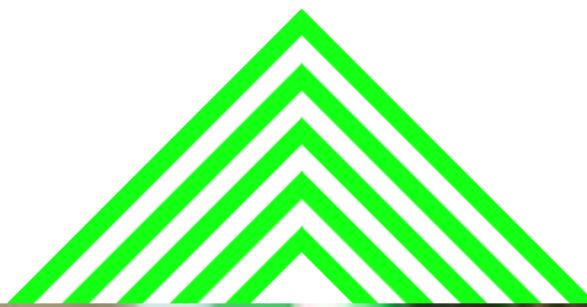




Plan d'Actions 2023

 SAINT
-ETIENNE
HORS CADRE

SAINT-ÉTIENNE TOURISME ET CONGRES

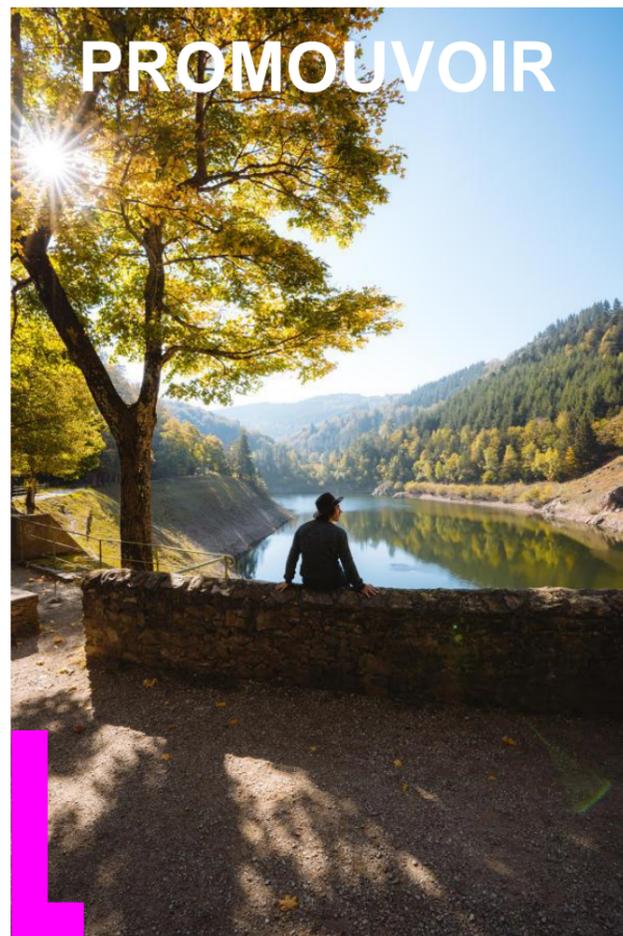


NOS MISSIONS

ACCUEILLIR



PROMOUVOIR



ACCOMPAGNER



VALORISER



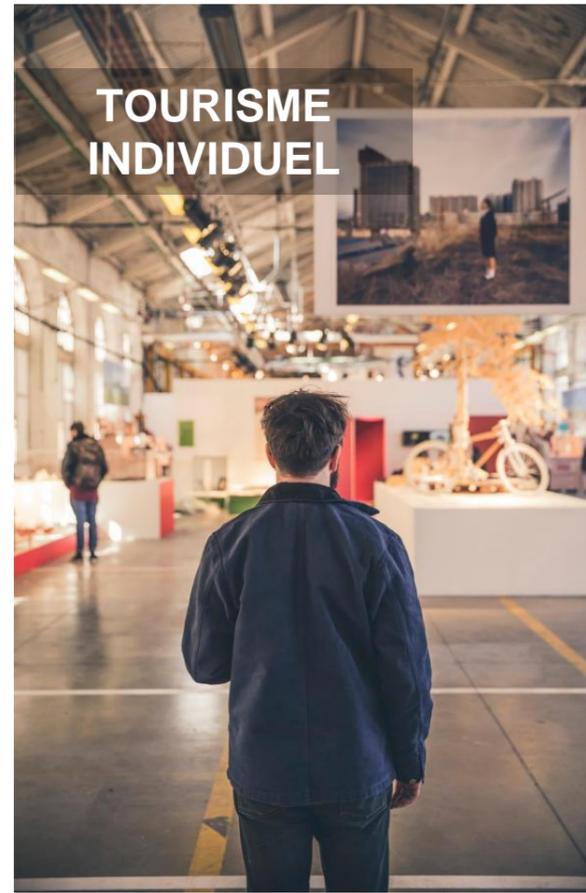
MESURER / AMÉLIORER

NOS CIBLES



/ Fédérations, associations, entreprises régionales ou nationales

/ Décideurs / porteurs de projet locaux.



