

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019

GRAND CHAMBÉRY  
ALPES TOURISME  
— Bauges – Challes-les-Eaux – Chambéry —



© Guizoo



SAVOIE  
MONT  
BLANC

# SOMMAIRE

3 

CHIFFRES CLÉS

7 

FRÉQUENTATION

10 

PROMOTION BtoC

27 

PROMOTION BtoB  
ET COMMERCIALISATION

31 

LA RUCHE BOUTIK'

35 

MARQUE DE DESTINATION

39 

SERVICES ET QUALITÉ

45 

FÉDÉRER LES PROFESSIONNELS

47 

GOUVERNANCE

49 

RESSOURCES, BUDGET  
ET TAXE DE SÉJOUR

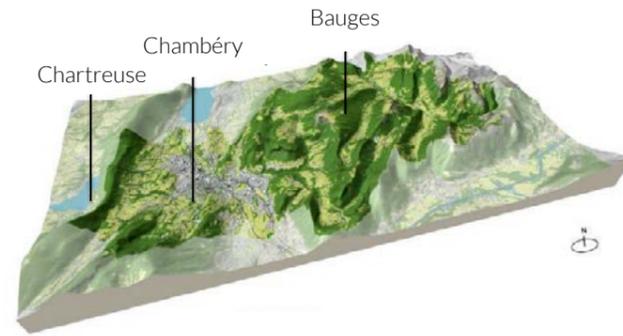
53 

PERSPECTIVES 2020

# CHIFFRES CLÉS



# 138 233 HABITANTS ET 1 091 PROFESSIONNELS DU TOURISME ANIMENT LA DESTINATION GRAND CHAMBÉRY

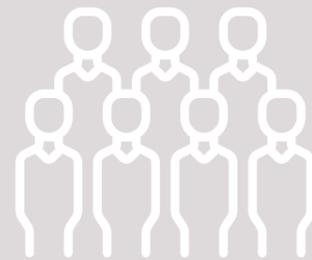


source : INSEE 2016 et Apidae

## ACCUEIL DANS LES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE (BIT)

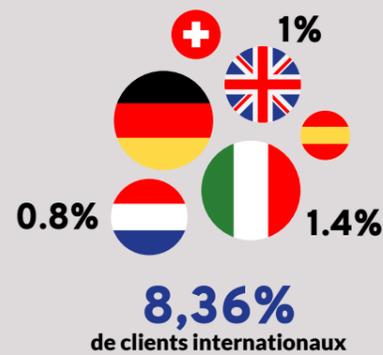
**143 980 personnes accueillies** dans 7 BIT (dont 2 BIT intégrés en 2018)  
+5% de la fréquentation hors nouveaux BIT

- Chambéry Palais de justice : **81 351 visiteurs +5,6%**
- Chambéry la Ruche : **9 225 visiteurs +21,7%**
- Challes-les-Eaux : **7 664 visiteurs -4,2%**
- Le Châtelard : **4 138 visiteurs -22,6%**  
(fermeture à partir de la Toussaint 2019)
- Aillon-le-Jeune : **9 638 visiteurs +5,6%**
- Savoie Grand Revard : **31 964 visiteurs**



sources : GCAT 2018 et 2019

## ORIGINE DES VISITEURS DANS LES BIT



L'intégration des BIT de Savoie Grand Revard en 2019 fréquentés par une clientèle majoritairement française, contribue à l'augmentation du nombre de visiteurs nationaux de l'ensemble des BIT.

source : GCAT 2018 et 2019

## FRÉQUENTATION PROFESSIONNELLE ET DE LOISIRS



source : INSEE 2018 et 2019  
fréquentation hôtelière Grand Chambéry

## COMMERCIALISATION



**473 318 €**  
de chiffres d'affaires

**+10%**

pour la commercialisation d'hébergements, d'activités ou de produits packagés auprès des groupes ou des individuels.

source : GCAT 2018 et 2019

## PROMOTION



5 sites web  
**2,3 millions**  
de visites



4 pages Facebook  
+ 2 pages Instagram

**493 935**  
fans

## JOURNÉES SKIEURS SAISON 2018/2019

### AILLONS-MARGÉRIAZ



sources : Aillons-Margériaz et SGR 2018 et 2019

### SAVOIE GRAND REVARD



## LITS TOURISTIQUES

### Total Grand Chambéry

**26 027** lits touristiques dont **8 805** marchands  
Hausse de **2,5%** du nombre de lits marchands portée par les meublés touristiques.

### Aillons-Margériaz

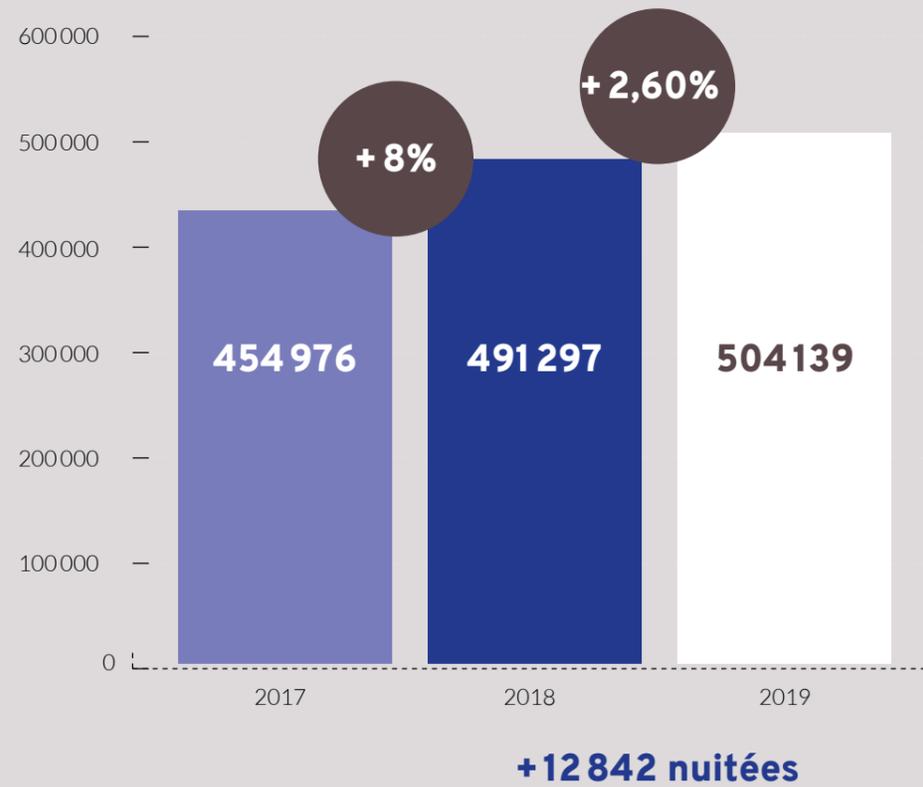
**3 546** lits touristiques dont **931** marchands  
Hausse de **9,1%** du nombre de lits marchands portée par les meublés touristiques.

