



Fabrice HUGELÉ,
Président de l'Office de Tourisme
Grenoble-Alpes Métropole.
3^e vice-président délégué à l'économie,
l'industrie et à l'attractivité du territoire.

LIVRAISON CLÉ EN MAIN

L'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole, fait appel à la société Touring Info Service pour approvisionner en documents les hébergeurs du territoire métropolitain, tout au long de l'année.

En 2016



130 300
DOCUMENTS
DIFFUSÉS



181
ÉTABLISSEMENTS
APPROVISIONNÉS
(87 HÔTELS, 15 RÉSIDENCES
DE TOURISME, 51 OFFICES
DE TOURISME, 28 CAMPINGS)



33 022 km
PARCOURUS

1807

PASSAGES



10 709
DOCUMENTS PRIS
EN MAIN CHAQUE MOIS



365
JOURS DE VISIBILITÉ



127
JOURS D'INTERVENTION
ET DE LOGISTIQUE



8 694 €
DE BUDGET
ALLOUÉ

Le schéma directeur touristique de Grenoble-Alpes Métropole a été adopté en avril 2016. Sa mise en œuvre est désormais une réalité concrète : Workshop et éductours très suivis, City Pass en construction, partenariat avec les stations de ski, participation aux principaux salons internationaux du tourisme d'affaires, rénovation de la Maison du tourisme, nouveaux outils numériques d'accueil des visiteurs, etc., sont les signes forts d'une destination exceptionnelle.

Loin de l'agitation et des foules, notre territoire recèle des joyaux qu'il nous appartient de faire découvrir aux touristes. Des paysages époustouflants et la nature en ville, des lieux de culture nombreux et de qualité, une gastronomie de terroir, un patrimoine fortement marqué par l'Histoire, la haute technologie, l'industrie... Grenoble-Alpes Métropole c'est une proximité immédiate entre nature sauvage et modernité urbaine. Une destination sans pareil en France, qui contribue à faire du pays la première destination mondiale du tourisme. Grenoble-Alpes Métropole c'est une chance, c'est une marque.

Pourtant, il nous faudra beaucoup de travail encore, et de persévérance collective, pour aller chercher de nouvelles parts de marché. Celles-ci sont indispensables à la création d'emplois non délocalisables. Indispensables à l'activité de nos commerces et de nos entreprises.

C'est avec les acteurs économiques que nous préparons la commémoration des JO de 68, la candidature à la Coupe du Monde de football féminine 2019 ou encore à la Coupe du Monde de rugby 2023.

Dès ces prochaines semaines, les grands événements supportés par la Métropole et par vous, professionnels du tourisme... Piolets d'Or, Ultra Tour des 4 massifs, Fêtes Révolutionnaires de Vizille, semi-marathon Grenoble-Vizille, Printemps du Livre, Musée en musique, World circuit BMX Flat... seront autant d'occasions d'amplifier encore l'écho et l'attractivité de la destination Grenoble-Alpes Métropole !

LES TRANSFERTS DE COMPÉTENCE

LE TRANSFERT AUTOMATIQUE DE LA PROMOTION DU TOURISME, AUX COMMUNAUTÉS URBAINES ET AUX MÉTROPOLIS, A ÉTÉ ACTÉ PAR LA LOI MODERNISATION DE L'ACTION PUBLIQUE TERRITORIALE ET D'AFFIRMATION DES MÉTROPOLIS (LOI MPTAM ADOPTÉE À L'ÉTÉ 2015)

C'est dans ce cadre que l'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole est né le 1^{er} janvier 2016 de la fusion des offices de tourisme de Grenoble, du Sud-Grenoblois, de Sassenage et du Syndicat d'initiative du Sappey.

