



Résolution n°2

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025



L'essentiel de l'année

LE HAUT-DOUBS

Bilan touristique 2025



carte d'identité

73

communes



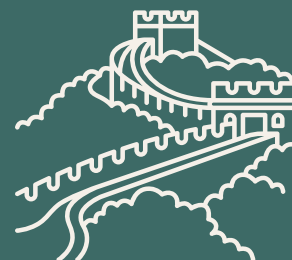
65 000

habitants



+ 600

structures
touristiques



+ 1 400

commerces



+ 1 100

emplois
touristiques



Un territoire **identitaire**,
Une offre **riche, diversifiée** et **complémentaire en toutes saisons**

OFFRE D'HÉBERGEMENTS

960
hébergements
marchands

+5%



10 212
lits marchands

30% de l'offre
du Doubs

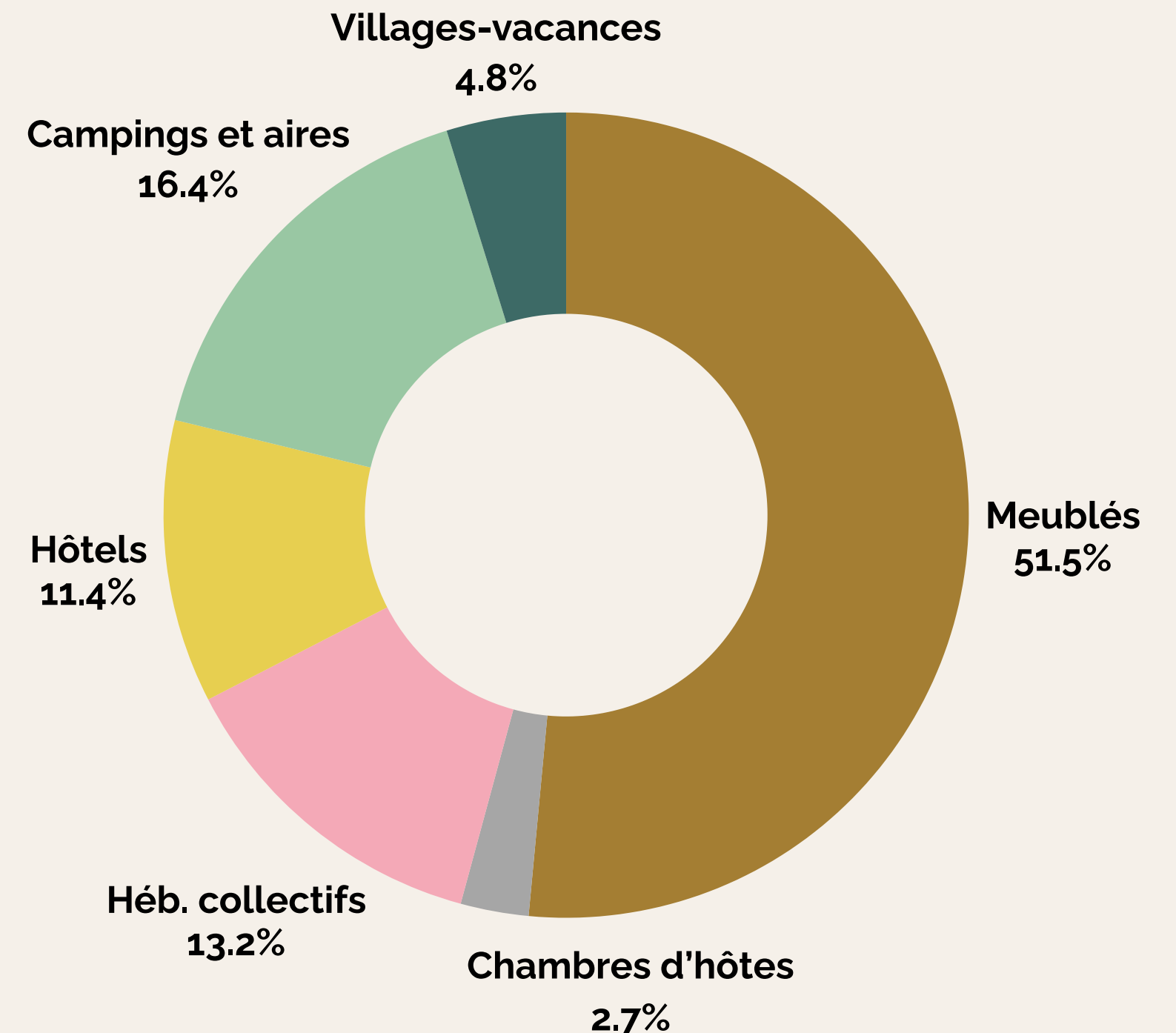
5 249
résidences
secondaires



26 245
lits non-marchands

Répartition des hébergements

En nombre de lits touristiques



nuitées touristiques

stable

2,7 M
nuitées



600 K

nuitées marchandes
déclarées

2,1 M

nuitées non-
marchandes

75 %

nuitées françaises

Top 3 :

Jura - Côte d'Or - Rhône

25 %

nuitées étrangères

Top 3 :

Suisse - Allemagne - Belgique



Dépense moyenne par jour et par personne :

Nuitée marchande : 111 €

Nuitée non-marchande : 57 €



Durée moyenne de séjour : 2,56 jours



Pic de fréquentation : Août

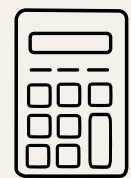


26 % des réservations via les **plateformes en ligne**

excursionnistes

stable

5,4 M
excursionnistes



Moyenne journalière :
près de 15 000 excursionnistes



Pic de fréquentation : Août

67 %

excursions françaises

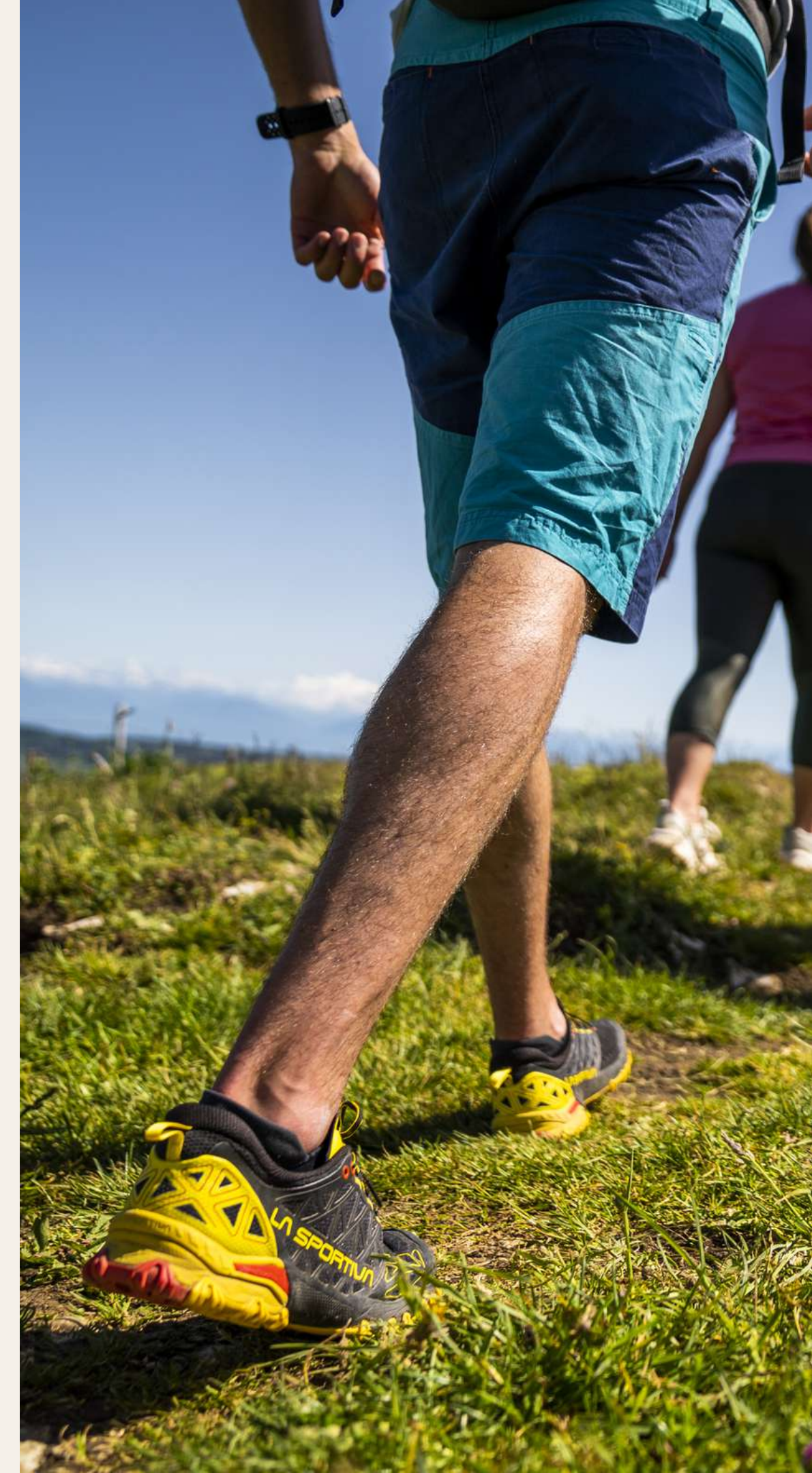
Top 3 :

