



GUIDE DU PARTENAIRE 2020



# QUI SOMMES NOUS ?

## Pourquoi la fusion des deux OT associatifs ?

C'est le fruit de la mise en application de la loi NOTRe qui légifère le regroupement des communautés de communes de moins de 15 000 habitants et attribue officiellement la compétence tourisme aux EPCI. Les collectivités ayant fusionnées, le champ d'intervention de l'office de tourisme s'élargit.

## Pourquoi l'EPIC ?

Créé le 1<sup>er</sup> avril 2018, l'établissement public à caractère commercial et industriel a plusieurs avantages :

- la taxe de séjour est ainsi entièrement reversée à l'office de tourisme, renforçant l'autonomie financière de la structure
- un comité de direction composé pour moitié d'élus et de socio-professionnels, confortant le travail partenarial et permettant une prise de décision rapide
- une gestion rigoureuse, accentuée par une comptabilité publique

## Qu'est-ce qui change pour les acteurs touristiques du territoire ?

L'EPIC est un opérateur de voyages. Il a vocation certes à accueillir les visiteurs, les conseiller, mais aussi à promouvoir et vendre la destination. L'office souhaite ainsi proposer plus de services pour un partenariat optimal avec les acteurs du territoire.

## Et pour les bénévoles ?

Rien ne change. Les bénévoles sont toujours les bienvenus. Certains intègrent même déjà des groupes projets de l'EPIC tandis que d'autres font appel à nos services dans le cadre de l'organisation d'événements.

## CHIFFRES CLÉS

55



communes sur le territoire

3



bureaux d'informations touristiques (BIT)



14556

visiteurs accueillis au comptoir

34%

de clientèle étrangère

37.3%

au BIT de Gevrey

32.56%

au BIT de Nuits

### TOP 5 PAYS D'ORIGINE

Allemagne | Belgique | USA | Royaume-Uni | Pays-Bas

### TOP 3 REGIONS D'ORIGINE

Bourgogne Franche-Comté | Ile de France | Auvergne Rhône-Alpes

Ouvert au public 311 jours en 2019



Jean-Marc BROCHOT  
président

Adeline JEUNOT  
directrice

Noémie COTTON  
chargée d' accueil

Accueil comptoir | Animations | Evènements

Annabelle DAGNIAUX  
chargée de communication

Accueil comptoir | Eductours, accueils et relations presse | Réseaux sociaux | Newsletter | Veille média et revue de presse

Valentin GIRARD  
chargé des partenariats

Accueil comptoir | Partenariats | Boutique Vitrines | Associations

Anne-Marie GRIVART  
responsable accueil et démarches de progrès

Accueil comptoir | Guide conférencière multilingue | Démarche Qualité | SADI | Greeters

Xavier MASSIP  
régisseur et chef de projet

Régie | Ecotourisme | CEnotourisme | Editions | Photothèque

Johanna THOMAS  
chargée de commercialisation

Accueil comptoir | Billetterie | Séjours packagés

## Dans le cadre de notre Convention d'Objectifs et de Moyens,

la Communauté de Communes de Gevrey-Chambertin Nuits-Saint-Georges apporte un appui technique au travers de certains de ses agents, notamment pour la comptabilité et les ressources humaines (contrats, fiches de paie) mais aussi ponctuellement sur le volet communication. Ces services supports feront l'objet d'une participation financière de l'EPIC vers la collectivité au titre des frais d'administration générale.

## CLIENT TYPE



J'ai plus de **60 ans** et je viens à **GEVREY-CHAMBERTIN** déguster.

J'ai plus de **60 ans** et je viens à **NUITS-SAINT-GEORGES** déguster.

## TOP 5 DES DEMANDES

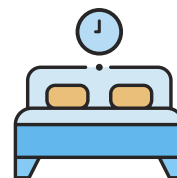


### GEVREY-CHAMBERTIN

Déguster	24%
Infos pratiques	22%
Visiter	19%
Acheter	10%
S'orienter	8%

### NUITS-SAINT-GEORGES

Déguster	23%
Visiter	22%
Infos pratiques	21%
S'orienter	11%
Manger	5%



## L'HÉBERGEMENT

### L'offre des établissements sur notre territoire

Meublés	52%
Chambres d'hôtes	32%
Hôtels	12%
Hébergements collectifs	3%
Campings	1%

### La capacité d'accueil par type d'hébergement

Hôtels	52%
Meublés	16%
Campings	15%
Chambres d'hôtes	13%
Hébergements collectifs	4%



## NOS MISSIONS NOS MÉTIERS

### 1. Accueillir, informer et conseiller

les visiteurs pour faciliter leur séjour et en étendre la durée sur notre territoire. Cela passe par une bonne connaissance de l'offre et la véracité des informations collectées tout au long de l'année. L'office de tourisme oriente ainsi tous les jours les consommateurs vers les sites pouvant répondre à leurs envies.

