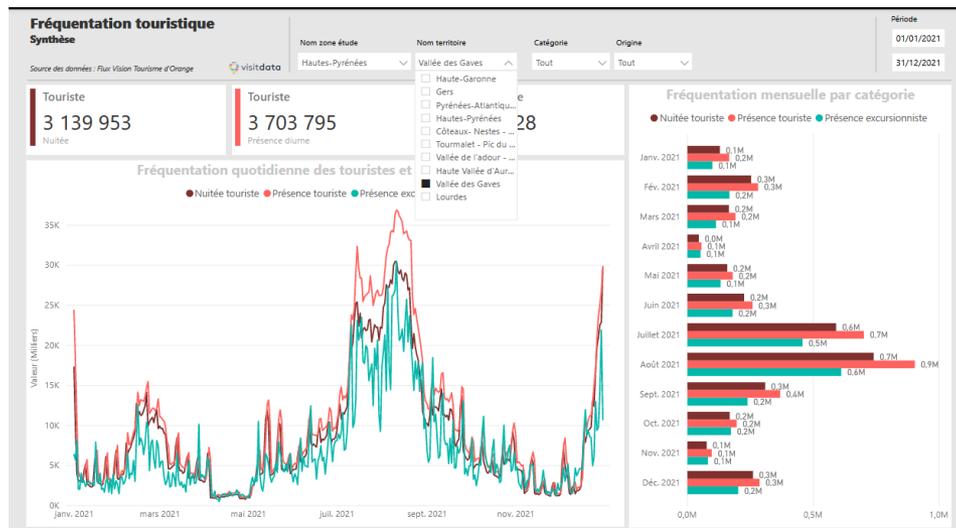


Répartition dans les Vallées de Gavarnie par marque territoriale

	Vallée d'Argelès-Gazost		Val d'Azun		Vallée de Luz		Barèges		Gavarnie-Gèdre	
	Nombre de biens	Capacité en lits	Nombre de biens	Capacité en lits	Nombre de biens	Capacité en lits	Nombre de biens	Capacité en lits	Nombre de biens	Capacité en lits
Meublés	523	2203	234	1082	258	1233	293	1466	122	689
Hôtels	15	638	1	95	4	219	6	175	6	261
Campings	19	5895	11	1534	9	2905	1	78	5	486
Hébergements collectifs	4	211	10	262	3	87	4	241	8	394
Chambres d'hôtes	17	117	7	69	5	33	2	24	8	57
Résidences de tourisme	3	232	1	100	0	0	0	0	0	0
Refuges	0	0	3	106	0	0	1	60	5	207
Total	581	9296	267	3248	279	4477	307	2044	154	2094

Partie 1 : Les données clés de 2021

Fluctuations de la fréquentation touristique sur l'année

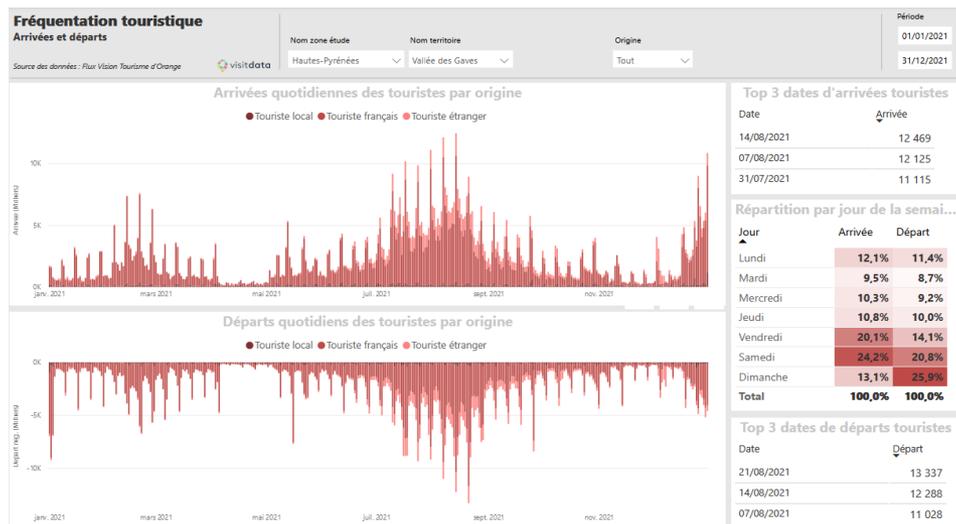


Les données issues du système Flux Vision font apparaître une fréquentation en hausse sur 2021 avec **3 700 000 journées touristiques** estimées. Un mois de septembre très positif, mais des arrêts totaux mi-mars et fin octobre très marqués.

Les étrangers ont été globalement moins présents (11%) ce qui s'explique en particulier par l'absence de la clientèle espagnole durant l'hiver. L'été a vu un retour de cette clientèle mais aussi de celle du Bénélux et du Royaume Uni.

Concernant la clientèle française, retour à une situation pré covid avec une primauté de nos clientèles traditionnelles de l'arc atlantique et même une hausse de cette clientèle.

Concernant **les nuitées touristiques**, elles sont **estimées sur l'année à 3 140 000** et sont en hausse par rapport à l'année précédente, en particulier les mois d'août et de septembre. Bien sûr les mois d'octobre / novembre sont en hausse puisqu'en 2020 nous connaissions le second confinement



Données sur la fréquentation globale : estimation issue du système Flux Vision basé sur la mesure des connexions de téléphones mobiles sur le territoire.

Partie 1 : Les données clés de 2021

2021, une année en deux temps: complexe l'hiver, en hausse l'été et l'automne

3 140 000 est le nombre de nuitées estimées sur l'année 2021, soit près de 300 000 de plus qu'en 2020, mais toujours 300 000 de moins qu'en 2019.

89% de clientèle française (Gironde 14,6% 44: 6,7%; 31: 6%; 64: 5,6%)

11% de clientèle étrangère (Espagne: 37%)

Estimation nuitées 2021	Français (hors 65)	Etrangers	Locaux (65)
Janvier	111752	8433	10481
Février	240287	4524	9902
Mars	153527	3918	9066
Avril	34753	3407	8636
Mai	142808	5192	11757
Juin	197363	17028	12537
Juillet	491171	84855	16382
Août	623739	103414	14463
Septembre	249775	48350	12527
Octobre	136177	20630	12810
Novembre	61025	6631	10455
Décembre	208848	37403	15927



L'hiver 2020-2021

L'hiver 2020 –2021 a été totalement tronqué par la fermeture pour cause sanitaire des remontées mécaniques. Il a fallu s'adapter, innover pour permettre un accueil de qualité, malgré tout le recul d'activité et la baisse de fréquentation.

Les grands sites naturels ont pu à minima compenser cette baisse d'activité et de fréquentation du fait de leur diversification naturelle mais l'impact de ces restrictions a été fortement ressenti.

HPTE a résumé ainsi la situation : "Force est de constater que, malgré l'attrait des activités hors ski, les destinations de montagne sans leurs remontées mécaniques ont inexorablement perdu une part importante de leurs clients et de leur volume d'affaires"



Chacun craignait un été difficile à gérer avec une fréquentation potentiellement très forte en montagne. Même si cette fréquentation a été très marquée et en augmentation, les conditions de déroulement ont été plus fluides que l'été précédent; chacun ayant pu anticiper, s'organiser, sensibiliser...

Les sites naturels d'altitude en raison d'une météo « capricieuse » connaissent une fréquentation assez stable par rapport à 2020 mais au-delà de celle de 2019.

Les prestataires d'activités outdoor ainsi que les commerces de bouche sont très satisfaits de leur saison. Il semble que les piscines de plein air aient connu un été difficile entre météo peu favorable et mesures sanitaires contraignantes.

Certains sites de visites et les restaurants ont été impactés par l'entrée en application du pass sanitaire, respectivement au 21 juillet et 9 août. La mise en place d'un centre de dépistage antigénique à Argelès-Gazost dès le 9 août a permis de faciliter les accès aux restaurants et autres sites et activités soumises au pass sanitaire. Le niveau de consommation semble avoir globalement résisté.



La fréquentation locale/excursionniste s'est légèrement tassée. Nous notons une bonne fréquentation de la clientèle française et un recul de la clientèle étrangère, particulièrement des Anglais. Pas d'effet Tour de France marqué sur la clientèle étrangère comme en 2019.

La diminution de fréquentation de la semaine de transition entre juillet et août a été ressentie plus fortement que les années précédentes.

Zoom sur le mois de juin : l'avant-saison n'a pas encore retrouvé les niveaux de fréquentation d'avant COVID, en particulier pour la clientèle étrangère. La saison a démarré en douceur. Les nuitées de juin sont estimées à 226 928 contre 326 932 en 2019, soit un recul de 31%.



Données nuitées flux vision sur Juillet/août (données pour septembre non disponible)

- Nuitées globales estimées 2021 : **1 334 024**
 - Nuitées globales estimées 2020 : 1 253 526
 - Nuitées globales estimées 2019 : 1 176 554
- Soit une hausse de : 9,39% entre 2020 et 2021
13,38% entre 2019 et 2021
- Répartition des nuitées : 44,5% en juillet et 55,5% en août (idem en 2020 – 48% - 52% en 2019).



Quelques retours de sites de fréquentation majeurs :

*Parc animalier des Pyrénées →
*Bike Park Tournaboup →
*Gavarnie →
*Hautacam →

* Pic du Midi →
* Petit train Troumouse →
* Pont d'Espagne →
* Soulor →

Quelle fréquentation de nos sites touristiques ?



Domaines skiabiles (fermés)

- Grand Tourmalet : 0
- Cauterets : 0
- Luz-Ardiden : 0
- Gavarnie-Gèdre : 0
- Hautacam 0



Espaces nordiques (fermés)

- Hautacam (nordique) : 0
- Pont d'Espagne : 0
- Val d'Azun : 0



Thermalisme et bien-être

Du fait de la pandémie, les données 2021 ne sont absolument pas représentatives pour être communiquées.



Les sites les plus visités

De 50 000 à
100 000 visiteurs

La Fruitière
Donjon des Aigles
Télécabine du Puntas
Mountain Luge du Hautacam

De 100 000 à
300 000 visiteurs

Lac d'Estaing
Lac du Tech
Vallée Héas - Troumouse - Estaubé
Pic du Midi
Parc animalier des Pyrénées

Plus de
300 000 visiteurs

Cirque de Gavarnie
Pont d'Espagne
Col du Tourmalet

Actions 2022 : prestations suivi G2A ?

A wide-angle landscape photograph of a mountain valley. In the foreground, a lush green hillside slopes down from the left, covered in dense trees and a few small buildings. The middle ground shows a valley floor with more buildings and a winding road. In the background, a range of rugged, forested mountains stretches across the horizon under a sky filled with large, white and grey clouds. The overall atmosphere is bright and natural.

PARTIE 2

Fonctionnement et
perspectives de l'ATVG

Partie 2 : Fonctionnement et perspectives de l'ATVG

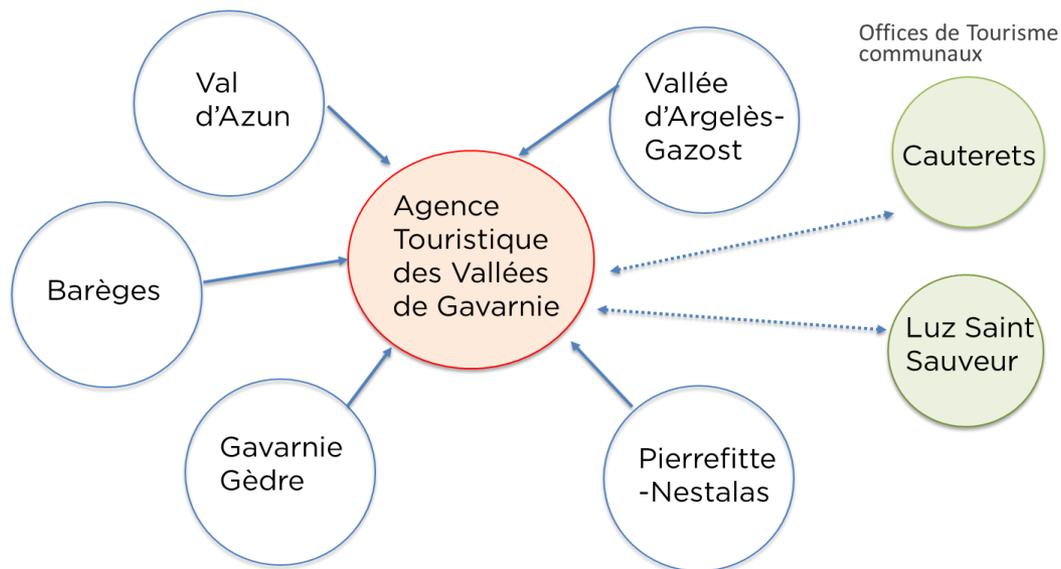
L'organisation territoriale

L'ATVG depuis le 1^{er} juillet 2017

Le Comité de Direction
élu en octobre 2020

Président : Pascal Arribet

Vice-Président : Thomas Dubié



9 conseillers communautaires :

