

BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2018

(juin à septembre)

La fréquentation de l'Office de Tourisme

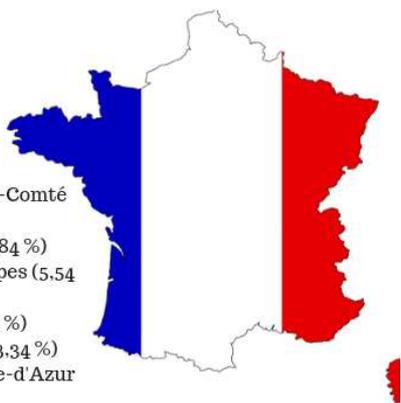
Fréquentation guichet de juin à septembre 2018

Nombre de personnes au guichet de l'OT par pays d'origine

		2017	2018	Évolution
Mois de juin	Ensemble des personnes	699	597	↘
	Français	481	408	↘
	Étrangers	218	189	↘
Mois de juillet	Ensemble des personnes	1310	1044	↘
	Français	877	802	↘
	Étrangers	433	242	↘
Mois d'août	Ensemble des personnes	1323	1298	↘
	Français	950	975	↗
	Étrangers	373	323	↘
Mois de septembre	Ensemble des personnes	656	727	↗
	Français	421	545	↗
	Étrangers	235	182	↘
TOTAL de juin à septembre	Ensemble des personnes	3988	3666	↘
	Français	2729	2730	↗
	Étrangers	1259	936	↘

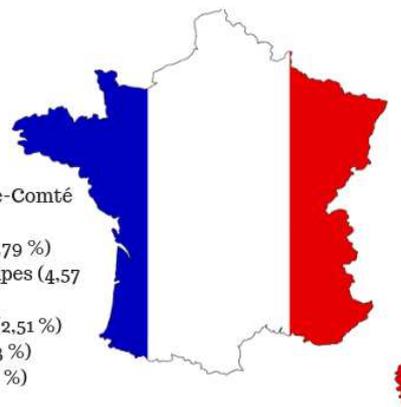
Répartition clientèle française 2017 / 2018

2017



1. Bourgogne-Franche-Comté (40,78 %)
2. Île-de-France (22,84 %)
3. Auvergne-Rhône-Alpes (5,54 %)
4. Grand-Est (3,65 %)
5. Hauts-de-France (3,34 %)
6. Provence-Alpes-Côte-d'Azur (2,77 %)

2018



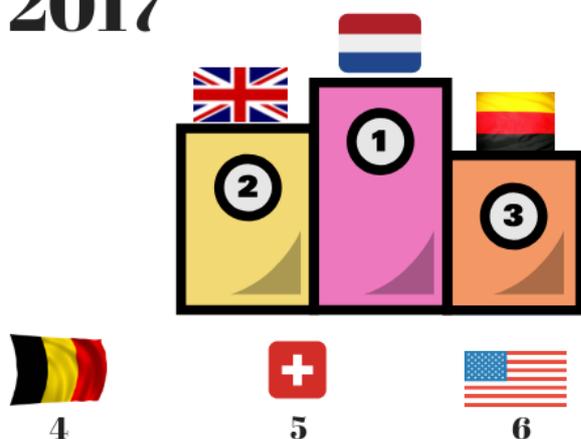
1. Bourgogne-Franche-Comté (43,95 %)
2. Île-de-France (17,79 %)
3. Auvergne-Rhône-Alpes (4,57 %)
4. Hauts-de-France (2,51 %)
5. Grand-Est (2,23 %)
6. Occitanie (1,67 %)

Six premières clientèles françaises à fréquenter le territoire (demandes du 1er juillet au 15 septembre 2018) ; par départements

1. Côte-d'Or (39,54 %)
2. Paris (9,93 %)
3. Yonne (2,57 %)
4. Yvelines (2,06 %)
5. Hauts-de-Seine (1,56 %)
6. Rhône (1,51 %)

