



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023

LA
BOURGOGNE 



www.beaune-tourisme.fr

OFFICE DE
Tourisme
Cat. I
& **Beaune**
Pays Beaunois

ÉDITO

L'année 2023 historique par son climat, l'a été également pour notre Office de Tourisme, puisque le flux de nos nombreux visiteurs a engendré un montant record de la taxe de séjour. Ce résultat est le fruit de nos actions et investissements matériels et humains, ainsi que de l'engagement intense de nos agents et collaborateurs, chacun à leur niveau.

La mise en place (juin 2023) du nouveau site internet, plus personnalisé, plus intuitif et plus précis a constitué une étape essentielle pour le développement du nombre des connexions.

Pour mettre en valeur et « irriguer » l'ensemble du territoire de notre communauté :

- * L'application de visite de Chagny est devenue active dans une forme originale et authentique.
- * L'opération « Vivons plus haut », regroupant 15 communes des HAUTES COTES & PLATEAU a vu le jour avec l'organisation de 3 week-ends de rassemblement et d'échanges.

Le tourisme a été abordé le 26 août à Baubigny à l'occasion du colloque dont nous avons assuré l'animation. Des projets concrets en sont les résultats notamment les circuits VTT qui seront mis en place en 2025.

Pour assurer l'accueil de nos visiteurs, il faut également des établissements en pleine capacité de fonctionnement mais aussi, en réponse à la demande expresse de nos partenaires en manque de saisonniers, pouvoir organiser un groupe de travail Attractivité chargé de réfléchir à des propositions et des facilités, donnant « envie » de venir travailler sur notre terroir.

Restant mobilisés et à l'écoute de vos propositions nous souhaitons poursuivre le développement d'un tourisme à taille humaine dans un cadre authentique.



**Anne CAILLAUD et
François ROCAULT**

Présidente & Vice-Président
de l'Office de Tourisme
Beaune et Pays Beaunois

Bonne lecture !



SOMMAIRE

.....

RÉTRO 2023

LE BAROMÈTRE DE L'OTI
4-5

TEMPS FORTS ET ACCOMPLISSEMENTS
6-8

UNE ANNÉE SUR LE TERRAIN
9-13

SYNTHÈSE FINANCIÈRE
14-15

.....

L'OTI, COMMENT ÇA MARCHE ?

DÉMARCHE QUALITÉ ET OUTILS DE
PERFORMANCE DE L'OTI
16-17

COMMENT FONCTIONNE L'OTI ?
18-19

ORGANIGRAMME
20-21

GLOSSAIRE
22

ZONES DE COMPÉTENCES DES BIT*
23

.....

* Bureaux d'Information Touristique



LE BAROMÈTRE DE L'OTI 2023

LE CHIFFRE-CLÉ DE L'ANNÉE

853 619

C'est le nombre de visiteurs uniques sur le site internet de l'OTI.

+29,26 % // 2019 (660 391)

+14,56 % // 2022 (745 146)

Refonte du site

Le nouveau site internet de l'Office de Tourisme Beaune et Pays Beaunois **a vu le jour le 24 mai 2023**, après des mois de travail de l'équipe et l'accompagnement des partenaires pour que leurs informations et photos soient à jour sur la base de données Décibelles Data.

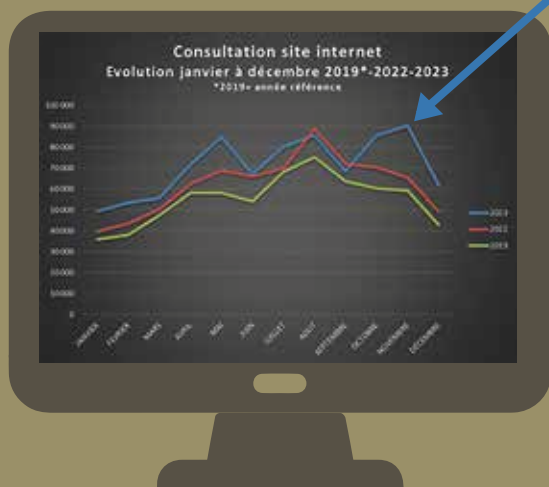
L'OTI a voulu revoir l'organisation de l'information de son site pour qu'il soit encore plus efficace dans son rôle de « **vitrine de la destination** », comme fournisseur d'informations sur la richesse et la diversité de l'offre du Beaunois, et comme apporteur d'affaires pour les socio-professionnels en facilitant les réservations.

Aussi, le site est-il construit de façon à toucher davantage les clientèles ciblées en proposant du contenu adapté à chacune de ces cibles.

L'utilisation de **mots clés**, la référence aux **requêtes** les plus souvent identifiées par les visiteurs de la destination, et l'insertion de **liens** qui permettent la réservation directe d'offres de loisirs, activités, événements, restauration ou hébergements de la base de données Décibelles Data, sont les principaux outils.

Fort logiquement, la technologie employée pour le site permet également aux équipes de l'OTI d'être plus autonomes et réactives dans la mise en avant de contenus saisonniers ou d'actualités.

Une preuve par l'exemple : la mise en ligne de contenus réalisés dans le cadre de la vente des vins et la coupe du monde de rugby en France en septembre/octobre, s'est traduite par une augmentation de la fréquentation.

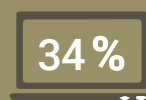


CONSULTATION SITE INTERNET

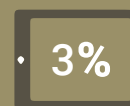
NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES



544 222



291 383



18 014

TOTAL : 853 619

(70% FRANCE, 30% ÉTRANGER)

PANORAMA CHIFFRÉ DES PERFORMANCES DE L'OFFICE DE TOURISME

VENTES POUR LE COMPTE DES ACTEURS TOURISTIQUES DU TERRITOIRE

(BILLETTERIE LOISIRS ET ÉVÉNEMENTS, GROUPES, BOUTIQUE)

2023

437 190 €
-1,69% // 2022

2022

444 715 €
+96,83% // 2021

2021

225 933 €
+78,12% // 2020



CE QU'ON EN RETIENT :

Les ventes de la billetterie « loisirs et événements » se font majoritairement via notre site internet, + 9,24% // 2022.



RATIO AVIS CLIENTS GOOGLE

et comparatif avec d'autres destinations françaises

BEAUNE PERFORME !

