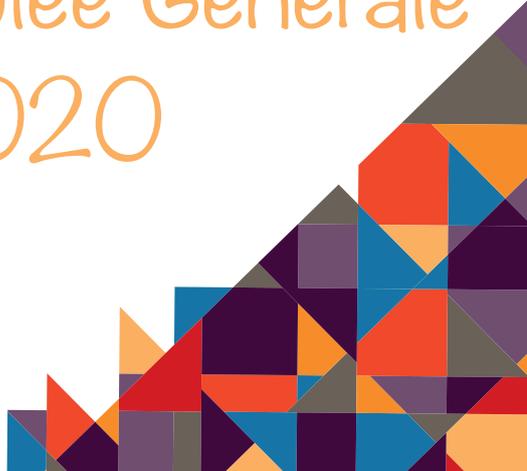


SYNTHÈSE d'ACTIVITÉS

Exercice 2019

présentée lors de l'Assemblée Générale
du 2 novembre 2020





ACCUEIL OFFICE DE Tourisme

L'accueil des visiteurs est le cœur de métier de l'Office de Tourisme. La stratégie d'accueil se compose en deux champs d'actions. Premièrement, l'accueil des visiteurs à l'Office de Tourisme grâce aux différentes brochures, à la mise en place de services adaptés à leur besoin et à la gestion des données pour diffuser une information exhaustive. Deuxièmement, l'accueil des visiteurs sur la destination. Le déploiement de cet accueil passe par une bonne communication auprès des prestataires touristiques.

TRAITEMENT DES DEMANDES

Le personnel de l'Office de Tourisme a traité **13 411 demandes** à l'accueil. 77 % des demandes sont faites par des visiteurs français et 23% des demandes viennent de visiteurs étrangers. Ces proportions sont similaires aux deux années précédentes, mais le nombre de demandes a diminué.

Sur les 3 069 demandes en langues étrangères :

- 24 % sont faites par des visiteurs allemands (stable)
- 13 % par des visiteurs néerlandais (en légère hausse)
- 11 % par des visiteurs suisses (stable)
- 10 % par des visiteurs belges (en hausse)
- 8,5 % par des visiteurs italiens (légère hausse)
- 5,5 % par des visiteurs espagnols (légère hausse)
- 5,5 % par des visiteurs américains (légère hausse)
- 4 % par des visiteurs polonais (en baisse)
- 4 % par des visiteurs anglais (en baisse)

On peut noter que **74** nationalités ont franchi la porte de l'office de tourisme sur l'année 2019. L'accueil est notre mission première. Nous accueillons les visiteurs au guichet de l'Office de Tourisme, mais aussi par téléphone ou par courriel. Nous éditons des brochures dans plusieurs langues en fonction des principales clientèles et nous nous efforçons d'offrir un accueil de qualité.

Ainsi, même si le nombre de demandes reste stable, elles sont de plus en plus longues et demandent plus de temps.

Tableau récapitulatif de traitement de demandes au guichet par mois.

On remarque que le printemps (avril, mai, juin) a été moins bon que les années précédentes.

On retrouve durant l'été les chiffres de 2017. L'automne a été mitigé.

Mois	2017	2018	2019	croissance n-2	croissance n-1
Janvier	248	286	205	-17,3%	-28,3%
Février	329	258	317	-3,6%	22,9%
Mars	590	525	486	-17,6%	-7,4%
Avril	1086	1150	883	-18,7%	-23,2%
Mai	1361	1703	1224	-10,1%	-28,1%
Juin	1548	1734	1499	-3,2%	-13,6%
Juillet	2645	2951	2516	-4,9%	-14,7%
Août	3157	3684	3125	-1,0%	-15,2%
Septembre	1657	1843	1708	3,1%	-7,3%
Octobre	1012	989	863	-14,7%	-12,7%
Novembre	367	321	323	-12,0%	0,6%
Décembre	263	251	262	-0,4%	4,4%
Année	14263	15695	13411	-6,0%	-14,6%



Les brochures d'accueil permettent aux conseillers en séjour de répondre à une demande précise. Elles se doivent d'être exhaustives.

Guide touristique Paray-le-Monial

Réédition du guide touristique

Participation financière des prestataires touristiques

Budget : 5 227,20 €

Diffusion papier à 10 000 exemplaires sur l'année 2019 :

- À l'accueil de l'office de tourisme
- En accueil hors-les-murs
- Dans les salons
- Dans les offices de tourisme et sites touristiques de Saône-et-Loire
- Dans les lieux d'hébergement, de restauration et les commerces de Paray

Diffusion numérique :

- Par email lors du traitement des demandes
- En téléchargement sur le site www.tourisme-paraylemonial.fr
- En lecture sur calaméo

Entre ville et jardins

Réédition de la version D : 3 000 exemplaires

PAO en interne

Coût des éditions : 320,40 €

Diffusion papier :

- Ville et jardins FR : 6 150
- Ville et jardins GB : 600
- Ville et jardins D : 900
- Ville et jardins NL : 300
- Ville et jardins It : 150
 - À l'accueil de l'office de tourisme
 - Lors d'accueil hors-les-murs par le personnel de l'office de tourisme

Diffusion numérique :

- En téléchargement sur le site www.tourisme-paraylemonial.fr

Basilique (langue suivant les besoins) :

Pas de réédition en 2019

Diffusion papier :

- Basilique FR : 4 800
- Basilique GB : 300
- Basilique D : 600
- Basilique IT : 100
- Basilique SP : 200
- Basilique NL : 200
 - À l'accueil de l'office de tourisme
 - Lors d'accueil hors-les-murs par le personnel de l'office de tourisme

Sortir à Paray:

L'office de Tourisme édite tous les trimestres l'agenda des manifestations. Nous récoltons l'ensemble des informations en prenant contact avec tous les organisateurs.

Cet agenda est envoyé par courrier à tous les adhérents individuels de l'Office de Tourisme. Il est disponible à l'accueil sur demande et sur notre site internet.



Label Qualité Tourisme

Nous analysons toujours les bilans avec le Groupe de Travail Local Qualité (composé de socioprofessionnels et d'élus délégués au tourisme) qui se réunit 2 fois par an (avant et après la saison). Nous analysons lors de nos bilans semestriels les différents indicateurs pour mettre en place des actions d'amélioration.

La qualité s'inscrit dans l'amélioration direct de l'accueil mais aussi dans l'organisation qui permet une amélioration indirect de l'accueil des visiteurs.



