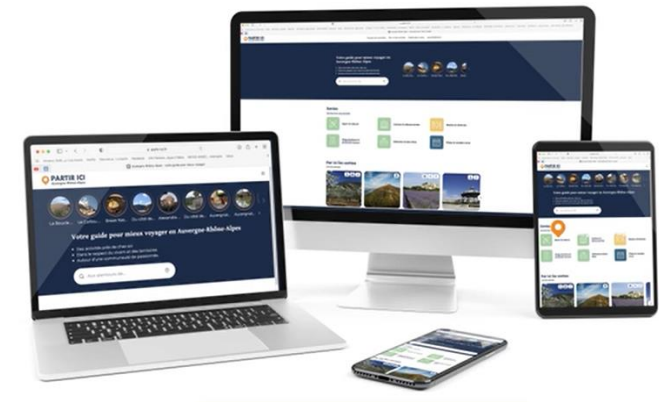


PARTIR-ICI.FR
VOTRE GUIDE POUR
MIEUX VOYAGER
PRÈS DE CHEZ VOUS



Ordre du jour

1. Introduction & point à date
2. Actions digitales en 2023
3. J-7 avant la fin du challenge des destinations
4. Intégration des hébergements dans Partir Ici
5. Partir-ici.fr, un service d'information pour l'ensemble des hébergeurs





Introduction & point à date



©BestJobers

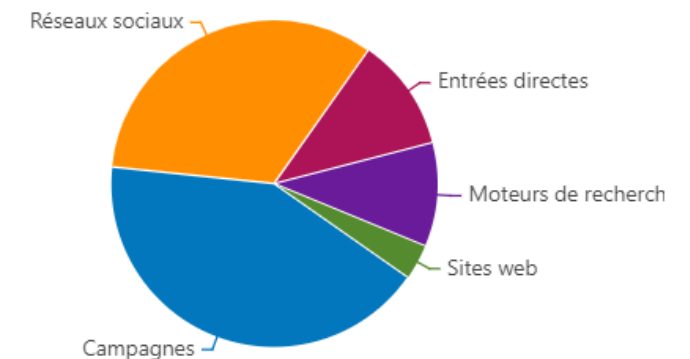
Partir Ici conquiert progressivement les habitants de la région

En 2022 :

- Plus de 900 000 visiteurs
- Plus de **38 000 clics** vers des liens sortants
- Plus de **214 000 visiteurs** qui restent environ **5min** sur le site

Depuis janvier 2023 :

- Plus de 92 000 visites dont 74k uniques
- 77% de taux de rebond
- 48 secondes en moyenne
- 8,4% (7700) clics vers liens sortants
- Plus de 22 000 visiteurs sont restés en moyenne 3 min 20 (indicateur hors taux de rebond)