BEAUNE 4,3 (307)

DIJON 4,2 (585)

DEAUVILLE 4,3 (279)

STRASBOURG 4,1 (695)

BLOIS CHAMBORD 4,2 (350)

COLMAR 4,2 (1210)

SAINT MALO 4,2 (2837)

VERSAILLES 4,2 (371)

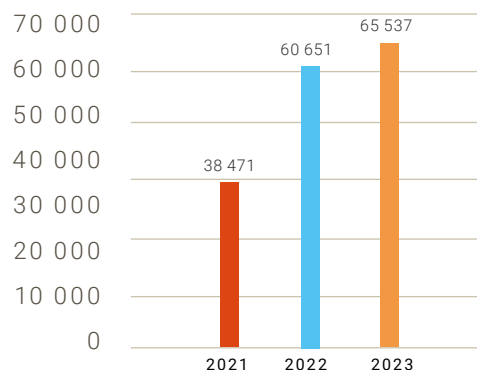
BORDEAUX 4,3 (3300)

LA ROCHELLE 4,2 (990)

CHIFFRE D'AFFAIRES BOUTIQUES 2021 À 2023

L'OTI a fait le choix d'installer des boutiques dans chacune de ses antennes d'accueil pour valoriser l'image de la destination par la vente de produits locaux.

L'augmentation du CA s'explique également par un travail de sélection plus qualitatif des articles vendus.



DEMANDES D'INFORMATION COMPTOIRS D'ACCUEIL

GLOBAL

49 577

- 3,06% // 2022



ÉTRANGER
17 869

- 0,5% // 2022

FRANCE
31 708

- 1,30% // 2022



BILAN D'ACTIVITÉ 2023

TEMPS FORTS ET ACCOMPLISSEMENTS

LE FASCINANT WEEKEND : LE TERRITOIRE PREND TOUTE SA PLACE

LE PITCH :

Si la Musique a sa fête et le Patrimoine son weekend, le vin lui aussi se devait d'être célébré par un **Fascinant weekend** au début de l'automne. A côté d'autres régions viticoles qui, historiquement avaient fait de cette date un temps fort de leur agenda, la marque Bourgogne et notre territoire « Route des grands crus » labellisé Vignobles et Découvertes souhaitaient afficher une offre alléchante pour touristes et locaux, pour les curieux, les oenophiles, les familles.

LA RÉPONSE OTI :

Pour cela, l'OTI a fortement contribué à mobiliser ses partenaires et à les accompagner : organisation d'un atelier de création d'offres expérientielles pour produire des **propositions inédites, gourmandes, nature, en mode « Vis ma vie » de vigneron**, mise à disposition gratuite de sa plateforme de billetterie pour faciliter le parcours client et reportage photos réalisé par un professionnel ont permis à nos partenaires de contribuer à un affichage de qualité pour la destination.

BeauneTourisme©Julien PIFFAUT



LE CHIFFRE
QUI EN DIT LONG
.....
SUR LES **43** OFFRES
PROPOSÉES POUR
LE FASCINANT
WEEKEND DE
LA BOURGOGNE
19 OFFRES ONT ÉTÉ
À L'AFFICHE POUR LE
TERRITOIRE BEAUNE
& PAYS BEAUNOIS.

ATTRACTIVITÉ & SAISONNIERS : COMMENT LE TERRITOIRE SE POSITIONNE-T-IL ?

LE PITCH :

La crise Covid et ses conséquences sur des changements de vie, le phénomène de la « grande démission » et de nouvelles attentes sociétales ont très directement impacté l'industrie de l'hôtellerie restauration. Avec ses partenaires, l'OTI s'inscrit dans la volonté de **construire une image attractive du territoire** comme lieu de travail, de résidence et de vie auprès des travailleurs saisonniers, et ce, en jouant sur ses atouts touristiques, son cadre et son mode de vie.

LA RÉPONSE OTI :

A notre échelle et sur des éléments que nous maîtrisons, c'est-à-dire l'accueil et la communication, nous avons cherché à caractériser la valeur ajoutée spécifique de notre territoire mais aussi les attentes des saisonniers. En nous faisant accompagner par une agence de communication et lors d'un atelier regroupant des partenaires et des élus, nous avons construit notre positionnement en faisant émerger 5 lignes de force qui serviront pour notre communication et nos prises de parole.

En parallèle, nous avons aussi organisé des **interviews de saisonniers** permettant de connaître leur parcours de vie, ce qui est important et déclencheur pour eux. Enfin, un groupe de travail se met en place en 2024 pour traduire en actions opérationnelles les objectifs qui auront été déterminés.

LE CHIFFRE QUI EN DIT LONG

.....
En ligne depuis le mois de juin 2023 sur l'application « Balades en Bourgogne »,
387 téléchargements ont été enregistrés sur l'année.

APPLICATION BALADES EN BOURGOGNE : UNE NOUVELLE BALADE À CHAGNY

LE PITCH :

Les applications de Balades sont devenues les compagnons privilégiés des visiteurs, locaux ou lointains pour découvrir ou redécouvrir un territoire. Elles constituent des **offres complémentaires aux cartes ou guides papier** et fournissent **une expérience de visite à forte valeur ajoutée** pour les publics adeptes du numérique. A la disposition des hébergeurs et des prestataires de tourisme, elles sont un formidable outil d'accueil. Locaux, régionaux, touristes français et étrangers, peuvent suivre ce fil conducteur et se laisser accompagner dans leur balade. **Chaque année, l'OTI intègre une nouvelle balade dans l'application** ainsi mise à sa disposition par Côte d'Or Attractivité, pour enrichir progressivement l'offre de découverte de l'ensemble de notre destination.

LA RÉPONSE OTI :

L'OTI a créé une balade pour **découvrir Chagny sur les pas de Lulu**.

Lucienne dit Lulu aime sa ville comme personne. Elle connaît chaque recoin, chaque secret, chaque anecdote et elle se fera un plaisir de vous les conter lors de cette balade audio-guidée.

Elle est ouvrière à la tuilerie de Chagny, une vraie Tieulou, et un vrai bout-en-train avec lequel vous ne vous ennuyez pas ! Elle vous fait découvrir le riche patrimoine chagnotin ; avec la tuilerie, le théâtre à l'italienne, l'église Saint Martin, l'art contemporain, l'apothicaire... Mais aussi les lieux animés, tel que le grand marché dominical, le carnaval, la gare ou encore le canal du Centre !

Tant d'autres pépites vous attendent, rejoignez Lulu pour une balade haute en couleur, à votre rythme en 11 étapes, pour une distance de 3 km et de 2h30 au total.



APPLICATION BALADE EN BOURGOGNE : UNE NOUVELLE BALADE À CHAGNY



©Mairie de Chagny

LE CHIFFRE
QUI EN DIT LONG
.....

387

TÉLÉCHARGEMENTS

de la balade de Chagny sur
l'application Balades en
Bourgogne depuis sa mise
en ligne en août 2023.



