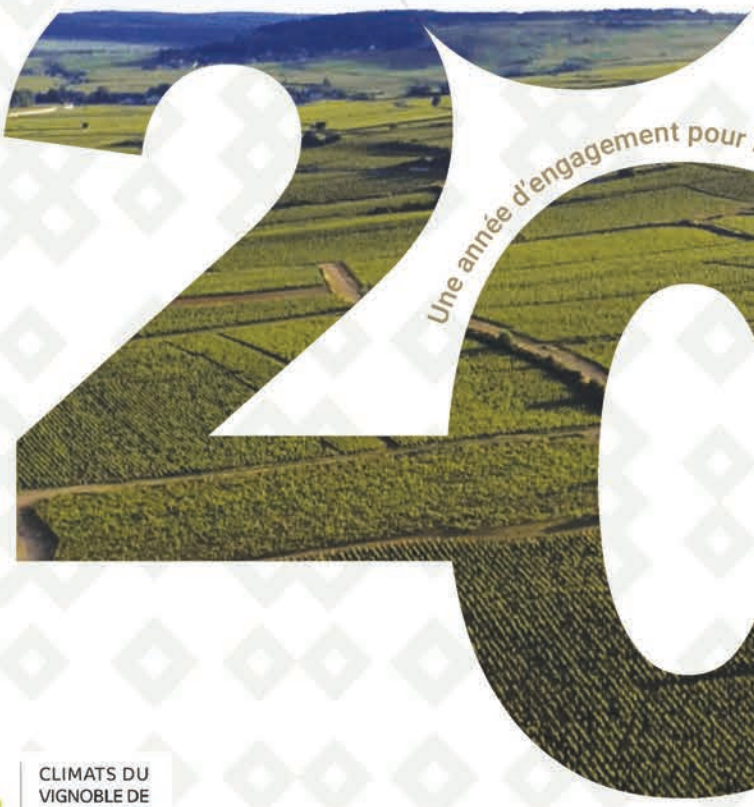
OFFICE DE Tourisme Cat. I
& Beaune
Pays Beaunois

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020



Une année d'engagement pour le tourisme beaunois

CLIMATS DU VIGNOBLE DE BOURGOGNE
PATRIMOINE MONDIAL

www.beaune-tourisme.fr

Anne CAILLAUD
Présidente de
l'Office de Tourisme
Beaune et Pays Beaunois

Anne-Gaëlle CATINOT
Vice-Présidente de
l'Office de Tourisme
Beaune et Pays Beaunois

EDITO

La crise sanitaire qui a impacté notre destination dès février 2020 a mis à rude épreuve non seulement les finances de nos entreprises, mais aussi nos capacités individuelles et collectives à s'adapter et se réinventer.

Avec l'appui des collectivités territoriales et de l'Etat, « fournisseurs d'oxygène », l'Office de Tourisme Beaune et Pays Beaunois s'est mis plus que jamais au service des professionnels et des partenaires pour gérer au mieux le choc du confinement, et concevoir un plan de relance qui attire les clientèles et les rassure sur leur sécurité sanitaire. L'objectif était de susciter l'intérêt des habitants de la région et des Français sur nos atouts, tout en démontrant aux touristes plus éloignés que nous restons prêts à les accueillir, le moment venu.

Les résultats exceptionnels de la saison estivale, avec par exemple une fréquentation et des paniers moyens plus élevés en août 2020 que l'année précédente dans les hôtels 4 * et 5*, ont montré le bien-fondé de cette stratégie collective… malheureusement de nouveau mise à mal par la reprise de la pandémie et la date plus qu'incertaine de la « relance ».

A la tête du nouveau Comité de direction, installé à l'automne 2020, nous continuons de nous inscrire dans la dynamique ainsi engagée par Denis THOMAS avec l'équipe de l'Office de Tourisme Beaune et Pays Beaunois.

Notre objectif : contribuer activement, avec les moyens et compétences qui sont les nôtres, à sauvegarder l'économie touristique locale, et accompagner la reprise attendue à mi 2021.

Conformément à la méthode participative qui constitue dorénavant l'ADN de l'Office de Tourisme Beaune et Pays Beaunois, les élus du Comité de direction ont également décidé de s'impliquer dans des groupes de travail thématiques pour co-construire, en concertation avec les professionnels, le plan d'actions prioritaires pour le développement touristique de la destination.

Rendez-vous en 2022 pour de premiers résultats…

Beaune Tourisme – M. JOLY

Beaune Tourisme – M. JOLY

SOMMAIRE

RÉTRO 2020

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 ?

TAXE DE SÉJOUR
16-17

COMMENT FONCTIONNE L'OTI ?
18-19

ORGANIGRAMME
20-21

GLOSSAIRE
22

ZONE DE COMPÉTENCES DES BIT
23

LE BAROMÈTRE DE L'OTI 2020

LE CHIFFRE-CLÉ DE L'ANNÉE

88%

C'est le pourcentage de visiteurs satisfaits à l'issue d'un échange via le CHAT sur le site internet de l'Office de Tourisme Beaune & Pays Beaunois.

Privés du contact avec les visiteurs pendant la période de confinement, nous avons souhaité améliorer l'expérience utilisateur et apporter des réponses immédiates aux internautes.

Le CHAT (tchat) est un excellent moyen de communication et permet de discuter en temps réel avec les internautes lorsqu'ils visitent notre site web. Cela permet de répondre aux questions des visiteurs de façon personnalisée et d'améliorer notre relation client.
Cette fonctionnalité a été mise en ligne en juin 2020 sur le site de l'Office de Tourisme Beaune & Pays Beaunois.
Quelques données chiffrées :

- En **2020** (juin à décembre), **984 ÉCHANGES** ont été comptabilisés sur le CHAT
- Pendant la haute saison, **15 CONSEILLERS EN SÉJOUR SE RELAIENT 7 JOURS/7** pour répondre aux demandes.
- Recordwoman des discussions : Fanny avec 181 chats à son actif !
- Délai moyen de réponse : 1 minute
- **50% DES CONNEXIONS SONT TRAITÉES DANS UN DÉLAI INFÉRIEUR À 33 SECONDES**

Durée moyenne d'une discussion : 10,52 minutes

- **50% DES ÉCHANGES ONT UNE DURÉE INFÉRIEURE À 10 MINUTES**

Les demandes portent principalement sur :

- la Vente des Vins
- les Hospices de Beaune
- les hébergements
- la restauration
- les activités

NOMBRE DE CHAT EN 2020 (CRÉATION EN JUIN)

Beaune Tourisme – Image&Associés

QUALITÉ TOURISME

PANORAMA CHIFFRÉ DES PERFORMANCES DE L'OFFICE DE TOURISME

CONSULTATION SITE INTERNET

NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES

54 %	40 %	6 %
297 523	220 387	33 058

FRANCE
352 620
64 %

ÉTRANGER
198 348
36 %

GLOBAL
550 968 -16,57% //2019

CE QU'ON EN RETIENT :
Pendant la période de confinement, on a suscité et maintenu l'intérêt des internautes en produisant des contenus ciblés pour une audience plus régionale et plus française.

