



InfoSCOPE

Numéro
5

AUTOMNE-HIVER 2018

© VEKS VAN HILLIK



Fabrice HUGELÉ,
Président de l'Office de Tourisme
Grenoble-Alpes Métropole.

LE WORKSHOP TOURISME D'AFFAIRES 2018



782
INSCRITS



63
EXPOSANTS
PRESTATAIRES DU
TOURISME D'AFFAIRES
DU TERRITOIRE



3
PARTENAIRES
ORGANISATEURS



3
PARTENAIRES
TECHNIQUES



3
PARTENAIRES
ANIMATIONS



3
TRAITEURS



1
SPONSOR



1
CONFÉRENCE
DE PRESSE ET
8 MÉDIAS PRÉSENTS

Les résultats de la fréquentation estivale de l'agglomération montrent clairement que les efforts qui sont engagés depuis quelques années vont dans le bon sens. Avec plus de 27 000 visiteurs accueillis et renseignés à l'Office de Tourisme métropolitain durant l'été 2018, le nombre de "clients physiques" reste très important. Mais surtout, dans le même temps, le nombre de demandes via l'interface digitale de l'Office de Tourisme explose littéralement (progression de plus de 40% du nombre des connexions). Sur les réseaux sociaux, sur Pinterest, Instagram, Facebook, Twitter, YouTube ou encore Exposure, le contenu visuel et éditorial conçu par l'Office de Tourisme "fixe" désormais près de 35 000 followers. Cette tendance positive se retrouve également à la boutique où l'évolution du chiffre d'affaires montre une progression de 10% depuis le début de l'année, par rapport à l'an passé. Là encore, les choix concernant la gamme des produits locaux, et autres "goodies souvenirs", soulignent s'il en était besoin que l'innovation et l'audace sont des atouts majeurs de développement. D'ailleurs, *The Guardian*, titre phare au Royaume-Uni a classé la Métropole parmi le Top 10 des city breaks en Europe.

Mais si nos partenaires hôteliers (et Isère Tourisme) semblent confirmer une amélioration de la fréquentation cet été, il n'en reste pas moins que la destination peut faire encore beaucoup mieux. Elle a les atouts d'une grande. En cela, la transformation de nos métiers, impulsée par la Métropole voilà trois ans, contribue fortement à ouvrir Grenoble et son agglomération sur le Monde. La Métropole, toujours elle, poursuit son action en vue de consolider un programme d'animations de haut niveau, avec des événements majeurs comme la Coupe de Monde de football féminin, les Internationaux de patinage, l'UT4M, les championnats du Monde universitaire de Tennis... dont les retombées bénéficient à tout le territoire. La Ville-centre, quant à elle, doit jouer pleinement son rôle de locomotive et travailler mieux encore à accroître sa désirabilité et du même coup la notoriété de la capitale des Alpes.

De leur côté, les équipes de l'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole ont engagé la réalisation de nouvelles actions en visibilité : mise en place prochaine d'un accueil numérique interactif 7J/7 et 24h/24 au bureau d'information central, vidéo de destination, opérations de promotion de la destination à Londres et en direction des opérateurs allemands... La digitalisation d'une partie de nos activités, un accueil numérique accessible en différents points stratégiques du territoire et un accueil physique "itinérant", sont désormais des axes forts de travail. Sans attendre la prochaine Coupe du Monde de football, Grenoble-Alpes Métropole affirme son ADN international de métropole en mouvement.

LE CLUSTER TOURISME EN VILLE À GRENOBLE

DEPUIS JANVIER 2017, L'OFFICE DE TOURISME GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE ADHÈRE AU CLUSTER TOURISME EN VILLE D'ATOUT-FRANCE.



CE CLUSTER - QUI FÉDÈRE 24 OFFICES DE TOURISME DES GRANDES AGGLOMÉRATIONS FRANÇAISES - EST :

- > une instance participative qui permet l'élaboration d'une stratégie opérationnelle et d'un plan annuel d'actions,
- > un lieu d'échanges d'expériences et de mise en liaison ou en réseau d'offres,
- > un outil partenarial de promotion avec la mise en œuvre d'actions sur les marchés prioritaires.

