

Office de tourisme du Châtillonnais

RAPPORT D'ACTIVITÉ
sur l'exercice 2018

RAPPORT D'ACTIVITÉ

L'année 2018 est globalement très satisfaisante pour l'Office de tourisme du Châtillonnais puisqu'il a connu un très beau succès de ces animations et encore une hausse de son activité commerciale.

Accueil physique

- 1) Nombre de visiteurs à Châtillon-sur-Seine (toute l'année) et dans les antennes d'Aignay et de Recey-sur-Ource (en juillet et août)

Le nombre de visiteurs s'élèvent, en 2018, à 10 915 visiteurs, soit une baisse de 15% par rapport à 2017.

Ce chiffre, s'il est à première vue négatif, reflète plutôt un changement de comportement. Sur cette même période, la fréquentation de site Internet est, elle, en forte hausse (+20%) tout comme les ventes de la boutique ou le nombre de personnes qui ont participé à nos animations.

Cela est donc la conséquence d'une bien meilleure communication de la part de l'Office de tourisme puisque toutes les informations et les manifestations se retrouvent en ligne, sur notre site, ou les réseaux sociaux. La documentation est également présente chez tous nos prestataires et lors de nos participations à des fêtes locales. L'agenda est même envoyé par la poste dans tous les foyers châillonnais. Les visiteurs n'ont donc plus à se déplacer systématiquement à Châtillon-sur-Seine ou dans les antennes.

Notons tout de même que les grèves SNCF, la coupe du Monde, les mouvements sociaux et la forte chaleur de l'été ont également joué un rôle dans les statistiques.

- 2) Proportion de demandes par types

La proportion de types de demandes est très semblable au fil des ans.

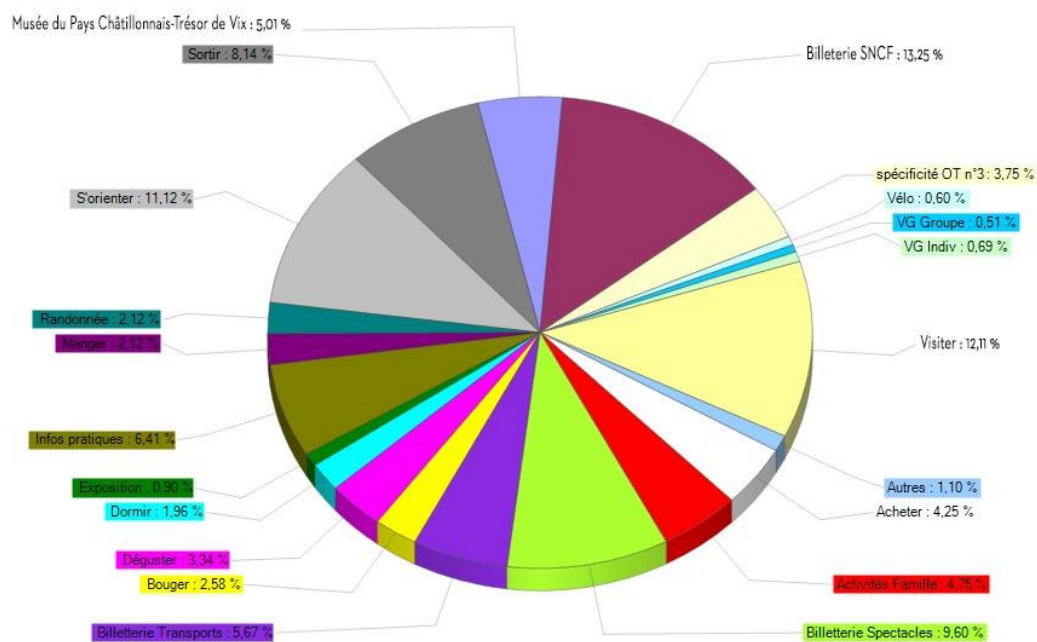
La part la plus importante concerne toujours la billetterie SNCF (ventes, informations et bus TER), même si cette proportion baisse d'année en année : 21.80 % en 2016, 15.18 % en 2017, 13,25 % en 2018.

La proportion billetterie spectacles (ventes, renseignements et réservations) est également légèrement en baisse (9,60 %) mais cela s'explique par le fait qu'il y a eu 2 spectacles en moins.