Jura - Haute-Saône - Côte d'Or

34 %

excursions étrangères

Suisse : 85 %



retombées économiques du tourisme

Nuitées marchandes

65 M €

retombées économiques

111 € de dépense moyenne
par jour et par personne

Nuitées non-marchandes

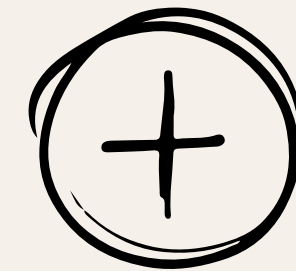
120 M €

retombées économiques

57 € de dépense moyenne
par jour et par personne

185 M €

retombées économiques

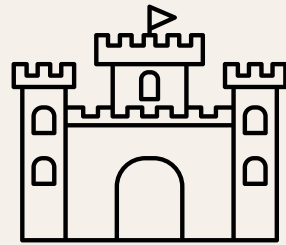


562 772 €

recettes taxe de séjour

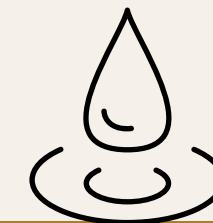
+8%

COP 5 DES SITES LES PLUS VISITÉS



Sites de visites et de loisirs

- 1 Aqua2Lacs**
82 000 visiteurs
- 2 Château de Joux**
64 000 visiteurs **+15%**
- 3 Parc Polaire**
47 000 visiteurs **+36%**
- 4 Métabief Aventures**
43 000 visiteurs
- 5 Fort Saint-Antoine**
37 000 visiteurs



Sites naturels

- 1 Source de la Loue**
148 000 visiteurs **+13%**
- 2 Mont d'Or**
102 000 visiteurs
- 3 Source du Doubs**
71 000 visiteurs
- 4 RNR des Tourbières de Frasne-Bouverans**
28 000 visiteurs
- 5 Lac de Bouverans**
19 000 visiteurs

L'OFFICE DE TOURISME DU PAYS DU HAUT-DOUBS

En un coup d'oeil !



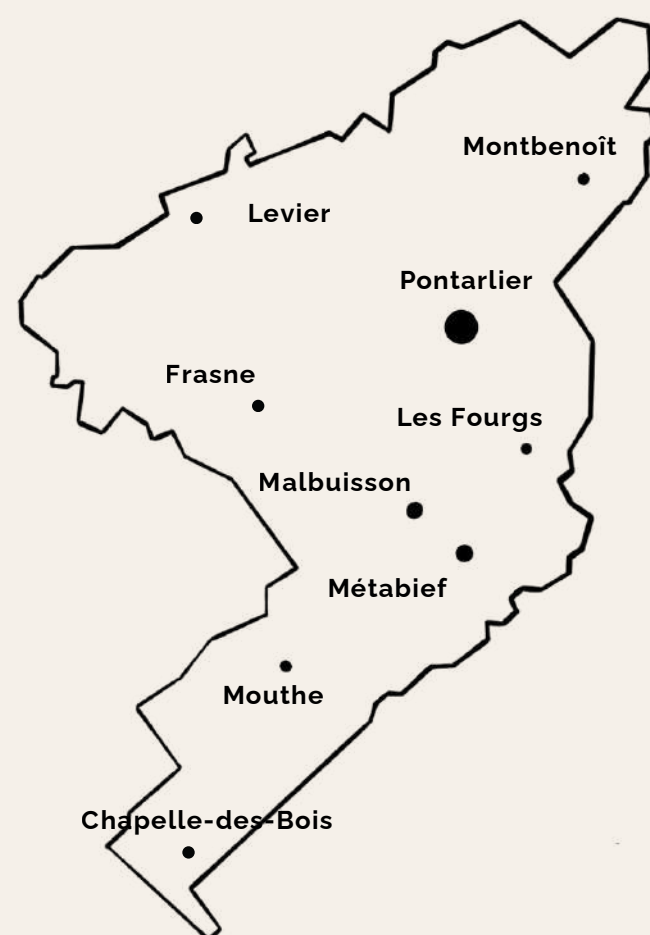
un périmètre et une compétence

Un Office de Tourisme de destination

Une gouvernance associative

Une compétence et des missions

Périmètre de compétence :
les 5 Communautés de Communes
du Haut-Doubs



Conseil d'Administration 27 membres

(9 élus, 14 professionnels,
4 membres de droit)

Bureau

6 membres

(3 élus, 3 professionnels)

La gouvernance définit les orientations
stratégiques, valide le plan d'actions,
arrête les comptes.

Compétence

"Promotion du tourisme"
par délégation des 5 CC

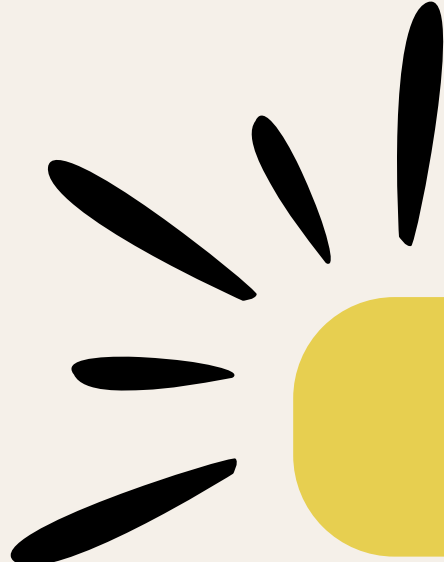
Missions

Accueil & information
Promotion de la destination
Mise en réseau des acteurs

Commercialisation de l'offre
Observation
Animation - Guidage

UN OUTIL AU SERVICE DU TERRITOIRE

“Faire connaître, faire venir, faire consommer,
faire coopérer et faire grandir le territoire”



