

BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2017

(avril à septembre)

La fréquentation de l'Office de Tourisme (nombre de demandes tout mode confondu)

Notre top 5 des nationalités étrangères en nombre de demandes (du 1^{er} avril au 30 sept) est :

1. Royaume-Uni
2. Pays-Bas
3. Allemagne
4. Belgique
5. Etats-Unis

Du 1^{er} juillet au 31 août (en nombre de demandes)

1. Pays-Bas
2. Royaume-Uni
3. Belgique
4. Allemagne
5. Etats-Unis

Les régions françaises en nombre de demandes (du 1^{er} avril au 30 sept) les plus présentes sont les suivantes

1. Ile-de-France
2. Rhône-Alpes
3. Nord-Pas-de-Calais
4. Provence-Alpes Côte-d'Azur
5. Bretagne

Les régions françaises (1^{er} juillet / 31 août) les plus présentes sont les suivantes

1. Ile-de-France
2. Rhône-Alpes
3. Provence-Alpes Côte d'Azur
4. Nord-Pas-de-Calais
5. Bretagne

A noter que les franc-comtois sont de plus en plus nombreux à visiter notre territoire (en 6^{ème} position)

D'avril à septembre, nous enregistrons une légère baisse (-1,7 %). Dans le détail, les demandes françaises sont en légère hausse (0.53 %) mais les demandes étrangères en baisse (-8.3 %).

Le type de clientèle

Jeunes retraités, seniors, couples sans enfant ou avec des enfants en bas-âge. Par contre toujours beaucoup de néerlandais et de résidences secondaires et de personnes en vacances dans la famille.

Cette clientèle de semi-locaux (principalement de la région parisienne) fréquente régulièrement notre office de tourisme, notamment pour les sorties, les nouveautés (malheureusement nous n'avons pas d'ouverture de sites touristiques chaque saison) et les activités familiales pour occuper les petits-enfants.

Beaucoup de touristes à vélo et de camping-caristes, un peu moins de plaisanciers : le Bien Public a d'ailleurs lancé une enquête en ligne sur ce sujet (uniquement du ressenti) : plus de la moitié des internautes pensent qu'il n'y a pas plus de bateaux sur le canal.

Les plaisanciers sont surtout des étrangers (anglo-saxon).

Tendances nationales

La France a retrouvé les fréquentations d'avant les attentats. Le printemps a été bon. Le budget des vacances est toujours limité mais il faut noter que les français qui partent (notamment ceux qui visitent la Bourgogne) partent plus souvent mais moins longtemps (week-ends prolongés, ponts...).

En ce qui concerne la fréquentation des offices de tourisme, à Montbard, comme dans le reste de la France, nous avons généralement moins de demandes mais des demandes plus qualitatives (on passe plus de temps avec nos visiteurs).

Nous avons sondé début septembre nos prestataires pour connaître leur point de vue sur la saison. Pour l'instant, la majorité des répondants estiment qu'elle est stable ou meilleure que 2016. Les prestataires sont dans l'ensemble satisfaits de cette saison. Il y a donc eu plus de touristes sur le territoire qu'en 2016. A comparer avec le résultat de la taxe de séjour.

Fréquentation du site Internet

La fréquentation du site internet est en baisse: 13 524 contre 15 528 en 2016. Nous devons regarder cet automne comment améliorer cette fréquentation. Nous sommes toujours présents sur les réseaux sociaux. Twitter fonctionne bien.

De nombreuses personnes consultent notre page facebook et notre twitter et viennent à nos animations par ce biais.

Animations

Les animations d'été

L'ensemble de nos manifestations cet été a rassemblé plus de **400** personnes.

La première animation s'est déroulée le dimanche 2 juillet : la seconde édition des corps creux vous baladent. 60 participants sur les trois parcours proposés et un après-midi pique-nique et concert à Montigny-Montfort.



Les balades aux flambeaux ont bien marché (120 personnes à Quincerot et plus de 150 au parc Buffon) même si gérer le comportement des touristes avec les flambeaux n'est pas toujours simple. Attention à la sécurité (prévoir des seaux d'eau).

La visite de l'entreprise Jacquenet-Malin a aussi très bien fonctionné (56 personnes). Il faudrait peut-être proposer d'autres visites d'entreprise ou d'artisans : l'Atelier Sarrasin ou autre, chenil de l'association Esprit des loups polaires).

