



DRÔME
C'EST MA NATURE

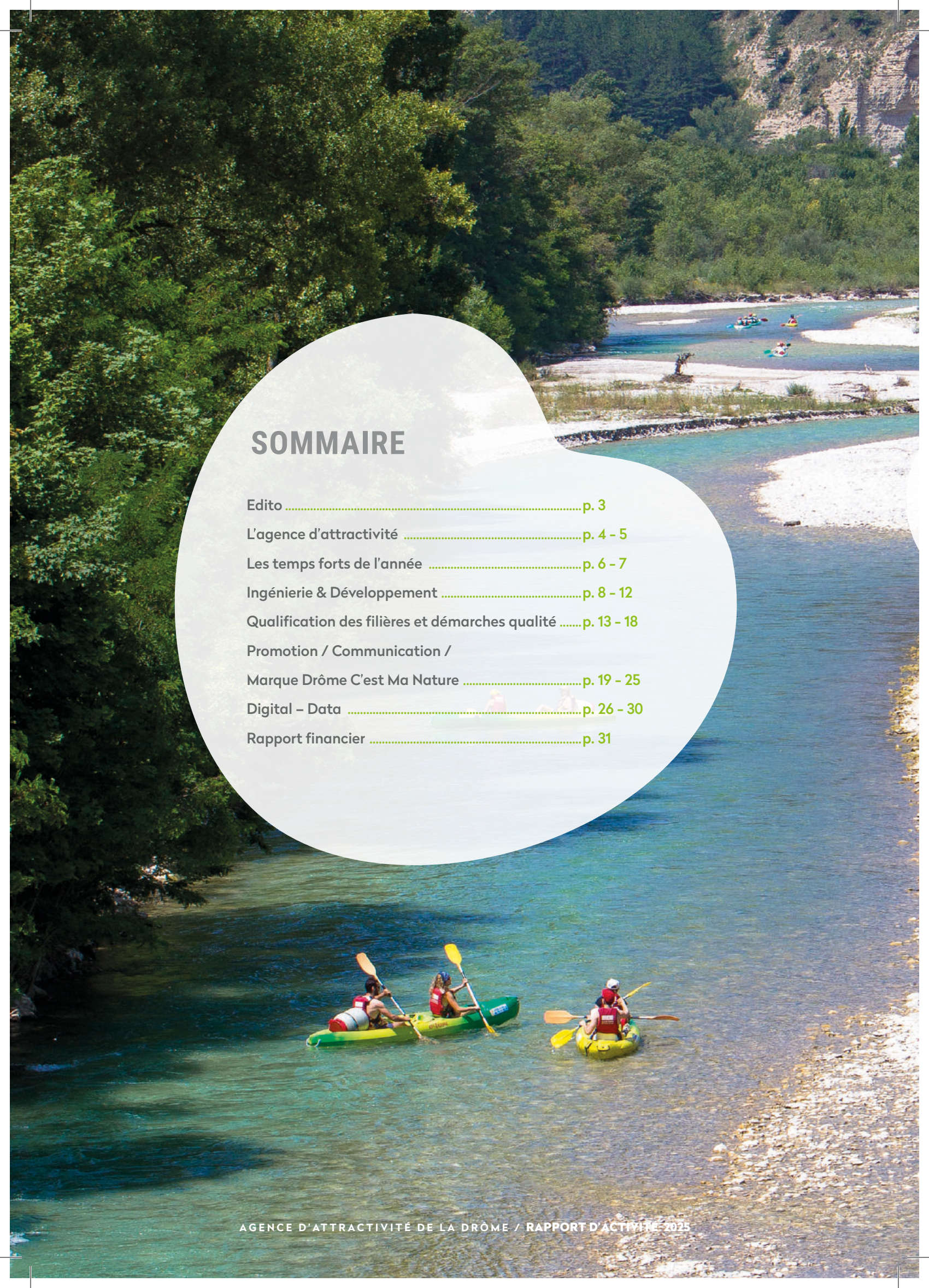
AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

RAPPORT D'ACTIVITÉ

ANNÉE 2025



drome-cestmanature.com
pro.drome-cestmanature.com



SOMMAIRE

Edito	p. 3
L'agence d'attractivité	p. 4 - 5
Les temps forts de l'année	p. 6 - 7
Ingénierie & Développement	p. 8 - 12
Qualification des filières et démarches qualité	p. 13 - 18
Promotion / Communication /	
Marque Drôme C'est Ma Nature	p. 19 - 25
Digital – Data	p. 26 - 30
Rapport financier	p. 31

EDITO

2025 a donné lieu à la poursuite de la mise en œuvre du schéma d'attractivité, 16 actions sur les 20 programmées depuis décembre 2023 ont désormais été réalisées.

Les conseils aux porteurs de projets publics et privés ont été poursuivis. Les premières rencontres du tourisme durable et du réseau labellisé Accueil Vélo ont été organisées. Notons également la labellisation des premiers villages de la Drôme par le réseau national des Petites Cités de Caractère.

13,4 millions de nuitées touristiques ont été enregistrées, 1,3 million de visiteurs sur le site web, 1,1 M€ de chiffre d'affaires en ligne sur Drôme Résa, 3,6 M€ de contre-valeur publicitaire en articles de presse, 420 ambassadeurs Drôme C'est Ma Nature, 135 prestataires labellisés Accueil Vélo, 117 professionnels formés.

Fort du succès du 1er Magazine d'attractivité, l'Agence a édité une seconde version - tirée à 70 000 exemplaires - diffusée par les 11 offices de tourisme ainsi qu'au travers de 13 salons/événements grand public et/ou professionnels associant 35 partenaires. Le 1er salon du tourisme et des loisirs Drôme Ardèche a vu le jour à Valence. Un support dédié à l'attractivité touristique a également été édité en anglais. La Drôme a également été mise en avant lors de campagnes d'affichages. Les échanges entre ambassadeurs ont été également amplifiés.

Le nouveau site internet entièrement repensé a vu son trafic augmenter favorisant l'attractivité et l'installation de nouveaux actifs. Un bouquet de 8 vidéos a également été réalisé. Les newsletters grand public ont été adressées à 150 000 contacts via la gestion de bases de données, les contenus digitaux ont été vus 14,4 millions de fois sur les réseaux sociaux.

L'ensemble des actions engagées et les indicateurs de suivi sont détaillés dans les pages suivantes.

Nous vous en souhaitons une bonne lecture !



David LAMARE
Directeur
de l'Agence d'Attractivité



Marie FERNANDEZ
Présidente
de l'Agence d'Attractivité

L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ



GOVERNANCE

L'Agence d'Attractivité, association loi 1901, est composée de 3 catégories de membres :

- 🕒 Membres d'honneur
- 🕒 Membres de droit*
- 🕒 Membres adhérents répartis en 3 collèges :

COLLÈGE DES REPRÉSENTANTS TERRITORIAUX

composé des EPCI, Offices de Tourisme, communes touristiques ou associations d'élus, Parcs Naturels Régionaux.

COLLÈGE DES REPRÉSENTANTS DE L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

composé d'associations de tourisme et de loisirs ainsi que des professions du tourisme, thermalisme, loisirs, de l'Agence Régionale du Tourisme.

COLLÈGE DES REPRÉSENTANTS DE L'ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE ET ÉCONOMIQUE

composé des organismes consommateurs, représentants des professions médicales, de l'enseignement supérieur et de la recherche, du monde économique, des Ambassadeurs de la marque Drôme C'est Ma Nature (DCMN).

* «Le département de la Drôme, membre fondateur, représenté par 11 conseillers départementaux désignés par le Conseil Départemental, pour la durée de leur mandat et 2 personnes qualifiées nommées par le Président sur proposition du Président du Conseil Départemental».

RESSOURCES HUMAINES



18
salariés
composent l'agence

16 en CDI et 2 salariés en contrat d'apprentissage en CDD, dont 15 salariés à temps plein et 3 à temps partiel.

L'AGENCE COMPTE



72%
de femmes



28%
d'hommes

MOYENNE D'ÂGE

42 ANS

ANCIENNETÉ MOYENNE

12 ANS

L'Agence peut avoir recours selon ses besoins à des entreprises sociales et solidaires.

RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD)

En 2025, une politique de gestion des risques et d'amélioration continue se met en place. Les risques sont analysés en termes de probabilité et de gravité s'agissant des droits et libertés des personnes puis intégrés au sein d'un plan d'action annuel. La sensibilisation du personnel, la mise en place de procédures et de mesures de sécurité sont autant d'exemples mis en œuvre permettant de réduire le niveau des risques.

TROIS DOMAINES D'ACTIVITÉS



ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE ET ÉCONOMIQUE

devant permettre le maintien et l'importance du tourisme en tant qu'activité économique à part entière mais également l'implantation de nouvelles entreprises, particulièrement dans les secteurs d'excellence de la Drôme : l'agroalimentaire, l'aéronautique et sa sous-traitance, les énergies, la logistique, l'artisanat du cuir et le luxe, le tourisme.



ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE

de nouveaux habitants et à l'installation des jeunes étudiants diplômés dans les écoles et universités du territoire.



ATTRACTIVITÉ MÉDICALE

afin de favoriser la venue de nouveaux médecins généralistes particulièrement dans les zones déficitaires.

SCHÉMA D'ATTRACTIVITÉ 2023-2028 POUR LE DÉPARTEMENT DE LA DRÔME

voté par l'Assemblée départementale en décembre 2023. Il répond aux objectifs suivants :

OBJECTIFS

- 1. FAIRE DU TERRITOIRE UN LIEU DE VIE ET D'ÉPANOUISSEMENT**
- 2. RENFORCER LE SENTIMENT D'APPARTENANCE**
- 3. DÉFINIR UNE STRATÉGIE GLOBALE D'ATTRACTIVITÉ**

Il comprend un plan d'actions décliné en 5 axes et 20 fiches actions opérationnelles précisant le maître d'ouvrage, les moyens engagés, le calendrier et les indicateurs de suivi :