/ DINKS / empty nesters

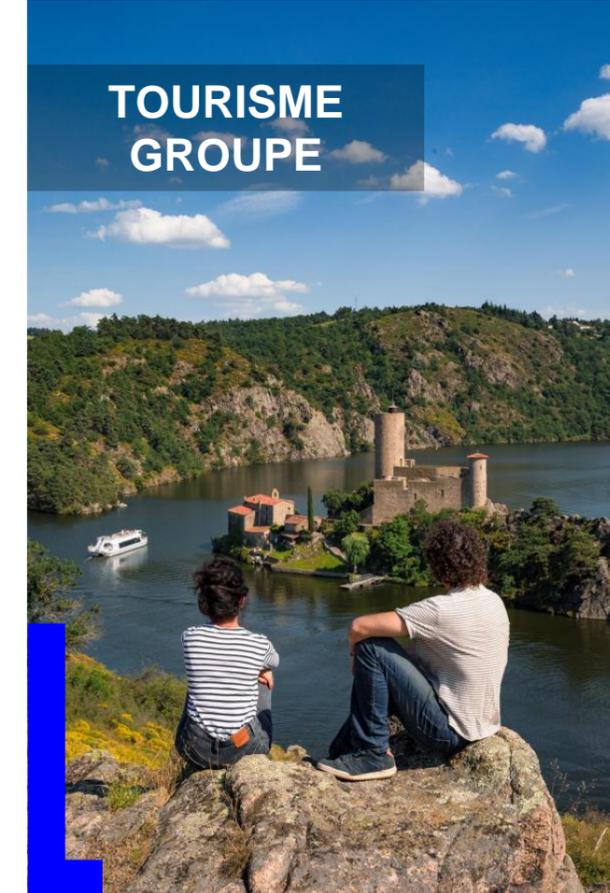
- locaux,
- régionaux : AURA
- nationaux : région Parisienne
- régions / métropoles émettrices de visiteurs

/ DINKS / empty nesters européens

- urbains (ville de design et de culture) et marchés européens ciblés : Belgique, Suisse, Allemagne, Pays-Bas

/ Marchés lointains : le Japon

/ Habitants



/ CE et groupes nationaux

/ Associations / clubs

/ Professionnels : autocaristes, agences réceptives

SAINT-ÉTIENNE HORS CADRE FLÂNERIES DESIGN & CRÉATIVE

SAINT-ÉTIENNE HORS CADRE, FLÂNERIES DESIGN & CRÉATIVES

- Une **dynamique collective** faisant converger les énergies dans **un projet partagé**.
- Un **concept de destination vecteur de sens et d'identité** soutenu par une sélection de choses à faire, d'incontournables, de parcours, d'évènements.
- Une **expérience touristique globale** pour valoriser et promouvoir l'offre culturelle, créative et design de Saint-Étienne Métropole.

SAINT-ÉTIENNE DÉBORDE DE BONNES IDÉES. SAINT-ÉTIENNE HORS CADRE EN EST UNE QUI INVITE LES **REGARDS À CHANGER** ET LES **ESPRITS À S'OUVRI**R. DES QUARTIERS QUI SE RÉINVENTENT, DES CURIOSITÉS CULTURELLES, DU DESIGN UN PEU PARTOUT... HORS CADRE, CE SONT **TOUTES LES INITIATIVES** DE SAINT-ÉTIENNE ET DE SES ENVIRONS **POUR SE RÉINVENTER**.

CES IDÉES BIEN TROUVÉES, DISPERSÉES, UN PEU FOLLES, BIZARRES PARFOIS, TOUJOURS NEUVES ET SURTOUT PAS REÇUES, « SAINTÉ » VOUS INVITE À LES DÉCOUVRIR EN SUIVANT, OU NON, DES PARCOURS PLUS OU MOINS TRACÉS.

ET SI, PLUS QU'UNE **NOUVELLE FAÇON DE VISITER** LE TERRITOIRE STÉPHANOIS, SAINT-ÉTIENNE HORS CADRE ÉTAIT UNE **INVITATION À SORTIR DES SENTIERS BATTUS** ET À **S'OUVRI**R L'ESPRIT ?

SAINT-ÉTIENNE HORS CADRE

=

UN COLLECTIF, UN RÉSEAU

Des acteurs de différents horizons réunis autour d'un projet commun : porter la dynamique de Saint-Étienne Hors Cadre, en faciliter la visibilité, l'accès et proposer une découverte créative, innovante, design et en faire la promotion.

+

LA COLLECTION

Les 31 incontournables de Saint-Étienne Hors Cadre

+

LE TOUR EN VILLE

Le parcours phare mettant en lumière les lieux les plus inspirants, créatifs, lieux d'échanges, composé de sites culturels, de lieux patrimoniaux, d'œuvres dans le paysage urbain.

+

LE GRAND TOUR

Un parcours plus étiré qui ouvre sur le reste du territoire et s'adresse à un public de séjours plus longs qui souhaite en découvrir davantage.

+

LA PROGRAMMATION

Un agenda des temps forts composé d'éléments des programmations, de festivals, d'évènements, de spectacles vivants, d'œuvres éphémères.