Suivre l'impact des boosts et campagnes sur les offres de votre territoire

Vos statistiques

Ici vous pouvez consulter vos statistiques

 L'année dernière



978 677

Visiteurs
Dont 937 921 uniques



398 449

Fiches vues

Fiches

Toutes ▾

 Rechercher

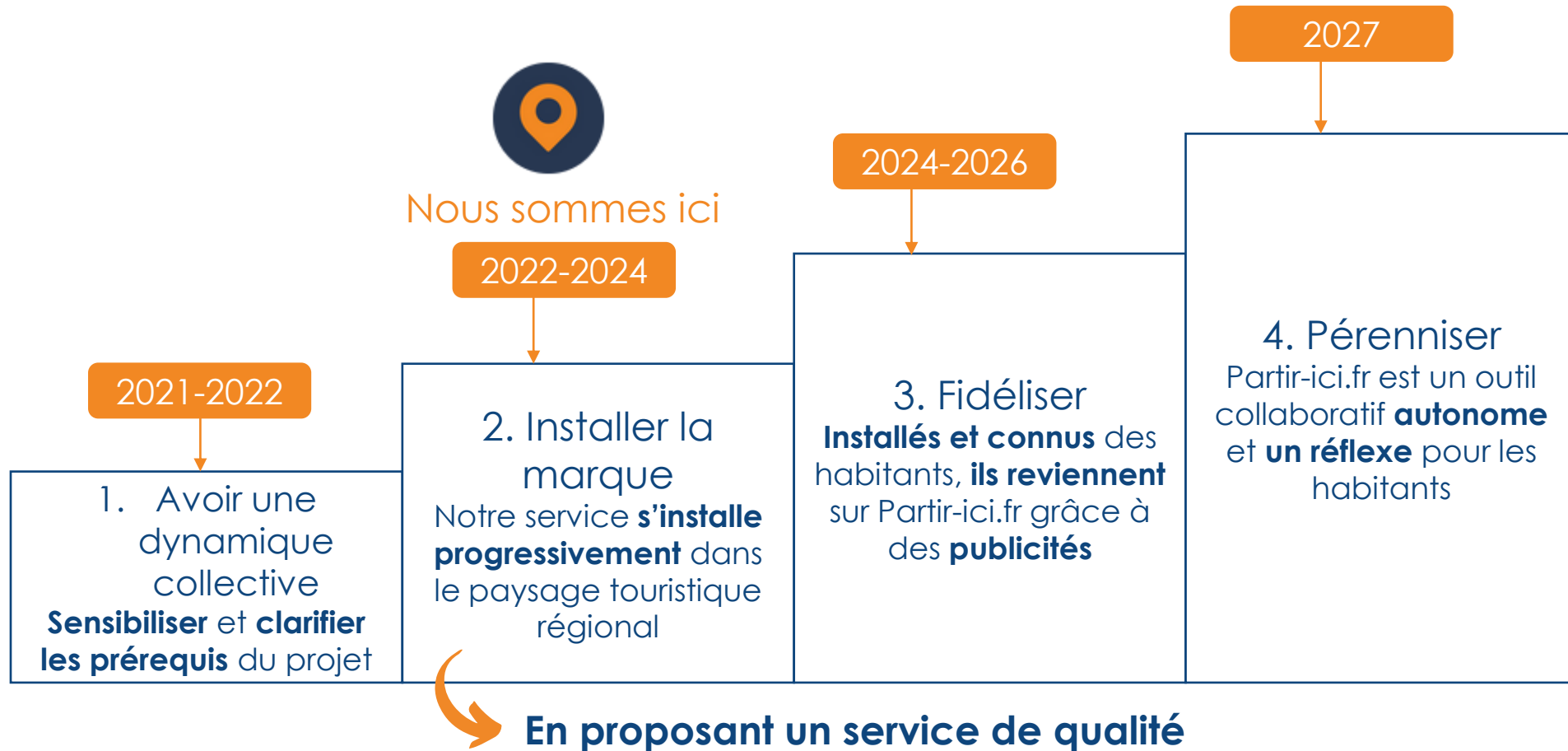
Nom	Visiteurs	Uniques
Parcours Street Art de Moûtiers	28 781	28 427
L'Aventure Michelin	22 801	22 679
Centre national du costume de scène et de la scénographie	20 650	20 485
Parcours du patrimoine d'Étoile sur Rhône	12 858	12 800
Sentier pédestre : Circuit des 11 étangs	12 287	12 120
Sylvatorium	12 217	11 966
Sentier d'interprétation des Gorges du Pont du Diable	9 903	9 802

← Précédent

→ Suivant

<https://admin.partir-ici.fr/>

Les différentes phases pour l'installation de notre marque



➔ **But ultime : de plus en plus de consommation sur le territoire**

Actions digitales en 2023

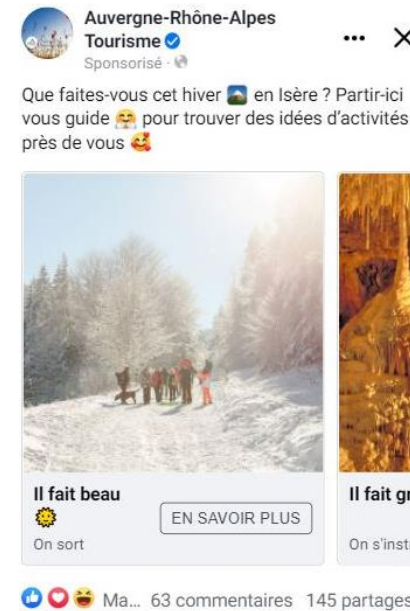
Accroître la notoriété tout en augmentant la qualité du trafic en 2023



©BestJobers

Campagnes & diversification

- Facebook & Display (google) : des campagnes au fil rouge tout au long de l'année
- YouTube Ads : 4 vidéos
- MX Lyon* : 12 vidéos
- Météo France* : campagnes géolocalisées lors des vacances scolaires
- Référencement : Travailler main dans la main avec notre agence



Récurrance des posts boostés sur nos pages facebook

Facebook AURAT & Auvergne Destination

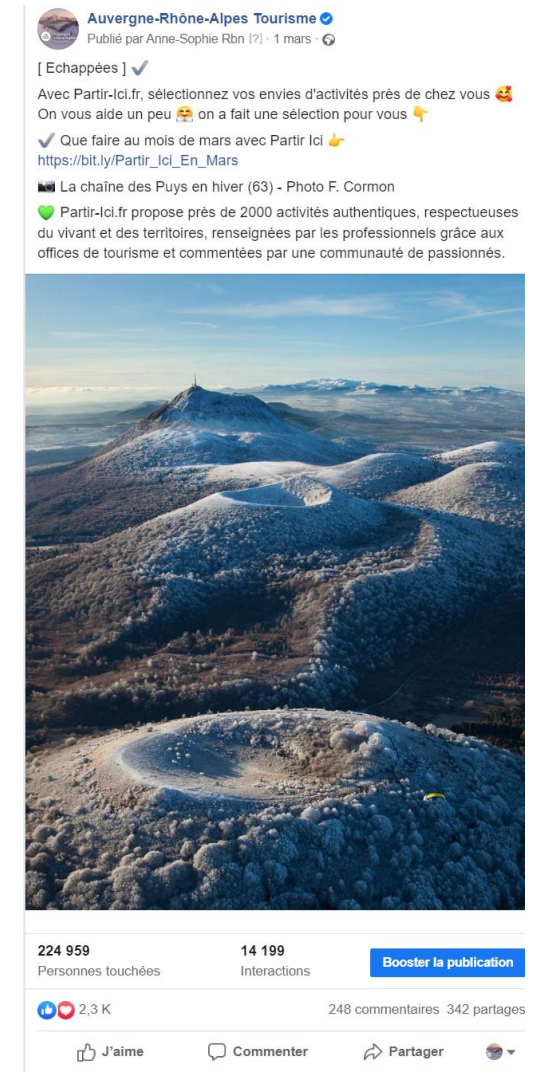
Période : toute l'année (6 posts/mois sur AURAT & 4/mois sur AD)