Répartition clientèle étrangère 2017 / 2018

2017



2018



Statistiques du 14 juillet au 15 août

Fréquentation tous pays confondus

Du 14 juillet au 15 août 2017 : 1 583

Du 14 juillet au 15 août 2018 : 1 429

154 personnes de différence (soit une baisse de 10 %)

Fréquentation touristes français

Du 14 juillet au 15 août 2017 : 1 077
Du 14 juillet au 15 août 2018 : 1 099
22 personnes de différence (soit une augmentation de 2 %)

Fréquentation touristes étrangers
Du 14 juillet au 15 août 2017 : 506
Du 14 juillet au 15 août 2018 : 330
176 personnes de différence (soit une baisse de 35 %)

Demandes toutes clientèles confondues
Du 14 juillet au 15 août 2017 : 974
Du 14 juillet au 15 août 2018 : 922
52 demandes de différence (soit une baisse de 5 %)

Demandes françaises
Du 14 juillet au 15 août 2017 : 717
Du 14 juillet au 15 août 2018 : 737
20 demandes de différence (soit une augmentation de 3 %)

Demandes étrangères
Du 14 juillet au 15 août 2017 : 257
Du 14 juillet au 15 août 2018 : 185
72 demandes de différence (soit une baisse de 28 %)

Le type de clientèle

Jeunes retraités, seniors, couples sans enfant ou avec des enfants en bas-âge.

Les grandes tendances : camping-caristes, touristes à vélo en augmentation.

Les billetteries spectacles ont très bien fonctionné et l'équipe y a consacré beaucoup de temps.

Tendances nationales

Le baromètre était pourtant au beau fixe dès le mois de juin pour cette saison 2018 mais les résultats n'ont pas été conformes aux attentes. La saison a commencé tardivement avec l'effet coupe du monde (donc après le 15 juillet). Et niveau fréquentation optimum, on peut même dire que cela a commencé fin juillet. La haute saison aurait donc tendance à commencer plus tardivement. Et une fois les touristes sur place, le constat est le même partout (Côte d'Azur ou plages de l'Atlantique): les restaurants peinent à remplir et la consommation reste faible. Les français sont-ils partis à l'étranger ? Des destinations comme l'Espagne, le Portugal ou le Maghreb.

Seul Paris semble avoir tiré son épingle du jeu cette saison avec une hausse de la fréquentation touristique. Au niveau de la Région Bourgogne Franche-Comté (d'après l'enquête trimestrielle de la mi-août), on constate une légère baisse de fréquentation probablement due aux grèves SNCF, à la Coupe du Monde et à la canicule.

La durée moyenne des séjours est en baisse tout comme les dépenses.

Il semblerait que la clientèle belge soit en augmentation par rapport à l'été 2017. En revanche, une diminution de la fréquentation britannique et néerlandaise a été remarquée par les professionnels du tourisme en Bourgogne Franche-Comté.

Fréquentation du site Internet et des réseaux sociaux

La fréquentation de notre site internet continue sa progression régulière. Nous enregistrons 16 679 visiteurs fin septembre (contre 15 208 en septembre 2017) soit **près de + 10%**.

En ce qui concerne les réseaux sociaux, nous gagnons des abonnés. Le compte facebook se rapproche des 2 000 fans, le compte twitter des 1 000 abonnés et le compte instagram des 500 abonnés.

Animations

Les animations d'été

Nos visites d'été ont enregistré une fréquentation moyenne : en général une vingtaine de personnes avec parfois moins.

La première animation s'est déroulée le dimanche 1 juillet : la troisième édition des Corps Creux vous baladent. L'objectif de la balade était la tuilerie des Granges sous Grignon. Un beau succès pour cette randonnée avec une centaine de participants.



Les autres visites ont attiré des locaux et des touristes.

Nous avons proposé une nouveauté cette saison : la découverte de l'atelier Sarrasin à Montbard (18 personnes présentes).



Les visites de la ville – par Sylvie Perrette ou par Yann Poulin – trouvent toujours leur public : que l'on parle révolution industrielle, de Buffon ou tout simplement de la topographie et des paysages de la ville.