La loi portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République (loi nOTRe) complète ce dispositif par un transfert de la

compétence tourisme entre le Conseil Départemental et la Métropole, sur le territoire de cette dernière. Les discussions engagées aboutiront bientôt à la signature d'une convention actant le partage de la gouvernance et les transferts financiers sur des dossiers structurant l'offre touristique sur le territoire métropolitain autour de 3 axes.

LES AXES DU TRANSFERT CONSEIL DÉPARTEMENTAL / MÉTROPOLE



TOURISME D'AFFAIRES

- > Développement de l'accueil de manifestations d'affaires en lien avec les filières économiques et académiques du territoire.
- > Mise à niveau des équipements.
- > Recherche d'un lieu pour des soirées de gala.
- > Mise en place d'une démarche d'accueil.



TOURISME D'AGRÈMENT

- > Mise en place des outils favorisant l'offre urbaine.
- > Développement du lien ville/montagne.
- > Développement des outils d'accueil numérique.
- > Observation des flux.



MARKETING TERRITORIAL

- > Travail sur l'identité et l'image de la destination.
- > Promotion renforcée sur les marchés-cibles.
- > Développement d'événementiels identitaires.

➔ RETOUR EN CHIFFRES SUR UN ÉVÉNEMENT 2 EN 1



← WORKSHOP

1 date / 15 novembre 2016
1 lieu de prestige / Musée de Grenoble / Exposition Kandinsky
770 personnes inscrites
49 structures exposantes
 Visiorat
25 % métiers de l'événementiel
11,5 % entreprises de services
7 % secteur des énergies
6 % recherche et innovation

➔ EDUCTOUR

2 jours / 15 et 16 novembre 2016
15 sites visités / Okko Hotel, Park Hôtel M Gallery, Grand Hôtel, La Bastille, Stade des Alpes, Chapelle du couvent Sainte-Cécile, Château de Sassenage, Casino Joa et Grand hôtel Les Terrasses d'Uriage, Alpeexpo, WTC, Musée de Grenoble, Musée dauphinois, Musée de l'Ancien Evêché...
14 hosted buyers / Université de Toulouse, Université de Lyon, Pegase Evénements, société RTE Paris...

➔ LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DES RETOMBÉES COMMERCIALES EN COURS SERONT COMMUNIQUÉS DANS UN PROCHAIN NUMÉRO.

SYNERGIE AUTOUR ET AVEC LES FILIÈRES ÉCONOMIQUES D'EXCELLENCE

S'il est un domaine profondément inscrit dans l'ADN du territoire, c'est celui de l'innovation et des nouvelles technologies. La Direction de l'attractivité du territoire de la Métropole a invité en janvier, les responsables des principales filières économiques d'excellence à des groupes de

travail animés par le Bureau des Congrès, les centres de congrès (Alpeexpo WTC) et l'agence Insight Outside. L'objectif de ces rencontres : mobiliser, fédérer et accompagner ces acteurs majeurs pour porter de concert la candidature de la destination Grenoble-Alpes Métropole

dans l'organisation d'événements d'ampleur nationale et internationale. Ce travail devrait permettre d'amplifier l'organisation de congrès et colloques sur la destination afin d'intégrer le top 10 des métropoles françaises accueillant le plus de congrès internationaux.

LES FILIÈRES



MICRO ET
NANOÉLECTRONIQUE



INFORMATIQUE ET
LOGICIEL



MEDTECHS ET
SANTÉ



ÉNERGIE



CHIMIE ET
ENVIRONNEMENT



MÉTALLURGIE ET
MÉCANIQUE

LE BUREAU DES CONGRÈS ALL AROUND THE WORLD

EN ADÉQUATION AVEC LA VOLONTÉ DE PORTER AU NIVEAU INTERNATIONAL GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE DANS SA DIMENSION AFFAIRES, L'ÉQUIPE A INVESTI, CES SIX DERNIERS MOIS, LES SALONS EUROPÉENS D'ENVERGURE. ACCOMPAGNÉS DES PROFESSIONNELS DU SECTEUR (ALPEXPO, LE WTC, LE CLUB HÔTELIER, ACCOR HOTELS ET INSIGHT OUTSIDE), ILS ONT POSÉ LEURS BAGAGES À PARIS, LYON ET BARCELONE.