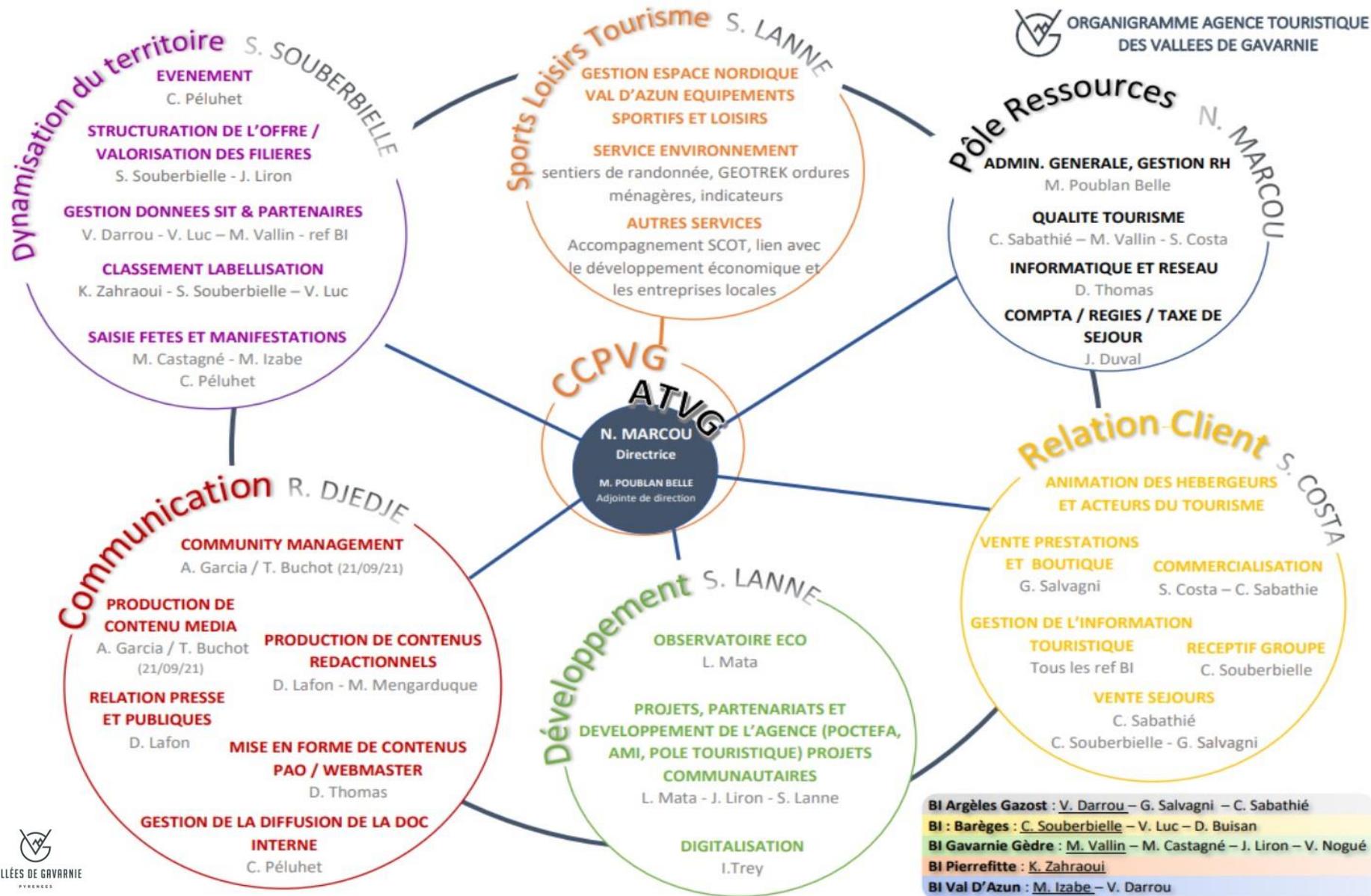
ARRIBET Pascal
DULOUT GLEIZE Andrée
VERGEZ Sophie
LEGRAND Charles
CAZAUX Jean-Pierre
VUILLAUME Patrice
ZARAGOZA Nicolas
TREY Françoise
HAURINE Jean-Bertrand

6 représentants des professionnels du tourisme

SEMPER Stéphane représentant les activités de Pleine Nature
THEIL Jean-François représentant les meublés de tourisme
BERNARDET Blandine représentant les domaines skiables
GERBEAU Brigitte représentant l'hôtellerie, la restauration et les commerces
DUBIE Thomas représentant l'Hôtellerie de Plein Air
LAGUERRE Alain représentant les établissements thermaux et thermoludiques

Partie 2 : Fonctionnement et perspectives de l'ATVG

L'organisation nominative par pôle et mission



Les objectifs stratégiques à 5 ans

S'orienter **services** tant pour les clients que les prestataires et les habitants :

- renforcer les partenariats,
- accompagner les partenaires dans la montée en compétence et le développement de leur projet,
- qualifier les hébergements,
- devenir fédérateur de tous les habitants (culture d'accueil touristique, communauté d'ambassadeurs...).

Être **digitalisé** grâce aux outils mobiles et connectés pour répondre aux nouveaux modes de consommation :

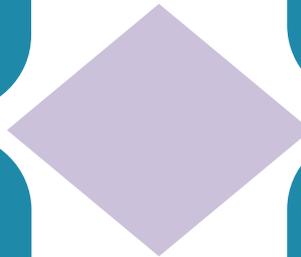
- disposer d'informations actualisées en temps réel,
- connaître le profil des clients et proposer des prestations adaptées à leurs attentes et des expériences uniques grâce à l'internet de séjour ,
- exploiter les données clients.

S'orienter **développement commercial** en déployant les outils de commercialisation nécessaires à la mise en marché de l'offre sur tout le territoire :

- développer la vente on-line et off-line ,
- imaginer des produits innovants,
- rendre accessible l'offre d'activités et de découverte en temps réel ,
- créer une boutique de produits marketés «vallées de Gavarnie ».

Être **disponible pour les excursionnistes** :

- optimiser le fonctionnement des points d'accueil fixes et mobiles,
- être capable de s'adapter à la fréquentation,
- proposer des offres adaptées,
- faire des prestataires des relais de proximité.





PARTIE 3

L'ATVG au service de ses visiteurs : un accueil et des produits qui s'adaptent à leurs besoins

L'accueil dématérialisé



Au vu des conditions sanitaires et afin de conseiller nos clients dans les meilleures conditions, deux outils ont été mis en place :

- Le chat : une messagerie web instantanée permet aux utilisateurs de contacter en temps réel un chargé de relation client.
- Les rendez-vous en visio : depuis notre site, les clients peuvent s'inscrire à des rendez-vous en visio avec un chargé de relation client. Ces rendez-vous à distance permettent d'approfondir les demandes des clients, de préparer leurs séjours de façon complètement personnalisé sans qu'ils n'aient à se déplacer dans les points d'Information touristique.

LE CHAT

- **425 chats** au total (-27% par rapport à 2020)
- Taux de satisfaction : **92%**
- Durée moyenne du chat: **11min**
- Demandes concernant majoritairement les randonnées, les hébergements, les accès...



Problème des nombreuses coupures internet journalières qui font manquer des contacts en ligne.

LES RDV EN VISIO

- **24 RDV personnalisés réalisés** et suivi après la visio pour informations complémentaires
- Principaux sujets évoqués :
Randonnées/ raquettes
Que faire en VDG
Résa visite EDF
Hébergement
Divers sur d'autres activités





L'ACCUEIL HORS LES MURS A BORD DU COMBIVAN

Objectifs principaux :

- Sensibiliser les visiteurs aux gestes écocitoyens en distribuant les kits du randonneur.
- Assurer un accueil hors-les-murs pour l'Agence Touristique et informer les visiteurs.

Objectifs secondaires :

- Informer les visiteurs sur les risques qu'implique la pratique de la randonnée et créer un message de prévention.
- Organiser des événements écocitoyens avec les visiteurs et des structures d'accueil d'enfants.
- Transmettre et sensibiliser autour de la préservation du patrimoine naturel des Pyrénées.
- Désengorger les sites qualifiés comme sur-fréquentés en orientant les visiteurs.

2 VOLONTAIRES EN SERVICE CIVIQUE (CONTRAT DE 24H) & 1 TUTEUR



Christophe ATVG



Pauline



Urbain



970 heures sur 2 mois : UNE ACTION NECESSITANT UNE EQUIPE SOUPLE ET TRES DISPONIBLE



12 132 € Location CombiVan, assurance additionnelle, petites réparations, trousse de secours, goûter pour les enfants, fournitures animations, carburant

En partenariat avec le Parc national des Pyrénées



SITES VISITÉS PAR LE COMBI-VAN



- 48 jours sur le terrain pour 64 installations du combi.
- 4 rendez-vous pédagogiques : Colonie « Vers les Cimes », « les Farfadets » (x 2j) et « les copains d'abord »
- Nous avons été accueillis par 9 communes sur 21 lieux différents.
- Au total, ce sont environ 2700 personnes informées pour 1600 kits du randonneur donnés.

On a parlé
de nous !

- 1 reportage sur **Fréquence Luz**
- 1 interview à la **Dépêche du Midi**
- 1 reportage passé deux fois au **JT de France 3**
- 1 clin d'œil sur **BFMTV**



L'ACCUEIL HORS LES MURS SUR LE TRIPORTEUR

Objectifs principaux : 2^{ème} expérience d'accueil hors les murs pour Gavarnie :

- Désengorger l'accueil du BI en captant le flux des visiteurs sortant des parkings
- Diffuser le 1^{er} niveau d'information et orienter le public vers le cirque
- Circuler au cœur du village en 2^{ème} partie de journée pour créer du lien avec les socio pros et suggérer de nouveaux programmes de découverte

Retours des équipes :

- Peu maniable et lourd
- Problème d'identification

Bilan du dispositif :

- Résultat décevant : les freins identifiés ont limité l'efficacité du dispositif.
- Peu de déplacements sur site
- Difficulté d'appropriation par les équipes
- Accompagnement et suivi des équipes à renforcer
- Signalétique à compléter

Le contact avec la clientèle : quelques données chiffrées

Dans le contexte COVID tous les clients accueillis dans les bureaux d'information ont eu un contact avec les chargés de relation clients



48 293 demandes d'information
touristique au comptoir (+ 6,6 %)

Saison estivale : **37 123** (+3,6%)

- Juillet/août : **28 139** (-1,52%)*
- Hiver : **9 948** (+0,9%)

*(dont accueil déporté à Gavarnie avec triporteur 2821)

Découpage des données :

Hiver : décembre à mars

Saison estivale : d'avril à novembre

Source: saisies de la base de données par les chargés de relation-client



26609

appels téléphoniques
traités (+52%)

Sais estivale **13 752**
juil./août 7123
Hiver 11 772



1496 *

Mails reçus



2217 *

Courriers & mails envoyés



*Données non consolidées
et non fiables par absence
de régularité de saisies par
les CRC

Evolution de la fréquentation par point d'information touristique



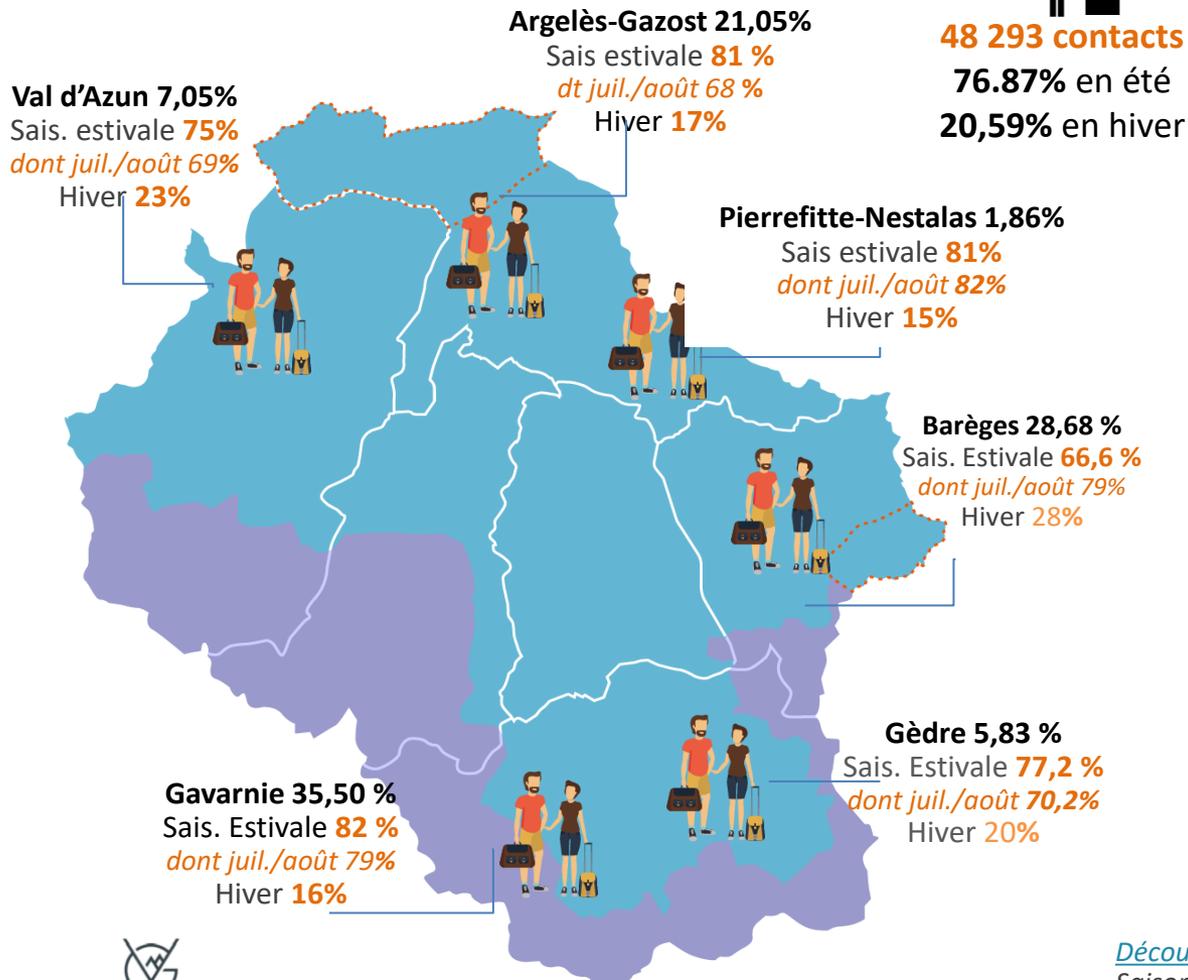
Fermeture pour confinement du 03 Avril au 03 Mai 2021
Soit 26 jours de fermeture

Bureau d'information	2019	2020	2021	Pourcentage d'évolution entre 2020 et 2021
Argelès-Gazost	11188	7669	10166	+32%
Val d'Azun	4471	2380	3409	+43%
Barèges	10485	9379	13853	+47%
Gavarnie	11185	20184	17147	-15%
Gèdre	4244	4815	2817	-41%
Pierrefitte	774	880	900	+2%
TOTAL	42347	45307	48293	+6,6%

La fréquentation annuelle par point d'accueil



*analyse des contacts et non des visiteurs en raison des contraintes de flux COVID



Informations les plus demandées dans les points d'accueil

1. Activités de pleine nature **47%**
dont : balades & rando 68%
ski et activités neige 13%
vélo/VTT 9%
2. Services et Infos pratiques **15%**
3. Météo/accès stations/état des routes **11%**
4. Activités de loisirs **9%**
5. Fêtes et manifestations **8%**

La fréquentation de lieux partagés



- **Millaris/salle d'escalade :**
626 pers **(+42%)**
Ouvert de janvier à mi-mars seulement
- **Maison du Parc national des Pyrénées (Val d'Azun)**
Nbr de pers en groupe constitués : 110 Pers