Objectifs :

- générer des visites sur le site de Partir-Ici.fr
- créer auprès de notre communauté un réflexe de consultation du site

Landing valorisées :

- Articles éditoriaux
- Profils Eclaireurs
- Articles Testé pour vous
- Sélection d'activités



A person wearing a straw hat and a dark top is sitting in a hammock, looking out over a swimming pool. The pool is surrounded by a lush garden with many trees and plants. In the background, there is a small stone building. The scene is peaceful and idyllic.

Les idées week-ends de la Team Partir Ici

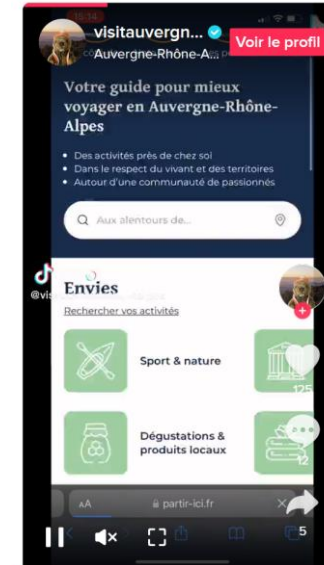
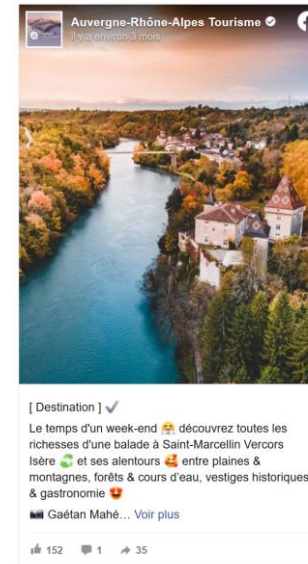


©BestJobers

Les offres mises en avant dans les idées week-ends relayées à nos 1,9M de fans



- Articles « multithématiques » rédigés
- 2 par mois
- Intégration des hébergements visibles dans Partir Ici dès septembre 2023
- Boostés sur nos réseaux (Facebook, Instagram & TikTok)



Proposez-nous votre idée week-end !

1. Le sujet de l'article
2. Un listing de 6 à 10 offres présentes sur Partir-ici.fr qui couvre une diversité de sujets en précisant leurs caractéristiques uniques (cf : [les nouveaux prérequis](#))
3. Des photos qualitatives (avec les droits) et vidéos (facultatif)
4. Des éléments de texte sur votre territoire : les « indispensables » à mentionner
5. Des anecdotes sur votre territoire/les offres



J-7 avant la fin du challenge des destinations

Rempporter une vidéo de votre territoire et une campagne sur Youtube en mai & juin



Rempportez une campagne publicitaire sur YouTube avec Partir-ici.fr

Chers partenaires,

Le **Challenge des Destinations** est de retour - c'est parti pour la session Printemps ! Après la montée en puissance **exceptionnelle** grâce à l'implication de tous depuis le lancement en octobre 2021 et 2022, **nous nous concentrons** sur la qualité des offres. Cela passe par l'enrichissement des fiches Apidae et permet aux visiteurs d'en savoir plus sur le lieu, les acteurs locaux et leurs valeurs.

Objectif : donner envie aux visiteurs de vous rendre visite !

Dans le cadre de ce Challenge Printemps 2023 et en **adéquation avec notre objectif qualité**, nous avons fait le **choix de mesurer** :

- ✓ Le nombre d'offres par office de tourisme
- ✓ Le plus de « portraits » renseignés sur toutes vos offres
- ✓ Le plus de « bonnes pratiques durables » renseignées sur toutes vos offres

L'office de tourisme avec le **meilleur score** remportera une récompense de qua-li-té ! 🏆

- 1 courte vidéo printanière incarnant l'esprit de Partir Ici
- 1 campagne de publicité sur YouTube ciblée et personnalisée selon votre localisation

Vous êtes partants ?

👉 Renseignez le plus d'offres en accord avec les nouveaux prérequis puis ajoutez le portrait du professionnel et sa bonne pratique durable en collaboration avec eux !

