



RI
ES
DU MOR
AN
OFFICE DE TOURISME

Rapport d'activités
2022



SOMMAIRE

1. La Qualité, un engagement permanent	1
2. L'Office de tourisme	2
3. Accueillir	3
4. Promouvoir	4
5. Animer	14
6. Développer	16
7. Bilan touristique 2022	18
8. Bilan financier 2022	26
9. Plan d'actions 2023	27



1. La Qualité, un engagement permanent

L'Office de Tourisme a été créé en 2017 lors de la fusion de quatre intercommunalités dans le cadre de la loi NOTRe. Forts d'une identité à construire et d'un mode d'organisation à réinventer, les élus ont souhaité que l'Office de Tourisme s'engage dans la démarche Qualité Tourisme en 2018.

Des outils et des méthodes de travail communs et adaptés au nouveau cadre de travail ont été inventés et réalisés, à l'échelle des 46 communes de la Communauté de communes Bazois Loire Morvan, avec en ligne de mire la satisfaction client et la professionnalisation de l'équipe.

L'Office de tourisme a obtenu la marque Qualité Tourisme en janvier 2019, renouvelée en août 2021 avec un résultat de 94,01%.



Les engagements Qualité visent la satisfaction de nos visiteurs et partenaires :

- les visiteurs / touristes avec l'harmonisation des procédures d'accueil et l'adaptation aux évolutions des demandes et la prise en compte de l'écoute client
- les élus avec la mise en place d'une Convention d'Objectifs et de Moyens, d'un plan de Croissance Tourisme pluriannuel, de plans d'action annuels pour développer l'attractivité du territoire
- les institutionnels avec la participation aux réflexions stratégiques et l'intégration des outils mis à disposition de l'Office de tourisme (gestion de l'information, actions de communication communes, etc.)
- les socio-professionnels en les associant à la définition de la stratégie touristique et aux opérations de promotion, en accompagnant les porteurs de projets et en les sensibilisant aux démarches qualité et de développement durable
- les habitants, en facilitant la découverte du territoire et ses animations, pour les amenant à être des ambassadeurs des Rives du Morvan
- l'équipe via l'implication de chacun dans la rédaction des fiches de procédure, le renforcement de la communication interne, la professionnalisation et la mise en place d'outils facilitateurs au quotidien.

Chiffres e-reputation OT

37 avis (internet, oral, papier) en 2022, dont :

17 avis Google : 4,4/5
2 avis Tripadvisor 4,5/5
2 avis page Facebook 4/5

Note globale de satisfaction client : 4,5 / 5

Bureaux d'information touristique	Nombre d'avis en 2021	Note en 2021	Nombre d'avis en 2022	Note en 2022
Saint-Honoré-les-Bains	7	4,6/5	12	4,9/5
Moulins-Engilbert	2	4,5/5	1	5/5
Luzy	0		1	5/5
Cercy-la-Tour	0		0	
Châtillon-en-Bazois	2	4,5/5	3	2,5/5

La note de 2.5/5 de Châtillon-en-Bazois s'explique par un mécontentement sur un manque d'information à propos des restaurants le long du Canal du Nivernais. Une note de 1 étoile a été attribuée ; la 2^{ème} note étant 4/5.

Suite aux actions correctives de l'audit mystère de 2021 concernant un manque d'avis Google / Tripadvisor, on constate une légère amélioration, notamment pour le bureau de Saint-Honoré-les-Bains.

2. L'Office de Tourisme

L'Office de tourisme est géré sous la forme d'une régie intercommunale dotée de la seule autonomie financière, chargée d'assurer le développement touristique de la Communauté de communes Bazois Loire Morvan.

Il exerce les missions suivantes :

- L'accueil et l'information des touristes
- La promotion de l'ensemble de l'offre touristique du territoire intercommunal, en coordination avec Nièvre Attractive et Bourgogne Franche-Comté Tourisme
- La coordination des acteurs locaux du tourisme, publics, privés et associatifs
- La conception et l'organisation de manifestations et animations locales ayant pour finalité le développement touristique du territoire
- Il est consulté sur les projets d'équipements collectifs touristiques.

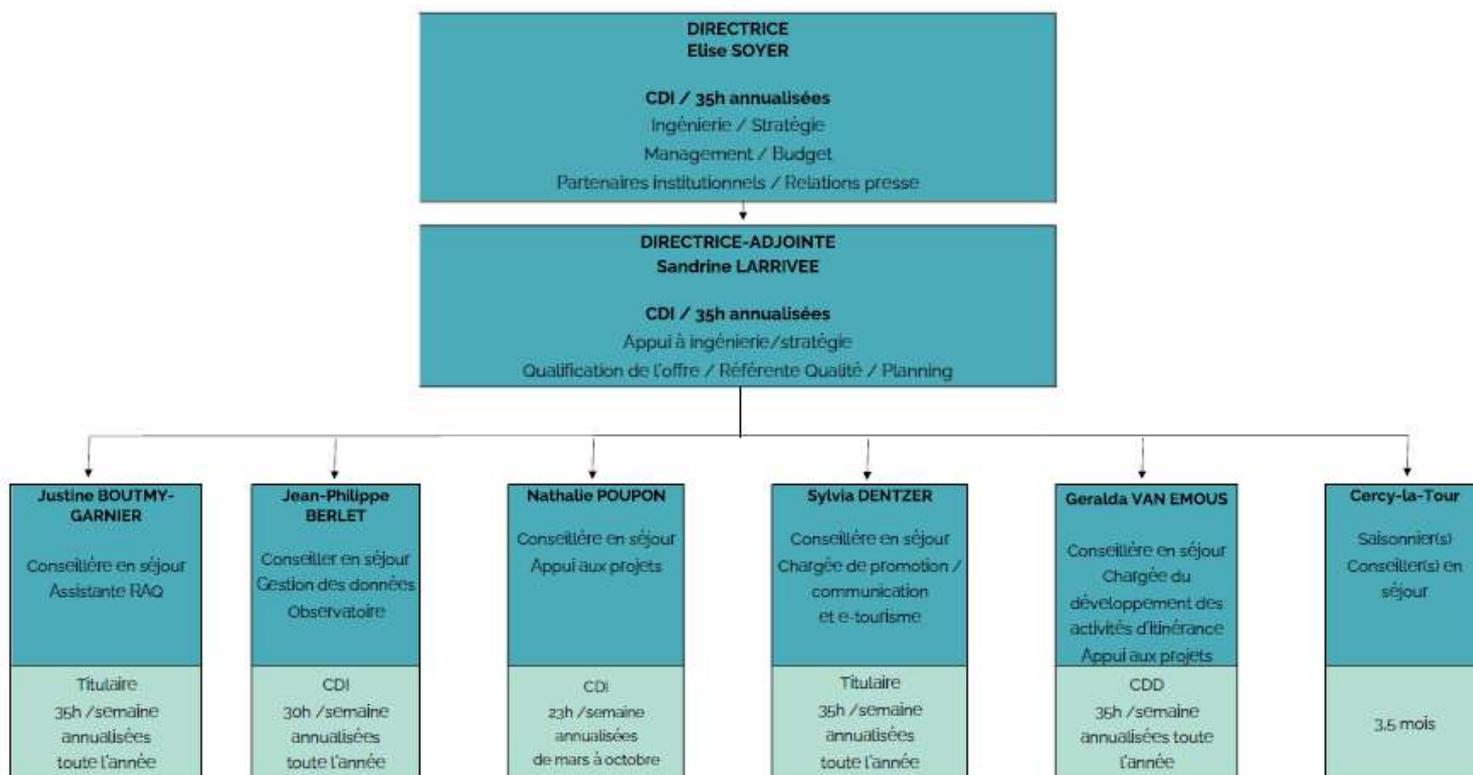
L'Office de tourisme est adhérent à la MASCOT (Mission d'Accompagnement, de Soutien et de Conseil aux Offices de Tourisme) et à Office de Tourisme de France.

3. Accueillir

L'accueil est assuré à l'année dans les bureaux de Saint-Honoré-les-Bains et de Moulins-Engilbert et en saison à Luzy, Châtillon-en-Bazois et Cercy-la-Tour.



L'équipe est composée de sept agents permanents et d'un saisonnier, représentant 6,4 ETP (Equivalent Temps Plein).



L'accueil s'entend sous différentes formes : accueil physique, accueil téléphonique, accueil numérique (via le tchat en ligne et les courriels). Les règles qui régissent l'accueil s'appliquent à toutes ces formes.

Du point de vue humain, l'objectif est de favoriser l'empathie et l'envie de revenir ; du point de vue technique, le visiteur doit repartir avec les bonnes informations, adaptées à son profil.

Des procédures communes sont établies dans la cadre de la démarche Qualité ; elles instaurent notamment un délai maximum de réponse, la prise en compte et le traitement des réclamations.

4. Promouvoir

Identité marketing Rives du Morvan

La promotion de la destination est une mission centrale de l'Office de Tourisme.