Découpage des données : Hiver : déc. à mars
Saison estivale : avril à novembre

L'accueil et l'information – Origine des clientèles

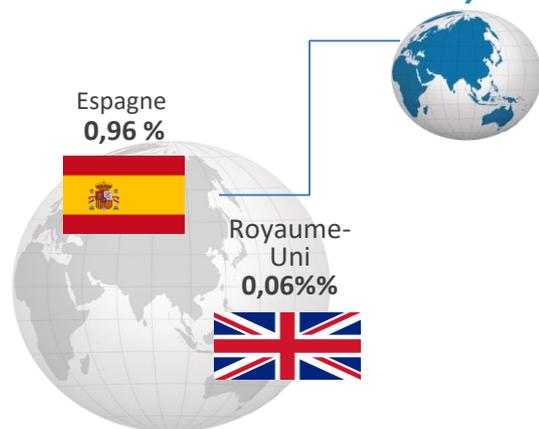
De décembre à mars



Top des régions:

- Nouvelle Aquitaine **46,39%**
- Pays de Loire **23,21%**
- Occitanie **17,54%**
- Bretagne **7,35%**
- Ile de France **2,37%**

0,5 %



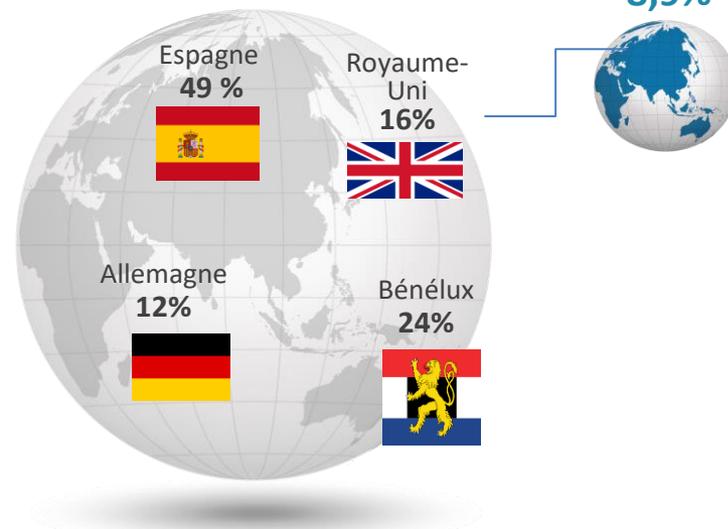
D'avril à octobre



Top des régions:

- Nouvelle Aquitaine **27,71%**
- Occitanie **18,71 %**
- Pays de Loire **15,33%**
- Bretagne **10%**
- Ile de France **7,94%**

8,9%



Réorganisation des accueils imposée par la situation sanitaire



Valorisation des activités et sites

La documentation print de nos partenaires a été remise sur les présentoirs en libre-service.

Néanmoins le dispositif mis en place l'année précédente a été également maintenu : un espace d'affichage de flyers plastifiés disposé à l'entrée des points d'Information touristique avec ajout d'un QR code, ainsi le client a le choix :

de scanner le QR code pour accéder aux informations

de demander la documentation qu'il souhaite à un chargé de relation client.

Suppression des espaces enfants et de convivialité.

Sécurisation des espaces boutiques.



La gestion de la documentation et des éditions

Malgré l'affirmation des nouvelles technologies, la documentation papier reste un support plébiscité par les visiteurs et facilite leur séjour.

Documentation produite par l'ATVG - Eté

L'essentiel de la documentation éditée vise la clientèle en séjour.

Actions 2022 :

- Traduction de la plaquette destination en ANG et ESP et impression en plus grand nombre pour utilisation sur les événements et actions extérieures
- Refonte totale du Mag dans le but de tendre réellement vers un vrai Magazine de destination (inspirationnel, plus de place à l'image et à l'humain)



Hébergements Cures
(Argelès-Gazost / Barèges)
1 000 ex de chaque



Guide gourmand
5 000 ex



Carte du territoire
35 000 ex



Plaquette destination
2 000 ex



Plan de ville
Argelès-Gazost
12 000 ex



Pas d'impression de
l'agenda :
Affiche QR Code



Le Mag : édité en partenariat avec les offices de Tourisme de Caunterets, Luz Saint Sauveur, Lourdes et St Pé

(42 000ex en 3 langues)



Flyer billetterie
3 000 ex



Programme rando accompagnées
4 000 ex



Carte rando (Gavarnie-Gèdre)
5 000 ex
2 000 ex en ANG



Carte rando (Val d'Azun)
0 ex en FR (utilisation du stock)
1 000 ex en ANG



Carte rando (Barèges & Vallée de Luz)
3 000 ex
1 000 ex en ANG



Carte rando (Vallée d'Argelès)
3 000 ex
1 000 ex en ANG

Documentation produite par l'ATVG - Hiver

L'essentiel de la documentation éditée vise la clientèle en séjour.



Plan raquettes
(Barèges/ Gavarnie)
6 000 ex de chaque



Guide pratique hiver
8 000 ex



Flyer billetterie
2 500 ex



Flyer sorties
accompagnées
1 000 ex



Plan de ville Barèges

Canaux de diffusion

- Diffusion en interface directe aux accueils des offices de tourisme du territoire
- Livraison chez les prestataires (hébergeurs, sites touristiques, commerces...)
- Expédition en fonction des demandes et pour des besoins précis exprimés
- Diffusion extérieure (bourses d'échanges, salons, démarchages commerciaux, opérateurs commerciaux, événementiel...)
- Téléchargement en ligne sur www.valleesdegavarnie.com

PASS GRAND SKI VALLÉES DE GAVARNIE

Editions spécifiques Grand Ski Pyrénées hiver 21/2022



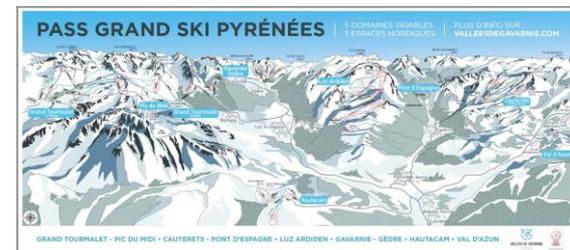
Flyer et affiche
5 000 ex et 100 ex



Chevalet
500 ex



Kakémono
10 ex



Panorama Grand Ski
**Pas d'édition supplémentaire
- utilisation du stock existant**

La boutique

Gamme des produits de la boutique :

- Produits marqués « vallées de Gavarnie » : mugs, casquettes, porte-clés, magnets... mais aussi des topo-guides rando et cyclo.
 - Produits des anciens Offices de Tourisme
- => Retrait des produits en libre accès



Une réflexion de nouveaux produits plus adaptés, à l'image du territoire, avec des produits locaux et dans notre démarche de RSE est en cours pour 2022.



20 854 €

de recettes (-8,69%)



12 281

Produits vendus (+12,8%)*

* + Vente de timbres dans les points d'accueil de Gavarnie et de Gèdre

* Service de photocopies dans les points d'accueil de Gavarnie, Gèdre et Barèges

Top des ventes :

- 1/ Carte rando Gavarnie
- 2/ Carte rando val d'Azun
- 3/ Carte rando Barèges
- 4/ Carte rando Argelès-Gazost

* Impact de la création des cartes rando à 1€



Les prestations touristiques

La vente de prestations touristiques dans chaque point d'accueil de l'ATVG fait partie intégrante de la stratégie de promotion de la destination. Tout au long de l'année, au fil des saisons, des prestations sont en vente.

- => Nouvelle offre de visites guidées EDF
- => Vente Billetterie ski seulement à partir de décembre 2021
- => Festival de Gavarnie en forte baisse (-71% de 2019)
- => Nouvelles organisations de vente (Pic du Midi + Coffret Grands sites)
- =>Créneaux complets en août pour le Pic du Midi et Artouste



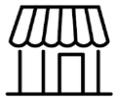
5301

Produits vendus
(+156%)



89 590 €

de recettes
(+107 %)



Top des ventes:

- 1 - Visite EDF de Pragnères
- 2 - NPY ski (Décembre 2021)
- 3 - Petit train d'Artouste
- 4 - Festival de Gavarnie
- 5 - Parc animalier
- 6 - Bike park GD Tourmalet
- 7 - Grottes de Bétharram
- 8 - Randos BMVA

- * Vente de forfaits ski seulement à partir de décembre 2021
- * Vente de cartes de pêche dans tous les points d'accueil pour le compte des APPMA (331 ventes CA 9432€)

Les visites guidées

Organisées en période estivale à Argelès-Gazost, Aucun, Gèdre, Gavarnie, Pierrefitte-Nestalas et Esquièze-Sère l'après-midi ou en nocturne
En collaboration avec les Guides culturels.

Homogénéisation des tarifs des visites culturelles à 5 € sur tout le territoire pour plus de cohérence et l'offre a été élargie.

23 visites programmées sur tout le territoire
10 ont été annulées dont 2 indépendant de notre volonté et 8 par manque de participants (Gavarnie-Gèdre)

Celles qui ont rencontré le plus de succès :

*Argeles 3 dates 49 participants

*Saint Savin 2 dates 18 participants

Pour 2022, une concertation avec les guides aura lieu en mars pour programmer les visites de l'été prochain en fonction du bilan, des visites qui ont connu du succès et celles qui n'ont pas fonctionné

23
Visites
programmées pour le
grand public



116 personnes

L'accueil numérique

L'accueil en face-à-face est complété par un accueil numérique différent selon les points d'accueil (héritage des anciens Offices de Tourisme) :

- Des **écrans d'information** diffusant des vidéos valorisant le territoire dans les points d'accueil d'Argelès-Gazost et de Gavarnie et La chaine d'information développée par le PLVG Pyrénées TV
- Des accès **wifi illimité et gratuit** dans chaque point d'accueil et d'information



L'ensemble de ces outils doit être harmonisé à l'échelle du nouveau territoire et fait partie du « projet numérique innovant ».

La nouvelle offre Pragnères 4.0

- Visite guidée incarnée expérientielle payante d'une durée d'1h30
- Circuit de découverte étendu et contenu repensé
- Augmentation de la capacité d'accueil et ouverture durant le week-end
- Création d'un espace d'accueil en libre accès avec exposition, espace VR, flipper Hydroball, boutique, sanitaire....
- Expérimentation d'une visite hors les murs = découverte du barrage des Gloriettes animée par le personnel EDF
- Accès sur réservation uniquement : vente dans nos 6 points d'information touristique, sur place et en ligne (e-billetterie)
- **Dispositif des visites :**
- Visites assurées par 2 guides touristiques avec 6 créneaux de visites par jour
- (10h30 – 11h30 – 14h – 15h – 16h –17h) du 02 juillet au 27 aout tous les jours sauf le samedi pour le grand public
- Du 29 aout au 24 septembre, du lundi au vendredi à 14h30 et 16h pour le grand public et sur réservation pour les groupes
- Espace d'accueil / réalité virtuelle ouvert du 12 juillet au 20 août lundi et vendredi, animé par une chargée d'accueil et de vente.



La nouvelle offre Pragnères 4.0 - bilan

- **Visites guidées du site**

Activité soumise au pass sanitaire

Individuels (2 juillet au 24 sept) : **2 300 pers**
(Juillet et Aout + 3,34% par rapport à 2019 visites gratuites)

Moyenne de 11 visiteurs par créneaux (max 19 pers)

Fermeture COVID les 13,14, 15 Sept

Groupes (29 Aout au 24 sept) : **147 pers**

TOTAL : 2447 pers

TOTAL CA : 17.385 €

Repartition par mode de réservation

Ventes en ligne : 26%

Points de vente BI : 73 %

- **Vente autres produits**

Réalité virtuelle en libre accès : 30 joueurs

Flipper: 9 joueurs

Vente livre : 4

Visite du Barrage des Gloriettes : 3 pers

Points forts :

Qualité du Produit - Offre adaptée à la clientèle

Satisfaction des clients - Attractivité de la réalité virtuelle

Fluidité du nouveau circuit - Sanitaires

Points d'amélioration :

Booster la fréquentation de l'espace virtuel en libre accès

- Se questionner sur la visite hors les murs

- Augmenter la fréquentation des visites guidées

- Améliorer le process de vente e-billet



PARTIE 3 : L'ATVG au service de ses visiteurs : un accueil et des produits qui s'adaptent à leurs besoins

La commercialisation est assurée par une vente en ligne sur le site de destination, des campagnes e-marketing, des actions sur les réseaux sociaux, des actions de démarchages spécifiques d'opérateurs de voyages, comités d'entreprises,.. **(Annulées cause Covid)**



Clientèle individuelle

276 340€
(+32%)

de volume d'affaires en
séjours effectués en 2021

23%
de ventes
en hiver
(déc-mars)

44%
de ventes
en été (juil-
août)

31%
de ventes en ligne

28%
de séjours cures

25 %
de courts séjours

Prises de réservations pour l'été dès la fin de l'hiver, comportement de prises de réservation revenu à la normale. Très peu de courts séjours et de demandes de dernières minutes pour l'été et retour des curistes

Un faible volume en général qui s'explique par :

- 1 - Concurrence et visibilité accrues sur Booking pour les hébergeurs pros
- 2 - Forte concurrence de Airbnb, Aritel... sur le marché des meublés
- 3 - Nombre de prestataires de plus en plus équipés d'outil de vente en ligne depuis leur propre site internet
- 4 - Faiblesse de l'élargissement de l'offre territoriale
- 5 - Un outil technique vieillissant
- 6 - Un parc d'hébergement vieillissant et non adapté à l'exigence de la clientèle afin de répondre au mieux aux nouvelles demandes clients, nouvelles règles d'adhésion au service réservation à définir.



Clientèle en groupe

30 110 € de volume d'affaires
(+ 108%)

De nombreux opérateurs traitent en direct.

Les groupes sont de taille de moins en moins importante et la durée de séjour plus courte (2 nuits en majorité).

Types d'activités les plus consommées en groupe : le ski et le cyclisme, découverte des grands sites et des visites.