C'est également une instance de travail en synergie avec d'autres filières et un laboratoire qui permet de défricher de nouveaux marchés, en particulier lointains ou émergents, sur lesquels les adhérents n'auraient pas la potentialité d'aller individuellement. Son objectif est d'accroître la fréquentation des villes et à la fois de réduire le différentiel de taux d'occupation semaine/week-end et de développer l'image, la notoriété des destinations sur les marchés matures et les marchés émergents. Chaque année, le cluster organise un séminaire dans une destination adhérente. L'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole

a candidaté face à d'autres destinations, notamment Rennes et La Rochelle en short list et sa candidature a été retenue par le bureau du cluster.

Le séminaire s'est tenu les mercredi 31 mai et jeudi 1^{er} juillet. Nous y avons abordé plusieurs thématiques telles que la segmentation des villes sur les opérations, l'approche des marchés asiatiques, Le e-tourisme, l'avenir des centrales de réservation, des city cards et des activités commerciales des offices de tourisme. Retours d'expériences et interventions de consultants étrangers sur les perspectives de l'évolution du tourisme vers un modèle plus durable et plus expérientiel ont nourri les débats. Ce fut également pour Grenoble l'occasion de présenter la démarche de marketing territorial initiée par la Métro, avec l'intervention du cabinet Futourism qui a conduit une étude sur le positionnement de la destination.

YVES EXBRAYAT,
Directeur de l'Office de Tourisme
Grenoble-Alpes Métropole

→ LE WORKSHOP TOURISME D'AFFAIRES

APRÈS LE MUSÉE DE GRENOBLE EN 2016 ET SES 650 PARTICIPANTS, C'EST UN VÉRITABLE CHALLENGE QUI ATTENDAIT LES ÉQUIPES DU BUREAU DES CONGRÈS POUR L'ÉDITION 2018.

Challenge qui a été relevé haut la main avec un record de fréquentation avec 782 participants et 65 partenaires exposants. Etayé par deux partenaires, co-organisateurs (le Stade des Alpes et Grenoble Alpes Métropole) et un sponsor, les équipes se sont mobilisées pour proposer un événement à la hauteur des attentes des socio-professionnels, des organisateurs d'événements et des enjeux économiques liés au tourisme d'affaires.

Au-delà de la réussite de l'événement et de la convivialité, unanimement constatée et appréciée pendant la soirée, il s'agit bien de quantifier et d'analyser l'impact et les retombées économiques inhérentes à ces rencontres professionnelles.

Une étude menée conjointement auprès des participants et des exposants est en cours et devrait permettre de répondre précisément à ces questions. Au regard des premières tendances enregistrées dans la suite du Workshop les indicateurs sont au vert (forcé !) avec un taux de satisfaction de 95%. L'ensemble des résultats seront rendus public début 2019. 81% des visiteurs confirment d'ores et déjà leur intention de renouveler leur participation à l'édition 2020.

Ceci confirme, s'il était besoin, le dynamisme de ce secteur économique dans le bassin métropolitain et l'adéquation entre les besoins des prescripteurs et porteurs de projets et l'offre du territoire.



Les prochaines actions de promotion de l'équipe du Bureau des Congrès portant sur la valorisation du territoire et de l'offre affaires vont se poursuivre à l'automne avec la **reconduction des participations aux salons majeurs**. Depuis 4 ans elles contribuent à ancrer la destination sur les **marchés affaires nationaux et internationaux**.

CALENDRIER DES SALONS ET CONGRÈS

- > RÉUNIR - 20-21 SEPTEMBRE
en collaboration avec Alpeexpo et Okko Hotel
- > IBTM - 28-30 NOVEMBRE
- > SBE - 7-8 FÉVRIER 2019



LES RENCONTRES DU CLUB MICE

- > LE MOIS DE L'INCENTIVE - 6-28 SEPTEMBRE
- > SPEED MEETING - 9 NOVEMBRE
au stade Lesdiguières

IMEX 2018

Du 15 au 17 mai

Messe de Francfort

Organisateurs **internationaux d'événements professionnels**.

Événement leader sur le marché mondial du tourisme d'affaires

14 500 participants dont **5 151** acheteurs

3 500 exposants représentant plus de **160** destinations

68 500 rendez-vous d'affaires programmés

Le Bureau des Congrès était accompagné du centre de congrès du World Trade Center et de Grenoble-Alpes Métropole.