LiseMeunier@BeauneTourisme

« Balade à Chagny »
Téléchargez l'appli « 100% nature » pour
découvrir le patrimoine, les personnages, les
histoires de Chagny. Rendez-vous sur l'Apple
Store ou Google Play Store.

"Walk in Chagny"
Download the "100% nature"
app to discover Chagny's
heritage, characters and
stories. Go to the Apple Store
or Google Play Store.



UNE ANNÉE SUR LE TERRAIN COMMERCIALISER



PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

- * **221** groupes guidés, soit une baisse de 4%.
- * **-4%** sur le chiffre d'affaires de la billetterie.
- * **14 306** clients en billetterie comptoirs et sur Internet.
- * **+8,06%** chiffre d'affaires boutiques pour nos 7 antennes.

Après une année 2022 de sortie complète du Covid et de consommation euphorique, un bilan 2023 qui s'avère plus contrasté en termes de résultats. L'inflation a rendu les consommateurs plus vigilants sur leurs achats d'activités, en particulier lorsqu'ils sont sur place. Par ailleurs, de plus en plus de prestataires disposent de leur propre outil de vente et se distribuent sur d'autres plateformes.

LES PRIORITÉS À RETENIR :

- * Les ventes par internet et aux comptoirs accusent au global une **petite baisse à moins 4 %** due à une baisse des ventes aux comptoirs (- 22%).

Le chiffre d'affaire par internet, soit en amont du séjour, croit en revanche de 8,5 % et on note un panier moyen internet à 26 € légèrement en hausse par rapport à 2022 (24 €) et toujours supérieur à celui du comptoir établi à 19 €.

- * Les prestations de guidages vendues sont en baisse et passent de 230 en 2022 à 221 en 2023. Une réflexion sur la commercialisation des services guides par l'OTI est menée durant l'été. Considérant la demande du marché, l'organisation de l'offre et la capacité des guides à prendre eux-mêmes en charge leur commercialisation, il est décidé en fin d'année de **stopper la commercialisation par l'OTI** et de centrer notre action sur le conseil auprès des organisateurs de voyages.

- * Les **ventes en boutiques sont en hausse** de 8.06% par rapport à 2022. A noter l'augmentation sur le BIT de Savigny les Beaune (+72.87%) suite à un réaménagement de la boutique.



Julien Piffaut@BeauneTourisme

UNE ANNÉE SUR LE TERRAIN

PROMOUVOIR & COMMUNIQUER

Avec l'ouverture de la Cité des Climats et vins de Bourgogne à Beaune, la destination est au centre de l'intérêt des programmateurs. Par ailleurs, les marchés émetteurs sont revenus quasiment à la normale. Avec ses partenaires institutionnels et privés, l'OTI participe à de nombreuses rencontres avec les prescripteurs et fait rayonner son territoire.

DES OPÉRATIONS BTOB OPTIMISÉES ET DIVERSIFIÉES

Les accueils presse et eductours restent à un niveau très soutenu tout au long de l'année et nous permettent de servir la destination et ses nouveaux sites. Si de nombreuses opportunités arrivent en direct, nos participations aux collectifs Œnotourisme, Patrimoine et Tourisme d'affaires et l'affiliation à la marque Vallée de la Gastronomie sont autant d'occasions de multiples mises en avant dans différents médias français, européens, longs courriers et lors des éductours avec des agences spécialisées.

Les opérations de promotion s'intensifient et se diversifient. Nous participons aux événements incontournables, tel Rendez vous en France, plaque tournante annuelle des tours opérateurs du monde entier.

Nous expérimentons aussi des nouveaux workshops, tel WS Travel en Belgique, des opérations de networking tourisme d'affaire ou œnotourisme à Paris sans oublier une opération montée sur mesure par l'OTI avec ses partenaires à Londres.

Enfin, notre organisation et des représentations à l'étranger nous permettent de travailler à distance sur les marchés Brésil et Hong Kong. Ce travail régulier qui s'inscrit dans le long terme, la fidélité et l'intérêt des marchés se traduisent par un véritable rebond de nos assistances auprès des professionnels en hausse de plus de 47 %.



© Atout France

EDITIONS : ADAPTER LES CONTENUS ET LES FORMATS

78 newsletters sont adressées à une communauté de plus de 10 000 contacts. Elles font le lien avec des pages d'atterrissage aux contenus ciblés et thématiques sur notre site internet et prennent en compte un lectorat segmenté entre partenaire local, grand public et organisateurs de voyages. Un programme de reportages photos et vidéos renforcé par des compétences internes nous permettent de renouveler l'image de la destination.

Les éditions papier sont mises à jour et les formats évoluent vers des documents plus légers et qui s'adaptent aux besoins des visiteurs majoritairement en courts séjours : plans 4 pour visiter le centre-ville, cartographies itinérantes pour le territoire, des E. Brochures thématiques éditées à la demande et une toute nouvelle balade dédiée à Chagny qui vient rejoindre la collection des itinéraires en pays beaunois présents sur l'application « Balades en Bourgogne ».



PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

- * **37** accueils de presse, médias sociaux et organisateurs de voyages.
- * **390** assistances auprès d'organisateur de voyages, soit +47% par rapport à 2022.
- * **35** publications papier & numérique dont 8 publications papier diffusées par un réseau de plus de 200 partenaires.
- * **78** newsletters adressées (grand public, BtoB, Partenaires & prestataires) auprès de **10500** contacts, taux moyen d'ouverture à **40%** (moyenne nationale 16%).
- * Visites chez les prestataires, visites de sites : **273** heures dédiées à la formation de notre équipe à la connaissance des offres du territoire.

ACCUEILLIR, INFORMER, CONSEILLER

Accueillir le client lors des différentes étapes de son séjour, de l'inspiration à la réalisation du séjour, puis dans la fidélisation à notre destination est notre cœur de mission et mobilise au quotidien l'expertise de nos équipes en transversal. En évolution permanente sur ses outils numériques, l'OTI agit sur le fond et la forme pour mettre en récit la destination et produire des contenus adaptés aux attentes des cibles. L'accueil des clients aux comptoirs, au téléphone et hors les murs nous permet de jouer notre rôle d'hôte expert et d'ambassadeur du pays beaunois.

PRIORITÉS 2023

EN AMONT DU SÉJOUR :

INSPIRER, METTRE EN AVANT L'EXPÉRIENCE ET FAIRE RÉSERVER

* La **fréquentation du site internet** grimpe de 15 % par rapport à 2022. La part des visiteurs francophones reste stable et représente 70,71 % de l'audience totale. Les versions anglaise et germanophone du site progressent également, respectivement de 6% et 22%. Des pics de fréquentation à noter en mai, août et en octobre et novembre, pour ces derniers mois à mettre en relation avec la coupe du monde de rugby et les contenus optimisés de la Vente des vins.