En 2022, l'étude sur l'identité marketing a été finalisée. Elle a été menée pour déployer le positionnement stratégique et différenciant adopté par le territoire.

Le 22 mars 2022, l'Office de tourisme a lancé officiellement sa **nouvelle identité touristique** en présence des prestataires de tourisme, institutionnels et élus.

La nouvelle appellation « Rives du Morvan » et la signature « La Bourgogne des eaux douces » valorisent l'une des ressources qui fait la singularité du territoire : l'eau.

En effet, les eaux du Morvan, de la Loire, du Canal du Nivernais et de la Station thermale de Saint-Honoré-les-Bains représentent une diversité sans égale.



**RIVES
DU MORVAN**
La Bourgogne des eaux douces

Le symbole graphique des 2 V, dans des tonalités différentes, évoque l'eau qui serpente, qui tire vers le haut, la vitalité. Le V de Morvan marque les contours d'un mont. Ces symboles dynamiques évoquent aussi le mouvement, le cheminement d'un sentier de randonnée et l'itinérance douce qui est l'un des axes de développement du territoire.

Cette nouvelle identité est déclinée dans les éditions 2022 de l'Office de tourisme, avec la réalisation du 1^{er} numéro du magazine Rives du Morvan, ainsi que sur le site internet www.rivesdumorvan.fr et la page Facebook Office de tourisme Rives du Morvan.

En parallèle, l'Office de tourisme a travaillé sur une **bible de contenus**, document-repère à usage interne qui a vocation à traduire le positionnement et les piliers d'image de la destination Rives du Morvan en se basant sur les techniques du storytelling.

Ces contenus ont été complétés par des **reportages photos** portant sur différentes thématiques, afin de disposer de visuels qualitatifs pour illustrer les nouveaux supports de communication.

Éditions

Les supports de communication ont été renouvelés et mis à jour :

- Un magazine de destination présente les pépites d'expériences à vivre et les 5 incontournables du territoire, édité à 6000 ex
- Une carte touristique Rives du Morvan reprend l'exhaustivité de l'offre de loisirs, patrimoine et circuits thématiques, édité à 2000 ex
- Un guide des producteurs et artisans, édité à 4000 ex
- Un guide des hébergements, édité à 2000 ex
- Le programme mensuel des animations, disponible en version papier dans les bureaux d'informations et envoyé par newsletter à un fichier de 650 destinataires.





Le site Internet est la vitrine du territoire et des professionnels du tourisme. Une partie des informations du site est alimentée via la base de données Décibelles Data. Les professionnels mettent à jour leur fiche depuis leur espace V.I.T.

En 2022 une attention particulière a été portée sur l'adaptation du site à la nouvelle charte graphique Rives du Morvan, à la visibilité du site Internet et son référencement naturel (SEO).

Afin d'améliorer le référencement des villes, des manifestations à voir et d'en faciliter le repérage géographique, la rubrique « Agenda » a été enrichie de 5 nouveaux critères de choix correspondant aux 5 villes (et environs) accueillant les Bureaux d'information touristique.

Pareillement, 5 nouvelles pages ont été créées en page d'accueil : celles de Cercy-la-Tour, Châtillon-en-Bazois, Luzy, Moulins-Engilbert et Saint-Honoré-les-Bains.

Au cœur de vos destinations

À découvrir

MENU



Le site est traduit en 2 langues : Anglais et Néerlandais.

Audience et performance

Indices	2020	2022
Nombre total de visites	18719	28886
Nombre total de visiteurs uniques	15736	23567
Nombre moyen de visiteurs connus	315	563
Nombre total de pages vues	48497	80210
Nombre total de pages vues uniques	35686	59407
Nombre moyen de pages vues par visite	2,85	3
Taux moyens de rebond en %	60	58
Nombre moyens d'actions par visite	2,85	3.29
Durée moyenne par visites et mnss	2,11	2.40

Les principaux indicateurs sont en augmentation et témoignent d'une forte augmentation de la fréquentation du site. Le nombre total de visites a augmenté de 54% et le nombre de visiteurs uniques représente 82% du nombre total de visites.

Le nombre total de pages vues et le nombre moyen de pages vues uniques ont augmenté respectivement de 65% et 64%. Ces deux indicateurs permettent d'évaluer l'intérêt que l'internaute a pour le contenu de notre site : plus il visite des pages, plus il est intéressé et sera susceptible de revenir.

En revanche, le taux de rebond lié au nombre moyen de page vues par visite signifie que la majorité des visiteurs du site ne consultent que peu de pages puis s'en vont.

Types d'acquisition / fidélisation

Indices	2020	2022
Nbre moyen de visiteur connu (Engagement)	315	563
Taux moyen de visiteurs connus en %	21	23
Taux moyen trafic en accès direct en %	19	20
Taux moyen trafic via moteurs de recherche	73	71
Taux moyen trafic via sites référents en %	5	5
Taux moyen trafic via réseaux sociaux en %	2,91	3,08

La visibilité du site internet et son référencement naturel sont stables, en revanche le trafic généré par les réseaux sociaux est en augmentation. Néanmoins, la campagne « L'automne c'est en Bourgogne » de 2022 n'a pas généré plus de trafic en septembre et octobre car elle orientait l'internaute sur le site de la région BFC.

La fidélisation augmente avec un nombre de visiteurs connus en progression (+79%), en particulier durant la saison estivale.

Conversion

Indices	2020	2022
Nombre total de conversion	57	114
Taux moyen de conversion en %	0,30	0.41

Le taux de conversion correspond au nombre de contact acquis via le « formulaire de contact », « Abonnement à la newsletter » et « Partagez votre séjour ». 114 contacts ont été enregistrés en 2022, essentiellement pour des demandes d'informations touristiques.

Origine géographique

Pays	2020	2022
France	18930	24208
Pays Bas	1640	2668
Allemagne	125	214
Belgique	471	313
Reste du Monde	1343	1718

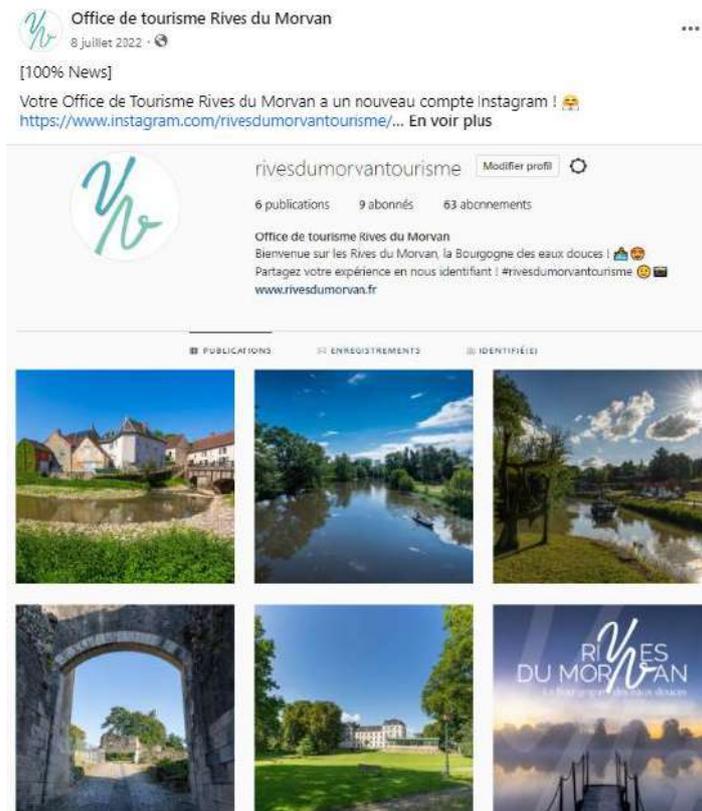
Les internautes restent majoritairement français, néerlandais, belges et allemands.

Réseaux sociaux

La page Facebook de l'Office de tourisme poursuit sa progression en nombre de fans et d'abonnés mais en contrepartie, le taux d'interaction a diminué. En effet, les publications ne sont plus centrées sur les manifestations fortement relayées par les ambassadeurs du territoire, mais sur la destination Rives du Morvan (paysages, activités, prestataires...)

Indices	2020	2022
Nombre de fans	3209	3549
Nombre d'abonnés	3500	3962
Nombre moyen de nouveau « j'aime »	84	17
Nombre moyen de « j'aime plus »	6	6
Nombre moyen de pers engagées / jour	51	43
Nombre moyen de personnes atteintes	782	851

Aussi, en juillet 2022 l'Office de tourisme Rives du Morvan a créé son compte Instagram : rivesdumorvantourisme. L'objectif étant de toucher un potentiel de clientèle jeune (+18 à 45 ans) et de faire "rêver" les utilisateurs avec du contenu de qualité qui respecte les critères de "beauté" d'Instagram (Cf. Ligne Editoriale).