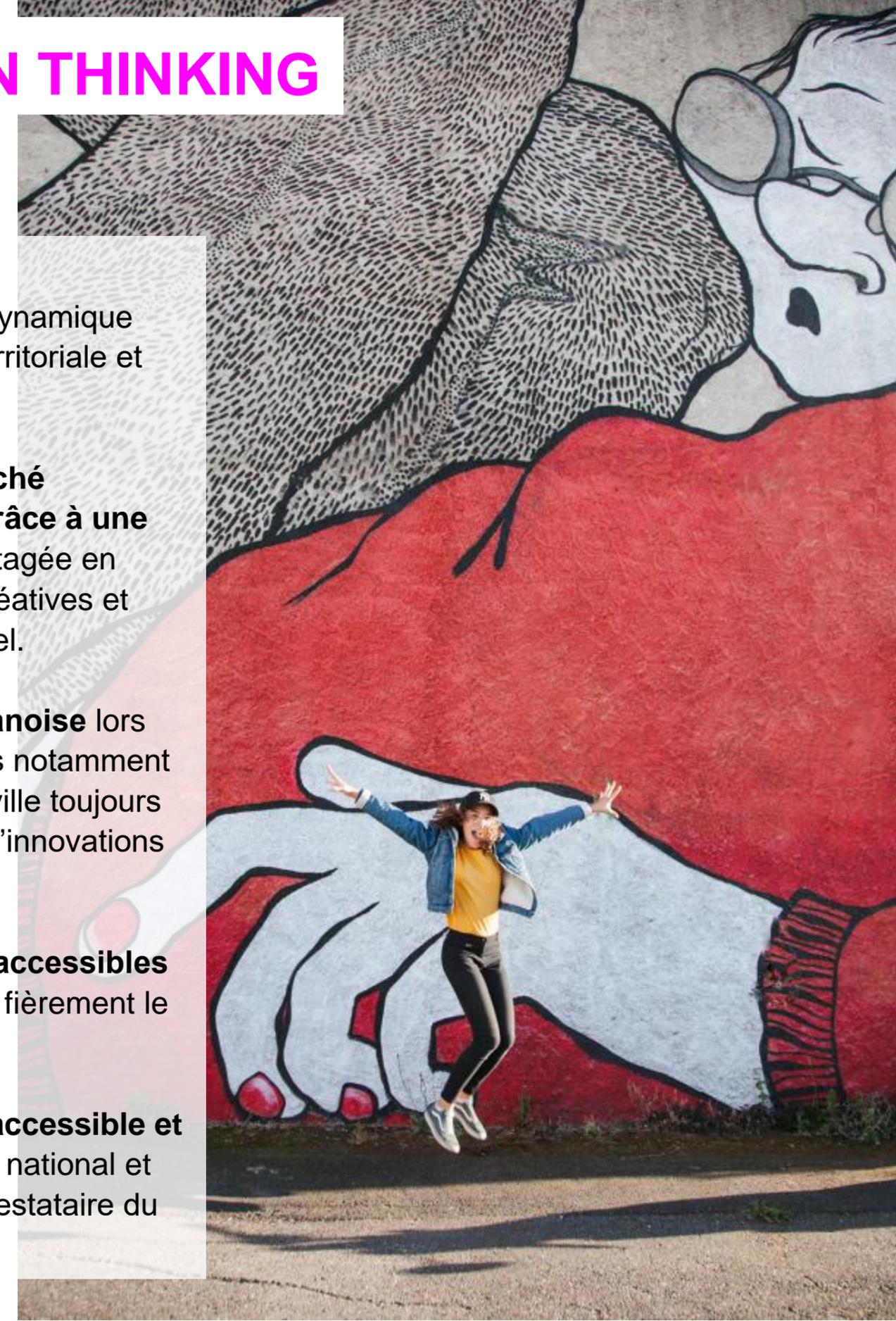
UN OFFICE DE TOURISME 100% DESIGN THINKING

NOTRE RÔLE :

- **Connecter les porteurs de projets**, experts, artistes, designers, etc. dans un système ouvert, pragmatique, non élitiste, associant acteurs privés et publics.
- Catalyser, faciliter, faire travailler ensemble, incuber des projets touristiques, **mettre en lumière les projets, les amplifier.**
- Initier un mouvement, **créer de la fierté.**
- Créer de la médiation, informer, former, **partager les outils.**

NOS MISSIONS :

- **Porter Saint-Étienne Hors Cadre**, la dynamique collective, porteuse d'une cohérence territoriale et d'attractivité.
- **Positionner Saint-Étienne sur le marché concurrentiel du Tourisme en Ville grâce à une promesse différenciante**, claire et partagée en revendiquant haut et fort nos valeurs créatives et design – issues de notre passé industriel.
- Proposer **de vivre l'expérience stéphanoise** lors d'un week-end, d'un city break à travers notamment l'expérimentation du design, dans une ville toujours en mouvement, en quête permanente d'innovations et de pépites à révéler.
- Être une **source permanente d'idées accessibles à chacun** pour vivre pleinement et plus fièrement le territoire.
- **Faire connaître et rendre cette offre accessible et lisible** au public et porter sur le marché national et international l'offre SEHC de chaque prestataire du territoire.