Un outil de **promotion**
et de **rayonnement**

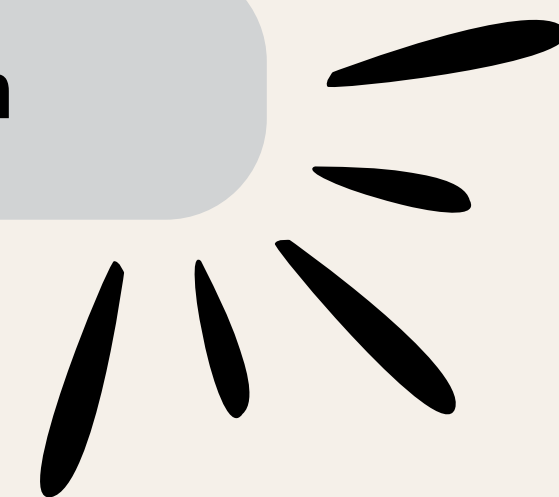
Un outil d'**attractivité**

Un outil d'**accueil** et
d'**expérience client**

Un outil d'**accompagnement**
des **acteurs**

Un outil de **développement**
économique et territorial

Un outil de **coopération**



une équipe engagée

4

pôles de
compétences



Direction
Fonctions supports



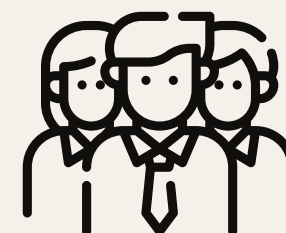
Accueil - Information
Qualité



Promotion
Communication



Commercialisation
Partenariats



Equipe permanente

dont 2 CDI intermittent
pour la saison hiver et
1 mise à disposition

+



1 apprenti
en alternance

+



2 saisonniers
en été

15

ETP

(pour 17 personnes)



une appartenance à un réseau fédéré

A l'échelle
nationale



A l'échelle du
Massif du Jura



Marque de
destination

A l'échelle
régionale



A l'échelle
départementale

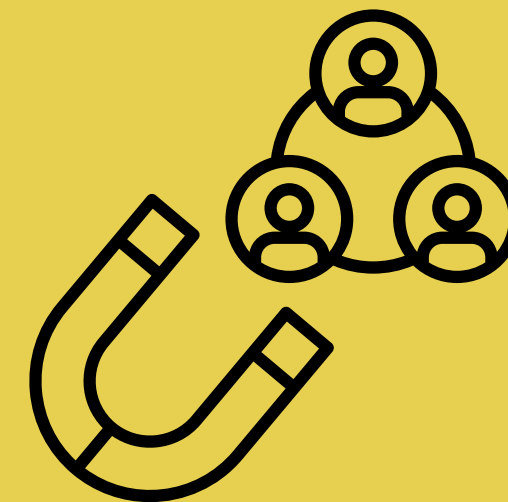


Relai Territorial
du Doubs

une ambition partagée au service du territoire

Attirer – Accueillir – Commercialiser
Rassembler – Développer





Le rôle de l'OTPHD :

- Faire connaître la destination et susciter l'envie
- Contribuer directement au rayonnement du Haut-Doubs

Objectif : démarquer la destination et accroître sa notoriété

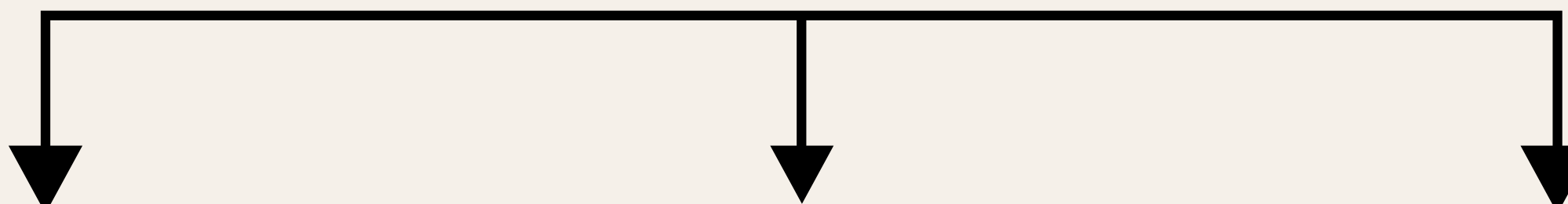
Impact : une destination plus visible et plus attractive, en toutes saisons

Les actions 2025



attirer

Les leviers d'actions de l'Office de Tourisme



Web

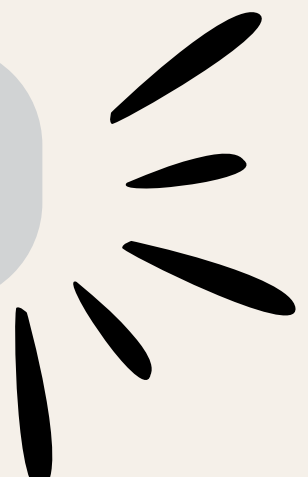
Réseaux sociaux

Newsletters

Editions print

**Opérations de
promotion externes**

Relations presse



attirer

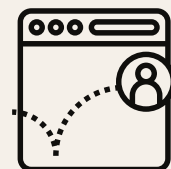
www.destination-haut-doubs.com

Web



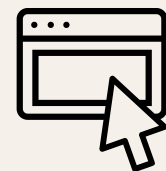
960 000
sessions

+35%



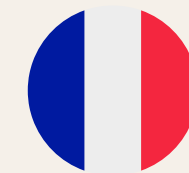
745 000
utilisateurs

+42%



1 713 000
pages vues

+14%



85 %



15 %



68 %



54 %



des pages
consultées

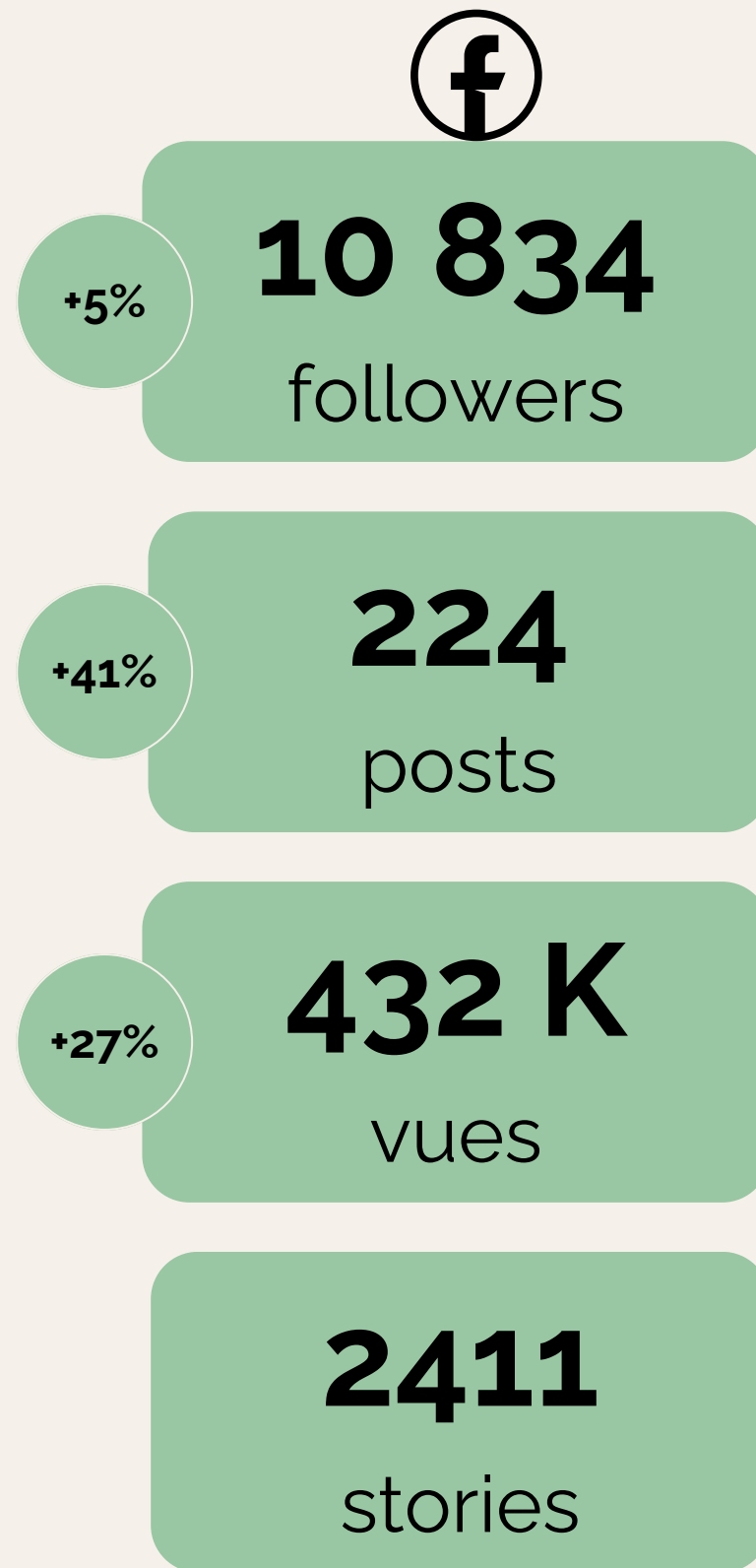
- 1** : Réservation
- 2** : Homepage
- 3** : Webcams
- 4** : Métabief
- 5** : Infos pistes

Réseaux sociaux

(grand public et professionnel)

attirer

Top audience :
premières neiges !