Axe 1

Socle identitaire et marque d'attractivité

Axe 2

Communication intra et extraterritoriale

Axe 3

Engagement de la Drôme dans une dynamique touristique vertueuse

Axe 4

Prospection, accueil et accompagnement

Axe 5

Gouvernance de la démarche d'attractivité

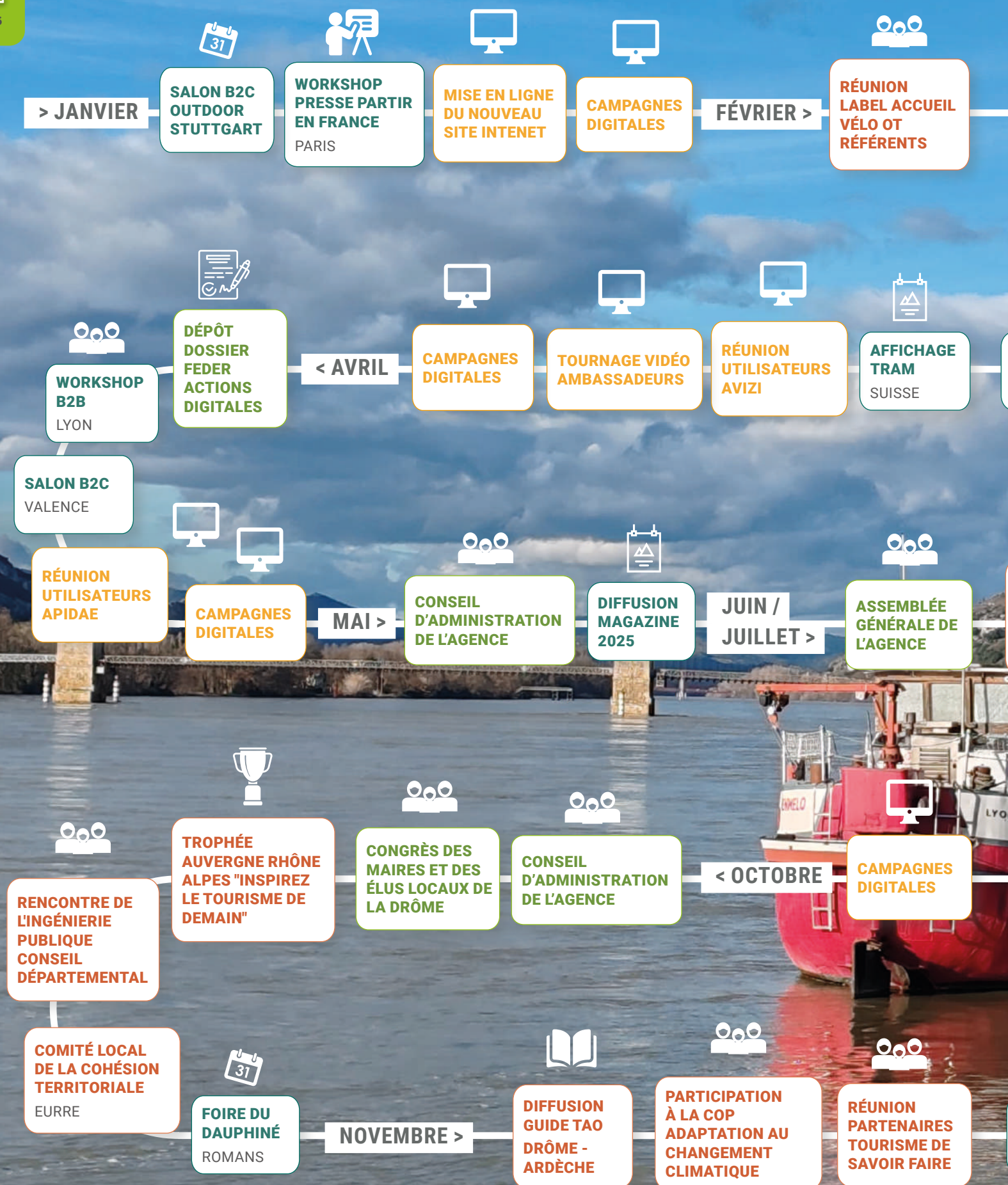
16 FICHES ACTIONS SUR LES 20 PROGRAMMÉES ONT DÉJÀ ÉTÉ ENGAGÉES

En savoir plus : PRO.DROME-CESTMANATURE.COM / L'Agence

ORGANIGRAMME DES SERVICES



LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE





**RENCONTRES
DU TOURISME
DURABLE**
EURRE



**SALON
ATTRACTIVITÉ
MÉDICALE**
LILLE



**SALON B2C
OUTDOOR**
UTRECHT



**SALON DU
RECRUTEMENT**
VALENCE



**SALON
INTERNATIONAL
DE L'AGRICULTURE**
PARIS



**CAMPAGNE
D'AFFICHAGE
MÉTRO**
PARIS



**WORKSHOP
PRESSE**
BRUXELLES



**WORKSHOP
IMM**
PARIS



**SALON
B2C**
NICE



**SALON
B2C**
LYON



**SALON
DESTINATION
ARDÈCHE**



**RENCONTRE
NATIONALE
PLUS BEAUX
DÉTOURS**
CREST

< MARS

**CAMPAGNES
DIGITALES**



**RENCONTRE
RÉGIONALE
OBSERVATOIRE**
TAIN-L'HERMITAGE

**SÉMINAIRE
RÉGIONAL
TRAJECTOIRES
TOURISME**
CREST

**MEET AND MATCH
AMBASSEURS
DRÔME C'EST MA
NATURE**
BOURG-DE-PÉAGE

**AFFICHAGE,
MAGAZINE
80 SUPPORTS
DANS LA DRÔME**

**OPÉRATION
MAGAZINE
TER**



**TOURNAGE
VIDÉOS
TOURISME**

< SEPTEMBRE



**TOURNAGE
VIDÉOS
TOURISME**

**VALENCE EN
GASTRONOMIE
FESTIVAL**

SALON B2B
PARIS

**FORUM DE
L'ÉTUDIANT**
VALENCE

**RÉUNION PLAN
D'ACTION 2026
- PARTENAIRES
TOURISTIQUES**



**WORKSHOP
B2B**
RHÔNE

DÉCEMBRE >

**COLLOQUE
LAVANDE SÉNAT
CANDIDATURE
UNESCO**



**WÉBINAIRE
TOURISME DE
SAVOIR FAIRE**



**COTECH
TOURISME
DURABLE**



**PRÉSENTATION
OFFICIELLE
DU BOUQUET
VIDÉOS CONSEIL
DÉPARTEMENTAL**



>

INGÉNIERIE & DÉVELOPPEMENT

OBSERVATOIRE

L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE DE LA DRÔME EN 2025

La capacité d'accueil



184 000
lits touristiques

dont 71 000 en lits marchands (39%)
et 113 000 en résidences
secondaires (61%), 5% de la
capacité d'accueil régionale.

La fréquentation

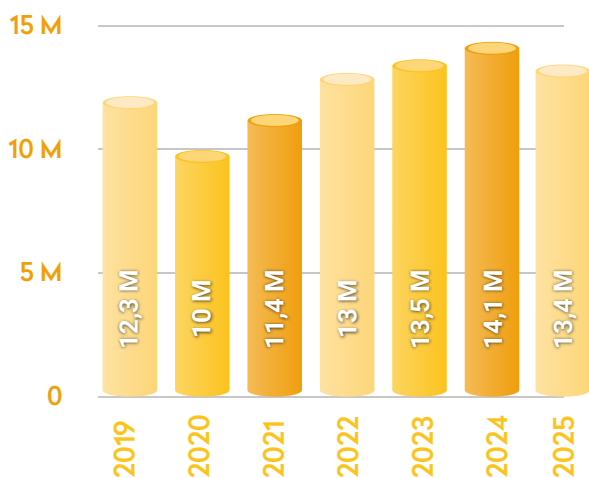
13,4

millions de nuitées touristiques
françaises et étrangères

(-1% vs 2023, +8% vs 2019) soit 75% de clientèle
française / 25% de clientèle étrangère.

-6%
/N-1

EVOLUTION DES NUITÉES TOURISTIQUES DE 2019 À 2025



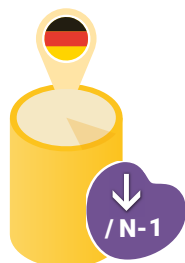
RÉPARTITION DES NUITÉES PAR SAISON

35% **19%** **19%** **27%**
Été Automne Hiver Printemps

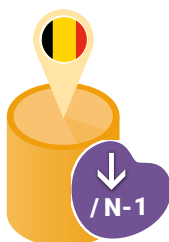
TOP 6 DES MARCHÉS ÉTRANGERS



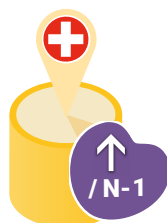
Pays-Bas



Allemagne



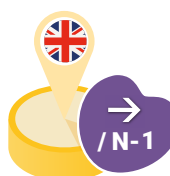
Belgique



Suisse



États-Unis



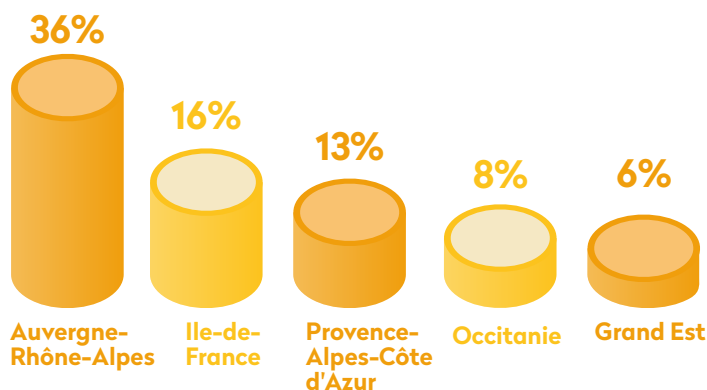
Royaume-Uni

34%

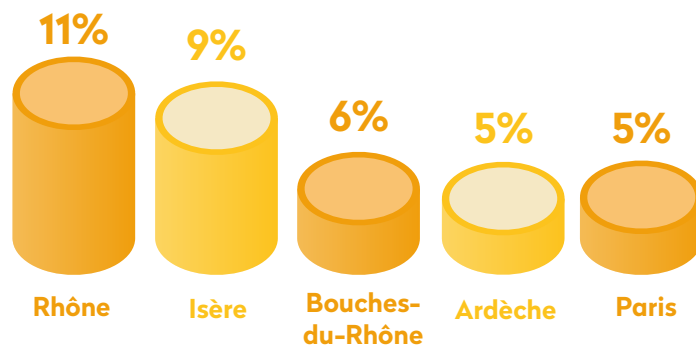
des nuitées françaises

proviennent des 8 départements limitrophes de la Drôme
(Rhône, Isère, Ardèche, Vaucluse, Loire, Gard, Hautes-Alpes,
Alpes de Haute-Provence)

TOP 5 DES MARCHÉS FRANÇAIS



TOP 5 DÉPARTEMENTS



La consommation touristique

790

millions d'€

(estimation : dépense moyenne par jour et par personne en Drôme x nombre de nuitées touristiques).

475 000

visiteurs reçus

dans les 11 Offices de Tourisme et 38 points d'informations de la Drôme

L'emploi touristique

13 650

emplois touristiques

au 30 juin 2024 (6% des emplois touristiques d'Auvergne-Rhône-Alpes) dont 10 500 emplois salariés du secteur privé et 3 150 travailleurs indépendants

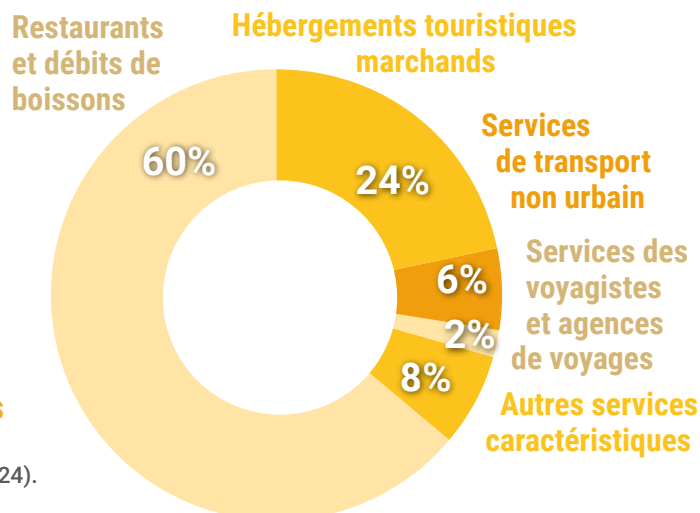
6%

des emplois salariés

du département (tous secteurs confondus, au 31 décembre 2024).

RÉPARTITION DES EMPLOIS SALARIÉS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

(au 30 juin 2024)



Sites de visites

2 600 000

visiteurs

sont venus dans les sites touristiques (payants et gratuits)