DEMANDES D'INFORMATION COMPTOIRS D'ACCUEIL

GLOBAL
32 509
-47,75 % // 2019

ÉTRANGER
6 011
- 69,74 % // 2019

FRANCE
26 498
- 37,44 % // 2019

VENTES POUR LE COMPTE DES ACTEURS TOURISTIQUES DU TERRITOIRE

(BILLETTERIE, GROUPES, BOUTIQUE)

2020
126 843 €
-77,18 %

2019
556 000 €

2018
546 647 €

RATIO AVIS CLIENTS GOOGLE

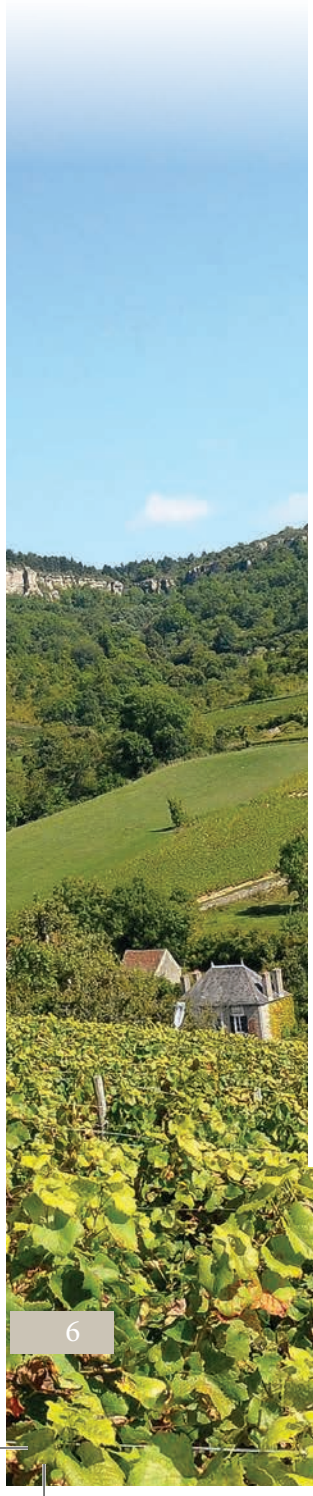
et comparatif avec d'autres destinations françaises

BEAUNE PERFORME !

BEAUNE	**4,4** (222)
DIJON	4,2 (412)
DEAUVILLE	4,2 (164)
COGNAC	4,3 (232)
BLOIS CHAMBORD	4,2 (243)
POITIERS	4,1 (118)
EPERNAY	4,4 (338)
SAINT MALO	4,1 (1630)
CARNAC	4,3 (408)
BORDEAUX	4,2 (2180)

BILAN D'ACTIVITÉS 2020

TEMPS FORTS ET ACCOMPLISSEMENTS



Beaune Tourisme ©Kaptura

MISE EN PLACE DU PORTEFEUILLE CLIENT

LE PITCH* :

L'OTI observe la nécessité d'accompagner les partenaires au quotidien sur les réseaux sociaux, la commercialisation de leur offre, la connaissance du territoire, l'évolution de leur offre…. La crise sanitaire a imposé un nouvel agenda et de nouvelles problématiques liées à leur offre et à leur communication.

LA RÉPONSE OTI :

L'ensemble de l'équipe de l'Office de Tourisme s'est organisée, de manière expérimentale, pour accompagner ses partenaires à travers la mise en place de portefeuilles clients pendant la crise sanitaire :

- Accompagnement sur les aides existantes
- Accompagnement sur les mesures sanitaires à mettre en place
- Accompagnement sur la communication
- Accompagnement pour la mise en place de nouvelles offres adaptées aux nouvelles clientèles cibles (locale, française).

Un tableau d'informations partagées sur les offres disponibles (dates d'ouverture des établissements, conditions d'accueil des publics…) a été mis en place pour les prestataires touristiques.

LE CHIFFRE QUI EN DIT LONG :

250 C'EST LE NOMBRE DE PARTENAIRES QUI ONT ÉTÉ APPELÉS

* Voir glossaire

LE CLUB DES INFLUENCEURS DU PAYS BEAUNOIS

LE PITCH* :

Engagé depuis plusieurs années dans un objectif d'amélioration continue de l'accueil, l'OTI souhaite pousser plus loin la communication digitale du territoire en fédérant certains de ses partenaires. Faire évoluer l'image de la destination, créer une synergie et communiquer ensemble sur les mêmes valeurs, tel est le credo. Lors du conseil d'orientation de décembre 2019 et dans le cadre d'une intervention sur le storytelling, les prestataires ont eux aussi fait remonter leur souhait de prendre individuellement la parole pour « raconter » ensemble leur destination auprès d'une audience française. L'idée d'un « Club Influenceurs » était né.

LA RÉPONSE OTI* :

Au dernier trimestre, l'OTI a rassemblé les premiers membres du club, une quinzaine de partenaires volontaires, représentatifs de l'image du territoire et engagés dans une démarche active sur les réseaux sociaux. Le Club travaille sur un calendrier éditorial, commence à créer et diffuser des contenus textes, images et vidéos. En parallèle, l'OTI organise des formations actions pour permettre à chacun de monter en expertise sur le plan technique et créatif et favorise l'entraide et le réseautage de ses partenaires.

LE CHIFFRE QUI EN DIT LONG :

l'audience cumulée de Facebook et Instagram est de **192 956** abonnés

* Voir glossaire

VIDÉO DE DESTINATION

LE PITCH* :

Parmi les contenus diffusés sur les réseaux sociaux, la vidéo se distingue par sa viralité, l'engagement qu'elle suscite de la part de l'audience, sa puissance lorsqu'il s'agit de créer l'envie et d'inspirer des idées de séjour. Pour une destination touristique, c'est un incontournable, pour un territoire, ce sont des choix stratégiques : cibles, messages précis pour éviter l'écueil de tout vouloir dire, positionnement pour se différencier et au bout, un synopsis.

LA RÉPONSE OTI :

Une vidéo de destination qui raconte les 4 saisons du pays beaunois en s'attachant à un personnage cible, une femme qui partage des moments et des séjours à différentes saisons et dans un contexte spécifique : en couple, en famille, entre amis. Immersive, avec une large place laissée à la beauté des paysages, aux expériences et aux rencontres avec les gens d'ici. Différentes versions, 4 mn, 1,30 min, 30 secondes qui ont été remontées par saison pour s'adapter aux différentes séquences du confinement.