©Graines de baroudeur

Indicateurs Qualité :

A l'issu du bilan septembre 2018- mars 2019, nous avons décidé d'arrêter la collecte des questionnaires «Comptoir» pour deux raisons, d'une part ils n'étaient pas ou peu remplis (seulement 2 collectés sur cette période) et d'autre part le taux de satisfaction était supérieur à 97 %. Nous avons conservé les questionnaires «Prestation» afin de palier rapidement aux problèmes rencontrés et aux dysfonctionnements.

• Questionnaire «Prestation» :

Nous avons eu des retours réguliers sur nos prestations touristiques (audio-guide, location de vélo et de Rosalie). Ces questionnaires ont permis de relever quelques légers point à améliorer mais généralement le taux de satisfaction est très bon : 82 % sont «très satisfaits», 16 % sont «satisfaits» (98 %) et seulement 2 % «peu satisfaits»

• Questionnaire sur la destination :

Ce questionnaire permet d'avoir une idée générale du choix de Paray-le-Monial comme destination. Cependant, nous n'avons reçu que 20 questionnaires durant la saison 2019. Nous devons faire de l'observation un élément plus important de notre stratégie qualité.

Groupe local qualité :

Le groupe s'est réuni le 15 octobre 2019 en présence de Frédéric Garrivier, de Tina bridge et de Philippe Leconte. Il a réfléchi à l'amélioration du tableau partagé pour la mise à jour des disponibilités des hébergements durant l'été. La plus grande partie du travail a été menée sur l'élaboration du nouveau format du guide touristique : nouvelle présentation, contenu, attentes graphiques.

Notre engagement qualité et les indicateurs recueillis nous permettent d'être vigilants sur les attentes des visiteurs et la qualité de nos services.





Label Accueil vélo

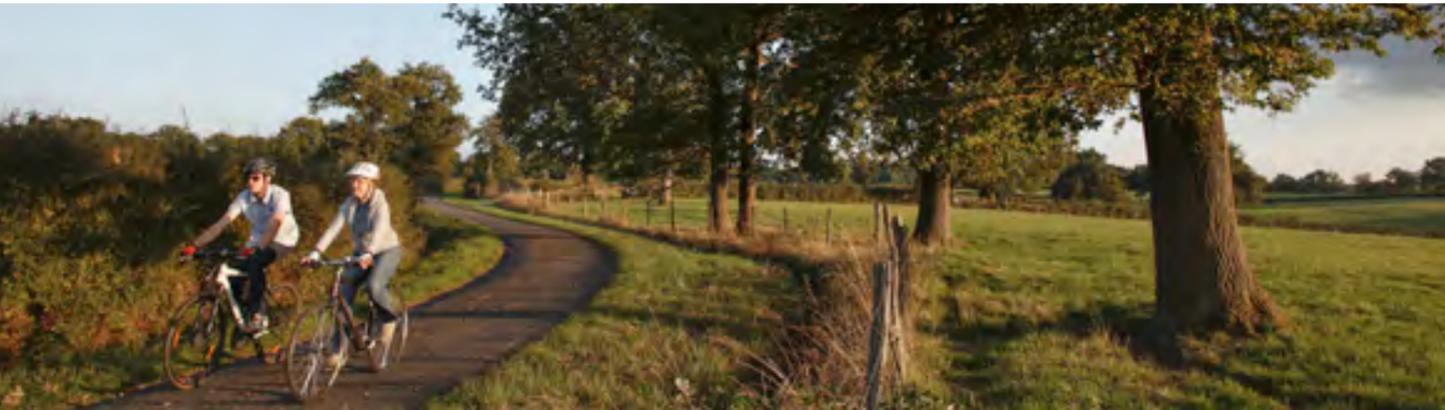
L'office de tourisme est labellisé Accueil Vélo. Voici nos engagements envers les touristes à vélo :

- Les conseiller sur leur itinéraire
- Mettre à leur disposition une pompe à vélo et un kit de réparation
- Mettre à leur disposition la liste des spécialistes pour réparer leur vélo
- Garder leurs sacoches pendant leur visite

L'office de tourisme est délégué par l'Agence Départementale du Tourisme pour accompagner et auditer les établissements qui souhaitent être labellisés.

Suite au travail de sensibilisation du label auprès des prestataires en 2018, nous avons labellisé 6 prestataires touristiques en fin d'année 2019 :

- Aux Vendanges de Bourgogne (Hôtel)
- L'Apostrophe (Hôtel)
- Le Quarré de Verneuil (Hôtel)
- Le Clos des Étoiles (Chambre d'hôtes)
- Le Clos des Oliviers (Chambre d'hôtes)
- JMV Cycles (Réparateur de vélos)



ACCUEIL DESTINATION

Nous nous efforçons de maintenir des relations régulières avec l'ensemble des prestataires touristiques en organisant au printemps un Eductour : «Les Rendez-vous du Tourisme» et en novembre une réunion de bilan de saison. Cette réunion permet de présenter le plan d'actions de l'année suivante. Nous invitons les prestataires à s'engager auprès de nous dans différentes commissions.

Nous éditons une lettre d'information et un guide du partenariat et nous les informons régulièrement des diverses manifestations que nous organisons.

ÉDITIONS A DESTINATION DES PRESTATAIRES

Lettre d'information

La lettre d'information à destination des socioprofessionnels a été éditée 2 fois dans l'année, en juin et en novembre. Cette lettre permet de donner une information régulière de notre activité aux professionnels du tourisme et aux commerçants.

Elle a été distribuée en mai avec la documentation touristique et envoyée par email à l'ensemble des prestataires et des commerçants. On constate qu'elle est lue par les socioprofessionnels mais très peu par les commerçants.

En novembre, elle fait le bilan de la saison estivale et informe sur la vie de l'Office de Tourisme.

Guide du partenariat

Le guide du partenariat présente les prestations de services et les possibilités de partenariat pour les professionnels. Il présente notre activité et la grille de tarif.

En octobre 2018, nous avons revu l'ensemble des tarifs suivant trois zones correspondant au nouveau découpage suite à la mise en place de la loi NOTRe.

Édition en novembre 2019 auprès des socioprofessionnels.

PAO en internet.

Diffusion :

- Envoi par courrier lors de la démarche de réactualisation du guide Paray
- Envoi par courrier avec l'appel de cotisation en début d'année

Espace pro sur notre site internet

Les professionnels, commerçants ou prestataires touristiques peuvent y retrouver toutes les informations nécessaires pour mieux comprendre notre fonctionnement et devenir partenaire grâce à différentes rubriques :

- Devenir partenaire
- L'organigramme
- Lettre d'Information
- Newsletter pro
- Réglementation

Cette rubrique est très peu consultée. Nous devons mettre en place des actions pour la rendre plus visible et la faire connaître aux prestataires touristiques.