Promouvoir une **offre touristique**, événementielle & culturelle / patrimoniale responsable contribuant à **l'attractivité du territoire**, en **suscitant l'adhésion** auprès des parties prenantes et en **réduisant les impacts environnementaux et sociétaux**

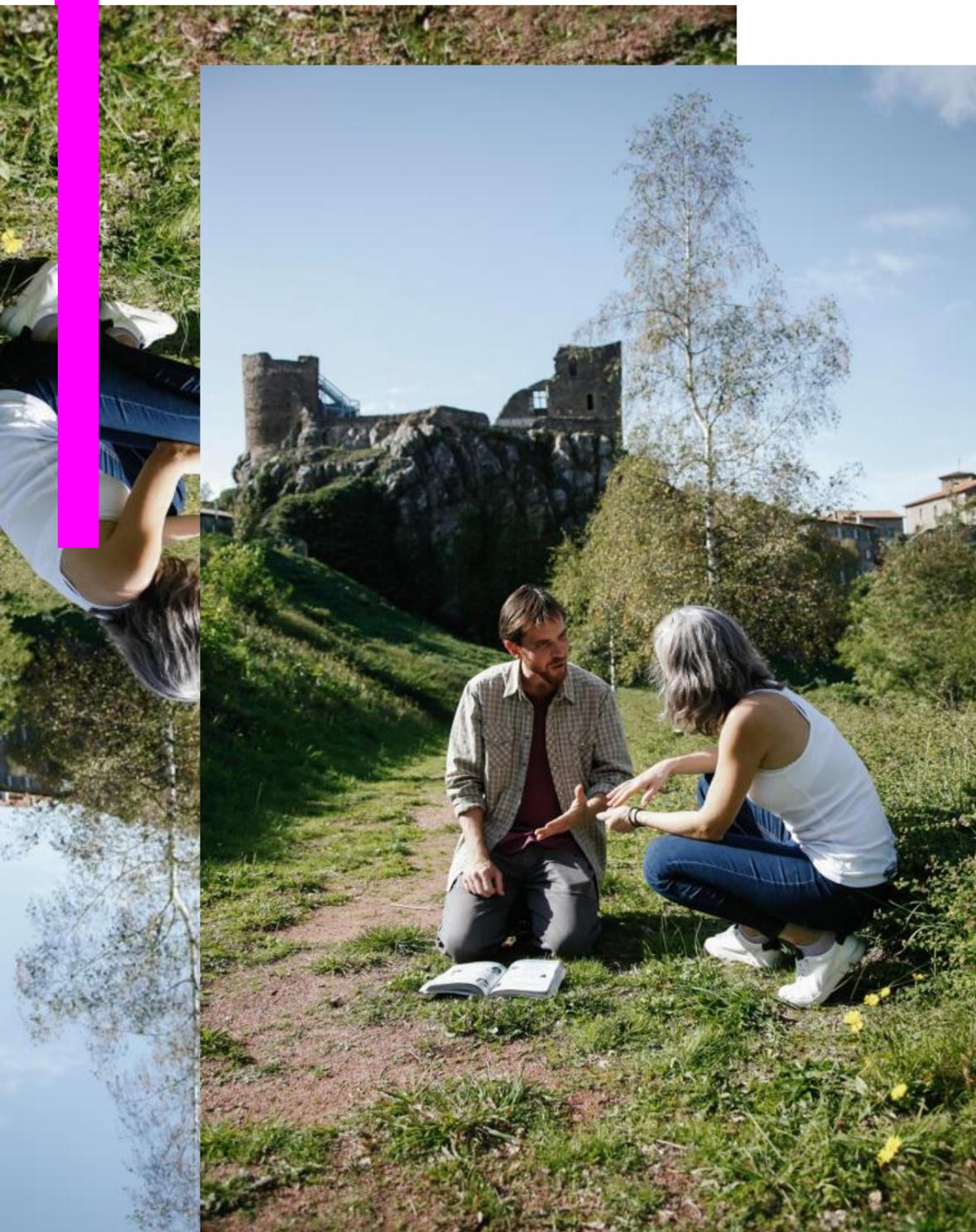


LES TENDANCES 2023



SAINT
ETIENNE
HORS CADRE

DÉVELOPPEMENT DURABLE / RSE



En France, atteindre la neutralité carbone à l'horizon 2050 implique une division par 6 des émissions de gaz à effet de serre sur notre territoire par rapport à 1990.

.....
Si les émissions mondiales se maintiennent à leur niveau actuel, le réchauffement devrait avoir dépassé les 2°C en 2050. Les activités humaines sont les 1^{ères} responsables du changement climatique.

Ça fait maintenant plusieurs années que **nos équipes sont sensibilisées aux questions relatives au tourisme durable.**

On a même formalisé notre engagement dans un **processus de certification ISO 20121** pour faire reconnaître nos actions en matière de tourisme responsable.

Mais comment garder le rythme ? Comment continuer d'agir sans tomber dans le greenwashing ?

En 2023, on a décidé de poursuivre notre démarche de certification ISO 20121, on se professionnalise et on embarque avec nous nos partenaires.

Mais on va aussi aller plus loin en concentrant nos actions autour de **3 thèmes fédérateurs** qu'on déploiera auprès de nos équipes mais aussi auprès de nos parties prenantes :

/ Le handicap au travers des formations, des créations de contenus adaptés aux publics empêchés, etc.

/ La gestion des déchets au travers d'une réflexion sur l'économie circulaire auprès de nos fournisseurs, des aides au bon tri pour nos partenaires, etc.

/ La sobriété énergétique par le biais d'une réflexion sur nos usages dans nos locaux, en installant du matériel moins énergivore, etc.

