



Rapport d'activité 2022

Sommaire

LE TERRITOIRE DU GRAND PITHIVERAIS EN CHIFFRES	5
L'OFFICE DE TOURISME : DES MOYENS MIS EN PLACE...	6
1. LA GOUVERNANCE	7
A - Les membres du Comité de Direction et les invités	
B - Les réunions du Comité de Direction	
2. L'ÉQUIPE	9
3. LE FINANCEMENT	10
A - Fonctionnement	
B - Investissement	
4. LE SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	14
A - Rappel de la démarche et des axes de travail	
B - Point d'étape des réalisations	
... POUR ASSURER SES MISSIONS RÉGALIENNES	16
5. ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE	17
A - Bureaux d'Information Touristique (BIT)	
B - Points d'Information Touristique (PIT)	
C - Hors-les-murs	
D - Gestion de la documentation	

Sommaire

6. COORDINATION DES ACTEURS LOCAUX	22
A - Hébergements : offre et taxe de séjour	
B - Sites de visites et activités	
C - Restaurants	
D - Producteurs locaux	
E - Artistes/artisans	
7. PROMOTION ET COMMERCIALISATION	33
A - Visites & découvertes	
B - Groupes	
C - Boutique	
D - Expositions	
E - Événementiel	
8. COMMUNICATION	53
A - Site internet	
B - E-réputation	
C - Réseaux sociaux	
D - Vidéos de promotion du territoire	
E - Newsletter	
F - Documentation papier	
G - Presse écrite	
H - Radio	
I - Télévision	
9. DÉVELOPPEMENT / Projets	68
A - Suivi des projets Petites Villes de Demain	
B - Circuits de balades	
C - Projet de déménagement de l'Office de Tourisme	

Le territoire du Grand Pithiverais



BIENVENUE DANS LE GRAND PITHIVERAIS



En 2022, le Grand Pithiverais, c'est :

- 3 Communautés de Communes :
 - CC de la Plaine du Nord Loiret (CCPNL)
 - CC du Pithiverais (CCDP)
 - CC du Pithiverais Gâtinais (CCPG)
- 78 communes
- 62.098 habitants (29.281 hab CCDP, 25.939 hab CCPG, 6878 hab CCPNL)
- 1 Office de Tourisme du Grand Pithiverais, 2 bureaux d'accueil, 8 PIT
- 377 prestataires touristiques :
 - 110 hébergements
 - 85 sites de visites et activités, dont 3 nouveaux (Domaine de Flotin, Musée de la Gare, Moulin de Châtillon)
 - 55 restaurants
 - 62 producteurs locaux
 - 65 artistes et artisans
- 5 nouvelles labellisations distinguent les sites du territoire :
 - Jardin personnel d'André Eve : Jardin Remarquable
 - Yèvre-le-Châtel : Site d'excellence de la Route de la Rose et Village-Jardin Remarquable
 - Domaine de Flotin : Espace Naturel Sensible
 - Atelier-Musée de l'Imprimerie : Musée de France

L'Office de Tourisme : des moyens mis en place...

1 - GOUVERNANCE



CODIR : 12 membres titulaires / 12 membres suppléants

↳ 7 élus communautaires

↳ 5 acteurs touristiques privés

8 réunions en 2022

2 - EQUIPE



4,53 ETP :

1 direction - 3 conseillers en séjours - 1 apprentie - 1 saisonnier

↳ Boutique, Groupes, Visites, Expositions, PIT, Marchés

↳ Communication

↳ Communication numérique, Taxe de séjour

7 stagiaires pendant 41 semaines

332,75 h supplémentaires (+89%)

301 h dimanches et jours fériés (+45%)

12 jours / 84 h de formation - Coût = 1430,36 € (pris en charge AFDAS)

3 - FINANCEMENT



Fonctionnement :

Total dépenses = 245 132,71 €

Total recettes = 367 818,60 €

Investissement :

Total dépenses = 20 267,42 €

Total recettes = 23 918,70 €

4 - SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Période 2021-2023

3 axes stratégiques :

1) Investissement touristique

2) Offres complémentaires

3) Communication "Destination Campagne"



1

GOUVERNANCE

A. Les membres du Comité de Direction et les invités

L'Office de Tourisme, constitué sous forme d'EPIC, est administré par un Comité de Direction, qui délibère sur toute question liée au fonctionnement et à l'activité de l'Office de Tourisme.

Il est représenté par 12 membres titulaires et 12 membre suppléants, répartis en 2 collèges :

Collège	Structure	Titulaire	Suppléant
Collectivités territoriales	CCDP	Maxime BUIZARD BLONDEAU <i>Président</i>	Christian BLONDEL
		Gérard LEGRAND	Jean-Luc BRETONNET
		Patricia PAILLOUX	Françoise JORY
	CCPG	Joëlle PASQUET <i>1ère Vice-présidente</i>	Philippe VOLKRINGER
		Véronique LEVY	Ghislaine DEFROMERIE
		Thibaud DUVERGER	Michel BERTHELOT
CCPNL	Michel CHAMBRIN <i>2ème Vice-président</i>	Sophie REGNIEZ	
Acteurs touristiques privés	UMIH	Narcisse ROUSSEAU	Thierry DERAIME
	Gîtes de France	Luc THOMAS	Patrick CHOFFY
	Fondation du patrimoine	Jean RICHARD	Bernard VELLA
	Compagnons de la Châtellenie	Alain DI STEFANO	Jean-Claude BREGEAT
	Musée du Safran	Viviane ROUSSEAU	Sébastien DELEFORTRIE

Les membres sont élus sur la même périodicité que les mandats municipaux et communautaires. Il n'y a pas eu de modification des membres depuis le renouvellement du Comité de Direction en octobre 2020.

Le Comité de Direction invite régulièrement à ses réunions des sites d'importance du territoire et des personnes dont l'expertise est reconnue en matière de tourisme :

- Atelier-Musée de l'Imprimerie
- Château de Chamerolles
- Château-Golf & Spa d'Augerville
- PETR Beauce Gâtinais en Pithiverais
- Tourisme Loiret

B. Les réunions du Comité de Direction

8 réunions du Comité de Direction ont eu lieu en 2022 :

- vendredi 28 janvier, à Yèvre-le-Châtel
- vendredi 18 mars, à l'Atelier-Musée de l'Imprimerie (Le Malesherbois)
- vendredi 8 avril, à Yèvre-le-Châtel
- vendredi 13 mai, à Yèvre-le-Châtel
- vendredi 1er juillet, au Château d'Amoy (Oison)
- mardi 6 septembre, à Outarville (site de Terres de Jim)
- vendredi 21 octobre, à l'Atelier-Musée de l'Imprimerie (Le Malesherbois)
- jeudi 1er décembre, à la Communauté de Communes du Pithiverais (Pithiviers-le-Vieil)

Présence moyenne de 10,4 membres dont 8,5 votants par séance sur 12.



2

EQUIPE

Personne	Sexe	Contrat	ETP	HS	Dim/JF	Formation (en h)	Formation (en €)	Janv	Fév	Mars	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc
Rebecca	♀	CDI	1	23,5	32,75	35	655,36												
Sébastien	♂	CDI	1	23,25	58,5	21	312,5												
Elodie	♀	CDI	1	15,75	63,5	14	275												
Noémie	♀	CDI	1	264,25	128	14	187,5												
Anaëlle	♀	Apprentissage	0,5	1	18,25														
Lucas	♂	Saisonnier	0,03	5	0														
Iyad	♂	Stage (1ère Bac Pro AGORA)	0																
Lucie	♀	Stage (BTSA DATR)	0																
Coralie	♀	Stage (L3 LEA)	0																
Enzo	♂	Stage (BTS Tourisme)	0																
Chloé	♀	Stage (T Bac Pro Comm visuelle)	0																
Alan	♂	Stage (T Bac Pro MCV)	0																
Clément / Clotilde		Stage PMSMP (Pôle Emploi)	0																
TOTAL			4,53	332,75	301	84	1430,36												

■ Salariés
■ Apprentie
■ Saisonnier
■ Stagiaires
 HS : Heures supplémentaires
 Dim/JF : Heures dimanches et jours fériés

Au cours de l'année 2022, l'effectif de l'Office de Tourisme est resté stable, avec 4,53 ETP, répartis comme suit :

- 1 directrice
- 3 conseillers en séjours :
 - Boutique, Groupes, Visites, Expositions, PIT, Marchés
 - Communication
 - Communication numérique, Taxe de séjour
- 1 apprentie
- 1 saisonnier (21h la dernière semaine de juin, puis moyenne de 7h/semaine du 4 juillet au 31 août) : Lucas SANTERRE a suppléé l'équipe pour assurer les visites estivales de Pithiviers et a créé et animé une visite jeu de piste à Malesherbes.

Par ailleurs, 7 stagiaires ont été accueillis à l'Office de Tourisme au cours de cette année, sur des périodes allant d'une semaine à 2 mois, pour un total de 41 semaines.

