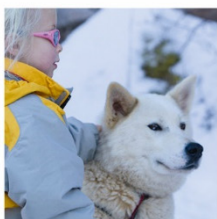


RAPPORT D'ACTIVITÉ EXERCICE 2022

DRÔME
C'EST MA NATURE

Agence d'Attractivité
de la Drôme

drome-cestmanature.fr
drome-attractivite.com



DRÔME
C'EST MA NATURE

SOMMAIRE

1 - RAPPORT D'ACTIVITE 2022	4
2 - RAPPORTS FINANCIERS 2022	33
A - Etat de synthèse de l'Expert-Comptable	33
B - Rapports du Commissaire aux Comptes	45

1 - RAPPORT D'ACTIVITE 2022

(Suivi de la Convention d'Objectifs entre le Conseil Départemental et l'ADT de la Drôme)

Durant cette année 2022, 4 faits marquants :

- **La crise sanitaire Covid-19** qui s'éloigne et qui a permis un retour quasi-normal de la clientèle, dont notamment le retour des étrangers et une saison en progression par rapport à 2021, néanmoins sans atteindre les résultats de 2019.
- **Le partenariat avec l'ADEME pour le déploiement par l'ADT du Fonds Tourisme Durable** avec pour objectif l'accompagnement de 30 professionnels (20 hébergeurs et 10 restaurateurs) ayant permis d'accompagner plus de 30 établissements, dont une quinzaine de dossiers de demande de financement pour des investissements.
- **Une fin d'année marquée par le passage de l'ADT en Agence d'Attractivité de la Drôme** et la mise en place d'une nouvelle gouvernance à compter de l'AGE du 05 décembre 2022.
- **En parallèle, l'année 2022 a été marquée par le travail de réflexion et de co-construction d'une nouvelle stratégie touristique 2023-2027**, comprenant 2 volets :
 - **Un volet Tourisme** reprenant la notion de Tourisme Bienveillant et faisant le lien avec la Stratégie Régionale du Tourisme définie par la Région et notamment le Comité Régional du Tourisme Auvergne-Rhône-Alpes. Ce sujet a fait l'objet de diverses réunions / rencontres / questionnaires en ligne et échanges avec les partenaires de l'ADT, dont notamment les Services Culture / Environnement – Sports Nature / Communication du Conseil Départemental, EPIC des Stations, EPCC des Châteaux de la Drôme, Réseaux / Fédérations / Syndicats représentant les hébergements, les Offices de Tourisme et les EPCI, Cette 1^{ère} base de travail a été présentée le 05 décembre lors d'une réunion dédiée et sera complétée durant l'année 2023 ;
 - **Un volet Attractivité** qui constituera le 2^{ème} pilier de l'Agence autour des notions d'attractivité résidentielle, économique, sociale et universitaire. Cet aspect est en cours de construction et sera finalisé en 2023.

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
<p>L'accroissement de la valeur du tourisme sur le territoire</p> <p>La hausse de la fréquentation touristique, quantifiée par le nombre de nuitées à l'échelle départementale. Volonté de consolider cette tendance à la hausse et de continuer à figurer dans la fourchette haute à l'échelle régionale.</p> <p>Le développement de la consommation touristique, certes délicat à évaluer à l'échelle départementale, doit être un objectif fort et inciter au développement et à la promotion d'une palette large de produits adaptés valorisant les ressources et les productions locales. La capacité du tourisme à accroître la vitalité des territoires drômois, qu'il s'agisse : de sa contribution au maintien de services à la population et au développement de l'animation locale sur les territoires, et de son potentiel d'attraction d'investisseurs, de talents, d'étudiants, de familles, sur le territoire grâce à la notoriété qu'il induit.</p> <p>L'ADT mesurera ainsi chaque année, de manière approfondie et détaillée autant que possible, et en s'appuyant autant que possible sur l'observatoire du CRT (catégories et provenance des touristes, filières et territoires concernés, ...).</p>	<p>La fréquentation touristique, mesurée annuellement au travers du nombre des nuitées marchandes et non marchandes quantifiées par l'INSEE et l'outil Flux Vision Tourisme qui permet d'affiner les provenances des touristes, qu'elle vise à accroître en continuant à inscrire la Drôme parmi les meilleures dynamiques à l'échelle de la Région.</p> <hr/> <p>La consommation touristique, que l'ADT doit contribuer à augmenter et à mesurer annuellement à l'échelle départementale en travaillant avec les acteurs ressource sur cette statistique (DGE, INSEE, instituts, ...) pour définir des indicateurs fiables.</p>	<p>Données statistiques disponibles de façon annuelle (INSEE, ...) :</p> <p>Cf. Bilan annuel / Chiffres clés 2022</p>

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022																											
	Données Flux Vision Tourisme / Enquêtes de conjoncture	<p>Données FVT : Cumul de janvier à décembre 2022</p> <table border="1" data-bbox="1234 341 2056 478"> <thead> <tr> <th colspan="3">Français</th> <th colspan="3">Top 5 marchés Etrangers</th> </tr> <tr> <th>Nuitées 2022</th> <th>Evolution 2022/19</th> <th>Evolution 2022/21</th> <th>Nuitées 2022</th> <th>Evolution 2022/19</th> <th>Evolution 2022/21</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>9,8 millions</td> <td>+5 %</td> <td>+6 %</td> <td>3 millions</td> <td>+8 %</td> <td>+44 %</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1317 515 2063 624"> <thead> <tr> <th colspan="3">Français + TOP 5 étrangers*</th> </tr> <tr> <th>Nuitées 2022</th> <th>Evolution 2022/19</th> <th>Evolution 2022/21</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>12,8 millions</td> <td>+5%</td> <td>+13%</td> </tr> </tbody> </table> <p><small>*Top 5 des marchés étrangers : Pays-Bas, Belgique, Allemagne, Royaume-Uni, Suisse. Sources : Orange Flux Vision / Agence d'Attractivité de la Drôme</small></p> <p>Enquêtes de conjoncture</p> <p>Avril 2022 : Le mois d'avril 2022 retrouve une fréquentation touristique d'avant crise, après deux années de confinement sur cette période. Il démarre ainsi la saison de manière prometteuse. Malgré une météo mitigée durant ce mois d'avril, 50% des professionnels répondants annoncent que la fréquentation de leur établissement a été bonne en avril, avec une clientèle française principalement locale et familiale, et une clientèle étrangère (principalement belges, suisses et allemands), supérieure à 2019.</p> <p>Mai 2022 : Retour de la fréquentation touristique d'avant crise, malgré peu de ponts en mai, excepté le week-end de l'Ascension excellent et une météo très clémente. A noter le manque de personnel évoqué, conduisant certains professionnels à réduire leur activité. 49% des professionnels répondants annoncent que la fréquentation de leur établissement a été supérieure à celle de 2021, et 41% supérieure à 2019, aussi bien pour la clientèle française que pour les clientèles étrangères.</p> <p>Juin 2022 : Meilleur qu'en 2021 et équivalent à 2019 (un seul pont en juin 2022 contre deux en 2019), avec le retour de la clientèle étrangère et une météo clémente avec des températures très élevées pour un mois de juin. A noter : Baisse des dépenses des touristes.</p>	Français			Top 5 marchés Etrangers			Nuitées 2022	Evolution 2022/19	Evolution 2022/21	Nuitées 2022	Evolution 2022/19	Evolution 2022/21	9,8 millions	+5 %	+6 %	3 millions	+8 %	+44 %	Français + TOP 5 étrangers*			Nuitées 2022	Evolution 2022/19	Evolution 2022/21	12,8 millions	+5%	+13%
Français			Top 5 marchés Etrangers																										
Nuitées 2022	Evolution 2022/19	Evolution 2022/21	Nuitées 2022	Evolution 2022/19	Evolution 2022/21																								
9,8 millions	+5 %	+6 %	3 millions	+8 %	+44 %																								
Français + TOP 5 étrangers*																													
Nuitées 2022	Evolution 2022/19	Evolution 2022/21																											
12,8 millions	+5%	+13%																											

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>Été 2022 : Une saison estivale très positive dans la Drôme : 4,7 millions de nuitées touristiques enregistrées en Drôme sur juillet-août, soit une fréquentation estivale en hausse de 5% par rapport à l'an passé et dépassant même largement l'année de référence 2019 (+15%). A noter : répartition des touristes entre juillet et août assez équilibrée (le mois de juillet a accueilli 48% de la fréquentation estivale contre 52% pour août). La météo très favorable durant toute la saison estivale, a cependant été marquée par des températures caniculaires ayant entraîné un manque d'eau des rivières qui a pu impacter certains secteurs d'activité. Après deux années impactées par le contexte sanitaire, la saison touristique estivale 2022 est marquée par une clientèle française (70% de la fréquentation totale sur la période juillet-août) qui retrouve les bons niveaux de la saison 2021 et dépasse ceux de 2019 (+8%). Près d'un français sur trois vient de la région Auvergne Rhône-Alpes (+5% par rapport à 2019), 23% d'Ile de France (+13% vs 2019) et 11% de Provence Alpes Côte d'Azur (+11% par rapport à 2019). La clientèle étrangère* confirme son retour cet été avec une forte augmentation par rapport à la saison dernière (+22%), et une plus nette progression comparée à 2019 (+36%). A noter que le top 5 étrangers représente 30% de la fréquentation totale sur cette période (+4 points par rapport à 2021 et 2019). Elle est très majoritairement en provenance des Pays-Bas (+58% vs 2019), de Belgique (+31% vs 2019), d'Allemagne (-7% vs 2019), de Suisse (+63% vs 2019) et du Royaume-Uni (+34% vs 2019). Le mois de septembre affiche +3% de nuitées touristiques par rapport à 2021. Près de 6 professionnels sur 10 annoncent une présence équivalente voir supérieure à celle de l'an passé.</p> <p>Vacances de Noël : Malgré le contexte économique actuel, la fréquentation touristique pendant ces vacances de Noël 2022-2023, semble satisfaisante pour les professionnels du tourisme, grâce à une météo très douce et malgré le manque d enneigement ayant entraîné la fermeture des stations drômoises. A cette saison, la clientèle est principalement locale et familiale, en provenance des régions Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Ile-de-France. Du côté des Stations de la Drôme : une ouverture réduite et d'un enneigement limité durant cette période vacances.</p>

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE

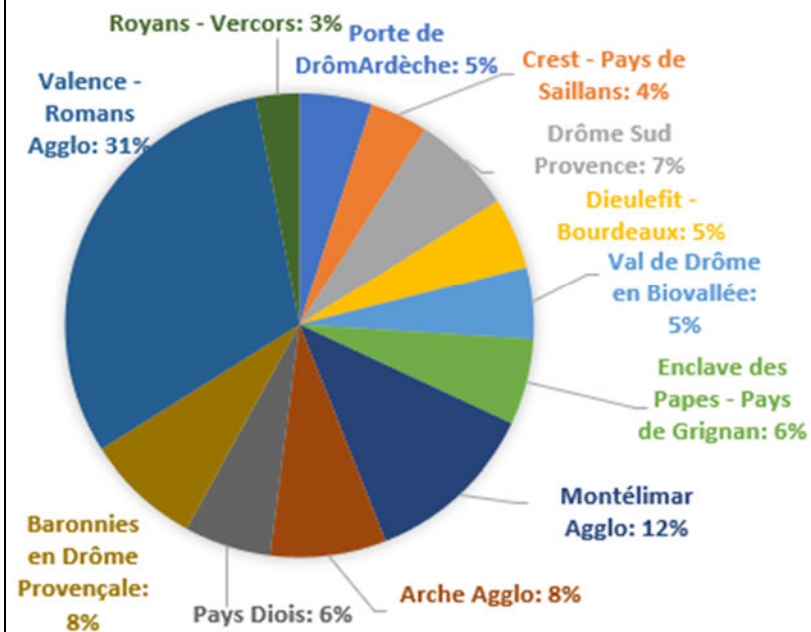
OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE

ACTIONS REALISEES ANNEE 2022

La taxe additionnelle départementale à la taxe de séjour comme ressource affectée pour le développement de l'ingénierie et des actions existantes ou nouvelles en soutien aux acteurs du tourisme et territoires.

Les chiffres disponibles sont extraits du logiciel de gestion Taxe de séjour, développé par la société Nouveaux Territoires.