🏆 **La prix sera décerné le 30 mars 2023**
à l'office de tourisme ayant le résultat le plus élevé 🏆

▶ LA DÉMARCHE ET LES MODALITÉS DU CHALLENGE PRINTEMPS 2023

🏆 **30 mars**

3 critères mêlant la qualité et la quantité :

- Le nombre d'offres
- Le portrait
- La bonne pratique durable

Relancer vos socio-pros par mailing pour tentez de gagner

	
Le portrait du professionnel	La bonne pratique durable
Moniteur VTT diplômé et coach vélo, je vous accompagne lors de randos VTT et VTT électrique sur des circuits autour des Gorges de l'Ardèche. Sur des sentiers au cœur de	Nous attachons une grande importance à travailler avec des partenaires engagés dans une démarche durable et proposant des produits biologiques. Tout notre matériel est

Intégration des hébergements dans Partir Ici

En mars, 2 réunions à destination des hébergeurs pour annoncer leur intégration dans le dispositif

- Rencontre annuelle de l'hébergement le 09/03
- Rendez-vous de l'hébergement le 16/03
- Des retours très positifs
- Des hébergeurs ravis de pouvoir remonter sur Partir Ici

Les étapes

	Actions	Responsables
1	Sélection des typologies d'hébergements éligibles	Les Offices de Tourisme
2	Analyse des établissements à partir des Prérequis des hébergements Partir Ici	
3	Apposer le critère interne « <u>Présélection Partir Ici</u> »	
4	Remplissage de l'autodiagnostic pour valider l'engagement durable des hébergeurs	Les hébergeurs



Guide des prérequis hébergements



©BestJobers

Objectifs des prérequis

- Renforcer la culture commune des OT autour du Tourisme Bienveillant
- Renforcer la différence de Partir Ici avec d'autres plateformes
- Avoir une sélection d'offres hébergement homogène sur Partir Ici, entre chaque département et destinations
- Un document en complément de votre savoir-faire et connaissances de votre territoire et ses acteurs pour présélectionner au mieux les offres en lien



**Les experts c'est vous !
Les prérequis sont des lignes directrices et non un
nouveau formulaire à compléter**

En préambule

1. Offres marchandes répondant aux différents codes du tourisme les concernant

- Pour rappel: L'ensemble des hébergements promus sur Partir Ici doivent notamment respecter les articles à D122 2 à R443 4 du code du tourisme.
- Une vigilance particulière est nécessaire pour les chambres d'hôtes, les gîtes et Accueil à la **ferme**

2. Accessibilité

Une attention particulière sera portée aux hébergements qui ont mis l'accessibilité à tous au cœur de leur projet et sont en conformité avec la loi du 11 février 2005.

Les typologies d'hébergements pour être présélectionné par l'office de tourisme

Les hébergements promus peuvent être :

Un hôtel

Un camping

Un village vacances

Un accueil à la ferme

Une maison d'hôtes

Une auberge de jeunesse

Un refuge de montagne gardé

Les hébergements ne peuvent pas être :

Des meublés de tourisme et Gites sans prestation de restauration

Un logement chez l'habitant hors chambre d'hôtes et Accueil à la ferme

Les prérequis

Un hébergement promu sur Partir-Ici revêt au **moins 3 des 4 prérequis suivants**

C'est un hébergement qui **sort du lot, qui a une dimension singulière voire insolite**

C'est **un hébergement hors des sentiers battus ou à taille humaine**, qui par sa localisation ou sa taille respecte son territoire d'implantation

C'est un hébergement qui **valorise le patrimoine culturel ou naturel local**. C'est une offre qui illustre **les spécificités, l'identité du territoire** sans les dénaturer

C'est un hébergement qui **favorise les échanges avec les exploitants du lieu/des artisans/producteurs/agriculteurs locaux/acteurs locaux/etc.** renforçant son ancrage local

1. Qui sort du lot, qui a une dimension singulière voire insolite

Comment définir cette dimension singulière?

- Élément qui va le différencier d'un autre hébergement de même catégorie
- pas toujours besoin d'être poussés à l'extrême pour être pertinents
- Une architecture/bâti spécifique: ultra typique ou au contraire atypique par ex.
- L'aménagement intérieur : décoration d'intérieur particulièrement recherchée, œuvres d'arts exposées, etc.
- L'aménagement extérieur : faune/flore abritées, roseraie, potager, arbres remarquables, parc, etc.

2. Hors des sentiers battus ou à taille humaine



Impossibilité de définir une jauge universelle pour fixer un nombre maximum de visiteurs/clients



le nombre moyen de chambres dans l'hôtellerie indépendante est de 25 chambres; le nombre moyen d'emplacements dans un camping est de 90

1. Un établissement en dehors des sentiers battus, permettant de répartir les flux touristiques

- L'échelle d'analyse : le site d'implantation de l'hébergement
- « Quel est le niveau de fréquentation acceptable pour garantir le bien-être des habitants ? »

2. Être à taille humaine pour limiter la pression sur le territoire d'implantation

- L'impact sur le cadre de vie des habitants,
- La différence entre la taille de l'hébergement et le nombre d'habitants de la commune/quartier d'implantation,
- L'accueil privilégié proposé aux clients/hôtes

3. Valorise le patrimoine culturel ou naturel local

1. A l'échelle de leur site d'implantation:

- Point de vue privilégié sur un paysage typique de la région,
- Accès à un site naturel d'exception ou un village remarquable

2. A travers leur bâti et/ou aménagement intérieur/extérieur:

- Bâti à l'architecture typique de la région, bâtiment historique rénové
- Aménagements extérieurs faisant la part belle à la flore locale

3. En faisant appel à et en valorisant des fournisseurs locaux pour son offre de restauration/sa boutique:

- Fournisseurs/producteurs locaux pour la préparation de ses petits déjeuners
- Produits de la boutique 100% locaux

4. Favorise les échanges avec les exploitants du lieu, acteurs locaux



Aller au-delà de l'hospitalité qui fait partie intégrante de la vie de l'établissement
(accueil privilégié, informations diverses données aux clients, etc.)