MIEUX CONNAÎTRE NOS CLIENTS POUR MIEUX LEUR PARLER



Dans un marché concurrentiel et hyper évolutif et mobile, il est nécessaire **de se doter d'un process complet et global de suivi de nos clients** (finaux, intermédiaires) pour **augmenter la pertinence de nos actions et avoir une visibilité court, moyen et long termes** de nos stratégies marketing et promo/com en temps que spécialiste du tourisme.

En 2022 l'Office s'est doté de **moyens de suivi précis et réactifs de ses données clients** notamment. C'était un préalable indispensable permettant maintenant d'engager les actions dédiées à la Gestion de notre Relation Clients (GRC) aussi bien sur le volet du Tourisme d'affaires que du tourisme d'agrément ou des volets patrimoniaux.

Des **outils techniques existent à l'Office et sont utilisés au quotidien**. Toutefois, on a la volonté de vouloir monter une politique GRC cohérente et pérenne.

L'objectif est **d'enclencher un travail d'audit de l'existant** ainsi que de nos attentes et besoins pour avancer en 2023 sur une stratégie fine des outils. Chacune de nos actions de com' sera, à terme, corrélée à une action précise en matière de GRC.

TOURISME D'AFFAIRES



Les grandes tendances post crise sanitaire* :

/ **Une baisse globale des rencontres d'affaires** : d'où une diminution de l'**activité tourisme d'affaires** à prévoir et à anticiper

/ **Un renforcement de l'importance de l'expérience dans tous les modes de consommation** : une prépondérance à prévoir de la **qualité sur la quantité** dans tous les segments du secteur du tourisme

/ **Un besoin de recréer des temps de sociabilité s'impose avec l'adoption du télétravail** : une nécessité pour beaucoup d'entreprises de **retisser les liens distendus par le télétravail, donc davantage de « petits » événements** destinés à regrouper les collaborateurs

/ **Une prise en compte plus importante de la RSE dans le choix des lieux et destinations** : une **exigence accrue des entreprises et des participants** en ce qui concerne les impacts RSE de leurs événements

Notre déclinaison stratégique :

/ Développer le nombre d'événements régionaux et nationaux, **de plus 100 participants** et se tenant sur **plusieurs jours**

/ Décliner et communiquer à la cible MICE **nos engagements RSE** tant au niveau de la destination que des acteurs de la filières

* Source : étude prospective Nova Consulting sur le secteur du MICE en France à horizon 2025

ON OPTIMISE NOS PROCESS POUR TOUJOURS MIEUX RÉPONDRE À NOS CLIENTS



*Procédure écoute clients
revue en mai 2022*

.....
*Une 100aine de
questionnaires de satisfaction
clients rempli depuis mai 2022
sur nos différents BIT*

.....
*Un taux de satisfaction client
de 94 %.*

Toujours s'améliorer, réfléchir à de nouvelles organisations plus opérationnelles et adaptées pour les équipes, voici notre objectif interne.

Un process d'écoute client revu, un **renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™**, la mise en place **d'outils de pilotage internes**, etc. autant de projets qui nous ont animé en 2022.

Mais comment continuer de performer, d'innover pour mobiliser nos équipes au quotidien et accroître la satisfaction de nos clientèles ?

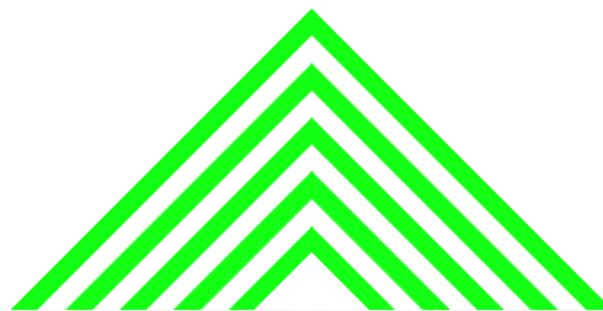
/ On a prévu **de repenser notre système d'archivage numérique** afin d'optimiser le travail au quotidien des équipes mais aussi dans une logique de sobriété numérique.

/ On va aussi continuer notre démarche qualité, parce que même si on a pas prévu d'audit sur cette année, on doit continuer **de s'évaluer pour offrir aux clients le meilleur service**.

À Saint-Étienne, il y a la Badoit, les Verts, mais pas que.
Il y a surtout de l'envie et plein d'idées, des nouvelles, des claires, des bizarres, des brillantes, de génie même, mais aussi quelques fausses et parfois des mauvaises. Et alors ?
Essayer, s'égarer, recommencer... voilà comment on réussit à Saint-Étienne !



LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES



ORIENTATIONS STRATÉGIQUES 2023



- / Développer notre stratégie **d'observation** et de **prospective** via un dispositif consolidé et ambitieux de collecte des données pour améliorer l'efficacité de notre action de promotion du territoire
- / Renforcer l'animation Saint-Etienne Hors Cadre auprès du **réseau des partenaires** et proposer une nouvelle donne au Collectif des partenaires
- / Systématiser les actions et engagements forts pour faire vivre le **tourisme responsable** sur le territoire.
- / Relancer la dynamique autour du **tourisme d'affaires** en tirant profit des nouvelles tendances
- / Agir sur les **grands événements** à venir pour affirmer notre singularité et porter la dynamique Saint-Etienne Hors Cadre au national et international

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES 2023 - SITE LE CORBUSIER



/ **Développer la fréquentation** du Site en apportant des aménagements et en l'ouvrant plus largement à **un public de non spécialistes**

/ Positionner le Site comme un **lieu de référence et d'ouverture** sur les questions du vivre ensemble, de la manière d'habiter le monde et de leur transcription en architecture d'hier, d'aujourd'hui et de demain

/ **Renforcer les synergies** avec les projets culturels et urbains de la ville de Firminy et l'intégration des habitants

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES 2023 - SITE LA CHARTREUSE



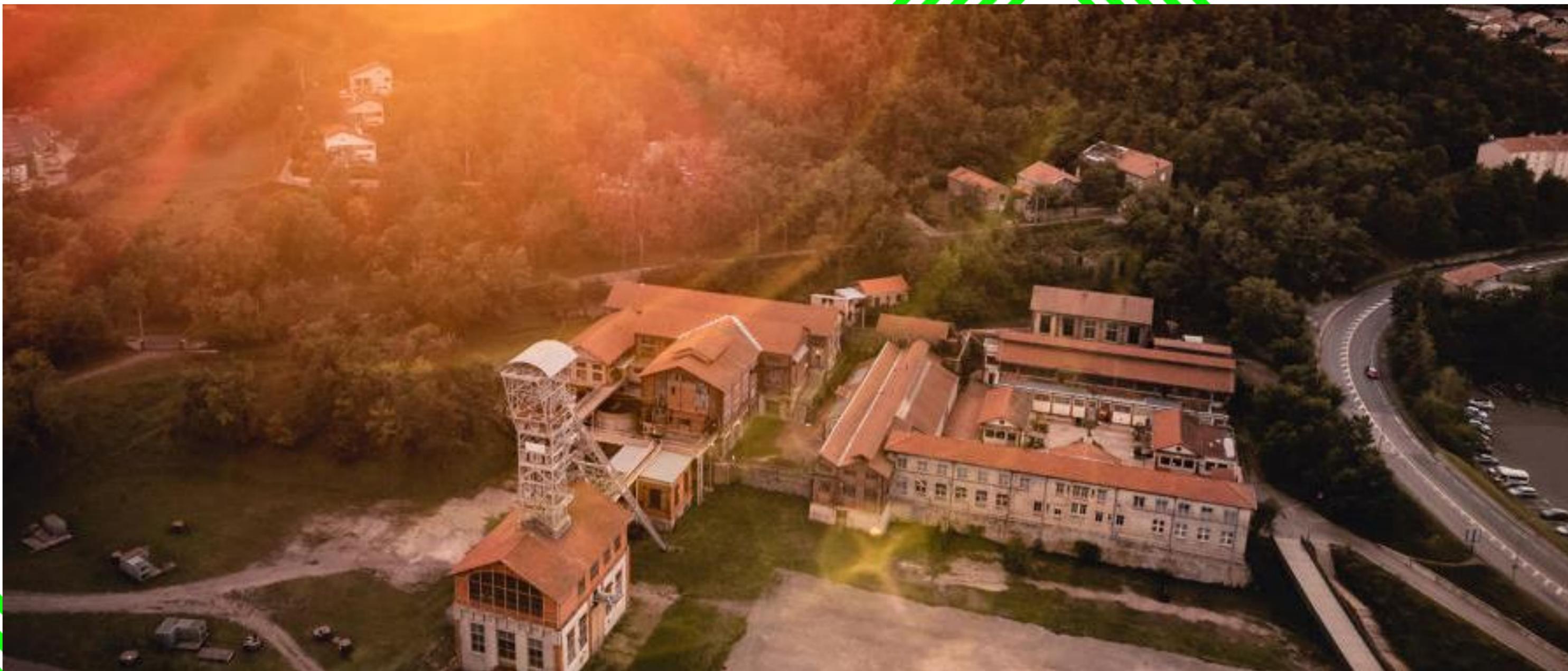
/ Assurer un **développement raisonné** de la Chartreuse en terme de fréquentation touristique, dans le respect des usagers habitants

/ Développer un **projet de valorisation du Site** renforçant le projet de territoire de la commune de Sainte-Croix-en-Jarez et du PNR du Pilat



**SITE DE LA
CHARTREUSE**
Sainte-Croix-en-Jarez

LES GRANDS PROJETS 2023



ACCUEIL & DONNÉES : VERS UN NOUVEAU MODÈLE

ACCUEILLIR



ENJEUX

- Concentrer notre action sur les **missions à forte valeur ajoutée**
- Accompagner la **montée en puissance de la mission de conseil**



SEPTEMBRE 2023

] On sera prêt pour accueillir les visiteurs de la **Coupe du Monde de Rugby 2023**



OBJECTIFS

- Faciliter la **collecte des informations à faible valeur ajoutée** grâce à un dispositif / outils automatisant la remontée d'informations
- Améliorer la **qualité et la personnalisation de l'information apportée aux visiteurs**, via des outils adaptés et une meilleure connaissance de l'offre par les conseillers

INDICATEURS

- **Mettre en place un nouveau modèle** de saisie des offres d'ici la fin de l'année 2023
- **Augmenter de 50 %** le nombre de connaissances de l'offre / rdv partenaires réalisés par l'équipe des conseillers en séjour.