### Savoie Grand Revard

**6 024** lits touristiques dont **2 161** marchands  
Hausse de **2,7%** du nombre de lits marchands.

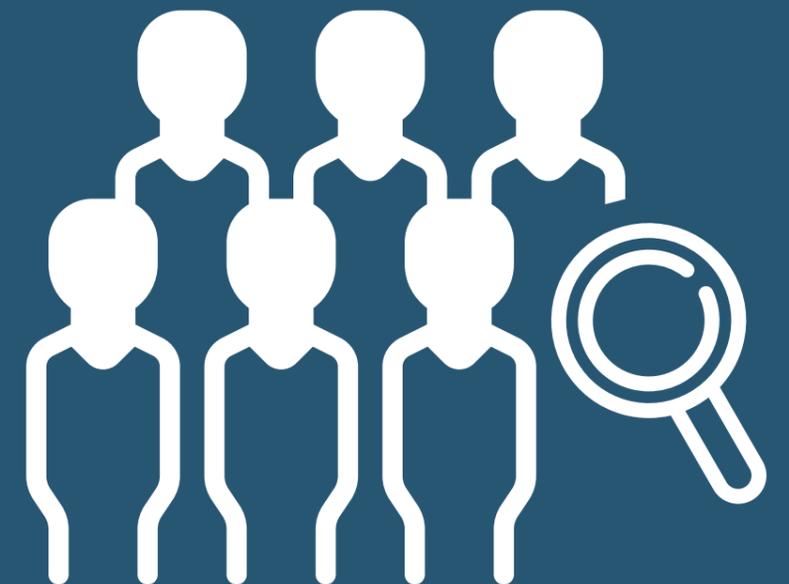
source : SMBT 2019

Évolution du nombre de nuitées hôtelières de Grand Chambéry



source : INSEE 2019

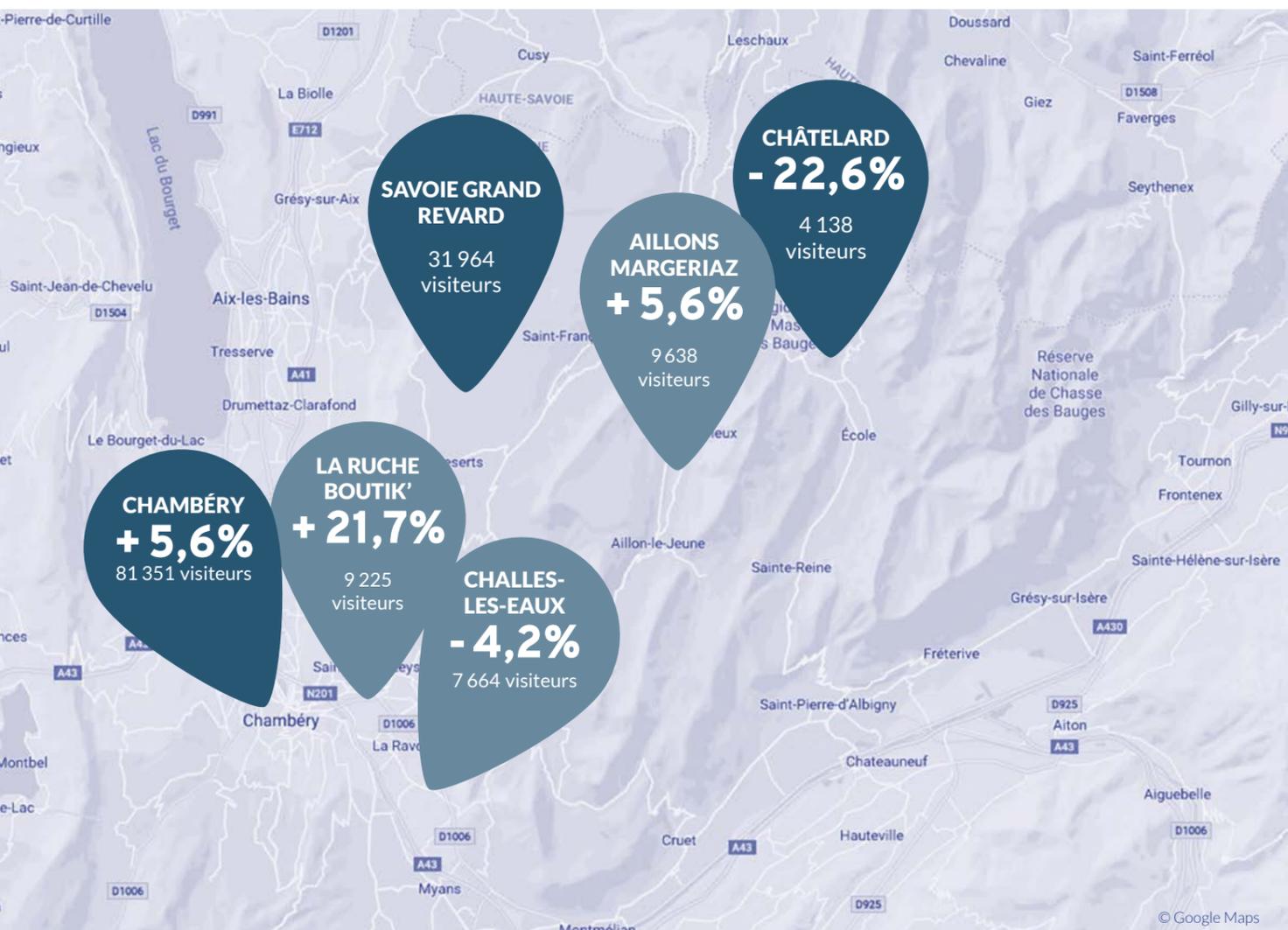
# FRÉQUENTATION



## OBJECTIFS RÉALISÉS

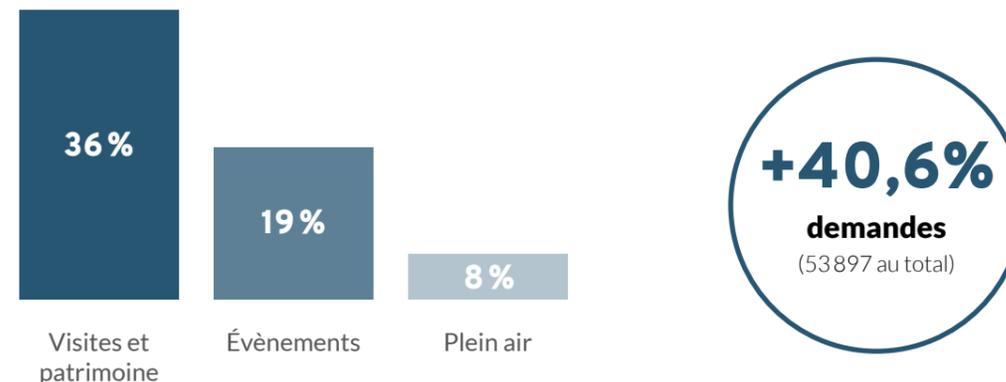
- Adapter les horaires d'ouverture et les moyens humains en fonction de la fréquentation touristique
- Assurer un service de réponses aux demandes en 4 langues (anglais, espagnol, allemand et italien)
- Délivrer une information qualifiée et maîtrisée
- Assurer la satisfaction de la clientèle