Principaux clients : autocaristes, CE

Cette année nous avons accueilli les groupes de 2020 qui n'ont pas pu venir en raison des contraintes sanitaires, mais aussi les cyclistes de La Haute Route des Pyrénées, néanmoins moins nombreux que d'habitude (CA -60% par rapport à leur dernier séjour en 2018)



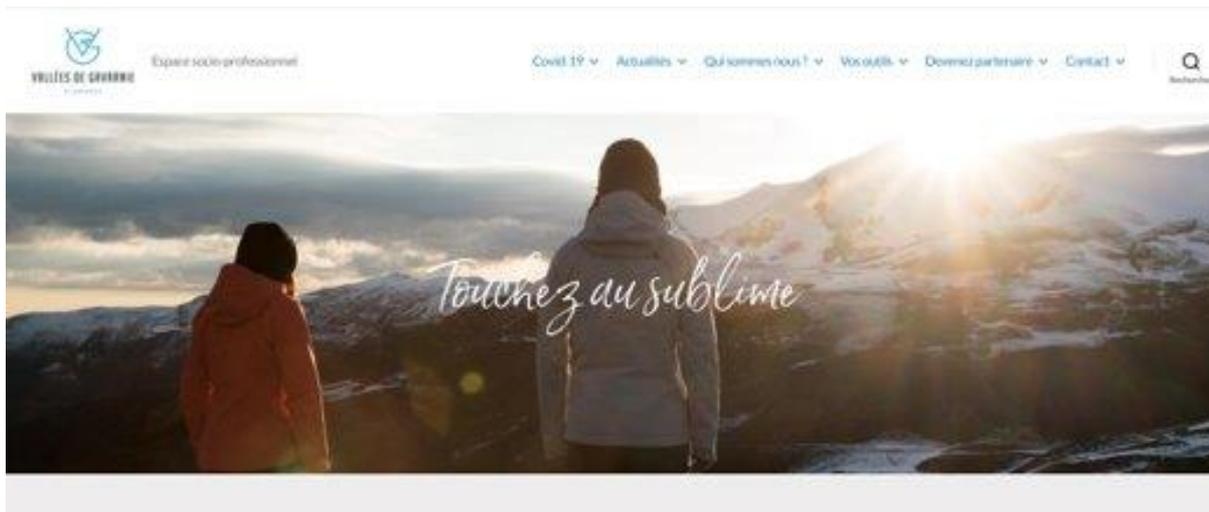


PARTIE 4

2021, une année au service
des socioprofessionnels

Partie 4 : 2021, une année au service des socioprofessionnels

Une plateforme pour informer et accompagner les socioprofessionnels du territoire



Lancement **le 23 juin 2020**

3 481 (+62%)
vues

1 473 (+94%)
visiteurs

2,36
pages vues en moyenne

Quel contenu ?

- Les services de l'ATVG
- Actualités
- Chiffres clés
- Boîte à outils
- Brochures...

Top 6 pages les plus vues

1. Accueil
2. Actualités
3. Equipe
4. Kit média
5. Travaux des gorges
6. Bilan de fréquentation



Des informations liées à la crise sanitaire...

- Aides et dispositifs aux entreprises listées
- Démarches administratives expliquées
- Ressources et webinaires pour relance touristique
- Actualités sur le territoire

Actions 2022 : L'espace dédié aux partenaires sera intégré au nouveau site web

Partie 4 : 2021, une année au service des socioprofessionnels

Des newsletters régulières pour maintenir le lien



Tout au long de l'année, nous envoyons des newsletters de manière ciblée à l'attention des socioprofessionnels partenaires de l'ATVG : informations de dernière minute, nouveautés du territoire, festivités...



Quels résultats ?

- Un taux moyen d'ouverture identique sur les aides et les mesures liées au COVID-19 (aides et dispositifs mis en place par le Gouvernement) et les informations purement touristiques.
- Les newsletters sont allégées et plus simples à lire grâce à l'espace pro. Le lecteur choisit d'en lire davantage en cliquant sur des boutons qui le renvoient vers l'espace pro. Ce système nous permet de suivre de manière plus ciblée le parcours du lecteur et de connaître les informations qui retiennent le plus l'attention.

BILAN GLOBAL	COVID-19 & AIDES	INFO. TOURISTIQUES LOCALES
25 newsletters envoyées	12 newsletters envoyées	10 newsletters envoyées
Taux d'ouverture moyen : 45%	COVID-19 & AIDES + INFO TOURISTIQUES LOCALES 3 newsletters envoyées	

Actions 2022 : Maintien du lien avec les partenaires. Accompagnement plus poussé en mettant en place des ateliers de sensibilisation dès avril.



VALLÉES DE GAVARNIE
PYRÉNÉES

VALLÉE D'ARRELES-GAZOST • BARÈGES-TOURNALET • CRUTERETS • GAVARNIE-GÈBRE • VAL D'AZUN • VALLÉE DE LUZ-ST-SAUVEUR

L'ACTU TOURISTIQUE DES VALLÉES DE GAVARNIE

ACTU COVID-19

> Les dernières annonces gouvernementales



Le Premier ministre Jean Castex a précisé jeudi 21 janvier le calendrier de levée des restrictions liées à la crise Covid-19.

Malgré un nombre de contaminations toujours très élevé, l'horizon sanitaire tend à s'éclaircir. C'est, en effet, le message développé jeudi soir par le Premier ministre : « L'évolution de l'épidémie nous permet d'envisager un allègement des contraintes dès les premiers jours de février. »



UN HIVER EN VALLÉES DE GAVARNIE

Nous avons le plaisir de vous communiquer le plan d'actions pour l'hiver où nous développons :

- Le Pass Grand Ski Pyrénées
- Les outils web
- Les éditions papiers
- Les insertions presse
- Les relations presse et publiques
- L'événementiel

[Consulter le plan d'actions hiver](#)

DOSSIER DE PRESSE HIVER

Le dossier de presse hiver des Vallées de Gavarrie a été diffusé à l'ensemble de nos contacts nationaux pour promouvoir le territoire en déclenchant des reportages, des articles, des accueils presse, etc.

Nouveautés été 2022

Nous travaillons d'ores et déjà au dossier de presse été, si vous avez des nouveautés ou des éléments à nous communiquer concernant la saison estivale 2022, vous pouvez le faire à tout moment !
Pour cela, contactez Delphine Lafon à relatiorpresse@valleesdegavarrie.com et au 07 86 55 14 70.

Dossier de Presse Hiver 2021-22



[Dossier de presse hiver](#)

Partie 4 : 2021, une année au service des socioprofessionnels

Un accompagnement personnalisé des prestataires de notre territoire

RÉUNIONS À DESTINATION DES SOCIOPROFESSIONNELS

Réunions organisées par l'ATVG

Organisation de réunions en début de saison hiver, à destination des socioprofessionnels : nouveautés stations, action de communication et promotion de l'ATVG



- 25 novembre : en présence des stations de Luz-Ardiden, Grand Tourmalet, Gavarnie et l'ATVG => à Esquièze-Sère
- 9 décembre : en présence du Hautacam et de l'espace nordique du Val d'Azun => à Arrens-Marsous
- 10 décembre : en présence de la station de Gavarnie, STEM => en visio

APPUI EN TERME DE COMMUNICATION



Pack rédactionnel : Suite à un rendez-vous avec le prestataire, une présentation de l'activité est réalisée par nos soins (500 mots) avec une possibilité de traduction.



Pack photo : En nous rendant directement chez le prestataire, nous réalisons des photos en suivant ses besoins. 15 photos lui seront alors livrées afin qu'il en dispose sur les supports de son choix.

Actions 2022 : Des ateliers de sensibilisation vont être proposés aux socioprofessionnels dès le mois d'avril



PARTIE 5

Une stratégie de communication multicanale
et une promotion ciblée

Quels marchés pour quelles cibles ?

Nos cibles et marchés prioritaires :

- Public familial
- Recherche d'un équilibre entre le repos et la découverte
- Voyage en période de vacances scolaires
- Marché volumétrique pour initiations de loisirs
- Fréquentation été et hiver
- Clientèle essentiellement française

Nos marchés et cibles secondaires :

- Publics urbains, célibataires ou en couples, tribus aux revenus supérieurs à la moyenne, l'âge n'est pas un critère discriminant en quête d'expériences inattendues
- affranchis des sacro saintes dates de la haute saison voulant être acteurs de leurs journées et de leurs nuits et partager leurs expériences
- Le repos n'est pas leur première quête, l'affirmation de leur personnalité via des mises en situation au contact de la nature l'est davantage
- Sensible à la nature, l'environnement, le bio, la santé, les circuits courts et le faire sont leurs leitmotivs
- Grand Tourisme
- Clientèles européennes prioritaires : Espagnols ; Anglophones ; Belges ; Néerlandais.

Actions 2022 : Travail en cours avec l'Agence des Pyrénées, le CRT et l'ensemble des destinations Pyrénéennes sur le positionnement et la marque Pyrénées



Nos vallées concentrent le meilleur des Pyrénées :

- Des sites naturels majeurs et majestueux de jour comme de nuit (domaines skiables, grands sites Occitanie, UNESCO, PNP, RICE, réserves naturelles...)
- Des vallées préservées et authentiques
- L'Eldorado des activités de plein air, pour s'oxygéner, se retrouver et profiter des grands espaces
- Un territoire enclin au bien-être et au ressourcement (thermalisme et thermoludisme) toute l'année
- Des Pyrénées vivantes : des moments d'échanges et de partage, une vraie proximité et convivialité
- Une destination multi-saisons
- Un terrain de jeu personnel pour réaliser des exploits et toucher les étoiles : vivre SON expérience unique inoubliable.

Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

En 2020, un repositionnement pour s'adapter à la crise sanitaire toujours d'actualité en 2021

■ CIBLES À PRIVILÉGIER

- Les touristes locaux, de proximité
- Primo visiteurs
- Touristes fidèles et repeaters
- Touristes amis ou famille d'habitants
- Excursionnistes
- Résidences secondaires

■ AXES DE DIFFÉRENCIATION ET RÉASSURANCE SANITAIRE

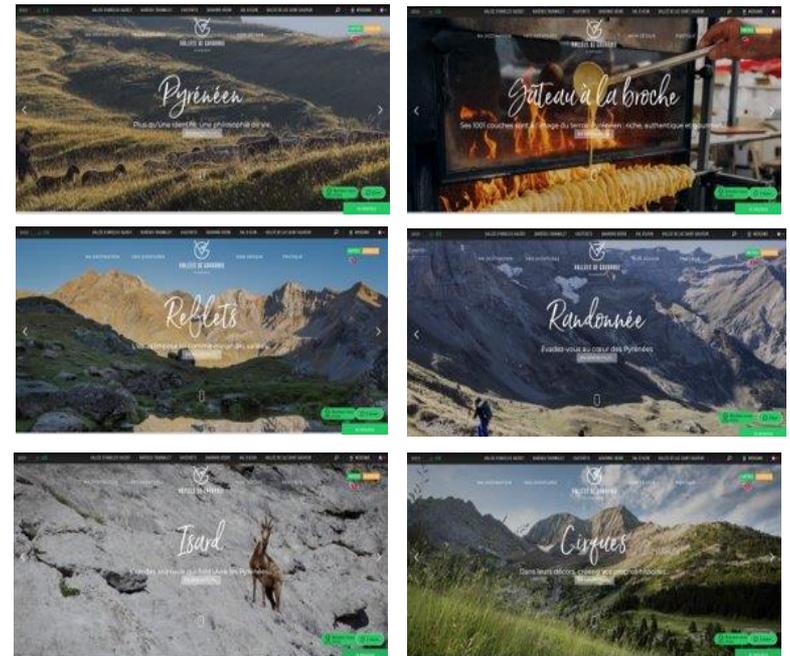


■ TRANSFORMATION DES TYPES DE SÉJOURS

- Micro-aventure
- Slow Tourisme
- Holistay

■ NOTRE TERRITOIRE À TRAVERS SES THÉMATIQUES FORTES

Quel message ? Révétons notre particularité !



Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

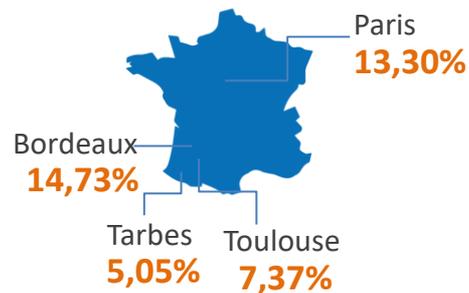
Un site Internet complet et attractif

❖ www.valleesdegavarnie.com

- L'arborescence prend en compte les marques territoriales (entrée cartographique) et les saisons (distinction entre été et hiver). En amont de la saison estivale, le contenu mis en avant dans les bannières de page d'accueil a été modifié. Il s'agissait de se distinguer par nos particularités, notre propre identité et donc de se démarquer face aux marques territoriales françaises.
- Les axes mis en avant venaient répondre aux attentes actuelles des clients, qui sont à la recherche de grands espaces, d'authenticité, d'activités de plein air et de nature.


524 010
visiteurs uniques
+ 47%


2 768 348
pages vues
+ 37%

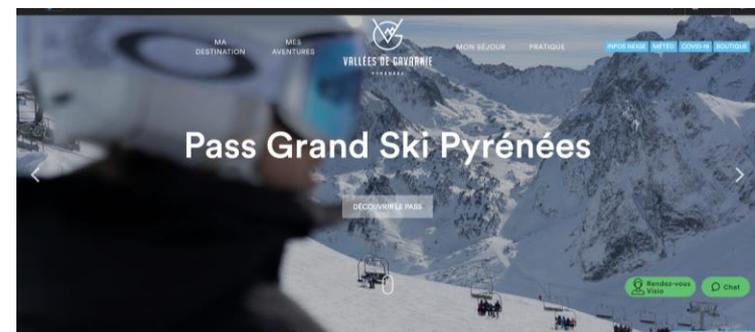



Pages les plus consultées

- Les marques de territoires
- Les webcams



Version été



Version hiver

Actions 2022 : Déploiement d'un nouveau dispositif digital (Site web/internet de séjour et une PWA)

Adaptation du site internet aux règles sanitaires en vigueur



www.valleesdegavarnie.com

Dans une optique de réassurance sanitaire, différentes informations et dispositifs ont été implémentés au site en 2020 et mis à jour en 2021.

❖ FILTRES SPÉCIFIQUES

INFORMATIONS COVID 19

- Charte sanitaire nationale respectée **39**
- Vente à emporter **12**
- Livraison à domicile **1**

❖ DESCRIPTIF DES MESURES MISES EN PLACE POUR CHAQUE PRESTATAIRE

<p>Charte sanitaire nationale respectée</p> <p>REFUGE DU HAUGAROU CUISINE TRADITIONNELLE +33 (0)5 62 97 25 04 Aucun</p>	<p>À partir de 13,8 € Menu adulte</p> <p>Vente à emporter</p> <p>Charte sanitaire nationale respectée</p> <p>AUBERGE LES SAVEURS D'AZUN CUISINE GASTRONOMIQUE +33 (0)5 62 92 24 80 Arcizans-dessus</p>	<p>À partir de 15 € Menu adulte</p> <p>Charte sanitaire nationale respectée</p> <p>BAR RESTAURANT LES ESPECIERES CUISINE TRADITIONNELLE +33 (0)5 62 92 49 10 Gavarnie, Gavarnie-Gèdre</p>
--	--	---

Dispositions spéciales / Mesures sanitaires engagées

Protocole sanitaire, pour chaque vol pilote :

- port du masque obligatoire (venir avec son propre masque)
- Gants et lunettes durant le vol (venir avec son propre équipement)
- Chartre sous le casque
- Gel hydroalcoolique à disposition
- Désinfection du matériel après usage.