1. Des temps organisés/planifiés

- Les temps d'échanges ne sont pas fortuits
- **Ils sont clairement organisés/planifiés en dehors des prestations classiques de l'accueil et de restauration**
- Ces temps d'échange et de rencontre ne sont pas nécessairement réguliers

2. Des temps visibles et communiqués aux clients

3. Des échanges entre les hôtes et des acteurs identifiables

- les propriétaires de la maison d'hôtes qui animent un atelier,
- un artisan ou un producteur, etc.

Quelques exemples



Exemple: Maison d'hôtes



**Maison d'hôtes
dans les
Combrailles**

Dimension singulière ?	Oui , les Eydieux est un hameau transformé en maison d'hôtes en pleine nature
En dehors des sentiers battus ou à taille humaine?	Oui , la maison d'hôtes se trouvent dans un endroit isolé et est à taille humaine
Valorisation d'une spécificité du territoire ?	Oui , l'hôte propose une offre de restauration 100% locale ainsi que des cagettes de produits locaux pour les clients
Favoriser la rencontre ?	Oui , l'hôte propose des activités (matinée découverte avec un âne, ateliers de cuisine, etc.)



**Maison d'hôtes
dans la Drôme**

Dimension singulière ?	Non , la maison d'hôtes ne dispose pas de dimension singulière
En dehors des sentiers battus ou à taille humaine?	Oui , la maison d'hôtes est en dehors des sentiers battus et à taille humaine
Valorisation d'une spécificité du territoire ?	Non , pas particulièrement
Favoriser la rencontre ?	Non , aucune rencontre ou échange n'est proposé

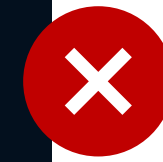
Exemple: Camping

Camping
LE BELVÉDÈRE
CANTAL - AUVERGNE - FRANCE



Camping - Cantal

Dimension singulière ?	Non , pas particulièrement
En dehors des sentiers battus ou à taille humaine?	Oui , le camping se trouve hors des sentiers battus
Valorisation d'une spécificité du territoire ?	Oui , le restaurant et la supérette valorisent les produits du terroirs et bio. De plus le camping offre une vue spectaculaire sur les gorges de la Truyères.
Favoriser la rencontre ?	Oui , le camping propose de nombreuses activités, notamment des dégustations de produits et des soirées découvertes du patrimoine auvergnat



Camping – Lac d'Annecy

Dimension singulière ?	Non , pas particulièrement
En dehors des sentiers battus ou à taille humaine?	Non , le camping est établissement de grande taille sur un territoire assez touristique
Valorisation d'une spécificité du territoire ?	Oui , le restaurant propose des produits locaux et des recettes régionales. De plus le camping propose une vue imprenable les montagnes au lac d'Annecy
Favoriser la rencontre ?	Non , aucune rencontre ou échange n'est proposé

Le questionnaire d'autodiagnostic adapté aux hébergements



©BestJobers

Objectif de l'autodiagnostic

- Valoriser des socio-professionnels engagés
- Identifier des bonnes pratiques et des points d'amélioration



La construction de l'autodiagnostic pour les hébergeurs

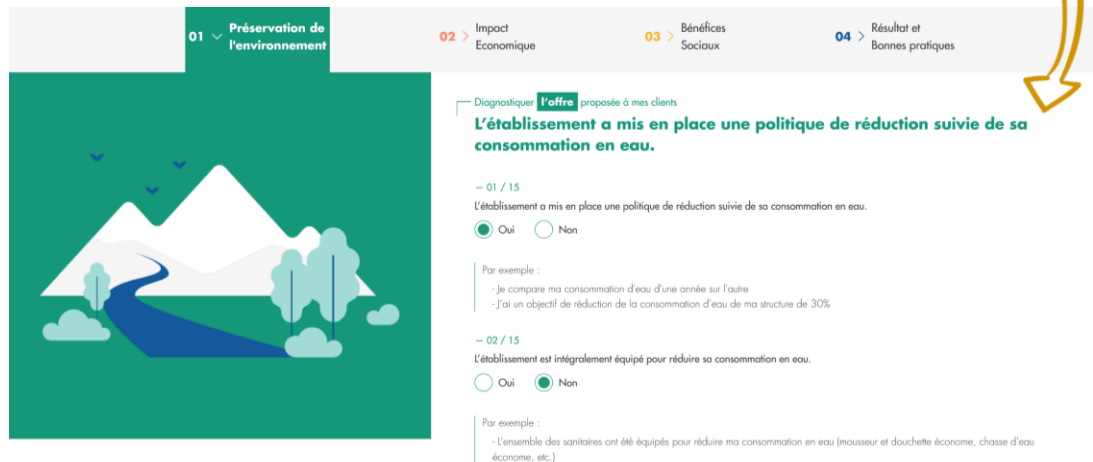
- Pour avoir des hébergements :
 - de toutes tailles et pour toutes clientèles
 - porteur d'un label ou non
 - différenciants et hors des sentiers battus
- Tout en prenant en compte :
 - La philosophie du **tourisme bienveillant** de l'Agence déclinée en critères simples et objectifs
 - La **mécanique identique** de validation des offres à l'aide d'un autodiagnostic construit sur 3 piliers
 - Les référentiels de **plusieurs labels/plateformes existants** *Clef Verte, Ecolabel Européen, Nattitude, etc.*