**+7%
/N-1**



STATIONS DE LA DRÔME

122 000

journées skieurs

Hiver 2024-2025

**+65%
/N-1**

DONT PRÈS DE 1 000 000 DANS LES 5 SITES SUIVANTS

FERME AUX CROCODILES
Pierrelatte

284 000
visiteurs

**=
/N-1**

PALAIS IDÉAL DU FACTEUR CHEVAL
Hauterives

262 000
visiteurs

**=
/N-1**

PALAIS DES BONBONS
Montélimar

173 000
visiteurs

**+1%
/N-1**

CHÂTEAU DE GRIGNAN
Grignan

139 000
visiteurs

**+2%
/N-1**

CITÉ DU CHOCOLAT
Tain l'Hermitage

124 000
visiteurs

**-3%
/N-1**

370 000
spectateurs

en 2025

**=
/N-1**



TOP 5 DES FESTIVALS ET ÉVÈNEMENTS EN 2025

VALENCE EN GASTRONOMIE
Valence

53 500
entrées

Entrée gratuite

**+3%
/N-1**

SUR LE CHAMP !
Valence

40 000
entrées

Entrée gratuite

**-5%
/N-1**

DE L'ÉCRIT À L'ÉCRAN
Montélimar

37 500
entrées

Entrée payante

**+25%
/N-1**

FÊTES NOCTURNES
Grignan

34 300
entrées

Entrée payante

**+9%
/N-1**

DANSE AU FIL D'AVRIL
Drôme

15 500
entrées

Entrée payante

**-3%
/N-1**

TAXE DE SÉJOUR DÉCLARÉE DANS LA DRÔME

+10%
/N-1

4 400 000 €
de Taxe de séjour
déclarée dans la Drôme

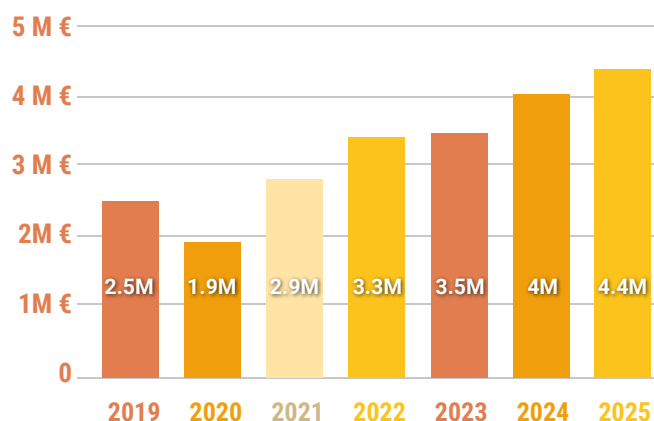
+5%
/N-1

dont
2 900 000 €
par les hébergeurs
en direct

+21%
/N-1

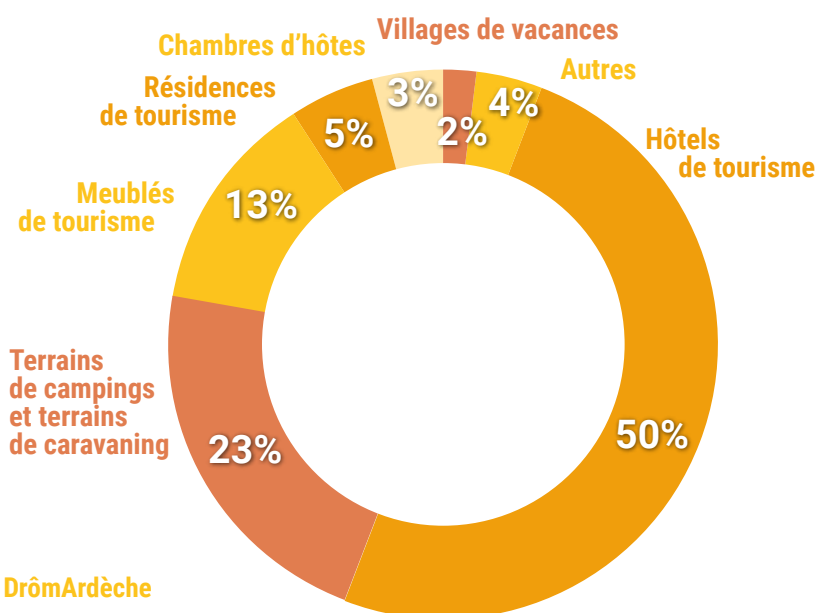
dont
1 500 000 €
par les opérateurs
numériques

Évolution de la taxe de séjour déclarée

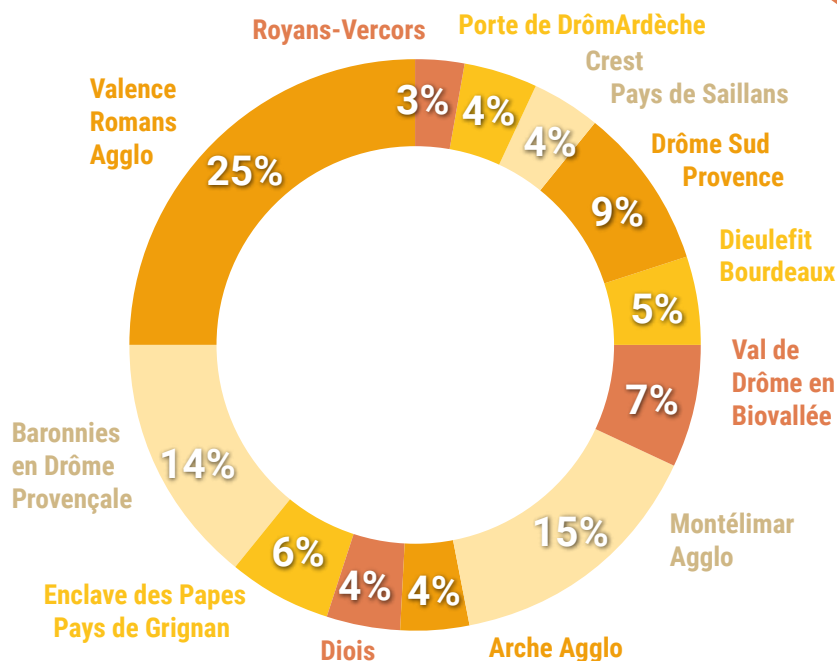


Compte tenu de corrections effectuées par les opérateurs numériques relatives aux montants déclarés les années précédentes, les données 2022, 2023 et 2024 ont été modifiées dans l'outil Taxe de séjour par rapport aux éléments publiés dans le rapport d'activité 2024.

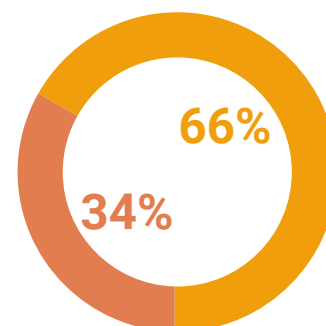
Taxe de séjour déclarée en direct par nature d'hébergement



Taxe de séjour déclarée par territoire



Taxe de séjour déclarée 2025



Par les hébergeurs en direct
Par les opérateurs numériques

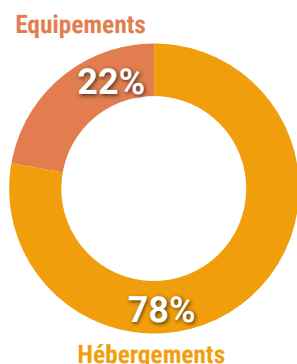
LES INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES DANS LA DRÔME

70

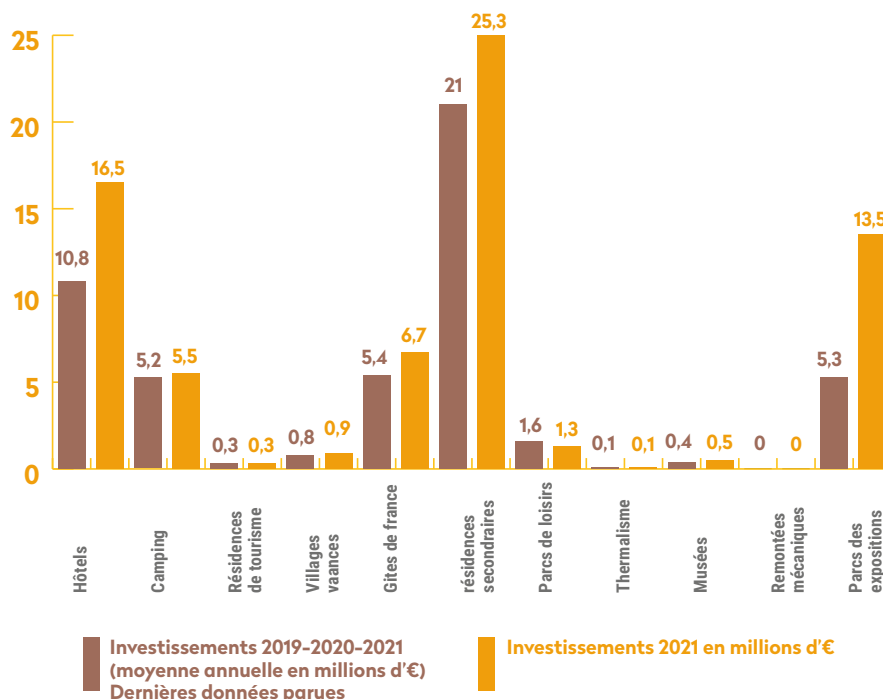
millions d'€
d'investissements
touristiques

en 2021, soit 4% des investissements
touristiques de la région

REPARTITION DES INVESTISSEMENTS



Poids des investissements Touristiques en Drôme par filière



ETUDES THÉMATIQUES RÉALISÉES PAR L'AGENCE



Bilans annuels

Hébergements marchands (hôtels, campings, hébergements collectifs, locations de particuliers à particuliers), analyse des capacités d'accueil (New), sites touristiques & festivals, événements sportifs (New), tourisme durable (New), fréquentation des Offices de Tourisme, emplois tou-

ristiques, tourisme fluvial, shopping, affaires et thermalisme, stations de la Drôme avec Epic des Stations de la Drôme, véloroutes et voies vertes, participation à l'observatoire de fréquentation des activités de pleine nature en lien avec le Conseil Départemental, données taxe de séjour. At

tractivité : Population (New), Emplois (New).

Notes de conjonctures

Deux notes de conjonctures réalisées en 2025 (Printemps et été).

FLUX VISION TOURISME



Bilan annuel

Flux Vision Tourisme de la Drôme.

FICHES DES PRINCIPAUX MARCHÉS FRANÇAIS ET ÉTRANGERS RÉALISÉES

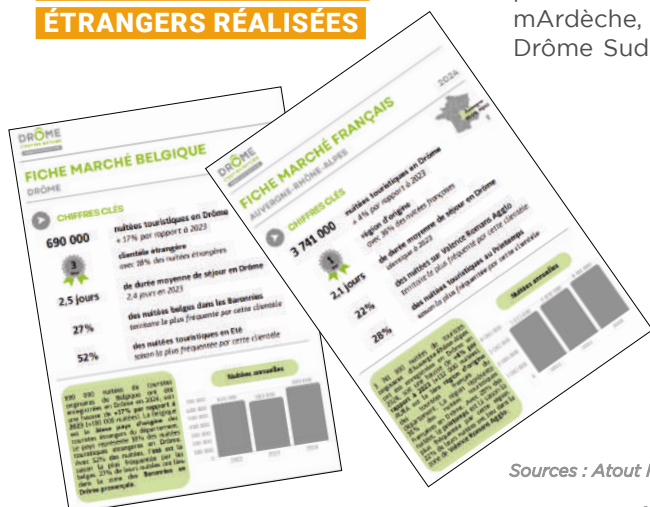
Tableaux de bord de suivi

(6/an)

Bilan annuel

pour les 10 territoires (Porte de Drômardèche, Crest Pays de Saillans, Drôme Sud Provence, Dieulefit Bour-

deaux, Montélimar Agglo, Diois, Valence Romans Agglo, Arche Agglo, Baronnies en Drôme Provençale, Enclave des papes pays de Grignan (New)) conventionnant avec l'Agence pour l'achat de ces données.



Sources : Atout France"

CONSEILS AUX PORTEURS DE PROJETS PUBLICS ET PRIVÉS

Accompagnement des porteurs de projets en hôtellerie, hôtellerie de plein air, hébergements chez l'habitant, sites de visites et de loisirs dans le cadre de créations, extensions, modernisations.

Cet accompagnement a permis de répondre à :

140
demandes
émanant :

25
secteur public
(mairies, intercommunalités et Offices de Tourisme)

52
porteurs de projet
secteur privé. En cours de réflexion pour la création ou le développement de nouvelles offres,

63
professionnels déjà installés
en recherche d'informations sur des aides possibles pour des investissements prochains, sur des démarches de qualification telles qu'Accueil Vélo ou Tourisme & Handicap, en vue d'une amélioration de leur visibilité et de développement de l'activité.

Présence de l'Agence d'Attractivité au Congrès des Maires le 16 octobre afin de présenter l'offre de services aux collectivités.

INGÉNIERIE PUBLIQUE

Participations aux réunions du groupe Ingénierie Publique et transmission des données via la plateforme départementale.

Participation aux Rencontres de l'Ingénierie Publique "Eau et Ingénierie Publique, ensemble pour un avenir durable" du 10 octobre 2025, **avec la présentation de 3 projets accompagnés par l'Agence :**

- Camping de la Clairette à Espenel accompagné dans le cadre du Fonds Tourisme Durable/ADEME notamment sur les économies d'eau ;
- Un parcours d'interprétation sur l'histoire de Germaine Chesneau et Allée des Justes autour des étangs de Bellevue par la Commune de Peyrins,
- Le Sentier Nature Etang du Mouchet par la Communauté d'Agglomération Arche Agglo - Sentier sur la commune de Chavannes.

L'Agence a également accompagné, en partenariat avec le PNR du Vercors, les Stations de la Drôme, la Communauté de communes et l'Office de tourisme du Diois, la commune de Lus la Jarjat afin de réaliser un diagnostic de l'offre, les axes de développement potentiels de la station.

Enfin, l'Agence a poursuivi son accompagnement dans le cadre du dossier de candidature des paysages culturels de lavande au Patrimoine Mondial de l'UNESCO.



PETITES CITÉS DE CARACTÈRE®

L'Agence a participé à plusieurs commissions d'homologation pour des communes de la Drôme à la marque nationale Petites Cités de Caractère :

Bourdeaux

le 15 juillet
2025

**St-Restitut et
Suze-la-Rousse**

le 16 juillet
2025

Donzère

le 7 octobre
2025

Les communes de
**Bourdeaux,
St-Restitut et Sauzet**

ont été homologuées
jusqu'en 2030.

Les communes de
**Suze-la-Rousse
et Donzère**

sont homologables
jusqu'en 2028.