70 contacts d'organisateur potentiels ont été qualifiés lors de ce salon.



LE GUIDE MICE

En complément de la plateforme numérique et son venue finder, l'ensemble de l'offre MICE est désormais disponible via le Guide Mice. Véritable annuaire bilingue présentant une offre caractérisée en fonction des besoins et des attentes des organisateurs d'affaires, il est paru en juin dernier. Il est disponible auprès du bureau des congrès et en téléchargement sur www.grenoble-congres.com.

→ CONTACTS :

Sophie Tournigand : 04 76 03 37 53
William Haettel : 04 76 03 37 56
Manon di Gennaro : 04 76 54 90 71

→ LES RENCONTRES SOCIO-PRO

La commission des socio-professionnels de la destination a vu le jour en 2017, à l'initiative de l'Office de Tourisme. L'objectif premier de cette assemblée, qui compte une cinquantaine de membres, est de renforcer les liens entre les acteurs économiques, culturels et institutionnels autour de projets co-construits et partagés et ainsi créer des synergies pour renforcer l'attractivité du territoire. Après une première phase d'installation et l'intégration des professionnels du tourisme d'affaires à l'automne, la commission s'est réunie le 22 mai. À cette occasion une présentation de la programmation estivale et des grandes manifestations culturelles et sportives qui vont émailler l'année à venir a été faite. L'ensemble des acteurs culturels et sportifs du bassin métropolitain se sont succédés sur l'estrade de l'Amphithéâtre République pour détailler l'ensemble de leurs événements, en présence de Bernard Thévenet, figure du cyclisme français, de Marie-José Salat, Francie Mégevand et Yannick Belle, tous trois vice-présidents de Grenoble-Alpes Métropole, Corinne Bernard, élue à la Ville de Grenoble et Fabrice Hugelé, président de l'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole. Une belle opportunité de trouver en un même lieu l'ensemble des acteurs et de repartir avec les outils nécessaires à l'information de leurs clients. Dès cet automne, la création de groupes de travail, qui auront pour mission de participer aux réflexions inhérentes à la mise en tourisme et l'attractivité de la destination, est proposée aux membres de la commission.



A VOS AGENDAS

EXPOSITION "SERVIR LES DIEUX D'EGYPTE" DU MUSÉE DE GRENOBLE
27 octobre 2018
au 27 janvier 2019



LES INTERNATIONAUX DE FRANCE DE PATINAGE
23 au 25 novembre 2018



LA COUPE DU MONDE FÉMININE DE FOOTBALL
7 juin au 7 juillet 2019



UN CONCENTRÉ D'ACTIVITÉ

Le rapport d'activité 2017 de l'Office de Tourisme est paru en juin dernier. Nouveau format, nouvelle formule pour présenter de manière attractive, détaillée et fluide le travail de l'ensemble des équipes qui se sont investies sur le terrain au contact direct des visiteurs et des acteurs de territoire.

Disponible sur demande auprès de **Nadine Rosier Di Bisceglie 04 76 42 96 08** ou sur www.grenoble-tourisme.com

→ PORTER UNE NOUVELLE DESTINATION WEEK-END SUR LE MARCHÉ BRITANNIQUE



EN FIN DE SAISON ESTIVALE, PLUS DE 10 000 PASSAGERS ONT ÉTÉ COMPTABILISÉS SUR CETTE LIGNE

Forte du succès de la ligne Grenoble/Londres Stansted durant l'été 2017, la compagnie Ryanair a relancé son offre du 2 avril au 27 octobre 2018. Trois rotations par semaine sont proposées, les lundis, mercredis et vendredis au départ des deux aéroports et à des tarifs à partir de 9,99€ l'aller-simple. Une occasion parfaite de promouvoir le territoire isérois auprès des visiteurs britanniques et de valoriser les offres week-ends et courts séjours. Les équipes de l'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole, de l'Office de Tourisme de Vienne, de l'Aéroport Grenoble

Alpes Isère et d'Isère Tourisme ont travaillé ensemble à la mise en place et au financement d'une campagne de promotion de la destination "Isère" vers la Grande-Bretagne, dans le cadre de cette liaison aérienne. L'objectif de cette opération étant de proposer à chaque cible - seniors et actifs en semaine, couples-actifs - amis les week-ends - une offre complémentaire ville/nature mêlant patrimoine, art de vivre qualité de vie et proximité immédiate avec de grands espaces. Le tout autour de grands événements incontournables du territoire.