On note, cette année encore, une augmentation importante du nombre d'heures supplémentaires (+89%, 176,25h en 2021) et d'heures de dimanches et jours fériés (+45%, 207,75h en 2021) par rapport à 2021, qui était déjà en forte hausse par rapport à 2020. Cela est principalement dû à la participation aux manifestations extérieures (marchés du terroir, salons, événementiel) et aux visites commentées, plus nombreuses cette année.

L'équipe a cumulé 12 jours, soit 84h, de formation en 2022, pour un coût total de 1430,36 €, pris en charge à 100% par l'AFDAS. En complément l'équipe a suivi des formations en lien avec Tourisme Loiret (ex : référencement SEO), le PETR Beauce Gâtinais en Pithiverais (Tourisme et Handicap) et le CRT Centre-Val de Loire (Clubs Tourinsoft, Place de Marché, Taxe de séjour).

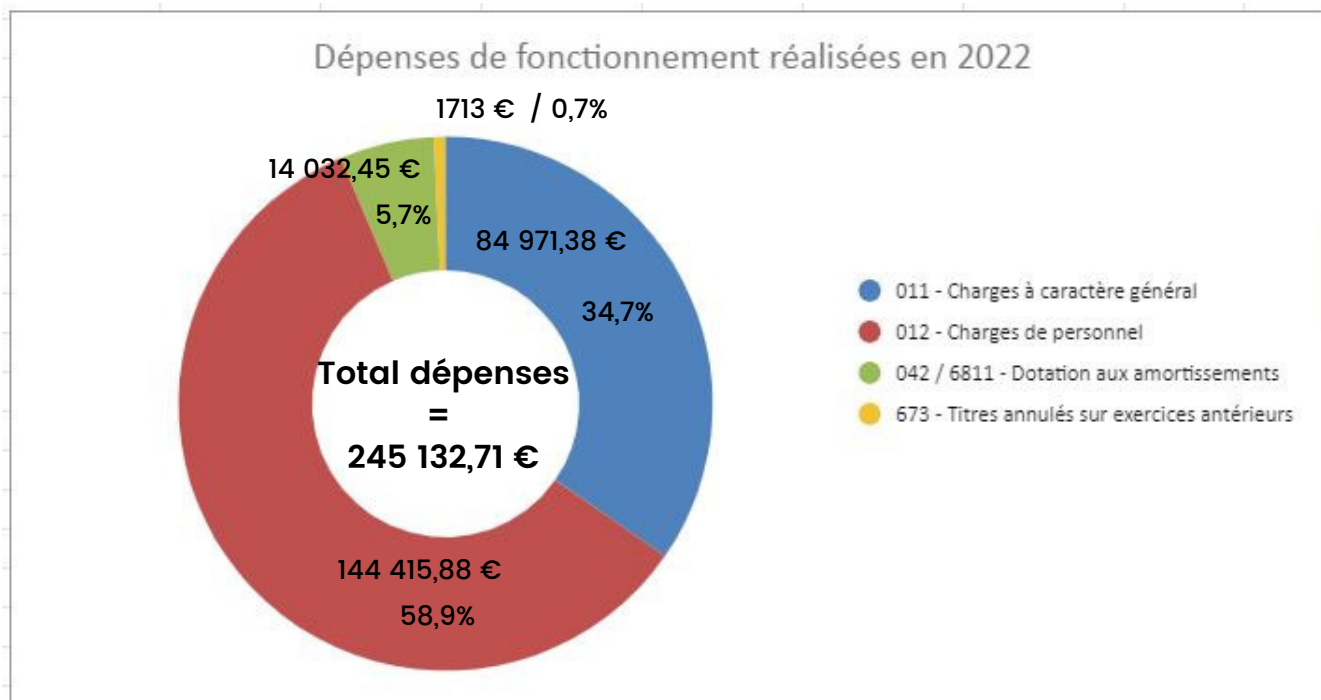


3

FINANCEMENT

A. Fonctionnement

- **Dépenses de fonctionnement**

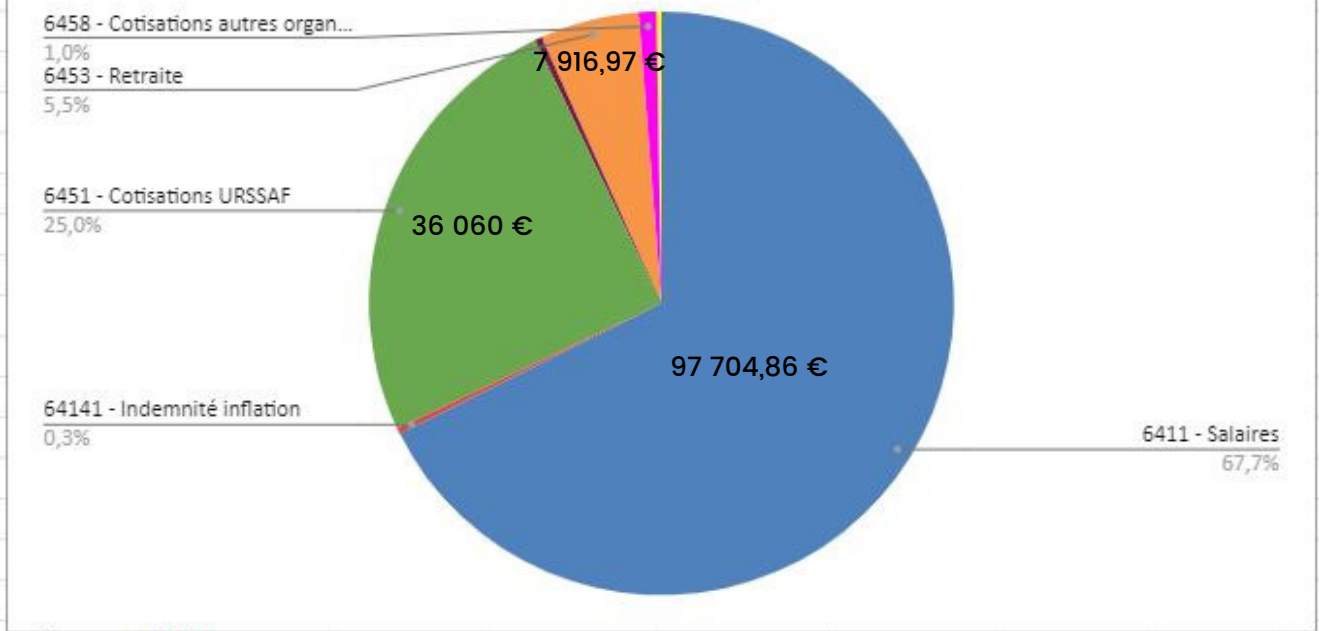


Le total des dépenses de fonctionnement a diminué de 10,5% par rapport à 2021.

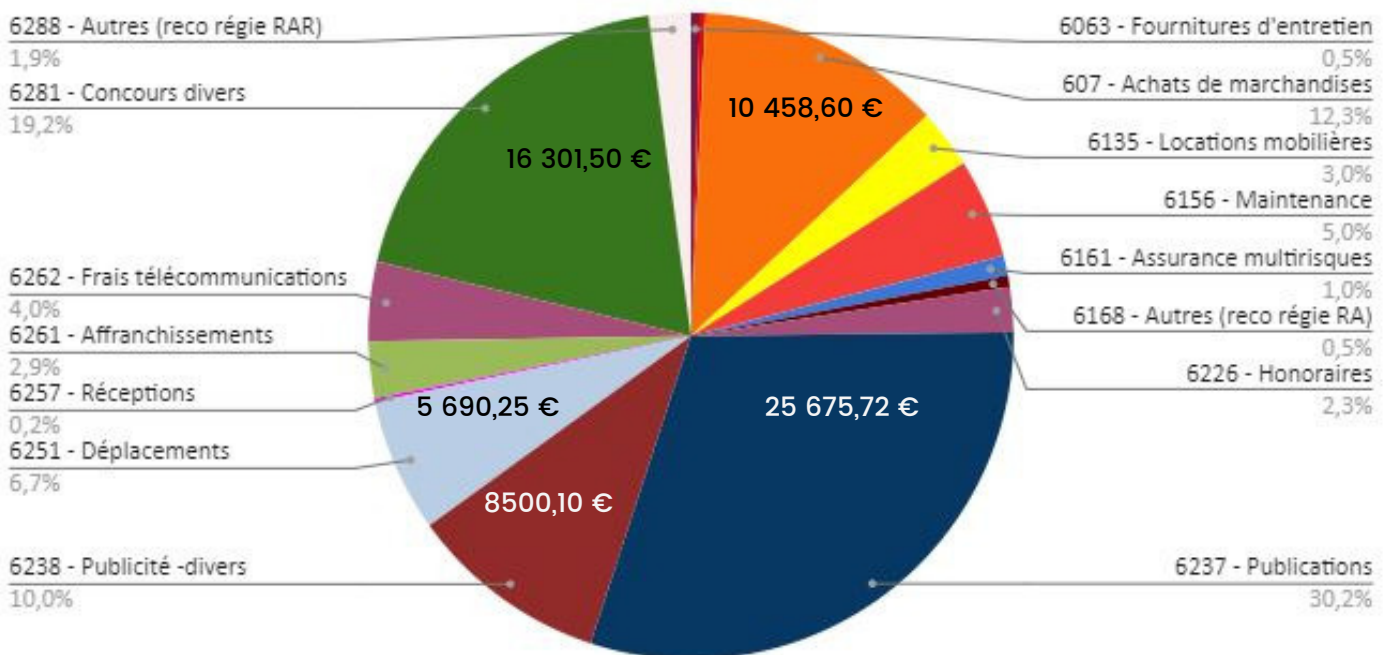
Les dépenses de l'Office de Tourisme sont principalement réparties entre les charges de personnel et les charges à caractère général. On note, en 2022, une hausse de la part des charges de personnel (près de 59%, contre 49,5% en 2021) du fait de l'embauche en CDI de notre précédente apprentie et de la hausse des charges, notamment l'URSSAF. Les salaires représentent 2/3 des charges de personnel et l'URSSAF représente 1/4 des charges de personnel.