La **fréquentation sur mobile** est majoritaire quelque soit les versions et à 67,8 % pour les francophones. Côté contenus thématiques sur nos pages de blogs, en français, c'est l'exploration de la Route des grands crus, la découverte des Hospices de Beaune et l'agenda qui remportent la palme. Les anglophones et germanophones sont particulièrement inspirés par la Voie des vignes, les marchés locaux. Si c'est une entrée par catégorie d'information, les francophones recherchent prioritairement les Fêtes et manifestations alors que les versions anglaise et allemande choisissent le patrimoine et les dégustations.

* Sur **Facebook**, l'augmentation des abonnés et fans s'accélère, + 6,67 % et + 14,12 %. Les interactions sont en hausse +181,16 %, cela s'explique par des posts naturels qui ont tendance à créer plus d'interactions. Nos followers sur Instagram augmentent également + 22,02 % et là aussi, un taux d'engagement en hausse : 13,52%. Enfin, nos abonnés LinkedIn sont en hausse à 22,6 %.

* Toujours plus de destinataires pour les **newsletters grand public**, plus 7 % en français et un beau +20% en anglais.

* Les **demandes d'informations par mail, téléphone, courrier et par livechat** sont quasi-équivalentes (-0.73%). A noter l'augmentation des demandes par mail : +34.50%. L'équipe vise à personnaliser les réponses, et à les apporter instantanément pour les appels téléphoniques et les live chats, et sous 24h00 pour les mails et courriers.

PENDANT LE SÉJOUR : DONNER ENVIE DE RESTER ET DE FAIRE PARLER DE NOUS

* **Aux comptoirs d'accueil** : Nos experts locaux de la destination donnent tout le long de l'année des conseils éclairés dans 8 bureaux d'information touristique.

L'année 2023 a été marquée par l'ouverture en juin de la Cité des climats et des vins de Bourgogne avec un nouveau Point d'accueil (expérimentation jusqu'à fin 2024).

2023 est marquée par le retour des clientèles étrangères renseignées à nos comptoirs : +7.74%.

* **Hors du mur** : nos conseillers en séjour sont aussi présents.

* **A Valvital à Santenay** : tous les jeudis matins (période d'ouverture des thermes) pour renseigner les curistes et leurs accompagnants sur les activités, manifestations, visites à faire... durant leur séjour... : 342 demandes enregistrées en 2023 pour 29 jeudis de présence.

* **Au Camping de Beaune** : les vendredis après-midi de Mai-Juin et Septembre : 127 demandes pour 10 dates. À noter une augmentation de 38% des demandes en moyenne par date de présence.

* **Les bornes 24/24** : 7 bornes d'information permettent aux touristes d'obtenir de l'information à tout moment. A cela s'ajoute une nouvelle borne installée à la Cité des climats et vins de Bourgogne depuis Juin. Pour 2023, 6712 consultations ont été comptabilisées.

MESURER LA SATISFACTION CLIENT POUR MIEUX ORIENTER, ADAPTER NOS ACTIONS

Nos outils de pilotage : L'OTI dispose de plusieurs outils pour **mesurer la qualité** de ses services d'accueil auprès des clientèles individuelles et en groupes : des questionnaires de satisfaction multilingues, les notes et avis déposés sur Tripadvisor et Google, ainsi que les remarques, suggestions et réclamations reçues dans le cadre de la démarche qualité. En 2023, 51 notes ont été déposées sur les plateformes d'avis (Google et Tripadvisor).



PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

- * Facebook : 9 600 fans **+6,67%**,
- * Instagram : 5 700 followers **+22,02%**, un taux d'engagement à **13,52%**.
- * LinkedIn : **1139** followers, un taux d'engagement à **11%**.

- * Demandeurs d'informations : **60 395**.
- * Consultation des Bornes 24/24 : **6 712** connexions.
- * Note sur Google : **4.27**.
- * Site Internet : **853 619** visiteurs uniques, **+15%**.

COORDONNER & ACCOMPAGNER

Pour répondre aux enjeux stratégiques du tourisme dans le beauinois, l'OTI accompagne ses partenaires dans une démarche d'amélioration de l'accueil et les associe à la réflexion sur des projets émergents. Partenaire des collectivités, il contribue à son niveau au développement du territoire et à l'influence de la destination.

PRIORITÉS 2023

FORMER, EXPÉRIMENTER AVEC LES PARTENAIRES

* Dans le cadre des objectifs fixés par le groupe de travail œnotourisme & gastronomie, des formations SEO spécifiques œnotourisme ont été organisées avec un consultant externe pour permettre la production des contenus de qualité avec les bons mots clefs. En ateliers, l'OTI a aussi expérimenté avec ses partenaires la conception d'offres expérientielles et a ainsi contribué à l'émergence des prestations nouvelles pour le Fascinant weekend.

* En saison 3, le groupe des influenceurs évolue pour s'ouvrir à tous nos partenaires. Animé par nos équipes, il permet de réseauter, de s'informer sur les bonnes pratiques numériques et de progresser dans la production de contenus sans oublier un projet de campagne collaborative.

* Le club pro offre un suivi marketing à 360°. Si la promotion BtoB, la montée en expertise numérique, des éductours exclusifs font partie des accompagnements plébiscités. Deux services reflètent des attentes stratégiques aussi bien pour l'OTI que pour le partenaire. Il s'agit d'une part de l'accompagnement sur la base de données qui est la clef de voute de notre système de communication et d'autre part, de la formation des équipes de nos partenaires pour optimiser l'expérience client en pays beauinois.

ACCOMPAGNER

LES STRUCTURES INSTITUTIONNELLES ET LES COLLECTIVITÉS

* L'OTI accompagne la **Communauté d'agglomération** dans le cadre de la définition d'une identité de territoire et la création d'une marque territoriale pour le Canal du Centre. Associés sur le long terme aux projets de signalétique sur la voie des Vignes, nous œuvrons également sur de nouveaux projets comme la création de circuits VTT dans les Hautes Côtes.

Aux côtés de 15 maires des Hautes Côtes, nous accompagnons le projet « Vivons plus haut » pour une mise en valeur des HAUTES CÔTES & PLATEAU.

* **Membre du Comité de pilotage de Vignobles & Découvertes et relais local de la marque Vallée de la Gastronomie**, l'OTI travaille à l'affiliation des prestataires, leur donnant ainsi de la visibilité et des réseaux.

* L'OTI accompagne l'**association des Climats du Vignoble de Bourgogne** dans le cadre de la valorisation touristique de l'inscription Unesco : Mois des Climats, brochures...