PLAN DE COMMUNICATION IMPULSÉ DEPUIS AVRIL, AVEC L'ACCOMPAGNEMENT DE L'AGENCE LONDONNIENNE HEAVEN PUBLICITY

- UN COMMUNIQUÉ adressé à la presse britannique Tourisme et Grand Public,
- UNE CAMPAGNE FACEBOOK,
- UNE NEWSLETTER avec France Today,
- UNE LANDING PAGE en anglais via Isère Tourisme,
- UN VOYAGE DE PRESSE entre Grenoble et Vienne avec 5 médias internationaux : Surf4hub.com, The Oxford Mail, Silver Travel Advisor, Weather to Travel, The Good Life France + Fine Magazine.

→ BILAN DE LA SAISON ESTIVALE

À l'instar des offices de tourisme des grandes métropoles françaises, l'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole enregistre une diminution des demandes, qui s'explique par plusieurs phénomènes : le démarrage tardif de la saison (effet coupe du monde), auquel s'ajoute la canicule qui a incité les touristes à s'éloigner des centres urbains, la mise en avant de faits divers dramatiques dans la presse nationale, la staycation des clientèles locales et le choix de destinations étrangères de proximité pour la clientèle nationale.

27 500

VISITEURS EN JUILLET-AOÛT DONT 1/3 SE SONT ADRESSÉS AUX CONSEILLERS EN SÉJOUR

Ce comptage a été réalisé suite à la mise en place de capteurs installés en début d'année. Nous n'avons donc pas d'antériorité.

PIC DE FRÉQUENTATION SUR LA PREMIÈRE QUINZAINE D'AOÛT

Top 3

VISITEURS FRANÇAIS (HORS AURA)



Top 3

VISITEURS ÉTRANGERS



NOUS POUVONS CONSTATER UNE ÉVOLUTION DU COMPORTEMENT DES VISITEURS QUI INDUIT L'ÉVOLUTION DES MÉTIERS DE L'ACCUEIL DANS LES OFFICES DE TOURISME.

Les demandes d'informations pratiques sont en recul du fait de deux facteurs :

- l'amélioration de l'accès à l'information en ligne
- une meilleure lisibilité des informations disponibles dans les halls d'accueil.

Le métier de nos conseillers en séjours change. Ils sont des experts de la destination. Ils se consacrent désormais davantage au conseil personnalisé et à la promotion et la vente de nos produits.

Les demandes sont plus ciblées et qualifiées. Elles requièrent accompagnement et conseil personnalisé et nécessiteront toujours l'aide et l'expertise d'un conseiller en séjour :



TOURISME VERT BONS PLANS PATRIMOINE ÉVÉNEMENTS

La baisse relative du nombre de visiteurs accompagnés par les conseillers en séjour

(-30%) est par ailleurs compensée par la performance des outils digitaux (site internet, médias sociaux) qui enregistrent de très bons résultats avec une fréquentation à la hausse, preuve de l'intérêt des visiteurs pour la destination.

Ils résultent des choix de l'Office de Tourisme de renforcer quotidiennement ses contenus éditoriaux multilingues sur la destination. Ces créations de contenus génèrent un meilleur référencement et accentuent la visibilité sur les moteurs de recherche.

À cela s'ajoutent la réalisation de 3 campagnes Facebook et la mise en place de dotations événementielles.

SITE INTERNET MULTILINGUE

UN INTÉRÊT RENOUVELÉ POUR LA DESTINATION



+38% UTILISATEURS
+39% DE SESSIONS

Hausse de fréquentation des clientèles internationales : Angleterre, USA, Espagne, Allemagne

MÉDIAS SOCIAUX

26 601 FANS INSCRITS AU 31/08 1 239 FANS NET DE L'ÉTÉ

LA BOUTIQUE

+9,5%

CUMUL DEPUIS JANVIER PAR RAPPORT À 2017

TOP VENTES



CARTES POSTALES (+ DE 2 000)



MAGNETS GRENOBLE (+ DE 1 000)



MUGS (+ DE 600)



PELUCHES MARMOTTES



PRODUITS RÉGIONAUX



VISITES GUIDÉES ESTIVALES

• Fréquentation stable des visites estivales avec en moyenne 11 participants par visite. Ce maintien de clientèle s'inscrit dans une hausse globale de fréquentation annuelle observée depuis 2016.