TAXE DE SÉJOUR DÉCLARÉE EN 2022



Total taxe de séjour déclarée en direct et par les opérateurs numériques au 31 décembre 2022

2022	2021	2020	2019
3 253 968,37 €	2 794 583,22 €	1 918 073,34 €	2 500 350,61 €

Sources : Stat Analyses – Nouveaux territoires

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022																																									
	Edition et diffusions de supports touristiques départementaux, en privilégiant le numérique	Réédition de la carte touristique : 80 000 exemplaires																																									
<p>La poursuite et la consolidation d'actions de marketing touristique de grande envergure et à forts effets leviers : aux différentes échelles - locale, régionale, nationale, internationale; valorisant la diversité de l'offre touristique des territoires drômois; introduisant une forte dimension d'excellence de l'offre Drôme pour permettre de valoriser à la fois l'offre touristique au sens premier (hébergements, sites, loisirs, activités) mais également l'ensemble de l'offre concourant à une expérience singulière (qualité d'accueil, produits locaux, encadrement sportifs, etc.)</p>	Appui aux démarches numériques des territoires et Offices de Tourisme.	Lien avec l'Appel à projet EPCI - OT 2022- Voir ci-dessous.																																									
	Poursuite du développement d'un site internet multi-services de dernière génération.	<p>Statistiques (Cumulé du 1^{er} janvier au 31 décembre 2022) : Web : 1 097 800, soit +3%</p> <table border="1" data-bbox="1236 722 2040 1137"> <thead> <tr> <th>THEMATIQUES CONSULTÉES</th> <th>Pages vues</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fiches Apidae</td> <td>630 200</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Découvrez la Drôme</td> <td>176 200</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Dépensez-vous</td> <td>135 600</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Préparez votre séjour</td> <td>82 800</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Actu Drôme</td> <td>54 800</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Page d'accueil</td> <td>53 300</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Vacances à votre image</td> <td>28 900</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Espace Pro</td> <td>16 600</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Suivez nos bons plans</td> <td>14 200</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>A la ferme</td> <td>13 000</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Informez-vous</td> <td>5 900</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Autres</td> <td>55 800</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>1 097 800</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	THEMATIQUES CONSULTÉES	Pages vues	%	Fiches Apidae	630 200	50	Découvrez la Drôme	176 200	14	Dépensez-vous	135 600	11	Préparez votre séjour	82 800	7	Actu Drôme	54 800	4	Page d'accueil	53 300	4	Vacances à votre image	28 900	2	Espace Pro	16 600	1	Suivez nos bons plans	14 200	1	A la ferme	13 000	1	Informez-vous	5 900	0	Autres	55 800	4	TOTAL	1 097 800
THEMATIQUES CONSULTÉES	Pages vues	%																																									
Fiches Apidae	630 200	50																																									
Découvrez la Drôme	176 200	14																																									
Dépensez-vous	135 600	11																																									
Préparez votre séjour	82 800	7																																									
Actu Drôme	54 800	4																																									
Page d'accueil	53 300	4																																									
Vacances à votre image	28 900	2																																									
Espace Pro	16 600	1																																									
Suivez nos bons plans	14 200	1																																									
A la ferme	13 000	1																																									
Informez-vous	5 900	0																																									
Autres	55 800	4																																									
TOTAL	1 097 800																																										

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
	Présence sur les réseaux sociaux, les sites affinitaires, la mobilisation d'influenceurs.	<p>Réseaux sociaux (Cumulé au 31 décembre 2022) :</p> <p>Audience globale : Arrêt du suivi de cet indicateur qui était d'un regroupement de différents éléments très différents les uns des autres (Pour rappel : Audience globale = Stats Web + Stats Blogs + Nombre de vidéos vues YouTube + Nombre d'utilisateurs Facebook) et en faisait donc un indicateur peu parlant, avec des évolutions difficilement analysables.</p> <p>Mi-février, nous avons changé de stratégie de diffusions et de promotions des contenus sur les différents supports web 2.0 de l'ADT :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moins de publications (réduction de moitié des publications sur Facebook et Instagram), une rédaction sur l'actualité, la promotion de liens ciblés vers le site web de l'ADT. - Orientation des contenus sur l'expérience, la découverte et le "Wahou !" - Mise en place des contenus sur TikTok et suivi - Plus de contenus vidéos sur Instagram - Poursuite des actions de Community Management pour faire la promotion de la série "Cet été, je découvre la Drôme" - Changement du calcul du taux d'engagement (fans / interactions) plutôt que (vues / interactions) <p> 56 905 fans, dont 3 847 fans gagnés sur l'année (-23,3% / 2021), 279 169 vidéos vues (Source Méta) VS 277 400 vues de vidéos (Source MIR) (- 476,1% - Evolution 2022/2021 - Evolution 2022/2021 selon les chiffres de MIR pris comme base depuis plusieurs années)</p> <p> 5 865 followers, dont 156 gagnés en 2022(-33,6% - Evolution 2022/2021)</p> <p> 1 153 abonnés, dont 77 gagnés en 2022(- 59% - Evolution 2022/2021),420 088 vues sur la chaine ladrometourisme (- 19,3% Evolution 2022/2021)</p> <p> 16 535 followers, dont 1838 gagnés sur l'année (source Meta) VS 1997 gagnés sur l'année (source MIR) (Evolution 2022/2021 : Données non disponibles)</p> <p> 670 followers (Evolution 2022/2021 : Données non disponibles)</p> <p> 223 abonnés / 24 vidéos publiés sur le compte (Source : TikTok) VS 25 (source MIR) - Nombre de vues des vidéos publiées : : 38 972 vues (Source : MIR / Tik Tok)</p>

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>Classement au 30 décembre 2022 We Like Travel : Classement général : 50^{ème} position. 30^{ème} en moyenne sur 2022 Classement taux engagement Facebook : 38</p> <p>Classement du baromètre We like travel : nouvel indicateur, remplaçant l'indicateur Audience globale.</p> <p>Qu'est-ce que c'est ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Classement des destinations touristiques en fonction des performances qualitatives et quantitatives sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) - Attribution d'une note globale synthétisant différents indicateurs : Taille des communautés : nb de fans/abonnés, Croissance des communautés, Volume d'interactions (réactions, commentaires, partages...), Taux d'engagement, Rythme de publication, Type de contenu publié <p>Quels en sont les avantages ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Avoir une vision globale de notre dynamisme sur les réseaux sociaux, et comparable aux autres départements ✓ Disposer des taux d'engagement Facebook et Instagram ✓ Veiller aux écarts des statistiques fans/abonnés par rapport aux statistiques des sites dédiés (quelques écarts minimes sont constatés) <p>Bilan Mir Studio : Après un premier trimestre de transition, le deuxième trimestre s'articule autour des choix éditoriaux suivants la part belle aux vidéos (longues) sur YouTube, l'éclosion d'une communauté sur TikTok, l'augmentation de l'engagement sur Instagram, la diffusion de vidéos via les "Reels", l'augmentation de l'engagement sur Facebook et l'accroissement des communautés sur Facebook et Instagram. Ainsi, l'équipe du STUDIO MIR en lien avec les différents services de l'ADT de la Drôme a travaillé les sujets suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trois phases de "jeux concours" avec plus de 90 contre-marques " Pass' Drôme " distribuées. - Trois phases de tournages et de reportages photos sur le territoire drômois.
	<p>Marketing direct : communication Grand public, au travers de Lettres d'Info, Campagnes et plan d'actions de communication</p>	<p>PLAN D'ACTIONS 2022 en BtoC : MARCHE FRANÇAIS => Réseaux sociaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientèle infrarégionale = Posts Facebook avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, le 05 avril sur la pogne et le 15 juillet sur le village de Mirmande = 1 813 visites, 1,6 actions par visite pour 14 secondes de temps de connexion.

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>=> Notoriété :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paris – Réseau de métros Parisiens, mise en place du dispositif : Réseau de 120 faces format 200 x 150 cm, du 21 février au 07 mars. - Grenoble : Dispositif : 2 covering bus arrières intégraux 6 m² du 01 au 15 mars. - Lyon – Réseau de métros, mise en place des dispositifs : Réseau de 102 faces 2 m² du 02 au 16 mars. <p>Et Bâche métro Lyon Bellecour format 25m² durant tout le mois de mars.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Parrainage Météo France 3 + banniering site France3 durant tout le mois de mars. - TV Replay national et régional : <ul style="list-style-type: none"> • TV segmentée 1x14 jours par chaîne : TF1, TNT, France TV. Ciblage sur 3 régions : Région Sud/PACA, Auvergne-Rhône-Alpes, Ile de France du 01 au 22 mars – Résultats : 122 000 impressions générées et un taux de complétion de 99% sur les chaînes de TF1. • BFM Télé Lyon en cross media avec affichage à Lyon : 1 mois de sponsoring – Info trafic – entrée et sortie de programme du lundi au vendredi. 600 billboards de 8 secondes durant tout le mois de mars. <p>=> Générer du trafic et de la réservation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campagnes de display mobile : Display vidéo : Diffusion d'un spot vidéo 20 sec geotargeting départemental, du 17 au 31 janvier - 16 629 clics vers le site – 1,1 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:08 - Taux de rebond : 90%. Display mobile Drive to site modèle geotargeting, départemental, du 01 au 14 mars – 20 125 clics vers le site – 1,2 action sur le site - Temps de connexion : 00:01:15 - Taux de rebond : 87%. <p><u>MARCHES EUROPEENS</u></p> <p>=>SUISSE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Affichage digital exclusif sur le maxi-écran du centre commercial Balxert de Genève. Format 48m², du 17 au 23 janvier et du 28 février au 06 mars. - Affichage 4 trams à Genève du 02 au 29 mars - Display vidéo multidevice en geotargeting cantonal, du 17 au 31 janvier – 16 865 clics vers le site – 1,1 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:09 - Taux de rebond : 91%. - Display mobile drive to site en geotargeting cantonal, du 01 au 14 mars – 6 703 clics vers le site – 1,1 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:34 - Taux de rebond : 91%. - Campagne d'affichage 4 trams à Genève du 28 août au 26 septembre.

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>=>BELGIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paris Match Belgique : 2 pages consacrées à la Drôme (jeudi 03 mars) en partenariat avec Atout France. - Display vidéo multidevice en geociblage Flandres et Wallonie, du 17 au 31 janvier – 11 231 clics vers le site – 1,1 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:10 - Taux de rebond : 89%. - Campagne digitale dédiée vélo = En selle. 9 itinéraires et POI mis en avant sur le département (campagne en cours : https://be.france.fr/fr/campagne/la-drome-destination-velo) avec Atout France, de mars à décembre. - Display multidevice programmatique sur Trip Advisor au CPM, du 01 au 28 février – 81 clics vers le site. - Display multidevice Facebook et Instagram format in feed et story au CPM, du 01 au 14 février, du 01 au 14 mars et du 01 au 14 avril – 4 859 clics vers le site – 1,3 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:14 - Taux de rebond : 91%. - Display mobile drive to site en geociblage Flandres et Wallonie, du 01 au 14 mars – 5 101 clics vers le site – 1,2 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:56 - Taux de rebond : 90%. <p>-Action de mars à décembre 2022 : Campagne digitale dédiée vélo = En selle. 9 itinéraires et POI mis en avant sur le département : https://be.france.fr/fr/campagne/la-drome-destination-velo , avec Atout France, et en partenariat avec Ardèche Hermitage Tourisme, Valence-Romans Tourisme et Pays Diois. - 2 846 visites sur 6 mois (mars à novembre) - 3, 25 actions par visite - Temps de connexion : 3 minutes et 11 secondes – Taux de rebond : 44,5%.</p> <p>=>PAYS-BAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Display vidéo multidevice en geociblage sur la ville d'Amsterdam, du 17 au 31 janvier – 11 169 clics vers le site – 1,2 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:10 - Taux de rebond : 90%. - Display multidevice programmatique sur Trip Advisor au CPM, du 01 au 28 février – 67 clics vers le site. - Display multidevice Facebook et Instagram format in feed et story au CPM, du 01 au 14 février, du 01 au 14 mars et du 01 au 14 avril – 2403 clics vers le site – 1,4 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:21 - Taux de rebond : 87%. - Display mobile drive to site en géociblage sur la ville d'Amsterdam, du 01 au 14 mars - 5 101 clics vers le site – 1,2 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:56 - Taux de rebond : 90%. - Publicité dans Leven in Frankrijk, en février et en avril. - Action de mars à décembre 2022 : Des dizaines d'offres sur le site nl.france.fr :

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>https://nl.france.fr/nl/campagne/drome-provencale(Attention : la destination est marketée Drôme provençale à la demande d’Atout France – pour faciliter la lisibilité de la Drôme associée au mot Provence - mais l’ensemble de la destination Drôme est bien mis en avant au travers de toutes ces offres) - 1 395 visites – 3, 9 actions par visite - Temps de connexion : 3 minutes 55 secondes – Taux de rebond : 46%.</p> <p>=>ALLEMAGNE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Display vidéo multidevice en géo-ciblage sur la Bavière, du 17 au 31 janvier et du 01 au 14 mars – 19 569 clics vers le site – 1,1 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:08 - Taux de rebond : 91%. - Display multidevice programmatique sur Trip Advisor au CPM, du 01 au 28 février - 65 clics vers le site. - Display mobile drive to site en en géo-ciblage sur la Bavière, du 01 au 14 mars – 8 800 clics vers le site – 1,2 action sur le site – Temps de connexion : 00:00:56 - Taux de rebond : 90%. - Publicité dans Frankreich Magazine – Avril. - Publicité dans FrankreichErleben- Avril/mai. <p>=>EUROPE</p> <p>Campagne avec Auvergne – Rhône-Alpes Tourisme et la Fédération Régionale de l’Hôtellerie de Plein Air - Printemps 2022.</p>
	Développement de la performance de l’offre drômoise sur les sites de notation et de recommandation	Outil Spella - Déployé sur tous les territoires de la Drôme avec un accompagnement réalisé par les Offices de Tourisme.
	Poursuite du développement d’un outil professionnel de gestion de la relation client	Utilisation de l’outil Avizi pour la réalisation de newsletters grand public. Généralisation de la mise en place de cet outil mutualisé auprès de 11 Offices de Tourisme (Le 12 ^{ème} : Ardèche-Hermitage ayant mutualisé avec l’ADT Ardèche).
	Accueil des journalistes, blogueurs, influenceurs...	<p>Bilan année 2022 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salon Partir en France – Paris – 17 & 18 janvier – Nombre contacts : 26 - Workshop presse à Amsterdam – 10 février - Un voyage de presse – Art de vivre : 5 journalistes reçus (Pasar - B, Reishonger - NL, Radioreise - D , The good life France - GB, La Stampa - I). - 40 contacts/ demandes de renseignements par des journalistes enregistrés par le service sur toute l’année.

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>- Accueils Presse - 60 journalistes / influenceurs reçus dans la Drôme. - 267 retombées presse dans la base Luqi (1 324 000 € de valeur en presse écrite et 1 033 000 € sur le web) + au moins 80 coupures supplémentaires = passages TV / radio, presse étrangère, webzines et blogs (retombées non recensées par luqi) Quelques exemples : - Les voyages gourmands de Valentine – S Le magazine de Sophie Davant – Janvier 2022 - Cvp : 20 K€. - L'aventure sauvage du tour du Vercors Drôme – Balades Randos – Janvier/février 2022 - Cvp : 18 900 €. - Du flair pour la truffe - YAM – Février/mars 2022 - Cvp : 15 K€. - Drôme Provençale, Balade et aromatique nature – Femme actuelle - 11 au 17 avril 2022 – Cvp : 40 300 €. - Drôme provençale : nos incontournables, des Baronnie aux villages perchés - www.lefigaro.fr – 18 juin 2022 – Cvp : 62 822 €. - Une chevauchée hors du temps – Cheval Magazine – Juin 2022 – Cvp : 22 275 €. - On dirait le Sud ... - Télé Star – Juillet 2022 - Cvp : 41 400 €. - Anne Sophie Pic : Le triomphe de la chef autodidacte - Femme actuelle – Juillet 2022 - Cvp : 42 450 €. - La piste aux étoiles - Figaro Magazine – Août 2022 - Cvp : 93 750 €. - Grignan – Le bon plan - Elle – Août 2022 - Cvp : 32 K€. - 2 jours à Montélimar - Le monde du camping-car – Août 2022 - Cvp : 1 947 €. - A la découverte de Grignan + Le Clair de la Plume - Dynamic Séniors Août 2022. - La route des Maquisards - Road-Trip Magazine – Été 2022. - Fantastique Palais Idéal - France Dimanche – Septembre 2022 - Cvp : 12 100 €. - Un balcon sur la montagne - Art & Décoration – Octobre 2022 –LuxuryTouch – Octobre 2022 : « Escapade à Grignan » - Cvp : 6 844 € - Notre parcours des journées particulières LVMH en France - Le Figaro – Octobre 2022 – Cvp : 147 500 €. - Vivez la Drôme - Maison & Jardin – Novembre-Décembre 2022 – Cvp : 7 125 €. - Au pays des merveilles + Plumes de terroir - La Tribune – Hors-Série Octobre 2022. - Retour aux sources - Cyclotourisme – Novembre 2022 - Cvp : 2 800 €. - Nyons – Pays de la perle noire - Rustica – Novembre 2022 - Cvp : 6 750 €.</p> <p>- Vidéo : « La Drôme plus de sensations » Statistiques, en cumulé de la date de publication jusqu'au 31 décembre 2022 : près de 4 520 000vues du film dont : ⇒ Près de 1 096 000 vues sur les dispositifs suivants : - 805 000 vues sur Facebook - 170 000 vues sur YouTube</p>
	Apport en contenus photographiques, vidéos, storytelling, ...	