Premier calendrier de l'Avent !

- 29 partenaires engagés
- + de 2 000 € de dotations
- Une excellente audience

Newsletters

Cible :
grand public

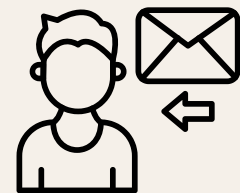


attirer

Contenu informatif et de séduction



15
newsletters



8 500
destinataires



27 %
taux d'ouverture



Editions print

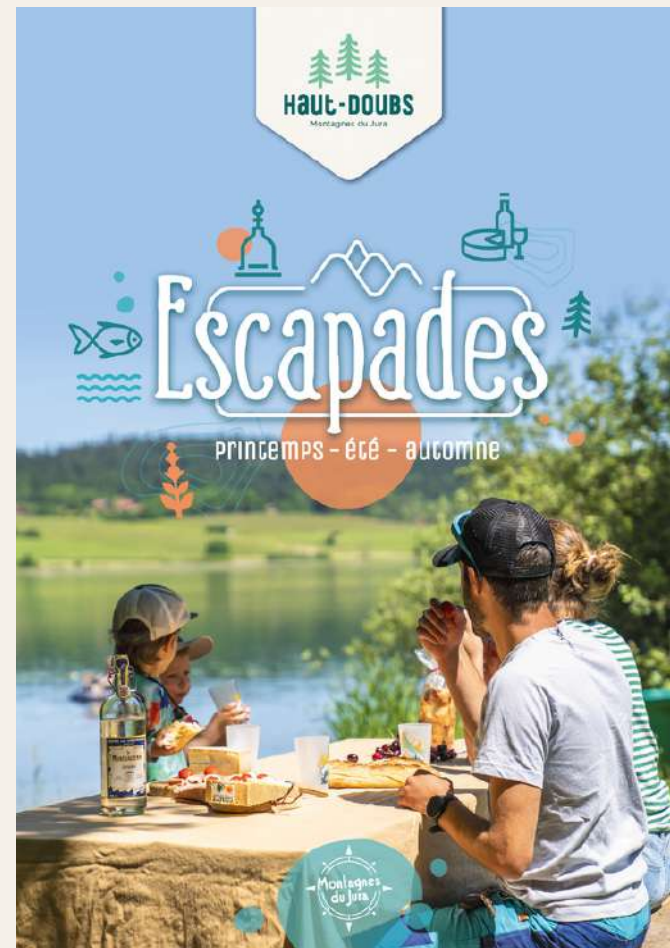
Le condensé de
l'offre touristique
du Haut-Doubs



attirer

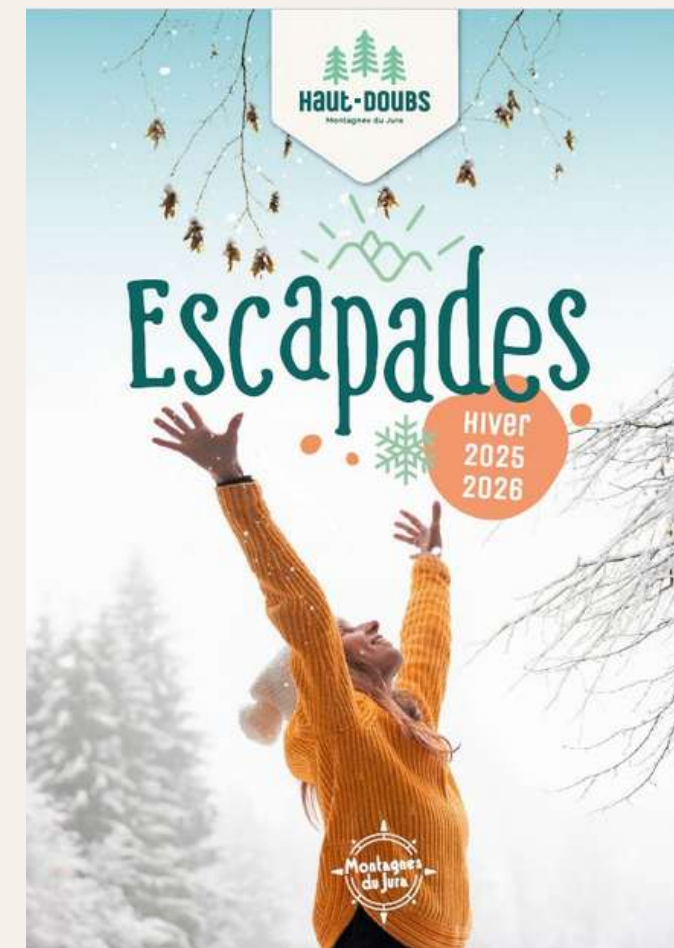


+ plans, cartes
touristiques,
brochures
hébergements...



Printemps - Eté - Automne 2025

- 84 pages
- 8 000 exemplaires



Hiver 2025-2026

- 68 pages
- 5 000 exemplaires



Evolution vers une
édition unique 4 saisons
dès 2027 !

Opérations de promotion externes



attirer

Mars

Oenogourmandes (71 - Tournus)
Restaurant d'entreprise (38 - Isère)

Juin

Festival Grandes Heures Nature (25 - Besançon)

Juillet

Site de Consolation (25 - Consolation-Maisonnettes)

Sept

Week-end Gourmand du Chat Perché (39 - Dole)

Oct

Roc d'Azur (83 - Fréjus)

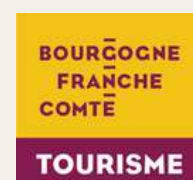
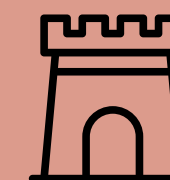
Déc

Marché de Noël (71 - Tournus)

Cible :

Marché de
proximité

Thématiques :



Relations presse



Rôle de l'OTPHD :

- Interviews
- Programmes des accueils presse
- Accompagnement des journalistes sur le terrain

58

contacts presse

Presse écrite, radio,
TV, blog, web

Presse locale, nationale
et internationale

3

dossiers de presse

Printemps - été, automne-
hiver, nouveautés

+ Envoi de communiqués
de presse toute l'année

attirer

Temps forts

2025

Quelques médias :

Camping-car magazine, ARD (TV allemande), RTBF (radio belge), Les Echos, France Inter, France secrète à vélo, Météo à la carte, Esprit d'ici, Autoroute Info, Esprit Comtois...