## CARTE DE NOS POINTS D'ACCUEIL

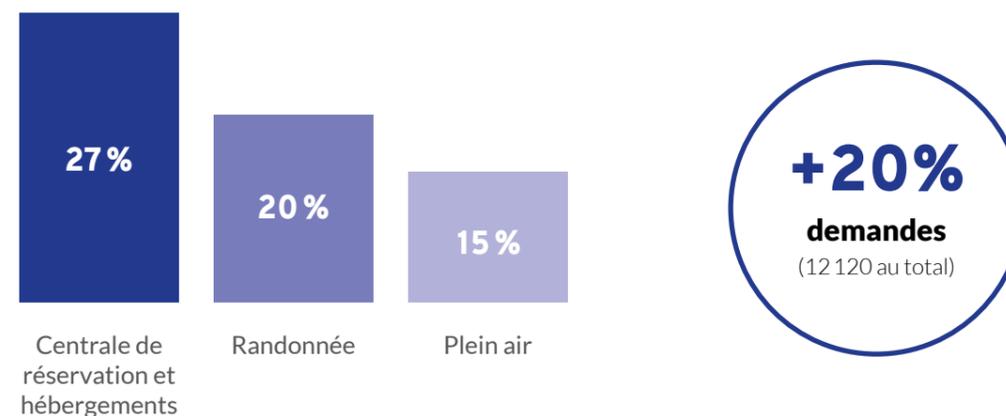


## LE TOP DES DEMANDES DES VISITEURS EN OFFICE DE TOURISME

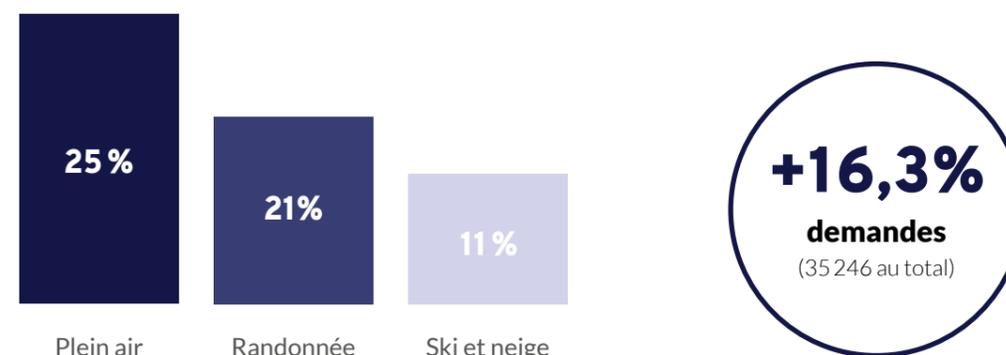
### CHAMBÉRY / CHALLES-LES-EAUX



### LES AILLONS-MARGERIAZ / CŒUR DES BAUGES



### SAVOIE GRAND REVAR D



sources : GCAT 2019

# PROMOTION

## BtoC

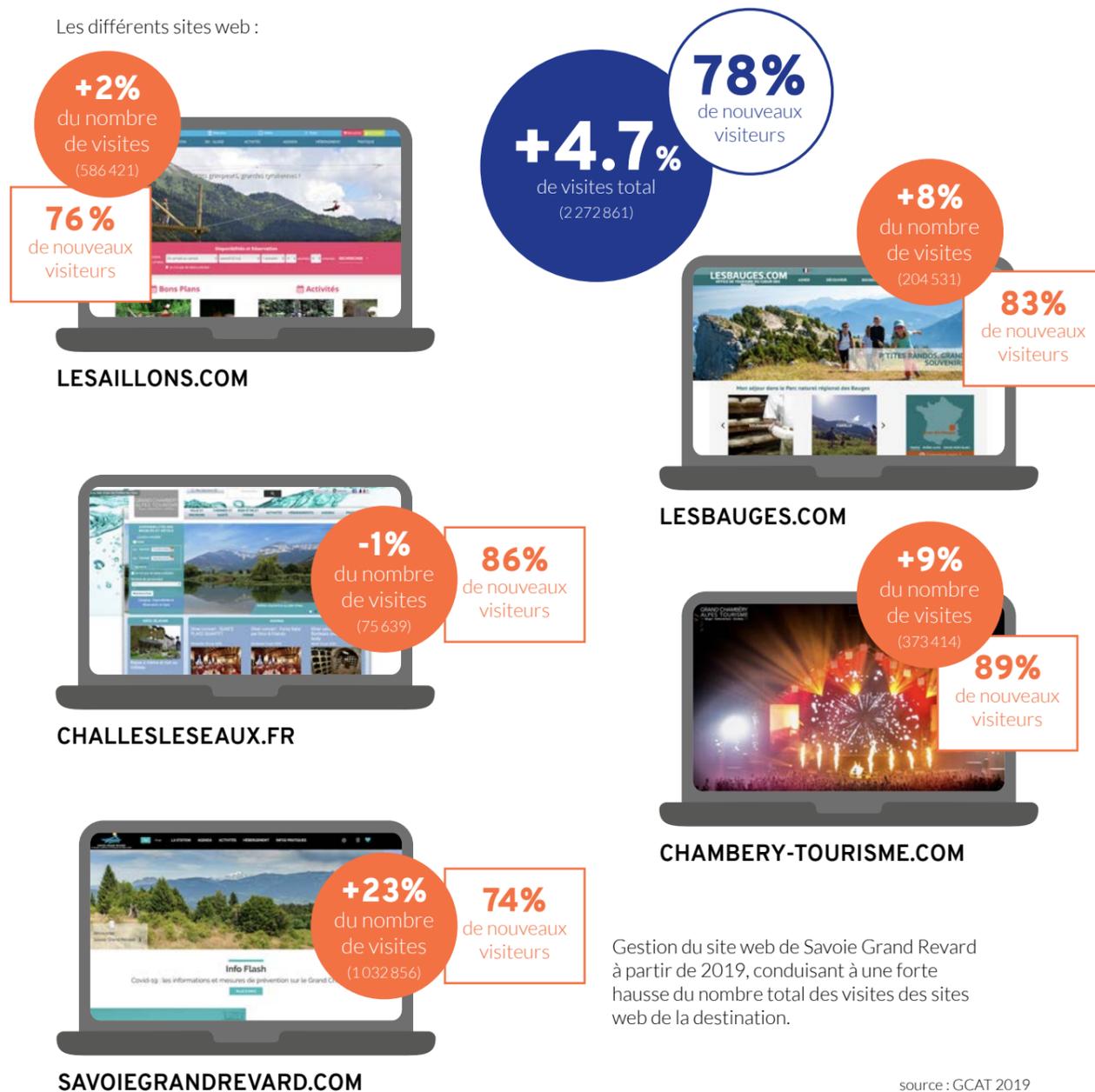


## LE WEB & LES RÉSEAUX SOCIAUX

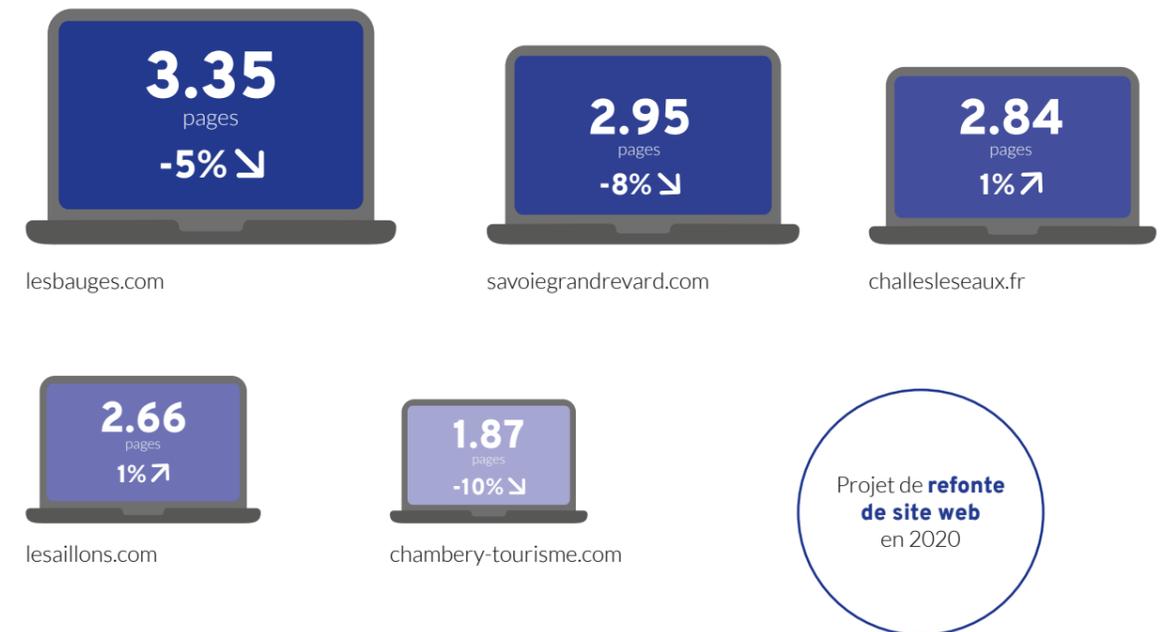
### OBJECTIFS RÉALISÉS

- Accroître la notoriété de la destination sur le web
- Créer, enrichir et promouvoir des contenus 4 saisons
- Fédérer une communauté autour de Grand Chambéry, les Bauges et ses stations, sur les réseaux sociaux

Les différents sites web :



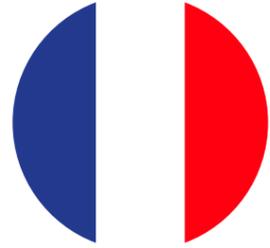
### MOYENNE DU NOMBRE DE PAGES VUES PAR VISITE (PAR SITE)



### FOCUS SUR LA PAGE LA PLUS VUE PAR SITE



## ORIGINE DES INTERNAUTES



entre **88** et **93%**  
d'internautes nationaux

### Clientèle étrangère la plus représentée par site web

**2%**  
pour le site de  
Challes les Eaux



**5%**  
pour le site des Bauges



**4%**  
pour le site des Aillons

entre **7** et **12%**  
d'internautes étrangers

**3%**  
pour les sites de Chambéry  
et de Savoie Grand Revard

## RÉSEAUX SOCIAUX



Facebook Massif des Bauges  
**7 977 abonnés**

**+20%**

Facebook Savoie Grand Revard  
**6 280 abonnés**

**+58%**

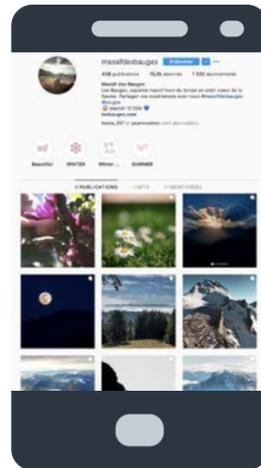
Facebook Aillons-Margériaz  
**11 349 abonnés**

**+15%**

Facebook La Ruche Boutik'  
(ouverture en septembre 2017)  
**1 389 abonnés**

**+27%**

Facebook Shop'in Chambé  
**10 289 abonnés**



Instagram Massif des Bauges  
**9 093 abonnés**

**+127%**

Instagram Chambéry\_insp  
(ouverture en février 2019)  
**3 558 abonnés**

**NOUVEAU**

source : GCAT 2019

## COMMUNITY MANAGEMENT

**36 088**  
abonnés

**720 715**  
réactions  
à nos publications

**9.1 M**  
de personnes  
touchées par  
nos publications

**56 845**  
publications  
parlent de nous

## APPLICATION MOBILE

**Eskapades**  
**3132**  
téléchargements



## ÉDITIONS

### OBJECTIFS RÉALISÉS

- Concevoir et réaliser des éditions en 2 langues étrangères
- Diffuser une information actualisée, qualifiée, maîtrisée
- Publier des éditions plus attractives mais imprimées en moins d'exemplaires, dans une optique de développement durable.