Bilan financier des animations

Le coût des animations d'été nous revient à un peu moins de 7 00 euros (une centaine d'euros pour la manifestation Les Corps Creux vous baladent, 174 € pour les visites de Sylvie Perrette, 150 euros pour celles de Yann Poulin et un achat de lanterne d'environ 250 euros).

Nous avons accueilli une exposition de photos au printemps (Odessa Malchair) et une exposition de tableaux cet été (Anne Balthazar). Les deux artistes étaient de nationalité belge.



La boutique

Le chiffre d'affaires de la boutique est en baisse par rapport à 2017 (fin septembre 2018). Les consommateurs dépensent moins (cf les tendances nationales). Pour le détail des ventes, nous constatons une baisse de 4.5 % des ventes de cartes postales, une augmentation de 0.7 % des ventes des produits d'accueil et une baisse de 56 % des ventes de cartes et guides, qui s'explique par la sortie du guide du Routard en 2017 donc une vente accrue de ce guide. Seul les ventes de livres ont augmenté (+38%).

Nous constatons une augmentation des paiements par carte bleue.

Les produits qui fonctionnent le mieux sont les produits locaux (alimentaires).

Bilan Vélibourgogne

Nous avons proposé nos premiers vélos en location en 2010 mais sans grand succès. Nous louons des vélos de façon structurée et dans le réseau Vélibourgogne depuis 2011 avec un chiffre d'affaires en augmentation constante jusqu'à l'année dernière.

Nous pensons avoir atteint notre chiffre d'affaires maximal. Les touristes à vélo sont de plus en plus équipés (souvent des Vélos à Assistance Electrique) et le chiffre d'affaires n'est plus en augmentation.

Les réservations en ligne sur le site vélibourgogne fonctionnent bien.

Augmentation des demandes pour les Vélos à Assistance Electrique, les tandems, les vélos suiveurs.

À la fin octobre 2018, nous enregistrons un chiffre d'affaires au comptoir de 7 044,50 € (-6,8 % par rapport à 2017 et les réservations en ligne s'élèvent à 1937,50 € (contre 2687 € en 2017).

Promotion « hors les murs »

- Accueils sur le marché (deux 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.
- La Foire de Montbard où les (fidèles) bénévoles se sont relayés pendant les 4 jours.



- La journée départementale de la randonnée pédestre le 30 septembre (plus de 1500 participants)



BILAN QUALITE

En général, les touristes au comptoir sont satisfaits des services et de l'accueil qui leur est fait à l'Office de 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

La plupart de nos visiteurs et clients n'ont pas de critiques à formuler sur notre territoire et sur les services de l'Office (et tant mieux !) : les visiteurs apprécient l'offre de documents touristiques ne se limitant pas à Montbard et les environs proches. Il faudra essayer de garder cette offre (en se recentrant sur les sites et activités les plus demandés) pour le nouvel agencement de l'Office de Tourisme prévu en tout début d'année 2019.



Christophe Corbeel
★★★★★ Il y a 2 semaines
Petit office du tourisme mais personnel super accueillant. Possibilité très sympa de louer des vélos "canaris" (11€ par demi-journée) pour se balader le long du canal de Bourgogne.



Annie Mouton
★★★★★ Il y a 10 semaines
Louer des vélos. Personne très accueillante et disponible.



●●●●● Avis publié : hier par mobile
Personnel très aimable
Nous y avons trouvé toutes les informations nécessaires pour un séjour enrichissant.
Personnel très serviable.
EyraBelgique
Liège, Belgique
113 60
 Merci EyraBelgique

Remarques diverses

Véloroute et touristes à vélo

Nous avons simplement enregistré quelques remarques sur le manque de point d'eau : surtout en raison des fortes chaleurs fin juillet / début août. On se rend compte que les touristes à vélo sont de plus en plus organisés : ils préparent leur parcours grâce aux différents guides existants, notamment le Vélibook, et repèrent également les points de restauration et les sites à ne pas manquer. Nous avons encore quelques demandes d'hébergements de dernière minute de la part de cette clientèle mais cela arrive de plus en plus rarement. Il faut dire que les renseignements sont disponibles sur internet 24/24.