” QUALIFICATION DES FILIÈRES ET DEMARCHES QUALITÉ



ANIMATION, COMMUNICATION ET SENSIBILISATION DES PROFESSIONNELS

TOURISME DURABLE

L'Agence d'Attractivité de la Drôme accompagne et conseille l'ensemble des acteurs du tourisme, publics et privés (collectivités, professionnels du tourisme) souhaitant investir en termes de transition écologique et concourt par ailleurs à :

- l'animation d'un réseau d'acteurs engagés en matière de propositions d'offres durables (hébergeurs, restaurateurs, prestataires de services...),
- la qualification d'offres touristiques durables associant notamment les mobilités douces,
- la sensibilisation des professionnels et des « consommateurs » du territoire, pour inciter à un changement de pratiques, plus favorables en matière de gestion de l'eau, consommation d'énergie, préservation de la biodiversité.

Les 3 temps forts

suivants illustrent le travail mené tout au long de l'année :



Février

1^È ÉDITION DES RENCONTRES DU TOURISME DURABLE.

Participation d'une centaine de professionnels du tourisme rassemblés autour de nombreuses démarches de qualification et de progrès telles que le label Accueil Vélo et des démarches nationales ou locales en faveur de l'environnement et du développement durable.



Octobre

PRÉSENTATION DE L'ACTION DE COMMUNICATION « ÇA ROULE SANS VOITURE DANS LA DRÔME »

(menée en collaboration avec des Offices de Tourisme et agences réceptives du territoire), à Lyon lors des sommets du tourisme, en tant que lauréate des Trophées Auvergne Rhône-Alpes 2025 « Inspirez le tourisme de demain » dans la catégorie « Solutions et actions innovantes en faveur de la mobilité touristique durable ».



Novembre

SORTIE EN LIBRAIRIE DU GUIDE TAO « DRÔME-ARDÈCHE ÉTHIQUE ET ÉCOLOGIQUE »



basé sur un travail collaboratif avec l'Agence de Développement touristique de l'Ardèche et les Offices de Tourisme, permettant d'affirmer l'engagement de toute une filière et de bénéficier d'une reconnaissance en la matière auprès d'une clientèle sensible aux enjeux environnementaux, sociaux et économique du tourisme durable. Guide présenté à la presse régionale dans le cadre d'une conférence de presse bi-départementale le 2 décembre à Lyon.



300

structures engagées
au travers d'actions de
communication dédiées

Au total, ce sont plus de 300 structures engagées qui ont été valorisées au travers d'actions de communication dédiées comme le guide Tao mais aussi sur le site internet drome-cestmanature.com

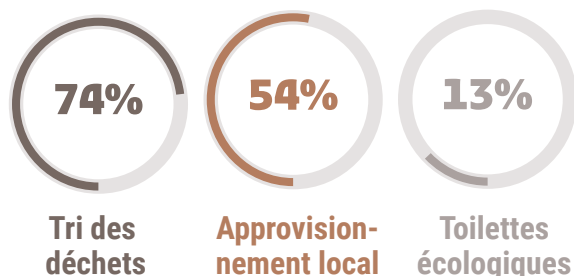
Enfin, l'Agence a travaillé sur l'adaptation au changement climatique lors de diverses réflexions et animations menées en collaboration avec la DDT, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme ou le territoire de Drôme Sud Provence.

LES PRINCIPAUX INDICATEURS DU TOURISME DURABLE

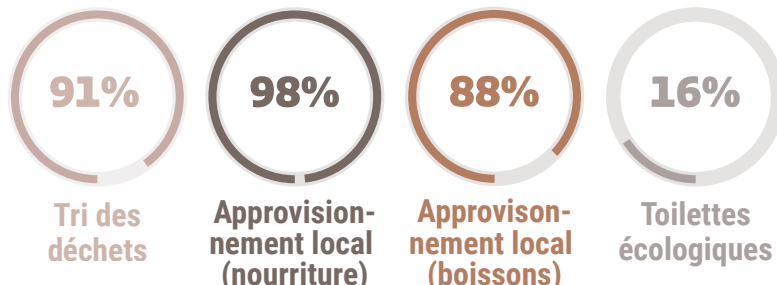
Professionnels du tourisme Drômois et développement durable



SITES TOURISTIQUES AYANT MIS EN PLACE DES ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



FESTIVALS AYANT MIS EN PLACE DES ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT DURABLES



701 km
d'aménagements
cyclables

1 724
points de recharge pour
les véhicules électriques

16 gares

30 structures
agréées VACAF

1 415 structures acceptant
les Chèques-Vacances
11,6 millions € utilisés en paiement auprès
des professionnels du tourisme

16 lieux labellisés Tourisme
& Handicap

29
hébergements
du Tourisme Social
et Solidaire
soit 3 197 lits

34 hébergements écolabellisés

Dont :

- **18** Clef Verte
- **2** Ecolabels
- **4** Ecogites
- **4** Partir Ecolo
- **6** Gîtes Panda

1
site labellisé
Divertissement
durable

17
refuges LPO
ayant une activité
touristique

4
Restaurants
éco-labellisés

Dont :

- **2** écotable®
- **1** Etoile
Verte Michelin
- **1** Clef Verte

OUTDOOR & ITINÉRANCES

L'Agence d'Attractivité œuvre aux côtés de ses partenaires (Conseil Régional, Agence Régionale du Tourisme, Conseil Départemental, départements voisins, EPCI/Offices de Tourisme) afin de développer et promouvoir l'offre d'activités de pleine nature et d'optimiser l'offre de services, l'animation des acteurs touristiques, la promotion des itinéraires ViaRhôna et La Belle Via ainsi que des itinéraires infra-départementaux (Vélodrôme, Au fil de l'Eygues, ...) déjà aménagés ou en cours d'aménagement.

En lien avec le Conseil Départemental, suivi par l'Agence de la mise en œuvre du Schéma Sports Nature, participation aux diverses commissions liées aux sites et itinéraires de pratiques d'activités Outdoor (CDESI /PDESI).

Participation de l'Agence à de nombreuses réunions, comités techniques afin de structurer et développer l'offre d'itinérance dans la Drôme (CoTech Vélo inter-direction, CoTech ViaRhôna et boucles cyclo, CoTech Véloroutes / Voies Vertes, Comité d'itinéraire global ViaRhôna, Comité d'itinéraire tronçon médian ViaRhôna, CoTech La Belle Via et Commission thématique Promotion de l'itinéraire Sur les Pas des Huguenots...).

Un shooting photos de l'itinéraire La Belle Via a été réalisé en 2025 permettant de valoriser l'itinérance sur les divers supports print et digitaux.



BONS PLANS À PIED - BONS PLANS VÉLO

Suivi de la qualité de saisie dans Apidae (base de données touristiques) en lien avec les données du Conseil Départemental et mise en avant des itinéraires « Bons plans Randonnée et Vélo » sur le site internet de l'Agence.

ACCUEIL VELO

Label national qui garantit un accueil et des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires cyclables.

Créé par France Vélo Tourisme dans le but de fédérer et engager les professionnels sur des critères d'accueil et de services garantissant une prestation adaptée aux besoins des touristes à vélo, il permet aux touristes à vélo d'identifier les établissements et les lieux adaptés à leur pratique et attentes en termes d'accueil et de services



135
établissements

labellisés Accueil Vélo en 2025.

+12%
/N-1

Répartis comme suit :

80 Hébergements

7 Loueurs et réparateurs

13 Offices de Tourisme

14 Restaurants

20 Sites touristiques

1 Activité de loisirs



6/11
Offices de
Tourisme

se sont engagés dans la démarche pour devenir référent qualité permettant de réaliser les évaluations des structures candidates au label ou en renouvellement : Montélimar, Porte de DrômArdèche, Vallée de la Drôme, Baronnies en Drôme Provençale et Drôme Sud Provence.



DEVELOPPEMENT DE L'AGRI-OENOTOURISME

L'Agence d'Attractivité est impliquée dans la coanimation avec le Conseil Départemental et la Chambre d'Agriculture de la stratégie départementale de l'agritourisme, ainsi 2 instances sont mises en place pour en assurer la mise en œuvre :

COMITÉ DE PILOTAGE

avec la présentation des actions réalisées depuis 2018, leur évaluation et le choix de nouvelles actions prioritaires à développer.

COMITÉ TECHNIQUE

point d'actualité sur les actions réalisées et en cours de chacun des partenaires présents et préparation des éléments présentés au Comité de Pilotage sur la base de l'évaluation des actions réalisées.



L'oénotourisme est totalement intégré dans cette démarche départementale permettant ainsi de couvrir l'ensemble des secteurs de productions du département.

Peuvent se rajouter des groupes de travail techniques afin d'avancer concrètement sur les actions prévues.

3 OUTILS

ont été développés afin d'accompagner les agriculteurs dans leur projet de développement d'offres agritouristiques :



1 document

**PRÉSENTANT LES DIVERSES
ACTIVITÉS AGRITOURISTIQUES**

avec leurs caractéristiques, leurs réglementations.



1 document

RECENSANT LES FORMATIONS

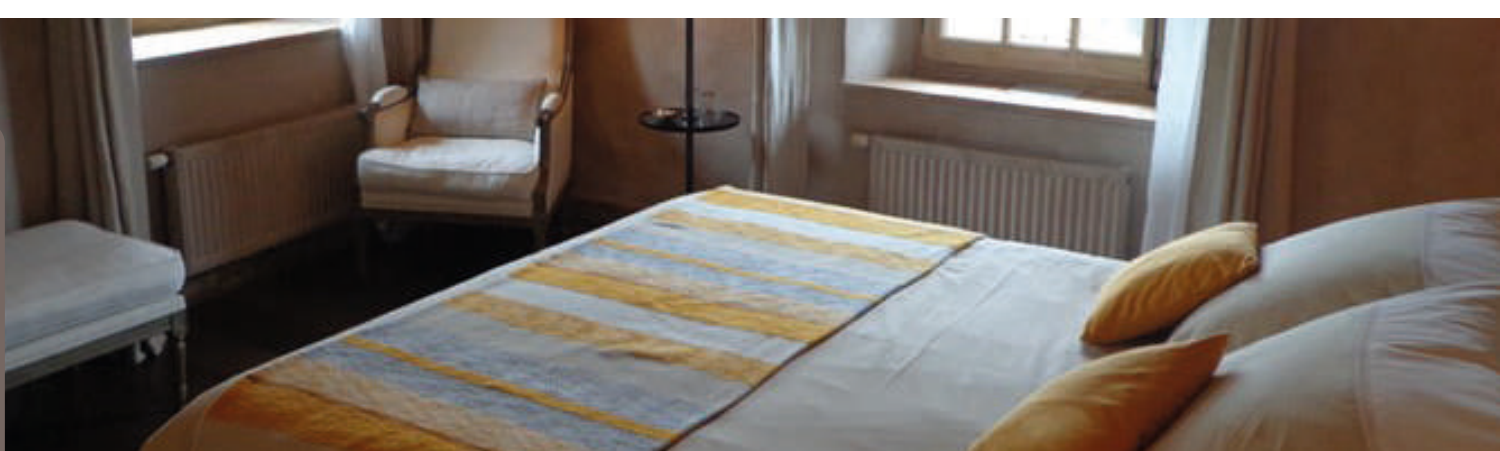
proposées aux agriculteurs et porteurs de projets souhaitant pratiquer l'accueil à la ferme.

**1 série de fiches
portrait et de vidéos
D'AGRICULTEURS**

témoignant de leur expérience d'accueil. Une 2ème vague a été réalisée en 2024.



En savoir plus : pro.drôme-cestmanature.com - Développer un projet agri-oenotouristique dans la Drôme



DEPUIS 2024, 2 GROUPE DE TRAVAIL ONT ÉTÉ MIS EN PLACE

1^{er}

Recenser et diffuser les offres d'accueil pédagogiques à la ferme disponibles.

Un questionnaire a ainsi été mis en place afin d'appréhender les besoins et attentes des agriculteurs. Une sollicitation a été adressée aux référents de l'Education Nationale afin d'identifier les outils d'appui nécessaires. Un document synthétique numérique est en cours de réalisation.

2^{ème}

Sensibiliser les restaurateurs et organisateurs d'événements

pour qu'ils mettent en avant les productions locales et leurs producteurs. 3 réunions ont permis de définir les objectifs et les 1ères bases d'actions à mettre en place.

Des rencontres avec les représentants de l'oénotourisme ont été organisées durant l'année 2025, un séminaire a été organisé le 20 juin au Domaine Almorice à Allan afin de déterminer les actions prioritaires à engager en lien avec les partenaires.