Les quatre grands points qui ressortent ensuite sont, comme en 2017 :

- les visites (informations sur les sites permanents ouverts à la visite), qui se maintiennent à 12.11% des types de demandes,
- l'orientation (trouver un lieu/son chemin, plan/carte) connaît une très légère hausse avec 11,12 % des demandes,
- les sorties (fêtes, manifestations et visites des guides de pays) sont à 8,14 %
- les informations pratiques représentent 6,41 %

Types de demandes 2018

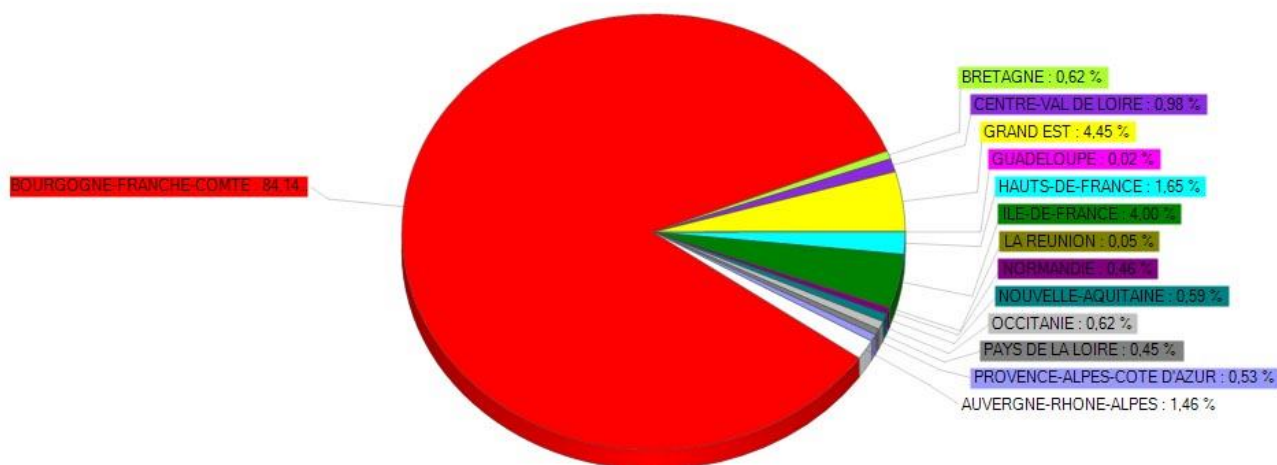


3) Proportion de demandes par origine géographique

Comme les années précédentes, les Français représentent plus de 90% des visiteurs (90,68%). Suivent les Hollandais (1,9%), les Belges (1,77%) et les Allemands (1,70%).

Parmi les visiteurs français la répartition par régions se fait ainsi :

Répartition des visiteurs français par régions d'origine



Animations

Malgré les fortes chaleurs, Les animations de l'OTPC ont, une nouvelle fois, connu un très grand succès. Elles ont attiré 638 personnes en 2018 contre 529 personnes en 2017 et 290 personnes en 2016. Elles ne cessent de progresser (+ 20,6% en 2018 par rapport à 2017 en nombre de personnes et + 44,8% en chiffre d'affaires).

1) Les Mardis découvertes

Tous les mardis du 17 juillet au 21 août et le mardi 11 décembre (7 dates).

260 participants, 13 sites et activités découverts.

Un record de 78 personnes le mardi découverte du 7 août.

2) Flânerie en Calèche (Balade de $\frac{3}{4}$ heure en calèche dans Châtillon-sur-Seine).

Les 18 juillet, 25 juillet, 1^{er}, 8 et 14 août (5 dates).

109 personnes.

3) Visite de Châtillon-sur-Seine « in english »

Visites sur demande.

9 personnes.

4) Balade « Sur les pas des Ducs de Bourgogne » suivie d'une dégustation de Crémant

Les jeudis du 12 juillet au 23 août (7 dates).

61 personnes.

5) Balade dans Châtillon « Rien que pour les enfants »

Les lundis du 23 juillet au 20 août (5 dates).

49 personnes.

6) Ateliers vannerie/chantournage/modelage

54 participants au total (7 dates).

Vannerie : 3 dates, 29 participants.