LE CHIFFRE QUI EN DIT LONG :

La vidéo a été vue par **103 500** utilisateurs, **1 700** heures de visionnage.

CARTOGRAPHIE « UN TOUR EN PAYS BEAUNOIS »

LE PITCH* :

Dans le cadre d'un atelier de réflexion avec nos partenaires sur nos éditions est née l'idée d'un document qui répondrait au besoin de découverte de la destination sur un mode itinérant. Nos visiteurs couples et familles, souvent en court séjour, apprécient un outil pratique, facile à emporter en balade, avec de grandes cartes et des idées de circuits à la journée ou demi-journée.

LA RÉPONSE OTI :

Un dossier idéal pour travailler en co-construction avec nos partenaires hébergeurs volontaires et vérifier à chaque étape du projet que nous nous rejoignions dans nos intentions, en particulier sur les circuits, les incontournables, les bons plans et les conseils engagés qui personnalisent la destination et enrichissent le séjour. « Un tour en Pays Beaunois » inaugure aussi un nouveau ton, moins « institutionnel », plus convivial et proche de notre visiteur.

LE CHIFFRE QUI EN DIT LONG :

4 CIRCUITS, 23 CONSEILS ENGAGÉS, 12 ÉVÉNEMENTS ET 11 PRESTATAIRES VALORISÉS

UNE ANNÉE SUR LE TERRAIN

COMMERCIALISER

PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

- **71** groupes guidés, soit une baisse de 82,03 %
- **- 76,74 %** sur le chiffre d'affaires de la billetterie
- **- 49,16 %** sur les ventes e-commerce pour les activités de loisirs
- **- 55,71 %** chiffre d'affaires boutiques pour nos 7 antennes

La crise sanitaire donne de l'élan à la digitalisation de l'offre, la mise en marché d'offres de billetterie pour les individuels devient un incontournable. Les services de guides pour les groupes intervenant en complémentarité avec les services des agences de voyages locales connaissent une baisse importante dans leurs activités.

LES PRIORITÉS À RETENIR :

- Les offres et les activités s'adaptent pour rassurer et séduire une cible plus française et régionale alors que de nouveaux acteurs touristiques saisissent l'opportunité de s'inscrire dans une dynamique e-commerce
- La billetterie connait une baisse de – 76,74 %, elle est impactée par un quasi arrêt des reventes d'évènements. La billetterie loisirs résiste mieux, en particulier grâce au canal e-commerce
- Les services de guides sont doublement impactés, d'une part par le manque de clients européens et long-courriers, d'autre part par l'annulation des groupes associatifs français
- Les ventes en boutiques régressent. L'accent est mis sur la commercialisation de produits accessibles, identifiés « Bourgogne » et fabriqués en région ou en France.

Beaune Tourisme ©Flore Deronzier

UNE ANNÉE SUR LE TERRAIN

PROMOUVOIR & COMMUNIQUER

L'OTI s'adapte aux nouveaux enjeux de la Covid 2019 : maintenir le lien avec les intermédiaires qui programment la destination pour ménager l'avenir et adapter ses actions à une nouvelle cible plus française et régionale pour optimiser la fréquentation. Il s'inscrit en parallèle dans la logique des campagnes de promotion régionale qui valorise son territoire et vise une clientèle plus locale.

PRIORITÉS 2020

DES ACTIONS DE PROMOTION ADAPTÉES

L'OTI adapte ses actions aux nouveaux formats en distanciel pour maintenir le contact avec les intermédiaires des marchés visés (Belgique, Grande Bretagne, Pays Bas, USA, Chine, Brésil). Il met l'accent sur des formations sur mesure pour les intermédiaires, l'adaptation des partenaires et engage la réflexion sur les nouvelles attentes des clients pour des programmations à échéance 2022.

UNE COMMUNICATION POUR UNE CIBLE FRANÇAISE ET RÉGIONALE

Lancement de la nouvelle vidéo de destination, découpée en 4 saisons pour mieux s'adapter aux besoins d'inspiration d'une cible confinée. L'OTI s'appuie sur les campagnes de communication régionale solidaire « Sortez chez vous » en début d'été et d'hiver pour toucher une cible locale tout en participant activement avec ses partenaires à la campagne « L'Automne, c'est en Bourgogne » auprès de cibles françaises. L'OTI mobilise les community managers de son territoire en créant le Club des Influenceurs du pays beaunois dont la vocation est de prendre collectivement la parole sur les réseaux sociaux en s'appuyant sur des événements ou des thématiques fortes de son territoire.

DES ÉDITIONS, PLUS CIBLÉES ET THÉMATIQUES

Plus ciblées, adaptées aux attentes de consommation des visiteurs, plus durables et pour certaines, coconstruites avec les partenaires, les éditions sont print ou numériques, elles forment une collection qui évolue en permanence : nouvelle carte d'itinérance et de bons plans « Un tour en pays Beaunois », cartes en sous-main, guide de Beaune avec catalogue de billetterie, carnets Bons Plans de l'Accueil produits en interne pour répondre à des moments et des cibles spécifiques (Chemins de Saint Jacques, En famille…) et le tout nouveau Guide Pro pour les pros, destiné aux personnels d'accueil chez les hébergeurs. En parallèle, le plan de diffusion est optimisé, les partenaires ayant la possibilité de commande sur mesure.

PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

- **15** accueils de presse, médias sociaux et organisateurs de voyages, représentent **23** personnes accueillies et plus de **90** partenaires valorisés
- **146** assistances auprès d'organisateurs de voyages
- **25** publications papier diffusées par un réseau de plus de **200** partenaires
- **79** newsletters adressées (Gpublic, BtoB*, Elus) auprès de 5700 contacts, taux moyen d'ouverture à **40 %** (moyenne nationale 24%)
- Visites chez les prestataires, visites de sites : **130** heures dédiées à la formation à la connaissance des offres du territoire

* voir Glossaire

Pixabay

ACCUEILLIR, INFORMER, CONSEILLER

Dans une démarche d'amélioration continue de l'accueil initiée en 2018, l'OTI travaille sur les points d'amélioration du parcours client avant, pendant et après le séjour. D'une part, il continue à former ses équipes pour les positionner en véritables experts locaux du territoire et d'autre part, il développe sa propre expertise numérique pour accompagner le séjour de ses clients.