A l'inverse, la part des charges à caractère général a diminué (34,7%, contre 44% en 2021), ce qui laisse une part moins importante pour le développement des actions. Les principaux postes de dépenses à caractère général sont les publications (30,2%), les concours divers, notamment la Route de la Rose (19,2%), les achats de marchandises pour la boutique (12,3%) et la publicité (10%). Les trois premiers postes cités ont augmenté par rapport à 2021 tandis que le dernier a diminué de 20 points. En effet, nous avons bénéficié, en 2021, d'aides européennes Leader pour le déploiement d'une campagne de publicité (télévision et réseaux sociaux), que nous n'avons pu rééditer qu'à moindre échelle en 2022.

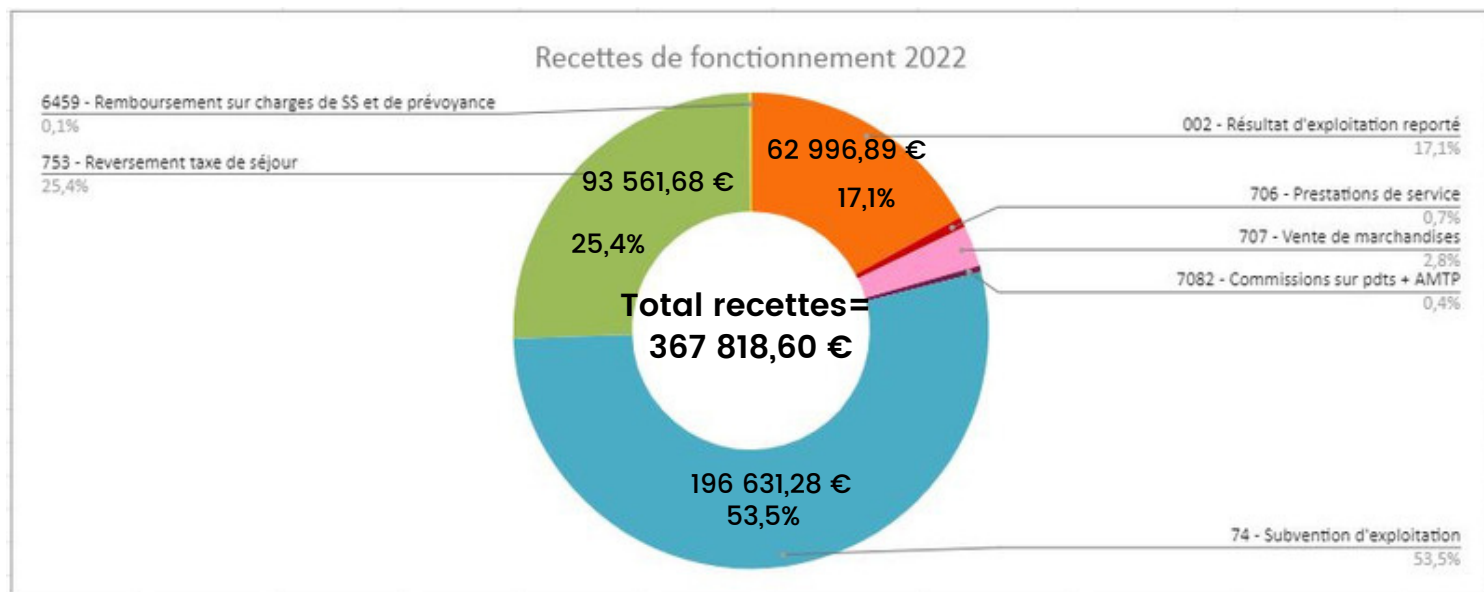
Détail des charges de personnel



Détail des charges à caractère général



• Recettes de fonctionnement



Les recettes de fonctionnement se répartissent en trois postes principaux :

- les subventions d'exploitation, pour plus de la moitié des recettes, qui incluent les participations financières des 3 Communautés de Communes à hauteur de 2,50 € par habitant, soit 157 000€ en 2022, ainsi que les aides de Leader concernant le promotion vidéo de 2021, à hauteur de 39 631,28 €,
- le reversement de la taxe de séjour, en hausse de 26,6% par rapport à 2021 (73890,56€), représentant 1/4 des recettes,
- le résultat d'exploitation reporté, qui représente une part importante des recettes de fonctionnement, bien qu'il soit en baisse par rapport à 2021 (-47974,31 € ; -43,2%).

Les autres recettes représentent un montant négligeable des recettes totales de fonctionnement (moins de 5%). Bien que les recettes des commissions groupes aient presque triplé par rapport à 2021, les autres recettes propres liées à l'activité de l'Office de Tourisme sont en légère baisse en 2022. Les ventes de la boutique ont baissé de 15,7% (10 150,96 € contre 12 043,01€ en 2021) de même que les prestations de service (visites de groupes), en baisse de 20,3% (2 562,91 € contre 3 216,03€ en 2021).

Mise à disposition de locaux :

Par convention tripartite, la CCDP et la municipalité de Pithiviers mettent à disposition de l'OTGP plusieurs espaces d'un bâtiment, privatisés ou mutualisés, pour y exercer la compétence tourisme. Ces espaces constituent le siège et le bureau principal de l'EPIC.

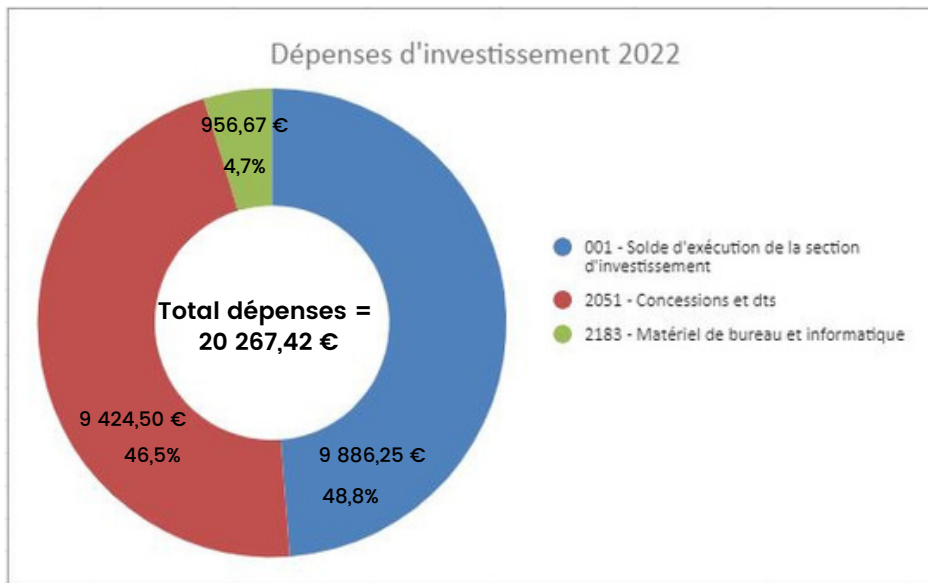
Dans le cadre d'une convention de partenariat avec l'Atelier-Musée de l'Imprimerie, l'association Artegraf met à disposition de l'Office de Tourisme un espace d'accueil de 5m² au sein de la boutique du Musée.