Le compte doit encore gagner en followers pour faire connaître la marque de destination :

- 197 au 31 décembre 2022, suite à 56 publications.
- 78 #rivesdumorvan
- 49 #rivesdumorvantourisme

Campagne « l'Appel de l'Automne »

Du 14/09 au 27/10/22, l'Office de tourisme Rives du Morvan a renouvelé sa participation à la campagne « L'Automne en Bourgogne » portée par le Comité Régional du Tourisme Bourgogne Franche-Comté et Nièvre Attractive. Afin de relayer cette campagne nationale presse et digitale, l'Office de tourisme a :

- Qualifié ses offres « Automne » dans Décibelles Data pour réalisation d'un document pdf digital à télécharger sur son site internet
- Publié sur ses pages Facebook et Instagram des posts communs & co-élaborées
- Adapté son site internet aux couleurs de la campagne (Bandeau d'accueil et rubrique « Inspirez-vous »).



Avec une moyenne de 7 posts par mois mettant en avant prestataires et sites incontournables du territoire à cette saison, le taux d'engagement moyen a atteint 11 % (contre 5.90% en 2020) et une portée moyenne de plus de mille personnes, tous réseaux sociaux confondus.

Sujet	Réseau / format	PERSONNES ATTEINTES	LIKES / RÉACTIONS	COMMENTAIRES	ENREGISTREMENTS / PARTAGES	CLICS SUR UN LIEN	TAUX D'INTERACTION
Changement de cover	Facebook	560	14	3	2	0	0
	Instagram photo	68	11	0	0	0	0
Annonce	Facebook - crosspostage	1	1	0	0	0	100%
Générique Automne RDM	Facebook - Photos + lien RDM	1392	53	2	11	5	5%
	Instagram - photos	94	21	0	0	0	0
Activité Véloraïl	Facebook - Photos	998	35	5	6	0	5%
	Instagram - Photos	72	24	1	0	0	0
Activité rando	Facebook - Photos	811	30	0	7	0	5%
	Instagram - Photos	126	30	3	0	0	0
Automne en BFC	Facebook - Lien BFC	367	13	0	2	4	5%
Annonce Gastronomie	Facebook - Photo + lien BFC	1138	29	6	4	6	4%
	Instagram - Photos	74	18	0	0	0	0
Automne Loire Bourgogne	Facebook - Photos	1573	76	2	17	0	6%
	Instagram - Photos	10	3	0	0	0	0
Hébergement Automne	Facebook - Photo + lien BFC	866	26	0	4	5	4%
	Instagram - Photo	85	18	1	0	0	0
Activité vélo	Facebook - photos	895	40	1	12	2	6%
	Instagram - Photos	56	15	0	0	0	0
Couleurs d'Automne	Facebook - Photos	733	17	0	4	0	3%
	Instagram - Photos	99	24	1	0	0	0
Automne aux Thermes	Facebook - Photos	2851	58	3	10	0	2%
	Instagram - Photos	110	27	1	0	0	0
Automne Gastronomie 2	Facebook - Photos	1103	25	1	8	6	4%
	Instagram - Photos	69	16	0	0	0	0
Et vous ?	Facebook - Photos	418	40	1	3	0	11%
	Instagram - Photos	69	19	0	0	0	0

Office de tourisme Rives du Morvan est à Alluy.
27 septembre 2022

L'APPEL DE L'AUTOMNE

Savourer les cépes, stars incontestées de nos sous-bois, tantôt croustillants, grillés ou crus avec une émulsion de persil... À quelques encablures du Canal du Nivernais, délicatesse et créativité sauront vous faire apprécier cet automne en Bourgogne

<https://www.bourgogne-tourisme.com/restaurants.../la-grangee>

BFC... En voir plus



Office de tourisme Rives du Morvan
14 octobre 2022

L'APPEL DE L'AUTOMNE

Prolonger les bienfaits de l'été avec une cure thermique, se détendre à Saint-Honoré-les-Bains en plein cœur du Morvan et prendre le temps de respirer un bon bol d'air pur... Le tourbillon de la rentrée n'est plus qu'un lointain souvenir cet automne en Bourgogne

Thermes de Saint-Honoré-les-Bains

Antoine Demaillet et Maureen Claus

#L'automneestlaBourgogne #rivesdumorvantourisme #chainethemaledusoleil

#sainthonorelesbains

Nivèze Tourisme En Bourgogne-Franche-Comté Chaîne Thermale du Soleil Mairie de Saint-Honoré-les-Bains



Campagne de communication en partenariat avec Nièvre Attractive

Nièvre Attractive définit un plan d'actions collaboratives afin de promouvoir les bassins Loire, Canal du Nivernais et Morvan. Ces actions de promotion, que l'OT Rives du Morvan ne pourrait financer seul, sont menées en partenariat avec les Offices de tourisme du département.

- Au titre de la Loire :

- o Réalisation de campagne online sur la Cible vélo
- o Réédition d'une campagne RS avec My Loire Valley
- o Accueil d'influenceur(s) et la mise en place de voyages presse
- o Réalisation de reportage(s) et/ou insertion(s) presse

- Au titre du canal du Nivernais :

- o La mise à jour de la carte touristique canal du Nivernais (création et mise à jour),
- o La mise en place de campagne online en lien avec le nouveau site internet www.canal-dunivernais.com
- o La participation à la rédaction des contenus du nouveau site du canal du Nivernais
- o L'accueil d'influenceur(s) et la mise en place de voyages presse
- o La réalisation de page(s) de publicité dans un ou plusieurs magazines

- Au titre du Morvan :

- o Mise en avant des Cibles Gravel et Micro-aventure / Sport-Loisirs
- o La réalisation d'une campagne avec Outdooractive (<https://www.outdooractive.com/fr/>)
- o L'accueil d'influenceur(s) et la mise en place de voyages presse
- o Des campagnes sur RS Nièvre et en Google Ads
- o La réalisation d'insertion(s) presse

Campagne de communication en partenariat avec Bourgogne Franche-Comté Tourisme

Collectifs Bourgogne et Itinérance

L'Office de tourisme adhère aux « Collectifs » (groupes de travail de BFC Tourisme) Bourgogne et Itinérance (promotion des grands itinéraires d'intérêt régionaux) avec les OT du Morvan et le Parc Naturel Régional du Morvan.

Cette adhésion ouvre droit à la participation à un plan de communication qui touche les domaines du web, de la communication on-line et off-line, de l'événementiel et des relations presse.

Ce partenariat a notamment donné lieu en 2022 à la réalisation d'une vidéo de la collection « 24h à » dont le principe est de filmer une famille en situation sur une période donnée. La vidéo a été réalisée sur la commune de Poil avec le programme

suisant : balade avec les ânes de Vincent et panorama sur le Mont Beuvray, repas à base de produits du terroir à l'Auberge de Poil au cœur d'un village du Morvan, activité famille en canoë sur l'Arroux, séjour et petit-déjeuner au château d'Ettevaux.

Campagne de communication Morvan Sports Nature avec le PNR Morvan

Le Parc du Morvan, destination d'écotourisme et d'itinérance, a engagé un programme de communication et de promotion des sports nature dans le Morvan. Plusieurs outils ont été créés ; les OT du périmètre Morvan ont participé au lancement et au déploiement d'une campagne de communication coordonnée au printemps 2022.

Office de tourisme Rives du Morvan
17 mai 2022 · 🌐

[#morvansportsetnature]

Ici, nous plongeons au cœur d'une nature préservée... La liberté à votre portée !
#morvansportsetnature
<https://morvansportsnature.fr>

Parc Naturel Régional du Morvan · Office de Tourisme des Terres d'Auxois · Office de Tourisme Saulieu Morvan · Office de Tourisme Pays Amay-Liemais Le Grand Autunois Morvan @Tourisme - Morvan Sommets & Grands Lacs · Office de Tourisme Tannay - Brinon - Corbigny · Destination Grand Vezelay

Office de tourisme Rives du Morvan
24 mars 2022 · 🌐

[#morvansportsetnature]

Sur les Rives du Morvan, emprunter ses petites routes à vélo et faire une pause pique-nique avec des produits 100% terroir 🍷🍷
#morvansportsetnature #saulieumorvan #parcnaturelregionaldumorvan #paysamayliemais #terresdauois #tourismemorvansommetssetgrandslacs #officedetourismegrandautunoismorvan #destinationgrandvezelay

Office de tourisme Rives du Morvan
13 avril 2022 · 🌐

[#morvansportsetnature]

Randonner avec vue sur le Mont Beuvray en suivant la rivière la Roche 🍷🍷
#parcnaturelregionaldumorvan #tourismemorvansommetssetgrandslacs #destinationgrandvezelay #officedetourismegrandautunoismorvan #terresdauois #saulieumorvan #paysamayliemais

ICI ON LAISSE la nature opérer...
LA LIBERTÉ à votre portée!