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<ul style="list-style-type: none"> - 3 600 vues sur Vimeo - 160 000 vues de la page « La Drôme, plus de sensations » sur le site www.ladrometourisme.com (en lien avec la campagne en display vidéo en France et en Belgique) <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 21 200 vues sur la page dédiée au film sur notre site en néerlandais. - Film 20 secondes – Statistiques 2022 : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 2 414 000 vues du film sur les dispositifs télé en replay MyTF1 et 6play. ⇒ 245 000 impressions sur la TV segmentée TF1 et France TV - Taux de complétion : 99% ou 98%. ⇒ 740 000 vues en Display vidéo (FR, CH, NL, B, D).
	<p align="center">Représentation dans les salons les plus porteurs en étroite complémentarité avec les niveaux intercommunal, régional et national et sur les filières prioritaires mentionnées à l'article 4</p>	<p>Salon International de l'Agriculture (Stand Conseil Départemental) – Paris – 26 février au 06 mars 2022.</p>
	<p align="center">Accompagnement à la commercialisation de l'offre drômoise</p>	<p>=>Mise en avant des offres de séjours dans la Drôme sur www.ladrometourisme.com créées par des agences réceptives ou Offices de Tourisme immatriculés sur le registre des opérateurs de voyages et de séjours sur nos divers supports : site web, newsletters.</p> <p>=>Accompagnement des professionnels en matière de commercialisation et de distribution :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une dizaine de demandes traitées (offices de Tourisme et autres partenaires : agences et hébergeurs, ...) <p>=>Animation du « groupe commercialisation » : Mobilisation de 7 Offices de Tourisme partenaires pour une action conjointe de démarchage conjointe auprès de la cible groupes loisirs en faisant appel à un prestataire spécialisé : « Promotion Services » comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 campagne d'emailing auprès de 2 548 clubs et associations des régions Grand Est, Bourgogne Franche Comté, Auvergne Rhône Alpes, Haut de France, Ile de France, Occitanie et Paca, en 2 envois : <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1^{er} envoi le 13 avril. Résultats : taux d'ouverture de 28,3% et taux de clics de 3%. ✓ Relance le 20 avril. Résultats : taux d'ouverture de 25,4% et taux de clics de 2,2%. Et 1 campagne de prospection téléphonique sous la forme de 150 appels argumentés (1^{ère} vague d'appel de fin avril à mi-juin ; 2^{ème} vague d'appels en

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>octobre - novembre).</p> <p>Résultats : 90 demandes de documentation complémentaire, soit 60% des échanges qui ont abouti à une demande et démontrent un fort intérêt des groupes pour notre destination, principalement de la part de clubs provenant des régions Bourgogne Franche-Comté, AURA et Ile-de-France.</p> <p>=>Promotion de la Drôme auprès des organisateurs de voyages (reprise des actions de promotion BtoB et une année riche en la matière, après 2 années marquées par la crise Covid-19) avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 62 Tour-Operators ou Agences accompagnés et mobilisés tous marchés sur l'année 2022 : 14 provenant de nos marchés prioritaires, 17 d'autres marchés européens, et 31 des marchés lointains. - une quinzaine de demandes spontanées traitées au fil de l'eau. <p>Et dans le détail :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salon professionnel : Green France à Grenoble – 16 mai : Rencontre d'une dizaine de TO ou agences spécialisées (français ou étrangers) et envoi d'informations qualifiées pour les aider dans leur programmation de la Drôme. - Organisation d'un éductour (PRE-TOUR du salon Green France) pour 6 TO étrangers (1 italien, 1 allemand, 1 lituanienne, 3 américains) – Thème « Hiking in Drôme » – Programme : Mirmande, Crest (Tour), Saillans (Cave Raspail), Col de la Chaudière, Dieulefit, Vesc (Ferme de Pracoutel), Sur les pas des Huguenots, Le Poët-Laval(Musée du protestantisme, Restaurant Les Hospitaliers), Grignan (Château + Domaine de Montine + Ferme Chapouton), Saoû (rando du village à l'Auberge des Dauphins par la forêt, L'oiseau sur sa branche pour le déjeuner), Châtillon-en-Diois (retour à Grenoble par le Col de Menée). - Action de promotion sur le marché néerlandais auprès de et via les conseillers de voyages indépendants appartenant à la principale fédération professionnelle Travel Club (partenariat initié et coordonné par Atout France Pays-Bas) : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation de la Drôme dans leur webzine et envoi à leur fichier clients le 18 février 2022. <p>Résultats : 40 013 personnes ont ouvert l'ezine (soit un taux d'ouverture de 61%) et 2 959 d'entre eux se sont rendus sur la page de destination de cette campagne (nombre de clics depuis l'ezine reçue par courriel).</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Posts Facebook sur la page de Travel Club (1^{er} post "Du Vercors à la Provence" le 18 février ; 2^{ème} post sur les activités de pleine nature le 18 mars ; 3^{ème} post sur le Palais idéal et la lavande en Drôme Provençale le 22 avril). <p>Résultats : 1 673 impressions au total (nombre de fois que les posts ont été vus). Estimation du nombre de personnes touchées : 501 900.</p>

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<ul style="list-style-type: none"> - Salon professionnel : Rendez-vous en France (RDVEF) à Nantes – 22 & 23 mars : Rencontres d'une vingtaine de TO étrangers et envoi d'informations qualifiées pour les aider dans leur programmation de la Drôme. - Organisation d'un éductour (PRE-TOUR du salon Rendez-vous en France) pour 13 TO étrangers dont 5 américains (autres marchés représentés : Brésil, Israël, Japon, Corée) – Thème « Gourmet trip around Lyon – Programme Drôme : repas gastronomique au Clair de la Plume, 2 nuits à Grignan, animation vin et chocolat avec Terres de Syrah à la Cité du Chocolat Valrhona (seule halte entre Grignan et Vienne). - Co-organisation avec l'ADT de l'Ardèche et Auvergne Rhône-Alpes Tourisme d'un pré-tour au workshop Cycle Summit et accueil de 5 TO / agences spécialisés du 05 au 08 octobre 2022. - Salon Destination vignobles les 04 & 05 octobre à Aix en Provence destiné aux Tour-Operators : 16 contacts, complétée par un Pré-tour et un Post-tour qui ont concerné 11 tour-operators. - Suivi du workshop SLOWW (qui avait eu lieu à Arles) en réponse aux demandes de renseignements sur la ViaRhôna côté Drôme auprès de 4 croisiéristes ou agences réceptives. - Organisation d'un éductour du 7 au 11 novembre (2 jours pour la Drôme) pour un TO haut de gamme en vue d'un séjour à vélo pour un groupe de nord-américaines / australiens. À la suite de l'éductour, deux réservations (de 2 nuits chacune) ont été faites dans 2 des hébergements drômois visités pour un séjour en septembre 2023.
	<p align="center">Développement des outils de commercialisation en ligne de l'offre touristique drômoise : La Drôme Résa</p>	<p>Pour 2022, l'accès aux outils Open Expériences® (Addock et Open Pro) est gratuit pour toute nouvelle adhésion, afin de contribuer au développement de la digitalisation de l'offre et d'accompagner les professionnels dans leur commercialisation.</p> <p>Cette mesure a permis d'étoffer l'offre réservable en ligne sur la place de marché. Elle a également été renforcée par une action menée en parallèle, à savoir : le déploiement de nouvelles passerelles avec d'autres outils de réservation comme D-Edge, ReservIT, Amenitiz, Eviivo, KeBooking, Misterbooking ou Roomcloud.</p> <p><u>Données cumulées de janvier à décembre 2022 :</u> Nombre total de comptes utilisateurs : 841, Dont Outils Open : 157 (Hébergements 94% / Activités 6%) et Passerelles : 684</p>

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022												
		<table border="1" data-bbox="1236 308 2036 459"> <thead> <tr> <th></th> <th>2022</th> <th>Evolution 2022/21</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Transactions</td> <td>9 040</td> <td>- 1%</td> </tr> <tr> <td>CA</td> <td>1,120 M€</td> <td>- 14%</td> </tr> <tr> <td>Nuitées vendues</td> <td>6 610</td> <td>- 22%</td> </tr> </tbody> </table> <p>72% des réservations réalisées directement sur les sites des prestataires. 44% de clientèles des départements de Rhône-Alpes. 86% des réservations pour le même mois ou M+1. 33% des réservations sur de l'hébergement sec. 43% des réservations faites du jeudi au samedi Panier moyen : 124 € <i>Sources : Open Stat - Alliance Réseaux</i> <i>Cette baisse de CA sur l'ensemble de l'année 2022, peut être analysée de la façon suivante :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le manque d'eau dans la rivière Drôme a entraîné la fermeture de Canoë Drôme au mois d'août (- 44 K€ par rapport à 2021) - L'arrêt de la billetterie des forfaits ski de la part des Stations de la Drôme (- 60 K€ par rapport à 2021) - Côté Billetterie : hausse de 53 K€ par rapport à 2021 - Côté Hébergement, baisse de 131 K€ s'expliquant à la fois par une baisse du nombre de réservations (-17%) dans les hébergements, combinée à une légère baisse de la durée des séjours. Pour autant cette baisse côté hébergement ne se retrouve pas sur tous les types d'hébergement, si le chiffre d'affaires a fortement baissé entre 2021 et 2022 au niveau des chambres d'hôtes et des campings, on observe une hausse importante dans les hôtels (+41 K€). - Concernant l'évolution de la durée des séjours entre 2021 et 2022, 52% des séjours réservés sur la Drôme Résa sont d'une seule nuit (contre 48% au 31/12/2021). 14% des séjours réservés en 2022 sont de 3-4 nuits (18% en 2021). La baisse de la durée des séjours par rapport à 2021 impacte ainsi le nombre de nuitées et donc le chiffre d'affaires. <p>Envoi de 2 Lettres Info aux utilisateurs des outils La Drôme Résa : - En janvier 2022 - 396 destinataires – Taux d'ouverture : 55.13% - En octobre 2022 – 276 destinataires – Taux d'ouverture : 64,6%.</p> <p>Marketing direct : communication Grand public, au travers de Lettres d'Info</p> <p>Marketing digital : 17 Lettres Info Grand Public adressées à partir de notre base de données clients Avizi :</p>		2022	Evolution 2022/21	Transactions	9 040	- 1%	CA	1,120 M€	- 14%	Nuitées vendues	6 610	- 22%
	2022	Evolution 2022/21												
Transactions	9 040	- 1%												
CA	1,120 M€	- 14%												
Nuitées vendues	6 610	- 22%												

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022					
		Date	Titre	Nbre d'envois	Nbre d'ouverture	% d'ouverture	CA généré
		10/01	Réservez vos vacances de février dans la Drôme	11 463	3 562	31%	929 €
		13/01	Meilleurs vœux de la Drôme Tourisme	7 906	3 040	38%	-
		29/01	Saint-Valentin dans la Drôme	5 967	1 891	32%	154 €
		18/02	Salon de l'agriculture	1 334	397	30%	-
		07/03	Vélo	617	176	29%	-
		11/03	Vos prochaines vacances dans la Drôme	4 972	1 417	28%	1 107 €
		05/04	Faites le plein de remises avec le Pass' Drôme 2022	4 290	1 733	40 %	105 €
		26/04	En mai, réservez comme il vous plaît !	19 763	5 235	26 %	577 €
		12/05	Printemps Vignobles & Découvertes	14 902	4 978	33 %	-
		02/06	Plus de temps à perdre pour réserver vos vacances dans la Drôme	19 831	6 098	31 %	1 356 €
		30/06	Bienvenue dans la Drôme : tout est prêt pour vos vacances !	5 487	1 585	29 %	2 616 €
		04/07	Bienvenue dans la Drôme (idem)	3 804	1 217	32 %	360 €
		28/07	Bienvenue dans la Drôme (idem)	118	58	49 %	-
		03/10	Passez vos vacances de la Toussaint dans la Drôme	12 922	3 407	26 %	414 €
		09/10	Le Fascinant Week-End	4 956	1 404	28 %	136 €
		06/11	Sur les routes des pépites gourmandes de la Drôme	448	208	46 %	-
		24/11	MagieNoël Drôme	11 604	3 400	29 %	1 940
Chiffre d'Affaires total généré en 2022 : Près de 9 700 €							