Label Aventures Mômes

Aventures Mômes, c'est le concept dédié à la famille et régit par une charte de qualité mise en place par l'Agence de Développement Touristique, où les prestataires touristiques s'engagent à proposer aux familles des visites et activités ludiques adaptées aux enfants.

Le guide Aventure mômes est disponible à l'office de tourisme.

Nos activités enfants et familles répondent à l'ensemble des critères :

- Communication et information
- Gestion de l'accueil et du temps d'attente
- Contenu et animation des activités

AVENTURES
MÔMES
BOUGEZ EN FAMILLE



Chambre d'hôtes référence

Cette qualification développée par Offices de Tourisme de France® a pour objectif de contribuer au développement de la qualification des chambres d'hôtes en permettant aux propriétaires de garantir à leurs clients un bon niveau de prestations. A la différence des classements et labels, Chambre d'hôtes référence® n'établit pas une échelle de valeur suivant la prestation fournie, mais une garantie de qualité à minima, une assurance pour le client d'être bien accueilli.

Dans notre souci permanent de qualité nous souhaitons qu'il se développe sur notre destination. Nous devons mettre en place un plan d'actions en adéquation avec nos objectifs.



DISTRIBUTION AUPRÈS DES PRESTATAIRES

Nous distribuons une documentation complète (celle que nous éditons mais aussi celle des musées, des animations parodiennes, du Pays Charolais-Brionnais, de l'ADT71 et de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme) aux prestataires de notre zone de compétence dès avril lors des Rendez-vous du Tourisme, puis au début du mois de mai en distribution direct. Enfin nous proposons un réassort début juillet et depuis 2019 nous proposons second réassort avant l'automne.

Un bon de commande est envoyé par email aux prestataires puis la documentation est préparée, puis diffusée auprès des professionnels du tourisme du secteur (hébergeurs, restaurants, sites touristiques). Nous distribuons dans les commerces du centre ville cette même documentation lors d'une tournée en début de saison.

VISITES DES PRESTATAIRES

Nous organisons régulièrement des visites des prestataires touristiques afin de mieux les connaître pour mieux renseigner les visiteurs. Ce temps d'échange permet de cibler la clientèle des professionnels mais aussi de renforcer nos relations avec les prestataires.

Ces visites ont eu lieu une matinée les 29 janvier, 5 mars, 1^{er} octobre, 19 novembre et 10 décembre. Elles se déroulent en général avec l'ensemble des salariés après les réunions d'équipes.

EDUCTOUR ET RENCONTRE

Lundi 1^{er} avril 2019 - Rendez-vous du Tourisme

L'office de tourisme de Paray-le-Monial, propose chaque année une journée ou un après-midi pour mieux connaître l'offre touristique et notre patrimoine afin d'améliorer l'accueil de nos visiteurs. En 2019, nous avons choisi d'inviter les prestataires à «Devenir Ambassadeur de votre ville». **9 partenaires ont participé à cet Eductour.**

Nous avons pour la première fois associé ce temps à la distribution de documentation.

Cet éductour a permis de faire le point sur la saison du Musée du Hiéron. Ce fut l'occasion de présenter le mini-site créé en 2018 pour visiter la ville à travers les cartes postales anciennes. Après la présentation de l'application, Jean-Noël Barnoud a proposé une visite des rues parodiennes à travers les commerces. Enfin, Eric Turbet responsable de l'équipe Accueil-groupe du sanctuaire a fait une présentation du fonctionnement du sanctuaire, des infrastructures attachées et de l'ouverture de l'année jubilaire en octobre 2019.



Cet après-midi s'est achevé autour de 2 ateliers :

«Paray, au temps des cartes postales» : pour tester la nouvelle application créée en 2018 sur laquelle un an auparavant un petit groupe avait travaillé lors de la réunion 2018.

«A la découvertes des 5 Trésors du Musée du Hiéron» : Découverte de cette nouvelle visite du musée..

Nous regrettons à nouveau le faible nombre de participants, sachant que bien connaître l'offre touristique de notre ville permet de faire rester les touristes plus longtemps et aussi de les faire revenir.

Lundi 18 novembre 2019 - Réunion annuelle

A la demande des prestataires lors du précédent questionnaire de fin de saison 2018, nous avons proposé un nouveau format pour notre réunion annuelle avec l'intervention d'un professionnel extérieur.

Cet après-midi technique avait pour but d'améliorer la qualité des photos pour le web sans pour autant devenir photographe professionnel : «Mettre mon établissement en valeur par l'image». **18 partenaires étaient présents.** Cela a surtout intéressé les hébergeurs ainsi que les prestataires culturels. David Blanchard a présenté rapidement les tendances numériques puis a donné des conseils pour prendre de bonnes photos :

- Avoir une offre de qualité
- Raconter une histoire
- Humaniser les photos pour donner la vie et les mettre en scène
- Avoir un lieu propre, rangé et valoriser les extérieurs
- Travailler la lumière

Par des exemples concrets, il a montré les bonnes pratiques. Enfin, il a donné des éléments techniques pour la prise de vue : cadrage, règle des tiers, mise au point, profondeur de champ.

Nous sommes satisfaits de la participation à cet après-midi technique. Nous pourrions la renouveler !

PROMOTION

WEB MARKETING

La stratégie numérique de l'office de tourisme se développe en fonction des filières prioritaires définies dans notre stratégie.

Elle s'applique sur notre site internet et nos newsletters, notre présence sur les réseaux sociaux et la mise à jour des informations dans le SRIT et sur les sites partenaires.

SITE INTERNET OT

Site internet :

Comme chaque année, nous avons procédé à l'ensemble des mises à jour des fiches prestataires dans Décibelles Data. Ce système Régional d'Information Touristique alimente notre site internet. Nous avons organisé des ateliers personnalisés pour les prestataires afin de les accompagner dans la prise en main de cette base de données. C'est un travail de longue haleine sur lequel un plan d'actions pluriannuel doit être prévu à l'avenir.

En chiffre :

En 2019, nous constatons une hausse de 13 % de fréquentation de notre site internet aussi bien en nombre de sessions qu'en nombre d'utilisateurs (51 545 utilisateurs), avec une baisse des pages vues (302 187) sur notre site. Cette hausse est à relativiser car nous constatons aussi une augmentation de plus de 12% du taux de rebond. Nous devons procéder à une sécurisation de notre site internet car de nombreux visiteurs sont des *spams* venant des Etats-Unis qui faussent les données.

La proportion des primo visiteurs / visiteurs réguliers est identique depuis plusieurs années : 15 % des utilisateurs sont des visiteurs qui reviennent sur notre site internet et 85 % sont des primo visiteurs.

La proportion d'utilisateurs français 85 % et étrangers 15% est similaire aux années précédentes.