**Ptiou été 2019**  
4 000 exemplaires



**Groupes et affaires**  
500 exemplaires  
publiés en français,  
et 200 exemplaires  
en GB et IT



**Guide sortie scolaire**  
2 000 exemplaires

**Guide des découvertes**

20 000 exemplaires  
Traduction en GB et en IT



**Guide des hébergements**

1 000 exemplaires  
Traduction en GB



**Guide accueil Vélo**

4 000 exemplaires



**Massif des Bauges été**

10 000 exemplaires  
Traduction en GB et en NL



**Carte vélo Grand Chambéry**

10 000 exemplaires  
Traduction en GB, IT et en DE

**Massif des Bauges hiver**

10 000 exemplaires  
Traduction en GB et en NL



**Guide des hébergements Massif des Bauges**

1 800 exemplaires  
Traduction en GB et en NL



**CONTENUS ET CAMPAGNES**

4 NOUVELLES VIDÉOS  
**BAUGES**



1 NOUVELLE VIDÉO  
**CHAMBERY**

**139 400**  
vues de vidéos

**25 210**  
minutes visionnées

par plus de

**50 793**  
lecteurs uniques

Taux d'engagement  
2,6%

**42 749**  
vues de vidéo

**13 998**  
lecteurs uniques

<https://www.youtube.com/watch?v=3MOuJldDvpg>



**CAMPAGNE AÉROPORT DE LYON ET GENÈVE**

Semaines de Noël et nouvel an.  
Vidéos montées spécifiquement à partir d'images hiver

**Entre 1 et 1,1 M**  
de voyageurs ciblés sur cette période



# SHOOTING PHOTOS

## 2070

clichés réalisés  
 (1160 Chambéry + 910 Bauges)  
 sur **19** thèmes et **37** lieux différents  
 au cours de **13** journées  
 de shootings photos

© Peignée verticale  
 © David Gonthier  
 © Art Prism  
 © C. Haas  
 © GCAT



## PRESSE ET INFLUENCEURS

### OBJECTIFS RÉALISÉS

- Renforcer l'image de marque qualitative de la destination Grand Chambéry, tant au niveau national qu'international
- Accroître la notoriété touristique sur 4 saisons
- Collaborer de façon étroite avec SMBT, AURA Tourisme et Atout France dans le monde

### LES CHIFFRES CLÉS



**24**

journalistes/influenceurs accueillis  
en 7 voyages de presse



**3**

dossiers de presse



**10**

communiqués de presse

**810**

retombées médias



**2,4M €**  
Équivalent pub



Impact  
**126,9 M**  
de contact



Pic équivalent  
publicitaire  
septembre 2019  
**333 688 €**



**275,4M**  
de lecteurs  
audience cumulée

## ÉDITIONS

Un dossier de presse  
Chambéry/Challes-les-Eaux été  
français



Un dossier de presse  
Bauges été  
français



Un dossier de presse  
Grand Chambéry Alpes Tourisme  
Hiver 2019/2020



Un dossier de presse  
Bauges hiver  
français



## SALONS BtoC

### SALON DU RANDONNEUR DE LYON

14 157  
visiteurs



## ÉVÉNEMENTIEL

### OBJECTIFS RÉALISÉS

- Communiquer sur des opérations accompagnées par GCAT
- Assurer un plan de communication pour nos grands événements et festivals
- Communiquer sur l'agenda dont les contenus éditorialisés renforcent l'attractivité de la destination

#### OPÉRATIONS ACCOMPAGNÉES PAR GCAT



### FÊTE DES ALPAGES AU REVARD

800 repas vendus

### FOIRE DES AILLONS

1 245 repas vendus et  
environ 2 000 personnes  
déambulant sur le marché

### SNAILLES À LA FÉCLAZ

environ 2 000 personnes



### CONCOURS DE BÛCHERONS À AILLON

environ 6 000 personnes

**GRANDS ÉVÈNEMENTS ET FESTIVALS**  
FRÉQUENTATION

**PHARAONIC**

6300 spectateurs

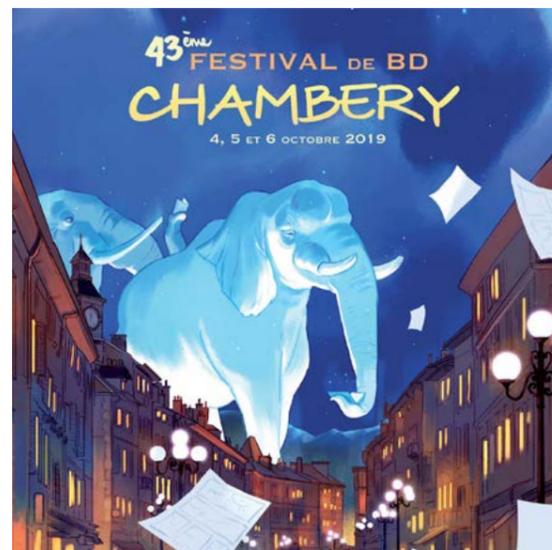


**FESTIVAL DU FILM ALPIN**

775 personnes

**CHAMBERY BD**

13800 visiteurs



**FESTIVAL DU 1<sup>ER</sup> ROMAN**

plus de 12000 personnes (estimation)



**LA GRANDE ODYSÉE**

plus de 6000 personnes à Savoie Grand Revard



**FÊTE DES ÉLÉPHANTS**

plus de 10000 personnes (estimation)

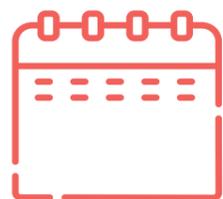
# PROMOTION BtoB ET COMMERCIALISATION



## OBJECTIFS RÉALISÉS

- Développer le nombre d'événements professionnels accueillis sur le territoire
- Créer et animer un comité de pilotage « stratégie de développement de l'activité MICE »
- Rééditorialiser le mini-site séminaires et congrès
- Construire des produits séjours différenciants à destination des clientèles longs courriers
- Développer et faciliter la commercialisation des visites guidées

### TOURISME D'AFFAIRES : CONGRÈS ET SÉMINAIRES



**56 ÉVÉNEMENTS**

accueillis dans les 3 équipements majeurs (le Phare, le Parc des expositions, le Manège) dont 5 salons d'envergure (+ de 1 000 participants)

et **19** congrès et colloques nationaux (14) et internationaux (3)

sources : GCAT (estimations)



**1.6 JOUR**

Durée moyenne des événements

+0,4  
JOUR



### ACTIONS DE PROSPECTION

**2** salons BtoB Groupes et Individuels : Grand ski, Marché des Voyages de Groupes  
**85** contacts pris et **15** circuits élaborés