PRIORITÉS 2020

EN AMONT DU SÉJOUR : DONNER ENVIE DE VENIR

✳ **Le site Internet** est au centre de notre stratégie digitale, son trafic baisse sur toutes ses versions, la version française résiste avec seulement -7%. Notre audience est presque entièrement sur les mobiles et les tablettes, elle s'intéresse aux activités et à la nature. Notre production de contenus, adaptée aux recherches des internautes, fait progresser les pages vues (+ 2,15 %). Le travail sur le référencement nous fait gagner des places dans les résultats de recherche Google, 643 pages du site sont dans les 4 premiers résultats.

✳ **Les Réseaux sociaux et les newsletters** développent le trafic sur les sites web de l'OTI. Les cibles sont encore plus locales, Paris & Lyon alors que les newsletters en Français, Anglais et Allemand touchent des clients plus éloignés. Les contenus sont en permanence adaptés à la période, à l'attente des cibles : carte des « drive », suggestions d'activités nature, infos sécurité et ressourcement. Reprise de notre compte LinkedIn.

✳ **Les demandes d'informations par mail, téléphone, courrier et depuis le 2 Juin par livechat :** des réponses sont apportées aux clients soit instantanément pour les appels téléphoniques et les live chats et sous 24h00 pour les mails et courriers avec un souci constant de personnalisation (hausse de 9.38%).

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

✳ **Comptoirs d'accueil :** Grâce à des formations adaptées, des experts locaux de la destination dans 7 bureaux d'informations touristiques donnent tout le long de l'année des conseils éclairés.

- Une clientèle majoritairement française avec 81.9% des demandes soit une hausse de 13.81 points par rapport à 2019.
- Des demandes axées sur les sites à visiter (monuments, caves et domaines) mais plus particulièrement sur le patrimoine naturel (randonnées, voies vertes, véloroutes….)

✳ **Les bornes 24/24 :** à Beaune, Meursault, Nolay Santenay et Savigny les Beaune pour permettre aux touristes d'obtenir de l'information à tout moment.

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 ses fiches Tripadvisor et Google, ainsi que les remarques, suggestions et réclamations reçues dans le cadre de la démarche qualité. En 2020, plus de 93 questionnaires remplis et 52 notes sur les plateformes d'avis.

PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

✳ Facebook : 8024 fans **+14,17%**, un taux d'engagement 10% supérieur à la moyenne des OTs (**1,73%**), **252** posts et **336** stories par mois.

✳ Instagram : 2240 followers **+ 93,10%** – un taux d'engagement **4.83 %**

✳ Tweeter : **2910** abonnés, **+ 8,06%**, un taux d'engagement à **0,9 %**, supérieur à la moyenne nationale (**0,53%**)

✳ LinkedIn : **70** followers **9,1%** d'engagement

✳ Demandeurs d'informations : **43 554** demandeurs

✳ Consultation des Bornes 24/24 : **3 705** connexions

✳ Note sur Google : **4.4**

✳ *Site internet :* **551 000** *visiteurs uniques,* **- 16,57 %**

UNE ANNÉE SUR LE TERRAIN

COORDONNER & ACCOMPAGNER

Accompagner les prestataires et les partenaires institutionnels fait partie de nos objectifs stratégiques pour développer la qualité de l'accueil à l'échelle du territoire. La crise sanitaire et une saison raccourcie ont constitué un challenge permanent pour mobiliser les partenaires et maintenir le dynamisme du réseau mais aussi une opportunité pour tester des méthodes d'accompagnement encore plus personnalisées.

PRIORITÉS 2020

DU SUR-MESURE POUR LES PARTENAIRES

✳ L'OTI se mobilise pour un accompagnement des partenaires de type « portefeuille client ». Il joue un rôle de relais et de conseils en apportant des informations personnalisées sur les aides financières, sur les bonnes pratiques en matière de communication numérique, sur l'adaptation des services et sur la création de produits.

✳L'OTI forme ses partenaires lors des « Ateliers Chuchoteurs » à la production de contenus d'avis et de recommandation de prestations touristiques qui enrichiront nos sites internet, réseaux sociaux, publications numériques.

✳Des formations pour monter en expertise sur les médias sociaux sont organisées par l'OTI pour les partenaires membres du « Club des Influenceurs du pays beaunois ». *

✳Nos partenaires participent à des eductours sur mesure, ils deviennent ainsi des ambassadeurs de la destination, enrichissent leur réseau local et initient des accords de prescription, de communication ou de commercialisation.

* Voir « Temps forts »

UNE EXPERTISE AU SERVICE DES STRUCTURES INSTITUTIONNELLES ET DES COLLECTIVITÉS

✳L'OTI accompagne l'installation du Centre Thermal Valvital à Santenay en apportant sa connaissance terrain dans la recherche d'hébergements complémentaires, en coordonnant l'émergence d'offres de visites et en créant une nouvelle balade dans le village qui enrichira la collection de l'appli Balades en Bourgogne.

✳Membre du Comité de pilotage de Vignobles & Découvertes et relais local de la marque Vallée de la Gastronomie, l'OTI accompagne ses partenaires dans le process de labellisation. Par son action, il optimise le potentiel de ses partenaires et contribue à leur visibilité dans le nouveau guide du Routard « Œnotourisme en Bourgogne & Jura ».

✳L'OTI accompagne l'Association des climats du vignoble de Bourgogne dans la valorisation touristique de l'inscription UNESCO (édition, promotion et signalétique). En 2020, le projet d'embellissement à la gare de Beaune se finalise avec le projet d'habillage du couloir entre les 2 quais.

✳L'OTI apporte son expertise auprès de la Communauté d'agglomération et un « regard client » sur des projets tels que la Cité des vins, les aménagements cyclables ou sur le plan Climat territorial. En 2020, l'accent est mis sur la création des contenus pour des panneaux installés au parc de la Bouzaize et au port de Chagny.

✳L'OTI a exceptionnellement offert à ses partenaires la gratuité des services : commercialisation, plan de promotion et annonces publicitaires dans ses supports.