QUALIFICATION CHAMBRES D'HOTES REFERENCE®



3

commissions d'attribution

ont permis de qualifier 14 structures, soit un total de 47 chambres d'hôtes pour 103 lits touristiques.



A ce jour, depuis 2021,

98

structures



278

chambres

pour 655 lits bénéficient de cette qualification dans la Drôme.



PROFESSIONNALISATION / FORMATION

COLLECTIF TRAJECTOIRES TOURISME

Travail mené en collaboration avec le collectif Trajectoires Tourisme, dont l'Agence d'Attractivité fait partie :

- Construction de l'offre de formations du catalogue 2025 et d'une offre d'événements thématiques
- Mise en ligne et communication sur le catalogue 2025 auprès des professionnels drômois
- Gestion et mise en place des formations réalisées dans la Drôme et à distance
- Accompagnement des projets de formation et montage de solution sur mesure pour les professionnels drômois.



TRAJECTOIRES TOURISME, EN 2025, C'EST

210

sessions ouvertes

-18%
/N-1



1 342

stagiaires

+5%
/N-1

TRAJECTOIRES TOURISME

BILAN 2025 AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

(Nombre de personnes formées)

	2024	2025
AIN	62	74
ALLIER	18	26
ARDECHE	104	85
CANTAL	29	43
DROME	110	117
ISERE	173	194
LOIRE	90	65
HAUTE LOIRE	8	9
PUY DE DOME	78	64
RHONE	23	60
SAVOIE	139	98
HAUTE SAVOIE	36	36
AUTRES	98	170

**+6%
/N-1**



ATELIERS, RENDEZ-VOUS DIGITAUX ET RENCONTRES MIS EN PLACE PAR L'AGENCE

(animations en interne ou intervenant extérieur)

RENCONTRES DU TOURISME DURABLE ET ACCUEIL VÉLO
116 participants

RENCONTRES CLUB UTILISATEURS DRÔMOIS AVIZI
18 participants

RENCONTRE UTILISATEURS APIDAE
à distance
12 participants

ATELIER OUTIL LIGHTHOUSE
à distance
4 participants

COTECH AVIZI, PASSERELLE B2B APIDAE
à distance
9 participants

RENCONTRE DES PROS COMMUNICATION-PROMOTION-DIGITAUX
21 participants

TUTOS-VIDÉO « PRISE EN MAIN API-DAE POUR LES SAISONNIERS »
envoyés à l'ensemble des offices de tourisme de la Drôme
26 consultations

DANS LA DRÔME, CELA REPRÉSENTE

13



formations collectives et 5 sur mesure

mises en œuvre par le service de l'Agence au sein du collectif Trajectoires Tourisme, 31 jours de formation, soit un total de 216 heures.

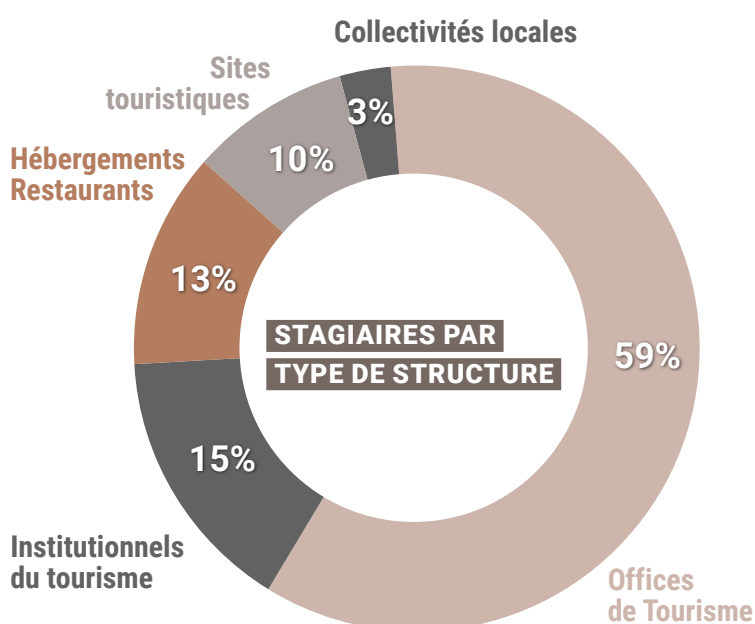
117



stagiaires de la Drôme

sur la totalité des formations proposées par Trajectoire Tourisme, représentant 30 structures touristiques drômoises (Offices de Tourisme, institutionnels du tourisme, hébergeurs, restaurateurs, sites et lieux de visite et collectivités locales).

**+15%
/N-1**

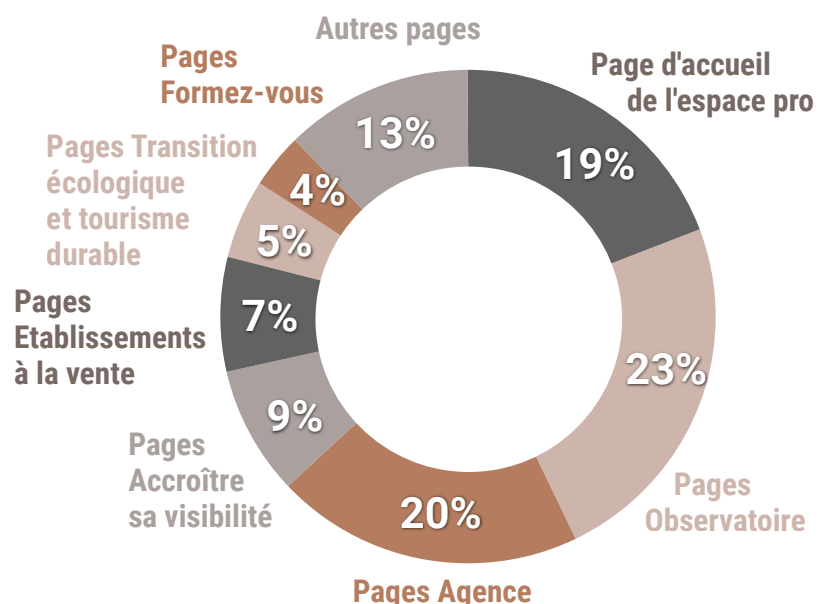


LIEN AVEC LES PROFESSIONNELS DU TOURISME DRÔMOIS

Espace Pro : pro.drome-cestmanature.com

Dans le cadre de la refonte du site internet, la partie Espace pro a été modifiée en 2025.

CONSULTATIONS DES PAGES DE L'ESPACE PRO



9 LETTRES INFO

Relayant l'actualité touristique et les activités de l'Agence ont été adressées à l'attention des professionnels du tourisme drômois :



4 882 contacts

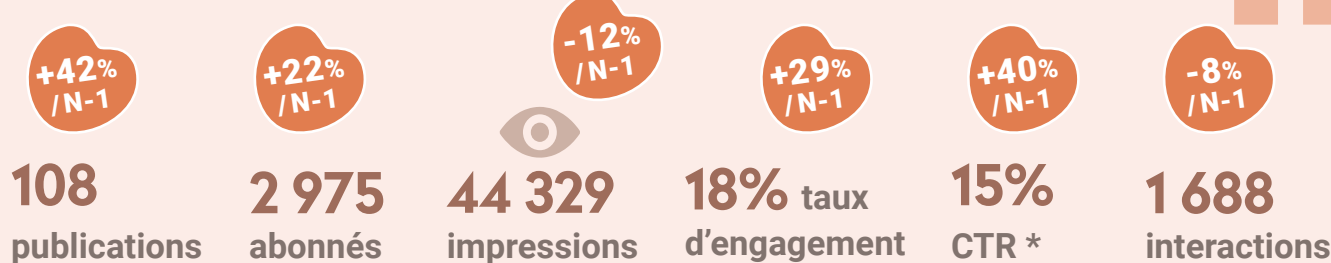
Taux d'ouverture moyen : 37 %

cf page 25 Digital Data, précisions complémentaires

RÉSEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

LINKEDIN

Fusion du compte et de la page Drôme C'est Ma Nature pour ne conserver qu'un seul compte.



FACEBOOK PRO



1 200
membres validés
au 31 décembre

*CTR : taux de clics = nb de clics par rapport au nb d'affichage.

”

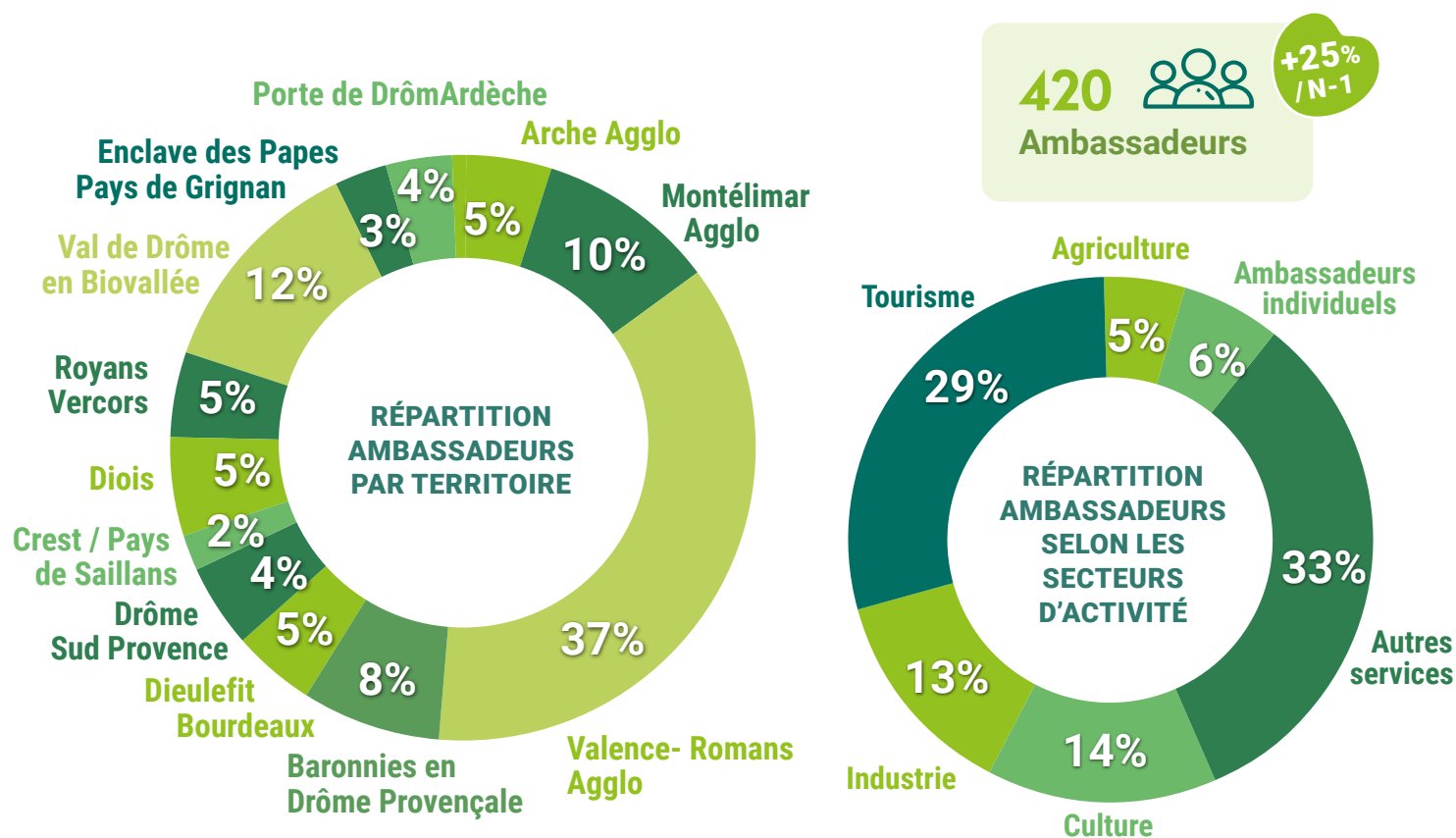
PROMOTION / COMMUNICATION / MARQUE DRÔME C'EST MA NATURE

MARQUE DE TERRITOIRE DRÔME C'EST MA NATURE LES 5 VALEURS DE LA MARQUE

”
19

CLUB DES AMBASSADEURS DRÔME C'EST MA NATURE

En 2025, l'Agence d'Attractivité de la Drôme a contractualisé avec 420 ambassadeurs partageant l'envie de Drôme. Soit une hausse de 25% par rapport à 2024.