FRANCE MEETING HUB

- 8 et 9 novembre 2016
- Paris Hôtel Molitor
- Organisateurs **internationaux de rencontres professionnelles et d'activités d'incentive (Europe et marchés lointains).**
- > 1^{ère} participation à l'opération de promotion de la destination France, coordonnée par Atout France dans le cadre du cluster Mice.
- > **23 rendez-vous pré-programmés** sur la journée.

IBTM WORLD

- 29, 30 novembre et 1^{er} décembre 2016
- Fira de Barcelona
- Organisateurs **internationaux** d'événements professionnels.
- > Salon leader sur le marché mondial du Tourisme d'Affaires.
- > **23 m² au cœur du Pavillon France** convention bureau d'Atout France.
- > **1^{ère} participation de la destination Grenoble-Alpes Métropole** co-pilotée avec la Direction du développement et attractivité du territoire.
- > 100 rendez-vous d'affaires (leads) sur la durée du salon.

MICE CONNECT

- 2 février 2017
- Paris-La Défense
- Organisateurs **Entreprises, grands comptes et agences franciliennes**, organisateurs de rencontres d'affaires.
- > Nouveau format de l'emblématique **salon Bedouk**, l'un des principaux salons nationaux de l'événementiel, implanté au cœur du premier quartier d'affaires européen.
- > **En partenariat avec Alpeexpo et le centre de congrès du WTC Grenoble.**

SBE LYON

- 9 et 10 février 2017
- Cité Internationale de Lyon
- Organisateurs **d'événements corporate des marchés lyonnais, d'Auvergne-Rhône-Alpes, de Bourgogne-Franche-Comté et du grand quart Sud-Est.**
- > Principal salon régional de l'événementiel d'entreprise (séminaire, séminaire résidentiel, incentive...).
- > **Opération conjointe** avec Uriage destination affaires (Office de Tourisme, Grand Hôtel & Spa les Terrasses, Casino Joa), le Club Hôtelier Grenoble Alpes Dauphiné et Hipark Résidence Grenoble.



➔ NOUVEAU PORTAIL MICE

Dans la lignée du site agrément, le portail affaires de la destination, nouvelle version, vient d'être lancé. La première étape de la refonte de cet outil, qui s'achèvera mi 2018, s'articule autour de la mise en cohérence avec le nouvel axe graphique des outils de communication, la valorisation des éléments identitaires et l'augmentation des performances du Venue Finder. Redynamisé pour améliorer le référencement et affiné pour répondre à la critères de satisfaction client, cet outil de recherche permet une plus grande autonomie dès les premières phases de planification. La valorisation par

l'image, accentuée dans une approche esthétique épurée et le soin apporté à l'ergonomie des pages rendent la navigation plus fluide. L'ensemble de l'offre MICE du territoire (soit plus de 450 établissements) est ainsi accessible en quelques clics et traitée pour être en adéquation avec les besoins des organisateurs d'événements.

La médiathèque, les demandes de subvention en ligne et les commandes de documentation en nombre viennent compléter l'outil pour appréhender les dossiers de candidature dans leur globalité.



HUBO, KÉSAKO ?

Une nouvelle application utilisée depuis janvier 2017 par les équipes pour renforcer la mise à jour et la veille d'information concernant les prestataires du territoire. Créée par la start-up Dahub implantée sur le Tarmac de Meylan, elle scanne la toile et renvoie des informations à jour (coordonnées, horaires, tarifs ...), vers Apidae. Une bonne manière de consolider les données et renforcer les liens avec les jeunes entreprises locales et innovantes.