Camping- car

De plus en plus de camping caristes fréquentent la région. Pour l'instant, ils se contentent de l'indication de stationnement officielle : marina (où une tarification est indiquée pour l'utilisation des bornes électriques) ou parking abbaye de Fontenay. Une quinzaine de camping-cars le jeudi 16 août



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.

Déplacement sur le territoire

Nous avons une seule agence de locations de voiture (Renault) et une voiture à l'Intermarché. C'est un peu léger et nous avons eu de nombreuses demandes à ce sujet cet été. Nous sommes à une heure de Paris en TGV mais il est compliqué de se déplacer sur le territoire. Surtout pour les étrangers qui étaient utilisateurs de réseaux comme Europcar et qui déposaient la voiture en région parisienne avant de reprendre leur avion. L'agence Europcar la plus proche est située à Avallon.

Mauvais état du chemin pour se rendre à Fontenay

Au moins une dizaine de remarques pendant la saison au sujet des trous le long de la voie de chemin de fer quand on emprunte le chemin à vélo depuis le canal.

Comportement des touristes /habitants

- 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 accrue 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.
- Recrudescence des demandes de guides papier, de liste de marchés, de camping, d'informations en tout genre malgré la présence d'internet et une augmentation des équipements en smartphones
- Beaucoup de demandes non touristiques et également hors territoire : exemple des transports en train (grèves)

Les transports

Cette saison 2018 a été marquée par les augmentations des demandes liées au transport et ceci en grande partie car les services consacrés au transport n'assurent plus vraiment leur mission !

Cela nous prend de plus en plus de temps de renseigner sur les horaires de trains et de bus, surtout quand nous ne disposons pas d'outils.

La gare ne donne presque plus de fiche horaires et renvoie les gens sur internet ou chez nous.

Avec les périodes de grèves au printemps, beaucoup de demandes sur les trains bien sûr mais aussi les alternatives (flixbus, bla bla car) : les gens allaient jusqu'à demander qu'on réserve ces services.

Et au premier septembre – période à laquelle nous disposons généralement des nouveaux horaires de bus-, et d'une nous n'avons pas été tenu – a minima par mail, ce qui est tout de même très pratique de nos jours – au courant des changements de numéro de lignes de bus et des nouveaux horaires, et de deux cette année, le format des fiches n'est pas imprimable – format non adapté et illisible sur A4 –et au 9 octobre, nous n'avons toujours pas de fiches horaire papier. Sans parler des établissements scolaires qui ne fournissent aucune information sur les transports et les abonnements. La communication à ce sujet est hors délai ou inexistante (la rentrée étant déjà effectuée).

Activités de conciergerie

Nous avons constaté depuis deux ou trois ans une augmentation des demandes de services ou d'informations pratiques n'ayant rien à voir avec notre activité de renseignement touristique.

Cette saison, nous avons également géré des demandes d'assistantat en tout genre (feuille de route d'un séjour, itinéraire routier, aides sociales, logement, hébergement d'urgence SDF...), de conseils pratiques rarement en lien avec le territoire (même élargi) ou le tourisme. Bien sûr souvent avec une exigence sur la rapidité et l'exécution du service.

Ces demandes peuvent venir d'une clientèle locale pas forcément équipée d'internet ou ne sachant vers qui se tourner : dans ce cas-là, nous nous rapprochons d'une assistance sociale.

Mais nous avons aussi des demandes provenant d'une clientèle touristique qui ne fait tout simplement pas preuve de bon sens ou qui est persuadée que l'Office de Tourisme a réponse à tout. Malheureusement, ce n'est pas le cas et trouver LA réponse à leur problème / question peut prendre un certain temps. L'Office de Tourisme n'est pas une agence de voyage.

Plus de service public assuré de visu (en point d'accueil) par les services concernés. Les Offices de Tourisme sont là pour faire le travail des autres et pallier ces manquements sans aucune contrepartie (malgré la charge de travail supplémentaire engendrée). L'Office de Tourisme devient le point d'accueil de tout et n'importe quoi.