FAIRE LE LIEN DU LOCAL AU NATIONAL POUR MIEUX SERVIR LA DESTINATION

* L'OTI représente la Bourgogne au **Bureau de la fédération nationale Vignobles et Découvertes** et siège également au **Conseil d'Administration d'ADN Tourisme, de la MASCOT, de Côte d'Or Attractivité**.



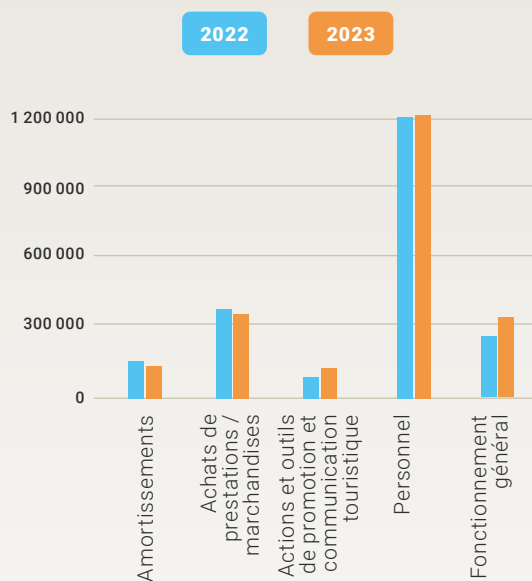
PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

- * **231** prestataires labellisés Vignobles et Découvertes.
- * **91** visites chez les prestataires lors des éductours partenaires.
- * **37** offres du territoire sur les **101** offres agréées par la marque Vallée de la Gastronomie sur la Bourgogne.



SYNTHÈSE FINANCIÈRE EN 4 POINTS

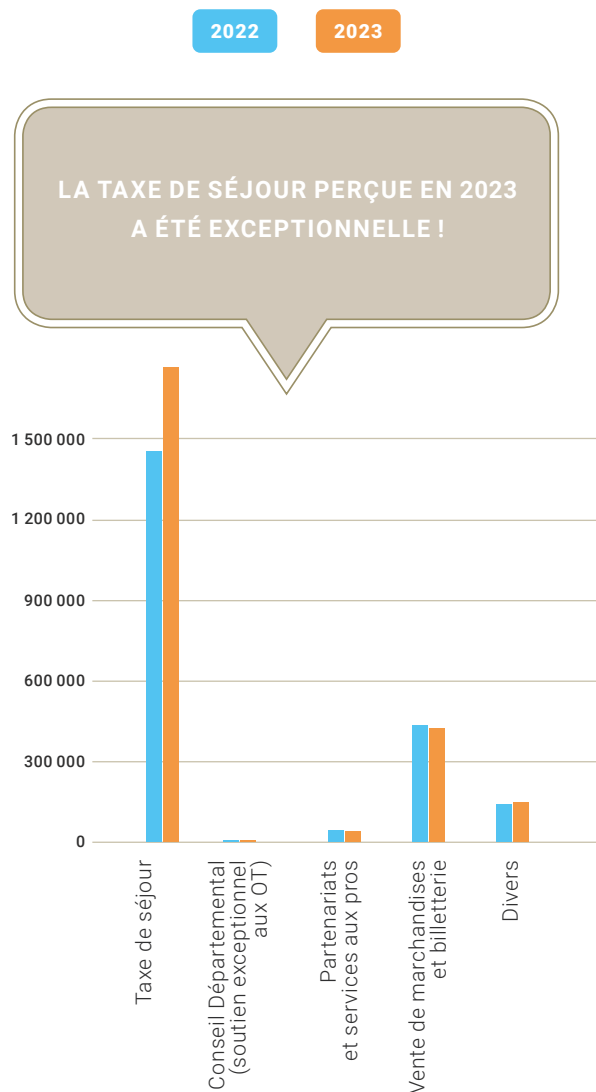
ÉVOLUTION DES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT



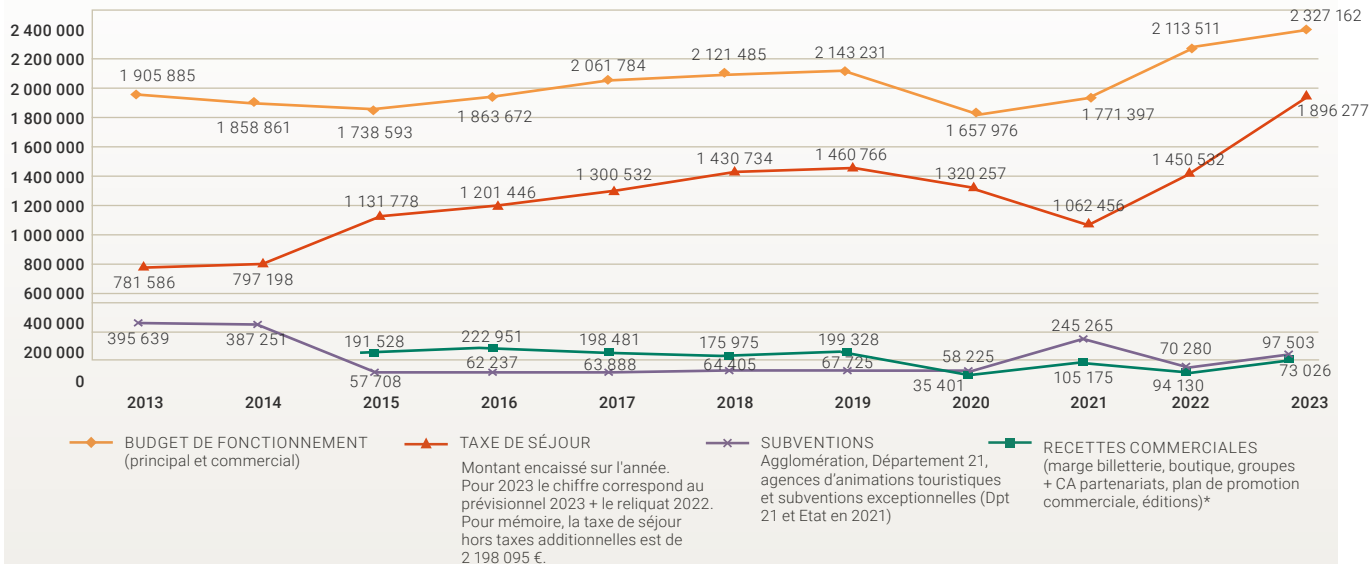
L'OTI poursuit sa prospection auprès des marchés cibles en BtoB :

- ▶ **Workshop Belgique**
- ▶ **opérations tourisme d'affaires et énotourisme**

ÉVOLUTION DES RECETTES DE FONCTIONNEMENT



ÉVOLUTION DES RECETTES ÉVOLUTION DES PRINCIPALES LIGNES DE PRODUITS SUR 10 EXERCICES (montants issus des comptes administratifs)



*La réforme du partenariat en 2015 a modifié les paramètres de calcul.
Pas de comparaison possible avant cette date.