Grands moments 2025 :

- **Tour de France** (juillet 2025)
- **Route de l'Absinthe à pied** (septembre 2025)
Blog néerlandais sur la randonnée : Reizen & Reistips.
- **Ultra Trail des Montagnes du Jura** (octobre 2025)
Magazine de sport : The Outdoors





accueillir



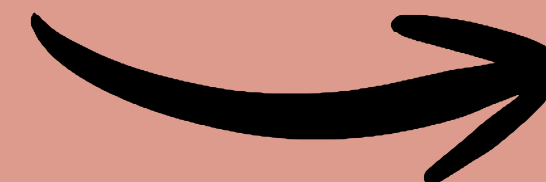
Le rôle de l'OTPHD :

- Offrir une expérience client personnalisée
- Garantir un accueil de qualité

Objectif : informer, conseiller et orienter les visiteurs

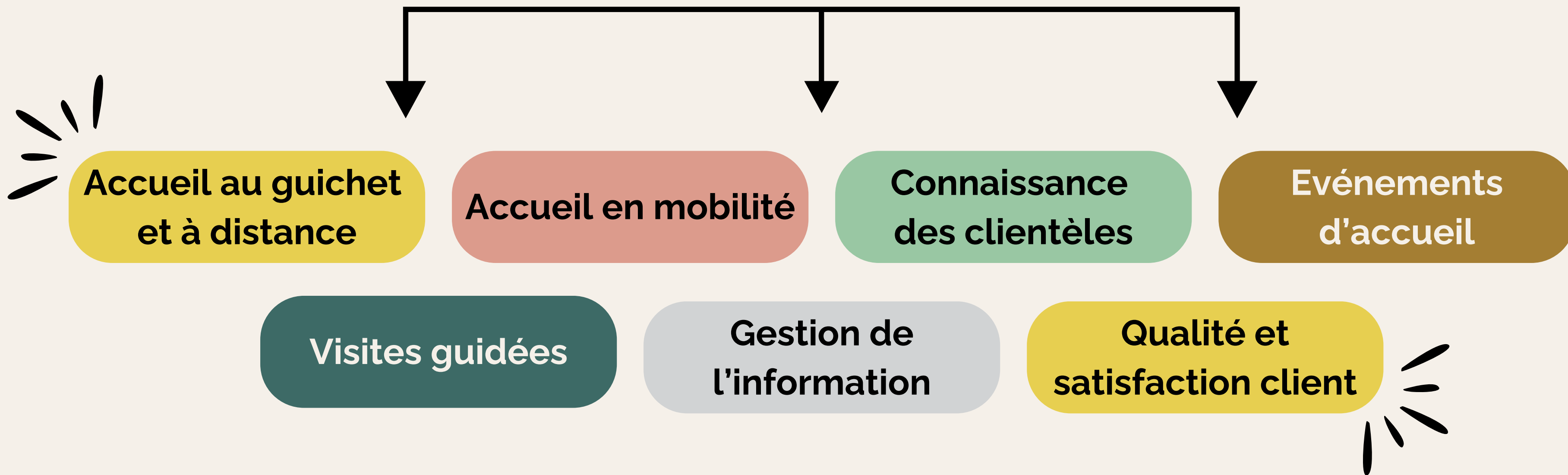
Impact : satisfaction client et fidélisation

Les actions 2025



accueillir

Les leviers d'actions de l'Office de Tourisme



Accueil au guichet et à distance



6

bureaux d'accueil



1

accueil mobile

Collaboration avec



3

points info

accueillir

Un Office de Tourisme au service :