Autres supports

- Magazine Les Accros du Peignoir, dans le cadre de La Route des Villes d'Eaux du Massif Central, édité à 30000 ex. L'association valorise une centaine de partenaires qui animent les 17 villes thermales membres. Le concept des Accros du Peignoir vise à dynamiser l'image des stations thermales du Massif central, en renouvelant le ton et les codes de la communication.
- Va et Vient, magazine touristique de la région Bourgogne Franche-Comté, diffusé dans les 150 Offices de tourisme de la région et en téléchargement sur vaetvientmagazine.net
- Mamie Pétille, bimestriel diffusé à 10000 exemplaires en Bourgogne.

5. Animer

La politique d'animation de l'Office de tourisme a pour objectifs de :

- Donner une image dynamique du territoire tout en valorisant les ressources humaines et patrimoniales locales
- Développer et étoffer le programme d'activités
- Animer le territoire durant la saison thermale, d'avril à octobre. Durant cette période, des sorties sont organisées les après-midi, du lundi au vendredi, et un dimanche sur deux pendant 3 mois.

Les thèmes des sorties sont variés : balade nature avec un guide, visite historique de bourg ou d'ouvrages d'art, lecture de paysage, visite chez des producteurs locaux. Ces sorties sur inscription sont ouvertes à tous.

Pour la 2^{ème} année consécutive en 2022, un guide conférencier est embauché durant 3 mois pour concevoir et guider des visites sur l'ensemble du territoire Rives du Morvan.

Pots des curistes



L'office participe aussi à l'organisation des pots d'accueil conjointement avec la Municipalité et l'établissement Thermal.

À raison d'un pot d'accueil toutes les trois semaines, ces moments de convivialité allient les informations touristiques de l'Office de Tourisme avec un marché de producteurs et une animation musicale.

FANTASTIC PICNIC, 11 septembre

Cet événement convivial est coordonné par BFC Tourisme. L'objectif est de proposer un événement durable dédié à la fois au tourisme et à la gastronomie.

Il est organisé tous les ans dans une commune différente, dans un lieu original qui fait la part belle au patrimoine et à l'histoire locale. Le repas est constitué de produits locaux.

Le Fantastic PicNic à Montapas a réuni 120 personnes à l'étang de la Chênaie.



6. Développer

Porteurs de projets

L'Office de tourisme reçoit et accompagne les porteurs de projet pour les aider à définir les contours de leur projet, les informer sur les obligations réglementaires, les orienter vers les financements mobilisables.

En 2022, six porteurs ont été rencontrés, notamment pour des projets de création d'hébergement touristique.

La CC BLM a apporté une subvention aux projets suivants :

- Aménagement du gîte communal de Montambert
- Création d'un meublé de tourisme à Préporché
- Réalisation d'aménagements au camping La Gagère à Luzu

En 2022, l'Office de tourisme a voté un dispositif de financement pour favoriser l'aménagement de circuits communaux présentant un intérêt touristique, naturel, paysager ou patrimonial. Deux circuits ont été aidés :

- Le sentier de La p'tite Maison à Saint Seine
- Le sentier de la source des Vreilles à Cercy-la-Tour

Classement / labellisation

L'Office de tourisme sensibilise les prestataires à la satisfaction client et la prise en compte de leurs attentes ; le classement et la labellisation sont une reconnaissance de cet engagement.

L'Office de tourisme mène chaque année une campagne de classement collectif. L'objectif est de rappeler les avantages du classement pour le propriétaire d'hébergement et d'obtenir des coûts plus intéressants.

En 2022, l'Office de tourisme a obtenu le label Accueil Vélo pour ses bureaux touristiques de Cercy-la-Tour et de Châtillon-en-Bazois situés sur le Canal du Nivernais. Les critères du référentiel sont remplis ; ces bureaux sont dotés notamment de stationnement pour les vélos, d'un kit de réparation et affichent les coordonnées des loueurs et réparateurs à proximité, sans oublier des suggestions d'itinéraires cyclables.



Signalétique directionnelle



Dans le cadre de l'audit de la marque Qualité Tourisme en 2021, un manque de pré-signalisation a été signalé. Il s'agit du fléchage pour arriver de façon efficace dans les différents bureaux d'accueil. Ainsi en 2022, des lames sur le mobilier communal et des flèches directionnelles ont été installées dans les bourgs.

Liaisons et boucles cyclo touristiques entre le Canal du Nivernais et la Loire et le territoire Bazois Loire Morvan

En prévision du lancement de l'étude en 2023, l'Office de tourisme a rédigé le cahier des charges et lancé la consultation pour sélectionner le cabinet qui mènera l'étude sur la réalisation de boucles cyclo touristiques.

Le constat :

- les grands itinéraires touristiques suivent un axe nord-sud au sein des 3 bassins touristiques (Loire, Canal et Morvan) mais il n'existe pas d'axe transversal permettant de créer du lien entre ces bassins,
- il y a une carence d'itinéraires secondaires qualitatifs à partir de ces grands axes pour assurer des liaisons douces vers les pôles de service et les sites d'intérêt touristique.

L'étude doit répondre aux objectifs suivants :

- Définir un réseau d'itinéraires à forte valeur touristique à partir des grands itinéraires et des pôles stratégiques de service et de loisirs, répondant au statut de véloroute,
- Développer l'offre vélo pour les touristes en séjour, notamment les curistes vers le Canal et la Loire,
- Développer des liaisons stratégiques entre les 3 bassins Loire, Canal du Nivernais et Morvan à partir des grands itinéraires,
- Faire rayonner les flux des grands itinéraires vers le reste du territoire pour accroître les retombées économiques,
- Faciliter la mobilité quotidienne entre les centres bourgs et les sites touristiques / de loisirs de proximité,
- Développer la pratique du vélo chez les habitants en la rendant plus accessible,

Le cabinet Traces TPI a été retenu pour mener cette étude dont les conclusions seront rendues en 2023.

La randonnée pédestre

Les circuits de randonnée figurent dans le Top 3 des demandes dans les bureaux d'information. L'OT a édité des rando fiches téléchargeables sur www.rivesdumorvan.fr

Au total, ce sont 20 circuits qui sont promus, parmi lesquels 8 figurent dans les topoguides La Nièvre à pied et Le Morvan à pied.

Les 12 circuits intercommunaux ont leurs chemins entretenus par les communes et leur balisage financé par l'Office de tourisme. Le balisage est remis à niveau tous les 2 ans, soit la moitié des circuits qui est revue tous les ans.

En 2022, le balisage a été mis à jour pour les 6 circuits suivants :

- Circuit de l'étang de Chèvres à Vandenesse
- Circuit des Châteaux à Poil
- Entre étang et forêt de Vincence à Tintury
- Légende de la Pierre aiguë à Villapourçon
- Les Vallons du Morvan à Rémillly et Lanty
- Mont-et-Marré au fil de l'eau

7. Bilan touristique 2022

Nièvre

5,1

millions de nuitées

+46%

fréquentation étrangère

La Nièvre a enregistré **5,1 millions de nuitées extrarégionales**, un chiffre en hausse de **+17% par rapport à 2021** mais qui reste encore inférieur de **-2%*** à la fréquentation observée en 2019; auxquelles on peut ajouter **428 000 nuitées intrarégionales** (réalisées par des touristes résidant dans un département de Bourgogne-Franche-Comté)

La fréquentation étrangère progresse de **+46% par rapport à 2021**, une forte reprise qui ne permet pas encore de retrouver le niveau de 2019 : **-8%*** de nuitées enregistrées en 2022 par rapport à 2019. Les **clientèles étrangères** ont représenté **31% de la fréquentation touristique de la Nièvre** pour un volume de **1,7 millions de nuitées**