• Résultat

Excédent de fonctionnement de 122 685,89 €

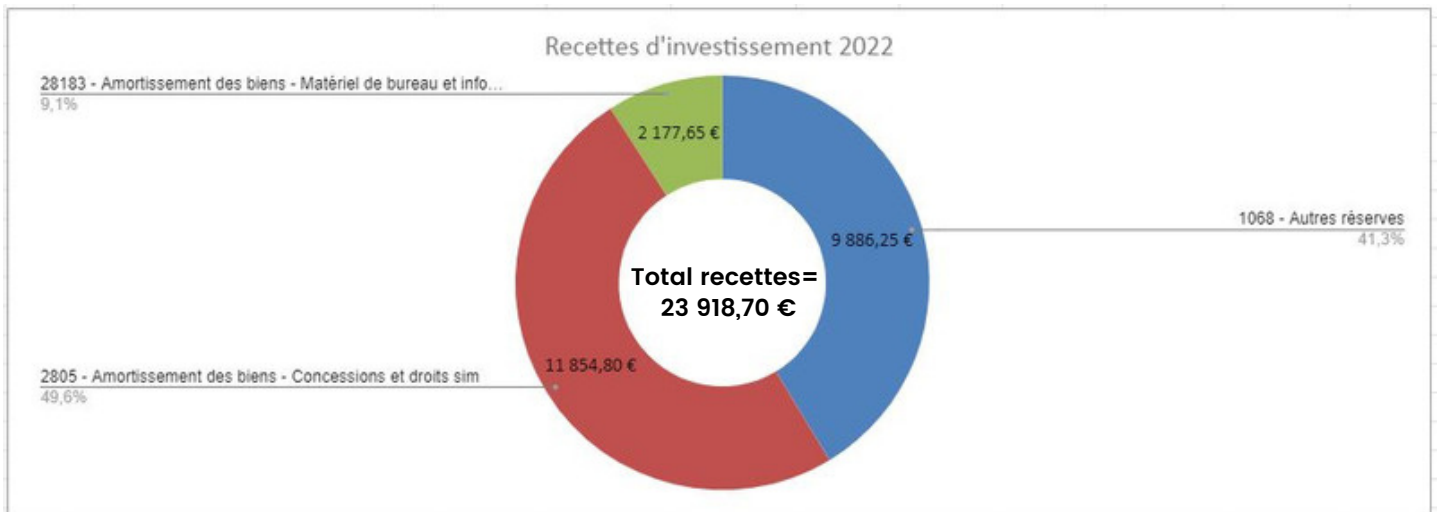
B. Investissement

- **Dépenses d'investissement**



Les dépenses d'investissement 2022 sont en baisse de 24% par rapport à 2021, car les dépenses d'investissement 2021 étaient liées en grande partie à la réalisation des vidéos de promotion du territoire, que nous n'avons pas renouvelé cette année. Les dépenses d'investissement 2022 se partagent, presque pour moitié, entre le solde d'exécution de la section d'investissement et les concessions et droits. Par ailleurs, il n'y a pas eu de gros investissement réalisé en matériel de bureau et informatique.

- **Recettes d'investissement**



Les recettes d'investissement sont en hausse de 21,3% par rapport à 2021 (19716,04€ en 2021). Les recettes d'investissement 2022 correspondent aux amortissements et autres réserves.

- **Résultat**

Excédent de fonctionnement de 3 651,28 €



4

SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

A. Rappel de la démarche et des axes de travail

La réalisation du schéma de développement touristique 2021-2023 avait été confiée à Tourisme Loiret, à partir de novembre 2020, afin de bénéficier d'une expertise extérieure à la structure de l'Office de Tourisme. Le plan d'actions a été voté par le CODIR en mai 2021 puis adopté par les trois Communautés de Communes entre mai et juillet 2021. Celui-ci n'est pas destiné uniquement à l'Office de Tourisme, mais partagé à l'échelle du territoire du Grand Pithiverais par les différents acteurs, publics et privés.

Le plan d'actions de mise en œuvre du schéma de développement touristique du territoire s'organise autour de 3 axes stratégiques, déclinés en actions :

AXE 1 : INVESTISSEMENT TOURISTIQUE - Encourager, accompagner, développer l'investissement touristique pour la création de nouvelles offres différenciantes (famille/ludique)

AXE 2 : OFFRES COMPLÉMENTAIRES - Soutenir le développement d'une offre complémentaire aux atouts du territoire

AXE 3 : COMMUNICATION "CAMPAGNE" - Capitaliser sur l'essor du slow tourisme pour positionner la destination sur une communication "Campagne"

B. Point d'étape des réalisations

AXE 1 : INVESTISSEMENT TOURISTIQUE - Encourager, accompagner, développer l'investissement touristique pour la création de nouvelles offres différenciantes (famille/ludique)

1. 1. Créer un centre de ressources économiques et touristiques au service des porteurs de projets



1. 2. Mener des actions de prospection auprès d'investisseurs et/ou de mécènes



1. 3. Cadrer le parcours d'accueil, d'accompagnement et de suivi du porteur de projet



AXE 2 : OFFRES COMPLÉMENTAIRES - Soutenir le développement d'une offre complémentaire aux atouts du territoire

2. 1. Structurer une offre de pleine nature comme biais de découverte



2. 2. Développer l'animation touristique de la destination



2. 3. Accompagner et faciliter le tourisme de mémoire



2. 4. Mettre en avant l'offre secondaire par des expériences de visites originales et authentiques



AXE 3 : COMMUNICATION "CAMPAGNE" - Capitaliser sur l'essor du slow tourisme pour positionner la destination sur une communication "Campagne"

3. 1. Faire évoluer le regard des prestataires et des habitants sur le territoire



3. 2. Conforter le positionnement "Terroir" de la destination en matière de communication



3. 3. Imaginer une offre touristique et une communication adaptées aux résidents secondaires



... pour assurer ses missions régaliennes

5 - ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE



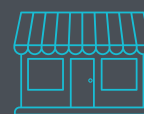
- A - Bureaux d'Information Touristique (BIT)
- B - Points d'Information Touristique (PIT)
- C - Hors-les-murs
- D - Gestion de la documentation

6 - COORDINATION DES ACTEURS LOCAUX



- A - Hébergements : offre et taxe de séjour
- B - Sites de visites et activités
- C - Restaurants
- D - Producteurs locaux
- E - Artistes et artisans

7 - PROMOTION ET COMMERCIALISATION



- A - Visites et découvertes
- B - Groupes
- C - Boutique
- D - Expositions
- E - Événementiel

8 - COMMUNICATION



- A - Site internet
- B - E-réputation
- C - Réseaux sociaux
- D - Vidéos de promotion du territoire
- E - Newsletter
- F - Documentation papier
- G - Presse écrite
- H - Radio
- I - Télévision

9 - DEVELOPPEMENT / PROJETS



- A - Suivi des projets Petites Villes de Demain
- B - Circuits de balades
- C - Projet de déménagement de l'Office de Tourisme

5



ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

A – Bureaux d'Information Touristique (BIT)

5339 visiteurs (+166%) – 2491 demandes (+51%)

51,7% contacts guichet – 25,7% foires et salons – 22,6% contacts indirects

75% Loirétains – 14,4% Franciliens – 2,4% étrangers

1/3 informations touristiques – 1/4 renseignements généraux

Progression des demandes boutique, expositions, visites guidées

B – Points d'Information Touristique (PIT)

8 Points d'Information Touristique

7118 entrées payantes au PIT de Yèvre-le-Châtel = +12,8%

C – Hors-les-murs

13 événements hors-les-murs

+ 3000 visiteurs = double de 2021

D – Gestion de la documentation

Participation aux bourses touristiques du Loiret et de la Seine-et-Marne

A. Bureaux d'Information Touristique (BIT)

• Périodes d'ouverture au public des Offices de Tourisme

2 BIT (bureaux d'information touristique) :

- Pithiviers (siège) : ouvert du mardi au samedi, toute l'année, 9h30-12h30 / 13h30-17h30 ; personnel en distanciel, en alternance, en janvier ; ouverture en continu (sans pause méridienne) les mercredis, vendredis et samedis, du 1er au 17 décembre, puis du mardi au samedi pour la semaine du 20 au 24 décembre ; fermeture à 16h les 24 et 31 décembre ;

- Malesherbes (au sein de l'Atelier-Musée de l'Imprimerie) : ouvert les mardis, jeudis et samedis, 14h-17h30 ; fermé 1ère quinzaine de janvier et les samedis 24 et 31 décembre, dépendamment des fermetures de l'Atelier-Musée de l'Imprimerie.

• Fréquentation des BIT

5339 visiteurs

+166% par rapport à 2021
(2008 visiteurs)

2491 demandes / actes de renseignements

+51% par rapport à 2021
(1649 demandes)

1927 contacts directs
77,4%

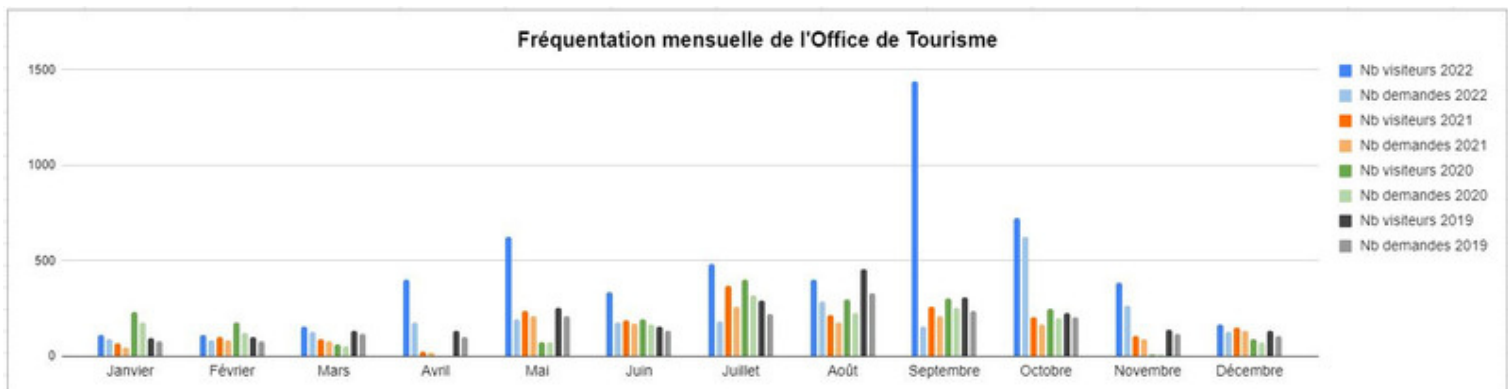
564 contacts indirects
22,6%

51,7% guichet

25,7% foires et salons

téléphoniques
principalement

L'année 2022 a vu un retour progressif à la "normale" après deux années marquées par l'épidémie de Covid-19. La tendance de 2020-2021 qui voyait l'augmentation de la proportion de contacts indirects par rapport aux contacts directs ne s'est pas confirmée en 2022, avec l'apparition d'un quart de contacts (directs) sur les foires et salons qui redistribue la répartition des modes de contact.