- des **touristes**,
- des **excursionnistes**
- mais aussi des **habitants**



33 %

de contacts locaux lissés sur l'année



Accueil au guichet et à distance



accueillir



309,5
jours d'ouverture



51 755
visiteurs guichet

+5%



25 471
contacts guichet

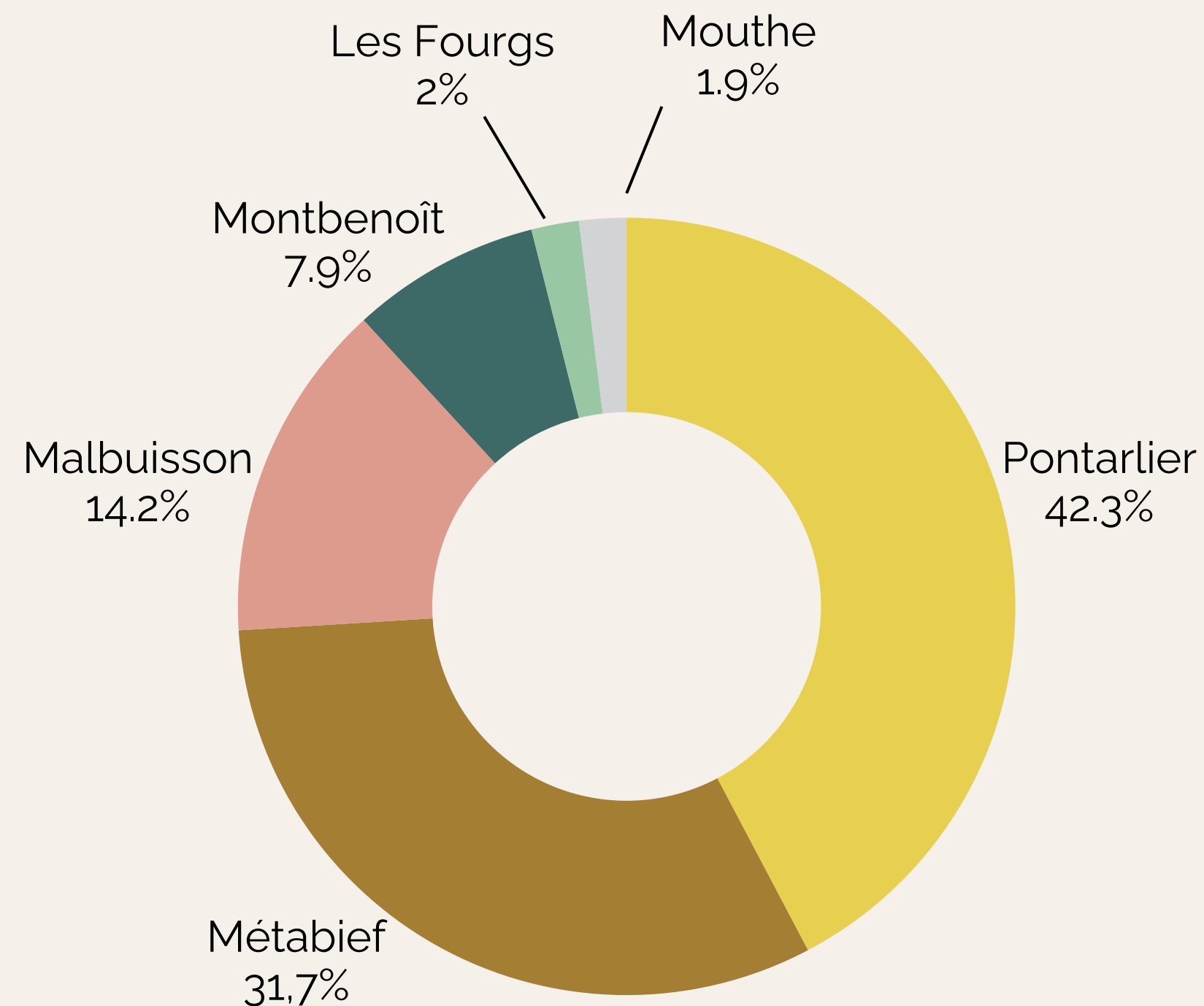
+5%



9 030
contacts à distance

+2%

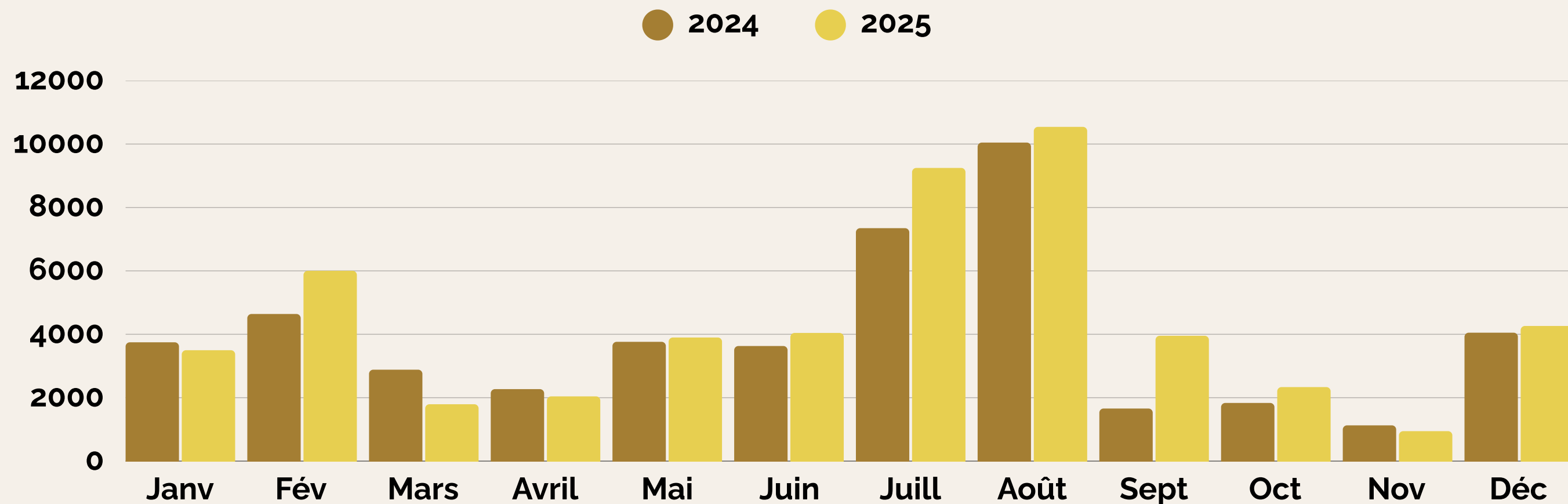
Répartition des visiteurs par bureau



Accueil au
guichet et
à distance



accueillir



Principales tendances 2025 :

- **Vacances d'hiver** : nette hausse de la fréquentation sur le bureau de Métabief (préservation de l'enneigement, production de neige de culture).
- **Mois de mai, juin, septembre et octobre** : belles avant et arrière saisons.
- **Été** : impact positif du Tour de France sur la fréquentation touristique du mois de juillet (surreprésentation de la clientèle étrangère), forte augmentation des courts séjours en juillet et en août.

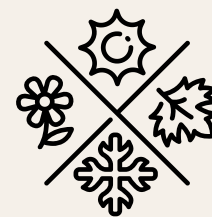
Accueil en mobilité



accueillir



33
déplacements



**En toutes
saisons**



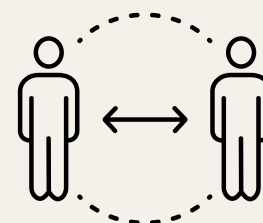
860
visiteurs



**Sur le territoire
et en-dehors**



556
renseignements



**Au plus proche
des clients**

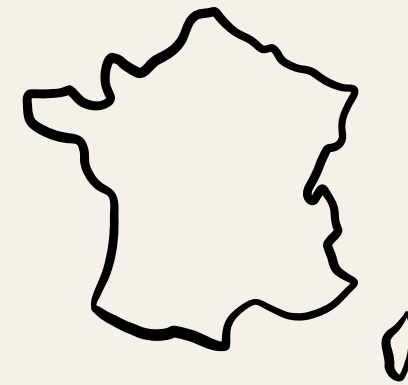


Connaissance des clientèles



accueillir

Provenance des clientèles



90%

- 1 BFC
- 2 Grand Est
- 3 Ile-de-France
- 4 Auvergne-RA
- 5 Haut-de-France



10%

- 1 Suisse
- 2 Belgique
- 3 Allemagne
- 4 Pays-Bas
- 5 Royaume-Uni

Demandes clients

Au guichet



A distance



Clientèles principales :
familles et couples
sans enfants

**40% des clients
ont effectué un
acte d'achat**

Événements d'accueil



accueillir

En hiver :

- Pots et matinées d'accueil

22

dates

6

lieux

975

participants

+27%

En été :

- Rencontres Estivales
- Matinées gourmandes
- Pots d'accueil

• NEW

7

dates

17

partenaires

110

participants



accueillir

Visites guidées

Groupes et
individuels



Fort Saint-Antoine

Visites guidées par l'OTPHD :

400 visites pour individuels

57 visites groupes



Ville de Pontarlier

8 visites pour individuels

8 visites groupes



Abbaye de Montbenoît

6 visites nocturnes



Gestion de l'information



VEILLE
GESTION
SAISIE
DIFFUSION

Un seul
outil régional

déçibelles^{data}
plus de résonance pour nos destinations

accueillir

Un travail de fourmi au quotidien pour garantir une information **fiable, actualisée** et **vérifiée** :

- Offre touristique
- Informations pratiques
- Événements
- Informations chaudes...

Une saisie **unique** pour une diffusion **multicanal**

3 681

fiches saisies en 2025

accueillir

Labels qualité



Satisfaction client

7

pages Google
My Business

56

avis déposés
en 2025

4,5/5

note moyenne des avis

OFFICE DE TOURISME
CLASSÉ CATÉGORIE I



Qualité et
satisfaction
client





commercialiser



Le rôle de l'OTPHD :

- Faciliter l'accès à l'offre et impulser la consommation touristique sur le territoire
- Agir comme apporteur d'affaires pour les acteurs locaux
- Contribuer à générer des retombées économiques directes

Objectif : permettre aux visiteurs de réserver, consommer et vivre le Haut-Doubs

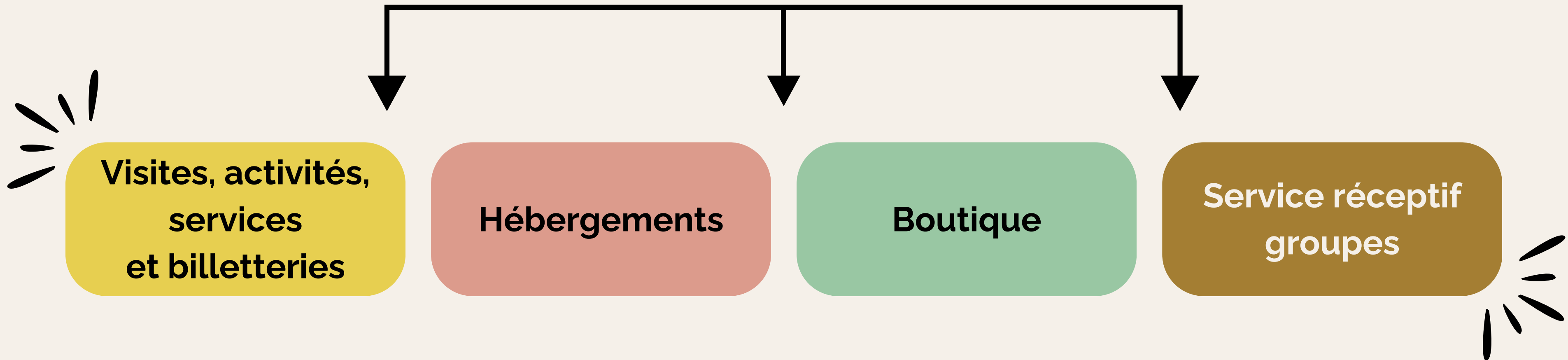
Impact : du chiffre d'affaires pour le territoire

Les actions 2025



commercialiser

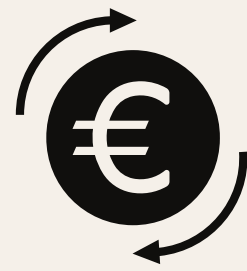
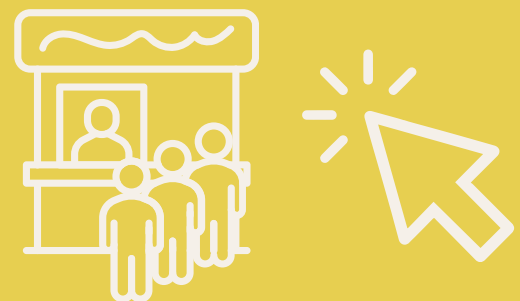
Les leviers d'actions de l'Office de Tourisme



commercialiser

Visites,
activités,
services et
billetteries

Au guichet
et en ligne



Volume d'affaires

+14%

1 023 357 €



Bénéfice pour l'OTPHD

+15%

117 968 €



Panier moyen

+2%

37,69 €



commercialiser

Lancement de la commercialisation
des hébergements au printemps 2025

Hébergements

Meublés
de tourisme



Phase de test avec
31 meublés de tourisme
disponibles à la vente en ligne



Mise en place du cross-selling

Déploiement en 2026 avec **53 meublés de tourisme** à la vente :