ACTIONS 2025 DESTINÉES AU CLUB DES AMBASSADEURS DRÔME C'EST MA NATURE

Jeudi 5 juin 2025

RENCONTRE BTOB SOUS FORME DE MEET & MATCH

animée par le Moulin Digital au restaurant Mamac à Bourgade-Péage. Cet événement avait pour objectif de faciliter les échanges entre ambassadeurs dans un temps limité. Le format reposait sur des rencontres rapides, dynamiques et sans répétition, favorisant des contacts efficaces. Chaque ambassadeur a ainsi pu rencontrer 5 à 6 participants afin de présenter son activité.

Au cours de cette matinée, un espace dédié a été proposé pour réaliser un portrait à l'ensemble des ambassadeurs présents. Les visuels réalisés par des photographes professionnels ont permis d'illustrer la page « ambassadeur » du site de l'Agence ainsi que différentes actions de promotion et potentiellement les sites internet et réseaux sociaux des ambassadeurs.

Durant l'après-midi, Eductour dans le Royans avec visite de L'Artsolite, présentation sur place de la Distillerie du Vercors, visite de la cave Noisel à Saint-Jean en Royans et de la Ferme intégrale à La Baume-d'Hostun.

Jeudi 11 décembre

PRÉSENTATION DU NOUVEAU FILM AMBASSADEURS

valorisant la diversité de l'économie drômoise et le rôle des ambassadeurs du territoire.

PARTICIPATION AUX ÉVÈNEMENTS SUIVANTS

SALON DU RECRUTEMENT à Valence,

12 et 13 février

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE à Paris,

22 fév. au 2 mars

SALON DU TOURISME ET DES LOISIRS à Valence,

12 et 13 avril

FESTIVAL VALENCE EN GASTRONOMIE à Valence,

13 et 14 sept.

JOURNÉE DÉDIÉE AUX PROFESSIONNELLS sur la Foire de Romans sur Isère,

le 2 octobre.

Nombreuses animations, événements et salons mettant en avant les ambassadeurs de la Drôme.

EN CONTINU

- Prospection de nouveaux ambassadeurs avec signature de la charte Drôme C'est Ma Nature.
- Réalisation d'un nouveau flyer de présentation de la Démarche Ambassadeur (5000 exemplaires).
- Conseil sur l'utilisation du marqueur Drôme C'est Ma Nature sur les sites professionnels des ambassadeurs et de l'utilisation du kit de communication.
- Réalisation et vente de plaque DCMN.
- Vente du Livre à prix négocié "Drôme par nature" de Pierre Gerbeaud avec réalisation d'une jaquette dédiée pour les ambassadeurs.



MISE EN MARCHÉ

LA DRÔME RÉSA, OUTIL DE VENTE EN LIGNE

- Plateforme de réservation sur laquelle les clients ont la possibilité d'acheter directement en ligne et sans intermédiaire leurs prestations touristiques ;
- Des solutions adaptées proposées par l'Agence pour chaque prestataire touristique : hébergeur, loueur de matériel, prestataire d'activité, organisateur d'événements.



SES AVANTAGES

- Un outil proposé aux professionnels à un tarif très compétitif ;
- Une meilleure visibilité en ligne 24 heures / 24 et 7 jours / 7 ;
- La gestion d'un seul planning ;
- Le développement de l'activité par une augmentation du chiffre d'affaires ;
- Un outil permettant de générer un maximum de réservations en direct, en maîtrisant ses tarifs, en proposant un paiement sécurisé et garanti ;
- Une formation et un accompagnement continu pour faciliter l'utilisation des outils.

BILAN 2025 DE LA PLACE DE MARCHÉ

1 101

offres touristiques
à la vente



10 000

ventes réalisées



111€

de panier
moyen

-14€
/N-1



1,1 million d'€

de chiffre d'affaires

-17%
/N-1

5 100

nuits vendues



87%

des réservations

ont été faites pour le même mois
ou le mois suivant



HÉGERGEMENTS

62%

du chiffre
d'affaires



2025 total

2,2

jours
Durée moyenne
de séjour



290 €

Panier
moyen

-10€
/N-1



84%

Clientèle
française



16%

Clientèle
étrangère

ACTIVITÉS - BILLETTERIE



38%

du chiffre d'affaires
2025 total



87 €

Panier moyen
pour les activités

-7€
/N-1

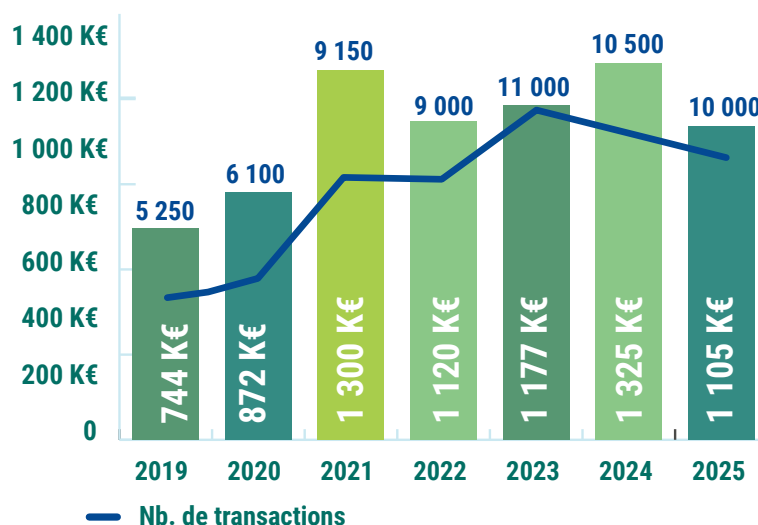


32 €

Panier moyen
pour la billetterie

-5€
/N-1

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DEPUIS 2019



CAMPAGNES, SALONS ET EVENEMENTS



Covering
TRAM EN SUISSE
AVEC L'ARDÈCHE
du 3 au 30 mars



Affichages

MÉTRO PARIS
durant le Salon
International
de l'Agriculture
18 février au 3 mars

Affichage Conseil
Départemental

Magazine,
76 panneaux
en juin

14 SALONS, ÉVÉNEMENTS TOURISTIQUES ET ATTRACTIVITÉ B2C ET B2B :



11
salons
grand
public

3
salons à
destination des
professionnels



EN FRANCE

SALON DU RECRUTEMENT ET DE L'ALTERNANCE

Valence
les 12 et 13 février

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

Paris
du 22 février au 02 mars

DESTINATION ARDÈCHE

Le Pouzin
les 14 et 15 mars

SALON DU RANDONNEUR

Lyon
du 21 au 23 mars

SALON ID WEEKEND

Nice
du 28 au 30 mars

SALON B2B RENDEZ-VOUS EN FRANCE (29 rendez-vous),

Lyon
les 01 et 02 avril

SALON LOISIRS ET TOURISME

Valence
les 12 et 13 avril

VALENCE EN GASTRONOMIE FESTIVAL

Valence
les 13 et 14 septembre

FÊTE DE L'ÉTUDIANT

Valence
18 septembre

SALON IFTM

Paris
du 22 au 25 septembre

SALON CSE AURA

Saint-Lager
4 novembre

VIVRE ICI

Nyons
19 novembre



AUTRES ÉVÉNEMENTS ET RENCONTRES

BOURSES

Drôme Provençale,
Ardèche, Valence,
Diois et Isère



RENCONTRE

à Montélimar
Palais des bonbons
le 30 septembre
bilan des actions 2025
et projets 2026 avec les
Offices de Tourisme,
partenaires 2025 & ART.

A L'ÉTRANGER

SALON FAHRRAD & WANDERREISEN

**Stuttgart -
Allemagne**
du 18 au 20 janvier

SALON FIETS & WANDELBEURS

**Utrecht -
Pays-Bas**
du 14 au 16 février



ET PLUS SPÉCIFIQUEMENT POUR L'ATTRACTIVITÉ MÉDICALE



SALON DES INTERNES

Lille
les 6 et
7 février



OPÉRATIONS À L'ATTENTION DES PROFESSIONNELS DU VOYAGE

32

Tour-Operators

accueillis dans la Drôme lors des pré-tours
rendez-vous en France en lien avec
Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

29

entretiens individuels

lors du Workshop
de Lyon.

VALLÉE DE
GASTRONOMIE
FRANCE



OPÉRATION PROMOTION AVEC TER-AURA

Partenariat avec la SNCF et son antenne TER AURA.

OBJECTIFS POUR L'AA26

- Promouvoir la Drôme sur ses marchés cibles AURA
- Travailler la notoriété de la Drôme sur les départements : 69, 38, 73, 74, 42
- Afficher la Drôme comme une destination accessible via les mobilités douces
- Valoriser les produits de la Drôme



PROMOTION DE 2 PRODUITS

- Le nougat de Montélimar.
- Les chocolats Valrhona/La cité du chocolat.

SNCF TER a proposé - via ses agents - de distribuer aux clientèles présentes sur des événementiels ou dans les trains des produits et le magazine Drôme c'est ma nature. Ces actions se sont déroulées de juin à août 2025 puis sur les vacances de Toussaint. Au final, une quinzaine d'opérations de promotion ont été réalisées sur ces périodes de l'année.

4 INSERTIONS PUBLICITAIRES DANS DES REVUES ET MAGAZINES EN RÉGION ET À L'ÉTRANGER

valorisation des thématiques Outdoor et Art de vivre dans des revues et magazines en région et à l'étranger permettant de développer la notoriété de la Drôme.

PRESSE

RETOMBÉES PRESSE

1,6

million d'€

équivalent Contre-Valeur
Publicitaire (CVP)
en presse écrite et

2

millions d'€

sur le web

soit un total de

3,6

millions d'€

900

millions

d'occasions d'être vus,

à travers 400 retombées valori-
sant la Drôme mesurées par l'outil
de veille presse.

+6%
/ N-1



Plus de 90 autres retombées sont également enregistrées (presse étrangère, articles de blog...), dont plus de 30 passages TV sur les premières chaînes nationales.

Plus de 40 journalistes et influenceurs ont été accueillis dans la Drôme : des accueils individuels (France, Belgique, Allemagne, Canada), des accueils groupes (marchés Europe en partenariat avec Auvergne - Rhône-Alpes Tourisme), un instameet et deux fois la radio et TV Belge.

COMPTE X (TWITTER)



5 500
abonnés

PARTICIPATION AUX WORKSHOP PRESSE

Paris
« PARTIR EN FRANCE »
les 13 et 14 janvier
(32 contacts)

Bruxelles
le 13 février
organisé par Atout
France Belgique (12 contacts)

IMM Paris,
le 12 mars
(20 contacts)

EDITIONS MAGAZINE D'ATTRACTIVITÉ

FRANÇAIS

2^{ème} édition du magazine Drôme C'est Ma Nature, de 84 pages, tiré à 70 000 ex, fin mai 2025, gratuit. Diffusion sur l'année 2025 auprès des partenaires, professionnels drômois, événements, ainsi que via un réseau de diffusion.

ANGLAIS

Tiré à 20 000 exemplaires et à vocation touristique, le magazine en anglais est la synthèse des éditions des magazines DCMN 2024 et 2025, reprenant les « totems » du département.



À VENIR
DÉBUT
2026

MAGAZINE D'ATTRACTIVITÉ N°3

70 000 exemplaires
Durant l'année 2025, création de l'édition n°3 en lien avec une nouvelle agence de communication en vue de son impression et diffusion en janvier 2026.

MAGAZINES EN LANGUES ETRANGERES

Impression de trois éditions en langues anglaise, allemande et néerlandaise (en 10 000 exemplaires chacune)



À VENIR
DÉBUT
2026

COLLECTION D'AFFICHES

DRÔME C'EST MA NATURE

22 affiches à la disposition de tous pour valoriser les paysages, savoir-faire, produits, patrimoines de la Drôme. Gratuit sur simple commande en ligne.

CARTE TOURISTIQUE

Mise à jour, éditée à 120 000 ex. Diffusion via les Offices de Tourisme et les groupements professionnels.

7 NOUVEAUX FLYERS

RANDO-VÉLO

en Français, anglais, allemand, néerlandais ; en 10 000 exemplaires

**ETUDIER ;
BIENVENUE ;
AMBASSEADEURS ;**
5000 exemplaires de chacun.

PRODUITS

Dans le but de valoriser notre Département et de renforcer le sentiment de fierté et d'appartenance des Drômois à leur territoire, l'Agence d'Attractivité a poursuivi le développement de la collection



14
produits
conçus dans la
Drôme.

Ces articles valorisent les savoir-faire locaux, et mettent en avant les couleurs de la marque Drôme C'est Ma Nature.



STANDS, ROLL-UP & ÉQUIPEMENTS

Divers supports valorisant la marque de territoire Drôme C'est Ma Nature - utilisés lors de divers événements - ont été créés afin d'optimiser la visibilité de la Drôme. Pensés de manière durable, ces fonds de stand peuvent être réutilisés et prêtés aux partenaires.