Les chiffres des données géographiques restent similaires aux années précédentes.

Les données géographiques des connexions françaises sont en corrélation avec nos choix d'actions sur les marchés de proximité bourguignon (26%) et lyonnais (20 % Auvergne-Rhône-Alpes). On note une baisse de la région Ile de France (25% contre 30 % en 2018). On note une hausse des connexion venant du grand Est avec 8 % des connexions françaises (hausse de 124%).

Nouveauté 2019. Ce phénomène était prévisible mais on observe pour la première fois en 2019 que l'utilisation du site internet se fait majoritairement (53 %) depuis un smartphone pour la clientèle française. La version mobile du site doit être au cœur du projet de refonte du site internet.

Le Top des pages vues : on constate aussi une modification des attentes de notre site internet. En 2019, le Top 5 des pages vues a été bousculé. Pour la première fois la page «Visiter/ Découvrir» est la page la plus vue. Alors que depuis la création du site les hébergements étaient les plus recherchés. Ensuite viennent : «Hôtels», «Gîtes», «Agenda» et «Chambres d'hôtes».

On constate comme les années précédentes que l'analyse des chiffres est trop peu poussée. Un vrai travail doit être mené pour tirer meilleur parti de ces données.



Newsletter mensuelle :

Cible : grand public de proximité.

La newsletter a été diffusée 15 fois sur l'année 2019 : 1 par mois + 1 avant chaque vacances scolaires pour informer nos abonnés sur les activités enfants.

Le nombre d'abonnés est resté stable en 2019 avec un taux d'ouverture autour de 42 %.

Newsletter pro :

Cible : TO et journalistes démarchés - marché lointain

Une nouvelle newsletter a été envoyée en septembre 2019 pour annoncer l'année jubilaire. Nous construisons le contenu avec le service communication des Sanctuaires.

L'idée est de garder un contact avec ces marchés travaillés et de se rappeler à leur mémoire avant les temps forts : Noël, Pâques, Fêtes du Sacré-Cœur et Fête de Marguerite-Marie.

AUTRES SITES INTERNET

Afin d'optimiser notre visibilité sur le web, nous avons mis à jour :

Les sites généralistes de tourisme : tourisme.fr, franceavelo.fr...

Les sites partenaires : Villes Sanctuaires en France, CBT, Destination Saône-et-Loire, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme.

RÉSEAUX SOCIAUX



©Aurélien Delos

L'Office de Tourisme est présent sur les réseaux sociaux. Nous avons redéfini de manière précise les lignes éditoriales pour chaque support en déterminant des objectifs, la cible, le ton des publications, le format, les thématiques et le planning.

Facebook :

Nous avons deux pages Facebook : **Sortir à Paray**. Cette page permet de communiquer sur les manifestations et les événements. De plus le nom «Sortir à Paray» renvoie à notre agenda papier. Nous éditons chaque jeudi le «Kes ce kon fait ce WE ?» qui donne des informations sur les manifestations à faire durant le week-end. La page a environ 99 fans supplémentaires par rapport à 2018 (2231 au 31 décembre 2019). Cette page s'adresse essentiellement aux locaux.

Nous avons une seconde Page **Tourisme Paray le Monial** qui évoque nos activités, rapporte nos actions de promotion et promeut notre destination avec des publications quotidiennes. Le calendrier des publications est défini à l'avance et est rigoureusement respecté afin d'avoir un support de qualité. Ce travail éditorial permet de s'acquiescer un audiorat de qualité. Nous sommes passés de 1 096 fans au 31 décembre 2018 à 1 366 fans au 31 décembre 2019, soit une augmentation de près de 24 %. L'acquisition est naturelle puisque qu'aucun engagement financier n'est effectué sur ce secteur.

Instagram :

Le compte [@paraylemonial_tourisme](https://www.instagram.com/paraylemonial_tourisme) sur Instagram a été repris en main en 2018 avec une relance d'activité. En 2019, nous avons commencé à reprendre la notoriété de la destination sur le compte avec 7 publications et l'organisation d'un Instameet le 15 juin 2019.

En fin d'année, la page comptait environ 821 abonnés (novembre 2019).

En 2020, le rythme doit être trouvé pour garantir un bonne audience et une régularité des posts.

ACCUEIL INSTAMEET - 15 JUIN 2019

« REMONTEZ LE TEMPS DANS LA CITÉ MILLÉNAIRE DE PARAY-LE-MONIAL »

Présentation de l'action :

Le 15 juin, sous un ciel maussade, mais photogénique, nous avons organisé un Instameet pour une journée découverte de Paray. Des passionnés de photos sont venus des 4 coins de la Bourgogne-Franche-Comté pour «remonter le temps dans la cité millénaire». Le but de cette opération est de les amener dans des lieux incontournables mais aussi insolites pour que leur créativité parle. Ils partagent ensuite sur le réseau social Instagram les clichés de leur découverte. Ces photos sont alors vues par leurs abonnés.

Cette action de promotion a été menée par Marie de l'Office de Tourisme en collaboration avec Elodie Labrosse, une #igers du Charolais-Brionnais. Elle vise essentiellement à accroître la notoriété générale sur les réseaux sociaux.

Cible de l'action : Instagrameurs et leurs abonnés

Cible de clientèle : Grand Public

Filière : Culturelle

Coût : Accueil café le matin : 12,86 €

Retombées :

Nombreuses photos inédites, de bonnes qualités et différentes sur notre destination réalisées par les instagrameurs, hausse du nombre de vues et de «j'aime» sur nos publications ainsi que du nombre d'abonnés (environ 50 abonnés en plus, 15 jours après l'événement) sur notre compte Instagram ce qui est assez positif.

EMAILING-MAILING

L'Office de Tourisme met en place une série d'émiling à destination de la clientèle groupe et des professionnels. Nous envoyons les propositions pour les groupes par email puis nous procédons à une relance téléphonique. En 2019, nous avons ciblé :

Emailing AVF

Envoi de la nouvelle brochure groupe aux AVF :

Mise à jour de la base de données.

Envoi par email.

Emailing et Mailing Agences

Envoi de la brochure groupe à une base de données mise à jour des Agences.

Mise à jour des fiches de suivi clients et du tableau de bord général.

Envoi par email, par courrier et contact par téléphone.

Emailing et Mailing IME

Envoi de la nouvelle brochure à destination des IME et création d'une nouvelle base de données des établissements.

Création des fiches de suivi clients et du tableau de bord général.

Envoi par email, par courrier et contact par téléphone.