Les indicateurs de réussite du projet seront précisés pour 2024 une fois la nouvelle démarche en place.

CE QUE L'ON FERA AUSSI



/ On fait **évoluer notre offre City Card** pour répondre aux attentes de nos visiteurs

/ On **poursuit le succès de notre City Guide** avec une 4^e édition aux couleurs du Rugby

/ On **confirme l'expérimentation du Magasin à Saint-Chamond** en ouvrant un lieu pérenne en centre ville

/ On s'associe à des **événements locaux au ton Hors Cadre**

/ On finalise la mise en place de la **nouvelle billetterie**

GRANDS ÉVÈNEMENTS SPORTIFS 2023-2024

PROMOUVOIR



ENJEUX

- Faire de ces événements un **vecteur développement économique** et de **l'image du territoire**
- Assurer la **satisfaction des visiteurs** et des politiques locales en termes d'accueil lors des événements internationaux sportifs accueillis sur le territoire
- En faire des **événements internes fédérateurs**



OBJECTIFS

- Augmenter la **fréquentation** et les **retombées économiques** pendant cette période
- Assurer un **accueil de qualité aux visiteurs** dans le cadre d'un grand événement sportif
- Rendre **visible et accessible l'offre de nos partenaires** aux visiteurs hexogènes en vue de faciliter la consommation sur place (*implication des partenaires, communication, accessibilité de leurs offres...*)
- **Impliquer toute l'équipe** de la structure dans les événements sportifs à venir (*participation aux événements internes, communication interne...*)

INDICATEURS

- Atteindre **50 % de touristes** (hors locaux) dans le visitorat du BIT de Saint-Étienne pendant l'évènement RWC 2023.
- Atteindre un **taux de satisfaction de 80 % de nos visiteurs** dans nos BIT pendant l'évènement RWC 2023
- Atteindre un **taux de satisfaction de 80 % de nos partenaires** pour notre communication et notre promotion pendant l'évènement RWC 2023

CE QUE L'ON FERA AUSSI



PROMOUVOIR

/ On poursuit le travail sur **la Grande Virée** en vue d'accroître notre lisibilité extérieure

/ On **valorise nos patrimoines et offres durables** notamment auprès des groupes

/ On poursuit la déclinaison de nos **produits dérivés Saint-Étienne Hors Cadre**

/ On intensifie notre **présence sur les réseaux sociaux** et on investit de **nouvelles plateformes** (TikTok)

VERS UN NOUVEAU MODÈLE DE PARTENARIAT



ACCOMPAGNER

ENJEUX

- Renforcer le réseau des **partenaires** autour des valeurs communes Saint-Étienne Hors Cadre
- Finaliser un **modèle de partenariat** plus efficient

OBJECTIFS

- **Optimiser nos ressources humaines** pour davantage de valeurs ajoutées dans nos plans d'actions
- Améliorer la **satisfaction des partenaires**
- Accroître les ressources dès 2024

INDICATEURS

- **Mettre en œuvre le nouveau modèle partenarial** d'ici la fin de l'année 2023 pour un lancement de la nouvelle démarche partenaire en janvier 2024

Les indicateurs de réussite du projet seront précisés pour 2024 une fois la nouvelle démarche en place.

RÉTROPLANNING :

- **Janvier à juillet 2023** : phase de création du nouveau modèle, en coproduction avec des partenaires
- **Août à décembre 2023** : phase de mise en œuvre technique
- **Janvier 2024** : lancement