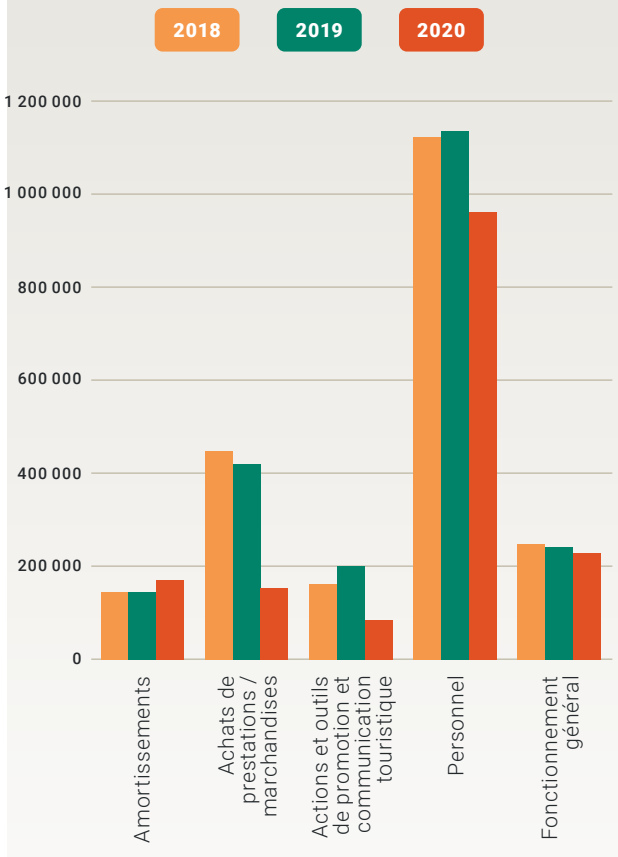
Beaune Tourisme ©Studio Piffaut

PRINCIPAUX CHIFFRES CLÉS

- **490** actions « phoning » auprès des partenaires entre mai et septembre
- **170** visites chez les prestataires lors des éductours
- **32** offres du territoire sur les **84** offres agréées par la marque Vallée de la gastronomie sur la Bourgogne.
- **208** prestataires labellisés *Vignobles & Découvertes*

SYNTHÈSE FINANCIÈRE EN 4 POINTS

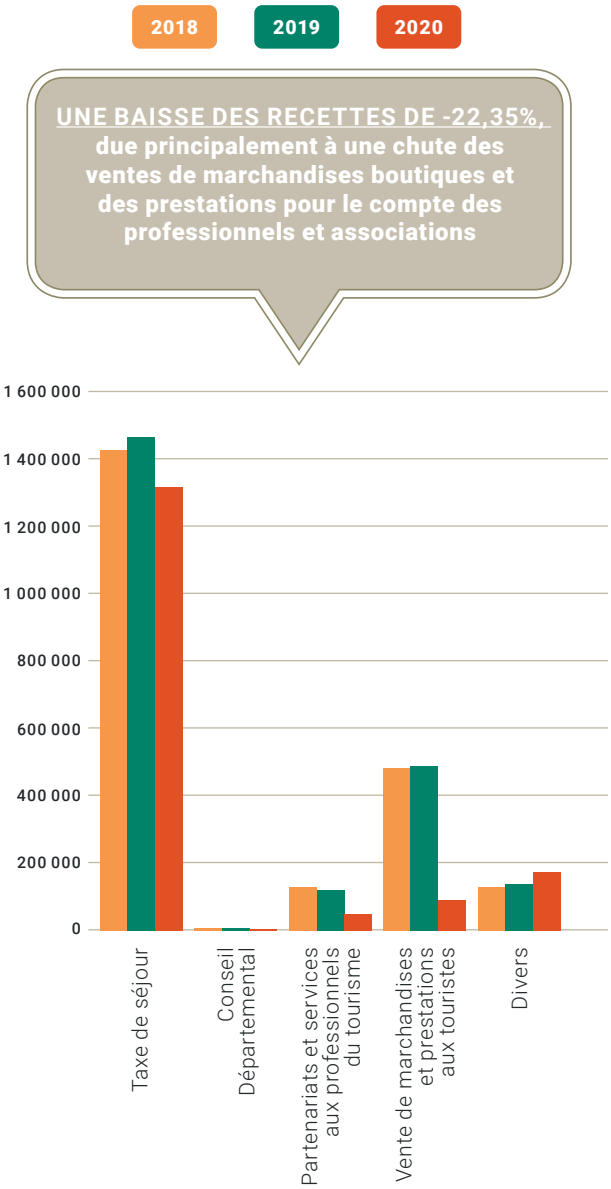
ÉVOLUTION DES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT



DES CHARGES EN BAISSE :

Conséquence de la pandémie (ralentissement de l'activité, fermeture des bureaux d'information touristique)

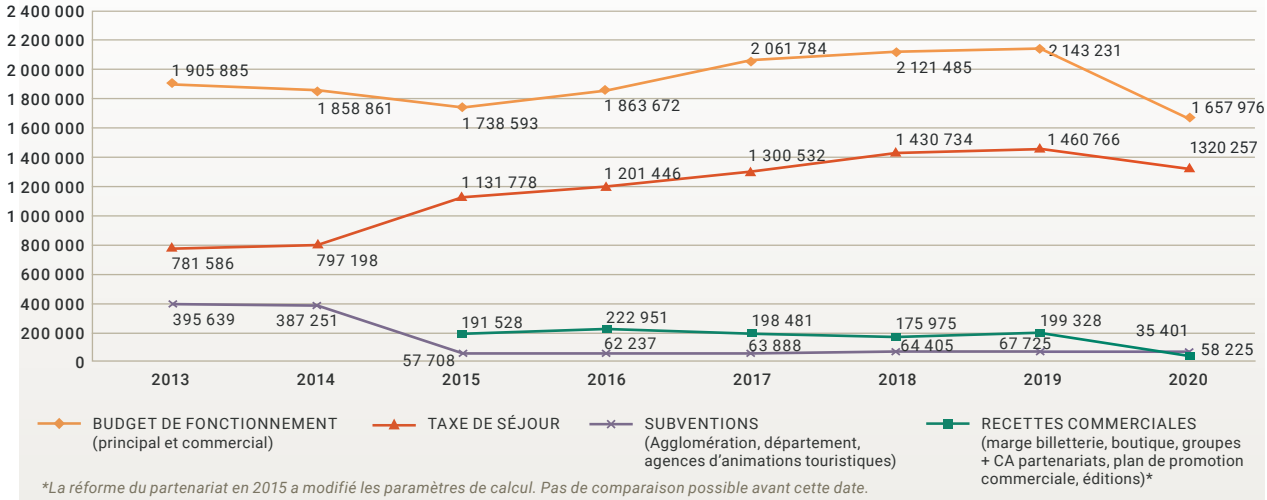
ÉVOLUTION DES RECETTES DE FONCTIONNEMENT



UNE BAISSE DES RECETTES DE -22,35%, due principalement à une chute des ventes de marchandises boutiques et des prestations pour le compte des professionnels et associations

ÉVOLUTION DES RECETTES

ÉVOLUTION DES PRINCIPALES LIGNES DE PRODUITS SUR 8 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 DES RECETTES COMMERCIALES OTI 2018-2019-2020

	2018	2019	2020*
Marge billetterie + boutique + groupes	41 993	75 697	-12 040
Abonnement partenariat de base	49 524	47 631	47 141
Abonnement de commercialisation	15 850	15 800	300
Abonnement Plan de Promotion Commerciale	22 605	20 718	0**
Publicité éditions papier	46 003	39 482	0**
TOTAL	**175 975**	**199 328**	**35 401**