PROMOTION ÉDITIONS

Chaque année, nous rééditons les brochures indispensables à la promotion de notre destination. Ces brochures sont à destination de la presse et des groupes. Nous n'avons plus de documentation de promotion à destination des individuels. Celui-ci est intégré dans notre guide touristique qui est aussi un document d'accueil.

BROCHURES PRESSE

Dossier de presse

Le dossier de presse est une présentation générale et attractive des atouts touristiques de la destination Paray-le-Monial. En 2019, nous avons mis en valeur la saison musicale.

Il est primordial d'avoir de l'actualité pour attirer les journalistes. Il faudrait avoir chaque année un évènement à portée nationale.

PAO en interne

Diffusion : Lors des accueils presse. Auprès des partenaires en lien avec les relations presse (ADT71 et CRT Bourgogne).



ÉDITIONS POUR LES GROUPES

Brochure groupes :

L'office de tourisme a édité à l'automne 2018 une mise à jour de la brochure groupes.

Édition papier en FR et numérique en GB et D.

Budget : 333,60 €

Diffusion papier à 200 exemplaires sur l'année 2018 et 2019 :

À l'accueil de l'office de tourisme

- Dans les salons
- Lors des démarchages
- Diffusion numérique :
- Par email lors du traitement des demandes
- En téléchargement sur le site www.tourisme-paraylemonial.fr

Brochure scolaire :

L'office de tourisme a édité en fin d'année 2018 une mise à jour de la brochure à destination des scolaires.

PAO en interne.

Diffusion par emailing.

Brochure IME :

L'office de tourisme a édité en fin d'année 2018 une mise à jour de la brochure à destination des personnes en situation de handicap mental et plus particulièrement des résidents d'IME. Elle met en avant des visites-ateliers adaptées à ce public.

PAO en interne.

Diffusion par emailing et par courrier auprès des établissements.

PROMOTION MARKETING DIRECT

Les actions marketing se mettent en place en coordination avec nos partenaires, selon les filières prioritaires définies dans notre stratégie de développement et en fonction des produits que nous souhaitons valoriser.

La promotion s'effectue par des actions directes comme les salons ou par des envois en mailing ou emailing.

DISTRIBUTION

Bourse d'échange - Jeudi 4 avril 2019

La bourse d'échange est préparée selon 2 axes : la diffusion de notre documentation et l'approvisionnement en documentation. Un bon de commande est envoyé au plus tard 15 jours avant la Bourse d'échange, avec toutes nos brochures à tous les prestataires présents à la bourse d'échange. Dès réception des bons de commandes, les commandes sont enregistrées puis durant la semaine précédant la bourse d'échange, toutes les commandes sont préparées. De la même façon, nos collègues nous envoient un tableau pour connaître nos besoins en documentation. Pour cela, nous avons un tableau récapitulatif dans lequel est notée la quantité totale de la documentation diffusée dans l'année et en faisant le stock de l'année en cours, on peut évaluer nos besoins au plus juste.

SALONS GRAND PUBLIC

MAHANA DE LYON- HALLE TONY GARNIER – LYON - 8-10 MARS 2019

Présentation de l'action :

L'office de tourisme de Paray-le-Monial participe depuis plusieurs années à ce salon sur le stand commun de Destination Saône-et-Loire. Cette année la Saône-et-Loire est à l'honneur. Le Pays Charolais-Brionnais a pris en charge une banque pour l'ensemble des OT du Pays. Ce salon s'inscrit au plan d'actions de l'ADT et le Rhône est une zone géographique de proximité prioritaire.

Le salon : Avec plus de 25 000 visiteurs en 2019, le Salon tourisme Mahana est un véritable rendez-vous du tourisme qui offre à chaque visiteur de nombreuses opportunités et perspectives de voyages ainsi que la possibilité de s'informer et d'échanger avec de grands voyageurs et des professionnels du secteur, Véritable source d'inspiration, les 250 destinations présentées permettaient de combler toutes les envies : courts séjours, voyages responsables, croisières d'expédition, road trips à travers le monde, vacances sportives...

Bilan général :

Nombre d'exposant : 250

Fréquentation : 25100 en 2019

Coût financier : 12 €

Partenaires : ADT 71 (8 exposants) et Pays Charolais-Brionnais

Prix de la location du stand ou de l'espace : prise en charge par le Pays

Frais de déplacement : 12 € (déjeuner)

Le choix :

Cible : Grand public

Zone géographique : Rhône

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Culturelle et vélo

Fréquentation :

Présence le samedi avec Pauline de l'OT de Gueugnon

Nombre : fréquentation régulière mais on a ressenti une baisse en milieu d'après-midi due aux manifestations des gilets jaunes.

Profil : Il s'agissait majoritairement de seniors, en couple ou entre amis, Quelques familles.

Intérêt du visiteur :

Type de demande : Demande pour des courts séjours individuels et quelques demandes pour des groupes



Centre d'intérêt : L'aspect culturel, les voies vertes et randonnées prédominaient dans les demandes.
Actions menées sur le stand : Nous proposons des dégustations.

Amélioration à apporter : Organisation de l'espace des 48 m². Nous étions trop sur l'espace dédié.

Projet à venir : Nous participerons en 2020

SALON DU RANDONNEUR - LYON (CITE INTERNATIONALE) - 22 au 24 MARS 2019

Présentation de l'action :

L'office de tourisme de Paray-le-Monial participe depuis 2012 au Salon du Randonneur. Soit sous un stand commun pris en charge par le Pays Charolais-Brionnais ou soit en partenariat avec les autres OT du Pays Charolais-Brionnais suivant les années. En 2019, à l'instar de ce qui se fait pour le Mahana, l'ADT71 a proposé de faire un stand « Destination Saône-et-Loire » où les différents territoires du département seraient regroupés. L'office de tourisme de Paray-le-Monial a donc participé sur le stand de l'ADT71 sur la banque Charolais-Brionnais.



Bilan général :

Nombre d'exposant : 475 exposants - 152 stands répartis sur 4500 m²

Fréquentation : 14 157 visiteurs (14 727 en 2018 – 14 673 en 2017)

« Ces chiffres montrent que le salon a trouvé sa place et atteint son objectif principal : être un lieu de rencontres et de proximité entre visiteurs et exposants permettant ainsi de trouver randonnées à son pied. »

Coût financier : 10,60 €

Partenaires : Offices de tourisme du Charolais-Brionnais et Pays Charolais-Brionnais

Prix de la location du stand ou de l'espace : pris en charge par le Pays

Le choix :

Cible : Randonneurs pédestres, cylos et équestres. Personnes à la recherche d'activités de pleine nature.

Zone géographique : Bassin Lyonnais, Région Rhône Alpes et région limitrophe (Bourgogne/Franche-Comté)

Thématique en cohérence avec notre stratégie.