Les moyens de la Liberté !
Quand les belles conditions sont là, voler en parapente c'est pour Diner et Semer, "exister". À l'occasion d'un tandem en parapente, profitez avec eux des sensations de liberté que procure le placement au-dessus des paysages somptueux du Val d'Azun, Tourmalet, Pic du Midi, Gavarnie, Luz-Vidouhert ou encore sur les pentes du Hautacam.

❖ PAGE DÉDIÉE AUX INFORMATIONS LIÉES AU COVID-19 ET POP-UP

MA DESTINATION | MES AVENTURES | | MON SÉJOUR | PRATIQUE

Informations relatives au Covid-19

Nos équipes vous accueillent !

Les équipes de l'Agence Touristique des Vallées de Gavarnie ont l'honneur de vous accueillir dans des conditions sanitaires optimales. Votre plaisir et votre sécurité sont nos premières préoccupations. Pour cela, nous avons adapté les protocoles de sécurité et renforcé nos mesures sanitaires afin de vous offrir un séjour serein et agréable. Nos équipes ont :

Les horaires d'ouverture des points d'information sont disponibles à : www.valleesdegavarnie.com

Reservez votre séjour dès maintenant pour découvrir nos vallées !

Choisissez un séjour avec à côté de vous dans une chambre, comme un avion et vos bagages afin de préserver et optimiser au mieux vos déplacements.

Contact : Tel 05 62 97 48 48 - reservation@valleesdegavarnie.com

Respecter tout cela, c'est aussi le garantir par des protocoles adaptés à votre séjour. Nous avons à votre disposition un matériel adapté et des protocoles de sécurité adaptés à votre séjour. Les protocoles de sécurité sont adaptés à votre séjour. Les protocoles de sécurité sont adaptés à votre séjour. Les protocoles de sécurité sont adaptés à votre séjour.

- Actualités mises à jour sur les ouvertures et fermetures de commerces/activités, pass sanitaire requis, port du masque...

1 677
vues

943
visiteurs uniques

Les fiches Google My Business, génératrices de flux

Lors d'une recherche Google, si Google estime que le contenu représente une réponse à l'internaute, ces fiches apparaissent sur le côté droit de la recherche



	OT Gavarnie	OT Argelès-Gazost	OT Gèdre	OT Val d'Azun	ATVG	OT Barèges - Tourmalet	OT Pierrefitte-Nlas
Nombre de fois où les clients ont trouvé cette fiche via la recherche Google ou sur Maps	254 186	209 560	72 246	226 638	102 961	86 748	31 132
Nombre de fois où les clients ont trouvé cette fiche en recherchant le nom ou l'adresse de l'établissement dans la recherche Google ou Maps	123 548	86 695	25 920	47 047	9 210	38 506	6 571
Nombre de fois où les clients ont trouvé cette fiche en recherchant une catégorie, un produit ou un service via la recherche Google ou Maps	130 638	122 865	46 326	179 591	93 751	48 242	24 561
Nombre de fois où cette fiche a été consultée via la recherche Google ou Maps	499 118	339 053	115 342	336 899	121 633	149 684	46 604
Nombre de fois où les clients ont effectué une action dans la recherche Google ou sur Maps	15 914	14 119	2 757	6 449	1 269	6 800	770



20 588
Clics sur le site web (+29%)



12 495
Demandes d'itinéraires (+19,5%)



13 726
Appels générés (+ 49,5%)

Les campagnes de référencement Google Ads



■ Mise en avant des expériences à vivre sur le territoire

- Grandeur Nature
- Balades et Randonnées
- Vélo et VTT
- Bien-être / Thermalisme
- Sensation
- Culture et Patrimoine
- Gastronomie et terroir
- Trail

Domaine de Caunterets – Sports d'hiver – Organisez votre Séjour

<https://www.valleesdegavarnie.com/>

Profitez d'un Domaine Skiable de 38Km, 22 Pistes et d'un Freestyle park. | Une Station pour tous les Niveaux. Découvrez notre Pass pour Skier à Prix Réduit !

Domaine du Grand Tourmalet – Sports d'hiver – Organisez Votre Séjour

<https://www.valleesdegavarnie.com/>

Découvrez la plus Grande Station des Pyrénées Françaises. 100Km de Glisse, 63 Pistes. | Profitez de notre Pass Grand Ski Pyrénées pour Skier à Prix Réduit !

Sports d'Hiver – Domaine du Hautacam – Réservez votre Séjour

<https://www.valleesdegavarnie.com/>

Découvrez le charme d'une Station Familiale. Raquettes, Ski de Fond, Mountain Luge. | Profitez du Pass Grand Ski Pyrénées à Prix Réduit !

• Campagne spéciale Pass Grand Ski Pyrénées



97K
impressions



34K
impressions

Actions 2022 : Maintien des campagnes Ads, tout au long de l'année. Campagne plus poussée au moment de la mise en ligne du nouveau site web.

Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

Les réseaux sociaux, une vitrine digitale

Les réseaux sociaux des marques territoriales (essentiellement Facebook) ont été conservés. Une communauté #valleesdegavarnie a été créée en 2017.

❖ DES RÉSEAUX AUX MESSAGES DIFFÉRENTS :

La notoriété globale du territoire

Photos, vidéos, live...



15 700 fans
(+10%)

La carte postale

Photos, vidéos, stories



18 400 followers
(+39,15%)

Fil actu et informations "institutionnelles"

Photos, vidéos



1 204 abonnés
(+15%)



| SPORTS |
| PAYSAGES |
| REPORTAGES |
| ACTIVITES |
| EVENEMENTS |

❖ PORTÉE DES PUBLICATIONS SUR FACEBOOK

Portée moyenne

2 343 428 : couverture de la page (nombre de personnes ayant vu un contenu sur la page) (+10,4%)

(organique et sponsorisé)

Actions de publicité et notoriété

1,7 million d'impressions



PAGES LOCALES

Gavarnie-Gèdre : **19 300** fans (+ 2,9%)
379 961 : couverture de la page (-43,7%)

Vallée d'Argelès-Gazost : **13 800** fans (+9,3%)
242 157 : couverture de la page (-13,3%)

Val d'Azun : **6 600** fans (+9%)
582 796 : couverture de la page (+0,3%)



Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

Top des publications été sur nos réseaux

I Vallées de Gavarnie I Gavarnie village au pied du cirque



Vallées de Gavarnie
7 juillet 2021 · G
Gavarnie : petit village au pied de son Cirque gigantesque 📍
📍 Cirque de Gavarnie
👤 AE Médias

207 699
personnes touchées

I Gavarnie-Gèdre I Plateau de Saugué

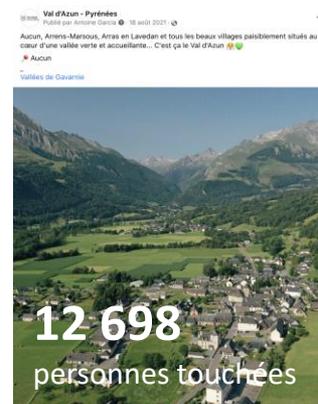


Gavarnie - Gèdre
12 mai 2021 · G
Les jolies granges du Plateau de Saugué 📍
Avez vous déjà parcouru le sentier d'interprétation qui permet de découvrir cet espace incroyable ?
📍 Vallées de Gavarnie

15 161
personnes touchées



I Val d'Azun I Le Pumptrack



Val d'Azun - Pyrénées
18 août 2021 · G
Azun, Arrens-Marsous, Arrens en Lavedan et tous les beaux villages paisiblement situés au cœur d'une vallée verte et accueillante... C'est ça le Val d'Azun 🌿📍
📍 Azun
📍 Vallées de Gavarnie

12 698
personnes touchées

I Vallée d'Argelès-Gazost I Lau Folies



Vallée Argelès-Gazost
7 juillet 2021 · G
L'EAU PARC du Centre Aquatique LAU Folies est ouvert tous les jours de 10h à 19h juillet et août 📍
Toboggans, bassins extérieurs et bains de soleil face à la montagne !
📍 Lau-Bagnas
📍 Vallées de Gavarnie

22 898
personnes touchées



valléesdegavarnie
Barèges
valléesdegavarnie La randonnée enchantée : le tour des lacs de Barèges 📍
Eaux cristallines, bouquets de rhododendrons à perte de vue... pas moins d'une dizaine de lacs merveilleux vous attendent le long de votre chemin entre les vallées d'Ayguès-Cluses et dets Coubous ! #valléesdegavarnie
📍 Lac de Madamète, Barèges
👤 @antoine_goc
#barèges #destinationpyrénées
👁️ Voir les statistiques
📍 Aimé par melaniemgde et 3 148 autres personnes
12 JUILLET 2021
Ajouter un commentaire... Publier

98 741
comptes touchés



Vallées de Gavarnie
@valléesdegavarnie
Avis aux grimpeurs : le Col du #Tourmalet est ouvert !
#valléesdegavarnie

15 178
impressions

6:40 PM - 5 mai 2021 - Twitter Web App

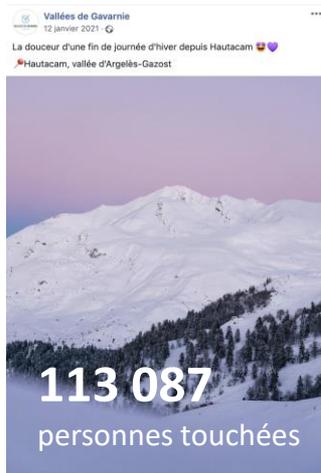
I Vallées de Gavarnie I Randonnée le tour des lacs de Barèges

I Vallées de Gavarnie I Col du Tourmalet

Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

Top des publications hiver sur nos réseaux

I Vallées de Gavarnie I Hautacam



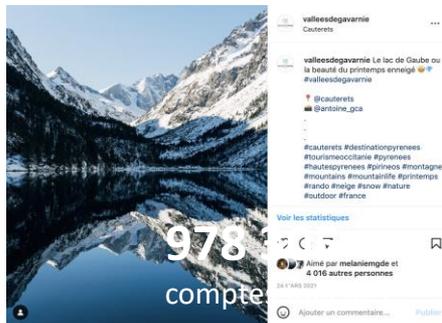
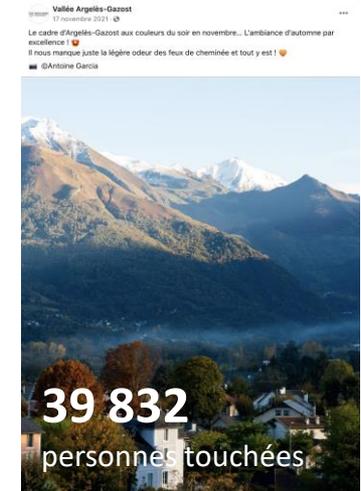
I Gavarnie-Gèdre I Balade, ruisseaux



I Val d'Azun I Ouverture du domaine



I Vallée d'Argelès-Gazost I Ambiance d'automne



I Vallées de Gavarnie I Lac de Gaube



I Vallées de Gavarnie I Vue Pierrefitte-Nestalas

Actions 2022 : Maintien des actions de communication sur les Réseaux sociaux. Augmentation des campagnes sponsorisées sur Instagram (suivi des tendances)

Opération Influenceurs

- Cataljuri • Euzépi, France -

LES VALLÉES DE GAVARNIE

En début d'été, nous avons eu la chance de partir à la découverte des Vallées Pyrénéennes mais cette fois en été. Pourquoi, je dis en été ? Et bien parce que nous avons dégusté cette chance de découvrir ce département en début d'année 2022, mais du coup en hiver. Cette fois, c'était dans une grande semaine car nous allons découvrir les montagnes pyrénéennes sans regret mais avec cette destination des Vallées de Gavarnie pendant près de 8 jours, en compagnie de Pizay, notre chien. Un séjour en semi autonomie plein de surprises.

Les Vallées de Gavarnie, c'est en réalité 5 vallées toutes différentes, toutes avec une identité particulière et des paysages aussi divers que variés. Au cours de notre semaine sur place, nous nous sommes consacré une journée dans chaque vallée, et je peux vous dire que chaque jour était différent.

Dans cet article, je tenterai de vous donner tous mes conseils pour découvrir cette destination mais aussi vous dévoiler **mes coups de cœur et conseils**.

QUE FAIRE & QUE VOIR DANS LES VALLÉES DE GAVARNIE ?

1^{er} VALLÉE D'ARCELÈS-GAZOST

Historiquement, la vallée d'Argelès-Gazost est celle qui se trouve au pied de sites prestigieux comme le Cirque de Gavarnie, la Pic du Midi ou encore le Parc d'Argagnac & Cauterets. La Vallée d'Argelès-Gazost offre aux touristes à l'activité physique pour les petits ou grands sportifs, grâce à la diversité de son relief et du patrimoine local. Argelès-Gazost est une **ville thermalisée et classifiée** (classée comme ville qui les Hautes Pyrénées disposent d'une multitude de stations thermales).

C'est la première vallée que nous avons découverte et je peux vous dire quelle fut une bonne entrée en matière. Ci-dessous, je vous donne mes coups de cœur et conseils sur cette première journée.

Mes coups de cœur dans la Vallée d'Argelès-Gazost

a^o Le marché de pays

Comme je l'habitude de le dire, les marchés sont souvent les **bons moments** pour s'engager de l'ambiance d'un territoire. Ici, le **marché de pays** à Lau-Bon les mardis & samedis.

1 ARTICLE



DES PHOTOS



1 VIDÉO

- 5 jours sur le territoire en juillet
- Relais Instagram
- 1 article de blog - 1 500 mots avec liens
- 1 vidéo de 2min - 2min30 environ (cession de droits sur 5 ans)
- Pack de 15 photos (+ cession de droits sur 5 ans)

Actions 2022 : Intérêt de renouveler ce type d'actions qui donne un autre regard sur notre destination

Le Blog, un magazine digital

- **Lancé en décembre 2019**, les articles sont publiés selon un planning préétabli.
- Articles s'orientant soit vers une thématique précise ou offrant un vaste panel d'activités servant d'inspiration pour les séjours des visiteurs.
- Chaque article de blog est **relayé sur nos réseaux sociaux** pour en accroître sa visibilité.