Chantournage : 2 dates, 10 participants.

Modelage : 2 dates, 15 personnes.

7) Sortie Famille à la Corne Vaudrille

16 personnes le 14 juillet (1 date).

8) Balad'Ane

35 personnes sur 4 dates.

Demi-journées : 26 personnes.

Journées : 9 personnes.

9) Sorties avec Syndicat Mixte Sequana

33 personnes (2 dates).

A la découverte des invertébrés : 30 personnes.

10) Balade le long de la Seine : 3 personnes.

Sorties avec l'Association des Loups Polaires (2 dates) : 8 personnes.

Demi-journée Robinson : 6 personnes.

Stage de survie famille sur un week-end : 2 personnes.

Adhérents à l'OTC

Le nombre d'adhérents à l'OTC est en constante progression. Elle montre la confiance grandissante des acteurs du tourisme en la capacité de l'OTC à faire leur promotion et à les aider à développer leur projet.
Ils étaient 90 en 2016, 104 en 2017, 110 en 2018.

Site Internet

Le site Internet a été mis en ligne à partir de mai 2017. Il évolue perpétuellement afin de mieux répondre aux besoins des utilisateurs et a de plus en plus de visiteurs (+ 20,15% en 2018 par rapport à 2017).

En 2018, Il y a eu :

- 14 183 visites en 2018 (contre 11 804 en 2017) soit une hausse de 20,15%
- 55 665 pages vues (pour 56 762 pages en 2017)

Ces chiffres sont importants et traduisent une manière différente de préparer son séjour. Le site Internet est davantage utilisé : le visiteur se rend moins à l'accueil de l'Office de tourisme. L'origine des visiteurs est, presque semblable à l'année dernière : les français sont bien sûr largement majoritaires (86% des visites) toujours suivi des Américains (7%), des Belges (3%), des Néerlandais (1,5 %), Anglais (1,3%), Allemands (0,9%) et en 6ème place, toujours aussi surprenant, les Sud-Coréens (0,5 %).

Réseaux sociaux

1) Facebook

Le nombre total des mentions « J'aime », c'est-à-dire le nombre de fois durant lesquelles des gens ont aimé la Page (autrement dit, le nombre de fans), était de 1 657 au 31/12/2018 contre 1 203 au 1^{er}/01/2018.

On constate donc une augmentation de 37,7% (soit + 454 J'aime) sur l'année 2018. Facebook est un excellent moyen pour fidéliser les prestataires et faire de la promotion de nos animations en temps réel. Il correspond surtout à une nouvelle façon de consommer puisque l'on rappelle les événements simplement quelques jours avant la date. Pour information, l'Office de tourisme est désormais sur le podium châtillonnais en mentions « j'aime » alors qu'elle n'était qu'à la 10^{ème} place il y a un an.

2) Mais aussi...

Animation du compte Twitter : 397 abonnés (followers) contre 342 en 2017

Animation d'une page Trip Advisor

Animation du compte Instagram : 402 abonnés (contre 192 en 2017)

Editions

- Guide touristique du Pays Châtillonnais 2018 en 3 langues : 7 000 exemplaires
- Guide et Hébergement et Restauration : 3 000 exemplaires
- Agenda de la saison 2018 : 15 000 exemplaires (diffusé notamment dans tous les foyers châtillonnais par la Poste)
- Brochure groupe en français : 300 exemplaires
- Programme mensuel des animations / liste des vide greniers / liste des marchés de Noël (en interne)
- Création d'une brochure Immersion nature, terroir, bien-être à destination des familles et des petits groupes (en interne)

Promotion & diffusion

1) Actions envers la presse et les media

Interventions sur France Bleu Bourgogne

Articles dans « Le Châtillonnais et l'Auxois », « Le Bien Public » pour annoncer les animations et les parutions

En ligne sur le site du Bien Public et via Monespace Tourisme

Promotion de l'offre groupe sur « Triplancar »

Publicité dans le « Côte d'Or J'adore »

2) Participation à des événements Grand Public

Si la plupart des salons ont tenu leur promesse, le Salon des Vacances à Bruxelles et le Salon de la Retraite Active à Troyes ont été jugés décevant en termes de retombées.