CE QUE L'ON FERA AUSSI



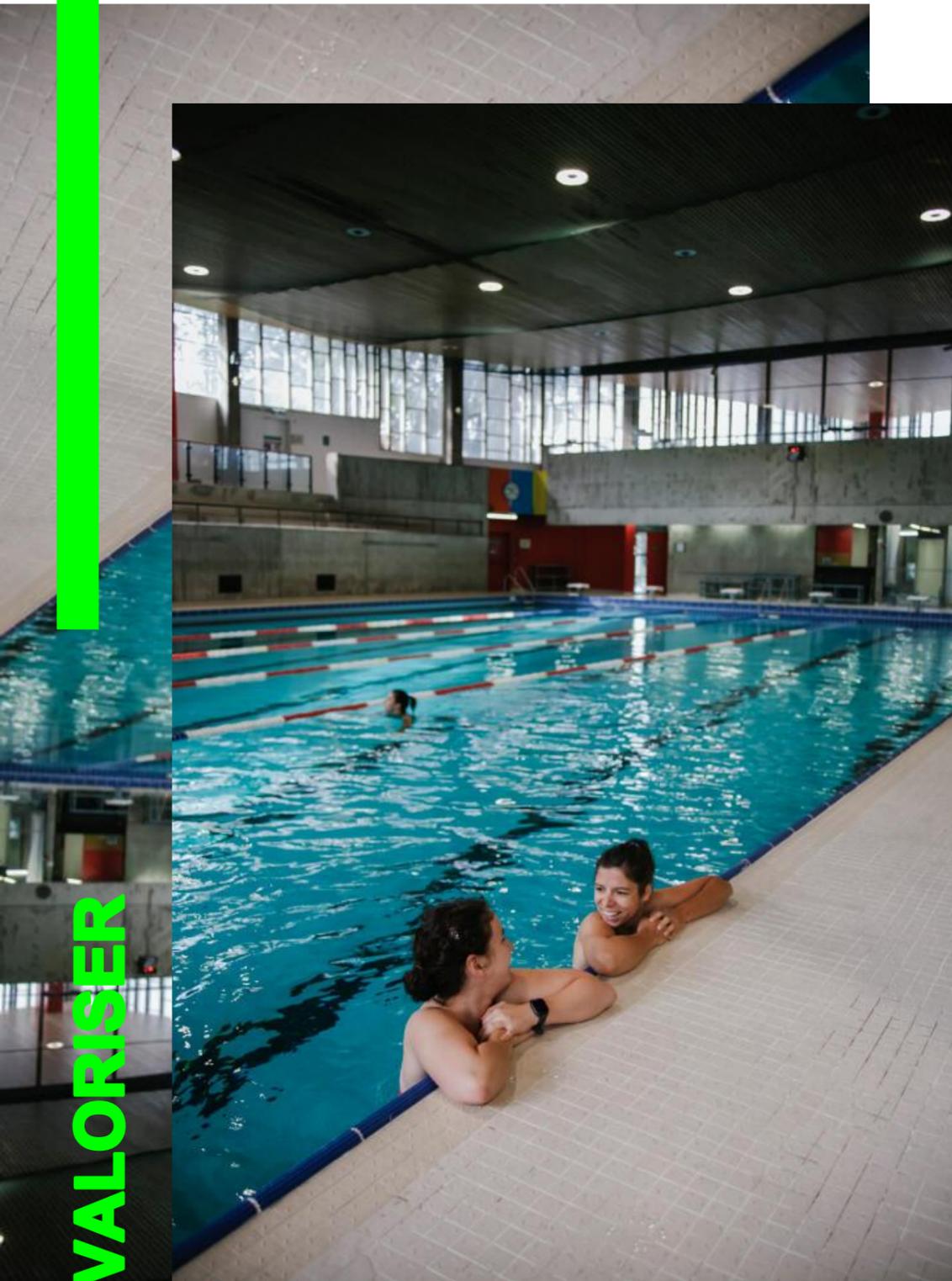
ACCOMPAGNER

/ On **fedère le réseau** autour de la culture SEHC, les rendez-vous personnalisés et Rencontres du Collectif

/ On **intensifie le rayonnement SEHC** en dotant les partenaires d'outils de communication (Kit rugby, brochures...)

/ On **décline notre stratégie de communication RSE** auprès de nos partenaires, en leur communiquant davantage les bons contacts, actions et pratiques durables.

UNE NOUVELLE EXPOSITION « LE SPORT DANS LA VILLE DE DEMAIN »



VALORISER

ENJEUX

- Identifier le Site comme un **laboratoire créatif** dans le positionnement autour des enjeux du vivre ensemble et de l'architecture d'aujourd'hui
- Développer la fréquentation grand public en traitant d'un thème comme **le sport**
- S'inscrire dans **l'actualité de notre territoire** et de ses acteurs culturels

Ouverture
AVRIL 2023

OBJECTIFS

- **Développer** le nombre de visiteurs
- **Attirer et renforcer les cibles** définis dans notre positionnement
- **Accroître la notoriété** et l'image du Site (*nombre et nature des retombées presse*)

INDICATEURS

- Augmenter de **10 %** le **taux de fréquentation** de cette exposition par rapport à la fréquentation de l'exposition « Micro Architectures »
- Obtenir au moins **50 retombées presse** liées à l'exposition

DES PROJETS DE SITES

VALORISER



ENJEUX

/ **Site Le Corbusier** : avoir les codes touristiques d'aménagement et un parcours visiteur identifié ; Faire de la piscine un lieu patrimonial et touristique innovant et prospectif pour le site

/ **Site Chartreuse** : développer les codes touristiques sur Site; Faire vivre une expérience unique et immersive aux visiteurs

Site le Corbusier :
2023-2027

Site La Chartreuse :
2023-2026

OBJECTIFS

/ **Objectifs Site Le Corbusier** : aménager les abords en adéquation avec la réglementation et les attentes des visiteurs; Définir un lieu d'accueil adapté et lisible et une exposition permanente attractive et donnant des clés de compréhension du Site

/ **Objectifs Site Chartreuse** : disposer d'un parcours visiteur défini, attractif et innovant; Attirer nos cibles définis dans notre positionnement

CE QUE L'ON FERA AUSSI



VALORISER

/ On déploie l'application **Saint-Étienne balade** sur le Site Le Corbusier

/ On développe **les offres de médiation inclusives et accessibles**

/ On finalise le **nouveau site internet du Site de la Chartreuse** de Sainte-Croix-en-Jarez

/ On finalise la mise en place de la **nouvelle billetterie** sur les Sites

ENSEMBLE VERS 2023