+6,5%

fréquentation française

42%

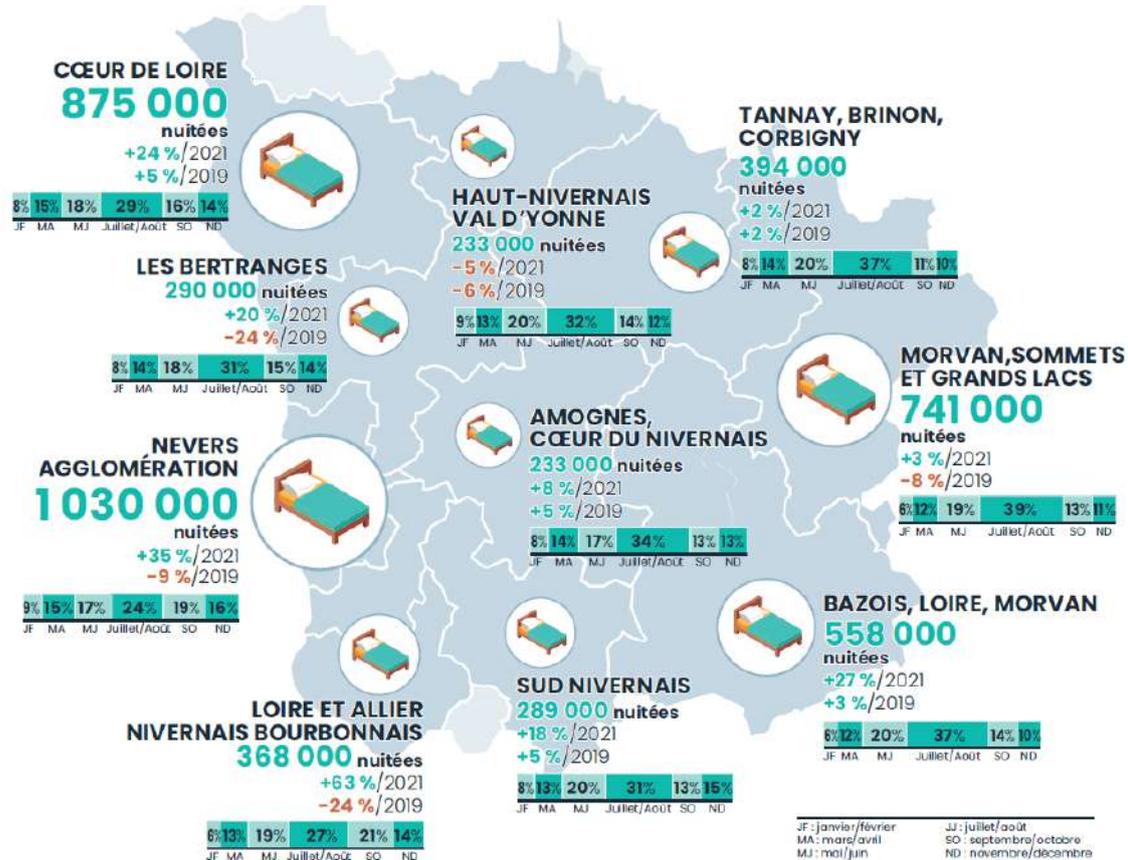
nuitées françaises

La fréquentation française progresse de **+6,5% par rapport à 2021**, elle reste encore légèrement en retrait de **-1%*** par rapport à 2019. Les **clientèles hexagonales** représentent **69% de la fréquentation touristique de la Nièvre** avec **3,8 millions de nuitées enregistrées en 2022**

En 2022, **42 % des nuitées françaises** dans la Nièvre ont été consommées par les Franciliens : **1,4 millions de nuitées**, soit **+1 %** par rapport à 2021

Source : Flux Vision - Orange Business / traitement Nièvre Attractive

Le dispositif Flux Vision permet de disposer d'indicateurs de mesure de la fréquentation touristique globale - marchand et non marchand - et de la mobilité des personnes sur les territoires (arrivées, nuitées, excursions).



Les Chiffres essentiels 2022

558 000
nuitées touristiques
extra-régionales

+27 % par rapport à
2021
+3% par rapport à
2019 *

*comparaison à partir du 16/01 > 31/12

dont **205 000**
nuitées touristiques
extra-régionales
En juillet/août

+16 % par rapport à
l'été 2021
-3 % par rapport à **l'été**
2019

55% FR
45% ETR
nuitées touristiques
extra-régionales

Paris = 9 %
nuitées touristiques
extra-régionales FR

Pays-Bas = 60 %
nuitées touristiques
extra-régionales ETR

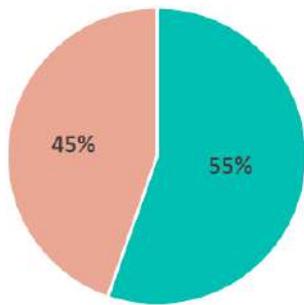
41 000
nuitées touristiques
intra-régionales



Source : Flux Vision Tourisme, fréquentation touristique globale - marchand et non marchand

Origine géographique des nuitées touristiques 2022

nuitées touristiques extra-régionales (hors nuitées Bourgogne-Franche-Comté)



■ Français ■ Etrangers

Evolution nuitées FR / ETR

• Par rapport à 2021 :

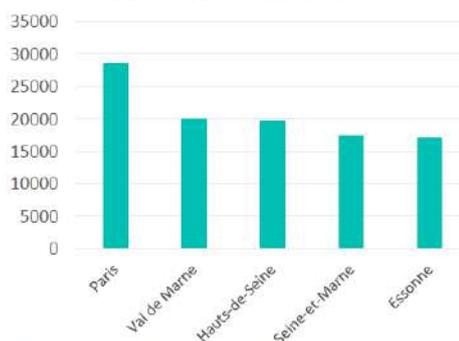
FR : +12 %
ETR : +51 %

• Par rapport à 2019 * :

FR : -2 %
ETR : +8 %

*comparaison à partir du 16/01 > 31/10

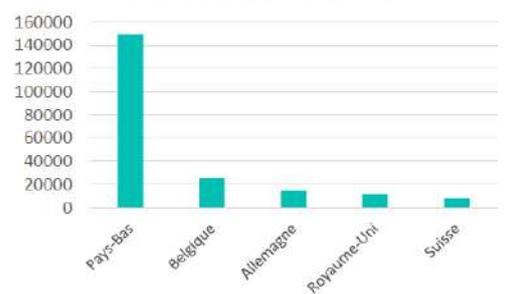
Top 5 Départements FR



Parts de marché nuitées FR :

Paris > 9 %
Val de Marne > 6,5 %
Hauts-de-Seine > 6 %
Seine-et-Marne > 6 %
Essonne > 5,5 %

Top 5 Nationalités ETR



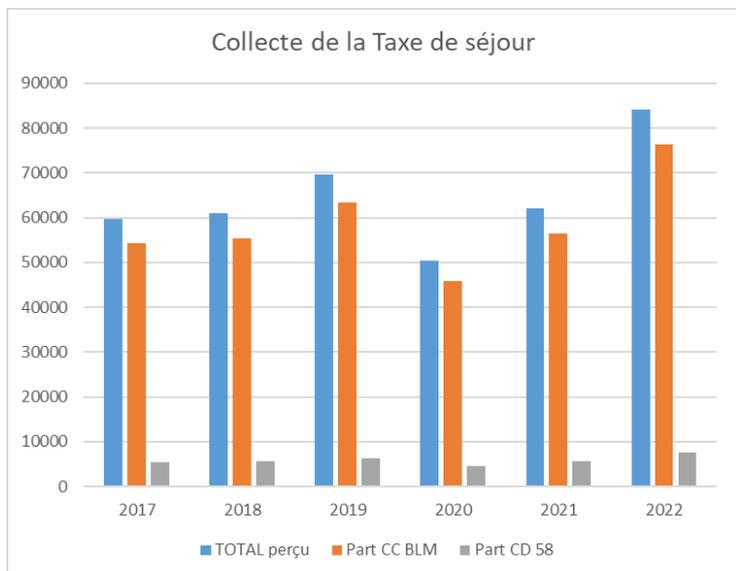
Parts de marché nuitées ETR :

Pays-Bas > 60 %
Belgique > 10 %
Allemagne > 6 %
Royaume-Uni > 5 %
Suisse > 3 %



127 283 nuitées marchandes* en 2022

*Source : Analyse.taxesejour.fr



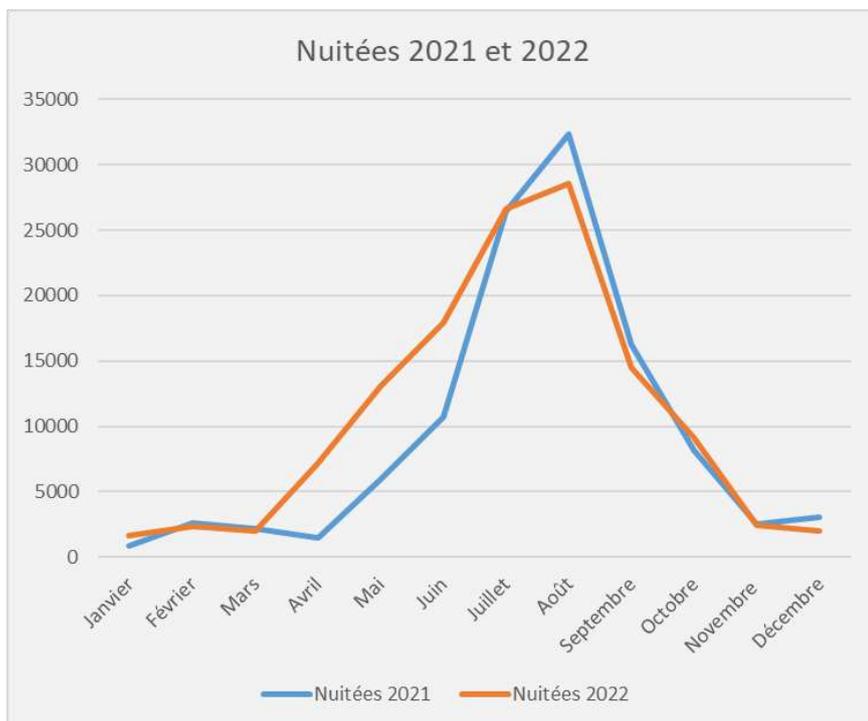
Augmentation de 13% de taxe de séjour collectée entre 2021 et 2022.