La visite de Moutiers-Saint-Jean et de la chapelle Saint-Just a attiré près de 70 personnes mais celle-ci était organisée dans le cadre du Festival des Musicales en Auxois.

Pour les autres visites « classiques », nous avons enregistré peu de participants : une dizaine en moyenne. Le temps n'était pas toujours de la partie, ce qui peut expliquer la faible participation.

A noter : l'ânier, Bruno Roger, a cessé son activité début juillet et n'a pas pu assurer les balades prévues avec l'OT ni avec le camping.

Nous avons terminé la saison par le Fantastic Picnic le dimanche 24 septembre au Parc Buffon : un événement simple et convivial qui a rassemblé une soixantaine de personnes.

Bilan financier des animations

97 € x 2 pour visite de ville Sylvie Perrette (174 €)

Les flambeaux (pour deux animations) Environ 150 ont été utilisés soit 200 €

Environ 700 euros pour le Fantastic Picnic

Soit plus de 1 000 euros pour l'été 2017

Nous avons accueilli une exposition de tableaux de Josiane Bonsans cet été. L'exposition a été bien reçue par les touristes. A noter : une vente de tableau effectuée.



La boutique

Le chiffre d'affaires de la boutique depuis le début de saison est plutôt satisfaisant. Nous essayons de proposer de nouveaux produits et de favoriser les produits locaux : c'est ce que recherchent nos touristes.

Le chiffre d'affaires de la partie boutique est à fin août de 4 579.70 € (contre 3294.70 € en 2016 soit **+38.8 %**) auquel s'ajoutent la location de vélos (plus de 7 444 euros au 30/09/2017 dont 4175 € en CB). Fin septembre, le CA de la boutique s'élève à 5000 € (contre 4848.9 € en 2016 soit **+3.11 %** mais à pondérer car en septembre 2016 rentrée d'argent des ventes de magnets de la CCM)

Nous avons mis en place un TPE en janvier. Le système Monetico des deux années précédentes fonctionnaient déjà très bien. Mais ce TPE est devenu indispensable. Nous rencontrons ainsi un problème avec les billetteries où les clients demandent de plus en plus à payer en CB. Il faudrait préciser sur les affiches / textes des événements des billetteries : « Places en vente à l'Office de Tourisme » et pas « Réservations à l'Office de Tourisme » par souci de clarté. Egalement préciser « paiement par chèque ou espèces uniquement ».

A noter 320 € de paiement en chèques vacances (mi-août) principalement pour le vélo mais aussi en produits boutique (contre 830 euros en 2016 et un peu moins de 300 euros en 2015 soit une baisse de ces paiements en chèques vacances cette saison).

Bilan Vélibourgogne

Cette année le bilan de la location de vélos est moins positif que l'an dernier. Nous avons enregistré une baisse du chiffre d'affaires par rapport à l'été 2016 (**environ – 15%**). Le printemps avait pourtant bien commencé et jusqu'à la mi-juin nous étions en légère progression mais les mois de juillet et d'août n'ont

pas été aussi bons que l'an dernier. Le nombre de vélos loués est quasi le même (590 en 2017 contre 601 en 2016) mais nous louons majoritairement à la demi-journée. Le budget toujours aussi serré peut expliquer cela. Nous avons eu aussi des remarques sur le prix des locations. Mais aussi le bon fonctionnement du site de Velibourgogne, notre prestataire, qui est en forte hausse cette saison. A priori les autres points de location en office de tourisme sont aussi en baisse.

Avec la venue de septembre, les touristes continuent à profiter de ce service.

A noter que les réservations en ligne sur le site ont augmenté : 2997 € en 2017 contre 1813 € en 2016.

Nouvelle tendance cette année : les clients du VVF de Flée demandaient régulièrement s'il y avait des réductions sur la location de vélos...

Promotion « hors les murs »

- Accueils sur le marché (trois vendredis) afin de proposer le guide du routard canal de Bourgogne à la vente mais aussi de renseigner certains touristes qui ne viennent pas jusqu'à l'Office de Tourisme. Le marché est un lieu intéressant pour capter les résidences secondaires et les locaux.
- Le comité de Jumelages (dont Jean-Pierre Goyard fait partie) a fait la promotion de notre région à la fête des rues de Stettfeld (près d'Ubstadt) du 15 au 17 juillet.
- La Foire de Montbard où les (fidèles) bénévoles se sont relayés pendant les 4 jours



Fête des rues en Allemagne



Foire de Montbard



Présence sur le marché de Montbard

BILAN QUALITE

En général, les touristes au comptoir sont satisfaits des services et de l'accueil qui leur est fait à l'Office e Tourisme mais aussi de leur séjour sur le territoire. Ce résumé des remarques notées pendant la saison permet de mettre en avant les possibles améliorations.