ROADBOOK

Ce projet, construit en collectif avec les Offices de tourisme de la Drôme dès 2019, permet d'offrir aux clientèles une expérience de visite du territoire.

Ainsi, lorsque le voyageur se présente dans divers Offices de Tourisme, il bénéficie d'échanges personnalisés avec les conseillers en séjour qui enrichissent le roadbook du client d'un territoire à l'autre du département.

Le Roadbook consiste à dématérialiser les contenus des recommandations adressées dans une application d'internet de séjour que le visiteur reçoit immédiatement par SMS ou par courriel.



5 Offices de Tourisme de la Drôme

partagent cet outil avec l'Agence, à l'initiative de ce projet.

UNE PASSERELLE

a été créée entre Roadbook et Avizi pour récupérer la data (données clients).

OUTILS POUR FACILITER LE RECRUTEMENT

Cet outil a également été proposé aux Ambassadeurs Drôme C'est Ma Nature afin de promouvoir leurs entreprises, offres de services et mettre en avant les atouts de la Drôme afin d'attirer de nouveaux salariés.

De récents développements de l'outil faciliteront ainsi l'installation de nouveaux collaborateurs.

	NOMBRE DE ROAD-BOOKS ENVOYÉS
OT Baronnies en Drôme Provençale	2 782
OT Vallée de la Drôme	2 654
OT Porte de DrômArdèche	937
OT Montélimar Agglo Tourisme	734
OT Valence Romans Tourisme	1 171
Agence d'Attractivité de la Drôme	216
Total	8 494

BORNE INTERACTIVE KALKIN 3D



La cartographie en 3D suscite l'intérêt des publics grâce au relief et aux tracés qui s'affichent dynamiquement. Lancée en 2019, cette borne est née d'un travail collectif entre les territoires, avec l'envie de proposer une manière plus innovante d'accueillir les visiteurs et de mettre en valeur les richesses agritouristiques et outdoor de la Drôme.

Pour offrir une expérience plus immersive et rendre les contenus plus lisibles, la borne s'appuie sur une cartographie en 3D développée grâce à la solution Kalkin, une entreprise implantée en région. Grâce au relief et aux tracés qui s'animent à l'écran,

cette représentation du territoire capte facilement l'attention et invite à l'exploration.

Aujourd'hui, les Offices de tourisme de Vercors Drôme et des Baronnies en Drôme Provençale proposent des bornes intégrant cette solution départementale. Au total, une quinzaine de bornes sont déployées dans la Drôme.

L'agence l'utilise également en version mobile : on la retrouve régulièrement sur des salons, lors d'événements ou d'opérations promotionnelles pour faire découvrir le territoire autrement.

”
DIGITAL
DATA

SITE INTERNET

QUELQUES DONNÉES CHIFFRÉES 2025



A noter

compte tenu du changement du nom de domaine du site web début 2025 corrélé à un changement de paramétrage de l'outil d'analyse statistiques pendant les 6 premiers mois de 2025, les indicateurs mentionnés ci-après ont été revus par rapport à 2024. Alors que les 6 premiers mois ont donné lieu à une baisse de trafic, la seconde partie de l'année a permis de rattraper et dépasser, au final, le trafic enregistré fin 2024.

**1,3 M**
de visites**+7%**
/N-1

PROFIL DES VISITEURS DU SITE WEB

VISITEURS FRANÇAIS

**81%**
du trafic total**+13%**
/N-1

VISITEURS ÉTRANGERS

**19%**
du total
des visites**=**
/N-1

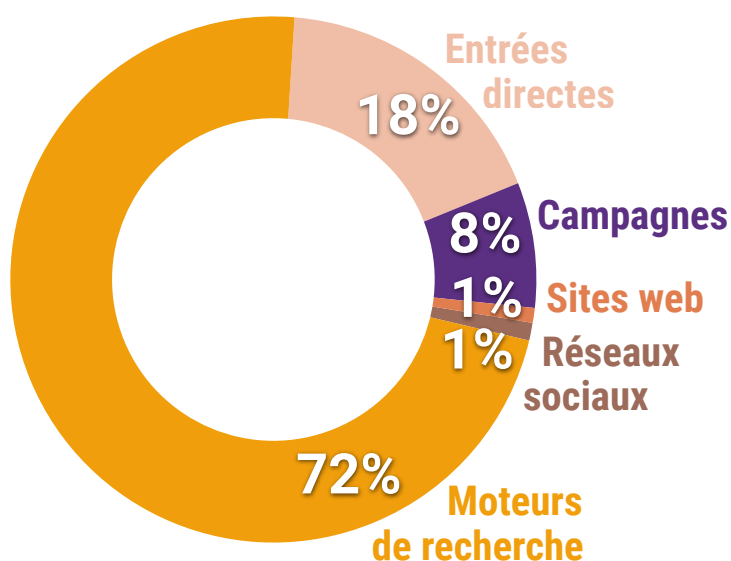
THÉMATIQUES LES PLUS VUES

TOP 5	PART DE TRAFIC
Fiches Apidae (base de données touristique)	52%
Découvrez la Drôme (villes et villages, produits du terroir...)	9%
Dépensez-vous (randonnée, vélo...)	9%
Préparez votre séjour (Agenda, hébergements...)	7%
Page d'accueil	6%

TOP 3

AUVERGNE-
RHÔNE-
ALPES**2^e**
positionILE-DE-
FRANCE**1^e**
positionRÉGION
HAUT DE
FRANCE**3^e**
position

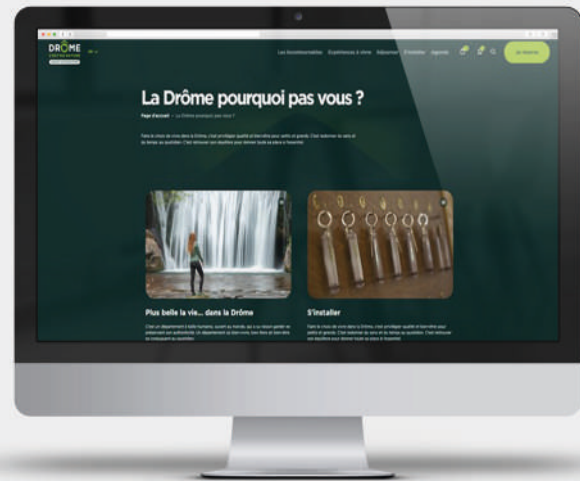
CANAUX D'ACCES AU SITE



CHANGEMENT DE NOM

Au-delà de sa conception, le site a changé de nom de domaine passant de **ladrometourisme.com** à **drome-cestmanature.com**.

Il a également évolué dans sa structure via des menus simplifiés permettant à l'internaute une navigation plus aisée tout en bénéficiant de contenus étoffés.



NOUVEAU SITE

TRAVAIL SUR LA CRÉATION D'UN NOUVEAU SITE, MIS EN LIGNE EN JANVIER 2025

L'agence a œuvré, de juin 2024 à janvier 2025, à l'évolution de son site internet en **écoconception** dont les spécificités sont les suivantes :

- Limitation d'éléments « lourds », et de l'utilisation de grandes images
- Pas d'affichage de moteur cartographie favorisant l'accès et le chargement au clic sur « voir la carte »
- Aucun visuel sur les éléments de type footer

ACCESSIBILITÉ À TOUS

Et en **accessibilité** à tous types de public grâce à un(e) :

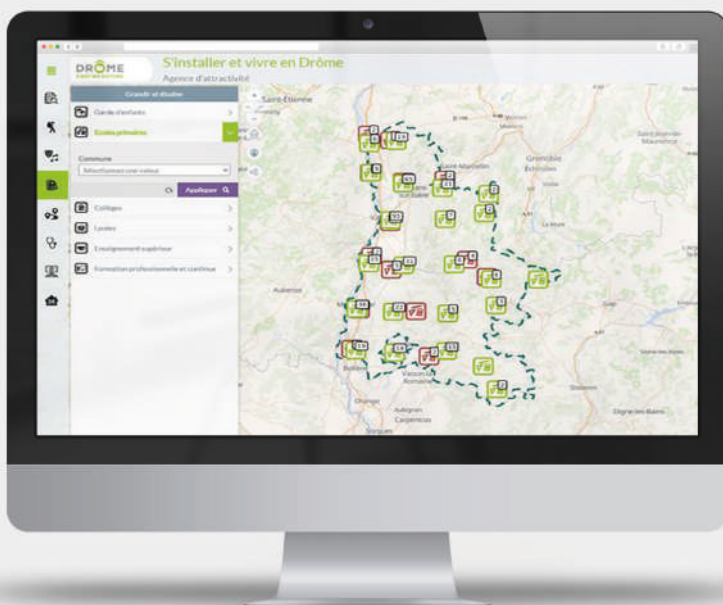
- Fond sombre pour favoriser les contrastes et la lisibilité des textes
- Ajustement de la typographie pour optimiser la lecture et des couleurs des textes pour un bon contraste avec le fond tout en respectant le code de marque Drôme C'est Ma Nature
- Mise en place de filtres et dégradés.



ZOOM SUR

Enrichissement de « la carte pour l'aide à l'installation dans la Drôme »

Nouvelles informations, nouveau design... Nouvelle version disponible dès le printemps 2025.



En 2025, l'agence a travaillé avec la DOSIN (Direction de l'Organisation, du Système d'Information et du Numérique Service Etudes et Développement) du Conseil Départemental sur une carte proposant des informations clés pour aider à l'installation de nouveaux arrivants : localisation des services publics, garderies, crèches, écoles, collèges, lycées..., comment se déplacer en Drôme, information sur les services de santé avec un lien vers la carte dédiée déployée par le Département.

CIBLE TRÈS SPÉCIFIQUE

S'agissant d'une cible très spécifique (nouveaux arrivants), cette carte a généré un trafic de

430

visites uniques

avec un temps de connexion de plus de 11 minutes.



CAMPAGNES DIGITALES

FRANCE

TV REPLAY M6 BREAK :
2 x 14 jours, janvier et mars

CAMPAGNE PROGRAMMATIQUE :
Fin janvier à fin février

CAMPAGNES SUR LES RESEAUX SOCIAUX
facebook et instagram
à l'année

CHILOWE

avec Inspiration Vercors et
Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
Printemps

VOYAGE PRIVÉ
avec des hôteliers-restaurateurs
Auvergne-Rhône-Alpes
Mars à juin

EUROPE

PROGRAMMATIQUE GOOGLE MAX 360° SUR LES MARCHÉS PRIORITAIRES (BELGIQUE, SUISSE, PAYS-BAS, ALLEMAGNE)
fin janvier à fin février

SITE ATOUT FRANCE PAYS-BAS

nl.france.fr
Des dizaines d'offres référencées et mises en avant via une newsletter dédiée
toute l'année

CAMPAGNE EUROPE

avec la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air et Auvergne Rhône-Alpes Tourisme
printemps

CAMPAGNES RÉSEAUX SOCIAUX EN EUROPE

(marchés prioritaires)
Fin janvier à mi-février



NEWSLETTER GRAND PUBLIC

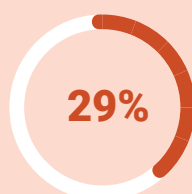
mettant en avant les offres de la destination Drôme et la place de marché