* Des charges incompressibles et de recettes en très fortes baisses.
* *Offert aux partenaires

ÉVOLUTION DU COMPTE D'INVESTISSEMENT

DÉPENSES D'INVESTISSEMENT (BUDGET PRINCIPAL ET BUDGET ANNEXE)

	2018	2019	2020
Chapelle du Saint Esprit - Siège de l'OTI	7 641	3 450	3 351
Bureaux d'information touristique	100 599	34 226	2 213
Matériel informatique, téléphonique, photographique, réseaux	15 650	23 147	23 570
Vidéos		11 848	24 845
Mise en valeur touristique de la gare de Beaune	9 511		
Site internet, billetterie et licences bureautique	16 428	5 222	10 265
Plan géoréférencé pour cartographies touristiques		9 320	
Accompagnements extérieurs aide au changement, SADI	11 785	28 157	575
Récupération des flux - site internet Ingénie / Raccourci			3 840
Borne Nolay et Savigny			21 924
TOTAL	**137 726**	**115 370**	**90 583**

RECETTES D'INVESTISSEMENT (BUDGET PRINCIPAL ET BUDGET ANNEXE)

	2018	2019	2020
Subvention Région Bourgogne Franche Comté (antennes)	32 263	1 601	
Investissements reportés	129 351	113 769	90 583
TOTAL	**161 614**	**115 370**	**90 583**

LA TAXE DE SÉJOUR

1/ QU EST-CE QUE C'EST ?

La taxe de séjour est un impôt local qui peut être instauré par les communes, communautés de communes, les métropoles, les départements et régions de la part des touristes séjournant à titre onéreux dans un hébergement de leur territoire.

✳ Dans notre territoire, en plus de la taxe de séjour instaurée par la Communauté d'Agglomération, il existe une taxe additionnelle mise en place par le Conseil Départemental de Côte d'Or et reversée à Côte d'Or Tourisme.

Le savez-vous : la taxe de séjour à 111 ans ! Elle a été instituée en France par la loi du 13 avril 1910.

2/ QUI PAIE LA TAXE DE SÉJOUR ?

La taxe de séjour est payée par :

✳ Toute personne qui séjourne sur le territoire communautaire, sans y être domiciliée ou sans y posséder une résidence imposable à la taxe d'habitation.

✳ La taxe de séjour est applicable quelle que soit la nature de la location à titre onéreux, durant la période de perception fixée par la collectivité.

✳ Sont concernées les personnes séjournant dans les hôtels, les résidences de tourisme, meublés de tourisme, villages de vacances, chambres d'hôtes, emplacements dans des aires de camping-cars et des parcs de stationnement touristiques par tranche de 24 heures, terrains de camping et de caravanage, ports de plaisance.

QUI EST EXONÉRÉ DE LA TAXE DE SÉJOUR ?

Les cas d'exonération de la taxe de séjour (au réel) sont :

✳ Les personnes mineures

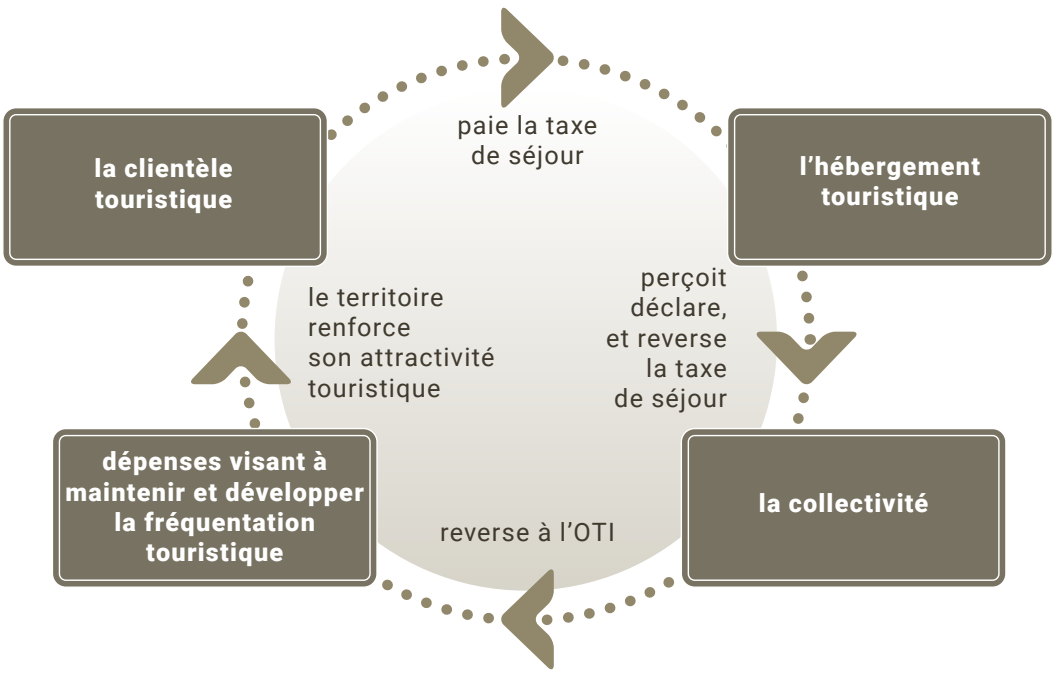
✳ Les titulaires d'un contrat de travail saisonnier employés sur le territoire de la collectivité

✳ Les personnes bénéficiant d'un hébergement d'urgence ou d'un relogement temporaire.

3/ QUI COLLECTE ?

Les hébergeurs et les plateformes de réservations (booking, airB&B, Gîtes de France…) collectent la taxe de séjour et reversent le produit de la taxe de séjour à la communauté d'agglomération Beaune Côte et Sud.

Les plateformes de commercialisation en ligne ont l'obligation de percevoir et de reverser intégralement la taxe de séjour sur les séjours vendus à partir du 1er janvier 2019.



4/ QUELLES SONT LES MODALITES D'APPLICATION ?

LA TAXE DE SÉJOUR EST INTÉGRALEMENT REVERSÉE PAR LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION À L'OT COMMUNAUTAIRE

✳ Taxe de séjour applicable du 1er janvier au 31 décembre :

- Tarif par nuit et par personne.
- Tarif en supplément qui doit être mentionné sur la facturation remise au client.
- Tarif qui est payé par le client, en plus de sa nuitée.

✳ Le montant de la taxe est différent selon les catégories d'hébergement et le classement en étoiles. Il dépend aussi du nombre de personnes logées et de la durée du séjour, et, pour les hébergements soumis au pourcentage, du prix du séjour.