La fréquentation mensuelle montre de grandes variations selon les mois, notamment concernant le nombre de visiteurs.

Les demandes 2022 retrouvent un profil assez comparable à celles de 2019, avec cependant une baisse en septembre et une forte hausse en octobre et novembre. Parallèlement, le nombre de visiteurs a été le plus important pour les mois de septembre, octobre, mai et juillet, qui sont des périodes où l'Office de Tourisme a assisté à de grands événements hors-les-murs (Terres de Jim en septembre, Chocochâteau en octobre, marchés du terroir de Yèvre-le-Châtel en mai, juillet et septembre).

• Provenance

Outre les Loirétains (75% des demandes), la majorité des visiteurs français vient d'Île-de-France (14,4% des demandes) et notamment de l'Essonne, de Paris et de la Seine-et-Marne.

Le nombre de visiteurs étrangers a triplé par rapport à 2021, mais reste très anecdotique : 30 visiteurs, 2,4% des demandes.

• Nature des demandes



Sans surprise, les demandes les plus fréquentes concernent les informations touristiques (1/3 des demandes) et les renseignements généraux (1/4 des demandes). On observe cependant une baisse de la proportion des informations touristiques par rapport aux années précédentes, au profit de la boutique (12,3% contre 8,5% en 2021) et des expositions (11,1% contre 6% en 2021). Les visites guidées sont aussi plébiscitées, bien que leur proportion diminue légèrement par rapport à 2021. Les randonnées font aussi partie des demandes régulières, même si nous ne disposons pas de statistiques à ce sujet cette année. On note ici l'intérêt grandissant pour les actions développées par l'Office de Tourisme en complément de ses missions principales.

B. Points d'Information Touristique (PIT)

8 PIT actifs en 2022 :

- Augerville-la-Rivière (Mairie)
- Beaune-la-Rolande (Au Panier Sympa)
- Chilleurs-aux-Bois (Château de Chamerolles)
- Nibelle (Au Panier Sympa)
- Outarville (Maison des Services au Public - MSAP)
- Puiseaux (Optique de la Halle)
- Sermaises (Mairie)
- Yèvre-le-Châtel (Forteresse)

Cette année, aucun nouveau PIT n'a été installé.

Forteresse de Yèvre-le-Châtel	
Nombre d'entrées payantes en 2022	
Janvier	0
Février	40
Mars	101
Avril	884
Mai	1272
Juin	714
Juillet	954
Août	1504
Septembre	623
Octobre	773
Novembre	253
Décembre	0
TOTAL	7118
	Fermeture (hors groupes)

Le seul PIT à transmettre ses statistiques de fréquentation mensuelle pour avoir une estimation de la fréquentation du PIT est la forteresse de Yèvre-le-Châtel.

7118 entrées payantes ont été comptabilisées à la forteresse en 2022, soit 12,8% de plus qu'en 2021 (6313 entrées), qui dépassait déjà de 2% l'année record de 2019.

Cette augmentation est liée à une fréquentation importante en avant et arrière saison (allant jusqu'à +202% en mai par rapport à 2021), comblant les baisses de fréquentation observées de juin à septembre. On note un retour de la clientèle groupes et un élargissement des périodes d'ouverture en avril et novembre (prolongation d'ouverture jusqu'au 15 novembre grâce à une météo clémente en fin d'année).

Les autres PIT ne se sont pas engagés à fournir des statistiques de fréquentation mensuelles du fait de leur activité principale. Certains PIT ont une très faible fréquentation donc ne voient pas l'utilité de renseigner les statistiques et se questionnent parfois sur l'intérêt de poursuivre ce partenariat.

Cette année des réassorts de tous les PIT ont eu lieu lors de la sortie du nouveau guide touristique, du guide des producteurs et pendant la saison estivale. Malgré des statistiques de fréquentation non notées, les prestataires semblent contents de recevoir de la documentation touristique.

Le personnel de l'Office de Tourisme dispose aujourd'hui de peu de temps pour effectuer un suivi mensuel et un réassort assez régulier des PIT. En 2022, cette tâche a été principalement confiée à l'apprentie. Une réflexion doit donc être menée pour réorienter ce dispositif vers une solution plus efficace pour les partenaires, les visiteurs et l'Office de Tourisme.

C. Hors-les-murs

En 2022, l'Office de Tourisme a participé à 13 événements hors-les-murs, sur le territoire du Grand Pithiverais, contre 8 en 2021. Ces manifestations extérieures représentent 18,5 jours de présence (10,5 jours de présence en 2021). La situation sanitaire s'étant améliorée en 2022, beaucoup de manifestations ont pu être organisées, pour lesquelles l'Office de Tourisme s'est rendu disponible pour tenir un stand :

- Spectacle Choeur de Safran au château de Chamerolles, vendredi 25 mars soir (une vingtaine de visiteurs sur la soirée sur le stand),
- Salon des Vins et de la gastronomie, à Pithiviers-le-Vieil, samedi 2 et dimanche 3 avril (175 visiteurs sur les 2 jours sur le stand),
- Marchés du terroir à Yèvre-le-Châtel, les samedi 1er mai, dimanche 10 juillet et dimanche 25 septembre (respectivement 371, 248 et 341 visiteurs par jour sur le stand de l'Office de Tourisme),
- Ouverture du Domaine de Flotin, à Nibelle, samedi 18 et dimanche 19 juin (108 visiteurs sur les 2 jours sur le stand),
- Terres de Jim en Beauce, à Outarville, du vendredi 9 au dimanche 11 septembre (estimation de 900 visiteurs sur les 3 jours sur le stand),
- Forum des associations de Pithiviers, samedi 10 septembre,
- Salon de l'Habitat, à Pithiviers, samedi 1er et dimanche 2 octobre (environ 70 visiteurs sur les 2 jours sur le stand),
- Salon Chocochâteau, au château de Chamerolles, samedi 8 et dimanche 9 octobre (470 visiteurs sur les 2 jours sur le stand),
- Animations d'Halloween, au Musée des Transports de Pithiviers, dimanche 30 octobre,
- Salon Bien-être et douceur, à Pithiviers-le-Vieil, dimanche 6 novembre,
- Marché du Moulin de Châtillon, dimanche 20 novembre (158 visiteurs sur la journée sur le stand).

Les fréquentations des animations extérieures sont variables mais la majorité d'entre elles nous ont permis d'accueillir plus d'une centaine de personnes par manifestation.. Les accueils hors-les-murs permettent de toucher un public que nous n'aurions pas l'occasion de capter habituellement, d'augmenter le nombre de contacts et d'échanger avec des partenaires ou collègues d'autres territoires.

D. Gestion de la documentation

En 2022, les traditionnelles bourses touristiques départementales ont été reprogrammées après les suspensions des 2 années précédentes. L'Office de Tourisme a participé à celles du Loiret, le 31 mars à Sully-sur-Loire, et de la Seine-et-Marne, le 5 avril à Blandy-les-Tours. A ces occasions, nous avons pu distribuer, notamment, nos guides touristiques 2022, nos programmes de visites du printemps, nos circuits groupes et les affiches des marchés de Yèvre-le-Châtel.