- collaboration avec une conciergerie
- perspectives de collaboration avec les agences immobilières



commercialiser



Articles vendus

3 783



Bénéfice pour l'OTPHD

15 707 €



Panier moyen

7,65 €

Meilleures ventes :

- Cartes de randonnées pédestres et VTT
- Cartes postales et affiches 4 saisons

Boutique

Vitrine de
l'identité locale

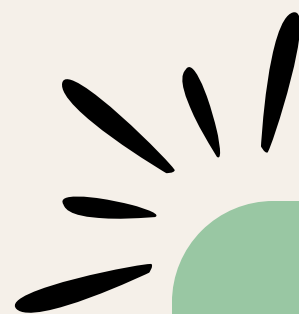


**Elargissement et diversification de
la boutique en 2026-2027**

Service
réceptif
groupes



commercialiser



Vente d'excursions et de séjours
sur mesure pour les groupes

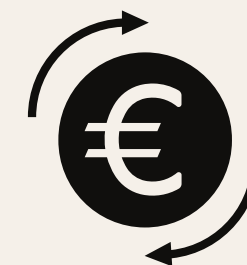
Partenariat commercial avec
Doubs Tourisme pour la vente
de séjours individuels

Partenariat commercial avec
Xavier Thévenard pour la
commercialisation de stages trail



Contrats

62



Volume d'affaires

60 166 €



Bénéfice pour l'OTPHD

9 179 €



Montant reversé aux
prestataires : 50 987 €

NEW

Lancement du
Pass Méta', offre de
séjour packagée





Le rôle de l'OTPHD :

- Coordonner, mobiliser, fédérer et accompagner
- Favoriser les échanges et les partenariats
- Être un centre de ressources pour les acteurs locaux

Objectif : créer une dynamique collective et encourager le “travailler ensemble”

Impact : une destination plus cohérente, plus collaborative et plus performante

Les actions 2025



rassembler

Les leviers d'actions de l'Office de Tourisme



Réseau de
partenaires

Communication
professionnelle

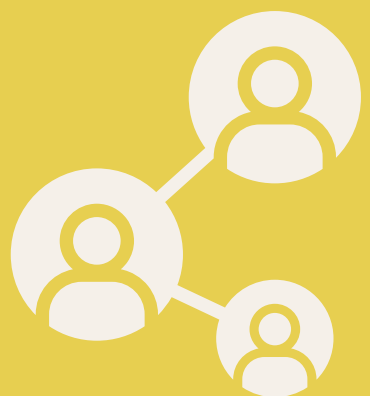
Présence sur
le terrain

Événements
professionnels

Accompagnement
ciblé



Réseau de partenaires



387
partenaires

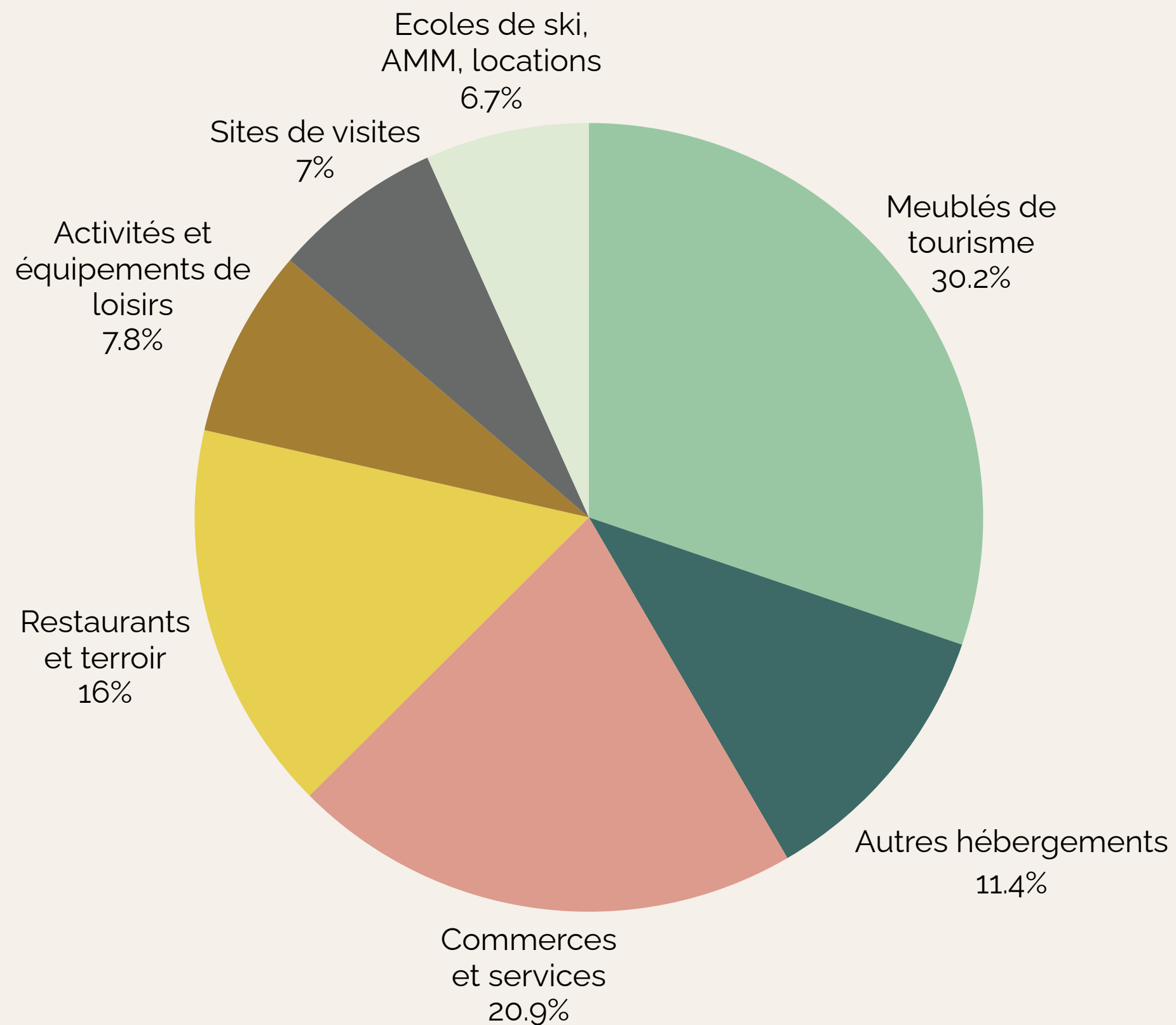
526
structures

76 502 €
partenariats
dont adhésions

16 228 €
services +

92 730 €
total

rassembler



rassembler

+42%

34

newsletters pro

- 460 destinataires
- Taux moyen d'ouverture : 60%

Contenu : actualités du territoire, actions de l'OTPHD, informations pratiques, événements pro...