ÉVOLUTION DE QUELQUES RECETTES COMMERCIALES

	2022	2023
Marge billetterie + boutique + groupes	49 667	56 978
Club pro (abonnement partenaires)	21 980	26 115
Abonnement Plan de Promotion Commerciale	0*	10 560
Publicité éditions papier	0**	2500

* Abonnement gratuit suite annulation des actions 2021. ** Fin de l'édition des guides génériques papier

ÉVOLUTION DU COMPTE D'INVESTISSEMENT DÉPENSES D'INVESTISSEMENT (BUDGET PRINCIPAL ET BUDGET ANNEXE)

	2022	2023
Site internet, billetterie, licences bureautique et logiciels RH/gestion du temps	8556	3110
Préparation nouveau site internet	34 398	
Bureaux d'Information Touristique	2677	
Matériel informatique, téléphonique, photographique, réseaux	2626	34 522
Mobilier pour la Cité des Climats et des vins de Bourgogne et au Point I		2600
Beach flag, climatisation chapelle, bouchons d'oreilles et appareil photos		4422
TOTAL	48 257	44 655

RECETTES D'INVESTISSEMENT (BUDGET PRINCIPAL ET BUDGET ANNEXE)

	2022	2023
Leader Pays Beaunois (gare de Beaune = solde)		8681
Investissements reportés	48 257	35 974
TOTAL	48 257	44 655



QUELS SONT NOS OUTILS POUR ÉVALUER LE RÉSULTAT DES POLITIQUES MENÉES ET RÉORIENTER NOS ACTIONS ?

LES OUTILS POUR LA DESTINATION

* L'OTI dispose d'un **tableau de bord mensuel** pour mesurer l'évolution des performances de l'économie touristique sur la destination (nuitées touristiques, entrées à l'Hôtel Dieu - considéré comme le baromètre de destination - demandes d'informations auprès des différents canaux de l'OTI, ventes billetterie...). Ces informations sont synthétisées dans un « bilan de la saison touristique » annuel, présenté aux membres du Comité de Direction.



* En partenariat avec le Comité Régional du Tourisme, l'OTI s'est doté d'un **outil de mesure de la fréquentation touristique, Flux Vision**. C'est une solution développée par Orange Business Services et coconstruite avec ADN TOURISME. Cet outil permet de produire des indicateurs de mobilité à partir de l'analyse du déplacement des personnes via le réseau mobile :

- ▶ nuitées sur une période donnée dans les hébergements marchands et non marchands confondus par jour, par mois, par pays, par région, par département
- ▶ origine des clientèles françaises par région/département et étrangères par pays
- ▶ saisonnalité des déplacements

* L'OTI s'est doté en parallèle depuis 2021 d'un outil Pilot, en cohérence avec la démarche engagée à l'échelle nationale par ADN Tourisme. Cet outil permet, entre autres, de connaître notre indice de touristicité.



* Pour mesurer la qualité de l'offre et de l'accueil touristiques, l'OTI s'appuie sur l'outil Fairguest de e-réputation, qui attribue une note globale à partir des avis des vacanciers déposés sur les principales plateformes dans le monde.



* L'OTI a mis en place un groupe qualité de la destination, composé des membres du bureau (élus communautaires et professionnels du tourisme), qui a pour rôle de passer à la loupe les dysfonctionnements sur la destination connus de l'OTI.

Le groupe évalue ainsi globalement le système qualité de l'Office de Tourisme, et identifie les actions correctives à mettre en place le cas échéant. Il se réunit deux fois par an.

LES OUTILS POUR MESURER LES ACTIONS DE L'OTI

* L'OTI s'est doté d'un **outil de gestion analytique du temps** et de mesure du coût de ses actions, **Evaluamétris tempo**.

* Il dispose également de plusieurs outils pour mesurer la qualité de ses services d'accueil auprès des clientèles individuelles et en groupes : **des questionnaires de satisfaction** multilingues, les notes et avis déposés sur ses fiches Tripadvisor et Google, ainsi que les remarques, suggestions et réclamations reçues dans le cadre de la démarche qualité.



* **La politique de promotion** a pour but de déclencher des programmations de séjours ; le suivi des opérations réalisées auprès d'agences de voyages et tours opérateurs permet de l'identifier.

Ainsi, il est possible de déterminer l'impact d'une campagne digitale, en revanche les opérations de communication globale sur la destination sont plus difficilement mesurables de manière directe.

* **La politique de commercialisation**

► **La billetterie de loisirs et évènements** : l'OTI commercialise à ses comptoirs d'accueil et via son site internet un éventail d'offres touristiques diversifiées pour le compte des prestataires et apporte aux touristes un service allant du conseil jusqu'à la vente.

Un suivi est réalisé mensuellement afin de mesurer les performances des deux canaux de distribution. Il permet d'identifier des freins à la vente et de mettre en place des actions correctives en termes de communication.

► **La boutique** : l'OTI a fait le choix d'installer des boutiques dans chacune de ses antennes, pour valoriser l'image de la destination par la vente de produits locaux. Ce service répond aux attentes des clientèles.

L'OTI dispose de deux indicateurs :

- sur le plan quantitatif = l'inventaire
- sur le plan qualitatif = les questionnaires de satisfaction et les avis des visiteurs.

* Pour mesurer la satisfaction des professionnels sur les services qu'il leur apporte, l'OTI s'appuie sur les retours directs faits par ces derniers dans les différentes instances de concertation : conseil d'orientation, ateliers participatifs, partenariat « Club pro », ainsi que lors des réunions du Comité de direction.

* Pour mesurer l'efficacité des projets qu'il engage, l'OTI identifie, dans chaque fiche projet rédigée en amont, des objectifs ainsi que des indicateurs d'évaluation.