Du 5 au 7 janvier : Salon du Tourisme et de la Croisière – Colmar

Du 1^{er} au 4 février : Salon des Vacances à Bruxelles

Du 23 au 24 mars : Salon Bien Vieillir à Dijon

Du 4 au 6 octobre : Salon de la Retraite Active à Troyes

Du 11 au 13 novembre : Salon du Tourisme et des Voyages à Colmar

3) Participation à des événements locaux

Les 2 et 3 juin : Journées Châtillonnaises

Le 8 juillet : La fête du Lac à Marcenay

Le 30 septembre : Fête de l'Automne de la Maison de la Forêt

Le 2 décembre : Fête « Truffe et Crémant, Trésors de terroir »

4) Actions de diffusion de documentations

Bourse d'échange de documents des OTSI de Côte-d'Or

Bourse d'échange de documents des OTSI de l'Yonne

Bourse d'échange de documents des OTSI de l'Aube

Livraison des prestataires touristiques

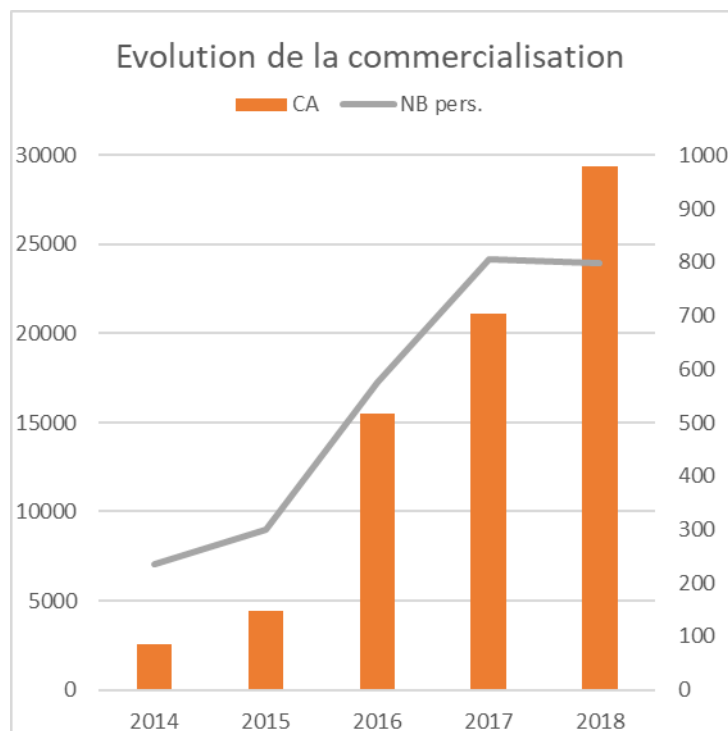
Commercialisation

1) Les groupes

Le développement de la commercialisation à destination des groupes était une des priorités de l'OT, du Président de la Commission Tourisme et du Président de la Communauté de communes.

Nous avons encore obtenu d'excellents résultats en 2018 avec un Chiffre d'Affaires de 29 383 €. C'est une progression de 39% par rapport à 2017.

Le nombre de personnes semble, à première vue, stagner (799 en 2018 par rapport à 805 en 2017), mais il faut noter que la venue du groupe Les Brion-de-France avait « dopé » les chiffres en 2017.



2) Billetterie Transports

La billetterie SNCF n'a rapporté que 2 102 € euros de bénéfice en 2018 alors qu'elle mobilise un employé 6 jours sur 7, 51 semaines dans l'année. C'est 4 358 € de moins qu'en 2017.

En 2018, nous avons vendu pour 91 663 € de billets et cartes commerciales contre 165 898 € en 2017. Les frais de maintenance fixe et obligatoire, des grèves et le fait que nous ne pouvons plus vendre la ligne Châtillon-sur-Seine/Montbard en sont les causes.

La billetterie Transco est, elle, en augmentation : 4 604 € de CA en 2018 contre 4 098 € en 2017.

3) Billetterie spectacles

La billetterie « spectacle » (la Compagnie des Gens, Chorale des Sans Voix, etc.) représente 37 320 € de CA en 2018 contre 50 875 € en 2017.

L'OT touche une part symbolique (2%) sur les ventes de billets. Il gère également la billetterie Nigloland pour la 6^{ème} année consécutive et la réservation des cours de Tennis.