La garantie d'hébergements durables pour le visiteur

Grâce au questionnaire d'autodiagnostic co-construit avec l'ATES

Les 3 piliers du tourisme durable visible par le visiteur :

1. Préservation de l'environnement – 15 questions
2. Impact économique – 15 questions
3. Bénéfices sociaux – 15 questions



The screenshot displays a questionnaire interface with four tabs: '01 Préservation de l'environnement', '02 Impact Économique', '03 Bénéfices Sociaux', and '04 Résultat et Bonnes pratiques'. The first tab is active, showing a green background with a white mountain and river illustration. The text reads: 'Diagnostic **L'offre** proposée à mes clients', 'L'établissement a mis en place une politique de réduction suivie de sa consommation en eau.', and '- 01 / 15'. Below this, there are radio buttons for 'Oui' (selected) and 'Non'. An example is provided: 'Par exemple : - Je compare ma consommation d'eau d'une année sur l'autre - J'ai un objectif de réduction de la consommation d'eau de ma structure de 30%'. A second question follows: '- 02 / 15', 'L'établissement est intégralement équipé pour réduire sa consommation en eau.', with radio buttons for 'Oui' and 'Non' (selected). Another example is given: 'Par exemple : - L'ensemble des sanitaires ont été équipés pour réduire ma consommation en eau (mousseur et douchette économe, chasse d'eau économe, etc.)'.

- Des **exemples de pratiques** sont proposés pour chaque indicateur afin de vous guider
- Les réponses possibles :
 - Pour chaque indicateur, l'établissement peut répondre: **Oui | Non**
 - Pour certains critères (RH, espaces extérieurs, etc.) la mention **Non Applicable** est possible



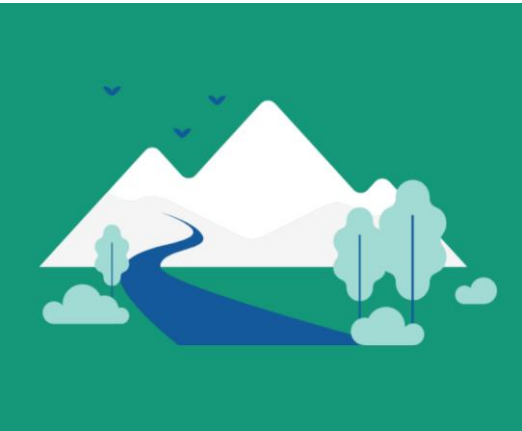
Exemples de critères



©BestJobers

Le contenu du questionnaire

Exemple de critère « Environnement »



L'établissement a mis en place une politique de réduction suivie de sa consommation en eau.

— 01 / 15

L'établissement a mis en place une politique de réduction suivie de sa consommation en eau.

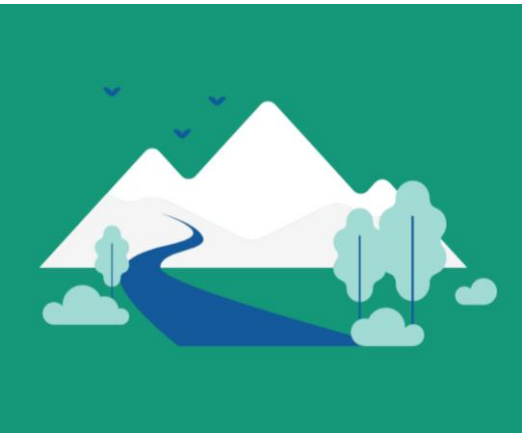
☒ Oui ☐ Non

Par exemple :

- Je compare ma consommation d'eau d'une année sur l'autre
- J'ai un objectif de réduction de la consommation d'eau de ma structure de 30%

Le contenu du questionnaire

Exemple de critère « Environnement »



– 02 / 15

L'établissement est intégralement équipé pour réduire sa consommation en eau.

☐ Oui ☒ Non

Par exemple :

- L'ensemble des sanitaires ont été équipés pour réduire ma consommation en eau (mousseur et douchette économe, chasse d'eau économe, etc.)

– 03 / 15

L'établissement gère de manière durable sa consommation en eau pour ses aménagements extérieurs.