LE MANTRA

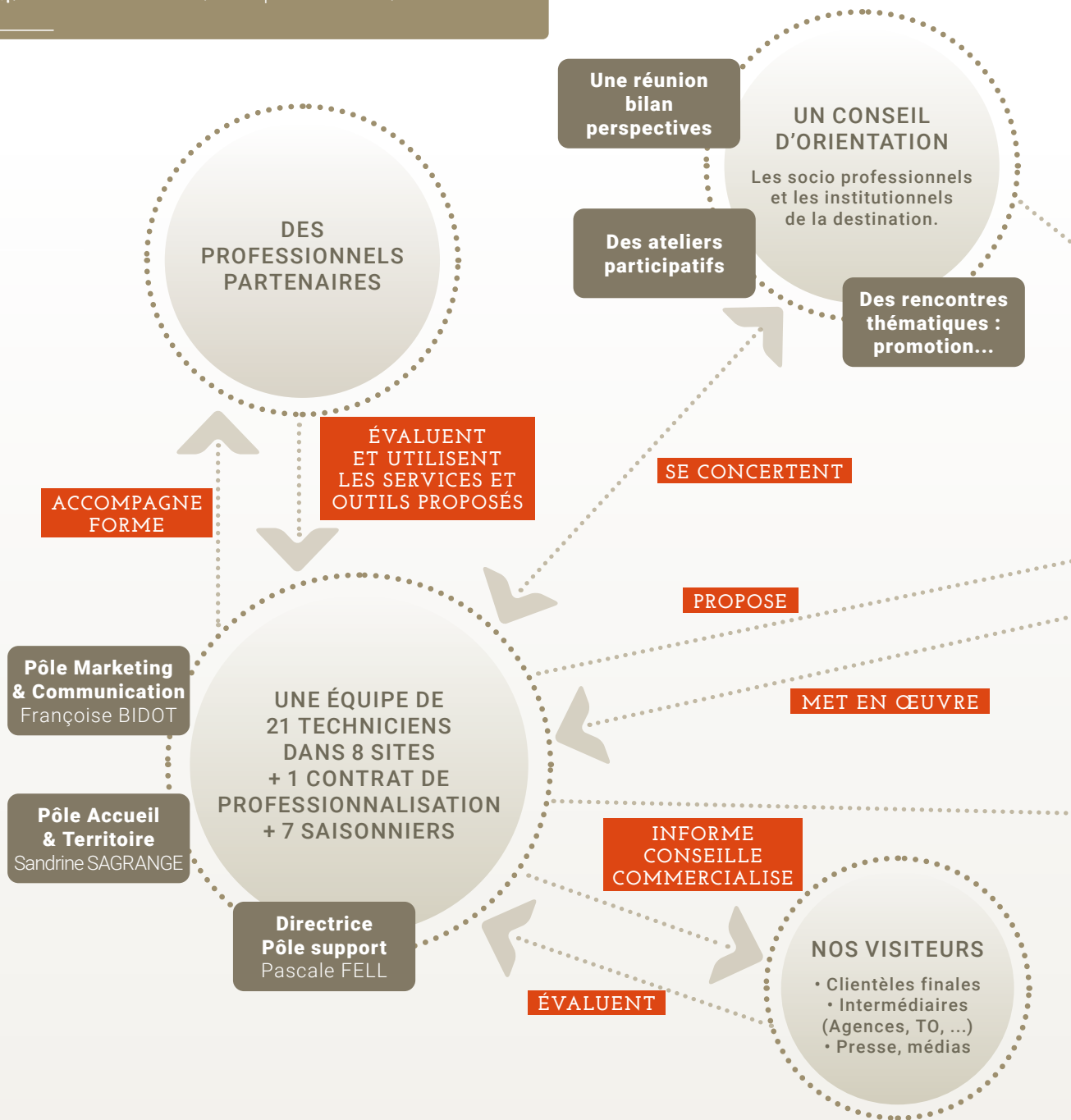
Nous sommes tous responsables du développement du tourisme dans le Beauvais : nous soutenons l'implication et la responsabilisation de chacun.

4 PRINCIPES-CLÉS DU FONCTIONNEMENT DE L'OTI :

- * Un **ancrage terrain** pour construire les orientations stratégiques.
- * Une approche **transversale** des actions.
- * La mise en place de **portefeuilles clients** pour améliorer l'accompagnement de proximité des professionnels partenaires.
- * La **concertation** élus/socio professionnels/OTI.



COMMENT FONCTIONNE L'OTI ?



GROUPES DE TRAVAIL THÉMATIQUES

Composés de membres du CODIR sur la base du volontariat. Associent des experts et socio- professionnels de la destination.

UN BUREAU

Se réunit avant chaque CODIR.

PRÉPARENT

PRÉPARE

PROPOSE

UN COMITÉ DE DIRECTION

Vote le budget, les tarifs, toute décision relative aux actions de l'OTI

Présidente :
Anne CAILLAUD
Vice-président :
François ROCAULT

SONT REPRÉSENTÉES AU CODIR
PARTICIPENT AUX COÛTS
DE FONCTIONNEMENT

14 socio-
professionnels

16 conseillers
communautaires

5 AGENCES D'ANIMATIONS TOURISTIQUES

Composées de bénévoles organisateurs des événements touristiques de la destination.