1

Guide du Partenaire

- Calendrier des événements :
fil conducteur de l'année

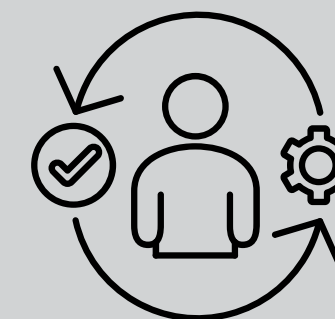
1

Espace Partenaires

- Ressources disponibles à tout
moment sur le site web de
l'OTPHD



**Adaptation de la
communication
pro depuis début
2026**



+ lisible
+ ciblée
+ performante

Communication
professionnelle



Présence sur le terrain



rassembler



76

rendez-vous
sur le terrain

Echanges personnalisés et
ciblés selon les besoins



6

éduc'tours chez
les partenaires

- Visites et découvertes
- Tests d'activités

2

tournées de diffusion
de documentation

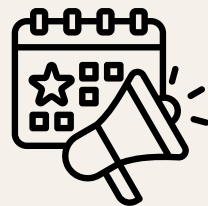
- A chaque début de saison
- 140 points de diffusion



Événements professionnels



rassembler



2

lancements de saison

- **Eté - 12 juin**
 - Bateau du Lac Saint-Point
- **Hiver - 11 décembre**
 - Fort Saint-Antoine

Entre 50 et 100 participants



Découvrir un site emblématique, partager les actualités



2

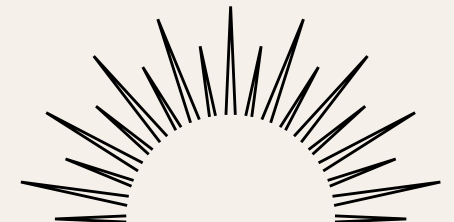
éduc'tours pros

- **26 juin**
 - Secteurs Chapelle-des-Bois, Mouthe, Mont d'Or, Lac Saint-Point
- **06 novembre**
 - Secteurs Frasné-Drugeon, Montbenoît

Entre 10 et 25 participants



(Re)découvrir son territoire pour mieux le conseiller à ses clients



1

événement terroir

- **10 septembre**
 - Petit-déjeuner convivial : dégustation des premiers Mont d'Or au lever du jour !
 - En partenariat avec le Syndicat Interprofessionnel du Mont d'Or

Environ 80 participants



Marquer la sortie officielle du Mont d'Or

Accompagnement ciblé



rassembler



3

ateliers pros

- **24 mars**
 - Réseaux sociaux
- **23 octobre**
 - Commercialisation des meublés de tourisme
- **18 novembre**
 - Fiscalité des meublés de tourisme

Environ 50 participants



Conseiller et
accompagner

Nouveauté 2026 :

Accompagnement du personnel d'accueil des hébergements à la connaissance de l'offre touristique





Les éduc'tours pro en images...





Les lancements de
saison en images...





DÉVELOPPER



Le rôle de l'OTPHD :

- Contribuer à la construction de la destination de demain
- Participer à l'évolution et à la structuration de l'offre touristique
- Être un acteur-clé du développement du territoire

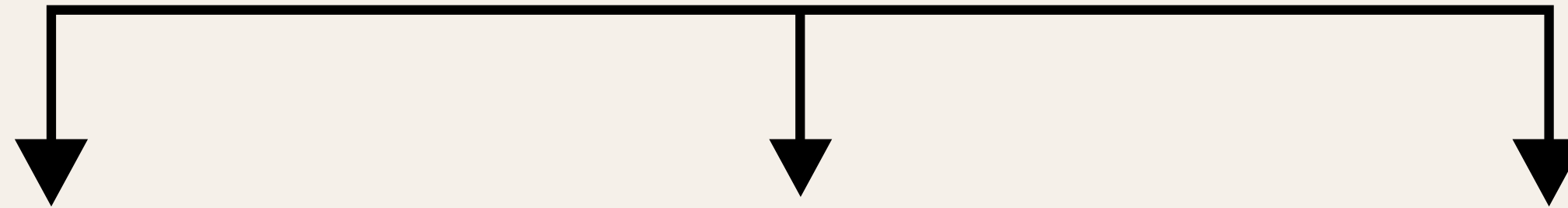
Objectif : préparer l'avenir

Impact : une destination qui anticipe les évolutions et renforce durablement son attractivité



DÉVELOPPER

Les leviers d'actions de l'Office de Tourisme



Observer l'activité

**Contribuer à
l'ingénierie
touristique**

**Accompagner les
porteurs de projets
et les collectivités**

Préparer l'avenir



Observer l'activité



DÉVELOPPER



Du territoire

- Offre touristique
- Offre d'hébergements
- Nombre de nuitées
- Recettes de taxe de séjour
- Comportements clients



**Observer les tendances
et évolutions pour orienter
les stratégies**



De l'Office de Tourisme

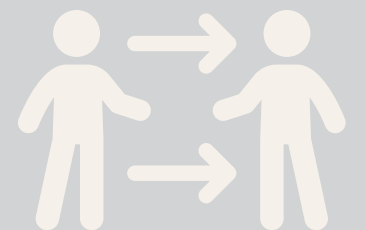
- Fréquentation des points d'accueil
- Données clients
- Performance des outils de communication
- Retour clients et partenaires



**Connaître son activité pour
adapter continuellement
ses services**

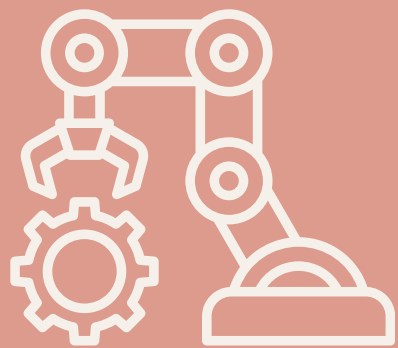


**En un mot :
être agile !**



Partage des
données aux
porteurs de projets,
partenaires et
collectivités.

Contribuer à
l'ingénierie
touristique



DÉVELOPPER

**Participer aux temps
de travail collectifs :**
comités techniques,
comités de pilotage,
comités de
programmation...

**Porter les actions
définies dans le
Schéma Directeur**

Apporter une expertise

**Être en veille sur
les projets**

**Transmettre une
vision client**

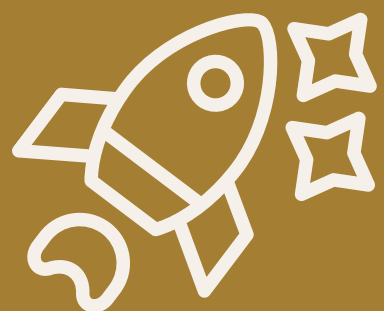
**Être un centre
de ressources**

**Orienter vers les bons
interlocuteurs**

Accompagner
les porteurs de
projets et les
collectivités



Préparer
l'avenir



DÉVELOPPER

Les projets 2026-2027

Travailler l'attractivité
des métiers de la filière

anact



**Une Marque Employeur
Haut-Doubs**

- Attractivité des métiers
- Amélioration durable des conditions de travail
- Valeurs et engagements communs
- Bonnes pratiques, partages, mutualisations
- Outils de communication
- Campagnes de recrutement

Créer des passerelles
franco-suisse

Interreg 

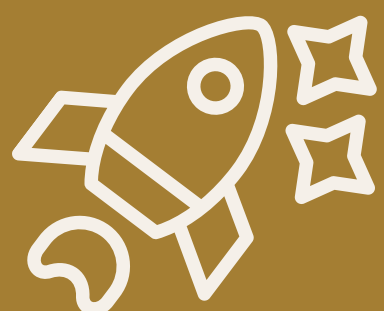


MÉTABIÈF
MONTAGNES DU JURA

**Projet Interreg :
Haut-Doubs x Nord Vaudois**

- Promotion conjointe des deux territoires :
 - Stratégie marketing commune
 - Outils cartographiques partagés
 - Pass transfrontalier

Préparer
l'avenir



DÉVELOPPER

Les projets 2026-2027

Adapter la
communication



**Actions de GRC
(fidélisation)**

**Guide touristique
4 saisons**

Carte touristique

Optimiser l'accueil
client



**Réseau de RIT
(ambassadeurs)**

**Rénovation du
bureau de Pontarlier**

Accroître les
recettes



**Développement de
l'offre boutique**

**Développement
des ventes
d'hébergements**

Rassembler et
accompagner



**Elargissement de
l'accompagnement**

**Organisation des
"Journées des
Partenaires"**