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
<p>Actions de relance et d'accompagnement des professionnels Post-Covid</p>	<p>Pass' Drôme : Nouvelle formule mise en place en 2022</p> <p>Ses objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déclencher des séjours supplémentaires sur le territoire ; - Augmenter la dépense moyenne chez les acteurs du tourisme ; - Renforcer l'attractivité de la Drôme. <p>Conditions :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valeur du Pass: 10 € (hors vente flash exceptionnelle) disponible soit sur le site www.ladrometourisme.com, soit auprès des Offices de Tourisme de la Drôme ; - Réduction de 10 ou 15 % de réductions valable pour deux personnes adultes pour les remises des entrées (pleins tarifs) ou sur deux repas adultes, les enfants bénéficiant déjà de tarifs remisés ; - Validité: une seule fois chez chaque professionnel partenaire. 	<p>Bilan au 31 décembre 2022 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de prestations incluses dans le Pass' Drôme : 80 - Nombre de contremarques distribuées : 3 357 - Nombre de contremarques transformées en Pass et Pass encore non utilisés ("inactif") : 250 - Nombre de Pass en cours d'utilisation (déjà validés au moins une fois chez un pro, "actif") : 30 - Nombre d'encaissements de Pass chez des professionnels : 109 entrées => Cela veut dire que les clients ont utilisé 3 fois le Pass. <p>ATTENTION : le fonctionnement du Pass' Drôme fait que les professionnels ne valident pas forcément le Pass bien qu'ils appliquent la remise au client qui en présente un. Il pourrait donc y avoir plus de Pass actifs !</p> <p>Conclusion : Le succès n'est pas au rendez-vous. Le Pass n'est pas un avantage significatif pour le client.</p>
	<p>Plan de Relance - AMI Fonds Tourisme Durable</p>	<p>Bilan depuis le démarrage de la démarche, années 2021 & 2022 :</p> <p>Accompagnements :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plus de 30 demandes traitées sans suite, - 28 diagnostics réalisés - 16 dossiers déposés auprès de l'ADEME, instruits par l'ADT (= accompagnements aboutis / « transformés ») auxquels s'ajoutent 6 dossiers d'établissements drômois suivis par d'autres partenaires de l'ADEM (IDDJ, PNRV et Logis Hôtels) pour un volume de près de 680 K€ d'investissements (= somme des coûts totaux des 22 projets), soit plus de 401 K€ de subvention représentant un taux d'aide moyen de 59 %. - 14 autres dossiers drômois accompagnés par d'autres partenaires de l'ADEME - Plusieurs demandes encore à l'état de réflexion de la part des professionnels. <p>Ateliers et formations : Initiation au compostage, Ecogestes dans un hébergement touristique, Accompagnement Green Flow, Animation d'ateliers individuels sur le thème de la restauration durable.</p> <p>Nombre de pros concernés par les actions collectives : 40</p>

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022																																																							
<p align="center">Filières stratégiques</p> <p>La poursuite du développement des filières stratégiques inscrites au schéma 2016-2021, en cohérence avec les filières portées par la Région Auvergne Rhône Alpes (cf. article 1), sans être exclusif d'autres univers tels que le tourisme industriel, avec une attention particulière à accélérer, parmi ces filières, le développement des univers suivants : Outdoor - Sports de pleine nature, Bien-être - bien-vivre.</p>	<p align="center">Identification au sein de l'équipe d'un(e) développeur (se) des univers mentionnés ci-dessus, qui auront la charge, pour l'univers concerné : de structurer l'offre, d'assurer une veille de haut niveau, de connecter les acteurs publics et privés au service du développement de la thématique</p>	<p>L'ADT a ajouté à la convention la thématique Agritourisme qui constitue une vraie valeur pour le tourisme drômois. Bien-être / Bien vivre : Jean-Baptiste FABRY, et Agritourisme : Françoise ALAZARD.</p>																																																							
	<p align="center">Thématique Outdoor</p>	<p>Accueil Vélo : Fin décembre 2022,79 établissements, dont 51 hébergements, 3 restaurants, 10 Offices de Tourisme, 10 sites de visites, 4 loueurs et 1 réparateur de vélos.</p> <p>Décision de travailler en étroite partenariat avec les Offices de Tourisme en leur confiant l'évaluation des structures déjà labellisées ou en projet. A ce jour, 5 Offices de Tourisme se sont engagés dans la démarche : Montélimar, Porte de DrômArdèche, Val de Drôme, Crest-Pays de Saillans et Baronnies en Drôme Provençale.</p> <p>Suivi de la qualité de saisie des Bons Plans à pied à la suite de leur intégration dans Apidae en lien avec les données du Conseil Départemental.</p> <p>Mise en avant des itinéraires Bons plans Randonnée et Vélo www.ladrometourisme.com :Bons plans</p> <p>Consultations de ces pages du 1^{er} janvier au 31 décembre : 42 091 vues de pages (+106,24 % / 2021) 27 940 vues uniques (+ 101, 03 % / 2021)</p> <table border="1" data-bbox="1236 995 2027 1469"> <thead> <tr> <th>Du 1er janvier au 31 décembre 2022</th> <th>Vues</th> <th>2022 /2021</th> <th>Vues uniques</th> <th>2022 /2021</th> <th>Action par visite</th> <th>Temps de connexion</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fiches Itinéraires Randonnée</td> <td>17 740</td> <td>-42,69</td> <td>12 134</td> <td>-45,83</td> <td>1,46</td> <td>00:01:48</td> </tr> <tr> <td>Fiches itinéraires vélo</td> <td>14 650</td> <td>142,79</td> <td>9 258</td> <td>164,51</td> <td>1,58</td> <td>00:01 :59</td> </tr> <tr> <td>Fiches itinéraires VTT</td> <td>7 005</td> <td>328,44</td> <td>4 640</td> <td>321,82</td> <td>1,51</td> <td>00:01:52</td> </tr> <tr> <td>Fiches Espace Sports d'Orientation (ESO)</td> <td>1 558</td> <td>150,89</td> <td>1 052</td> <td>163,00</td> <td>1,48</td> <td>00:00:48</td> </tr> <tr> <td>Fiches itinéraires équestres</td> <td>263</td> <td>32,16</td> <td>223</td> <td>59,29</td> <td>1,18</td> <td>00:00:34</td> </tr> <tr> <td>Fiches itinéraires raquettes</td> <td>875</td> <td>402,87</td> <td>633</td> <td>455,26</td> <td>1,38</td> <td>00:01:39</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>42 091</td> <td>106,24</td> <td>27 940</td> <td>101,03</td> <td>1,43</td> <td>00:01:27</td> </tr> </tbody> </table>	Du 1er janvier au 31 décembre 2022	Vues	2022 /2021	Vues uniques	2022 /2021	Action par visite	Temps de connexion	Fiches Itinéraires Randonnée	17 740	-42,69	12 134	-45,83	1,46	00:01:48	Fiches itinéraires vélo	14 650	142,79	9 258	164,51	1,58	00:01 :59	Fiches itinéraires VTT	7 005	328,44	4 640	321,82	1,51	00:01:52	Fiches Espace Sports d'Orientation (ESO)	1 558	150,89	1 052	163,00	1,48	00:00:48	Fiches itinéraires équestres	263	32,16	223	59,29	1,18	00:00:34	Fiches itinéraires raquettes	875	402,87	633	455,26	1,38	00:01:39	Total	42 091	106,24	27 940	101,03	1,43
Du 1er janvier au 31 décembre 2022	Vues	2022 /2021	Vues uniques	2022 /2021	Action par visite	Temps de connexion																																																			
Fiches Itinéraires Randonnée	17 740	-42,69	12 134	-45,83	1,46	00:01:48																																																			
Fiches itinéraires vélo	14 650	142,79	9 258	164,51	1,58	00:01 :59																																																			
Fiches itinéraires VTT	7 005	328,44	4 640	321,82	1,51	00:01:52																																																			
Fiches Espace Sports d'Orientation (ESO)	1 558	150,89	1 052	163,00	1,48	00:00:48																																																			
Fiches itinéraires équestres	263	32,16	223	59,29	1,18	00:00:34																																																			
Fiches itinéraires raquettes	875	402,87	633	455,26	1,38	00:01:39																																																			
Total	42 091	106,24	27 940	101,03	1,43	00:01:27																																																			

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022																																										
		<p>Quant aux pages APN (donc toutes stats confondues = fiches Apidae + contenu en dur) :</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Vues</th> <th>2022 / 2021</th> <th>Vues uniques</th> <th>2022 / 2021</th> <th>Actions par visite</th> <th>Temps de connexion</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sur le site FR : https://www.ladrometourisme.com/depensez-vous/</td> <td>184058</td> <td>-22,01</td> <td>137251</td> <td>-19,26</td> <td>1,34</td> <td>00:01:07</td> </tr> <tr> <td>Sur le site NL : https://www.ladrometourisme.com/nl/luchtjescheppen/</td> <td>22796</td> <td>38,16</td> <td>18646</td> <td>43,43</td> <td>1,22</td> <td>00:00:47</td> </tr> <tr> <td>Sur le site AL : https://www.ladrometourisme.com/de/schnupperrisefrische-luft/</td> <td>6081</td> <td>35,13</td> <td>4708</td> <td>34,51</td> <td>1,29</td> <td>00:01:05</td> </tr> <tr> <td>Sur le site GB : https://www.ladrometourisme.com/en/take-in-some-fresh-air/</td> <td>2082</td> <td>15,67</td> <td>1656</td> <td>10,4</td> <td>1,26</td> <td>00:01:05</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>215 017</td> <td>83,08</td> <td>162 261</td> <td>86,31</td> <td>1,28</td> <td>00:01:01</td> </tr> </tbody> </table>		Vues	2022 / 2021	Vues uniques	2022 / 2021	Actions par visite	Temps de connexion	Sur le site FR : https://www.ladrometourisme.com/depensez-vous/	184058	-22,01	137251	-19,26	1,34	00:01:07	Sur le site NL : https://www.ladrometourisme.com/nl/luchtjescheppen/	22796	38,16	18646	43,43	1,22	00:00:47	Sur le site AL : https://www.ladrometourisme.com/de/schnupperrisefrische-luft/	6081	35,13	4708	34,51	1,29	00:01:05	Sur le site GB : https://www.ladrometourisme.com/en/take-in-some-fresh-air/	2082	15,67	1656	10,4	1,26	00:01:05	Total	215 017	83,08	162 261	86,31	1,28	00:01:01
	Vues	2022 / 2021	Vues uniques	2022 / 2021	Actions par visite	Temps de connexion																																						
Sur le site FR : https://www.ladrometourisme.com/depensez-vous/	184058	-22,01	137251	-19,26	1,34	00:01:07																																						
Sur le site NL : https://www.ladrometourisme.com/nl/luchtjescheppen/	22796	38,16	18646	43,43	1,22	00:00:47																																						
Sur le site AL : https://www.ladrometourisme.com/de/schnupperrisefrische-luft/	6081	35,13	4708	34,51	1,29	00:01:05																																						
Sur le site GB : https://www.ladrometourisme.com/en/take-in-some-fresh-air/	2082	15,67	1656	10,4	1,26	00:01:05																																						
Total	215 017	83,08	162 261	86,31	1,28	00:01:01																																						
	<p>Thématique Bien-être - Bien Vivre</p>	<p>Déclinaison sous la thématique Art de vivre permettant d'être plus large et plus efficace en termes d'accroche auprès de la clientèle.</p> <p>Actions transversales de valorisation de l'offre Art de vivre au travers d'accueils presse et d'articles sur les supports web 2 (Facebook, Instagram) + mise en avant des séjours bien-être et randonnée sur le site.</p>																																										

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
	Thématique Agritourisme	<p>Coanimation Conseil Départemental, Chambre d'Agriculture et ADT concernant la stratégie départementale de l'agritourisme.</p> <p>Comité de Pilotage le 25 mars, ayant permis de définir les actions à mettre en place sur l'année 2022 et la signature de la charte partenariale, entre le Conseil Départemental, la Chambre d'Agriculture, l'ADT, Accueil Paysan, Bienvenue à la ferme et le CIVAM.</p> <p>Comité Technique le 15 novembre avec à l'ordre du jour : point d'actualité sur les actions réalisées et en cours, point sur l'étude de valorisation de l'œnotourisme (Diagnostic) pilotée par l'ANCT (Agence Nationale de Cohésion des Territoires) et le Conseil Départemental, et échanges sur les suites à donner.</p> <p>La borne Kalkin mettant en avant l'offre agritouristique a été présentée.</p> <p>Dans le cadre de cette démarche, une 1^{ère} série de vidéos d'agriculteurs témoignant de leur expérience d'accueil, en prolongement de la réalisation des documents 8 pages et fiches portraits destinés à l'accompagnement des projets, a été finalisée avec la sortie de 4 vidéos (Hébergement, Restauration, Accueil pédagogique et Accueil à la ferme) sur ce dernier trimestre.</p> <p>D'autres vidéos sont prévues en 2023 pour couvrir l'ensemble des activités proposées à la ferme.</p> <hr/> <p>Actions transversales de valorisation de l'offre agritouristique au travers d'accueils presse, et de la rubrique A la ferme sur le site www.ladrometourisme.com en collaboration avec le Service Développement Agricole, Agroalimentaire, Bois.</p>

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022																																
		<p>Statistiques 2022 des rubriques A la ferme du site internet :</p> <table border="1" data-bbox="1236 331 2056 691"> <thead> <tr> <th>RUBRIQUE</th> <th>VUES DES PAGES</th> <th>Evolution 2022/2021</th> <th>VUES UNIQUES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Toutes les pages A la ferme</td> <td>18 994</td> <td>- 18,77</td> <td>14 520</td> </tr> <tr> <td>Dont :</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hébergements A la ferme</td> <td>5 521</td> <td>- 27,54</td> <td>3 976</td> </tr> <tr> <td>Fermes auberges</td> <td>3 728</td> <td>- 2,92</td> <td>2 579</td> </tr> <tr> <td>Producteurs</td> <td>2 991</td> <td>- 42,01</td> <td>2 301</td> </tr> <tr> <td>Vente directe</td> <td>3 223</td> <td>- 7,86</td> <td>2 614</td> </tr> <tr> <td>+ Marchés de producteurs</td> <td>1 929</td> <td>- 20,81</td> <td>1 629</td> </tr> </tbody> </table> <p>Mises à jour et suivi de la qualité de saisie de l'offre dans Apidae, et affichée sur l'entrée « A la ferme » du site www.ladrometourisme.com</p>	RUBRIQUE	VUES DES PAGES	Evolution 2022/2021	VUES UNIQUES	Toutes les pages A la ferme	18 994	- 18,77	14 520	Dont :				Hébergements A la ferme	5 521	- 27,54	3 976	Fermes auberges	3 728	- 2,92	2 579	Producteurs	2 991	- 42,01	2 301	Vente directe	3 223	- 7,86	2 614	+ Marchés de producteurs	1 929	- 20,81	1 629
RUBRIQUE	VUES DES PAGES	Evolution 2022/2021	VUES UNIQUES																															
Toutes les pages A la ferme	18 994	- 18,77	14 520																															
Dont :																																		
Hébergements A la ferme	5 521	- 27,54	3 976																															
Fermes auberges	3 728	- 2,92	2 579																															
Producteurs	2 991	- 42,01	2 301																															
Vente directe	3 223	- 7,86	2 614																															
+ Marchés de producteurs	1 929	- 20,81	1 629																															
Appel à projet CD / EPCI - OT	<p>L'ADT participe à la mise en œuvre du dispositif d'appel à projet porté par le Département ouvrant financement départemental à hauteur de 51% des projets des EPCI ou des Offices de Tourisme, en l'orientant fortement sur le financement de projets contribuant à ces différentes filières, tout en conservant un volet numérique important.</p>	<p>Accompagnement et conseils des EPCI et des Offices de Tourisme dans l'élaboration de leurs projets, le montage de leurs demandes et l'instruction des dossiers reçus, tout au long de l'année.</p> <p>Au total : 18 dossiers ont été reçus et instruits pour</p> <ul style="list-style-type: none"> - 7 EPCI, pour près de 51 160 €HT d'actions, - et 8 Offices de Tourisme, pour près de 451 379 €HT d'actions, soit un total de 502 539 K€ HT de dépenses éligibles prévues. <p>Ces dossiers ont fait l'objet de subventions de la part du Conseil Départemental pour un montant total de plus de 212 236 € (fonctionnement & investissement) (Offices de Tourisme : 191 657 € // EPCI : 20 579 €).</p> <p>Dans le détail :</p> <ul style="list-style-type: none"> CA Arche Agglo / CC Val de Drôme / CC Cœur de Drôme Crestois – Pays de Saillans / CC Drôme Sud Provence : Outil Taxe de séjour. CA Montélimar Agglo : Outil d'exploitation taxe de séjour, Partenariat avec bloggeurs, Réalisation de vidéos CC Dieulefit – Bourdeaux : Création graphique Pays de la Céramique pour mise en valeur de l'offre des potiers prévu en version numérique pour le site internet, Outil Taxe de Séjour. CC Enclave des Papes Pays de Grignan : Outil Taxe de Séjour – Vidéos 360°. 																																