PARCE QUE L'UNION FAIT LA FORCE

La destination Grenoble-Alpes Métropole rejoint les principales villes françaises sous la bannière d'Atout France et intègre le cluster "Tourisme en ville". Ce réseau mutualisé a pour objectif d'accroître la visibilité et valoriser la destination France dans sa variété et sa diversité et proposer des offres "city break" sur les marchés européens matures et les marchés lointains. Inscrire la destination métropolitaine dans cette dynamique permet de renforcer les démarches engagées en 2016 pour la repositionner dans le paysage touristique national. Les actions majeures portées en 2017 sont centralisées autour du développement de la plateforme web dédiée aux marchés anglophones et sur la déclinaison de la marque signature "Top French Cities" sur l'ensemble des supports de communication des destinations.

LES PRINCIPALES VILLES ADHÉRENTES

Bordeaux, Nice, Nantes, Strasbourg, Montpellier, Versailles, Aix en Provence, Rennes, Lille, Tours, Metz, Saint-Etienne...



LES ACTIONS DU CLUSTER EN 2017

EN GRANDE-BRETAGNE

> Présence au printemps sur le site internet The Guardian.

EN ALLEMAGNE

> Booklet dans le magazine ELLE / 95 555 exemplaires / parution 10 mai 2017.

> Workshop "La Boutique France" B to B - Cologne juillet 2017.

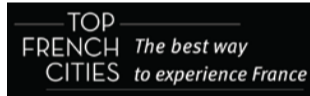
> Accueil sur la destination allemand - Octobre 2017.

AUX PAYS-BAS

> 4 doubles pages sur 4 éditions dans le magazine Reiz& Parution Grenoble prévue le 28 septembre 2017.

AU JAPON

> Workshop Saikori - Séminaire de présentation des "Top french cities" en mai 2017.



LES NEWSLETTERS EN CHIFFRES

2 PARUTIONS ADRESSÉES À 500 SOCIO-PROFESSIONNELS DU TERRITOIRE MÉTROPOLITAIN :

L'INFO PARTENAIRES

BIMESTRIELLE

29,93% TAUX OUVERTURE MOYEN

NOVEMBRE 2016

L'AGENDA DE LA QUINZAINE

BIMENSUELLE

31% TAUX OUVERTURE MOYEN

JUILLET 2016

1 PARUTION GRAND PUBLIC ADRESSÉE À 6 600 CONTACTS QUALIFIÉS :

LA SÉLECTION DU WEEK-END !

HEBDOMADAIRE

23,50% TAUX OUVERTURE MOYEN

JUILLET 2016

➔ AU CŒUR DE L'ACTION



Dans le cadre des accueils hors les murs, une équipe est mobilisée pour aller à la rencontre des visiteurs d'affaires sur les lieux de congrès. En partenariat avec les organisateurs d'événements, un office de tourisme "Pocket" est implanté in situ, pendant

toute la durée des manifestations. Renseignements touristiques sur la destination, assistance logistique personnalisée durant le séjour des congressistes et boutique souvenirs et produits régionaux, tout est pensé pour leur faciliter la destination.

CONTACT : 04 76 03 43 05

EN CHIFFRES 2016

11 événements : 29 650 congressistes 25 jours de présence
Mountain Planet, SEMICON, SIM...

➔ REFONTE DE L'IDENTITÉ VISUELLE

La Direction de la Communication de la Métropole et les services de l'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole ont travaillé sur le nouvel axe graphique identitaire. Cette nouvelle signature, facilement identifiable et lisible, est désormais déclinée sur

l'ensemble des supports print produits par l'OTGAM et a pour objectif de représenter les atouts majeurs du territoire.



#TOPIOQUALI des Destinations touristiques françaises sur les réseaux sociaux



ENTRÉE DANS LE TOP 10 !

En 2016, Simply Digital a lancé une vaste étude nationale portant sur 50 destinations touristiques françaises. L'objectif de cette étude était de faire un état des lieux des pratiques et de déterminer les impacts de l'utilisation des réseaux sociaux afin de proposer un document de référence.