**2** salons BtoB MICE PLACE Lyon : Heavent Meetings Cannes (MICE) : **30** contacts pris

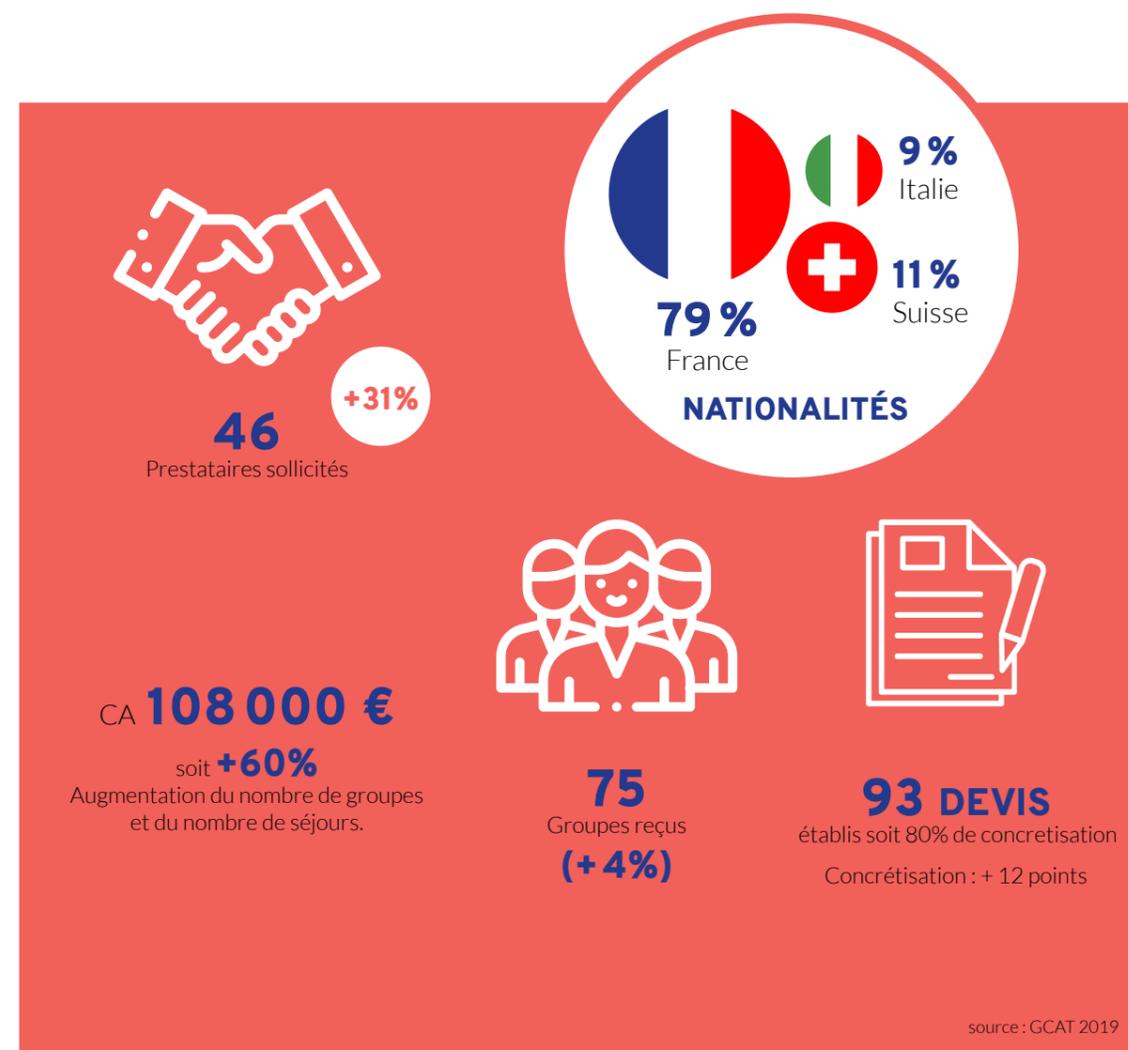
**4** candidatures remportées pour 2021

**24** Tour Operator de **15** pays rencontrés sur Grand Ski

**5** autocaristes et **80** associations rencontrés au Marché des voyages



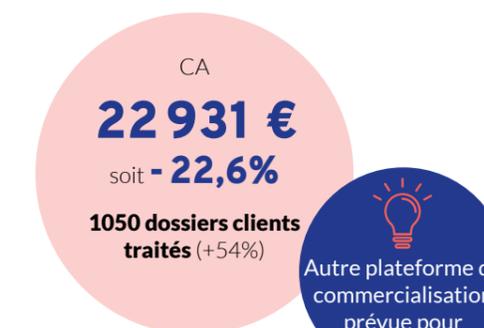
### LES GROUPES



### CENTRALE DE RÉSERVATION DES BAUGES



### PLACE DE MARCHÉ CHAMBÉRY



Baisse du CA lié principalement à l'arrêt de la gestion des ventes Grand ski. La hausse du nombre de dossiers clients est liée à l'augmentation du nombre de visites guidées

## LES VISITES GUIDÉES

source : GCAT 2019



**213 DEVIS**  
réalisés, 184 devis concrétisés



**8 980**  
personnes en visites avec  
des groupes touristiques  
**(+24,7%)**



**14**  
Guides



**8 928**  
personnes en visites  
individuelles  
**(+13,7%)**



**17 908**  
personnes au total  
**(+19,4%)**

## SORTIES SCOLAIRES DANS LES BAUGES

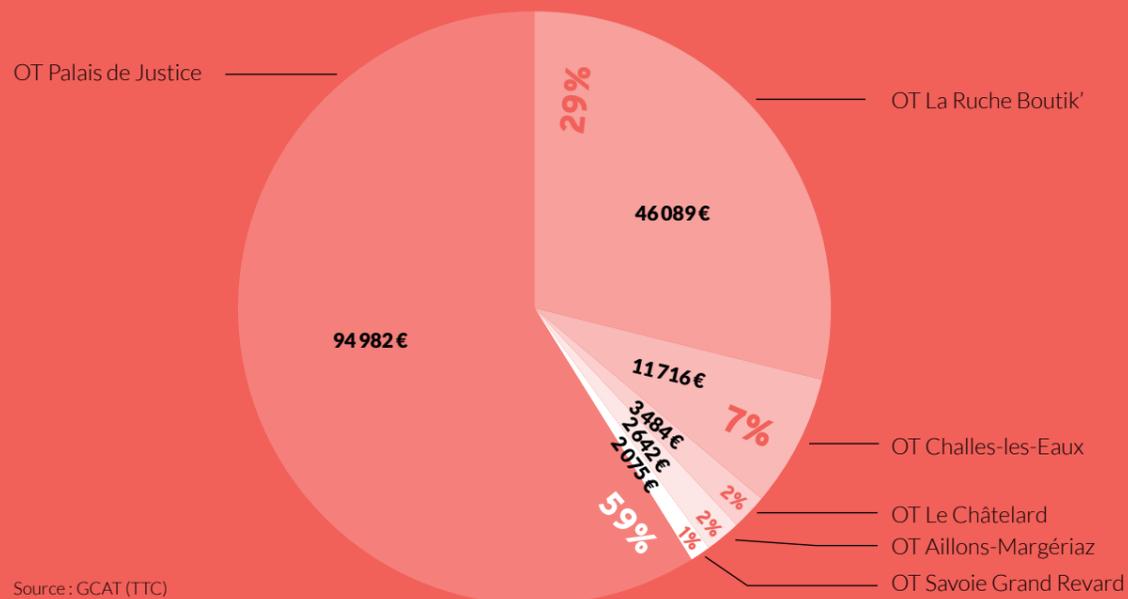
CA **13 565 €**

Nombre de sorties : **19**

Nombre d'élèves : **727 (-41%)**  
(absence de séjours, accueil de classes  
à effectifs plus petits)



## VENTES DE PRODUITS ET SERVICES DANS LES BOUTIQUES DES BIT



Source : GCAT (TTC)

# LA RUCHE BOUTIK'



## OBJECTIFS RÉALISÉS

- Valoriser les activités de pleine nature
- Développer le CA de la boutique en proposant de nouveaux produits
- Mettre en avant les producteurs locaux et les produits des Parcs
- Organiser des ateliers thématiques
- Développer l'accueil de groupes en offrant une dégustation de produits locaux

## LES PRODUITS LES + VENDUS À LA BOUTIK'



source : GCAT 2019

## LES ATELIERS ORGANISÉS

Organisation de **19** ateliers sur l'année 2019 sur différents thèmes :

- **Thèmes relatifs aux pratiques d'activités sportives** (valorisation des sorties Expériences ski de rando/trail, lancement du Snooc) et avec l'intervention de professionnels de la montagne (FFCAM, etc.)
- **Organisation d'ateliers « gourmands »** autour des produits et saveurs de nos régions : fabrication de cocktails avec les sirops Routin atelier vin-chocolat - atelier avec J'aime Bocoh
- **Ateliers manuels** axés sur le développement durable avec la fabrication de savons/atelier zéro gaspi/atelier plantes comestibles sauvages

Ces ateliers, payants depuis l'été 2019, ont rapporté 254 € (coûts d'inscription de 3€/atelier) et ils sont souvent complets