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>OT Porte de DrômArdèche : Communication digitale : Facebook Google / Création graphique de visuels / Montage campagnes publicitaires et suivi des actions publicitaires, Acquisition Appli Baludik de Création de jeux de piste uniquement dans la Drôme : St Vallier ("Le trésor de Diane de Poitiers") et St Barthélemy de Vals ("Le mystère des Roches qui dansent"), Renouvellement de la photothèque exclusivement sur la partie Drôme, Acquisition Borne (placée à l'OT en intérieur avec une sorte de casque pour simulation d'un vol en Montgolfière au-dessus du Palais = réalité virtuelle), Réalisation du film 360 en Montgolfière vol au-dessus du Palais Facteur Cheval.</p> <p>OT Ardèche Hermitage : Campagnes d'affichage Genève Tram et Lyon Métro Bellecour, Campagnes de webmarketing / référencement, Reportage photos et contenus avec une journaliste, Encart Presse Paris Mach Belgique, Campagnes d'affichage BUS Lyon / St Etienne / Grenoble, Campagne de com Itinérance Guide du Routard, Photos.</p> <p>OT Valence Romans : Appli Roadbook, Outil Taxe de Séjour, Acquisition écrans d'accueil et changement interface, Accompagnement/ étude pour stratégie de com marketing pour tourisme d'affaire du Palais des Congrès, Pour Tourisme d'Affaires Présence éditoriale, Insertion Presse / International : Achat d'espaces / encart presse SBE / Bedook Atout France, Eductours professionnels (autocaristes et croisiéristes), Campagne d'affichage Lyon, Campagne avec ADT prospect groupe, Redéfinir l'offre éditoriale : Suivi /développement "Magazine numérique", Conception service communication et agence communication, Renforcement des réseaux sociaux : Présence on line, référencement, visibilité, hébergement, mots clé, développement présence sur réseaux sociaux, Achat équipement pour WIFI Palais des Congrès, Animation Blogueurs, Fonctionnalité en plus sur site internet : « bouton" à cliquer pour réserver par exemple..., Développement contenu de la vidéothèque et photothèque dédiées et adaptées à usage web.</p> <p>OT Vercors Drôme : Outil d'accueil de l'OT de la Chapelle en Vercors visible de l'extérieur : carte interactive présentée sur les vitres de l'OT (façon vitrophanie), avec des QR codes par catégorie d'activités (rando, VTT, ...) qui renvoient sur les pages du site internet, Refonte du site internet, Outil Taxe de Séjour.</p> <p>OT Val de Drôme : SADI / Etude Schéma d'Accueil et Diffusion de l'Information (Val de Drôme et 3CPS), Web marketing, référencement stratégie SEO (Search Engine Optimization), campagne Adwords, Facebook Instagram pour création contenu web, Stratégie Content pour la définition d'une ligne éditoriale, Accueil Blogueurs /influenceurs.</p> <p>OT Cœur de Drôme : Accueil presse Allemagne.</p>

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>OT Pays Diois : Refonte Site internet dépenses, Acquisition Outil de réservation mutualisé : Open system, AMO pour le suivi du développement du site internet, Campagne démarchage clubs séniors / Prospection Groupe loisir.</p> <p>OT Baronnies en Drôme Provençale : Etude stratégie marketing, Bornes 3D avec Kalkin, offre mutualisée, Acquisition écrans accueil, Vidéos, Accueil Presse.</p>
<p>A la plus grande ouverture de la gouvernance du tourisme et de l'action de l'ADT aux EPCI.</p>	<p>Le maintien et le confortement des réunions des directeurs d'offices de tourisme mis en place récemment par l'ADT, en les ouvrant aux représentants des EPCI (invitation du binôme « EPCI / OT »).</p> <p>Afin de conforter le lien avec les territoires, des rencontres ont été organisées avec pour objectifs de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter les actions et projets de l'ADT, - Connaître les préoccupations de chacun, - Suivre les projets portés par chacun afin de mieux correspondre aux actions menées par l'ADT, - Proposer des mutualisations d'outils, - Recueillir les besoins en formation, - Voir comment l'ADT peut venir en appui. 	<p>Ainsi, 7 réunions avec les EPCI et / ou Offices de Tourisme et / ou Parcs et / ou partenaires ont été organisées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le 10 février, réunion (visio & présentiel) avec les EPCI, Offices de Tourisme, et Parcs, le 10 février, destinée aux Référents Tourisme des EPCI, des Parcs, et aux Directeurs des OT, sur les sujets suivants : Projet Pass' Drôme – version 2022 ; Point développement Bornes interactives ; Point général La Drôme Résa ; Zoom Presse et influenceurs ; Questions diverses (Ateliers Apidae pour les saisonniers, Observatoire, Evasions digitales et Rendez-vous de la Drôme Tourisme, Bourse aux dépliant Drôme, Avizi)– 10 EPCI & OT présents. - le 07 avril, réunion Apidae des référents des Offices de Tourisme (Présentiel), afin de présenter les évolutions de la plate-forme, la qualité de la donnée et ménage de printemps, l'annuaire des membres et d'échanger autour des actions menées au niveau de la Drôme (Point Sports de nature, Borne de valorisation de l'offre touristique et agritouristique du département alimentée par Apidae, et Organisation des ateliers pour les saisonniers). - le 09 mai, réunion (visio & présentiel) avec les EPCI, Offices de Tourisme, et Parcs, destinée aux Référents Tourisme des EPCI, des Parcs et aux Directeurs des OT, dont l'objectif était de travailler sur des propositions en vue de la future stratégie touristique pour la Drôme - 2023-2027– 17 EPCI, OT et Parcs présents. Cette réunion a été complétée par une consultation, via un questionnaire en ligne et des rencontres avec les EPCI, Offices de Tourisme n'ayant pas pu être présents à cette réunion, les principales têtes de réseau de la Drôme, les chambres consulaires et les services du Conseil Départemental afin de connaître leur point de vue et recueillir leurs idées sur ce projet. <p>Un document présentant une synthèse de ces propositions et les contours de la future stratégie a été produit, et est en cours d'arbitrage.</p> <ul style="list-style-type: none"> - le 21 juin, temps d'échange collectif sur les outils d'accueil numérique : Présentation des solutions Kalkin et Roadbok (8 personnes présentes). - le 21 septembre, réunion de présentation de l'outil d'accueil numérique Road Book par l'Agence Raccourcy (8 personnes présentes). - le 17 novembre, réunion Apidae avec les utilisateurs de tous les Offices de

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022																																
		<p>Tourisme drômois et partenaires (Parc Naturel régional du Vercors, Relais départemental des Gîtes de France Drôme et Conseil Départemental – Service Environnement, Sports Nature), dont l'ordre du jour était un point sur les nouveautés du réseau et des projets départementaux (20 personnes présentes).</p> <p>- le 25 novembre, réunion de lancement du travail sur l'outil Roadbook avec les Offices de Tourisme impliqués, en lien avec l'Agence Raccourcy (20 personnes présentes).</p>																																
Lien et travail étroit avec l'ensemble des Offices de Tourisme sur diverses démarches.	Qualification Chambre d'hôtes référence®	<p>En 2022, 5 commissions d'attribution, qui ont permis d'analyser 26 dossiers, soit un total de 95 chambres d'hôtes. Au total, 23 structures ont reçu un avis favorable pour cette qualification.</p> <p>Ces commissions sont aussi l'occasion pour les référents hébergements des Offices de Tourisme engagés dans la démarche d'échanger sur les évolutions du référentiel ainsi que sur l'application de certains critères.</p>																																
Implication des professionnels dans la construction et la mise en œuvre des politiques et des actions touristiques.		<p>7 Lettres Info envoyées aux professionnels drômois :</p> <table border="1" data-bbox="1301 863 2000 1142"> <thead> <tr> <th>DATE</th> <th>Numéro</th> <th>Nombre d'envois</th> <th>Taux d'ouverture</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Janvier</td> <td>Vœux ADT</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Janvier</td> <td>#43</td> <td>5 270</td> <td>43, 32 %</td> </tr> <tr> <td>Mars</td> <td>#44</td> <td>5 657</td> <td>44, 70 %</td> </tr> <tr> <td>Juin</td> <td>#45</td> <td>5 238</td> <td>44, 14 %</td> </tr> <tr> <td>Septembre</td> <td>#46</td> <td>5 192</td> <td>53, 95 %</td> </tr> <tr> <td>Octobre</td> <td>#47</td> <td>5 160</td> <td>48, 30 %</td> </tr> <tr> <td>Décembre</td> <td>#48</td> <td>5 160</td> <td>49, 15 %</td> </tr> </tbody> </table> <p>Suivi et animation d'une page Facebook Pro fermée. Au 31 décembre, 1 037 membres validés.</p> <p>Espace Pro https://www.ladrometourisme.com/espace-pro/ Suivi et actualisations régulières des pages.</p>	DATE	Numéro	Nombre d'envois	Taux d'ouverture	Janvier	Vœux ADT			Janvier	#43	5 270	43, 32 %	Mars	#44	5 657	44, 70 %	Juin	#45	5 238	44, 14 %	Septembre	#46	5 192	53, 95 %	Octobre	#47	5 160	48, 30 %	Décembre	#48	5 160	49, 15 %
DATE	Numéro	Nombre d'envois	Taux d'ouverture																															
Janvier	Vœux ADT																																	
Janvier	#43	5 270	43, 32 %																															
Mars	#44	5 657	44, 70 %																															
Juin	#45	5 238	44, 14 %																															
Septembre	#46	5 192	53, 95 %																															
Octobre	#47	5 160	48, 30 %																															
Décembre	#48	5 160	49, 15 %																															

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022																																																	
		<p>Quelques données statistiques, du 01 janvier au 31 décembre 2022 :</p> <table border="1" data-bbox="1236 308 2056 437"> <thead> <tr> <th></th> <th>2022</th> <th>2021</th> <th>Evolution 2022 / 2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Utilisateurs</td> <td>4 856</td> <td>6 802</td> <td>- 29 %</td> </tr> <tr> <td>Sessions</td> <td>7 265</td> <td>9 601</td> <td>- 24 %</td> </tr> <tr> <td>Pages vues</td> <td>16 596</td> <td>20 723</td> <td>- 20 %</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1236 475 2065 987"> <thead> <tr> <th>TOP 10 des pages les plus consultées</th> <th>2022</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>/espace-pro/</td> <td>3 146</td> <td>4 360</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/</td> <td>1 241</td> <td>1 208</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/bilan-touristique-et-chiffres-cles/</td> <td>1 168</td> <td>871</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/conjonctures-touristiques/</td> <td>1 076</td> <td>733</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/agence/</td> <td>1 011</td> <td>804</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/travaillons-ensemble/nous-connaître-et-nous-contacter/</td> <td>946</td> <td>915</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/reprenez-vous/</td> <td>688</td> <td>1 026</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/utilisez-nos-outils/</td> <td>641</td> <td>865</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/formez-vous/</td> <td>638</td> <td>1 037</td> </tr> <tr> <td>/espace-pro/reprenez-vous/commercialisation-et-distribution/la-drome-resa/decouvrir-les-outils-open-pro/</td> <td>584</td> <td>609</td> </tr> </tbody> </table>		2022	2021	Evolution 2022 / 2021	Utilisateurs	4 856	6 802	- 29 %	Sessions	7 265	9 601	- 24 %	Pages vues	16 596	20 723	- 20 %	TOP 10 des pages les plus consultées	2022	2021	/espace-pro/	3 146	4 360	/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/	1 241	1 208	/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/bilan-touristique-et-chiffres-cles/	1 168	871	/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/conjonctures-touristiques/	1 076	733	/espace-pro/agence/	1 011	804	/espace-pro/travaillons-ensemble/nous-connaître-et-nous-contacter/	946	915	/espace-pro/reprenez-vous/	688	1 026	/espace-pro/utilisez-nos-outils/	641	865	/espace-pro/formez-vous/	638	1 037	/espace-pro/reprenez-vous/commercialisation-et-distribution/la-drome-resa/decouvrir-les-outils-open-pro/	584	609
	2022	2021	Evolution 2022 / 2021																																																
Utilisateurs	4 856	6 802	- 29 %																																																
Sessions	7 265	9 601	- 24 %																																																
Pages vues	16 596	20 723	- 20 %																																																
TOP 10 des pages les plus consultées	2022	2021																																																	
/espace-pro/	3 146	4 360																																																	
/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/	1 241	1 208																																																	
/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/bilan-touristique-et-chiffres-cles/	1 168	871																																																	
/espace-pro/reprenez-vous/observatoire-du-tourisme/conjonctures-touristiques/	1 076	733																																																	
/espace-pro/agence/	1 011	804																																																	
/espace-pro/travaillons-ensemble/nous-connaître-et-nous-contacter/	946	915																																																	
/espace-pro/reprenez-vous/	688	1 026																																																	
/espace-pro/utilisez-nos-outils/	641	865																																																	
/espace-pro/formez-vous/	638	1 037																																																	
/espace-pro/reprenez-vous/commercialisation-et-distribution/la-drome-resa/decouvrir-les-outils-open-pro/	584	609																																																	
Lien avec les services du Département et travail en concertation		<ul style="list-style-type: none"> - Avec le service Environnement - Sports - Nature : cf. ci-dessus. - Avec le service Développement rural dans le cadre de la stratégie agrotourisme : cf. ci-dessus. - Avec le service Communication : Suivi du Pass'Drôme. 																																																	