Les résultats ont été présentés à Pau, durant les Rencontres du E-tourisme institutionnel, le 20 octobre 2016. La destination Grenoble Alpes-Métropole s'est distinguée en faisant son entrée dans ce TOPIOQUALI des destinations touristiques françaises présentes sur les réseaux sociaux.





→ LES VISITES GUIDÉES

Pour le premier semestre 2017, l'OTGAM a pris le parti de pousser encore un peu le curseur de l'originalité : après les canoës, les vélos électriques et les raquettes à neige, ce sont les gyropodes et voitures électriques qui fleuriront dans les rues. Le programme, renouvelé à plus de 50 %, fera la part belle à l'innovation avec les visites de GreEn-Er ou Studio Xérox tout en restant encré dans le territoire avec la découverte historique et patrimoniale des communes comme Le Fontanil, Notre-Dame-de-Mésage ou Vif. Les familles ne seront pas en reste avec les chasses aux trésors et une "clownade grenobloise", ou comment appréhender de manière surprenante et émerveillée l'histoire et l'environnement urbain de la cité.

→ SERVICE VISITES ET GROUPES : 04 76 42 41 41

BILAN 2016

307 VISITES PROGRAMMÉES

4 342 PARTICIPANTS SOIT

15,14 % DE PROGRESSION VS 2015

Le top 3 DES VISITES LES PLUS PLÉBISCITÉES :

BALADES THÉÂTRALES

868 PARTICIPANTS

ANCIEN PALAIS DU PARLEMENT

337 PARTICIPANTS

STREET ART

270 PARTICIPANTS

FRAGILE

→ ÇA DÉMÉNAGE À L'OTGAM !

LES TRAVAUX EN COURS DEPUIS JANVIER 2016 TOUCHENT À LEUR FIN

Fini les échafaudages, câblages et perceuses ! Place aux cartons ! L'équipe de l'OTGAM a retrouvé ses quartiers courant février, dans un espace entièrement rénové, suivie de près par l'équipe de la Maison de la Montagne. 175 m² réorganisés pour ce nouveau lieu de vie à découvrir et s'approprier...

SANDRINE BARRUEL

RESPONSABLE BOUTIQUES



Sandrine, vous êtes présente depuis plusieurs années sur le Marché de Noël, que pouvez-vous nous dire de cette édition 2016 ?

Le nouvel emplacement du chalet a eu son petit effet cette année. Nous étions face à une entrée principale, donc plus visibles. C'est toujours un moment agréable de retrouver nos clients dans l'ambiance particulière des fêtes de fin d'année.

Quelles sont leurs attentes ?

Ils sont en demande d'authenticité, ils veulent des produits qui ont du sens, qui soient porteurs de notre identité. Bien sûr les produits régionaux ont la part belle. Nos boutiques sont de plus en plus perçues comme des vitrines de valorisation des produits du terroir. Mais ils apprécient également d'offrir des cadeaux "made in chez nous" d'où

notre volonté assumée de proposer aux visiteurs des souvenirs emprunts de l'ADN de notre territoire et du savoir-faire local. Les gants FST ont ouvert la voie et sont maintenant une référence. Dans la lancée, nous avons complété la collection textile avec la production cette année de carrés de soie. Une montée en gamme que nous avons pensée avec Saqeraba qui est à l'origine du visuel (les toits du cœur historique stylisés) et qui les fabrique à GG en Rhône-Alpes.

Pourquoi viennent-ils sur le stand OTGAM ?

On discute avec eux de leur envie de vacances, de la neige qu'ils attendent avec impatience pour amener leurs familles sur les pistes. Et puis il y a les touristes ! Ils sont toujours contents et parfois surpris de trouver un office de



tourisme sur un tel événement. Les italiens sont fidèles, tous les ans à cette période. Ils partagent la tradition des marchés de Noël et sont à Grenoble en un saut de puce.