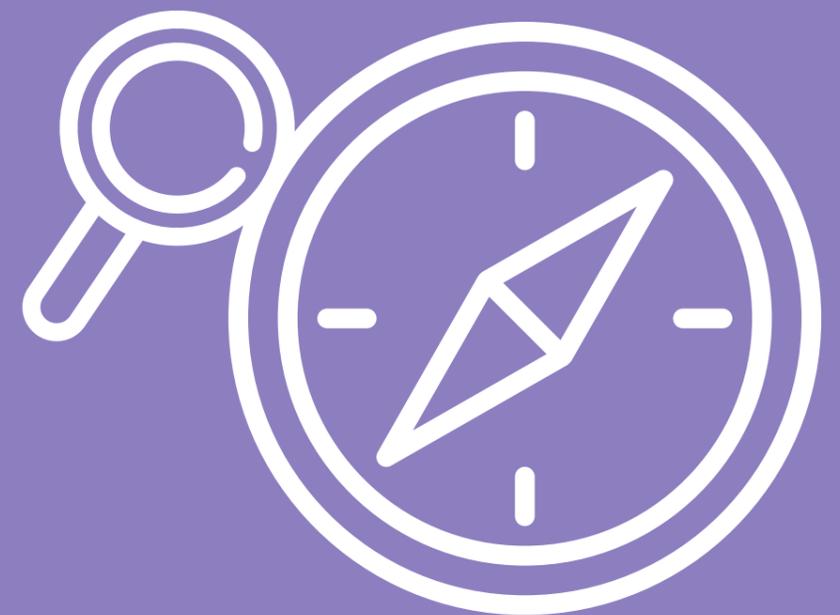
**NOUVEAU**

Mise en place de **dégustations de produits locaux à la Ruche**

proposées aux groupes dans le cadre des visites en ville (en lien avec le service groupes).



# MARKETING TOURISTIQUE

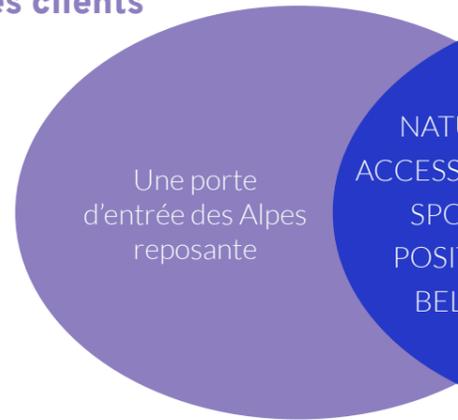


## LANCEMENT DE LA DÉFINITION D'UN NOUVELLE STRATÉGIE DE MARQUE TOURISTIQUE ET D'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

Au cours de l'année 2019, a été finalisé le diagnostic de la nouvelle stratégie, qui a notamment abouti à la réalisation d'un portrait identitaire du territoire, dont voici les principaux enseignements.

### VISION ÉTROITE ENTRE ACTEURS ET CONSOMMATEURS. IMAGE CLIENTS/ACTEURS À RAPPROCHER

#### Image perçue par les clients



#### Image perçue par les acteurs



NATURE  
ACCESSIBILITÉ  
SPORT  
POSITIVE  
BELLE

### LA QUALIFICATION DE L'IMAGE DU TERRITOIRE

Premiers atouts perçus par les acteurs
Beauté, tourisme, richesse, patrimoine
Lacs et montagnes
Situation géographique - accessibilité
La - les montagnes
La diversité des sites

Atouts perçus	Clients
Avec de beaux paysages	92%
D'abord une destination de nature	80%
Une porte d'entrée des Alpes	74%
Sportive - reposante - image positive	71%
Facilement accessible	69%

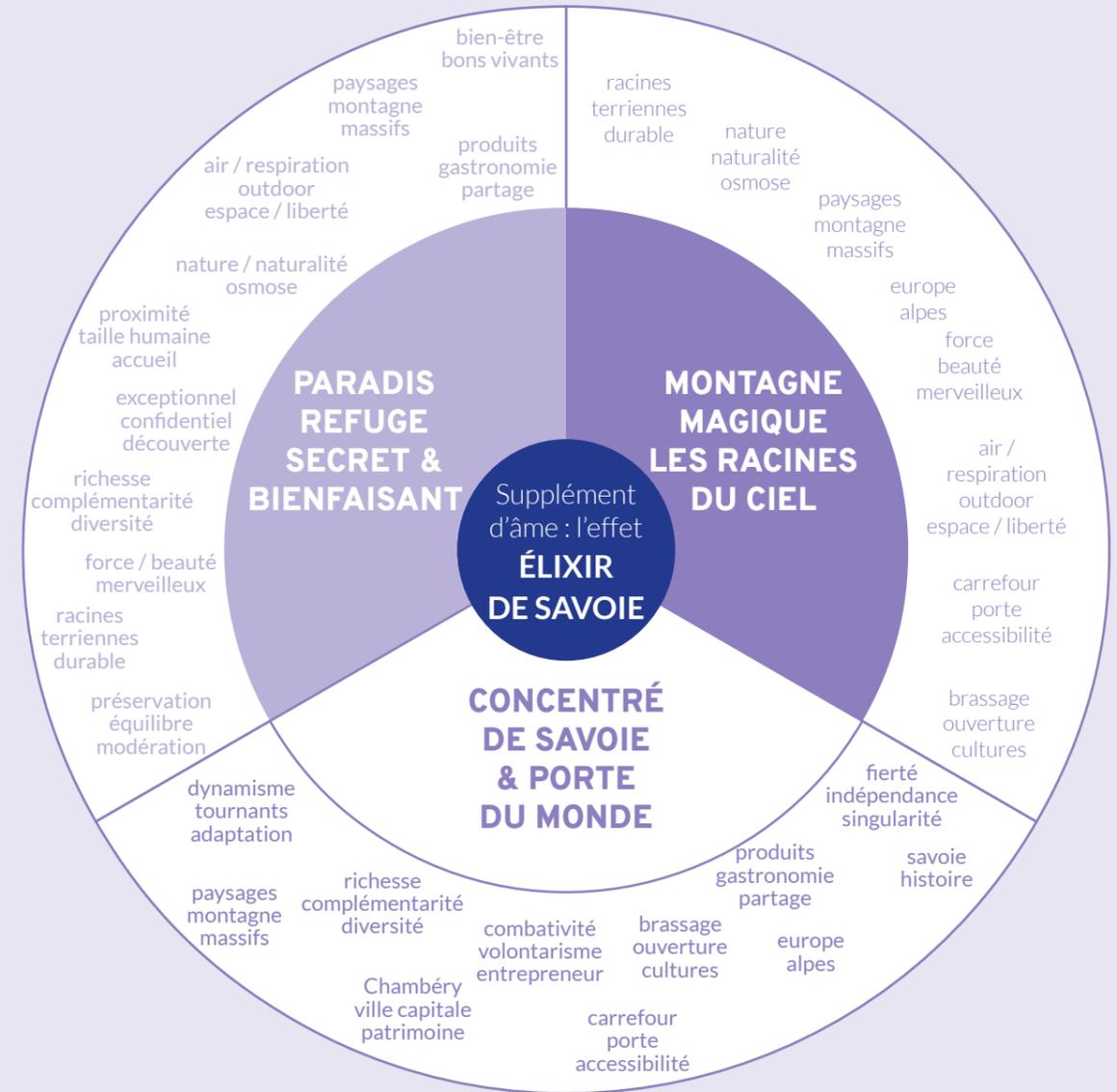
Qualification de la destination par les acteurs

**35% NATURELLE**

**48% SPORTIVE**

**37% POSITIVE**

## IDENTITÉ



# SERVICES ET QUALITÉ



## OBJECTIFS RÉALISÉS

- Développer une offre innovante, compétitive et différenciante sur la destination
- Accompagner la qualification des acteurs touristiques
- Favoriser la satisfaction de la clientèle

### MARQUE QUALITÉ



Animation de la démarche qualité par :

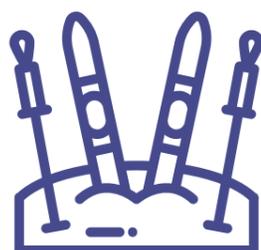
- l'animation du Groupe qualité de destination
- le suivi de la satisfaction client
- la labellisation des offres de la destination
- le suivi des critères du référentiel de la Marque.