5/ À QUOI ÇA SERT ?

La recette de la taxe de séjour est destinée à :

✳ Favoriser la fréquentation touristique ;

✳ Développer des offres touristiques autour des points forts du territoire ;

✳ Financer les actions de l'OTI

✳ Organiser l'accueil et l'information des visiteurs.

✳ Etc. …

6/ LA TAXE DE SEJOUR SUR 5 ANS SUR LE TERRITOIRE COMMUNAUTAIRE

Ne sont pas pris en compte les montants et nuitées déclarés par les opérateurs numériques directement.
Attention, les hébergeurs ont entre 2 et 3 mois pour effectuer leurs déclarations.

Période de déclaration	Montant en €	Nombre de nuitées
janv. 2020 - déc. 2020	1 062 000	498 121
janv. 2019 - déc. 2019	1 546 174,33	1 085 621
janv. 2018 - déc. 2018	1 429 667,88	1 105 541
janv. 2017 - déc. 2017	1 408 556,25	1 075 620

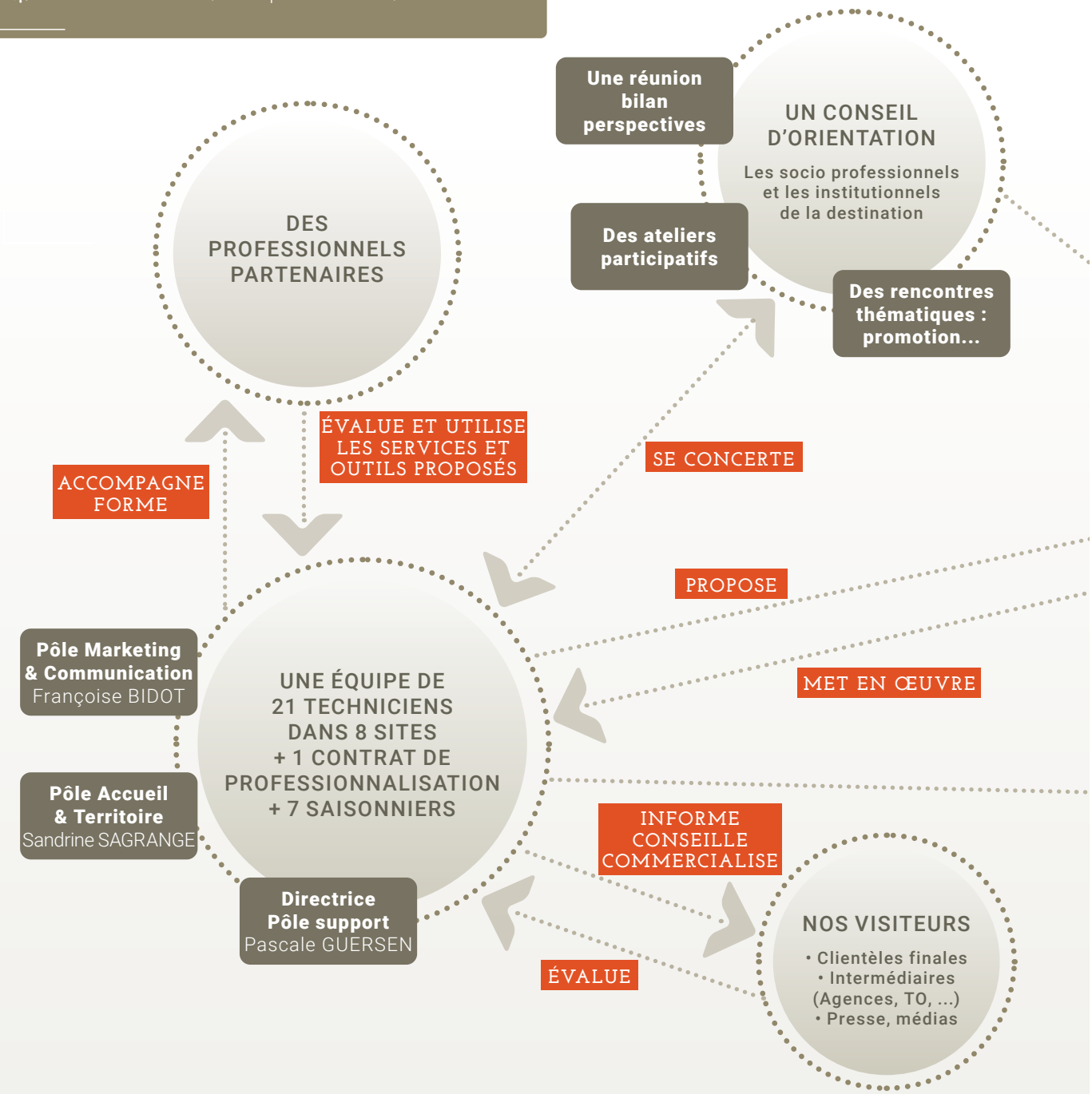
LE MANTRA

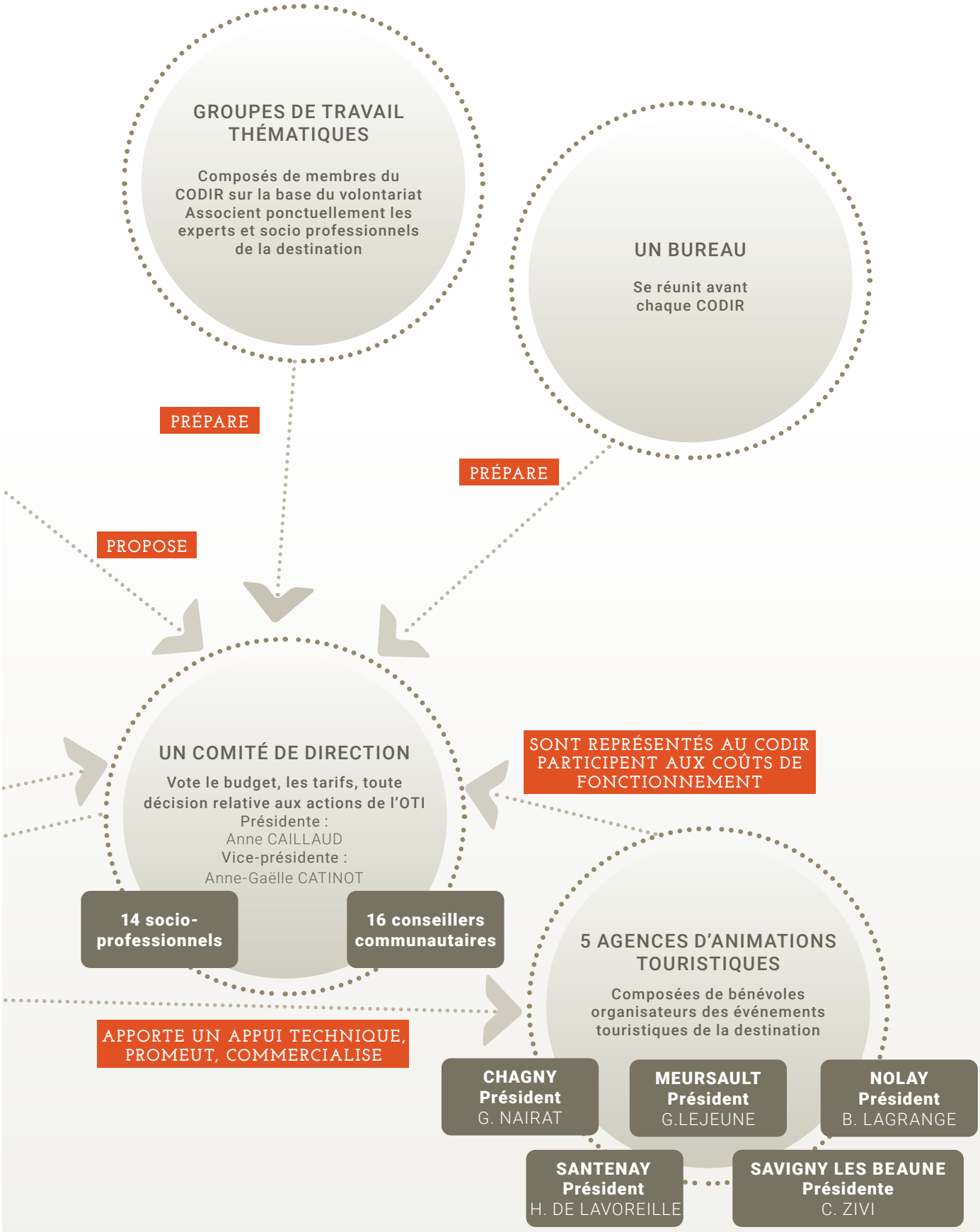
Nous sommes tous responsables du développement du tourisme dans le Beaunois : nous soutenons l'implication et la responsabilisation de chacun.

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 ponctuellement les experts et socio professionnels de la destination
UN BUREAU
Se réunit avant chaque CODIR
PRÉPARE
PRÉPARE
PROPOSE
UN COMITÉ DE DIRECTION
Vote le budget, les tarifs, toute décision relative aux actions de l'OTI
Présidente :
Anne CAILLAUD
Vice-présidente :
Anne-Gaëlle CATINOT
14 socio-professionnels
16 conseillers communautaires
SONT REPRÉSENTÉS AU CODIR
PARTICIPENT AUX COÛTS DE FONCTIONNEMENT
APPORTE UN APPUI TECHNIQUE, PROMEUT, COMMERCIALISE
5 AGENCES D'ANIMATIONS TOURISTIQUES
Composées de bénévoles organisateurs des événements touristiques de la destination
CHAGNY
Président
G. NAIRAT
MEURSAULT
Président
G.LEJEUNE
NOLAY
Président
B. LAGRANGE
SANTENAY
Président
H. DE LAVOREILLE
SAVIGNY LES BEAUNE
Présidente
C. ZIVI

PRÉSIDENCE

ANNE CAILLAUD
Présidente

ANNE-GAËLLE CATINOT
Vice Présidente

PÔLE DIRECTION

✆ 03 80 26 21 38
✉ p.guersen@beaune-tourisme.fr
PASCALE GUERSEN
Directrice

✆ 03 80 26 24 74
✉ assistante.direction@beaune-tourisme.fr
FRANÇOISE OUTHIER
Assistante de Direction - Référente Sécurité

✆ 03 80 26 24 73
✉ comptabilite@beaune-tourisme.fr
DELPHINE LAUQUIN
Assistante Comptable

PÔLE MARKETING & COMMUNICATION

✆ 03 80 26 21 35
✉ marketing@beaune-tourisme.fr
FRANÇOISE BIDOT
Responsable

✆ 03 80 26 21 34