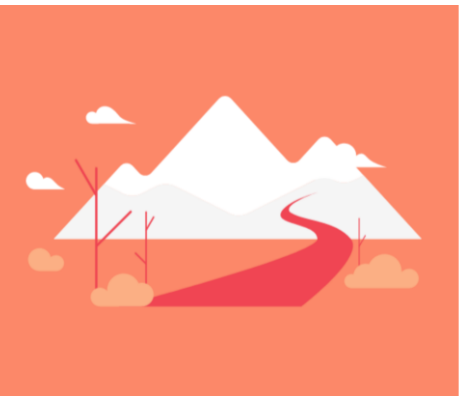
☐ Oui ☒ Non

Par exemple :

- Je dispose d'un réservoir d'eau de pluie pour arroser mes extérieurs
- Mes espaces verts sont arrosés de manière raisonnée et seulement pendant les heures les moins chaudes (tôt le matin et tard le soir)
- Un système de goutte à goutte a été installé dans le jardin de l'hôtel

Le contenu du questionnaire

Exemple de critère « Economie »



— Diagnostiquer **l'offre** proposée à mes clients

L'établissement propose une offre engagée pour un développement économique durable du territoire

— 13 / 15

L'établissement met en place des actions afin de favoriser une fréquentation hors-saison: période d'ouverture élargie, tarifs spéciaux, accueil d'activités nouvelles, etc.

☐ Oui ☐ Non

Par exemple :

- Dans mon établissement, j'accueille ou j'organise des activités/ateliers/événements attractifs en basse saison, ce qui me permet d'ouvrir plus longtemps
- Je propose des tarifs spéciaux en basse saison

Le contenu du questionnaire

Exemple de critère « Economie »

– 14 / 15

L'établissement favorise majoritairement les achats en circuit court.

☐ Oui ☐ Non

Par exemple :

- Pour la préparation des repas, je fais appel majoritairement à des prestataires locaux (ex. maraîchers/fromagers/bouchers locaux...)
- Pour l'impression de mes plaquettes, je fais appel à un imprimeur de ma région
- Pour meubler mon établissement, je m'adresse à des prestataires/artisans locaux
- Dans l'espace de vente de mon établissement, je propose majoritairement des produits de producteurs et artisans locaux

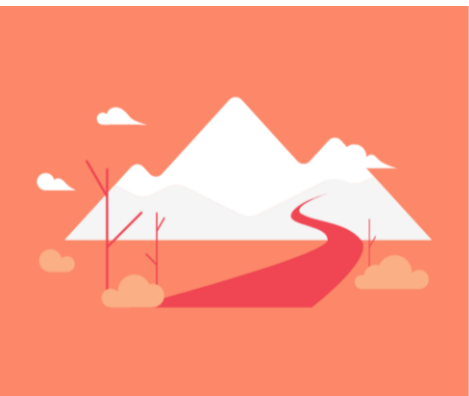
– 15 / 15

L'établissement travaille prioritairement avec des prestataires/fournisseurs engagés dans une démarche de justice sociale et ou de respect de l'environnement.

☐ Oui ☐ Non

Par exemple :

- Je fais appel à une entreprise d'insertion pour la gestion du ménage de ma structure
- Mon établissement est en partenariat avec un ESAT pour l'impression, le conditionnement et l'envoi de nos brochures



Le contenu du questionnaire

Exemple de critère « Social »

L'établissement favorise une offre accessible à tous

— 01 / 15

L'établissement accepte les chèques vacances et/ou les bons CAF.

☐

Oui

☐

Non

Par exemple :

- J'accepte les chèques vacances/les chèques CAF et le logo apparaît explicitement sur mon site internet et à l'accueil de mon établissement



Le contenu du questionnaire

Exemple de critère « Social »



— 02 / 15

L'établissement propose des tarifs particuliers pour les familles, les demandeurs d'emploi et/ou les étudiants.

☐ Oui ☐ Non

Par exemple :

- Je propose des tarifs réduits pour les familles nombreuses
- Je propose un tarif spécial enfant
- Sur présentation de la carte étudiante/d'une attestation de demandeur d'emploi, je propose des tarifs spéciaux

— 03 / 15

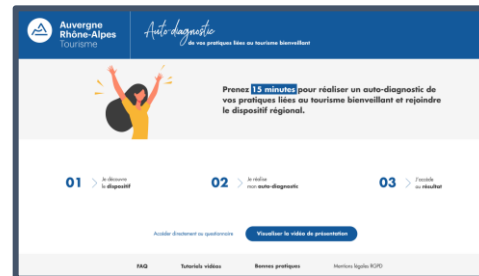
L'établissement met en place des actions pour faciliter l'accès de son offre aux personnes en situation de handicap (moteur, sensoriel, etc.).

☐ Oui ☐ Non

Par exemple :

- Je suis porteur de la marque Tourisme et Handicap
- Je propose à mes collaborateurs de suivre des formations dédiées aux enjeux de l'accueil des personnes en situation de handicap
- Je propose un tarif spécial pour les accompagnants des personnes en situation de handicap

Un process simple en 2 étapes



Co-construction des éléments et lien avec le terrain

Prise de parole d'Eva Glasziou



COMBRAILLES
Auvergne

Ici vous ne ferez rien...