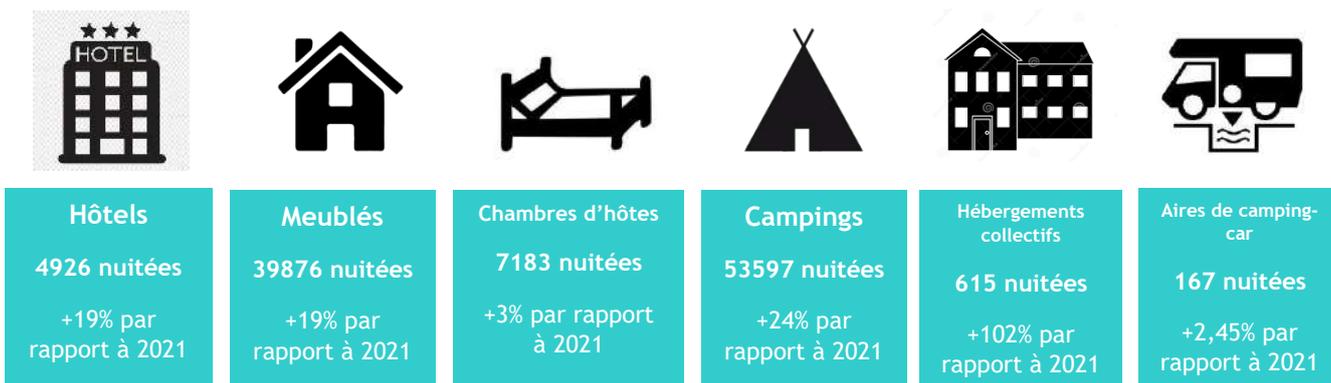
Le montant dépasse le niveau de 2019 ; il s'élève à 84089,71€ en 2022.

Une part de 10% est versée au Conseil départemental au titre de la taxe additionnelle.

La taxe de séjour est versée au budget de l'Office de tourisme.

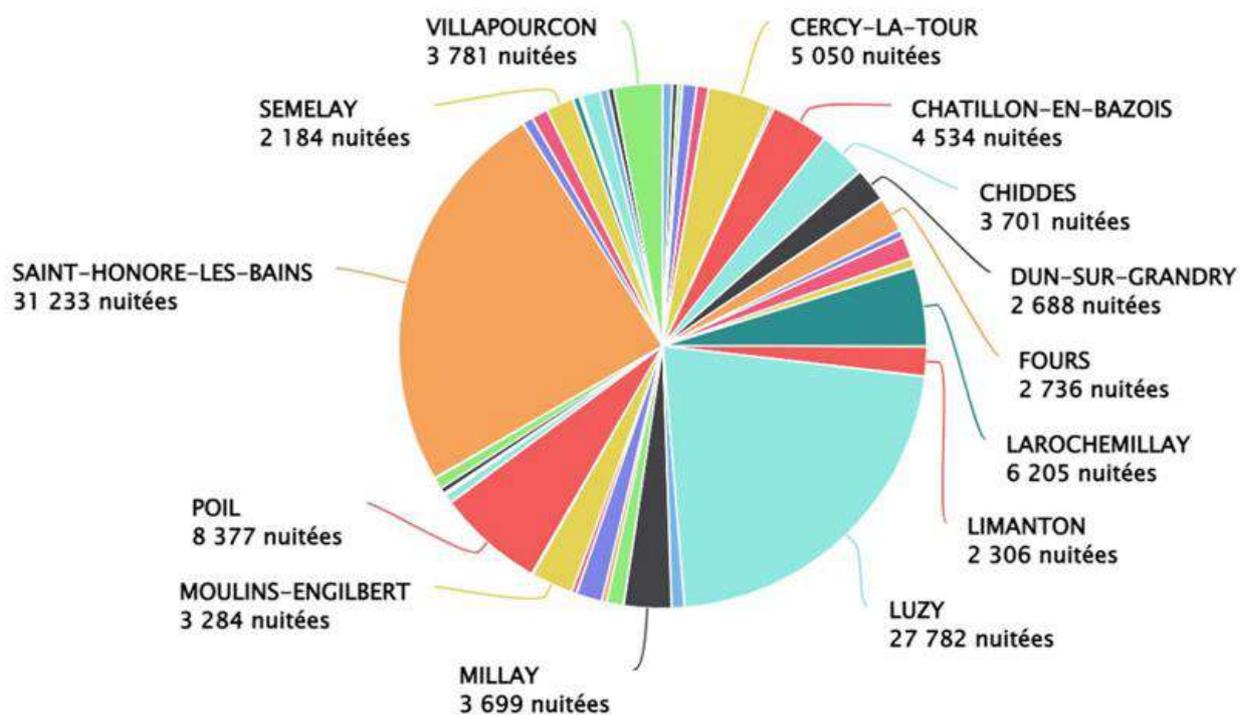
	Nuitées adultes	Evolution / 2021
Janvier	1653	89,10%
Février	2379	-10,10%
Mars	1976	-10%
Avril	7187	387,60%
Mai	13054	119,60%
Juin	17922	67,80%
Juillet	26618	0,70%
Août	28582	-11,60%
Septembre	14470	-10,80%
Octobre	9099	11,10%
Novembre	2435	-2,20%
Décembre	2033	-33,70%
TOTAL	127408	13.2%





*Ces chiffres de nuitées sont déclarés en direct par les propriétaires, ils ne comprennent pas les déclarations des opérateurs numériques.

Nuitées déclarées par les hébergeurs et les opérateurs numériques en 2022 sur le territoire Bazois Loire Morvan :



Fréquentation dans les bureaux d'information

Les contacts correspondent aux demandes d'information (au comptoir, par e-mail et par téléphone) enregistrées dans les 5 bureaux touristiques.

L'OT à Saint-Honoré-les-Bains
est ouvert

293 jours par an

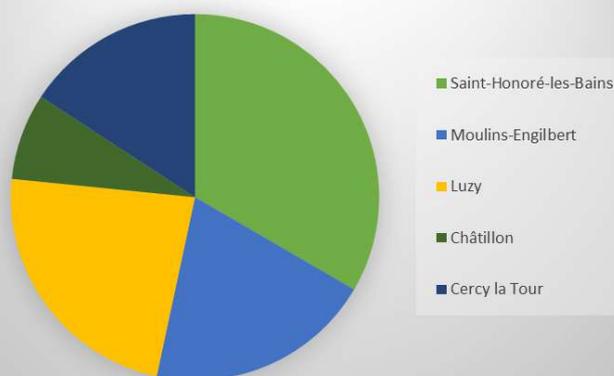
7j/7 en juillet et août

10486 contacts en 2022

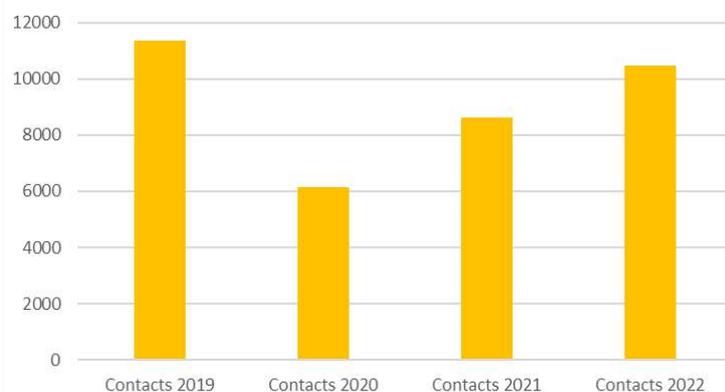
Soit une hausse de 21% par rapport à 2021

Fréquentation qui reste en recul de 7,7% par rapport à 2019

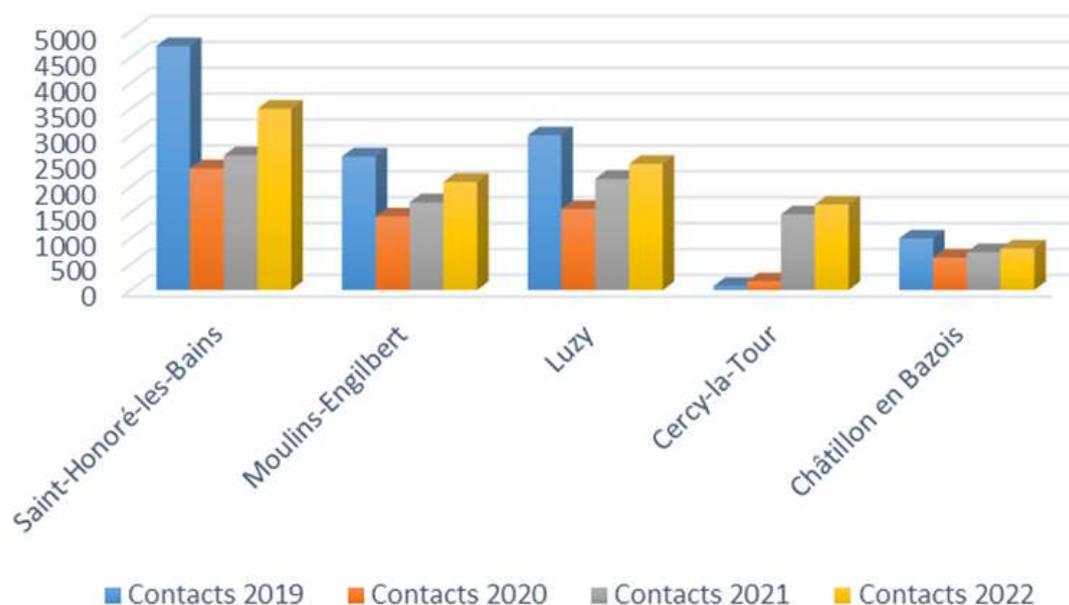
Contacts 2022 par bureaux d'accueil



Contacts par année



Contacts dans les bureaux



TOP 5
sur les 5 bureaux

- 1 - Pays-Bas
- 2 - Belgique
- 3 - Grande-Bretagne
- 4 - Allemagne
- 5 - Suisse

La proportion de contacts étrangers :