COORDINATION DES ACTEURS LOCAUX

A – Hébergements : offre et taxe de séjour

110 hébergements

Taxe de séjour : total de **94 307€ perçus** (+30% par rapport à 2021)

Déclarations directes : **95 947 nuitées** (+42,6%) - **49 615€ perçus** (+56%)

Opérateurs numériques : **44 692€ perçus** (+9%)

B – Sites de visites et activités

85 sites de visites et activités

3 nouveaux sites en 2022

5 labellisations

C – Restaurants

55 restaurants

Disparité de localisation sur le territoire

D – Producteurs locaux

62 producteurs locaux

E – Artistes et artisans

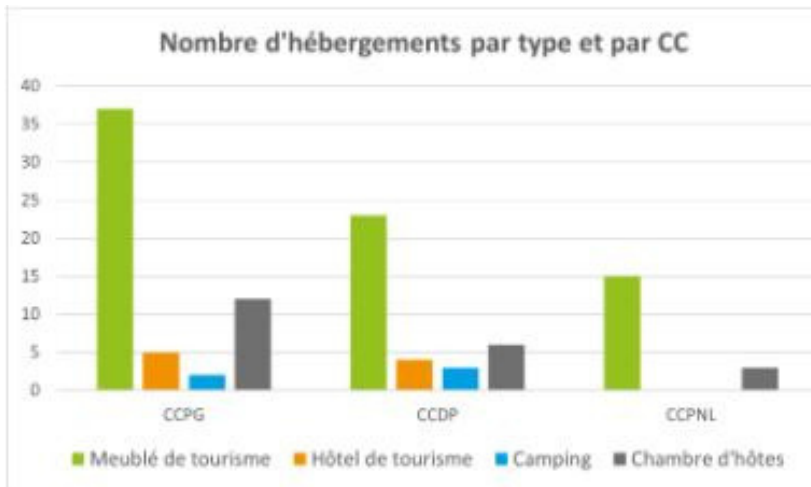
65 artistes et artisans

21 artisans ouvrant leur atelier au public et/ou proposant des ateliers et stages découvertes

A. Hébergements : offre et taxe de séjour

OFFRE D'HEBERGEMENTS

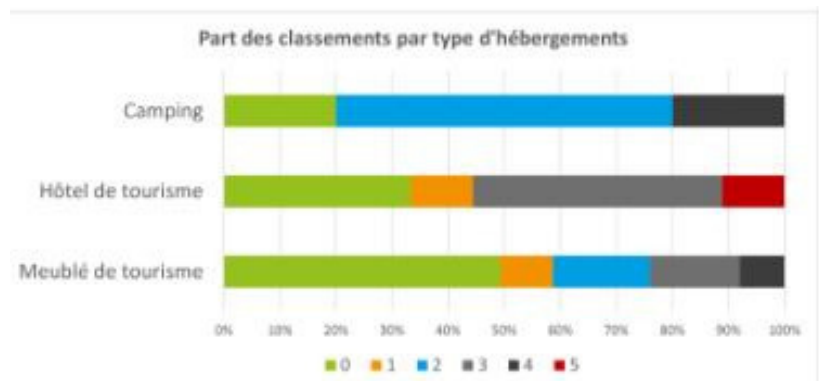
• Répartition



Le Grand Pithiverais compte 110 hébergements à la fin de l'année 2022, dont une grande majorité de meublés de tourisme. Ce nombre est stable par rapport à l'année dernière. En effet, on note 5 fermetures d'hébergements en 2022 pour 6 ouvertures (3 meublés de tourisme et 3 chambres d'hôtes).

• Classements

La part des hébergements classés reste similaire à l'année dernière. On remarque que la moitié des meublés de tourisme ne sont toujours pas classés. Le changement majeur concerne les campings, car un établissement anciennement classé 5 étoiles n'a aujourd'hui plus de classement.



• Opérateurs numériques

Selon les informations contenues dans les rapports (incomplets) qui nous ont été fournis par les opérateurs numériques, 135 hébergements différents auraient fait appel à leurs services au cours de l'année 2022. Plus de la moitié des séjours déclarés ont été réservés dans des hébergements inconnus de l'Office de Tourisme.

TAXE DE SEJOUR

• Déclarations directes des hébergeurs

◦ Bilan général

Nuitées déclarées : **95 947** → **+42,6%** (67 273 nuitées en 2021)

Montant déclaré : **54 638 €** → **+48,4%** (36 824 € en 2021)

Montant perçu : **49 615 €** → **+56%** (31 793 € en 2021)

Pour l'ensemble des hébergeurs, on compte 317 déclarations mensuelles manquantes, soit environ 23%. La part des hébergeurs à jour de l'ensemble de leurs déclarations et paiements pour 2022 est de 52%.

◦ Bilan par Communauté de Communes

	Déclaré		Payé		Manquant		Hébergements à jour (déclarations et paiements)
	nuitées	montants	En 2022	Par rapport à 2021	décla en mois	décla en %	
CCDP	62439	28 796,49 €	28 449,22 €	+63%	72	19%	58%
CCPG	30779	25 154,31 €	20 534,51 €	+3%	165	28%	49%
CCPNL	2729	688,03 €	631,53€	+11%	80	41%	47%

◦ Bilan par commune

	Déclarations		Payé		Manquants		Hébergements à jour (déclarations et paiements)
	nb nuitées	montants	En 2022	Par rapport à 2021	décla en mois	décla en %	
Andonville	0	- €	- €	-	12	52%	50%
Ascoux	0	- €	- €	-	2	10%	0%
Attray	2445	248,00€	240,00€	+317%	0	0%	75%
Audeville	142	64,00€	64,00€	+139%	0	0%	100%
Augerville-La-Rivière	7072	12 862,25 €	12 862,25 €	+60%	6	17%	33%
Aulnay-La-Rivière	317	259,20€	139,20€	+57%	8	36%	0%
Autruy-Sur-Juine	20901	9 474,01 €	9 474,01 €	+12 066%	12	33%	67%
Auxy	0	- €	- €	-	0	0%	100%
Batilly-En-Gâtinais	29	12,50€	12,50€	-71%	0	0%	100%
Bazoches-Les-G.	0	- €	- €	-	2	17%	0%
Beaune-La-Rolande	169	88,50€	75,00€	-75%	13	37%	33%

Boesses	135	57,00€	57,00€	+37%	3	14%	50%
Boiscommun	0	- €	- €	-	0	0%	100%
Boisseaux	0	- €	- €	-	12	100%	0%
Bouilly-En-Gâtinais	0	- €	- €	-	2	17%	0%
Bouzonville-Aux-Bois	16288	3 027,40 €	3 027,40 €	5%	0	0%	100%
Briarres-Sur-Essonne	753	286,87€	228,07€	-65%	0	0%	50%
Cesarville-Dossainville	0	- €	- €	-	12	100%	0%
Chambon-La-Forêt	2928	719,00€	719,00€	+213%	12	33%	67%
Chaussy	0	- €	- €	-	12	100%	0%
Chilleurs-Aux-Bois	150	67,75€	67,75€	+28%	14	25%	40%
Courcelles	0	- €	- €	-	1	4%	67%
Courcy-Aux-Loges	0	- €	- €	-	0	0%	100%
Dadonville	0	- €	- €	-	0	0%	100%
Echilleuses	189	416,24€	416,24€	-28%	0	0%	100%
Egry	64	32,00€	32,00€	-81%	0	0%	100%
Engenville	15	7,50€	7,50€	-32%	0	0%	100%
Erceville	0	- €	- €	-100%	21	95%	33%
Grangermont	0	- €	- €	-	0	0%	100%
Greneville-En-Beauce	0	- €	- €	-	12	100%	0%
Juranville	0	- €	- €	-100%	12	100%	0%
La Neuville-Sur-Ess.	0	- €	- €	-	0	0%	100%
Le Malesherbois	8459	5 217,00 €	4 238,50 €	-8%	85	60%	29%
Lorcy	0	- €	- €	-	24	50%	50%
Montliard	615	307,50€	307,50€	-17%	0	0%	75%
Nancray-Sur-Rimarde	744	362,50€	362,50€	-10%	0	0%	100%
Nibelle	8708	4 354,75 €	930,25€	-78%	1	2%	20%
Oison	61	72,00€	72,00€	-	9	50%	50%
Outarville	126	319,53€	319,53€	+60%	0	0%	100%
Pithiviers	24217	15 803,73 €	15 456,46 €	9%	18	18%	33%
Pithiviers-Le-Vieil	0	- €	- €	-	0	0%	100%
Puiseaux	597	179,00€	155,50€	-38%	0	0%	0%
Sermaises	0	- €	- €	-	12	100%	0%
Tivernon	97	48,50€	- €	-100%	0	0%	0%
Yèvre-La-Ville	726	352,10€	352,10€	+79%	0	0%	100%

- Bilan par type d'hébergement

	Déclaré		Payé		Manquant		Hébergements à jour (déclarations et paiements)
	nuitées	montants	En 2022	Par rapport à 2021	décla en mois	décla en %	
Meublés de tourisme	9856	4 904,62 €	4 354,80 €	-24%	250	32%	51%
Campings	49175	16 682,70 €	13 629,20 €	+109%	0	0%	80%
Chambres d'hôtes	1815	761,00€	664,50€	-26%	41	19%	52%
Hôtels	35101	32 290,51 €	30 966,76 €	+24%	26	24%	44%

- Bilan par classement

	Déclaré		Payé		Manquant		Hébergements à jour (déclarations et paiements)
	nuitées	montants	En 2022	Par rapport à 2021	décla en mois	décla en %	
0	28784	14 916,68 €	14 260,36 €	+140%	252	36%	46%
1	9009	3 520,50 €	2 677,00 €	-6%	0	0%	75%
2	23403	4 806,20 €	4 806,20 €	+12%	34	25%	69%
3	21858	15 618,75 €	15 268,50 €	+6%	11	7%	59%
4	6569	3 426,70 €	253,20€	-92%	20	39%	20%
5	6324	12 350,00 €	12 350,00 €	+66%	0	0%	100%

- Recouvrement des années précédentes

Au cours de l'année 2022, nous avons également perçu 6274€ de paiements manquants pour 2021, 629€ pour 2020 et 1247€ pour 2019.