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
Ingénierie publique	L'ADT pourra s'inscrire dans le cadre de l'offre coordonnée d'ingénierie territoriale développée par le département depuis 2017 pour accompagner les collectivités territoriales drômoises dans leur projet. A ce titre son offre pourra figurer dans le guide intitulé « L'ingénierie pour la Drôme - le Département et ses partenaires au service des territoires ». A cet effet, l'ADT participe à l'animation du dispositif et fournit toutes informations ou données utiles au Département pour le bon fonctionnement de ce dispositif.	<p>Participations aux réunions du groupe Ingénierie Publique et transmission des données via la plateforme départementale.</p> <p>Organisation d'un webinaire le 25 janvier destiné à tous les élus de la Drôme : « Comprendre les enjeux du tourisme - Pistes et outils possibles pour votre territoire » - 30 présents en direct – 112 vues en rediffusion Lien : https://www.youtube.com/watch?v=M0Mmv3VGOvA&t=13s</p>
L'accompagnement du développement d'événements mettant en valeur les ressources et l'identité drômoises.	L'enjeu de développement du tourisme évènementiel, notamment la création d'événements majeurs valorisant l'offre locale (par exemple : les produits agricoles, l'avance du territoire en matière de bio, le patrimoine, les savoir-faire, ...) a été identifié par les acteurs du tourisme comme un enjeu fort.	Réalisation de deux exports Excel à partir d'Apidae concernant les événements des mois de juillet et août pour les guides été de Drôme Hebdo et Paru-Vendu.
	Professionnalisation	<p>Collectif Trajectoires Tourisme - Ce travail est mené en collaboration avec l'ensemble des membres du collectif Trajectoires Tourisme, dont l'ADT fait partie :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participation au travail sur la nouvelle gouvernance de collectif Trajectoires Tourisme, • Construction de l'offre de formations et la mise en ligne du catalogue 2023 • Mise en ligne et communication sur le catalogue 2022 auprès des professionnels drômois, • Gestion et mise en place des formations réalisées en Drôme et à distance, • Accompagnement des projets sur mesure des professionnels drômois. <p>Formations Mises en place par le service Formation de la Drôme Tourisme, en lien avec trajectoires Tourisme :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mieux rédiger : l'art de décrire pour séduire (100% à distance) - 3 jours - 7 stagiaires. - Communiquer efficacement et améliorer ses relations professionnelles - OT Vercors Drôme - 2 jours - 7 stagiaires.

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<ul style="list-style-type: none"> - Relever le défi de la communication responsable pour l'accueil touristique - 2 jours, 5 stagiaires. - Photos et vidéos 100% smartphone - 3 jours - 7 stagiaires. - Découvrir et prendre en main Apidae - 2 jours - 9 stagiaires. - Mieux organiser son temps pour gagner en efficacité et alléger sa charge mentale - Trajectoires Tourisme - 2 jours - 7 stagiaires. - L'écoute client dans son OT en 2022 : quels outils pertinents ? (100% à distance) - 1 journée – 6 stagiaires. - Visites guidées : sortez des sentiers battus ! – 2 jours – 9 stagiaires. - Optimiser ses relations presse (100% à distance) – 2 jours – 8 stagiaires. - Formation avancée aux outils Google Analytics V4, Google Tag Manager, Matomo - Sur mesure pour la Drôme Tourisme et Valence-Romans Tourisme - 2 jours – 5 stagiaires. - Formation sur mesure pour l'OT Montélimar Agglomération, mise en place par le service Formation de la Drôme Tourisme, en lien avec trajectoires Tourisme « Comptabilité publique M4 et fiscalité commerciale des Offices de Tourisme » – 2 jours – 1 stagiaire. <p>Ateliers</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atelier sur mesure Apidae pour l'Office de Tourisme Pays Diois – 13 janvier - 4 participants. - Schéma d'Accueil et d'Information (SADI) : Accueil hors les murs des Offices de Tourisme - 11 avril - 6 participants. - 3 ateliers destinés aux adhérents de l'Office de Tourisme Dieulefit-Bourdeaux en partenariat avec MIR - 11 avril : « Google business » - 16 mai : « Réseaux sociaux : Faut-il s'afficher partout ? » et « E-reputation » - 19 participants. - 3 ateliers Apidae pour les saisonniers (à distance) - ½ journée - Les 17 mai, 09 juin et 16 juin - 11 participants. - Atelier TikTOK pour les Offices de Tourisme - Présentiel - 09 juin - 13 participants. - Echange évolution de la certification Marque qualité tourisme des OT (pour les OT actuellement NF service), en partenariat avec ADN Tourisme – 18 octobre - 5 participants. - Atelier sur mesure « Prise en main Apidae » pour Ardèche - Hermitage Tourisme – 23 novembre – 1 participant (Contrat en alternance) - 2 ateliers dans le cadre du Pack proposés par l'Office de Tourisme Montélimar Agglo : « Comment bénéficier du label Accueil Vélo ? » et « Présentation la réservation en ligne avec les outils Open Expériences® » – 05 décembre - 17

OBJECTIFS INCONTOURNABLES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DEPARTEMENTALE	OBJECTIFS DE L'ADT EN TANT QU'ACTEUR DE REFERENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DEPARTEMENTALE	ACTIONS REALISEES ANNEE 2022
		<p>participants.</p> <p>Webinaires – Evasions digitales » :</p> <p>=> Mis en place en lien avec le Moulin Digital :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création et montage de vidéo et sous-titrage - Visio - 05 mai - 35 participants. - Instagram - Visio - le 02 juin - 62 participants. - Avez-vous pensé à LinkedIn pour booster votre visibilité ? – 13 octobre – 17 vues. - Créer des visuels print et web avec Canva – 17 novembre – 129 vues - Un outil gratuit pour gérer et sécuriser vos mots de passe – 08 décembre – 72 vues. <p>=> Mis en place par l'ADT, soit animés en interne par l'ADT, soit en lien avec intervenant extérieur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chèque Vacances Connect, en lien avec l'ADT Ardèche et l'ANCV – 104 vues.
<p>Le développement de ressources nouvelles et innovantes pour financer les projets public / privé du tourisme drômois.</p>	<p>L'ADT s'engage à rechercher chaque année des moyens de financement d'actions collectives hors subvention de la collectivité, à hauteur de 5 % de son budget d'ici à 2021, de manière progressive (objectifs de 1 % pour 2019, 2 % pour 2020, 5 % pour 2021).</p>	<p>Chiffres d'affaires total Année 2022 : 42 389,15 € (Formations mises en place par l'ADT, Adhésions : Label Accueil vélo et La Dôme Résa, Participations et ventes diverses)</p>
<p>Démarche qualité de l'ADT</p>		<p>Renouvellement de la certification Iso 9001 suite à l'audit réalisé le 10 mars 2022.</p>

2 - RAPPORTS FINANCIERS 2022

A - Etat de synthèse de l'Expert-Comptable

Comptes annuels Période du 01/01/2022 au 31/12/2022	
AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME	
8 Rue Baudin 26000 VALENCE	
Siret : 779472281	
 mazars	
MAZARS VALENCE EXPERTS ET CONSEILS	
Société d'Expertise Comptable inscrite au tableau de l'ordre des experts comptables 5 Avenue de Verdun	
26011 VALENCE	
Tél : 04.75.78.06.75 Fax : 04.75.55.13.94	
Courriel : _____	
Web : _____	

Période du 01/01/2022 au 31/12/2022	
mazars AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME	
Attestation d'Expert Comptable	
MISSION DE PRESENTATION DES COMPTES ANNUELS	
En notre qualité d'expert-comptable et conformément à nos accords, nous avons effectué une mission de présentation des comptes annuels de l'association AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME relatifs à l'exercice du 01/01/2022 au 31/12/2022.	
Les comptes annuels ci-joints, se caractérisent par les données suivantes :	
	Montant en euros
Total bilan	1 304 494,54
Total des produits d'exploitation	2 113 197,75
Résultat net comptable (Excédent)	13 142,18
Nos diligences ont été réalisées conformément à la norme professionnelle de l'Ordre des Experts-Comptables applicable à la mission de présentation des comptes qui ne constitue ni un audit ni un examen limité.	
Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'éléments remettant en cause la cohérence et la vraisemblance des comptes annuels pris dans leur ensemble tels qu'ils sont joints à la présente attestation.	
Fait à VALENCE	
Pour MAZARS VALENCE EXPERTS ET CONSEILS AUBERT Philippe	

Bilan actif

	Brut	Amortissement Dépréciation	Net au 31/12/2022	Net au 31/12/2021
ACTIF IMMOBILISE				
Immobilisations incorporelles				
Cessions, licences, logiciels, droits et valeurs similaires	11 243	11 243		
Immobilisations corporelles				
Autres immobilisations corporelles	67 387	53 269	14 119	15 428
Immobilisations financières				
Autres immobilisations financières	392		392	392
Total I	79 022	64 512	14 510	15 820
ACTIF CIRCULANT				
Stocks et en-cours				
Créances				
Créances usagers et comptes rattachés	1 446		1 446	4 713
Autres créances	21 232		21 232	
Autres postes de l'actif circulant				
Valeurs mobilières de placement	1 023 816		1 023 816	1 070 530
Disponibilités	195 304		195 304	156 414
Charges constatées d'avance	48 187		48 187	21 353
Total II	1 289 984		1 289 984	1 253 011
TOTAL GENERAL (I+II+III+IV+V)	1 369 006	64 512	1 304 495	1 268 830
Legs nets à réaliser :				
acceptés par les organes statutairement compétents				
autorisés par l'organisme de tutelle				
Dons en nature restant à vendre :				

Bilan passif

	au 31/12/2022	au 31/12/2021
FONDS PROPRES		
Fonds propres sans droit de reprise		
Fonds propres avec droit de reprise		
Réserves		
Réserves pour projets de l'entité	247 676	232 495
Excédent ou déficit de l'exercice	13 142	15 181
Situation nette (sous-total)	260 818	247 676
Total I	260 818	247 676
FONDS REPORTES ET DEDIES		
PROVISIONS		
Provisions pour charges	199 506	591 000
Total III	199 506	591 000
DETTES		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	263 725	150 033
Dettes fiscales et sociales	579 564	200 321
Autres dettes	881	79 800
Total IV	844 170	430 154
TOTAL GENERAL (I+II+III+IV+V)	1 304 495	1 268 830
(1) Dont à plus d'un an (a)		
Dont à moins d'un an (a)	844 170	
(2) Dont concours bancaires et soldes créditeurs de banque		
(3) Dont emprunts participatifs		
(a) A l'exception des avances et acomptes reçus sur commandes en cours		

Compte de résultat

	Exercice N 31/12/2022	Exercice N-1 31/12/2021
PRODUITS D'EXPLOITATION		
Ventes de biens et de services		
Ventes de prestations de services	42 369	44 272
Produits de tiers financeurs		
Concours publics et subventions d'exploitation	1 677 562	1 736 262
Reprises sur amort., dépréciations, provisions et transferts de charges	393 247	
Autres produits		
Total I	2 113 198	1 780 534
CHARGES D'EXPLOITATION		
Autres achats et charges externes	728 137	681 715
Impôts, taxes et versements assimilés	58 631	57 816
Salaires et traitements	1 022 733	754 295
Charges sociales	283 985	299 447
Dotations aux amortissements et aux dépréciations	9 023	11 476
Autres charges	832	5
Total II	2 103 342	1 804 753
1. RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)	9 856	-24 218
PRODUITS FINANCIERS		
Autres intérêts et produits assimilés	3 286	879
Total III	3 286	879
CHARGES FINANCIERES		
2. RESULTAT FINANCIER (III-IV)	3 286	879

Compte de résultat

	Exercice N 31/12/2022	Exercice N-1 31/12/2021
3. RESULTAT COURANT avant impôts (I-II+III-IV)	13 142	-23 339
PRODUITS EXCEPTIONNELS		
Sur opérations de gestion		34 203
Sur opérations en capital		5 674
Total V		39 878
CHARGES EXCEPTIONNELLES		
Sur opérations en capital		1 357
Total VI		1 357
4. RESULTAT EXCEPTIONNEL (V-VI)		38 520
Total des produits (I+III+V)	2 116 484	1 821 291
Total des charges (II+IV+VI+VII+VIII)	2 103 342	1 806 110
EXCEDENT OU DEFICIT	13 142	15 181

Règles et méthodes comptables

Désignation de l'association : AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME

Annexe au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31/12/2022, dont le total est de 1 304 495 euros et au compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste, dégageant un excédent de 13 142 euros. L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 01/01/2022 au 31/12/2022.

Les notes ou tableaux ci-après font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été arrêtés le 31/12/2022.

Règles générales

Les comptes annuels de l'exercice au 31/12/2022 ont été établis et présentés conformément aux dispositions du règlement 99-01 du CRC relatif aux modalités d'établissement des comptes annuels des associations, fondations et fonds de dotation.

Les conventions comptables ont été appliquées avec sincérité dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices.

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Seules sont exprimées les informations significatives. Sauf mention, les montants sont exprimés en euros.

Immobilisations corporelles et incorporelles

Les immobilisations corporelles et incorporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition pour les actifs acquis à titre onéreux, à leur coût de production pour les actifs produits par l'entreprise, à leur valeur vénale pour les actifs acquis à titre gratuit et par voie d'échange.