Remarques positives

- Le camping (lieu, propreté et gratuité des animations)
- Depuis fin août : l'exposition des photos par le Pays d'Art et d'Histoire

La plupart de nos visiteurs et clients sont satisfaits de notre territoire et des services de l'Office.

Remarques diverses

Véloroute et touristes à vélo

La vélo route est toujours très empruntée. Le Vélibook très apprécié. On espère pouvoir le rééditer pour la troisième fois mais cela est moins sûr. Des remarques sur le manque de points de restauration notamment, de points d'eau, et de camping.

Nous proposons à la vente depuis le mois d'avril le guide du routard. Les visiteurs le feuilletent régulièrement mais ne sont pas forcément disposés à l'acheter. Au final, peu de ventes du guide.

Camping- car

De plus en plus de camping caristes qui pour l'instant se contentent de l'indication de stationnement officieuse : marina ou parking abbaye de Fontenay.

Ce qui nous fait dire que leur besoin actuellement serait d'un stationnement indiqué (marquage au sol) avec éventuellement un point d'eau. Pas besoin d'une autre aire de services que celle du camping.

Découverte de la ville

La présence d'Océane (stagiaire) en juillet nous a permis de mettre en avant l'application Balades en Bourgogne ainsi que la balade à destination des enfants sur Guidigo. Les touristes sont intéressés mais cela demande du temps car notre clientèle majoritairement composée de seniors n'est pas toujours très au fait de ces balades sur smartphones.

Nous avons toujours beaucoup de demandes pour la monnaie de Paris

Comportement des touristes

- Une diminution de la fréquentation comptoir mais une augmentation du numérique (notamment réseaux sociaux avec de plus en plus de demandes par messagerie sur FB)
- Une exigence de plus en plus constatée de la part des visiteurs. Si la plupart sont satisfaits (voire très satisfaits) des services que nous proposons et de l'accueil qui leur est réservé, d'autres sont très demandeurs et en attendent encore plus. Cette année deux grandes remarques : les bus (toujours très compliqué) et les paiements CB pour les billetteries.

La majorité de nos visiteurs sont satisfaits de l'accueil et attendent du personnel des conseils précis et détaillés pour leur séjour. Cette tendance nous pousse à développer notre rubrique blog pour faire part de nos expériences.

Les transports

Nous sommes bureau des plaintes pour les informations sur les lignes de bus TRANSCO.

Lignes compliquées à lire + mauvaise fiches sur internet ; pas d'information trafic de la part de Transco.

Les toilettes hors service à la gare

Depuis le début de l'année, les toilettes de la gare sont hors service. Elles ont été dégradées et n'ont pas été réparées depuis. Peu de demande cet hiver et ce début de printemps (sauf dimanche de Pâques) mais depuis le retour de l'été, entre 10 et 15 demandes par jours des usagers de la SNCF qui envoient systématiquement leurs clients chez nous. Sans parler du problème de TGV début juillet où les usagers ont fait la queue pendant une heure pour ces toilettes qui ont bien fait défaut ce jour là.

On nous demande également les horaires des trains...malgré la présence de personnes au guichet.

La notion de service est de plus en plus présente au quotidien : en plus des traditionnelles demandes de renseignements, les visiteurs rentrent à l'Office de Tourisme pour les toilettes (cf article ci-dessus) ou encore le téléphone (absence de cabines). Il est vrai qu'on le mentionne à chaque bilan. Si c'est un besoin de nos clientèles, il faut l'intégrer à notre stratégie et valoriser cette partie de notre travail.

Il est clair que les demandes traditionnelles de renseignements au comptoir diminuent au profit de demandes régulières en amont par courrier, téléphone ou e-mail au profit d'une palette de services que nous avons développés au fil des ans : la location de vélos, la boutique, les billetteries, le wifi et l'internet. Mais aussi pour des services qu'ils ne trouvent pas ailleurs : demandes d'itinéraires variés, renseignements sur les lignes de bus et sur les trains (pas de fiches horaires en gare cette année, du monde au guichet donc on préfère demander à tout hasard à l'Office de Tourisme).

Les principales demandes concernent toujours les cartes : plan de ville, du département (avec les curiosités touristiques) et circuits de randonnée.