Fréquentation et intérêt du visiteur :

Présence avec Robin de l'OT du Grand Charolais le vendredi.

Environ 100 personnes renseignées sur la journée du vendredi : des demandes principalement axées sur le tourisme vert (balade en vélo, à pied, en bateau) puis sur les visites de notre patrimoine ainsi que sur les offres famille.

C'est un salon de proximité et de qualité.

Profil : jeunes retraités, de couples et de famille

Actions menées sur le stand : pas d'animation particulière

Projet à venir : à reconduire.

SALON DES SENIORS DIJON – CENTRE DES CONGRÈS - Les 11 et 12 AVRIL 2019

Présentation de l'action :

L'office de Tourisme de Paray-le-Monial renouvelle sa participation au salon des seniors de Dijon, comme en 2017 et en 2018 dans le cadre d'une proposition de partenariat de l'office de tourisme et du thermalisme de Bourbon-Lancy et des Thermes de Bourbon-Lancy. L'expérience de 2017 avait été intéressante dans le cadre de ce partenariat

pour proposer une activité culturelle aux personnes venant en cure à Bourbon-Lancy. En 2018, l'accent était mis sur la mosaïque. Ce salon est organisé par le conseil départemental de Côte d'Or afin d'inviter les plus 55 ans à « bien vieillir en Côte-d'Or ». Le salon est divisé en plusieurs pôles :

Coût financier : 592,41 €

Partenaires : OTT Bourbon-Lancy et Thermes de Bourbon-lancy

Prix de la location du stand ou de l'espace : 322,20 €

Déplacement : 270,21 €

Le choix :

Cible : Senior seul ou en couple et groupes.

Zone géographique : Dijon et Côte d'Or

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Senior et groupe, mais cette thématique est beaucoup plus pertinente en partenariat avec la station thermale.

Fréquentation :

Environ 50 personnes en 2 jours. La fréquentation a été faible mais les demandes de qualité et des gens intéressés.

Profil : seniors en couple.

Actions menées sur le stand : Tombola pour gagner un week-end Bourbon-Lancy et Paray-le-Monial.

Projet à venir : 3e année consécutive. Fin de cette action.

SITV DE COLMAR - PARC DES EXPOSITIONS DE COLMAR - 9 -11 NOVEMBRE 2020

Présentation de l'action :

L'office de tourisme de Paray-le-Monial participe pour la première fois à ce salon sur le stand commun de Destination Saône-et-Loire. Nous partageons une banque avec 3 autres offices du Charolais-Brionnais : OT du Grand Charolais, OT de Bourbon-Lancy et OT de Marcigny-Semur. Nous avons choisi de nous promouvoir sous le nom « Charolais-Brionnais ». Ce salon s'inscrit au plan d'actions de l'ADT et l'Alsace est une zone géographique intéressante. Nous traitons 236 demandes au guichet de personnes venant du Haut-Rhin et Bas-Rhin et l'Allemagne est notre première clientèle étrangère.

Le salon : Avec près de 22 000 visiteurs en 2018, le SITV confirme sa première place sur le podium des salons du tourisme du Grand Est et celle parmi les 5 plus importants de France. Ce grand succès est la preuve de son expérience. Avec Tokyo et le Japon comme invité d'honneur 2019, cette nouvelle édition cohabitera, pour la 11^e année consécutive, avec Solidarissimo, le Salon du Tourisme et de l'Économie Solidaire.

Bilan général :

Synthèse du bilan transmis par l'organisation : La promesse était simple, belle mais ambitieuse. Qu'à cela ne tienne, ce ne sont pas les 27 000 visiteurs repartis du SITV avec des rêves d'évasion plein la tête qui diront le contraire. Avec plus de 24% de hausse de fréquentation par rapport à 2018, le SITV de Colmar confirme sa position de leader dans le Grand-Est. Si l'on peut imaginer, envisager, prévoir, confirmer ou encore préparer un voyage au SITV, la simple visite de ce salon est un voyage express tant l'offre est généreuse et variée !

Nombre d'exposant : 350 exposants

Fréquentation : 27 000 visiteurs (hausse de 24 % par rapport



à 2018)

Coût financier : 676,26 €

Partenaires : Offices de tourisme de Bourbon-Lancy, Marcigny-Semur et Grand Charolais.

Prix de la location du stand ou de l'espace : 375 €

Frais de déplacement : 60,46 € (location voiture) + 193,40 € (hébergement et restauration) + 47,40 € train.

Le choix :

Cible : Grand public

Zone géographique : Grand Est et proximité Allemagne

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Culturelle et vélo

Fréquentation :

Présence avec Florence de l'OT de Marcigny-Semur les 10 et 11 novembre

Nombre : fréquentation régulière.

Profil : Il s'agissait majoritairement de seniors. Certains connaissaient une petite partie de la région et d'autres ne connaissaient pas du tout mais avait envie de découvrir le département.

Quantité de documentation diffusée :

- 63 guides touristiques
- 1 brochure groupe
- Cartes touristiques et des voies vertes en nombre.

Intérêt du visiteur :

type de demande : L'aspect culturel et les voies vertes prédominaient dans les demandes. La majorité des visiteurs ne connaissaient pas le département ou l'avaient traversé rapidement. Ils montraient un intérêt pour le département et étaient agréablement surpris par la proximité.

Actions menées sur le stand :

Il a été décidé de ne pas mener d'animation ou de dégustation particulière sur notre stand.

Amélioration à apporter : Il serait judicieux, pour les prochaines éditions, d'avoir des guides pratiques du Charolais- Brionnais et moins de guides propres à chaque office de tourisme. Il faudra prévoir plus de cartes de Saône et Loire.

Projet à venir : Reconduction avec des partenaires

ACCUEIL PRESSE - 22 MAI 2019

Présentation de l'action :

Accueil de journalistes sur la thématique «Vallée de la céramique» dans le cadre des actions de Destination Saône-et-Loire organisées par l'Agence Air Pur.

Bilan de l'accueil : 2 journalistes au lieu des 3 prévus : Vincent CLAUDE (Cosy + Juliette & Victor) et Jean-Pierre REYMOND (Notre temps jeux) car la troisième journaliste ne se sentait pas très bien et s'est reposée dans sa chambre (Clos des Étoiles) avant de se rendre au dîner (à l'Apostrophe). Le programme a été adapté suite à une demande pour aller voir la *Via Vitae*. Ils ont apprécié le très bon accueil des deux bénévoles au Musée Paul Charnoz et ont posé beaucoup de questions, idem à la Maison de la Mosaïque. Malgré un copieux repas le midi, à la Maison Doucet, la pause gourmande (cacou + viré Clessé) avec 3 Francs Cacous (Christian, Géraldine et Isabelle) a bien conclu leur journée chargée en déplacements et visites.