VALLÉES DE GAVARNIE • LE BLOG

Vallée d'Argeles-Gazost | Barèges-Tourmalet | Cauterets | Gavarnie-Gèdre | Vallée de Luz Saint-Sauveur | Val d'Azun

ACTIVITÉS ÉVÉNEMENTS



RANDONNÉE : LE CIRQUE DE GAVARNIE EN RAQUETTES

Nature, Rando



LES VACANCES GOURMANDES

Activités, Culture & Gastronomie



VOS VACANCES DE NOËL

Activités, Culture & Gastronomie, Nature



3 articles
publiés en 2021

1 630 vues
1 214 visiteurs

Actions 2022 : Le blog sera intégré dans le nouveau site web, sous forme d'articles inspirationnels. Cela permettra d'apporter du contenu chaud au site web et favorisera son référencement naturel. Réel enjeu de publier plus régulièrement.

Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

Des newsletters commerciales régulières

C'est un lien entre notre site internet et le client qui permet de convaincre et fidéliser notre clientèle.

- Envoi de manière ciblée sur fichiers clients et prospects.
- Contenus adaptés en fonction de l'actualité, des nouveautés du territoire, des centres d'intérêt, des cibles... offres de séjours, des promotions des informations, des nouveautés, étoffés par des liens qui renvoient sur notre site internet.
- Selon un plan de programmation par saison ou à l'année adapté à la conjoncture et aux actualités au fil de l'eau.



8
Emailings
envoyés

9 200
Contacts

35,90%
Taux d'ouverture
moyen

Actions 2022 : Travail important de qualification de la donnée à réaliser. N'utiliser que des emails opt-in, mieux cibler les envois

Et si cette année les oeufs se cachaient dans les Pyrénées ?

Alors que l'hiver tire sa révérence, les prémices de la belle saison viennent colorer les étendues de prairies et forêts jusqu'ici enneigées. Sous le douceur du soleil printanier se dévoilent des scènes magnifiques, c'est le moment de partir pour respirer cet air pur et découvrir dans les Pyrénées un tel secret.

LES GRANDS ESPACES RENAISSENT

Pendant que le flore renait, la faune sort de son nid. Petit à petit, la nature reprend vie. Du Cirque de Gavarnie aux cascades du Parc d'Espagne, en passant par les lacs et torrents qui habitent nos vallées, il existe ici une multitude d'endroits où s'éveiller.

Les activités fleurissent

En famille ou entre amis, apprenez à connaître ce coin typique des Pyrénées. Partez pour des randonnées à pied ou à vélo, seuls ou accompagnés de guides, et parcourez chaque chemin pour découvrir le riche patrimoine naturel et culturel qui vous entoure. Testez le vélo électrique sur la Vals Verde, admirez les vestiges du passé faits de vieilles pierres assemblées et visitez les producteurs et les marchés qui animent nos vallées.

Les gourmandises s'éveillent

Du moulin AOP Berger-Gavarnie à la truffe des Pyrénées en passant par le porc noir de Bigorre ou encore le fromage Val d'Aran-Pyrénées, le traditionnel repas de Piquas attendra votre découverte préalable jusqu'à l'assiette. Ou vous préférerez, ici le chocolat ne sera pas votre premier choix !

— Gastronomie à terre

Votre grand retour sur les skis

dans les Vallées de Gavarnie

Pour revivre des sensations de glisse à la hauteur de vos attentes, c'est dans les Vallées de Gavarnie que ça se passe. Vous avez oublié comment passer une belle journée de ski dans les Pyrénées ? Pas de problème, voici un récapitulatif des étapes...

Retrouver les pistes

Recouvertes de neige fraîche, les Vallées de Gavarnie seront le théâtre de vos plus belles sorties de ski cet hiver. 5 domaines skiables et 5 espaces ludiques vous donnent rendez-vous pour vivre un retour en station magique.

Plonger dans l'après-ski

L'attente n'est si longue que les retrouvailles seront fondamment intéressées... Alors, pour vous précéder et vous relaxer entre deux sorties, plongez dans les spas bien-être des vallées.

Combiner le ski et le spa

Skier et se relaxer juste après, c'est bien. Mais à prix réduit, c'est encore mieux. Le Pass Grand Ski à 10€ vous donne droit à 10% de réduction immédiate sur chaque forfait de ski et sur chaque entrée aux spas thermaux.

Bien se reposer pour tout recommencer

Après cette journée intense mais satisfaisante, vous ne direz pas non à un petit cocon douillet ou rêve de votre prochaine sortie, n'est-ce pas ? Ça tombe bien les vallées ont ce qu'il vous faut, et à prix réduit ! Du 19 au 26 décembre, profitez de 20% de réduction sur une sélection de locations.

Il est temps de prendre le temps dans les Vallées de Gavarnie

Après une saison d'été où la vitalité était de tous les instants, il est maintenant temps de ralentir le temps... En cette période de douceur laissez-vous porter au gré de vos envies pour vivre des moments paisibles dans les Vallées de Gavarnie.

Le temps d'une balade

Ici, ce n'est pas les forêts qui manquent, et quoi de mieux pour profiter de l'arrière-saison ? Durant une promenade, écoutez le bruit des feuilles qui s'écrasent sous vos pieds, sentez l'odeur boisée, admirez les couleurs du soleil automnal puis achevez cette balade en goûtant aux petits plats de saison que vous réservent les bonnes tables des vallées.

Le temps d'un bain

Bien qu'il n'y ait pas de saison pour prendre soin de soi, l'automne se prête à merveille à la détente et au bien-être... Les spas vous offrent leurs bulles et vous embarquent pour un moment calme et chaleureux dont eux seuls ont le secret.

Le temps d'une nuit

L'automne, c'est aussi le moment des amours dans les Vallées de Gavarnie ! Et celle-ci est idéale pour observer les cerfs et écouter leur brame. Le temps d'une soirée et d'une nuit en refuge accompagné d'un spécialiste, vous pourrez écouter et peut-être faire la rencontre du roi de la forêt...

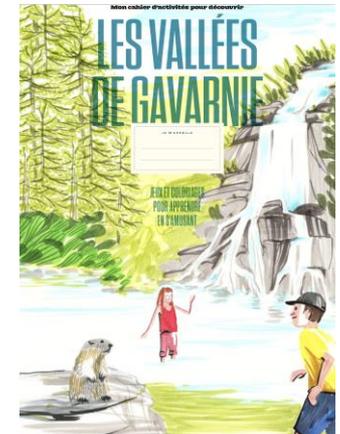
Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

La promotion auprès du Grand Public



Animation de l'aire des Pyrénées les 10 juillet / 31 juillet / 14 août
Animation pour les familles
Création d'un cahier d'activités pour les enfants
Jeu concours (sur place, sur FB Vinci et salariés Vinci)

Mise à disposition de présentoirs marqués Vallées de Gavarnie pour distribution du Mag sur les aires d'autoroutes : Hastings / Lacq Nord & Sud / Pyrénées / Comminges / Labenne



Actions 2022 : reconduction du partenariat avec Vinci Autoroutes et présence sur l'Aire des Pyrénées. Création de totem pour la plaquette destination à disposition sur les différentes Aires.

La promotion auprès du Grand Public et des professionnels

Les objectifs des actions de promotion s'articulent autour :

- Faire connaître la nouvelle destination auprès des TO et des agences de voyage
- Partir à la conquête de clientèles nouvelles
- Faire connaître la destination Vallées de Gavarnie au-delà du grand Sud-Ouest
- Être présent aux côtés des acteurs de la destination « Pyrénées »

Une collaboration partagée avec d'autres partenaires (grands sites, Cauterets, Lourdes...) pour certaines actions

Tous les rendez-vous de promotion du printemps en présentiel ont été annulés dès le mois de mars

- **Le Salon professionnel Destination montagne a eu lieu en visio**
Du 23 au 26 Mars 2021 En visio avec des Tour opérateurs du monde entier pour développer la clientèle internationale
26 rendez-vous
Une documentation spécifique de présentation de notre territoire est présentée et a été envoyée aux TO par mail
- **Cycle summit Salon à Toulouse 24 octobre**
Evènement B2B international dédié au cyclotourisme. Une documentation spécifique de présentation de l'offre cyclo sous toutes ses formes est remise aux TO
12 contacts





Des relations privilégiées avec les journalistes

Elles s'organisent en étroite collaboration et cofinancement avec les services de HPTE/CRT/PLVG/Confédération Pyrénéenne du Tourisme notamment pour l'accueil des journalistes sur le territoire, pour la diffusion d'informations et la transmission d'images nécessaires à la rédaction des articles.

En interne, une personne conçoit et diffuse régulièrement dossiers et communiqués de presse, accueille les journalistes...

Scoop.it!

Alimentation régulière d'une revue de presse en ligne à destination des socio-pros et des acteurs du territoire.



Dossier de presse axé sur les sports en pleine nature, les nouveautés en station et les loisirs d'hiver



Dossier de presse axé sur le tourisme durable, les initiatives originales, le fait local.



Actions 2022 : Maintien du lien avec les journalistes. Réalisation des dossiers de presse saisonniers. Participation à la conférence de presse été en mars à Paris



Des relations privilégiées avec les journalistes

Communiqués de presse

28 communiqués diffusés dont seulement 3 en hiver (confinement) et 25 de mai à décembre

Thématiques :

- **Événements sportifs** : Ski de vitesse à Gavarnie-Gèdre, La Route d'Occitanie, Dans les Yeux de Loli, Gravel Pyrénées, Pump Track Party Arrens
- **Événements ATVG** : Soirée de remise des labels hébergements (mai et octobre), Eductour sociopros à la centrale hydroélectrique de Pragnères, Partenariat avec Vinci Autoroutes (présence sur les aires de repos), Communication franco-espagnoles sur le site Pyrénées - Mont Perdu, L'ATVG sur le terrain en combivan (début été + bilan)
- **Événements artistiques** : Festival le Murmure du Monde au Val d'Azun, Piribus, Festival de Gavarnie
- **Infos Covid-19** : Ouverture d'un centre de dépistage à Argelès-Gazost + bilan
- **Valorisation artisanat local** : Nouveau circuit de visite à La Carde à Esquièze-Sère, La Truite des Pyrénées reconnue par le Collège Culinaire de France

Revue de presse

- **Les médias locaux qui diffusent le plus nos CP** : (65) La Dépêche, La Nouvelle République, La Semaine des Pyrénées, Fréquence Luz (radio), Lourdes Actu, Argelès Actu, La République des Pyrénées (64), Aquitaine On Line (64), Actu Occitanie (31).
- **Médias nationaux** qui ont communiqué sur les Vallées de Gavarnie suite à des actions de notre part ou naturellement :
 - Presse (Print et web) : Le Figaro, Tourmag, Nouvel Obs, Le Monde
 - Radio : France Inter
 - TV : TF1, FR3 Occitanie, FR3 Nouvelle Aquitaine

Accueils presse

- 24 accueils presse dont 3 de février à avril / 17 de mai à septembre / 4 de novembre à décembre
- 1 accueil espagnol, majoritairement français pour le reste. Mise en avant du tourisme de proximité, régional.
- L'Obs, Libération, Magazine Midi (Toulouse), Détours en France, Mayayo, Le Triporteur de Télématin...

Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

Les partenariats presse - Eté

Quelques insertions dans la presse spécialisée sont réalisées tout au long de l'année sur des supports ciblés correspondant à la stratégie du territoire et afin d'asseoir la notoriété et l'image de cette nouvelle destination.

Pyrénées Magazine



Vivre Bordeaux



Bigorre Mag



Le Routard



Actions 2022 : Projet de réalisation d'édition Balades et randonnées (cible famille) avec les éditions GLENAT, en partenariat avec la CCPVG. Insertion dans le nouveau Guide du Routard Pyrénées (commandité par l'Agence des Pyrénées), en partenariat avec l'OT de Cauterets

Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

Les partenariats presse - Hiver

Quelques insertions dans la presse spécialisée sont réalisées tous au long de l'année sur des supports ciblés correspondant à la stratégie du territoire et afin d'asseoir la notoriété et l'image de cette nouvelle destination.

Pyrénées Mag



Mag Elle



Skiinfo



Post facebook sponsorisé
34 480 personnes atteintes
81 749 impressions



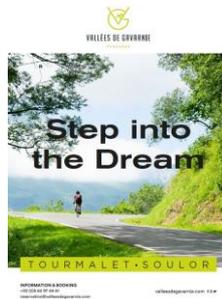
Le bon Coin



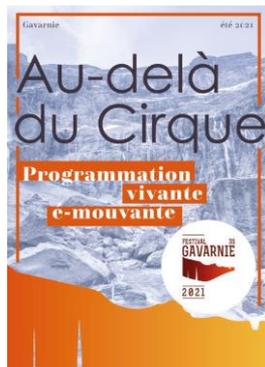
Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

Affichage et soutien à la communication événementielle territoriale

Haute Route / Gravel



Festival de Gavarnie



Tour de France 2021



En partenariat avec l'OT de Luz, participation à l'organisation du Tour : réunion de préparation, distribution des documentations, relais auprès des sociopros, présence le jour de l'étape, présence presse...

Actions 2022 : Soutien aux événements d'envergure sur le territoire (Trail, Gravel, Cyclo...). Aide logistique, présence, appui en termes de communication, fourniture de lots....
Tour de France Lourdes-Hautacam : Gestion de la communication et salle de presse / soutien logistique

Partie 5 : Une stratégie de communication multicanale et une promotion ciblée

Les opérations liées au Pass Grand Ski Pyrénées – Hiver 2020/2021 et 2021/2022



www.valleesdegavarnie.com
6 947 vues (-47%)



Campagnes Google Ads
19 890 impressions



Guide hiver
Double-page

PASS GRAND SKI VALLÉES DE GAVARNIE

Action collective menée avec l'ensemble des domaines skiables et espaces nordiques des vallées de Gavarnie, le Pic du Midi et Npy.



Kakémono
PLV salons
& diffusion sur
le territoire



Carte et porte-carte



Signature mail

En raison de la fermeture des stations, la promotion du Pass Grand Ski n'a pas pu être réalisée



Panorama Grand Ski
200 ex et 20 en plexi



Flyer et affiche Pass Grand Ski
5 000 ex et 300 ex

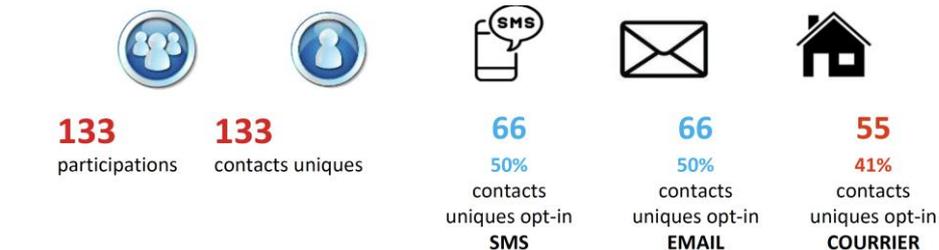
Enquête de destination réalisée auprès des clientèles

Objectif de l'opération

- Réaliser une enquête de destination et récolter des données clients grâce à un dispositif digital et une mécanique de jeu simple et ludique
- Construire une base de données clients avec des informations qualifiées et exploitables
- Développer une stratégie de fidélisation des clients avec des opérations ciblées de communication

Dotation : Un séjour de 3 jours, 2 nuits, 2 adultes et 2 enfants, en location de vacances labellisée d'une valeur de 400€. Valable 1 an

Des résultats faibles, en raison d'un démarrage tardif de l'enquête.
L'opération est renouvelée sur la saison d'hiver 2021/2022.