### 2. Coordonner le réseau des socio-professionnels

du territoire en fédérant les acteurs autour d'une identité de territoire, en accompagnant les professionnels qui en émettent le besoin pour améliorer leurs performances, en contribuant à qualifier l'offre, et en impliquant autant que possible les habitants.

### 3. Promouvoir et valoriser les attraits de notre destination

au travers d'actions de promotion ciblées tels salons, éductours, voyages de presse, mais aussi à travers différents outils tels l'édition de guides, cartes et plans touristiques, site Internet, Newsletter. En parallèle sont conçues et lancées des campagnes de communication à différentes échelles, en passant notamment par les réseaux-sociaux et autres supports partenaires bénéficiant d'une large visibilité. L'office de tourisme sera également attentif à la E-reputation du territoire.

### 4. Commercialiser la destination

en proposant des visites guidées pour valoriser le patrimoine et la culture du territoire, des séjours packagés clé en main, une boutique attractive aux couleurs des spécificités locales et un service de billetterie au comptoir et en ligne pour permettre un point de vente supplémentaire aux événements locaux.

### 5. Être acteur de l'animation locale

en s'associant aux événements locaux, participant à leur promotion, et en développant des offres parallèles en lien avec les attentes de la clientèle locale, française et étrangère. L'office de tourisme assure d'ailleurs un petit observatoire sur la fréquentation touristique qu'il souhaite développer.

### 6. Mettre en place les actions

nécessaires au déploiement du projet de développement touristique et amplifier les thématiques fortes que sont l'oénotourisme et l'éco-tourisme.

### 7. Représenter la destination dans les instances institutionnelles

et auprès de nos partenaires historiques et potentiels.



# NOS ENGAGEMENTS

ASSURER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL

TENDRE À L'EXHAUSTIVITÉ DE L'OFFRE SUR LE TERRITOIRE

VEILLER À LA VÉRACITÉ DES INFORMATIONS TOURISTIQUES

ÊTRE DISPONIBLE POUR NOS CLIENTS (ÉLUS, ACTEURS TOURISTIQUES, VIGNERONS, ARTISANS, COMMERCE, ASSOCIATIONS, HABITANTS, INSTITUTIONNELS, AUTRES PARTENAIRES ET TOURISTES)

FAIRE VALOIR NOTRE TERRITOIRE EN TANT QUE DESTINATION TOURISTIQUE

L'EPIC s'engage dans la démarche qualité.

Ce dispositif vise notamment à uniformiser les procédures de travail dans les deux sites et à conduire l'OT vers une plus grande efficacité pour un meilleur service.

## NOS PROJETS

6 groupes projets mis en place pour servir la stratégie de l'office de tourisme à laquelle sont conviés élus et socio-professionnels. Ces groupes projets sont éphémères et ont vocation à conduire une action spécifique. Tout au long de la vie de l'office, de nouveaux projets pourront ainsi apparaître tandis que d'autres disparaîtront une fois les objectifs atteints. Ces groupes sont ouverts à tous dès lors que vous possédez une expertise dans le domaine concerné, il convient juste de nous en faire la demande.

### Œnotourisme

**Objectifs** : redynamiser l'œnotourisme en l'ouvrant davantage au grand public et en facilitant l'accès à sa découverte grâce à des permanences d'ouverture définie et des outils de compréhension. Développer des projets avec les syndicats viticoles sur l'aménagement et la valorisation des caveaux.

### Écotourisme

**Objectifs** : développer l'itinérance au sens large en lien avec la collectivité, au travers d'une stratégie de développement des activités touristiques de pleine nature, et toute autre action favorisant le slow tourisme en partenariat avec d'autres territoires. Sensibiliser les acteurs et touristes.

### Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)

**Objectifs** : mesurer la performance des services apportés par l'office de tourisme et mettre en place de réels indicateurs pour connaître la clientèle touristique de notre territoire et ses intérêts, modes de consommation, de déplacements... afin de répondre au mieux à ses besoins. Rédiger le schéma d'accueil pour 2019.