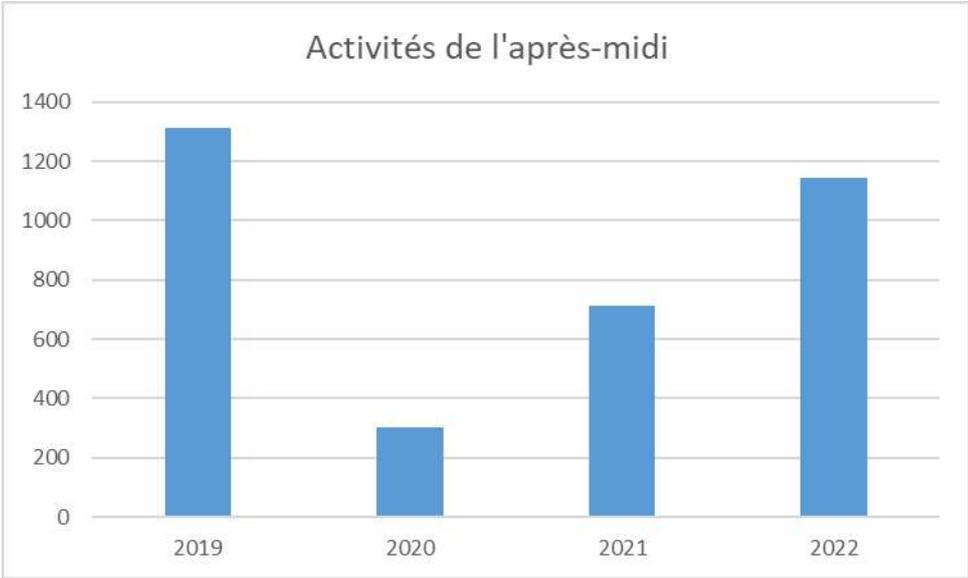
- 15,9% au bureau de Saint-Honoré-les-Bains
- 16% au bureau de Moulins-Engilbert
- 54,9% au bureau de Luzy
- 46,6% au bureau de Châtillon en Bazois
- 48,6% au bureau de Cercy-la-Tour

Une proportion de **24,2% de visiteurs étrangers**, en hausse de 27% par rapport à 2021.

Le nombre d'étrangers a quasiment rattrapé le niveau de 2019.

Le nombre de participants aux sorties organisées les après-midi durant la saison thermale est en augmentation de 60% entre 2021 et 2022, sans rattraper tout à fait le niveau de 2019 (1314 participants).

En 2022, 259 personnes ont participé aux « Sorties d'Olivier », visites menées par le guide conférencier.



Fréquentation aux Thermes de Saint-Honoré-les-Bains

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cures 21 jours	2129	2068	2315	782	1300	1692
Mini-Cures	127	122	109	34	55	92
Formules Aqua	273	224	NC	107	NC	771
Divers	269	218	475*		NC	
TOTAL	2798	2632	2899	923	1355	2555

* rituels détente et Escapades

Fréquentation - Comptage véloroutes



Ces chiffres sont issus des éco-compteurs du Conseil Départemental qui enregistrent le passage des cyclistes.

Sur le Canal du Nivernais, par rapport à 2021, on observe +5,6% à Biches et -1,6% à Cercy-la-Tour.

Tour de Bourgogne

	Armes	Biches	Cercy la Tour	Corbigny
	164	71	195	251
	255	110	347	302
	610	234	505	644
	1 247	605	710	1 107
avr. 2022	2 891	1 591	1 885	2 611
mai 2022	2 706	1 564	1 526	2 601
juin 2022	4 338	2 437	1 902	3 614
juil. 2022	4 926	2 749	1 944	3 991
août 2022	2 720	1 326	1 066	2 265
sept. 2022	1 054	524	556	867
oct. 2022	411	252	242	462
nov. 2022	186	77	148	196
déc. 2022				
Total janvier à déc 2022	21 508	11 540	11 026	18 911
Moyenne mensuelle de janvier à décembre 2022	1792	962	919	1576
Total janvier à déc 2021	19250	10931	11212	16970
Moyenne mensuelle de janvier à décembre 2021	1604	911	934	1414
Evolution 2021/2022 de janvier à décembre	11,73 %	5,57 %	-1,66 %	11,44 %

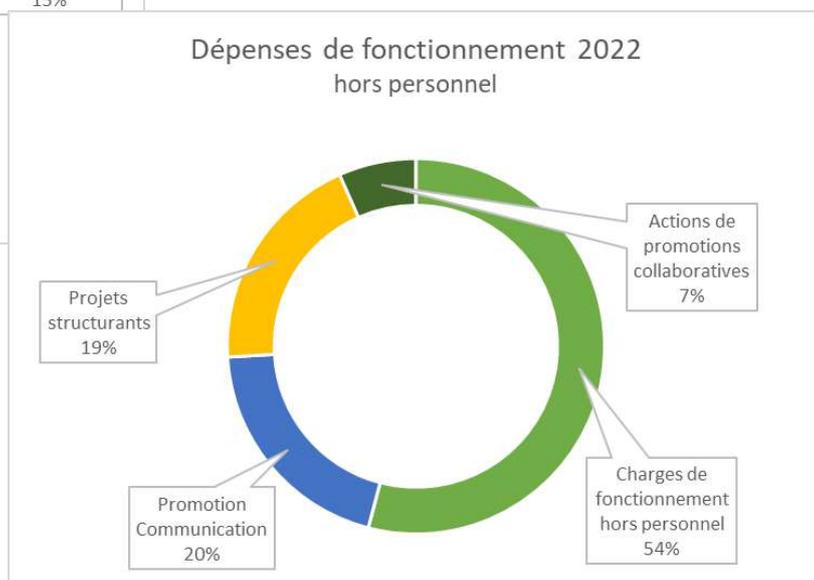
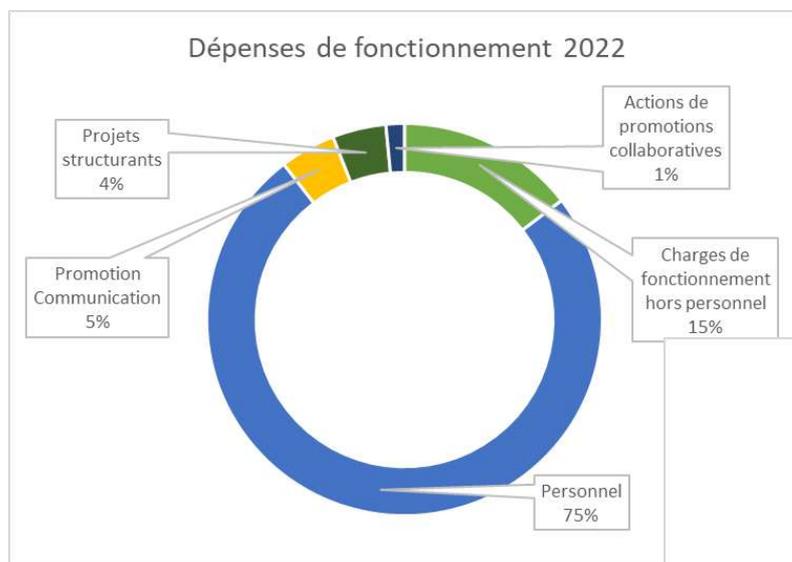
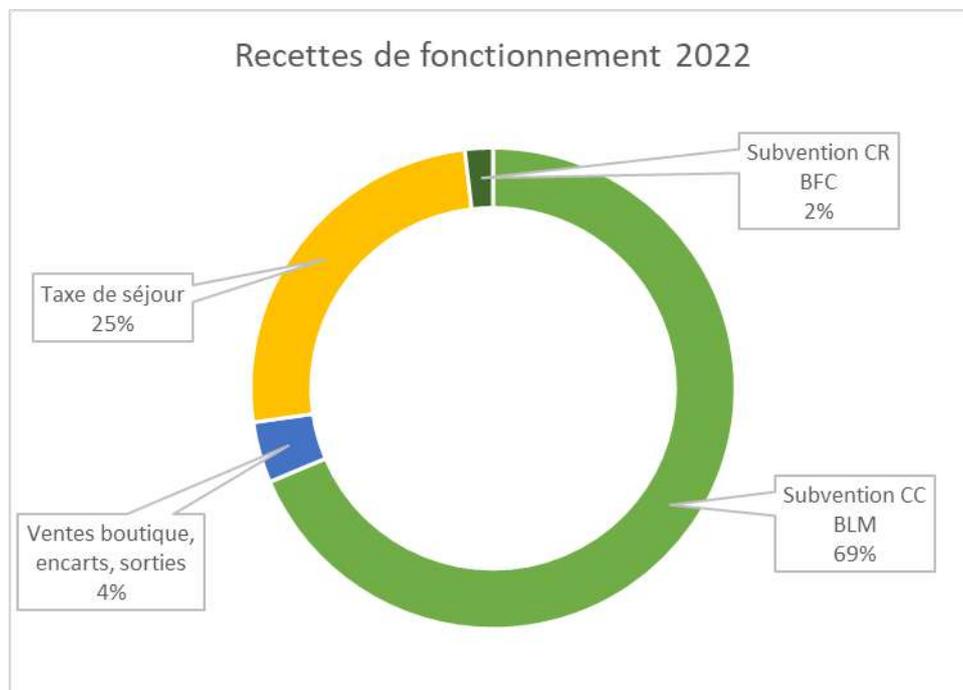
(valeur mensuelle 2 sens cumulés)