Actions 2022 : Reconduction de l'enquête mais travail de promotion important à réaliser pour augmenter le nombre de répondants



PARTIE 6

Les actions partenariales, l'animation du réseau et la valorisation des filières

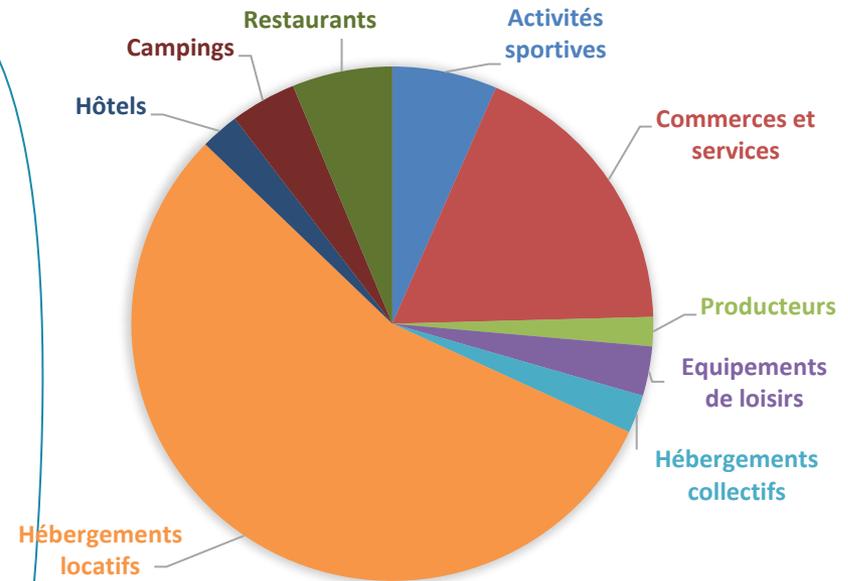
L'engagement auprès des prestataires

Un partenariat qui permet à chacun selon son activité de :

- Être visible sur le web et autres supports de communication
- Être mis en avant lors des actions de promotion, de communication, de relations presse, de démarchages commerciaux...
- Être accompagné dans les démarches de classement, labellisation ...
- Bénéficier d'un outil de commercialisation
- Recevoir des informations favorisant l'accueil des clients et le bon déroulement des séjours
- Participer à des séances de travail par filière ou thématique, à des ateliers de sensibilisation/formation sur des préoccupations précises, à des éductours

Mais aussi des services optionnels de valorisation des acteurs locaux :

- Reportage photos
- Rédaction de descriptifs commerciaux
- Affichage du planning des disponibilités pour les meublés de tourisme et chambres d'hôtes
- Affichage de l'outil de vente en ligne pour les hébergeurs pro
- Affichage de l'outil de réservation pour les professionnels
- Encarts publicitaires



Participation financière des domaines skiables / établissements thermaux :
SEM Grand Tourmalet - Hautacam/Gavarnie - Luz Ardiden - Thermes de Barèges

L'engagement auprès des prestataires

Réadapter l'offre de partenariat et son modèle économique

Terminé le nombre d'emplacements et de lits !

Pour les campings : prise en compte du classement

Pour les hôtels et hébergements collectifs : prise en compte du nombre de personnes

Pour les chambres d'hôtes : tarif unique

Pour les commerces et restaurants : réduction du tarif

2020 : 639 partenaires
2021 : 691 partenaires
payants
+8%



Encarts publicitaires proposés sur les guides hébergements cure thermale et guide gourmand

12 encarts vendus

Le classement des meublés de Tourisme

L'ATVG dispose de l'agrément classement de meublés de tourisme depuis octobre 2017.

Maintien des tarifs depuis cette date.



Nombre de classements en 2020 :

132 dont 34 hors territoire ATVG

niveau	NOMBRE
1 ETOILE	14
2 ETOILES	55
3 ETOILES	54
4 ETOILES	7
5 ETOILES	2
TOTAL	132



23 000€ TTC *
de recettes
(+35% par rapport à
2020)



**impact du confinement du printemps en 2020. Ces mois-là sont des mois de prédilection pour les visites de classement.*

Nouveau : Visites en juillet / août.

Mise en place d'un mail de relance le mois précédant la fin de validité du classement

Composition du parc ATVG – Evolution 2019/2020

(source base de données SIT) :

2019 : 1463 meublés dont 478 non classés (33%)

2020 : 1480 meublés dont 473 non classés (32%)

2021 : 1473 meublés dont 376 non classés (26%)

Catégories des **meublés classés** :

2019 : 14% en 1 étoile / 48% en 2 étoiles / 35% en 3 étoiles / 3% de 4 et 5 étoiles

2020 : 14% en 1 étoile / 47% en 2 étoiles / 36% en 3 étoiles / 3% de 4 et 5 étoiles

2021 : 14% en 1 étoile / 46% en 2 étoiles / 37% en 3 étoiles / 3% de 4 et 5 étoiles

Catégorie Label :

454 en 2019 // 475 en 2020 // 436 en 2021

Clévacances :

134 en 2019 // 133 en 2020 // 122 en 2021

Gîtes de France :

320 en 2019 // 342 en 2020 // 314 en 2021



La montée en gamme des meublés de tourisme

La collaboration avec les entreprises et les artisans :

Formalisation d'une « charte rénovation »

avec les artisans et les entreprises qui interviennent dans la rénovation ou la décoration et l'ATVG, qui les engage à promouvoir et respecter le référentiel qualitatif ainsi qu'à communiquer les devis de coût de travaux aux propriétaires dans un délai n'excédant pas un mois après la prise de contact.

Valorisation dans un carnet d'adresses

plus d'une vingtaine d'entreprises dès la première année
32 entreprises en 2020 et
35 en 2021.

- 18 entreprises de rénovation
- 9 entreprises aménagement
- 8 entreprises de services

Carnet d'adresses systématiquement transmis aux propriétaires lors des visites-conseils et inséré dans les magazines du Label.



Des sessions de rencontres-formation en différents points du territoire

LIEUX

Vallée d'Argelès-Gazost

- Pierrefitte-Nestalas
- Argelès-Gazost

Vallée de Luz

- Esquièze-Sère

Val d'Azun

- Arrens-Marsous

Gavarnie-Gèdre

- Gèdre



Au total, plus d'une centaine de participants.

Thèmes abordés:

- Mise en œuvre du référentiel au regard des attentes clients
- Fiscalité / déclaration administrative
- Importance de la scénarisation par l'image et le texte
- Commercialisation
- Services pendant le séjour

Des sessions de visites-conseils de 2019 à 2021

Les propriétaires volontaires reçoivent la visite des référentes de l'ATVG pour évaluer les critères de labellisation.

Ensuite, le propriétaire, dont le bien n'atteint pas en totalité le niveau du référentiel, se voit accompagner dans la rénovation ou le relooking par l'architecte d'intérieur de la Société LICH0.

La visite-conseil dure 1 heure 30 à 2 heures selon la taille de l'hébergement et les besoins du propriétaire. L'architecte visite l'hébergement, évalue les besoins et travaux, conseille sur les équipements fonctionnels, agencement des pièces, décoration...

A l'issue, un rapport de visite est établi avec modélisations avant-projet s'il s'agit de rénovation ou rapport de visite simple s'il s'agit de relooking.

Une cinquantaine de propriétaires
ont entamé des travaux suite à
cette visite-conseils
Dont 12 qui ont été labellisés

Résultats

En 2019 :

39 visites-conseils sur 15 journées
8 maisons – 28 appartements - 3 studios
Val d'Azun : 2
Barèges : 9
Vallée de Luz : 4
Vallée d'Argelès-Gazost : 15
Gavarnie: 9

En 2020 :

25 visites-conseils sur 10 journées
13 maisons - 10 appartements - 2 studios
Val d'Azun : 6
Barèges : 3
Vallée de Luz : 1
Vallée d'Argelès-Gazost : 12
Gavarnie: 3



En 2021 :

35 Visites-conseils sur 14 journées
9 maisons – 21 appartements – 5 studios
Val d'Azun : 7
Barèges : 6
Vallée de Luz : 6
Vallée d'Argelès-Gazost : 9
Gavarnie: 7

Des sessions de labellisation en continu assurées par l'ATVG

2019

52 biens Labellisés
20 maisons - 30 appartements - 2 studios
13 en 5 diamants - 30 en 4 Diamants et 9 en 3 diamants
Val d'Azun : 13
Barèges : 10
Vallée de Luz : 5
Vallée d'Argelès-Gazost : 17
Gavarnie-Gèdre : 7



2021

28 biens Labellisés
16 maisons - 12 appartements
7 en 5 diamants - 18 en 4 Diamants et 3 en 3 diamants
Val d'Azun : 11
Barèges : 1
Vallée de Luz : 5
Vallée d'Argelès-Gazost : 10
Gavarnie-Gèdre : 1

2020

50 biens labellisés
14 maisons - 35 appartements - 1 studio
22 en 5 diamants - 22 en 4 Diamants et 6 en 3 diamants
Val d'Azun : 7
Barèges : 11
Vallée de Luz : 9
Vallée d'Argelès-Gazost : 18
Gavarnie-Gèdre : 5



Des sessions de shooting photos



Un reportage photos d'une dizaine de photos pour les propriétaires ayant un hébergement labellisé 4 ou 5 diamants:

les prises de photos scénarisées sont offertes par l'ATVG aux propriétaires membres du club ambassadeurs, dans le cadre du dispositif LICHÔ, "partenariat gagnant/gagnant" pour récompenser une commercialisation dynamique.

Au total, depuis 2020, **62 shootings photos** réalisés :

21 en vallée d'Argelès-Gazost

17 en Val d'Azun

9 en vallée de Luz-St-Sauveur

9 à Gavarnie-Gèdre

6 à Barèges.

En 2020 : 26

En 2021 : 36

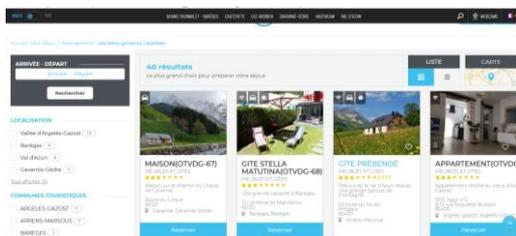


Droits photos : Utilisation des photos par ATVG sur tous ses supports de communication.

PARTIE 6 : Les actions partenariales, l'animation du réseau et la valorisation des filières

Des actions de communication et de valorisation de l'offre labellisée

- Adaptation du site internet de façon à faire apparaître les labellisés en tête de recherche



- Exemple de valorisation dans une NL commerciale



- Actions digitales à destination du grand public



- Mention dans les brochures (guide hiver ; hébergements cures ; guide du partenariat...)



- Insertion dans le dossier de presse



L'animation du Club des ambassadeurs

2 Remise des labels :

- 5 juin 2021
- 6 novembre 2021 avec Eductour dans le Val d'Azun



Remise d'un carnet avantages : octroi de privilèges pour consommer des activités et commerces du territoire ainsi que d'une carte membre nominative

Edition d'un magazine Esprit Label

Editions 1 et 2 diffusées à la soirée de remise des labels et à tous les propriétaires de biens



Signes distinctifs pour les biens rénovés réalisés : plaque signalétique et porte-clé

Sensibilisation développement durable en partenariat avec la CCPVG :

Remise d'un kit tri sélectif et sac de pré-collecte



La mise en tourisme de filières outdoor Rando Vallées de Gavarnie – Site web et application mobile

En étroite collaboration
avec la CCPVG

Objectifs :

- Faire connaître les circuits balisés sur le territoire,
- Promouvoir plusieurs activités sur la même application,
- Faciliter le suivi (balisage, entretien).

Les actions réalisées en 2021 :

- Mise en avant du dispositif sur notre site
- Affichage sur le territoire et hors territoire (Lourdes, Tarbes)
- Diffusion des cartes de visites sur le territoire et hors territoire (Lourdes, Tarbes)
- Insertions presse



Application mobile :

4 600 utilisateurs uniques (+53,33%)

31 730 utilisateurs

uniques (+60,95%)



Site Internet - rando.valleesdegavarnie.com

1 175 738 pages vues (+51,41%)

60 870 visiteurs uniques (+61,78%)

92 648 sessions (+61,67%)

Itinéraires publiés :

85 Rando / **75** VTT / **36** Trail / **22** Cyclo / **5** Gravel / **11** Escalade / **2** Parapente / **24** sorties accompagnées

Actions 2022 : Le site web rando se dotera d'une PWA en 2022

La mise en tourisme de filières outdoor - TRAIL

En étroite collaboration avec la CCPVG

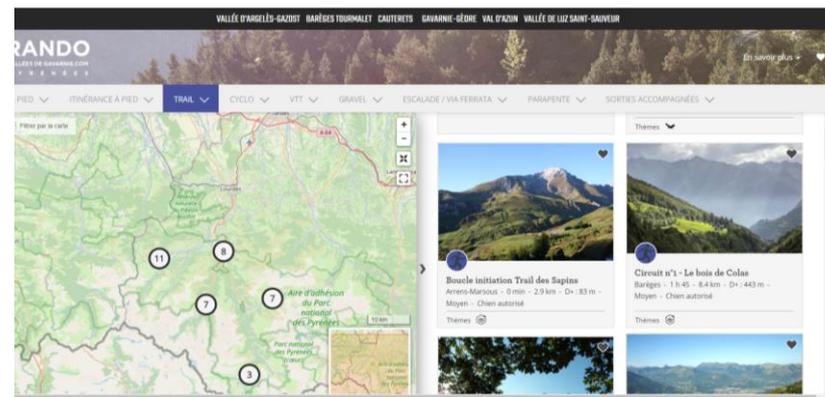


OBJECTIFS

- Identifier les vallées de Gavarnie comme une destination trail
- Utiliser les évènements comme moyen de promotion de la destination
- Apporter des infos pratiques aux vacanciers
- Engager les pratiquants pour faire parler et diffuser l'image trail en VG
- Mettre en place des services et offres adéquats

LES ACTIONS RÉALISÉES EN 2021

- Promotion de la destination sur les trails du territoire
- Communication digitale : publications réseaux sociaux / adaptation des contenus du site web
- Partenariat avec un ambassadeur : Guillaume Beauxis
- Diffusion des parcours sur Géotrek



La mise en tourisme de filières outdoor - TRAIL

LES ACTIONS RÉALISÉES EN 2021

- Participation au Salon des Templiers du 21 au 24 octobre 2021 avec Christophe Peluhet de l'ATVG et le trailer Guillaume Aio
- Organisation d'un jeu concours pour alimenter la base des contacts Trail
- Avec dotations ATVG (séjour en ½ pension en hôtel et dons de dossards par les organisateurs de trail)

150 CONTACTS

- Adhésion au Club Trail Occitanie :

Enquête activités pleine nature : 12376 questionnaires complétés

Campagne webmarketing 1750€ : 10 239 clics, 1 100 000 impressions, 12 500 interactions

Posts sponsorisés sur les réseaux sociaux, à hauteur de 1500€ (dont une annonce ciblant les trailers)

Valorisation des séjours en home page,

relais dans la **newsletter grand public** d'avril et 100% Trail (2.4 M d'impressions, 15 454 clics, 3107 participants au jeu-concours , 730 invitations, 1517 opt-in à la newsletter du Club

Carte interactive +23000 vues

TourMag (B2B) : publication d'un article, relais dans la newsletter du 08/06

Nature trail : voyage de presse puis reportage dans n° septembre octobre et

relais réseaux sociaux, publiereportage

Outdoor Go n° décembre-mars 22+posts, dossier de presse



La mise en tourisme de filières outdoor – SKI DE RANDONNEE

En étroite collaboration
avec la CCPVG

OBJECTIFS

- Asseoir la notoriété des vallées de Gavarnie comme destination ski de randonnée auprès des skieurs qui viennent d'ores et déjà pratiquer cette activité
- Se servir de la notoriété de l'événement majeur Altitoy, la plus grande course d'alpinisme des Pyrénées
- Identifier la destination auprès des nouveaux skieurs comme une destination adaptée aux skieurs débutants et confirmés
- Proposer une offre adaptée : parcours balisés et sécurisés en station ; séances de découverte encadrées...