• Sur le 1^{er} semestre, les visites sont de plus en plus fréquentées (cumul janvier-août) :

- 15 personnes par visite en 2018
- 13 personnes par visite en 2017
- 12 personnes par visite en 2016

VISITES LES PLUS PLEBISCITÉES



PARCOURS STREET ART



COURS ANCIENNES DE LA RUE CHENOISE



ANCIEN PALAIS DU PARLEMENT

LES BALADES THÉÂTRALES



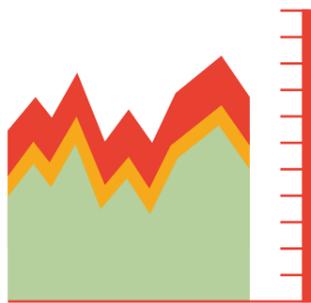
59 PERSONNES/REPRÉSENTATION Moyenne sur la saison estivale (+18% / 2017)

L'Office de Tourisme a gagné son pari en faisant le choix d'un nouvel horaire en "afterwork" tous les mercredis à 18h30.

Grâce à un important travail de communication autour des balades, la fréquentation a considérablement progressé en août avec une moyenne de 80 personnes par soirée (+69% // 2017 sur ces deux balades).

CITY TRENDS, LE BAROMÈTRE DE DESTINATION

City Trends, le baromètre de destination conçu par l'Office de Tourisme de Lyon, a été retenu par l'Office de Tourisme métropolitain comme étant la solution technique la plus simple et la plus efficace pour qualifier les données renseignées par les professionnels touristiques du territoire.



- Un outil pour lire la fréquentation touristique du territoire de manière globale sur l'ensemble des acteurs du secteur (nuitées hôtelières, sites touristiques, culturels, de loisirs, aéroport).
- Un outil d'analyse des hébergements / transports / musées / attractions / points d'accueil / ventes de produits.
- Un outil porté par l'Office de Tourisme de Lyon et partagé avec d'autres villes d'Auvergne Rhône-Alpes.
- Un outil qui permettra, à terme, une communication auprès des acteurs de territoire.



A LA LOUPE !

En détail ou à la moulinette !

C'est ainsi que sont présentées les pépites des territoires touristiques du bassin métropolitain dans les trois nouvelles cartes découvertes parues cet été.

Sassenage, le Sappey-en-Chartreuse et Vizille sont finement présentés dans ces éditions disponibles gratuitement en version bilingue (français-anglais) dans tous les bureaux d'information touristique de l'Office de Tourisme métropolitain.



SUR LES PAS DES ARTISTES

Largement plébiscité depuis la première édition du Grenoble Street art'Fest en 2015, le Street-art bénéficie désormais d'un engouement majeur du grand public pour cette discipline artistique qui positionne Grenoble parmi les villes référentes au niveau international. Une carte des œuvres (disponible dans tous les BIT de l'Office de Tourisme) a été réalisée en

partenariat avec le centre d'art Spacejunk - organisateur du Grenoble Street art'Fest - et permet de déambuler dans les quartiers de la métropole, à la découverte de ces œuvres originales.



Disponible sur demande au 04 76 42 41 41 ou sur grenoble-tourisme.com

UN NOUVEL ÉQUIPEMENT D'INFORMATION NUMÉRIQUE À L'OFFICE DE TOURISME



À l'automne 2018, l'Office de Tourisme proposera à ses visiteurs un nouveau service d'information numérique dans son bureau d'accueil du 14 rue de la République.

Une première borne numérique interactive livrera 24h/24 de l'information à ses visiteurs. Consultable depuis l'extérieur, cette borne informera sur l'offre d'hébergement, de restauration, les visites et activités, l'agenda des événements de la métropole et des environs. Ces informations pourront être embarquées par le visiteur qui pourra consulter l'application à distance.