Toujours un bon moment, malgré le froid, que l'on aura plaisir à reconduire en fin d'année.

CONTACT : 04 76 42 96 06

2016, LES BOUTIQUES EN CHIFFRES



5 points de vente

363 jours d'ouverture

130 références

64 % produites en local

6 % de progression de CA



www.facebook.com/OfficedeTourismedeGrenoble



twitter.com/GrenobleTourism
twitter.com/GrenobleCongres



#mygrenoble



pinterest.com/playgrenoble

Directeur de la publication : Fabrice Hugelé, Président - Rédacteur en chef : Yves Exbrayat - Rédaction, coordination : Nadine Rosier Di Bisceglie - Conception, réalisation : Société2filles - Crédits photos : **Photo de couverture : Alain HERRAULT, la tête dans les nuages, amateur des cieux colériques ou rieurs qui redessinent sans fin nos belles montagnes du Dauphiné. Son site : www.alainherrault.com - son facebook https://www.facebook.com/Au-Gré-du-vent-111537739055744/** / Diverticimes, Château de Sassenage, Ste Dahub, Couvent Sainte-Cécile, Agence Simply Digital, C215, Photec, Rossignol Sonny Vandeveld, E. Tolwinska, P. Jajet, L. Ravier, A. Rouillon, N. Rosier Di Bisceglie, OTGAM. - Impression : Les Deux Ponts - Papier certifié PEFC, encres végétales - Dépôt légal à parution

www.grenoble-tourisme.com - www.grenoble-congres.com



TERMINÉE L'ATTENTE AU PIED DES PISTES !

Et place à l'impulsion ! Les habitants de la métropole peuvent pousser les portes de l'OTGAM (ou d'un BIT) pour acheter leurs forfaits de ski ! Devant l'engouement rencontré l'an dernier, cette opération menée en partenariat avec les stations de la métropole et des territoires voisins est reconduite pour la saison hivernale. Ce rapprochement avec les équipes des stations du Sappey, du Col de Porte et de Chamrousse, traduit la volonté partagée d'être encore plus en interaction pour s'adapter au mieux aux pratiques et aux attentes des visiteurs.

→ CONTACT : 04 76 42 41 41



GRENOBLE-ALPES ESSAIMÉE

Les années d'étude que l'on passe loin de chez soi restent des moments privilégiés qui impactent une vie. Conscient de la qualité de vie au sein d'un environnement privilégié que l'on a à cœur de partager, l'OTGAM réserve aux étudiants de l'UGA un accueil personnalisé pour leur dévoiler les richesses et les secrets du territoire métropolitain comme on le ferait pour souhaiter la bienvenue aux nouveaux membres de la famille.

Ces découvertes culturelles et patrimoniales sont intégrées dans les contenus pédagogiques et construites en concertation avec les enseignants de l'université.

Amorcé il y a quelques mois, le partenariat entre l'Université Grenoble Alpes et l'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole sera officialisé le 21 mars dans le cadre de la journée de la Francophonie par la signature d'une convention.

Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole

14, rue de la République
Tél. +33 (0)4 76 42 41 41
info@grenoble-tourisme.com

Bureau d'Information Touristique Bastille

Tél. +33 (0)4 76 89 46 45
Accès à pied ou en téléphérique

Bureau d'Information Touristique Le Sappey-en-Chartreuse

Le Bourg - 38120 Le Sappey-en-Chartreuse
Tél. +33 (0)4 76 88 84 05
info.lesappey@grenoble-tourisme.com

Bureau d'Information Touristique Vizille

Place du château - 38220 Vizille
Tél. +33 (0)4 76 68 15 16
info.vizille@grenoble-tourisme.com

Bureau d'Information Touristique Sassenage

Château de Sassenage
Allée du Château - 38360 Sassenage
Tél. +33 (0)4 76 42 41 41