4) Boutique

La boutique propose chaque année de nombreuses nouveautés et a un chiffre d'affaires nettement en hausse : 14 068 € contre 12 612 € en 2017 soit + 11,5%.

Formation du personnel

Marion CHAUMONNOT et Marie SALOMON ont participé à un éductour Vignoble et Découvertes en Champagne sur 2 jours. Elles ont également prit part à une formation « les lundis de l'école des vins » organisée par le BIVB (Bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne). Ces formations sont essentiels dans la mise en valeur du Vignoble du châtillonnais.

Pour faire face à une forte hausse des coûts liés à notre hausse d'activité, Marion CHAUMONNOT a réalisé une formation sur la saisie comptable.

Nadine LARGY a rendu visite à de nouveaux meublés du territoire : le gîte « Allée du Verger » à Ampilly-le-Sec, « Chez Chantal » à Gurgy-la-Ville, les Gîtes « Le Verger de l'Ource », « le Verger Saint-Roch » et « Le Verger du Trappeur » à Recey-sur-Ource. Marie SALOMON a visité le « le Gîte du Moulin de Saint Germain » à Saint-Germain-le-Rocheux.

Régis GATTEAUT a participé à un éductour en Haute-Marne sur le territoire du futur Parc National.

Marie SALOMON a effectué une formation de Reporter Numérique du Territoire.

Partenariats 2018

1) CCPC

Par convention d'objectifs et de moyens, participation au Comité de Pilotage de la CCPC.

2) GIP du Parc national des forêts de Champagne et Bourgogne

Participation au Conseil économique, social et culturel du GIP, aux commissions et groupes de travail Tourisme. En 2018, nous avons été force de propositions et nous avons participé à de nombreuses réunions sur la mise en tourisme du futur Parc National.

3) Association de la Truffe côte d'orienne / La Maison de la Forêt

Participation à la Manifestation Truffles et Crémant, Trésors de Terroir. Création d'un film promotionnel pour 2019 par Marie SALOMON.

4) Un jour, une église

Aide à la promotion et à la diffusion de l'information. Participation aux réunions.

5) Côte d'Or Tourisme

Participation au Conseil d'Administration, aux groupes de travail. Mutualisation des informations via MonespaceTourisme. Collaboration et relais en matière de promotion, communication et de mise en tourisme. Participation au réseau Epiques Epoque.

6) Trésors de Côte d'Or

Création de journées et séjours en Haute Côte d'Or avec l'intégration du Musée du Pays Châtillonnais-Trésor de Vix, de restaurants et des hôtels du Châtillonnais dans les programmes.

7) Intégration au réseau Happy Bourgogne

Création d'une visite de ville de Châtillon-sur-Seine avec dégustation de Crémant dans un lieu insolite. L'OTC est le premier Office de tourisme à intégrer ce réseau.

8) Route européenne des Templiers

Adhésion à l'association Route Européenne des Templiers qui a comme but d'être labellisée Itinéraire Culturel Européen.

9) Nombreux prestataires touristiques

Dans le cadre de la vente de produits à la boutique et l'activité réceptive de l'OTC.

OFFICE DE TOURISME DU CHÂTILLONNAIS

1 rue du Bourg

21400 CHÂTILLON-SUR-SEINE

Les antennes de l'office de tourisme

Ouvertes du 1^{er} juillet au 31 août

The antennas of the tourist office

Open from July the 1st to August the 31st

Die Aussenstellen der Touristeninformation

Geöffnet vom 1. Juli bis 31. August

2 Place de la Mairie

21510 AIGNAY-LE-DUC

Tél. +33 (0)3 80 93 82 14

Place Silenrieux

21290 RECEY-SUR-OURCE

Tél. +33 (0) 03 80 81 05 41

[www.chatillonnais-tourisme.](http://www.chatillonnais-tourisme.fr)

[#chatillonnaisenbourgogne](https://www.instagram.com/ot_chatillonnais)



*Rejoignez-nous sur Facebook ! @otchatillonnais
Join us on FaceBook ! / Folge uns auf FaceBook*



www.instagram.com/ot_chatillonnais



[#chatillonnaisenbourgogne](https://twitter.com/chatillonnaisenbourgogne)

Tél. +33 (0)3 80 91 13 19

contact@tourisme-chatillonnais.fr