LES ACTIONS RÉALISÉES EN 2021

- Proposition de produit touristique intégrant l'activité ski de randonnée et prestation aux thermes en format week-end et possibilité de journée, semaine et stages sur demande
- Communication digitale : Mise en ligne de produits sur internet, mise en avant bons plans sur skipass ...
- Présence d'une partie dédiée au ski de randonnée sur le dossier de presse Vallées de Gavarnie et dans le guide hiver
- Présence d'une page Ski de randonnée et ski hors-pistes au sein du programme des sorties accompagnées



- Alimentation du site spécialisé dans le ski de randonnée <https://communitytouringclub.com/> et lien depuis notre site internet www.valleesdegavarnie.com

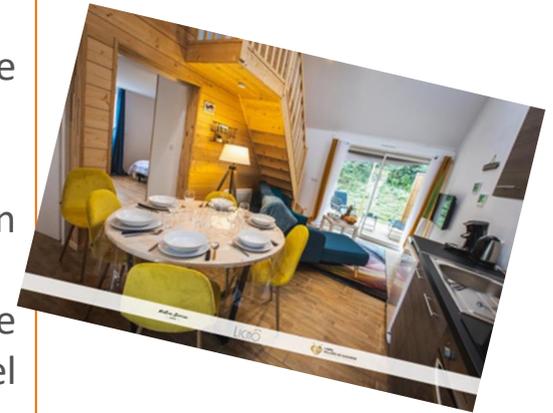
Actions 2022 :

Inciter et accompagner à la montée en gamme des hébergements

- Classement des meublés de tourisme: diminuer le nombre d'hébergements non classés
- Mettre en place la nouvelle grille de classement
- Préparer l'agrément pour le classement qui termine en septembre 2022
- Labellisation Label Vallées de Gavarnie : poursuivre l'accompagnement des meublés de tourisme et ouvrir le label aux chambres d'hôtes
- Qualité Tourisme Sud de France : informer et inciter les prestataires à y adhérer

Poursuivre la structuration de l'offre d'activités Outdoor du territoire en partenariat avec la CCPVG :

- Trail : développer l'esprit Destination "trail"
- Mettre en place une convention avec les organisateurs d'évènements majeurs
- Rando : amplifier la diffusion de l'appli randovalleesdegavarnie.com et développer les contenus / accentuer les messages de recommandations
- Ski de rando : structurer l'offre en partenariat avec les domaines skiables et les professionnels de la montagne



Le partenariat avec le Parc national des Pyrénées

Une convention qui prévoit :

- Un accueil conjoint de l'Office de Tourisme et de la salle d'exposition du PNP
- Une promotion de l'image et la notoriété du Parc national
- Des actions de développement et de valorisation de la marque « Esprit Parc »
- La vente des produits du PNP
- Un référent qui assure le suivi du projet et l'animation
- Un soutien financier du PNP de 12 000€

Plus de 700 heures dédiées



Les principales actions prévues en 2021 partiellement réalisées

- Animation de la marque Esprit Parc : journées de rencontres avec les bénéficiaires de la marque : visite individuelle pour préparer la saison /remise des supports de communication // diffusion trimestrielle de newsletter // participation aux réunions organisée par le PNP
- Animations de la Maison du parc : organisation d'expositions, de conférences, de projections de films // gestion de l'espace exposition
- Accueil de groupes
- Gestion et vente de la boutique : 15 produits en vente (tee-shirts; livres...)

Annulations:

- des journées formation-sensibilisation avec l'équipe ATVG
- des accueils de groupes
- Faible vente des produits de la boutique
- Des rencontres avec les bénéficiaires de la marque Esprit Parc



Actions 2022 : rénovation complète de l'exposition et de l'espace accueil par le Pnp et la Mairie d'Arrens-Marsous

La valorisation du site patrimoine mondial Pyrénées Mont-Perdu

Plus de 250 heures dédiées

L'ATVG est partenaire du programme d'actions POCTEFA PMPPM2 financé à 65 % par les fonds FEDER européen INTERREG.

Ce programme vise à la valorisation du site Pyrénées Mont-Perdu inscrit en 1997 sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Ce partenariat se compose également de la commune de Gavarnie-Gèdre (chef de file), du Département des Hautes-Pyrénées, du Parc national des Pyrénées, de la comarca du Sobrarbe, du Parque nacional Ordesa y Monte Perdido.

L'animation de ce partenariat, le suivi administratif global est assuré par l'ATVG pour le compte de la commune de Gavarnie-Gèdre.

- Les principales actions réalisées pour lesquelles l'ATVG a participé financièrement et/ou techniquement :

Mise en ligne d'une vidéo sur la transhumance transfrontalière de la Bernatoire ; Mise en ligne d'une application numérique 3D sur les randonnées autour du massif du Mont-Perdu ; Échange de personnel entre offices de tourisme ; Eductours transfrontaliers; Séminaires concernant la valorisation du bien ; Communication presse magazine et web.

- Un projet qui a pris fin le 30 juin 2021 :

Au 1er semestre 2021 ont été réalisées 3 vidéos de promotion du site, 1 brochure d'appel, la valorisation de l'itinéraire de randonnée Tour du Mont-Perdu



1ère de couverture du document d'appel



Valorisation Tour du mont-perdu

Mise en ligne d'une série de vidéos sur Youtube





PARTIE 7

Les engagements de l'ATVG

Partie 7 : Les engagements de l'ATVG

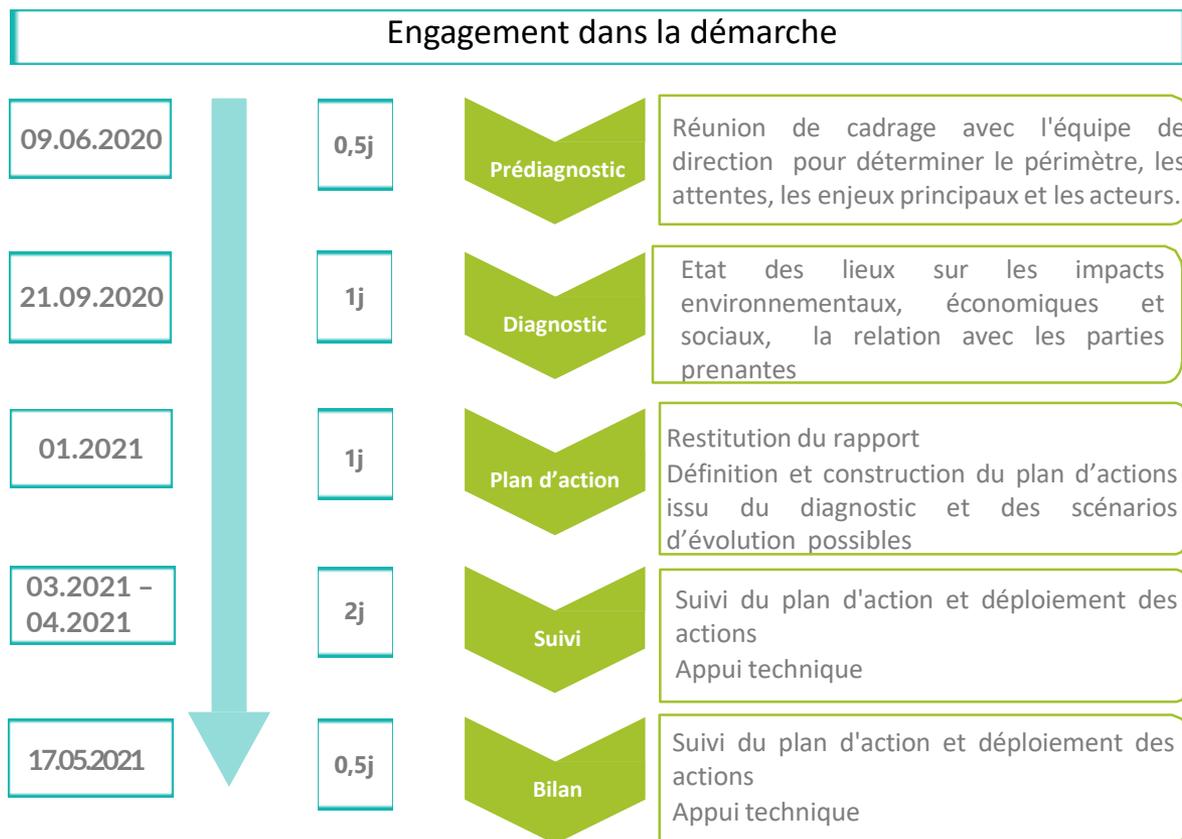
La RSE : un état d'esprit qui gagne du terrain

2020 MARQUE L'IMPLICATION DE L'ATVG DANS UNE DÉMARCHÉ RSE
(RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISE)



2021 MARQUE SON DEPLOIEMENT ET SON APPROPRIATION PAR L'EQUIPE

Cette démarche volontaire vise à réduire autant que possible l'impact environnemental et social de l'ensemble de nos actions conduites au quotidien.



Partie 7 : Les engagements de l'ATVG

La RSE : Présentation des actions. Les enjeux liés au tourisme et à la responsabilité de l'ATVG

- ❑ **Rédaction de la Politique générale RSE de l'ATVG.** Vocation à être un guide dans les actions de l'ATVG (en interne au quotidien et dans la stratégie et en externe auprès des principales parties prenantes). Rédigée avec la ferme volonté du comité de pilotage de ne pas être qu'un document de communication mais qu'il soit accompagné d'actions
- ❑ **Réflexion lancée sur la rédaction de la charte d'achats responsables.**
- ❑ **Baromètre social :** questionnaire anonyme envoyé à l'ensemble des collaborateurs pour mesurer les ressentis des équipes et les transformer en actions concrètes dans le but d'améliorer durablement la qualité de vie au travail.
- ❑ Une action concrète de sensibilisation aux gestes écocitoyens : le **kit du randonneur** permet aux randonneurs d'être attentifs aux déchets produits lors de leurs balades et à la nécessité de les redescendre. Mégots, mouchoirs et autres emballages trouvent leur place dans un cendrier de poche, un sachet en plastique végétal et un sac en toile 100% bio.
Nbre distribués : plus de 7500 kits !
- ❑ Un « **KIT DU TRI** » : sac de pré-collecte, autocollant Stop Pub, réglotte de tri et consignes de tri. Distribué gratuitement aux propriétaires de meublés de tourisme des Vallées de Gavarnie grâce au soutien de la communauté de communes Pyrénées Vallées des Gaves.
Nbre distribués : plus de 1 445 kits !



Ça, c'est du concret !



PARTIE 8

Les données financières

Les données financières

État de réalisation des opérations Section de fonctionnement

Dépenses

Charges à caractère général	302 764,64 €	22,50 %
Charges de personnel et frais assimilés	974 911,52 €	72,45 %
Autres charges de gestion courante	37 700,82 €	2,80 %
Charges financières	546,55 €	0,04 %
Charges exceptionnelles	320,00 €	0,02 %
Opérations d'ordre de transfert	29 502,85 €	2,19 %
TOTAL	1 345 746,38 €	100 %

Recettes

Atténuation de charges	25 646,73 €	1,75 %
Vente de produits, prestations de services, marchandises	245 037,27 €	16,68 %
Subventions d'exploitation	465 105,53 €	31,66 %
Autres produits gestion courante (taxe séjour)	535 085,45 €	36,42 %
Produits exceptionnels	21 756,19 €	1,48 %
Opérations d'ordre de transfert	16 577,62 €	1,13 %
Report résultat 2020	159 904,99 €	10,88 %
TOTAL	1 469 113,78 €	100 %

État de réalisation des opérations Section investissement

Dépenses

Immobilisations incorporelles	59 552,05 €	63 %
Immobilisations corporelles	18 644,08 €	20 %
Opérations d'ordre de transfert	16 577,62 €	17 %
TOTAL	94 773,75 €	100 %

Recettes

Dotations, fonds divers et réserves	29 502,85 €	29 %
Report résultat 2020	71 436,22 €	71 %
TOTAL	100 939,07 €	100%



Agence Touristique des Vallées de Gavarnie

15 place de la République

65400 ARGELÈS-GAZOST

05 62 97 00 25

www.valleesdegavarnie.com



VALLÉES DE GAVARNIE

ARGELÈS-GAZOST • BARÈGES • CAUTERETS • GAVARNIE-GÈDRE • VAL D'AZUN • VALLÉE DE LUZ

Touchez au sublime



VALLÉES DE GAVARNIE
PYRENNES

Crédits photos : ©AntoineGarcia-Vallées de Gavarnie, ©PierreMeyer