Amortissements

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire en fonction de la durée de vie prévue.

* Installations générales, agencements et aménagements divers : 10 ans

* Matériel de bureau : 5 à 10 ans

* Matériel informatique : 3 ans

* Mobilier : 10 ans

La durée d'amortissement retenue par simplification est la durée d'usage pour les biens non décomposables à l'origine.

L'association a apprécié à la date de clôture, en considérant les informations internes et externes à sa disposition, l'existence d'indices montrant que les actifs ont pu perdre notablement de la valeur.

Règles et méthodes comptables

Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

Provisions

Toute obligation actuelle résultant d'un événement passé de l'entreprise à l'égard d'un tiers, susceptible d'être estimée avec une fiabilité suffisante, et couvrant des risques identifiés, fait l'objet d'une comptabilisation au titre de provision.

Produits et charges exceptionnels

Les produits et charges exceptionnels tiennent compte des éléments qui ne sont pas liés à l'activité normale de l'association.

Notes sur le bilan

Actif immobilisé

Tableau des immobilisations

	Valeur au début d'exercice	Augmentation	Diminution	Valeur en fin d'exercice
- Frais d'établissement et de développement				
- Fonds commercial				
- Autres postes d'immobilisations incorporelles	11 243			11 243
Immobilisations incorporelles	11 243			11 243
- Terrains				
- Constructions sur sol propre				
- Constructions sur sol d'autrui				
- Installations générales, agencements et aménagements des constructions				
- Installations techniques, matériel et outillage industriels				
- Installations générales, agencements aménagements divers	2 403			2 403
- Matériel de transport				
- Matériel de bureau et informatique, mobilier	69 749	7 714	12 478	64 985
- Emballages récupérables et divers				
- Immobilisations corporelles en cours				
- Avances et acomptes				
Immobilisations corporelles	72 151	7 714	12 478	67 387
- Participations évaluées par mise en équivalence				
- Autres participations				
- Autres titres immobilisés				
- Prêts et autres immobilisations financières	392			392
Immobilisations financières	392			392
ACTIF IMMOBILISE	83 786	7 714	12 478	79 022

Notes sur le bilan

Les flux s'analysent comme suit :

	Immobilisations incorporelles	Immobilisations corporelles	Immobilisations financières	Total
Ventilation des augmentations				
Virements de poste à poste				
Virements de l'actif circulant				
Acquisitions		7 714		7 714
Apports				
Créations				
Réévaluations				
Augmentations de l'exercice		7 714		7 714
Ventilation des diminutions				
Virements de poste à poste				
Virements vers l'actif circulant				
Cessions		12 478		12 478
Scissions				
Mises hors service				
Diminutions de l'exercice		12 478		12 478

Notes sur le bilan

Amortissements des immobilisations

	Valeur en début d'exercice	Augmentation	Diminutions	Valeur en fin d'exercice
- Frais d'établissement et de développement				
- Fonds commercial				
- Autres postes d'immobilisations incorporelles	11 243			11 243
Immobilisations incorporelles	11 243			11 243
- Terrains				
- Constructions sur sol propre				
- Constructions sur sol d'autrui				
- Installations générales, agencements et aménagements des constructions				
- Installations techniques, matériel et outillage industriels				
- Installations générales, agencements aménagements divers	2 403			2 403
- Matériel de transport				
- Matériel de bureau et informatique, mobilier	54 321	9 023	12 478	50 866
- Emballages récupérables et divers				
Immobilisations corporelles	56 723	9 023	12 478	53 269
ACTIF IMMOBILISE	67 967	9 023	12 478	64 512

Notes sur le bilan

Actif circulant

Etat des créances

Le total des créances à la clôture de l'exercice s'élève à 71 256 euros et le classement détaillé par échéance s'établit comme suit :

	Montant brut	Echéances à moins d'un an	Echéances à plus d'un an
Créances de l'actif immobilisé :	392		392
Autres	392		392
Créances de l'actif circulant :	70 864	70 864	
Créances Clients et Comptes rattachés	1 446	1 446	
Autres	21 232	21 232	
Charges constatées d'avance	48 187	48 187	
Total	71 256	70 864	392

Notes sur le bilan

Provisions pour risques et charges

Tableau des provisions

	Provisions au début de l'exercice	Dotations de l'exercice	Reprises utilisées de l'exercice	Reprises non utilisées de l'exercice	Provisions à la fin de l'exercice
Litiges					
Garanties données aux clients					
Pertes sur marchés à terme					
Amendes et pénalités					
Pertes de change					
Pensions et obligations similaires	591 000		391 494		199 506
Pour impôts					
Renouvellement des immobilisations					
Gros entretien et grandes révisions					
Charges sociales et fiscales					
sur congés à payer					
Autres provisions pour risques et charges					
Total	591 000		391 494		199 506
Répartition des dotations et des reprises de l'exercice :					
Exploitation			391 494		
Financières					
Exceptionnelles					

Notes sur le bilan

Dettes

Etat des dettes

Le total des dettes à la clôture de l'exercice s'élève à 844 170 euros et le classement détaillé par échéance s'établit comme suit :

	Montant brut	Echéances à moins d'un an	Echéances à plus d'un an et à 5 ans au plus	Echéances à plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles (*)				
Autres emprunts obligataires (*)				
Emprunts (*) et dettes auprès des établissements de crédit dont :				
- à 1 an au maximum à l'origine				
- à plus de 1 an à l'origine				
Emprunts et dettes financières divers (*) (**)				
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	263 725	263 725		
Dettes fiscales et sociales	579 564	579 564		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés				
Autres dettes (**)	881	881		
Produits constatés d'avance				
Total	844 170	844 170		

(*) Emprunts souscrits en cours d'exercice
 (*) Emprunts remboursés sur l'exercice dont :
 (**) Dont envers Groupe et associés

Charges à payer

	Montant
FRS FACT NON PARVENUES	160 128
CONGES PAYES	98 235
PROVISION CET	80 298
CHARGES SOCIALES - CHARGES À PAYER	340 264
AGEFOS - AFDAS	2 452
Total	681 377

Notes sur le bilan

Comptes de régularisation

Charges constatées d'avance

	Charges d'exploitation	Charges Financières	Charges Exceptionnelles
CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE	48 187		
Total	48 187		

Bilan détaillé

ACTIF

	Brut	Amortissement Dépréciation	Net au 31/12/2022	Net au 31/12/2021
ACTIF IMMOBILISE				
Immobilisations incorporelles				
Concessions, licences, logiciels, droits et valeurs similaires				
205000 – LICENCES	11 243,23		11 243,23	11 243,23
280500 – AMORT. LICENCE		11 243,23	-11 243,23	-11 243,23
	11 243,23	11 243,23		
Immobilisations corporelles				
Autres immobilisations corporelles				
218100 – INSTAL. GENER. ET AGENCEM	2 402,54		2 402,54	2 402,54
218300 – MATERIEL DE BUREAU ET INF	41 299,46		41 299,46	46 063,54
218400 – MOBILIER	23 685,20		23 685,20	23 685,20
281810 – AMT DES INST. GENER. AGEN		2 402,54	-2 402,54	-2 402,54
281830 – AMT MATERIEL DE BUREAU ET		28 197,51	-28 197,51	-32 331,11
281840 – AMT MOBILIER		22 668,63	-22 668,63	-21 989,66
	67 387,20	53 268,68	14 118,52	15 427,97
Immobilisations financières				
Autres immobilisations financières				
275000 – DEPOTS ET CAUTIONNEMENTS	391,83		391,83	391,83
	391,83		391,83	391,83
Total I	70 022,26	64 511,91	14 510,35	15 810,80
ACTIF CIRCULANT				
Stocks et en-cours				
Créances				
Créances usagers et comptes rattachés				
411000 – CLIENTS	1 445,60		1 445,60	6 173,40
491000 – PROVISION DEPRECACTION CLIENT				-1 460,60
	1 445,60		1 445,60	4 712,80
Autres créances				
447400 – TAXE SUR LES SALAIRES	8 707,00		8 707,00	
467200 – OPERATION PASS DROME	12 524,84		12 524,84	
	21 231,84		21 231,84	
Autres postes de l'actif circulant				
Valeurs mobilières de placement				
503300 – LIVRET A	80 989,78		80 989,78	79 891,29
503400 – COMPTE SUR LIVRET ASSOCIATIF	350 496,52		350 496,52	399 491,30
503500 – COMPTE SUR LIVRET IFC DEPART	592 330,03		592 330,03	591 147,75
	1 023 816,33		1 023 816,33	1 070 530,34
Disponibilités				
512000 – CREDIT AGRICOLE	82 078,75		82 078,75	41 963,50
512006 – BP				825,59
512100 – CREDIT AGRICOLE PASS DROME	113 108,60		113 108,60	113 558,60
530000 – CAISSE	116,16		116,16	66,71
	195 303,51		195 303,51	156 414,40
Charges constatées d'avance				
486000 – CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE	48 186,91		48 186,91	
486002 – CCA SALON ET PUBLICI				16 754,03
486003 – CCA ASSURANCES				4 598,95
	48 186,91		48 186,91	21 352,98

Bilan détaillé

	Brut	Amortissement Dépréciation	Net au 31/12/2022	Net au 31/12/2021
Total II	1 289 984,19		1 289 984,19	1 253 010,52
TOTAL GENERAL (I+II+III+IV+V)	1 369 006,45	64 511,91	1 304 494,54	1 268 830,32

Bilan détaillé

PASSIF

	au 31/12/2022	au 31/12/2021
FONDS PROPRES		
Fonds propres sans droit de reprise		
Fonds propres avec droit de reprise		
Réserves		
Réserves pour projets de l'entité		
106800 – RESERVES	247 675,93	232 494,61
	247 675,93	232 494,61
Excédent ou déficit de l'exercice	13 142,18	15 181,32
Situation nette (sous-total)	260 818,11	247 675,93
Total I	260 818,11	247 675,93
FONDS REPORTES ET DEDIES		
PROVISIONS		
Provisions pour charges		
153000 – INDEMNITE DEPART	199 506,00	591 000,00
	199 506,00	591 000,00
Total III	199 506,00	591 000,00
DETTES		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		
401000 – FOURNISSEURS	103 597,20	18 079,83
408100 – FR5 FACT NON PARVENUES	160 127,68	131 953,38
	263 724,88	150 033,21
Dettes fiscales et sociales		
428200 – CONGES PAYES	98 234,93	74 731,08
428230 – PROVISION CET	80 298,14	55 868,45
428600 – PERSO AUTRES CHARGES A PAYER		938,41
431000 – SECURITE SOCIALE URSSAF	31 168,00	20 491,00
437100 – RETRAITE CADRE HUMANIS	9 560,21	6 733,69
437102 – XYLAVIE ASSURANCE IFC	1 200,00	1 200,00
437103 – PREVOYANCE CADRE HUMANIS	723,57	723,57
437201 – APICIL	5 497,58	987,14
437400 – MUTUELLE AMELLIS	7 014,72	6 659,88
438600 – CHARGES SOCIALES – CHARGES À PAYER	340 264,00	
442100 – PRELEVEMENT A LA SOURCE	3 150,94	2 259,65
447400 – TAXE SUR LES SALAIRES		26 769,00
448610 – AGEFOS – AFDAS	2 451,99	2 959,30
	579 564,08	200 321,17
Autres dettes		
467109 – FRAIS FRANCOISE ALAZARD	711,62	
467110 – FRAIS MELANIE SERGENT	56,95	
467131 – FRAIS NICOLAS PELURSON	88,78	
467134 – FRAIS BENEDICTE SEGURET	24,12	
467200 – OPERATION PASS DROME		79 800,01
	881,47	79 800,01
Total IV	844 170,43	430 154,39

Bilan détaillé

	au 31/12/2022	au 31/12/2021
TOTAL GENERAL (I+II+III+IV+V)	1 304 494,54	1 268 830,32

Compte de résultat détaillé

	du 01/01/22 au 31/12/22 12 mois	du 01/01/21 au 31/12/21 12 mois	Variation absolue (montant)	Var. abs. (%)
PRODUITS D'EXPLOITATION				
Ventes de biens et de services	42 389,15	44 271,95	-1 882,80	-4,25
Ventes de prestations services				
708800 – PART. FRAIS LABEL VELO	4 100,00	4 500,00	-400,00	-8,89
708801 – PART. FRAIS IMP RANDO	152,55	347,75	-195,20	-56,13
708803 – PART. FRAIS BONCOMPAIN	275,00		275,00	
708804 – PART. FRAIS IMP AFFICHES	832,00	1 046,00	-214,00	-20,46
708806 – CALENDRIER PERPETUEL		636,00	-636,00	-100,00
708807 – PART. FRAIS DROME A VELO	8,90	79,45	-70,55	-88,80
708808 – OBSERVATOIRE – EVALUATION	6 060,00	10 200,00	-4 200,00	-41,18
708809 – PART. RECEPTION JOURNALIS	2 289,44	2 174,28	115,16	5,30
708810 – ABONNEMENT OPEN PRO BILLE	18 224,00	-90,60	18 314,60	NS
708811 – PART. FRAIS VTT		152,95	-152,95	-100,00
708815 – REMBOURSEMENT AFDAS		1 045,00	-1 045,00	-100,00
708817 – PART. FRAIS IMP BALADES	104,10	132,60	-28,50	-21,49
708820 – MAISON DU TOURISME	-174,34	18 156,00	-18 330,34	-100,96
708822 – ATELIER RENCONTRE	10 577,50	5 892,52	4 684,98	79,51
	42 389,15	44 271,95	-1 882,80	-4,25
Produits de tiers financeurs	1 677 562,00	1 736 262,00	-58 700,00	-3,38
Concours publics et subventions d'exploitat				
740000 – SUBVENTION CONSEIL GENERA	1 677 562,00	1 730 362,00	-52 800,00	-3,05
740016 – SUBVENTION ADEME TOURISM		5 900,00	-5 900,00	-100,00
	1 677 562,00	1 736 262,00	-58 700,00	-3,38
Repr. / amort., dépréc., prov. et transferts de ch				
781500 – REPRIS S/PROVIS.RISQUES & CH	391 494,00		391 494,00	
781740 – REPRIS S/PROV.DÉPRÉC. CRÉAN	1 460,60		1 460,60	
791000 – TRANSFERT DE CHARGES D'EXP	292,00		292,00	
	393 246,60		393 246,60	
Autres produits				
758000 – PRO DIV GEST COURANT		0,40	-0,40	-100,00
		0,40	-0,40	-100,00
TOTAL I	2 113 197,75	1 780 534,35	332 663,40	18,68
CHARGES D'EXPLOITATION				
Autres achats et charges externes				
606400 – FOURNITURES	12 246,78	13 178,10	-931,32	-7,07
613200 – LOCATIONS IMMOBILIERES	4 868,65	3 196,51	1 670,14	52,22
615600 – MAINTENANCE	24 569,24	22 950,15	1 619,09	7,05
615601 – TELESURVEILLANCE ALARME	1 213,20	1 194,12	19,08	1,60
615602 – NETTOYAGE	8 280,08	8 089,32	190,76	2,36
616000 – PRIME ASSURANCE	6 093,35	5 970,06	123,29	2,07
617000 – FORMATION STAGES	7 057,98	4 328,28	2 729,70	63,07
618100 – DOCUMENTATION	2 376,19	768,96	1 607,23	209,01
622600 – HONORAIRES	22 276,56	20 180,36	2 096,20	10,39
622800 – OBSERVATOIRE	33 019,20	23 658,00	9 361,20	39,57
622801 – EVALUATION	6 845,37	7 648,40	-803,03	-10,50
622810 – ETUDE QUALITATIVE	10 218,12		10 218,12	
622850 – EDITIONS	19 080,36	945,45	18 134,91	NS
623200 – PUBLICITE	275 529,76	309 925,77	-34 396,01	-11,10
623210 – PUBLICITE WEB – WEB2	100 000,00	100 000,00		
623220 – PUBLICITE CENTRALE DE DISPO	15 800,00	22 800,00	-7 000,00	-30,70
623300 – SALONS	1 525,00		1 525,00	