Coût : Sac d'accueil : Guide touristique, ville et jardin, dépliant basilique + stylo basilique

Le choix :

Cible de l'action : Presse

Cible de clientèle : Familles, couples

Filière : Culturelle

Indicateur de performance de l'accueil :

Retombées : une publication dans Femme Actuelle Senior – septembre 2019 – indicateurs : 141 000 exemplaires, 350 000 lecteurs, 38 000 € d'équivalence pub.

A venir : publication dans COSY et Notre Temps Jeux mais pas avant 2020.



ACCUEIL PRESSE – CRT BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ - 27 SEPTEMBRE 2019

Présentation de l'action :



Voyage de presse organisé par le CRT Bourgogne Franche-Comté du 26 au 29 septembre 2019 pour des journalistes allemands. La thématique de ce voyage de presse était « Art roman en Bourgogne-Franche-Comté ».

Programme très dense : visite de La Roche de Solutré, Tournus, Cluny, Paray-le-Monial, Autun, Nevers et La Charité-sur-Loire. Ils sont restés 1 heure à Paray-le-Monial pour une visite rapide de la Basilique par notre guide allemand Claude Bonniaud. Nous leur avons préparé des sacs de documentation (guide touristique, Stadt und Gärten, Basilika) et nous avons créé un petit dossier en allemand avec la présentation des sites

touristiques. Nous leur avons offert un stylo Paray avec un signet du chevet de la Basilique.

Bilan de l'accueil : Nous avons répondu à la demande du CRT en proposant une visite guidée expresse de la Basilique. Le passage à Paray-le-Monial était très rapide donc nous n'avons pas eu de temps d'échange.

Coût financier : Visite guidée en allemand et 7 signets : 3,50 €

Le choix :

Cible : Presse

Zone géographique : Allemagne

Thématique en cohérence avec notre stratégie : filière culturelle et mise en valeur de l'art roman.

Indicateur de performance de l'accueil :

Valorisation des retombées presse.



©Annick Delos



ACCUEIL BAYERISCHES PILGERBÜRO - 16 ET 17 OCTOBRE 2019**Présentation de l'action :**

Action dans le cadre du Cluster Tourisme et Spiritualité. Eductour en complément du workshop organisé à Ars qui se déroulait le mercredi 16 matin. L'office de tourisme de Paray-le-Monial n'a pas pu s'y rendre. L'organisation de cette matinée n'avait pas été prévue dans les plannings du personnel. Nous avons donc préféré nous concentrer sur l'accueil lors de l'Eductour. A noter que le Comfort Hôtel s'est rendu au Workshop. Cette action est dans la continuité du démarchage effectué en 2018.

Cet accueil a été fait en collaboration avec :

- le sanctuaire : présentation du message en allemand par le Père Jean-Rodolphe Kars
- le Comfort-Hôtel : prise en charge de la nuitée du 16 octobre
- le CRT Bourgogne-Franche-Comté : organisation de la journée à Cluny et prise en charge du dîner et de la nuitée du 17.

Nous avons proposé un programme équilibré malgré un temps de présence réduit à Paray-le-Monial. Nous avons proposé 2 visites culturelles (musée du Hiéron et basilique), des temps spirituels (présentation du message) avec la possibilité de concélébrer la messe du 17 octobre pour les responsables de paroisse et la visite des infrastructures (hôtels, salles de réunions...)

Bilan de l'accueil :

Les représentantes de Bayerisches Pilgerbüro étaient satisfaites de notre prestation de visites guidées et étaient ravies du contenu proposé par notre guide Claude Bonniaud. Elles ont été attentives aux propositions d'hébergement et surtout très intéressées par les salles de l'abris des pèlerins et de l'hôtel du Prieuré. Nous leur avons transmis à leur demande une clé USB avec des visuels pour leur brochure et un complément par wetransfer après leur départ.

Les responsables de paroisse étaient aussi satisfaits des visites et ont été touchés par le message de Paray-le-Monial. Le temps de concélébration a été très important pour eux. Ils ont pris bonne note de la qualité des chambres dans les différents hébergements.

Coût financier :

2 Visites guidées en allemand :

Basilique et cloître le 16 octobre

5 Trésors du Musée du Hiéron le 17 octobre

12 signets : 6 € + 12 stylos promotionnels

Prise en charge du dîner du mercredi 16 octobre à l'Hôtel-Restaurant de la Basilique : 336 €

A noter :

prise en charge d'une nuitée par Le Comfort Hôtel

prise en charge de la journée du 17 octobre (nuitée, déjeuner à Cluny, Dîner aux trois Pigeons) par le CRT Bourgogne-Franche-Comté

Le choix :

Cible : TO majeur en Allemagne et des responsables de paroisses catholiques

Zone géographique : Allemagne

Thématique en cohérence avec notre stratégie : filière religieuse et mise en avant de l'année jubilaire.

Indicateur de performance de l'accueil :

Nombre de réservations de Bayerisches Pilgerbüro.

**DÉMARCHAGE CORÉE DU SUD - SÉOUL - 25 AU 30 NOVEMBRE 2019****Présentation de l'action :**

L'office de tourisme, le Sanctuaire et le Comfort Hôtel sont membres du Cluster d'Atout France « Tourisme et Spiritualité ». Nous avons commencé en 2017 un travail sur le marché coréen, en répétant cette action sur 3 ans.

5 membres du Cluster ont participé à cette action à la carte :

Les OT de Lisieux, Tours, Alençon, Saintes-Maries-de-la-Mer et Paray-le-Monial.

A l'instar des autres années, 2 groupes ont parcouru Séoul. L'OT de Paray était avec l'office de tourisme des Saintes-Maries-de-La-Mer.

Le premier groupe proposait un parcours au nord ouest et notre groupe proposait un parcours Est et Sud-Est.

Nous avons rencontré 13 agences et nous avons pu prendre un déjeuner avec des journalistes le jour 2 et un dîner avec des prescripteurs le jour 3. Nous avons amélioré cette action en apportant des cartes de visite au nom de l'office de tourisme. Mais Géraldine avait ajouté son prénom en coréen. L'office de tourisme avait acheté des médailles à offrir aux personnes rencontrées. Nous avons préparé la présentation entièrement traduite en coréen ainsi qu'une présentation papier en 4 pages plus fournie que lors du premier démarchage.