### SATISFACTION CLIENT

#### Activités



Gestion de la satisfaction des randonneurs :  
sentiers@grandchamberyalpes-tourisme.com



**+ 46**  
Net Promoter Score  
Satisfaction des sorties Expériences ski de randonnée

### Centrale de réservation



**98.5%**

des clients de la centrale ayant réservé par téléphone sont satisfaits ou très satisfaits du service reçu



**98.7%**

des clients prêts à réutiliser le service en ligne



**5.1%**

insatisfaits de leur hébergement (17% aménagement, 24,5 % literie, 15% entretien et propreté)



**89.2%**

des clients satisfaits du rapport qualité prix de l'hébergement



**SUIVI**

des avis clientèle sur les hébergements et plan d'actions auprès des meublés pour lequel des avis négatifs ont été émis

### Groupes



**100%**

des clients très satisfaits ou satisfaits de l'accueil téléphonique

**100%**

des clients très satisfaits ou satisfaits du programme proposé

**85%**

des groupes ont une excellente impression sur la ville et 15% ont une impression satisfaisante



**Création des RDV Expériences Ski de randonnée à Aillons-Margériaz**  
 en partenariat avec la FFCAM, DYNAFIT et l'ANENA



**Création des RDV Expériences Trail à Aillons-Margériaz**  
 en partenariat avec la FFCAM, et PETZL et sous le parrainage de Sébastien Chaigneau

**Création d'une nouvelle offre de promenades Picot-Iles du Chéran**

Création d'un ensemble de promenades confort labellisées sur le site des Iles du Chéran (Le Châtelard, la Motte-en-Bauges, Lescheraines), afin de favoriser la découverte d'un écrin méconnu qui borde le Chéran, rivière sauvage.



**Création de nouveaux contenus de randonnée dans l'application Eskapades**



## OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Gestion de l'observation touristique :

- Analyse de l'activité touristique (interne et exogène)
- Production et présentation des bilans de saison automne/hiver et printemps/été
- Avec l'appui d'un cabinet spécialisé, mise à disposition de l'observatoire auprès des hébergeurs professionnels



# FÉDÉRER LES PROFESSIONNELS



## OBJECTIFS RÉALISÉS

- Accompagner les adhérents du tourisme dans le développement de leur activité
- Soutenir les porteurs de projets touristiques
- Animer l'écosystème des professionnels

### L'OFFICE ET SES ADHÉRENTS



**CHAMBÉRY -  
CHALLES-LES-EAUX**  
150 PARTENAIRES

**BAUGES - SAVOIE  
GRAND REVAR**  
329 PARTENAIRES



Plan d'actions à destination des professionnels :

- Animation de rencontres par filière professionnelle :  
**3** Clubs hôteliers, **2** Clubs hébergeurs,  
**1** Club prestataires d'activités, **1** Attractive Lab,
- **3** formations proposées aux professionnels
- **19** professionnels valorisés lors d'Eductours
- Accompagnement de professionnels à la labellisation Accueil vélo
- **10** investisseurs accompagnés pour la création ou requalification d'hébergements touristiques
- **10** Comités de stations animés



# GOUVERNANCE



**COMITÉ DE DIRECTION :**

- Collège « Elus » : **23** membres titulaires + **23** remplaçants
- Collège « Socio-professionnels » : **17** membres titulaires + **14** remplaçants
- Collège « Personnes qualifiées dans le milieu du tourisme » : **5** membres titulaires
- **44** délibérations votées en 2019

**6 COMITÉS ORGANISÉS**



# RESSOURCES, BUDGET ET TAXE DE SÉJOUR

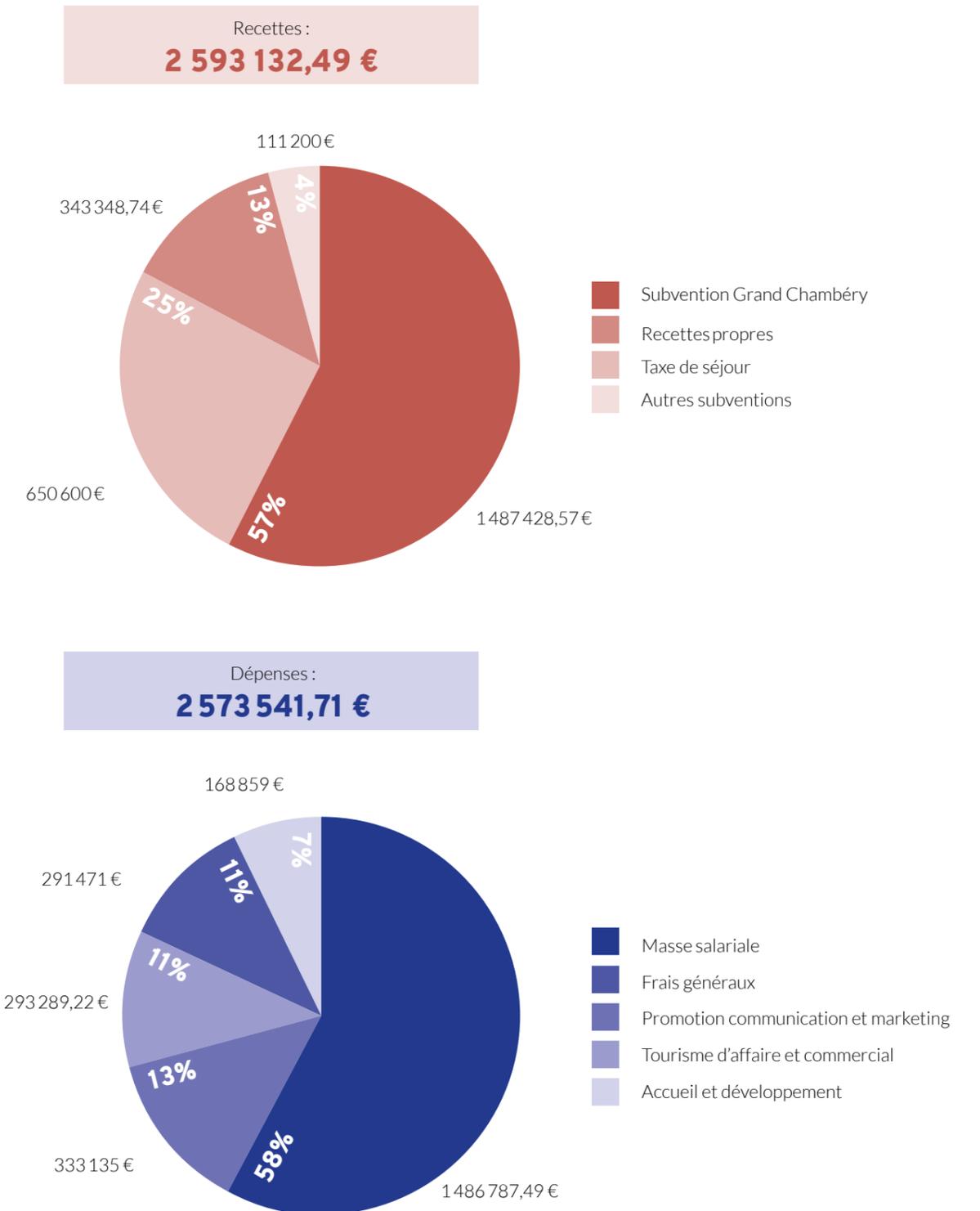


# RESSOURCES

BUDGET 2019

RÉSULTAT BUDGÉTAIRE DE L'EXERCICE			
	Section d'investissement	Section de fonctionnement	Total des sections
<b>Recettes</b>			
Prévisions budgétaires totales	144 217,96	2 769 547,21	2 913 765,17
Recettes nettes réalisées	48 642,07	2 593 132,49	2 641 774,56
<b>Dépenses</b>			
Autorisations budgétaires totales	144 217,96	2 769 547,21	2 913 765,17
Dépenses nettes réalisées	104 381,76	2 573 541,71	2 677 923,47
<b>Résultat de l'exercice</b>	-55 739,69	19 590,78	-36 148,91