10
newsletters



150 000
destinataires

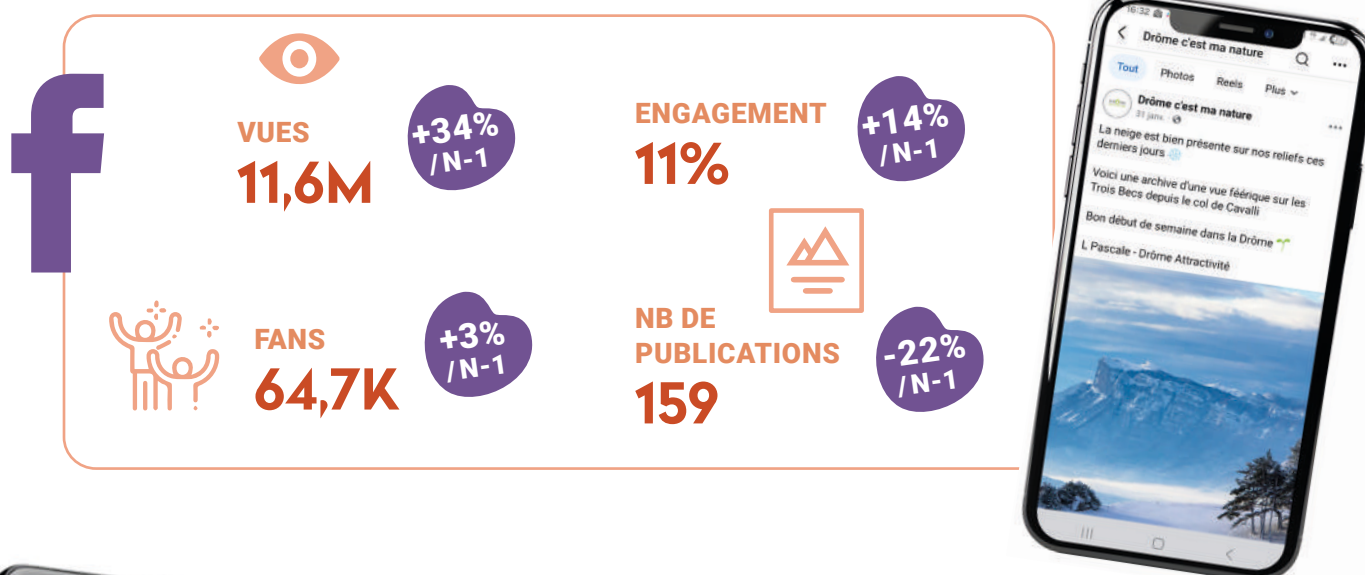


Taux d'ouverture

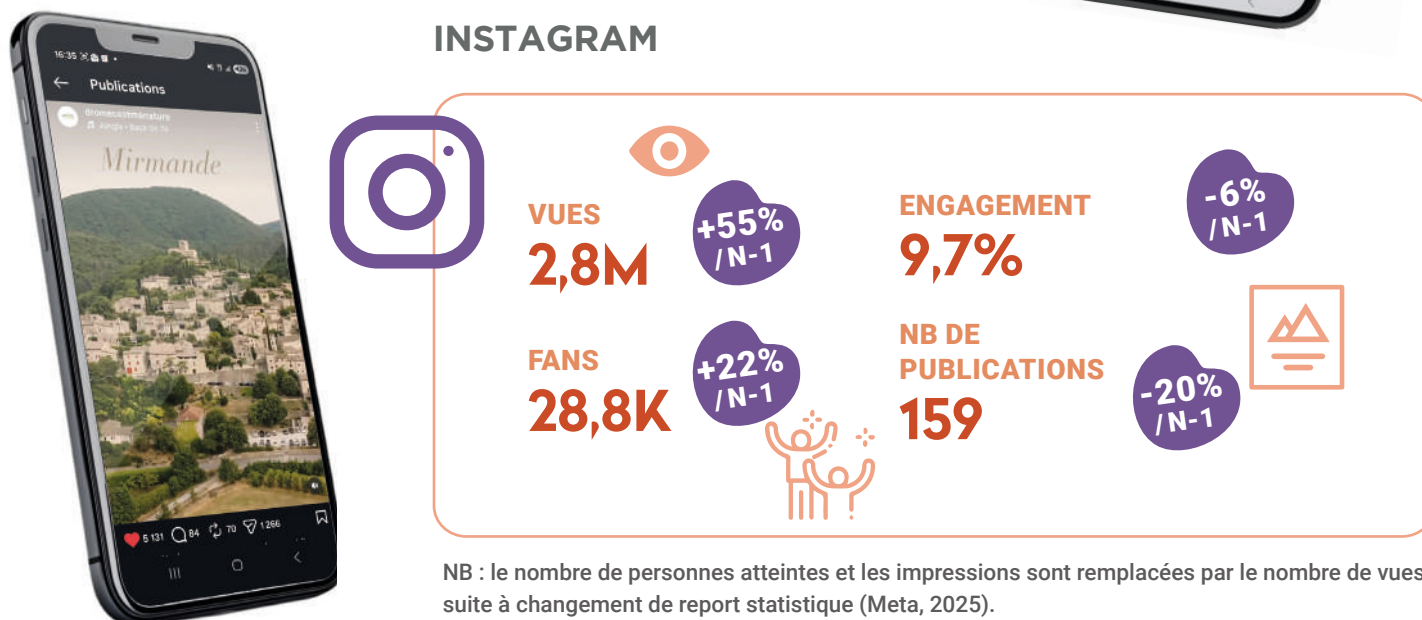


RÉSEAUX SOCIAUX - GRAND PUBLIC

FACEBOOK

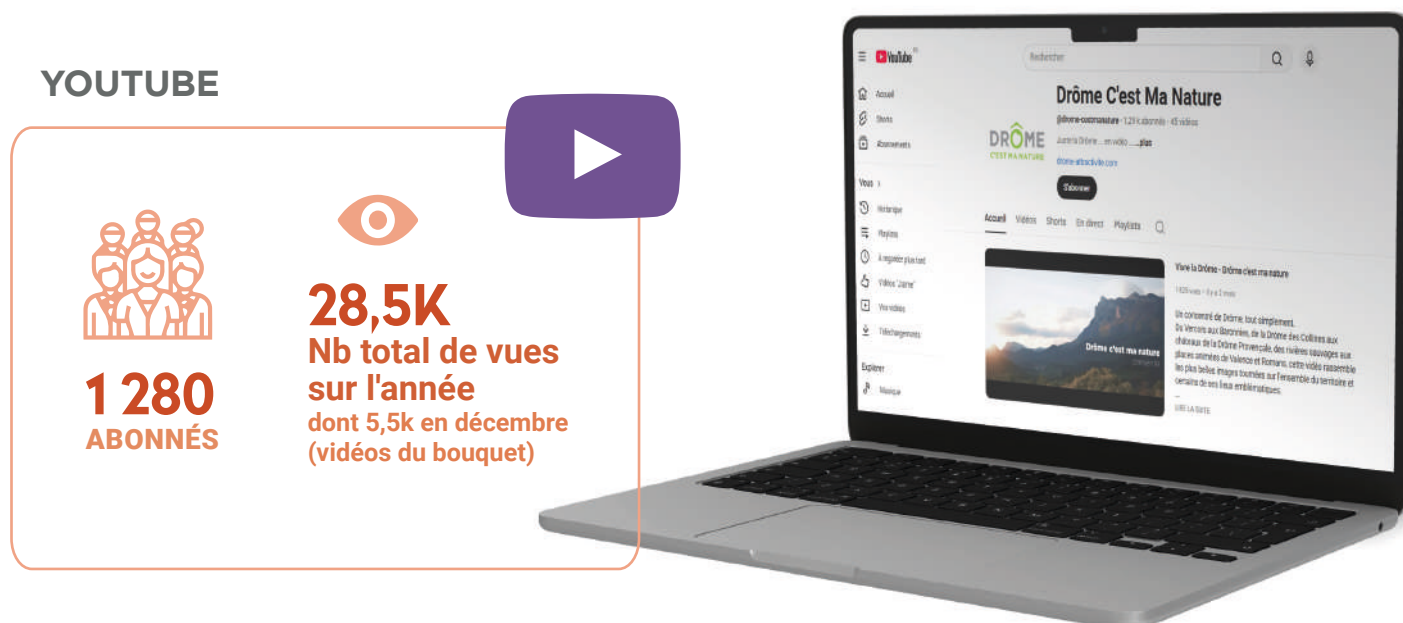


INSTAGRAM



NB : le nombre de personnes atteintes et les impressions sont remplacées par le nombre de vues suite à changement de report statistique (Meta, 2025).

YOUTUBE



CRÉATION D'UN BOUQUET DE 8 VIDÉOS TOURISME ET ATTRACTIVITÉ

L'Agence a rédigé un cahier des charges et consulté 5 agences de communication en vue de la création d'un bouquet vidéos

6

**vidéos valorisant
les atouts**

touristiques des territoires infras

1

vidéo touristique
de portée départementale

1

**vidéo mettant
en avant l'attractivité**

via des interviews avec des
Ambassadeurs Drôme C'est Ma Nature.

CALENDRIER

Un jury composé de représentants des Offices de Tourisme, du Conseil d'Administration de l'Agence et de membres de l'équipe de cette dernière a sélectionné une agence fin décembre 2024 en vue du tournage et des productions de vidéos livrées fin 2025. La présentation officielle du bouquet vidéos s'est déroulée le 11 décembre 2025 au Conseil Départemental en présence d'environ 150 personnes.



Enrichir les sites internet, les campagnes digitales

Ces vidéos ont été relayées par l'Agence, les Offices de Tourisme et les Ambassadeurs permettant d'enrichir les sites internet, les campagnes digitales de l'Agence et celles de ses partenaires ainsi que d'accroître la visibilité de la Drôme.

LA DATA

APIDAE

Base de données alimentant en grande partie le site internet et les sites d'autres membres diffuseurs

(Offices de Tourisme, Agence Régionale du Tourisme) ainsi que la plateforme de Gestion de la Relation Clients (Avizi) pour les contacts professionnels.



20 000

fiches publiées

dans l'année via ce
système d'information
touristique contribuant à
alimenter le site internet
de l'Agence.

Nouveautés 2025

SPORTS DE NATURE

enrichissement de la passerelle entre la base de données du Conseil Départemental et Apidae (via Cirkwi) par de nouvelles informations (précision balisage et durée en jour).

Un travail de valorisation a ensuite été effectué. Ces données sont aujourd'hui diffusées sur : <https://www.laregionduvelo.fr/> mais aussi récemment sur Geotrek en tant que hub de données pour permettre la remontée sur d'autres sites internet dédiés à la pratique Outdoor tel que <https://www.visorando.com> (travail en phase de finalisation).



2026, ANNÉE SÉVIGNÉ

sur le site internet, intégration d'un formulaire de suggestion d'événements relié à Apidae et diffusion des événements via un widget Apidae.



AVIZI

Nouveautés 2025

- * Création d'un club utilisateurs drômois ;
- * Evolutions de la passerelle entre Apidae et Avizi permettant un ciblage plus fin et une maîtrise de chaque membre quant à la diffusion des données.



RAPPORT FINANCIER

BILANS ET COMPTES DE RESULTATS

2025

ACTIF 889 857 € **PASSIF** 889 857 €

IMMOBILISATIONS
CRÉANCES CLIENTS
AUTRES CRÉANCES

11 075 €
5 095 €
45 556 €

CAPITAUX PROPRES

275 384 €

PROVISIONS

209 506 €

TRÉSORERIE

828 131 €

DETTES FOURNISSEURS

225 152 €

AUTRES DETTES

179 815 €

FONDS DE ROULEMENT
473 815 €

EXCÉDENT EN F.R.
354 316 €

TRÉSORERIE
828 131 €

2024

ACTIF 966 640 € **PASSIF** 966 640 €

IMMOBILISATIONS
CRÉANCES CLIENTS
AUTRES CRÉANCES

17 058 €
4 124 €
34 709 €

CAPITAUX PROPRES

271 901 €

PROVISIONS

194 506 €

TRÉSORERIE

910 749 €

DETTES FOURNISSEURS

307 258 €

AUTRES DETTES

192 975 €

FONDS DE ROULEMENT
449 349 €

EXCÉDENT EN F.R.
461 400 €

TRÉSORERIE
910 749 €

SYNTHÈSE DES PRODUITS

	2025	2024	ÉVOLUTION
Ventes de prestations	80 054	80 827	-1%
Subvention Départementale	1 901 110	1 910 616	0%
Subventions (ADEME, Etat)	11 875	47 643	-75%
Reprise de Provision	0	20 000	NS*
Autres produits	13 194	16 210	-19%
Total	2 006 233	2 075 296	-3%

NS* = Non Significatif

Copyrights : Chadam Communication, F.BLAVOUX- Apidae tourisme, L.Combrie, C.Rives, C.Monnet - CD26, A.Jaubert - CD26, Anna-Ivanova, Fotolia - Adobe Stock, M.Carcel - Foehn Photographie. Et pour Drôme Attractivité : L.Pascale, JB.Fabry, S.Lopez, E.Bolomey, F.Alazard, N.Pelurson, B.Balay, M.Theunis, B.Séguret, M.Marullaz, et D.Lamare

SYNTHÈSE DES CHARGES

Synthèse des charges	2025	2024	EVOLUTION
Charges de fonctionnement	883 040	920 583	-4%
Impôts et taxes	58 190	62 133	-6%
Charges de personnel (net de reprise de provisions)	1 037 849	1 060 257	-2%
Dotations aux amortissements	8 671	8 789	-1%
Dotations aux provisions	15 000	15 000	0%
Autres charges d'exploitation	0	686	NS*
Charges diverses	0	185	NS*
Total	2 002 750	2 067 633	-3%

DRÔME

C'EST MA NATURE

AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

Nous suivre, nous rejoindre

drome-cestmanature.com
pro.drome-cestmanature.com

contact@drome-cestmanature.com