Bilan général :

13 TO et agences rencontrées en 3 jours : Excellent accueil des TO. Ils nous ont accordé beaucoup de temps, en général, 1h de présentation. Comme nous n'étions que 2, nous avons le temps de bien présenter la destination et d'avoir un temps d'échange posé. Sur les 13 professionnels rencontrés, Géraldine avait déjà rencontré 6 d'entre eux. Pour ceux déjà rencontrés, le but était de connaître la programmation actuelle et de voir si il y avait eu une incidence concrète des deux précédents démarchages. Pour les nouveaux, le but est de présenter la Destination « Paray-le-Monial, Cité du Sacré-Cœur ».

Les TO rencontrés ont besoin d'informations pratiques et concrètes sur les différents sites et de préférence en coréen. Le besoin d'un hébergement en 4 étoiles a été très récurrent.

Ces professionnels souhaitent recevoir beaucoup d'informations. Il est nécessaire de prévoir un plan de communication adapté pour chaque professionnel rencontré.

Coût financier : 2 656,38 €

Coût de la préparation du démarchage : 1 440 €

Frais de déplacement du 2 au 9 décembre 2017 : 1 216,38 €

Vol + train : 716,45€

Hébergement et restauration : 499,93 €

Le coût de la prestation proposée par Atout France a augmenté de 60 % depuis 2017. Elle était alors de 900 €. Nous avons réussi à diminuer le coût du transport en prenant les billets sur le site Korean Air ce qui nous a permis de conserver un budget similaire.

Projet à venir :

Renouveler un démarchage uniquement tous les 2 ans

Augmenter la communication numérique

Proposer des actions pour accroître la notoriété de la destination auprès des diocèses coréens .

**ACTIONS DU CLUSTER Tourisme ET SPIRITUALITÉ**

L'office de tourisme, le Sanctuaire de Paray-le-Monial et le Comfort Hôtel font partie du Cluster Tourisme et Spiritualité dans le cadre de leur adhésion à l'Association des Villes Sanctuaires en France et l'adhésion de l'office de tourisme au GIE Atout France.

L'office de tourisme ne participe pas directement à toutes les actions mais la destination Paray-le-Monial est présentée par l'un des membres du Cluster.

Lors de l'Assemblée générale du Cluster en décembre 2019, Atout France a annoncé la dissolution de ce Cluster. Nous verrons en 2020 comment continuer à travailler les marchés internationaux.



PROMOTION PUBLIREDAC

Afin de valoriser notre offre sur des supports papiers nous achetons des publi-rédactionnels sur des éditions locales. Nous avons encore réduit ce type d'action en 2019 en ne renouvelant pas l'encart de l'Hybride.

SUPPORT PAPIER

Matulu :

Guide gratuit de l'été du Journal La Renaissance
Diffusion : Auprès des abonnés, avec l'achat du journal et dans des sites touristiques
Cibles individuels : Famille, locaux et touristes
Coût : 1 440 €

Echos du Val d'or

Encart publicitaire pour valoriser notre partenariat avec la paroisse.
Cibles : Locaux habitants à Paray-le-Monial
Coût : 378 €

Carnet Découverte

Encart publicitaire pour valoriser notre offre sur un outil de réduction largement diffusé à plus de 150 000 exemplaires. Ce chéquier renforce le réseau des prestataires touristiques qui y sont présents et permet de faire un lien de réciprocité.
Diffusion : Par tous les partenaires adhérents au Carnet Découverte, par les Gîtes de France lors de la réservation, par les Offices de Tourisme de Saône-et-Loire et lors d'une campagne avec le TV Magazine.
Cibles : Proximité et touristes
Coût : 1 600 €



COMMERCIALISATION

L'office de tourisme crée chaque année de nouveaux produits et de nouvelles offres touristiques. Nos indicateurs qualitatifs et quantitatifs nous permettent de surveiller l'évolution des produits ou prestations existantes et de nous donner des pistes de développement.

NOUVEAUX PRODUITS

Produits «Jeu de piste»

Cible du produit : Scolaires Hors Paray

Filière : Culturelle

Présentation du produit : Nous avons créé en février 2019 un nouveau jeu de piste pour les groupes scolaires. Ce jeu de piste sous forme de questionnaire permet aux élèves de découvrir la ville.

Produits «Entre Amis

Cible du produit : Petits groupes

Filière : Culturelle et vélo

Présentation du produit : Nous avons créé une nouvelle idée de séjour pour les groupes d'amis autour de la voie verte entre Paray et Iguerande e des activités de loisirs.



VISITES GROUPES

Nous avons commercialisé 89 visites pour les groupes pour un chiffre d'affaire net de 15 605,50 €. Nous accusons une baisse de près de 10 % sur la commercialisation de produits pour les groupes.

VISITES INDIVIDUELS

Depuis 2018, nous proposons les dimanches du mois de juin. une visite à 14h30. Ces visites ont rassemblé seulement 29 personnes en 2019 contre 50 en 2018, pour un chiffre d'affaire de 127,50 €. Comme prévu, nous ferons le bilan au bout de 3 ans pour voir si cette proposition est à pérenniser.

535 visiteurs ont suivi les visites guidées individuels (dimanche de juin, visites quotidiennes juillet-août sur 70 visites. Soit une moyenne de 8 visiteurs par visite, en baisse par rapport à 2018.

Le chiffre d'affaire global a baissé de 3 058 € en 2017 à 2 424 € cette année soit une baisse de 20%.

Les journées du patrimoine ont rassemblé 113 visiteurs.

LOCATION VÉLOS ET ROSALIE

Nous avons réinvesti dans l'achat de 4 vélos électriques en 2019.

Le chiffre d'affaires des locations de vélos et de rosalia est de 12 208 € contre 11 607,50 € en 2018 soit une hausse de + 5 %.

Le nombre de location a augmenté grâce à la dernière tranche de renouvellement du parc à vélo. Cela nous permet d'avoir un nombre plus important de vélo en bon état et donc prêt pour la location.

Nous avons révisé entièrement les Rosalies, mais leur état se dégrade et un renouvellement est à envisager.



BOUTIQUE

Nous avons constaté une baisse sur les ventes en boutique.

- 15 % sur les objets
- 16 % sur la librairie
- 24 % sur enveloppes et cartes postales. Comme chaque année, ce poste est en baisse. Il va de soit que les nouvelles technologies ont remplacé pour bon nombre de visiteurs les cartes postales.
- 9 % sur les produits régionaux.
- 14 % sur les cartes routières.

Nous devons être vigilants sur l'évolution des ventes en proposant des nouveautés et en réfléchissant au nouvel aménagement.





OFFICE DE Tourisme
25 AVENUE JEAN-PAUL II
71600 PARAY-LE-MONIAL
+33 (0)3 85 81 10 92
contact@tourisme-paraylemonial.fr
www.tourisme-paraylemonial.fr