BUDGET FONCTIONNEMENT RÉALISÉ 2019



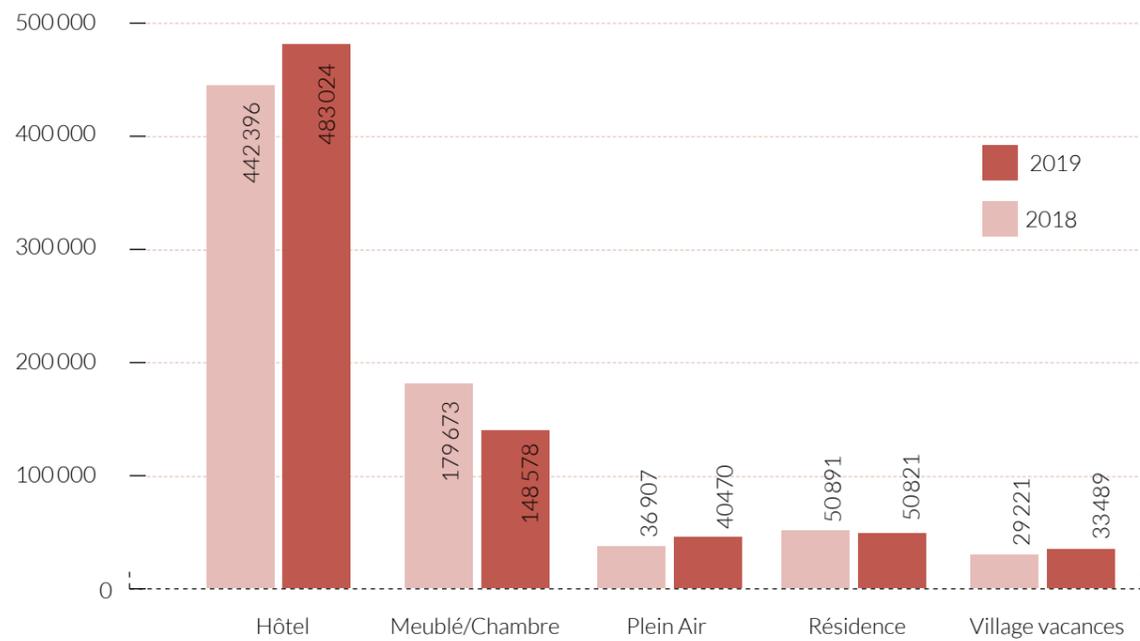
## TAXE DE SÉJOUR

### ÉVOLUTION DES NUITÉES PAR TYPE D'HÉBERGEMENT

**Montant de la TS collectée = 743 149,40 €**  
 Dont OTA : 92 004,53€  
 Part départementale : 67 559,03€

**Nombres de nuitées déclarées = 675 341**

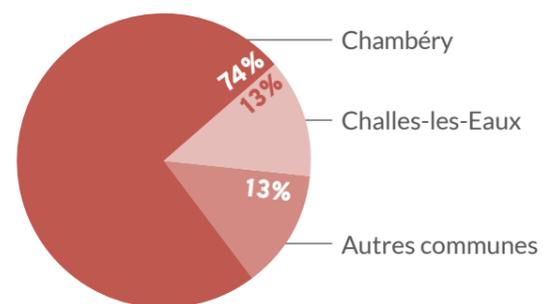
Nombre de nuitées sur l'ensemble du territoire par type d'hébergement



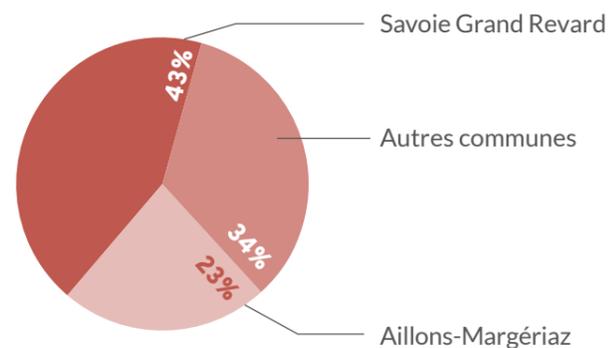
source : GCAT 2019

### RÉPARTITION DES NUITÉES PAR SECTEUR

#### CHAMBÉRY CHALLES-LES-EAUX



#### BAUGES



source : GCAT 2019

# PERSPECTIVES 2020



## L'ANNÉE 2020 VERRA SE CONCRÉTISER DE NOMBREUX PROJETS

### SERVICES ET QUALITÉ

- Gestion de l'E-reputation de la destination
- Déploiement d'une plateforme de commercialisation des activités en ligne
- Suivi de la satisfaction clients et renouvellement de la labellisation Marque Qualité de l'office de tourisme
- Création de nouveaux parcours de découverte thématiques à Chambéry
- Lancement de l'entretien des itinéraires de randonnées de Grand Chambéry
- Renouvellement des panneaux touristiques autoroutiers



### PARTENARIATS

- Déploiement des ateliers professionnels liés à la nouvelle stratégie de marque de la destination

### COMMERCIAL - TOURISME D'AFFAIRES

- Conquête de deux congrès expo à + 3/4 ans sur Grand Chambéry Alpes
- Présence renforcée lors de Grand Ski
- Déploiement centrale de réservation/ disponibilités sur Savoie Grand Revard
- Accélération COPIL et Worldcafé
- Création de nouvelles offres de visites guidées (vélo notamment).



### MARKETING

- Définition du positionnement et du plan d'actions de la stratégie marketing et de marque
- Création de CityPass (6h, 24h, 48h, 72h)
- Mise en place d'un plan d'action marketing relationnel : partage GRC, envoi de SMS, mailing, etc....
- Déploiement de la stratégie webmarketing

### COMMUNICATION - PROMOTION

- Refonte des sites web
- Accueils presse et influenceurs
- Campagnes sur les réseaux sociaux
- Pose de 3 webcams à La Féclaz et Chambéry



### ACCUEIL - INFORMATION

- Mise en œuvre du schéma d'accueil et de diffusion de l'information
- Réaménagement de l'accueil de l'Office de tourisme de la Féclaz
- Étude d'aménagement d'un nouveau point d'accueil mutualisé au Châtelard



La Marque Qualité Tourisme™, c'est cette volonté de toujours mieux recevoir la clientèle et améliorer la qualité des prestations touristiques. Aussi, Grand Chambéry Alpes Tourisme s'engage dans une démarche de progrès continue, un processus d'amélioration permanente. Objectifs ? satisfaire la clientèle (individuelle ou en groupe), toujours mieux répondre aux attentes de nos visiteurs. Nous aurons plaisir à vous accueillir dans l'un des 7 points de l'Office de tourisme !

Bon séjour à Grand Chambéry !

# GRAND CHAMBÉRY ALPES TOURISME

— Bauges – Challes-les-Eaux – Chambéry —

## OFFICE DE TOURISME, 7 POINTS D'ACCUEIL À VOTRE SERVICE

### CHAMBÉRY

5 bis place du Palais de Justice  
73000 Chambéry  
+33 (0)4 79 33 42 47  
[www.chambery-tourisme.com](http://www.chambery-tourisme.com)  
[accueil.chambery@grandchamberyalpes-tourisme.com](mailto:accueil.chambery@grandchamberyalpes-tourisme.com)

### CHAMBÉRY

La Ruche Boutik'  
240 rue de la République  
73000 Chambéry  
+33 (0)4 79 85 71 13  
[www.chambery-tourisme.com](http://www.chambery-tourisme.com)  
[accueil.laruche@grandchamberyalpes-tourisme.com](mailto:accueil.laruche@grandchamberyalpes-tourisme.com)

### CHALLES-LES-EAUX

1374 av de Chambéry  
73190 Challes-les-Eaux  
+33 (0)4 79 72 86 19  
[www.challesleseaux.fr](http://www.challesleseaux.fr)  
[accueil.challesleseaux@grandchamberyalpes-tourisme.com](mailto:accueil.challesleseaux@grandchamberyalpes-tourisme.com)

### CŒUR DES BAUGES

Av Denis Therme  
73630 Le Châtelard  
+33 (0)4 79 54 84 28  
[www.lesbauges.com](http://www.lesbauges.com)  
[accueil.bauges@grandchamberyalpes-tourisme.com](mailto:accueil.bauges@grandchamberyalpes-tourisme.com)

### AILLONS-MARGÉRIAZ

Chef-Lieu  
73340 Aillon-le- Jeune  
+33 (0)4 79 54 63 65  
[www.lesaillons.com](http://www.lesaillons.com)  
[accueil.lesaillons@grandchamberyalpes-tourisme.com](mailto:accueil.lesaillons@grandchamberyalpes-tourisme.com)

### LA FÉCLAZ

Place centrale  
73230 La Féclaz  
+33 (0)4 79 25 80 49  
[www.savoiegrandrevard.com](http://www.savoiegrandrevard.com)  
[accueil.savoiegrandrevard@grandchamberyalpes-tourisme.com](mailto:accueil.savoiegrandrevard@grandchamberyalpes-tourisme.com)

### LE REVARD

Route de la Crémaillère (hiver)  
Belvédère (été)  
73100 Le Revard  
[www.savoiegrandrevard.com](http://www.savoiegrandrevard.com)  
[accueil.savoiegrandrevard@grandchamberyalpes-tourisme.com](mailto:accueil.savoiegrandrevard@grandchamberyalpes-tourisme.com)



Shop'in Chambé   
@chambery\_inspiration   
Massif des Bauges   
@massifdesbauges   
Challes-les-Eaux   
La Ruche Boutik' 