Cette borne extérieure sera complétée par une borne intérieure qui offrira une information en libre-service pendant les horaires d'ouverture. Cet outil permettra d'améliorer l'expérience du visiteur dans notre hall d'accueil et de fluidifier son parcours. Elle pourra aussi servir de support physique à l'équipe d'accueil pour renseigner les visiteurs.



PETIT-DÉJEUNER PRESSE À LONDRES

Dans le cadre de son adhésion au Cluster Tourisme en Ville et de ses actions de promotion liées au marché britannique, l'Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole s'est rendu mercredi 17 octobre à Londres, pour un petit-déjeuner en présence d'une vingtaine de journalistes (presse écrite et online, journaux nationaux, magazines voyages et les top-freelance spécialisés sur les city breaks) invités par Atout France UK.

Les journalistes ont ainsi (re)découvert la destination et échangé directement avec le service presse de l'Office de Tourisme sur l'actualité du territoire prévue fin 2018 et en 2019 (grands événements, activités, nouveautés, etc.). L'Office de Tourisme a participé à cette opération privilégiée aux côtés d'Aix-en-Provence, de Metz et de Mulhouse.



WORKSHOP GROUPES SUR LE RHÔNE

Du 8 au 11 novembre, à l'occasion d'une croisière sur le Rhône aux côtés de nombreuses autres destinations (Bordeaux, Le Havre, Nancy, Toulouse, Lyon, Annecy, Valence, Aix-en-Provence, le Vaucluse, l'Alsace, la Normandie, etc.) le Service Groupes de l'Office de Tourisme ira à la rencontre d'une cinquantaine de Tours Opérateurs et autocaristes allemands. Cette opération d'envergure comblera moments de rencontres professionnelles (1 workshop d'une 1/2 journée avec rendez-vous préprogrammés) et activités de networking.

Office de Tourisme Grenoble-Alpes Métropole

14, rue de la République
Tél. +33 (0)4 76 42 41 41

info@grenoble-tourisme.com

D'octobre à mai - Ouvert le lundi de 13h à 18h et pendant les vacances d'hiver et de printemps de 10h à 18h / Du mardi au vendredi de 10h à 18h / Le samedi de 10h à 13h et de 14h à 18h / Les jours fériés de 9h à 12h.
Fermé le 25 décembre, 1^{er} janvier et 1^{er} mai.

Bureau d'Information Touristique Bastille

Tél. +33 (0)4 76 89 46 45

Accès à pied ou en téléphérique

D'octobre à mai - Ouvert les mercredis, samedis, dimanches et jours fériés de 13h30 à 17h30 et jusqu'à 18h30 à partir d'avril / Pendant les vacances scolaires, (zone A), tous les jours de 13h30 à 17h30 et jusqu'à 18h30 à partir d'avril.
Fermé les 24 et 25 décembre, le 1^{er} janvier et pendant la fermeture annuelle du téléphérique du 7 au 31 janvier 2019.

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

D'octobre à mai - Ouvert du mercredi au samedi de 9h à 12h / Le dimanche et jours fériés de 10h à 13h / Pendant les vacances scolaires de la zone A, de Noël, d'hiver et de printemps, ouvert également le mercredi et le samedi de 13h à 16h.
Fermé le 25 décembre, 1^{er} janvier et 1^{er} mai.

Bureau d'Information Touristique Vizille

Place du château - 38220 Vizille

Tél. +33 (0)4 76 68 15 16

info.vizille@grenoble-tourisme.com

D'octobre à mai - Ouvert du mardi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h.
Fermé le samedi après-midi de novembre jusqu'au début des vacances d'hiver.
Fermé dimanche et jours fériés.



www.facebook.com/OfficedeTourismedeGrenoble



twitter.com/GrenobleTourism
twitter.com/GrenobleCongres



[#mygrenoble](https://www.instagram.com/mygrenoble)



[pinterest.com/playgrenoble](https://www.pinterest.com/playgrenoble)

Directeur de la publication : Fabrice Hugelé - Rédacteur en chef : Yves Exbrayat - Rédaction, coordination : Nadine Rosier Di Biseogle - Conception, réalisation : Société2filles - Crédits photos : Michel Battaglia, Lucas Frangella, Pierre Jayet, Spacejunk, OTGAM - Impression : Les Deux Ponts - Papier certifié PEFC, encres végétales - Dépôt légal à parution

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