Par rapport à 2021, on observe à Charrin +17% de passage.

La Loire en Bourgogne					
Le Guetin	Plagny	Sermoise	Luthenay/ Uxeloup	Decize	Charrin
591	919	136	160	197	160
959	1 357	703	247	373	164
1 642	2 154	1382	698	692	257
2 172	2 533	1458	930	1137	486
4 435	4 634	3174	2177	3086	1337
3 437	3 986	2602	2249	2685	1446
5 647	5 970	4138	3004	3714	1934
6 058	6 538	3957	2872	3599	2152
3 560	3 533	2321	1551	2097	1019
1 942	2 346	1366	792	1166	503
857	1 161	670	255	357	225
499	612	352	106	152	157
31 799	35 743	22 259	15 041	19 255	9 840
2650	2979	1855	1253	1605	820
29260	34352	20253	12441	17038	8410
2438	2863	1688	1037	1420	701
8,68 %	4,05 %	9,90 %	20,90 %	13,01 %	17,00 %

8. Bilan financier 2022

Le budget de fonctionnement de l'Office de tourisme s'équilibre à 331 566€ en 2022.



9. Plan d'actions 2023

Actions	Détails	Objectifs / Évaluation
ACCUEIL ET INFORMATION		
Accueil dans les bureaux d'information touristiques	Adapter les horaires et les périodes d'ouverture pour répondre besoins et habitudes des visiteurs Remplacement de la banque d'accueil au BIT de Luzy Déménagement et rénovation du BIT de Châtillon en Bazois	Améliorer l'efficacité et la qualité d'accueil
Développer l'accueil Hors les Murs	Présence en juillet et août au port de Châtillon-en-Bazois au bord du Canal du Nivernais Présence 1 fois par semaine à l'établissement thermal à Saint-Honoré-les-Bains	Accueillir et informer là où se trouvent les flux
Accueil numérique	Accueil à distance durant les horaires d'ouverture des bureaux par téléphone et via les réseaux sociaux. Accès Wifi Accueil numérique 24h/24 via la vitrine au bureau de Saint-Honoré-les-Bains	S'adapter aux nouveaux comportements des visiteurs. Améliorer la qualité de l'accueil.
Billetterie	Billetterie festivals et animations	Faciliter l'acte d'achat et favoriser la participation aux événements culturels Développer les relations avec les associations organisatrices
PROMOTION / COMMUNICATION		
Éditions	Magazine de destination #2 Carte touristique Guide Hébergements Guide des producteurs et artisans locaux Programme mensuel des animations	Répondre aux demandes des visiteurs
Communication à destination de la population locale et des résidents secondaires	Diffusion du programme des animations via une Newsletter diffusée à 600 destinataires	Favoriser la participation aux événements du territoire
Internet	Création d'un nouveau site internet en cohérence avec le positionnement marketing de la destination Simplifier l'accès à l'information Module cartographique pour la remontée des informations via Décibelles Data Référencement naturel (SEO)	Développer l'image du territoire Augmenter les retombées économiques du tourisme
Réseaux sociaux	Facebook	Développer la notoriété de la destination sur tous ses aspects attractifs (paysages, activités, prestataires...) Faire rêver (visuels+storytelling) Homogénéiser et équilibrer les événements de tout le territoire. Augmenter le nombre de fans (+5%)
	Instagram	Toucher un potentiel de clientèle + jeune (+18 ans). Augmenter le nombre de followers pour faire connaître la marque de destination
Campagnes de communication	En partenariat avec Nièvre Attractive, contribution financière à une émission TV participative sur des expériences en Morvan, Canal du Nivernais et Loire	S'intégrer dans des opérations de communication à plus grande échelle par la mutualisation des moyens.
	Opération "Villes d'eau, villes de bien-être" en partenariat avec Atout France, sur le Volet 1 Notoriété et le Volet 2 Conversion	Après la crise Covid, ouvrir les destinations thermales à de nouveaux publics et développer une nouvelle offre touristique
	Insertion publicitaire dans la revue Va et Vient	Accroître la visibilité de la destination auprès de la cible régionale
	Insertion publicitaire dans la revue Les Accros du Peignoir	Accroître la visibilité de la destination auprès d'une cible spécifique Thermalisme

Actions	Détails	Objectifs / Évaluation
Relations partenaires	Création d'une Newsletter Pro envoyée aux prestataires touristiques du territoire	Communiquer sur l'actualité de l'Office de tourisme et du territoire Inciter les socio-pros à échanger sur leur activité auprès de l'OT
	Espace Pro sur le site internet, rapport d'activités	Maintenir les relations avec les prestataires Développer un réseau de partenaires
	Organisation de la bourse d'échange départementale de la Nièvre sur le territoire, en partenariat avec Nièvre Attractive	
	Organisation d'un éductour sur le territoire	
MARQUE QUALITÉ TOURISME		
Qualité Tourisme	Partenariat avec la Mascot BFC pour la réalisation de 2 audits blancs	Identifier les points de vigilance en amont du renouvellement Mobiliser l'équipe sur les enjeux de la démarche
	Renouvellement de la Marque	S'inscrire dans une démarche d'amélioration continue
ANIMATIONS		
Conception d'une programmation de sorties	Etablir avec les partenaires le programme des sorties de l'après-midi, du lundi au vendredi, durant toute la saison thermale Conventionner avec eux sur les dates et les modalités de	Faire découvrir les ressources locales au sens large, en coordination avec les initiatives privées Donner l'image d'un territoire
Réalisation du programme des animations	Collecter les informations sur tous les événements et manifestations du territoire afin d'éditer un programme mensuel à l'attention des visiteurs	Développer la fréquentation des animations du territoire
Recrutement d'un guide conférencier	Durant 3 mois, à raison de 2 à 3 visites par semaine sur l'ensemble du territoire	Valoriser le patrimoine local Renouveler et qualifier l'offre de sorties
Fantastic PicNic	Événement à portée régionale autour du tourisme et de la gastronomie	Promouvoir les productions locales dans le cadre d'un événement convivial
OBSERVATION		
Taxe de séjour	Suivi de la collecte en lien avec la Communauté de communes	Suivi statistique de l'évolution des nuitées marchandes sur le territoire
Observatoire du Tourisme	Définir les indicateurs clé de la destination Traitement des données statistiques de l'Office de tourisme et du territoire Production de documents de bilan	Etablir une photographie de l'activité touristique du territoire Accompagner les porteurs de projets touristiques Orienter la stratégie de l'OT
DÉVELOPPEMENT DURABLE		
Projets	Mettre en œuvre des projets de développement compatibles avec le développement durable	Cohérence avec les stratégies de développement touristique à l'échelle supra
	Favoriser les mobilités douces, l'accès par le train, les transports collectifs et la pratique du vélo (liaisons et boucles cyclo touristiques)	Sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques et à la préservation des ressources du territoire
Site internet	Réaliser un site internet plus durable sur le fond et la forme Promotion des éco gestes et des initiatives exemplaires Limitation du poids des images et des modules énergivores	Valoriser les prestataires inscrits dans des démarches de développement durable



RIVES
DU MORVAN
OFFICE DE TOURISME

13 rue Henri Renaud
58360 Saint-Honoré-les-Bains

Tél. +33 3 86 30 43 10

tourisme@rivesdumorvan.fr
www.rivesdumorvan.fr