• Opérateurs numériques

Les opérateurs numériques qui ont collecté la taxe de séjour dans le Grand Pithiverais en 2022 sont : Aritel, Airbnb, Booking, Gîtes de France, Greengo, le Bon Coin et Belvilla.

La loi leur impose de déclarer et reverser la taxe de séjour deux fois par an : fin juin et fin décembre. L'ensemble des opérateurs numériques respecte cette procédure, sauf Gîtes de France, malgré un rappel à la loi en début d'année 2022. C'est pourquoi cet opérateur sera traité à part dans ce rapport d'activité.

◦ Le point sur les déclarations et les paiements (hors Gîtes de France)

- Au 1er semestre : 98% des déclarations et 100% des versements
- Au 2ème semestre : 98% des déclarations et 83% des versements

Le total des versements manquants s'élève à 1879€. Cependant, la trésorerie met souvent un certain temps à nous attribuer l'ensemble des paiements, il est donc fort probable que les versements aient déjà été effectués et qu'ils nous seront crédités sous peu.

La situation s'est nettement améliorée par rapport à 2021 en partie grâce à une meilleure communication avec les collectivités et le Trésor Public.

◦ Le point sur les déclarations et les paiements de Gîtes de France

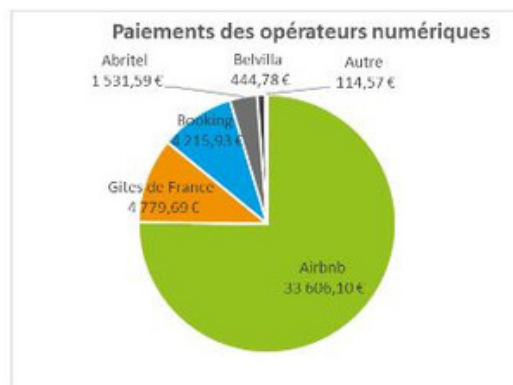
	janvier	févr-22	mars-22	avr-22	mai-22	juin-22	juil-22	août-22	sept-22	oct-22	nov-22	déc-22
CCDP	payé	payé	payé									
CCPG	0?	payé	payé		et/finier							
CCPNL					payé			payé			payé	payé
Légende :		payé et déclaré			payé mais pas déclaré			déclaré mais pas payé			ni déclaré ni payé	
		Hypothèse de paiement sans décla										

Comme on peut le voir dans le tableau ci-dessus, les déclarations et versements ne respectent pas le cadre fixé par la loi et ne sont pas effectuées avec régularité (tantôt mensuelles, tantôt bimensuelles, jamais à date fixe), ce qui rend le suivi extrêmement compliqué. De plus, le bilan des déclarations et paiements est bien moins encourageant que pour les autres opérateurs numériques :

- seulement 30% des périodes sont déclarées et payées
- 11% sont payées et non déclarées
- 56% sont déclarées et non payées
- 3% ne sont ni déclarées ni payées

◦ Montants perçus

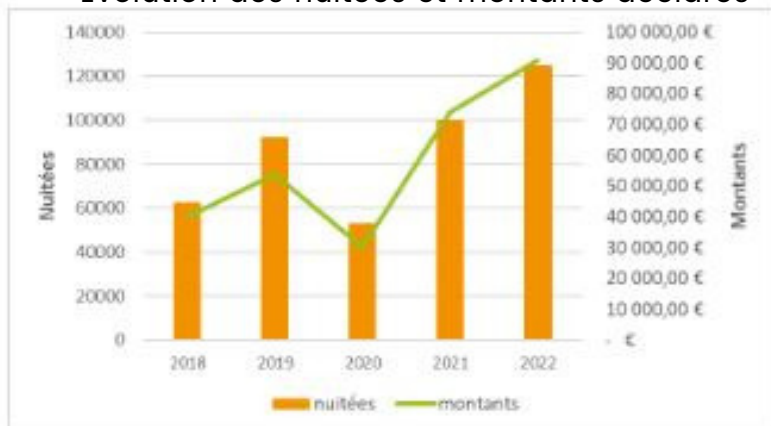
Pour l'année 2022, nous avons perçu de la part des opérateurs numériques 44 692 € (+9,3% par rapport à 2021), dont 21 736€ pour la CCPG, 14 551€ pour la CCDP et 5 601€ pour la CCPNL. Nous avons également reçu 2803€ de Gîtes de France pour lesquels nous n'avons aucune information.



- **Bilan général : déclarations directes et opérateurs numériques**

En 2022, la taxe de séjour a rapporté un montant total de 94.307€ (+30% par rapport à 2021) dont 49.615€ reversés directement par les hébergeurs (+56%) et 44.692€ par les opérateurs numériques (+9%).

Evolution des nuitées et montants déclarés

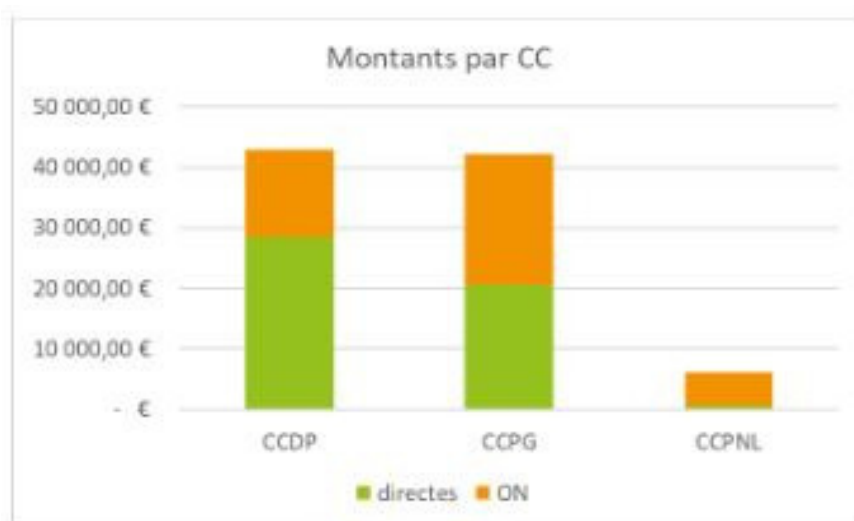


Les montants et les nombres de nuitées déclarés cette année continuent de grimper et dépassent largement les chiffres pré-covid : +35% pour les nuitées par rapport à 2019 et +68% pour les recettes de taxe de séjour.