- Stratégie et offres en lien avec celle de Partir-ici.fr du tourisme durable
- La team Partir Ici à l'écoute et prise en compte des suggestions des offices de tourisme
- Plusieurs raisons de notre adhésion au dispositif :
 - Un outil pour analyser notre offre du tourisme durable
 - Augmenter les connaissances des prestataires
 - Mieux qualifier les fiches Apidae
 - Récompenser le beau travail des prestataires qui sont engagés

Temps questions-réponses

Retrouver le questionnaire & les prérequis sur notre site pro



Evolution du tableau de bord autodiagnostic



©BestJobers

Une nouvelle fonctionnalité pour distinguer les offres prestataire d'activités / hébergements

Filtrer les résultats :



Exporter



Réinitialiser

☐ Echec ☐ Réussi

Validée Apidae :

Membre :

Type :

Dépt. :

Statut :

Mots-clés :

Filtrer

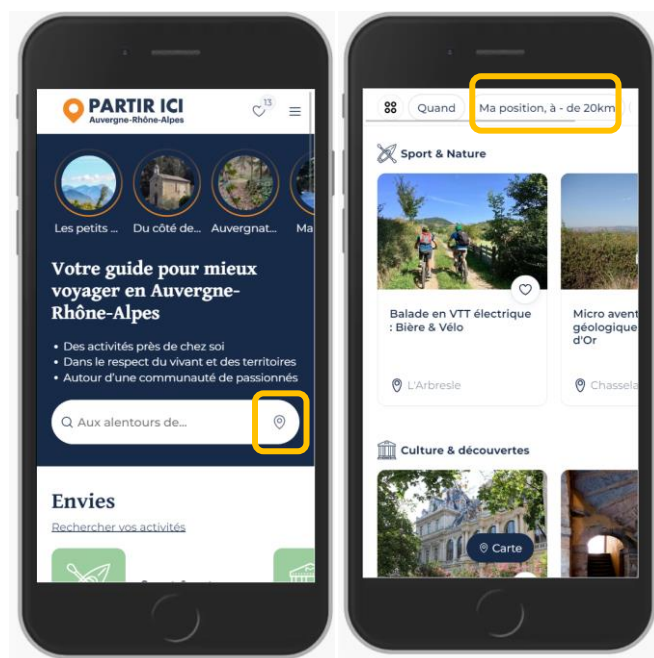
**Partir-ici.fr,
un service d'information
pour l'ensemble des
hébergés**

Partir-ici.fr : 3 avantages phares pour les professionnels

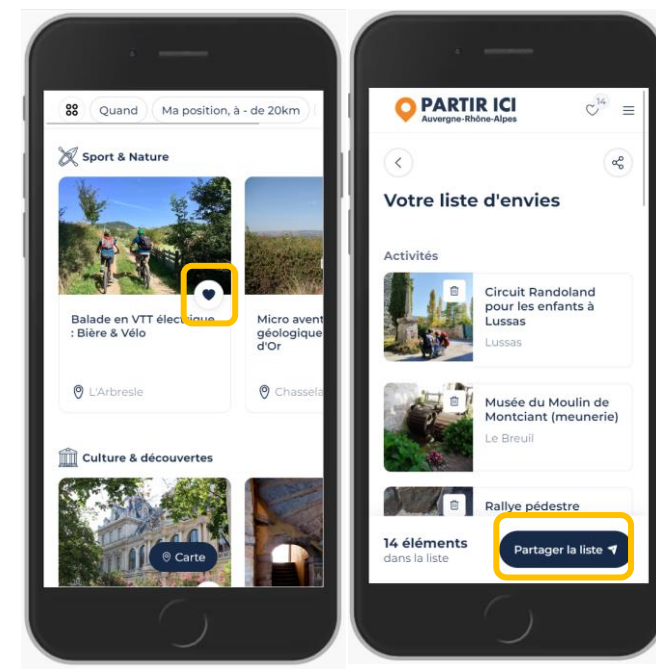


1. Inspirer les visiteurs pour leurs activités en leur révélant des activités insolites et hors des sentiers battus à proximité
2. Répondre à une demande croissante d'activités plus durables et respectueuses de l'environnement
3. Valoriser l'écosystème local de la destination

Personnaliser les communications



- Partager l'URL des activités à faire autour de vous : 5km, 10km, 50km, c'est vous qui choisissez !
- Créer votre liste d'envies (visites et articles) que vous leur partagerez (par mail, sms, sur vos réseaux sociaux etc.)



Un mailing pour les informer d'un kit de communication disponible sur le site pro



Mailing envoyé **en avril** à tous les hébergeurs de la région enregistrés sur la base Apidae Tourisme

🔗 Le kit est sur notre site pro : <https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/partir-ici-communicer-avec-votre-kit/>

La feuille de route



- ☐ Découvrir le **kit récapitulatif** de l'ensemble des actions à mettre en place
- ☐ Revenir vers nous si les dispositifs **MX Lyon & Météo France** vous intéressent pour valoriser votre territoire
- ☐ Nous contacter pour **la rédaction d'une idée week-end**
- ☐ J-7 avant la fin du Challenge des Destinations : **relancer vos socio-pros !**
- ☐ **Présélectionner** des hébergements : une dizaine minimum dès avril
- ☐ Patienter jusqu'à **fin juin/début juillet** pour que les hébergements soient **visibles**