✉ guides@beaune-tourisme.fr
BÉRANGÈRE CLARA
Groupes & Visites Guidées

✆ 03 80 26 24 76
✉ editions@beaune-tourisme.fr
EMMANUELLE DEFLANDRE
Gestion de la base de données - Editions

✆ 03 80 26 24 75
✉ webmanager@beaune-tourisme.fr
LISE MEUNIER
Webmarketing • Internet et réseaux sociaux

✆ 03 80 26 24 77
✉ ecom@beaune-tourisme.fr
LAURENCE DALLEREY
Éditions • Itinérances • Billetterie

✆ 03 80 26 21 31
✉ promotion@beaune-tourisme.fr
ANKE FATET
Promotion & Presse

PÔLE ACCUEIL ET TERRITOIRE

✆ 03 80 26 21 37
✉ accueil@beaune-tourisme.fr

SANDRINE SAGRANGE LAFLEUR
Responsable • Adjointe de Direction • Référente qualité

✆ 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

MAGALI CLEMENT
contacts-mc@beaune-tourisme.fr

ANNE-LAURE BONIN
contacts-alb@beaune-tourisme.fr

FANNY BOREL
contacts-fbo@beaune-tourisme.fr

FANNY HEINZLÉ
contacts-fh@beaune-tourisme.fr

DIMITRI CZARNECKI
contacts-dc@beaune-tourisme.fr

MARIE-LAURE FERRIER
contacts-mlf@beaune-tourisme.fr

BELMINDA LEROUX
contacts-bl@beaune-tourisme.fr

SÉVERINE POZET
contacts-sp@beaune-tourisme.fr

ADELINE VIEILLARD
contacts-av@beaune-tourisme.fr

Beaune Chagny Meursault Nolay Santenay Savigny

GLOSSAIRE

LES BONS MOTS DE NOS EXPERTS

ADT : Agence de Développement Touristique = Côte d'Or Tourisme.

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 Consummer) : 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 pays, marchés nouveaux (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.

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.

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 envoyer, regarder, commenter, évaluer et partager des vidéos.

ZONES DE COMPÉTENCES DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

COORDONNÉES
DES 7 ANTENNES

OFFICE DE Tourisme Cat. I & Beaune Pays Beaunois

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

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

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

SIÈGE
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** - Avril 2021
Création : **Agence signe des temps**
Crédit photo couverture : ©BeauneTourisme-Kaptura
Crédits illustrations : Freepik / Adobe Stock / 123RF
Impression : Inore Groupe

MEMBRE FONDATEUR | CLIMATS DU VIGNOBLE DE BOURGOGNE PATRIMOINE MONDIAL

Designed by Bourgogne