Compte de résultat détaillé

	du 01/01/22 au 31/12/22 12 mois	du 01/01/21 au 31/12/21 12 mois	Variation absolue (montant)	Var. abs. (%)
623325 – SALON BOURSE AUX DEPLIANT	198,10		198,10	
623327 – SALON RENDEZ-VOUS FRANCE	2 660,79		2 660,79	
623379 – DESTINATION VIGNOBLES	2 028,60		2 028,60	
623380 – SALON GREEN FRANCE	1 112,75		1 112,75	
623400 – SALON AGRICULTURE	3 648,55		3 648,55	
623500 – DECORATION ET VITRINES	300,00	139,68	160,32	114,78
623800 – POURBOIRES ET DONNS COURAN	424,90	376,00	48,90	13,01
624800 – TRANSPORTS DIVERS		821,33	-821,33	-100,00
625100 – DEPLACEMENTS	42 440,19	27 204,48	15 235,71	56,00
625600 – RECEPTIONS	5 641,32	5 069,92	571,40	11,27
625800 – JOURNALISTES	60 565,55	41 992,17	18 573,38	44,23
625802 – SITE INTERNET	30 396,47	33 044,86	-2 648,39	-8,01
625809 – GESTION RELATION CLIENT	2 274,90	1 914,00	360,90	18,86
626000 – FRAIS POSTAUX	6 271,92	7 000,51	-728,59	-10,41
626500 – TELEPHONE	8 654,57	9 773,24	-1 118,67	-11,45
627000 – SERVICES BANCAIRES	620,89	680,23	-59,34	-8,72
628100 – COTISATIONS	9 897,80	8 862,80	1 035,00	11,68
	728 137,14	681 714,70	46 422,44	6,81
Impôts, taxes et versements assimilés				
631100 – TAXE SUR SALAIRES	50 044,00	47 769,00	2 275,00	4,76
633300 – FORMATION PROFESSIONNELLE	8 587,00	10 046,81	-1 459,81	-14,53
	58 631,00	57 815,81	815,19	1,41
Salaires et traitements				
641100 – SALAIRES APPOINTEMENTS	612 358,04	596 688,82	15 669,22	2,63
641200 – CONGES PAYES	23 503,85	-5 495,07	28 998,92	-527,73
641220 – PROVISION CET	24 429,69	5 954,86	18 474,83	310,25
641410 – INDEMNITES TRANSPORT	1 477,45	1 774,25	-296,80	-16,73
641420 – INDEMNITES RUPTURE	340 264,00	82 272,00	257 992,00	313,58
641500 – SALAIRES MISE A DISPOSITION	20 700,00	73 100,00	-52 400,00	-71,68
	1 022 733,03	754 284,86	268 438,17	35,50
Charges sociales				
645100 – COTISATIONS URSSAF	178 624,85	189 951,63	-11 326,78	-5,96
645200 – COTISATION MUTUELLES	37 957,83	37 263,35	694,48	1,86
645310 – COTIS. RETRAITE CGRCR CADRE	54 130,26	52 488,93	1 641,33	3,13
645342 – COTIS. ARIAL IFC	4 800,00	4 800,00		
647000 – TICKET RESTAURANT	6 984,54	13 422,84	-6 438,30	-47,97
647500 – MEDECINE DU TRAVAIL	1 488,00	1 519,80	-31,80	-2,09
	283 985,48	299 446,55	-15 461,07	-5,16
Dotations aux amortissements et aux dépréciati				
681181 – DOTAT A MORT MAT BUREAU	9 023,35	10 015,65	-992,30	-9,91
681740 – DOT. PROV. DÉPRÉC. CRÉANCES		1 460,60	-1 460,60	-100,00
	9 023,35	11 476,25	-2 452,90	-21,37
Autres charges				
658000 – CHAR DIV-GESTION COURANTE	831,56	4,56	827,00	NS
	831,56	4,56	827,00	NS
TOTAL II	2 103 341,56	1 804 752,73	298 588,83	16,54
1. RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)	9 856,19	-24 218,38	34 074,57	-140,70
PRODUITS FINANCIERS				
Autres intérêts et produits assimilés				
768210 – PRODUIT FINANCIER LIVRET	3 285,99	879,39	2 406,60	273,67
	3 285,99	879,39	2 406,60	273,67

Compte de résultat détaillé

	du 01/01/22 au 31/12/22 12 mois	du 01/01/21 au 31/12/21 12 mois	Variation absolue (montant)	Var. abs. (%)
TOTAL III	3 285,99	879,39	2 406,60	273,67
CHARGES FINANCIERES				
Total IV				
2. RESULTAT FINANCIER (III-IV)	3 285,99	879,39	2 406,60	273,67
3. RESULTAT COURANT avant impôts (I-II)	13 142,18	-23 338,99	36 481,17	-156,31
PRODUITS EXCEPTIONNELS				
Sur opérations de gestion				
771000 – PRODUITS EXCEPTIONNELS OPE		34 203,42	-34 203,42	-100,00
		34 203,42	-34 203,42	-100,00
Sur opérations en capital				
775100 – VALEUR CESSION IMMOBILISAT		5 674,20	-5 674,20	-100,00
		5 674,20	-5 674,20	-100,00
TOTAL V		39 877,62	-39 877,62	-100,00
CHARGES EXCEPTIONNELLES				
Sur opérations en capital				
675000 – VALEURS COMPTABLES ELEME		1 357,31	-1 357,31	-100,00
		1 357,31	-1 357,31	-100,00
TOTAL VI		1 357,31	-1 357,31	-100,00
4. RESULTAT EXCEPTIONNEL (V-VI)		38 520,31	-38 520,31	-100,00
Total des produits (I + III + V)	2 116 483,74	1 821 291,36	295 192,38	16,21
Total des charges ((II + IV + VI + VII + VI)	2 103 341,56	1 806 110,04	297 231,52	16,46
EXCEDENT OU DEFICIT	13 142,18	15 181,32	-2 039,14	-13,43

B - Rapports du Commissaire aux Comptes

CABINET FRANCOIS GUERIN

5 Avenue de Verdun - LE FORUM - BP 1119 - 26011 VALENCE CEDEX
SAS d'Expertise Comptable et de Commissariat aux Comptes
Compagnie Régionale des Commissaires aux Comptes Dauphiné-Savoie



AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME

Association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901
Siège social : 8 Rue BAUDIN
26 000 VALENCE

SIRET 779 472 281 00087

EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2022

AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME

Association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901
Siège social : 8 Rue BAUDIN
26 000 VALENCE
SIRET 779 472 281 00087

RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE CLOS AU 31/12/2022

Aux Membres,

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par l'Assemblée Générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de l'Association Agence d'attractivité de la Drôme relatifs à l'exercice clos le 31/12/2022, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans l'annexe « Responsabilités du commissaire aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance qui nous sont applicables, sur la période du 1^{er} janvier 2022 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014 ou par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes.

Justification des appréciations

La crise mondiale liée à la pandémie de COVID-19 crée des conditions particulières pour la préparation et l'audit des comptes de cet exercice. En effet, cette crise et les mesures exceptionnelles prises dans le cadre de l'état d'urgence sanitaire induisent de multiples conséquences pour les entités, particulièrement sur leur activité et leur financement, ainsi que des incertitudes accrues sur leurs perspectives d'avenir. Certaines de ces mesures, telles que les restrictions de déplacement et le travail à distance, ont également eu une incidence sur l'organisation interne des entreprises et sur les modalités de mise en œuvre des audits.



C'est dans ce contexte complexe et évolutif que nous vous informons que les appréciations les plus importantes auxquelles nous avons procédé, selon notre jugement professionnel, ont porté sur le caractère approprié des principes comptables appliqués et sur le caractère raisonnable des estimations significatives retenues.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes annuels pris isolément.

Vérification du rapport de gestion et des autres documents adressés à l'associé unique

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du le Président et dans les autres documents adressés aux membres sur la situation financière et les comptes annuels.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de l'association à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider l'association ou de cesser son activité.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration.

Responsabilités du commissaire aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.823-10-1 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre association.

Fait à VALENCE le 23 mai 2023

Pour le CABINET FRANCOIS GUERIN

François GUERIN
Commissaire aux comptes

Annexe – Description détaillée des responsabilités du commissaire aux comptes

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- Il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- Il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- Il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;
- Il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- Il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.

AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME

**RAPPORT SPECIAL DU COMMISSAIRE AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS
REGLEMENTEES**

**ASSEMBLEE GENERALE D'APPROBATION DES COMPTES DE L'EXERCICE CLOS LE
31/12/2022**

AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME

Association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901
Siège social : 8 Rue BAUDIN
26 000 VALENCE

SIRET 779 472 281 00087

**RAPPORT SPECIAL DU COMMISSAIRE AUX COMPTES SUR LES
CONVENTIONS REGLEMENTEES**

ASSEMBLEE GENERALE D'APPROBATION DES COMPTES DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/2022

Aux Membres,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre association, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles des conventions dont nous avons été avisés ou que nous aurions découvertes à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions. Il vous appartient d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

**A - CONVENTIONS AUTORISEES ET POURSUIVIES AU COURS
DE L'EXERCICE :**

1. Convention d'objectifs 2022

OBJET :

Convention d'objectifs conclue pour une période triennale entre le département de la Drôme et l'agence d'attractivité de la Drôme rappelant sa mission en matière de :



- L'observation, la veille et la participation à la conception des stratégies touristiques.
- La promotion, la communication, l'appui à la commercialisation.
- Le développement et l'appui à l'évolution de l'offre touristique en adéquation avec les publics cibles

La convention concernant les années 2019 à 2021 a été validée le 10 décembre 2018, pour une durée de 3 ans et avec effet au 1^{er} janvier 2019 et signée le 18 janvier 2019.

Un avenant en date du 24 février 2022 a été signé. Les dispositions de la convention initiale n'ont pas été modifiées à l'exception de la durée de la convention qui a été étendue à l'année civile 2022.

MODALITES :

La subvention annuelle globale de fonctionnement allouée à l'agence d'attractivité de la Drome au titre de l'année civile 2022 est de1 677 562 €. Elle a été versée pour ce montant.

Un montant de 20 700 € a été reversé du fait de la prise en charge de salariés détachés rémunérés par le conseil départemental pour ce montant charges incluses.

MONTANT PERCU : 1 677 562 €

2. **Convention de mise à disposition des locaux.**

OBJET :

Dans le cadre de la convention de moyens conclue entre le Département de la Drôme et l'agence d'attractivité de la Drôme, mise à disposition gratuite des locaux sis "Centre Baudin.", 8 rue Baudin à VALENCE.

Ces locaux ont une partie privative d'une superficie de 346 m² et une partie commune de 635 m² (276 m² au RDC + 359 m² au 1^{er} étage) partagée avec l'U.M.I.H 26.

Le renouvellement de cette convention a été signé le 8 février 2019 pour une durée de trois ans avec effet au 1^{er} janvier 2019. Elle s'est poursuivie par tacite reconduction en 2022.

MODALITES :

Mise à disposition est effectuée à titre gratuit. Les dépenses relatives aux fluides sont prises en charge par le Département de la Drôme.

MONTANT : Le montant de la valeur locative de ces locaux est de 117 €/ m².



B - CONVENTIONS NOUVELLES AUTORISEES AU COURS DE L'EXERCICE :

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention intervenue au cours de l'exercice écoulé à soumettre à l'approbation de l'assemblée générale en application des dispositions de l'article L.612-5 du code de commerce.

Fait à VALENCE le 23 mai 2023

Pour le CABINET FRANCOIS GUERIN



François GUERIN
Commissaire aux comptes

DRÔME
C'EST MA NATURE

Accès

ACCES ROUTIERS

A7, A49, N7, D538

AÉROPORT À PROXIMITÉ

Lyon Saint-Éxupéry,
Marseille Provence,
Grenoble Isère,
Saint-Étienne,
Avignon,
Genève,
Valence - Chabeuil

TGV VALENCE TGV

Paris : 2 h 08
Lille : 3 h 37
Lyon : 34 min.
Marseille : 1 h 02
Genève : 2 h 39
Bruxelles : 4 h 28
Barcelone : 4 h 13
Londres : 5 h 48

PORT FLUVIAL

L'Épervière - Valence

L'Agence d'Attractivité de la Drôme est présidée
par **Franck SOULIGNAC** et dirigée par **David LAMARE**

DRÔME
C'EST MA NATURE

AGENCE D'ATTRACTIVITÉ
DE LA DRÔME

8 RUE BAUDIN - CS 40531
26000 VALENCE CEDEX
TEL : +33(0)4 75 82 19 26

MAIL : info@drome-attractivite.com