### Communication

**Objectifs** : promouvoir la destination à travers nos différents supports : réseaux sociaux, site internet, éditions et nos actions (salons, workshop...).

### Commercialisation

**Objectifs** : définir les produits de l'office de tourisme tout en diversifiant son offre au travers de la billetterie, les séjours, les visites guidées, les ateliers, la boutique...et trouver le meilleur vecteur de commercialisation.

### Animations

**Objectifs** : trouver des moyens pour redynamiser les centres villes en lien avec les commerçants, les associations locales, les partenaires, et les manifestations déjà programmées. Pérenniser le Pur PicNIC. Tendre vers un calendrier commun des animations.



## LES OUTILS DE COMMUNICATION

**Carte touristique** éditée à 20 000 exemplaires  
Elle met en avant les établissements souhaitant accroître leur visibilité ainsi que les atouts phares de la destination.

**Carte des activités de pleine nature** (randonnée pédestre, VTT, équestre)

**Plan de ville** de Gevrey-Chambertin, plan de ville de Nuits-Saint-Georges et du territoire édités à 20 000 exemplaires

**Carte des activités viticoles** édités à 20 000 exemplaires

**Programme mensuel des animations** adressé à tous nos partenaires

**Réseaux Sociaux** : Facebook, Instagram et Twitter

**Salons** : représentation du territoire sur des opérations organisées par Atout-France/ Destination Bourgogne en partenariat avec les OT de Beaune, Dijon et les workshop du BFC Tourisme

**Participation active** aux opérations organisées par le BFC Tourisme, Côte-d'Or Tourisme, la CCI Côte-d'Or, les clubs hôteliers de Dijon et Beaune, la MASCOT et les OT voisins, et l'Association des Climats du vignoble de Bourgogne

**Newsletter** : elle est adressée tous les 2 mois aux partenaires de l'OT pour communiquer les actions de l'OT

**Eductour** : ouvert à tous nos partenaires d'octobre à mars (1 fois par mois)



## SERVICES GROUPES & BILLETTERIE

Service sur-mesure pour les groupes  
Des séjours pour tous les goûts

Faites-vous référencer dans nos offres packagées !



## NOS SERVICES



Création et commercialisation d'un passeport touristique

Billetterie événements et visites touristiques

Vente de tickets TER

Wifi territorial

Boutique

Visites guidées sur Gevrey-Chambertin et Nuits-Saint-Georges

Conciergerie

Ateliers de sensibilisation aux vins

Ventes de produits packagés

Expositions vitrines

Vente d'espaces publicitaires dans nos éditions

Espace boutique

# CAP 2020

**Accueil et gestion de l'information** toujours plus performants

**Déploiement de la stratégie de communication** de l'Office de Tourisme, refonte des éditions vidéo, reportages photos

**Optimisation de la visibilité des actions de l'OT et des prestataires** du territoire au travers de différents outils de communication

**Référencement web**

**Commercialisation des parcours de ville** : livrets adultes, carte enfants, trottinettes électriques

**Promotion et animation de la Halle Chambertin**, soutien au Comité d'Organisation de la St Vincent 2020

**Relations presse** (dossier de presse, communiqués, accueils presse)

**Ouverture aux opérateurs de voyages** pour une meilleure promotion et programmation de la destination

**Opérations spécifiques de promotion** (salons professionnels et grand public...)

**Renforcement des liens avec les OT de Dijon et Beaune** et de nos prestataires par une plus grande présence terrain

**Contribution à une politique d'animation** favorisant les événements sur le territoire et l'interaction entre les sites

**Mise en relation des porteurs de projet**

**Pérennisation du Pur Picnic**, événement oeno-gastronomique sur le territoire



GEVREY-CHAMBERTIN  
**TOURISME**  
NUITS-SAINT-GEORGES

*Une équipe, à votre service toute l'année*

**Bureaux d'information permanents**

1, rue Gaston Roupnel 21220 GEVREY-CHAMBERTIN

3, rue Sonoys 21700 NUITS-SAINT-GEORGES

Tél. +33 (0)3 80 62 11 17

[info@gevreynuitstourisme.com](mailto:info@gevreynuitstourisme.com)

[www.gevreynuitstourisme.com](http://www.gevreynuitstourisme.com)



CLIMATS DU  
VIGNOBLE DE  
BOURGOGNE  
PATRIMOINE MONDIAL