APPORTE UN APPUI TECHNIQUE,
PROMEU, COMMERCIALISE

CHAGNY
Président
G. NAIRAT

MEURSAULT
Président
D. DUVEAU

NOLAY
Président
B. LAGRANGE

SANTENAY
Président
J-F. CHAPELLE

SAVIGNY LES BEAUNE
Présidente
C. ZIVI

PRÉSIDENCE



ANNE CAILLAUD

Présidente

PÔLE MARKETING & COMMUNICATION



FRANÇOISE BIDOT

☎ 03 80 26 21 35

✉ marketing@beaune-tourisme.fr

Responsable



FRANÇOIS ROCAULT

Vice Président



BÉRANGÈRE CLARA

☎ 03 80 26 21 34

✉ guides@beaune-tourisme.fr

Groupes & Visites Guidées

PÔLE DIRECTION



SANDRINE SAGRANGE LAFLEUR

Directrice adjointe - Référente qualité

☎ 03 80 26 21 37

✉ accueil@beaune-tourisme.fr



GAËLLE BOURHIS

Développement local et gestion de l'information

☎ 03 80 26 24 76

✉ developpement@beaune-tourisme.fr



FRANÇOISE OUTHIER

Assistante de Direction - Référente Sécurité

☎ 03 80 26 24 74

✉ assistante.direction@beaune-tourisme.fr



LISE MEUNIER

Webmarketing • Internet et réseaux sociaux

☎ 03 80 26 24 75

✉ webmanager@beaune-tourisme.fr



DELPHINE LAUQUIN

Comptable - Logistique - RH

☎ 03 80 26 24 73

✉ comptabilite@beaune-tourisme.fr



LAURENCE DALLERAY

Éditions • Itinérances • Billetterie

☎ 03 80 26 24 77

✉ ecom@beaune-tourisme.fr



ANKE FATET

☎ 03 80 26 21 31

✉ promotion@beaune-tourisme.fr

Promotion & Presse

PÔLE ACCUEIL ET TERRITOIRE



☎ 03 80 26 21 36

✉ billetterie@beaune-tourisme.fr

RACHEL PROVENCE

Adjointe Commercialisation et Boutique



☎ 03 80 26 24 78

✉ contacts-mm@beaune-tourisme.fr

MAGALI MASSON

Chargée de l'évènementiel

Conseillers en séjour / Animateurs agences d'animations touristiques



ANNE-LAURE BONJOUR

contacts-alb@beaune-tourisme.fr



FANNY BOREL

contacts-fbo@beaune-tourisme.fr



MAGALI CLEMENT

contacts-mc@beaune-tourisme.fr



DIMITRI CZARNECKI

contacts-dc@beaune-tourisme.fr



MARIE-LAURE FERRIER

contacts-mlf@beaune-tourisme.fr



NINA LAGGOUNE

contacts-nl@beaune-tourisme.fr



BELMINDIA LEROUX

contacts-bl@beaune-tourisme.fr



NADINE MONGEARD

contacts-nm@beaune-tourisme.fr



SÉVERINE POZET

contacts-spo@beaune-tourisme.fr



● Beaune ● Chagny ● Meursault
● Nolay ● Santenay ● Savigny-lès-Beaune



GLOSSAIRE

LES BONS MOTS DE NOS EXPERTS

ADT : Agence de Développement Touristique = Côte d'Or Attractivité et Destination Saône et Loire.

Ateliers numériques : accompagnement, formation des partenaires, lors de réunions autour d'une thématique liée au numérique (les réseaux sociaux, le référencement, le parcours client...).

BIT : Bureau d'Information Touristique.

BtoB (Business to Business) : relations entre entreprises. La cible BtoB de l'OTI est l'agence de voyage ou le tour opérateur.

BtoC (Business to Consumer) : relations des entreprises directement avec les consommateurs.

Clientèles de proximité : clientèles locales et des régions limitrophes.

CRT : Comité Régional du Tourisme = Bourgogne Franche-Comté Tourisme.

Eductours : organisation de la découverte d'une destination, d'un prestataire en vue d'une programmation, d'une prescription.

E-réputation : réputation sur le Web d'une entité, personne morale ou physique, réelle ou imaginaire.

Followers : utilisateurs des réseaux sociaux " Twitter " ou " Instagram " ayant fait le choix de s'abonner au compte d'une célébrité / entreprise / personne pour suivre son actualité.

Instagram : réseau social et service de partage de photos et de vidéos.

Marchés émergents : ce sont les marchés nouveaux pour notre destination (par exemple Chine et Brésil).

Marchés long-courriers : clientèle de destinations/pays lointains (nécessitant de prendre des vols longs courriers) : Etats-Unis, Australie, Japon...

Marchés matures : marché dont le développement est à maturité pour une destination. Un marché mature se caractérise par plus de clientèles d'individuels que de groupes.

Mascot : Mission d'Accompagnement, de Soutien et de Conseil aux Offices de Tourisme Bourgogne Franche-Comté

Modération : action d'analyser, contrôler, accepter ou refuser la publication d'une information ou d'un commentaire déposé par un utilisateur sur les sites d'avis.

Newsletters : c'est un document d'information envoyé de manière périodique par email à une liste de diffusion regroupant l'ensemble des personnes qui y sont inscrites.

OT : Office de Tourisme

OTI : Office de Tourisme intercommunal

Pinterest : site de partage de photographies. Il permet à ses utilisateurs de partager leurs centres d'intérêt et passions à travers des albums de photographies.

Pitch : courte présentation du projet.

PMR : Personne à mobilité réduite

Print : désigne tous les supports papier (brochures, flyers, plan, sous-main, affiches...).

Slow tourisme : forme de tourisme consistant à prendre son temps en privilégiant les destinations proches et en utilisant des moyens de transports moins polluants.

Speed dating : évènement qui permet à deux professionnels de se rencontrer et d'échanger sur leurs services.

Workshop : salon entre professionnels favorisant un mode de relation sous forme de rendez-vous.

Youtube : site web d'hébergement de vidéos et média social sur lequel les utilisateurs peuvent



ZONES DE COMPÉTENCES DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE



COORDONNÉES

DES 7 ANTENNES



BEAUNE - PORTE MARIE DE BOURGOGNE

6 boulevard Perpeuil
B.P. 500 87
F-21203 Beaune Cedex
Lat : 47.021625
Long : 4.840510
Tél. : +33 (0)3 80 26 21 30
beaune@beaune-tourisme.fr



BEAUNE - POINT INFORMATION

1 rue de l'Hôtel-Dieu
21200 Beaune
Tél. : +33 (0)3 80 26 21 30
beaune@beaune-tourisme.fr



CHAGNY

2 rue des Halles
F-71150 Chagny
Lat : 46.911679
Long : 4.751579
Tél. : +33 (0)3 85 87 25 95
chagny@beaune-tourisme.fr



MEURSAULT

9 Place de l'Hôtel de Ville
F-21190 Meursault
Lat : 49.694985
Long : 4.840510
Tél. : +33 (0)3 80 21 25 90
meursault@beaune-tourisme.fr



SAVIGNY-LÈS-BEAUNE

4 Place Fournier
F-21420 Savigny-lès-Beaune
Lat : 46.911139
Long : 4.701415
Tél. : +33 (0)3 80 21 63 70
savignylesbeaune@beaune-tourisme.fr



SANTENAY

Gare SNCF
F-21590 Santenay
Lat : 45.831385
Long : 1.260616
Tél. : +33 (0)3 80 20 63 15
santenay@beaune-tourisme.fr



NOLAY

13 avenue de la République
F-21340 Nolay
Lat : 46.952477
Long : 4.63383
Tél. : +33 (0)3 80 21 80 73
nolay@beaune-tourisme.fr

OFFICE DE
Tourisme
Cat. I
& **Beaune**
Pays Beaunois

SIÈGE ADMINISTRATIF

Chapelle Saint-Esprit
2 rue de la Colombière
BP 50087 - 21203 Beaune Cedex - France
Tél. : +33 (0)3 80 26 21 30
beaune@beaune-tourisme.fr
www.beaune-tourisme.fr



Organisme local de tourisme autorisé
N° IM 021 10 0008 - N° SIRET : 511 254 765
00015
APE : 7990 Z

Document édité par l'**Office de Tourisme
de Beaune & Pays Beaunois** - Mai 2024

Création : **Agence signe des temps**

Crédit photo couverture : Touristedunjour@Beaune-
Tourisme - Studio Piffaut

Crédits illustrations : Freepik / Adobe Stock / 123RF
Impression : Inore Group



CLIMATS DU
VIGNOBLE DE
BOURGOGNE
ENTREPRISE PORTALE



LA
BOURGOGNE