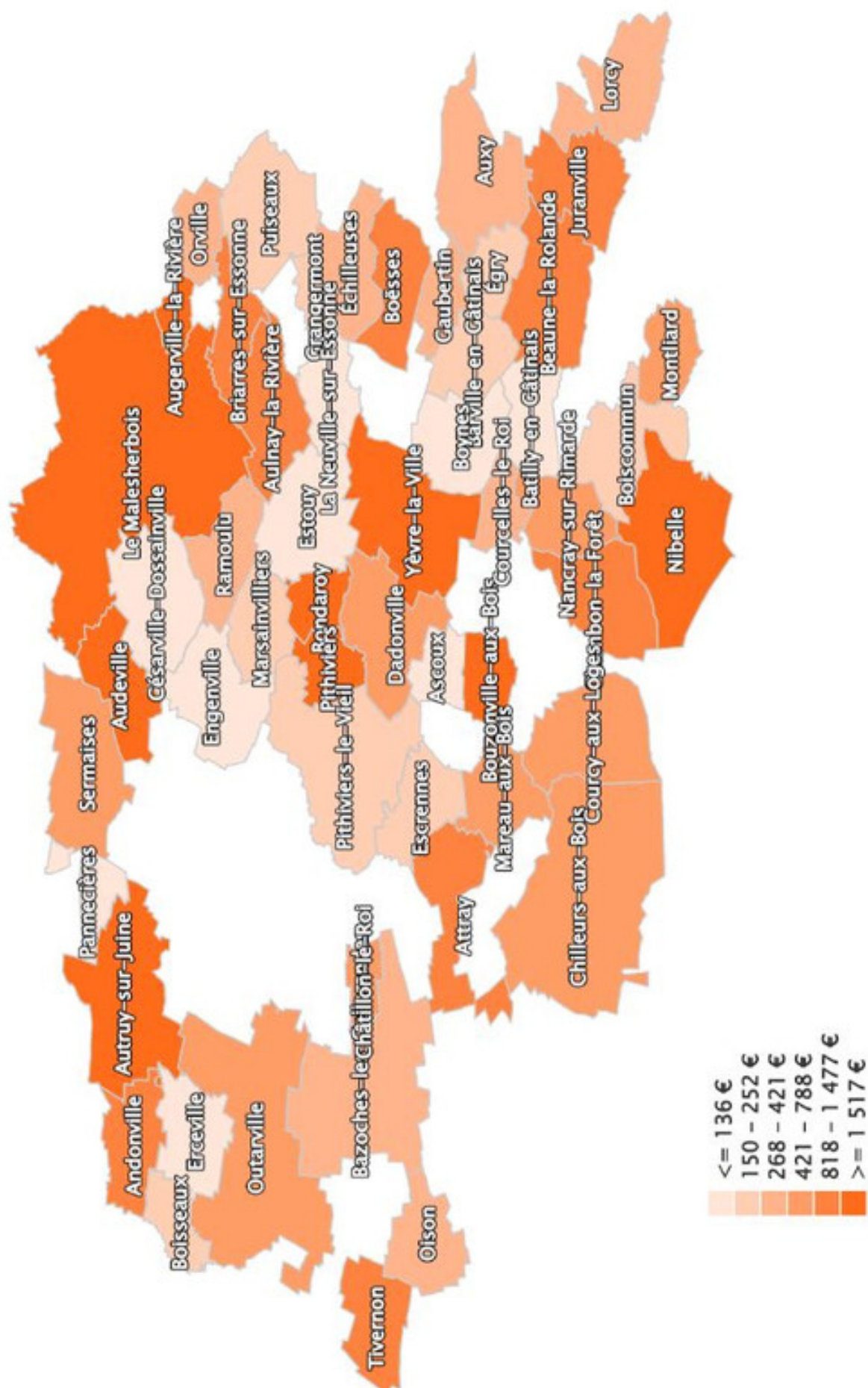
- **Bilan par Communauté de Communes**

Au total, au cours de l'année 2022, les recettes de taxe de séjour pour la CCDP s'élèvent à 42 172€ pour 72 064 nuitées, celles de la CCPG à 42 903€ pour 45 142 nuitées et celles de la CCPNL à 5 663€ pour 7 551 nuitées.

On remarque que la CCDP et la CCPG ont perçu approximativement le même montant de taxe de séjour, mais que le nombre de nuitées dans la CCDP est très largement supérieur à celui de la CCPG. Cela peut s'expliquer par le fait que la CCPG compte plus d'hébergements non classés et un hôtel 5 étoiles, donc le montant de taxe de séjour par nuitée est plus important.



- Carte des montants déclarés par commune (déclarations directes et opérateurs numériques confondus)



B. Sites de visites et activités



On dénombre 85 sites de visites et activités référencés dans la base de données Tourinsoft en 2022. La répartition de l'offre de sites de visites est assez homogène avec des activités diversifiées.

3 nouveaux sites de visites ont ouvert cette année :

- le Domaine de Flotin, à Nibelle, en juin,
- le Musée de la Gare - Mémorial de la Shoah, à Pithiviers, en juillet, inauguré par Emmanuel Macron,
- la scénographie du Moulin de Châtillon, à Ondreville-sur-Essonne, en septembre.

De plus, 5 nouvelles labellisations distinguent des sites du territoire :

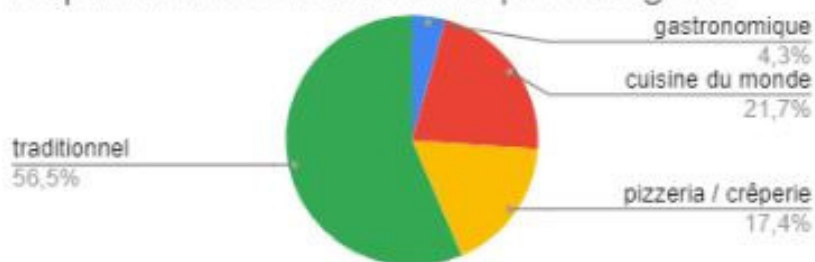
- Jardin Remarquable : Jardin personnel d'André Eve, à Pithiviers, et le village de Yèvre-le-Châtel
- Site d'excellence de la Route de la Rose : Yèvre-le-Châtel
- Espace Naturel Sensible : Domaine de Flotin
- Musée de France : Atelier-Musée de l'Imprimerie

C. Restaurants

En 2022, 55 restaurants ont été recensés sur le territoire dans la base de données Tourinsoft (hors fast-foods, non quantifiés), dont :

- 2 sont référencés Maîtres Restaurateurs,
- 1 est référencé par le Guide Michelin,
- 1 est référencé par le Menu Signature.

Répartition des restaurants par catégorie

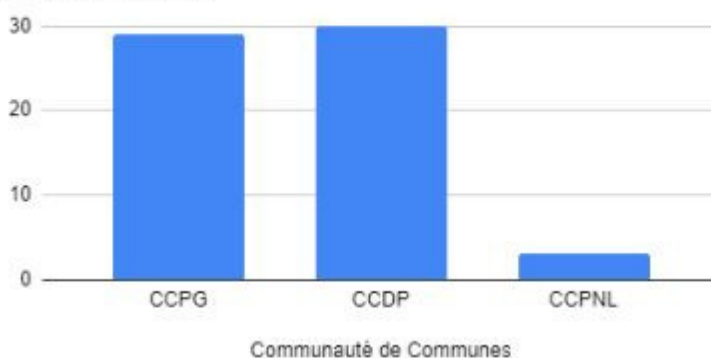


Plus de la moitié des restaurants sont des brasseries et restaurants traditionnels (56,5%).

Les restaurants de cuisine du monde sont aussi bien représentés (21,7%).

On observe une grande **disparité** entre les Communautés de Communes dans la répartition des restaurants sur le territoire. En effet, seulement 3 restaurants sont recensés dans la CCPNL, tandis qu'on en compte 29 dans la CCPG et 30 dans la CCDP.

Répartition des restaurants par communautés de communes



L'Office de Tourisme a relativement peu de contacts réguliers avec les restaurateurs, en dehors du recensement annuel pour la mise à jour de la base de données Tourinsoft, des réservations de groupes pour les restaurants pouvant accueillir plus de 20 personnes simultanément, ou des invitations aux marchés du terroir de Yèvre-le-Châtel pour les restaurateurs pouvant proposer de la restauration ambulante.

Depuis la crise sanitaire, cette profession éprouve de grandes difficultés de recrutement, organisationnelles et financières.

D. Producteurs locaux

En accord avec le schéma de développement touristique, l'Office de Tourisme a souhaité poursuivre la mise en valeur des produits et producteurs locaux et favoriser le développement des circuits courts. Pour ce faire, nous avons mis en place différentes actions :

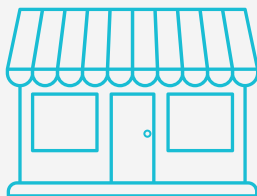
- Recensement des producteurs du territoire : **62 contacts**,
- Envoi d'un questionnaire de mise à jour des informations ou de demande de renseignements pour les nouveaux producteurs,
- Réalisation d'un guide des producteurs édité à 8000 exemplaires,
- Proposition de partenariat pour l'organisation de visites individuelles ou groupes,
- Invitation aux marchés du terroir de Yèvre-le-Châtel,
- Soutien à l'association de l'Amanderaie du Pithiviers.

E. Artistes et artisans

Cette année, l'OTGP a soutenu également les artistes et artisans et a mis en œuvre différentes actions pour mettre en valeur ces corps de métiers et proposer de nouvelles offres touristiques aux visiteurs :

- Recensement des artistes et artisans du territoire : **65 contacts**,
- Invitation aux marchés du terroir de Yèvre-le-Châtel,
- Envoi d'un questionnaire de demande d'informations pour le référencement,
- Travail de saisie dans Tourinsoft des artistes et artisans proposant une ouverture au public de leur atelier. **21 artisans** sont en capacité d'ouvrir leur atelier au public et/ou de proposer des ateliers et stages découvertes,
- Proposition à certains artistes d'exposer dans l'espace d'accueil de l'Office de Tourisme.

7



PROMOTION ET COMMERCIALISATION

A – Visites et découvertes

58 visites réalisées - 9 nouveautés

474 visiteurs (-30% par rapport à 2021)

Chiffre d'affaires total généré = 2954 € (-6,5% par rapport à 2021)

Recettes OTGP = 1656 € (+30,3% par rapport à 2021)

B – Groupes

12 groupes accueillis (+140% par rapport à 2021)

Chiffre d'affaires total = 19 171 € (+187,6% par rapport à 2021)

Commissions OTGP = 1 514,88 € (+189,8% par rapport à 2021)

Visites de Pithiviers = 600 €

C – Boutique

10 nouveaux fournisseurs en achat-revente

4 nouveaux prestataires en dépôt-vente

Chiffre d'affaires total = 11 530,86 € (+22% par rapport à 2021)

Bénéfices OTGP = 1 072,26 € (-45,6% par rapport à 2021)

Panier moyen = 24,38 €

Mise en place d'animations pour Noël

D – Expositions

12 expositions mensuelles

273 contacts - Moyenne : 22 personnes / mois

Commissions OTGP = 24 €

E – Événementiel

3 Marchés du terroir et de l'artisanat, coorganisés avec les Saveurs du Castelet, à Yèvre-le-Châtel

↳ De 65 à 68 exposants par marché

↳ Moyenne de 3000 visiteurs par marché

2 Pérégrinations photos

A. Visites et découvertes

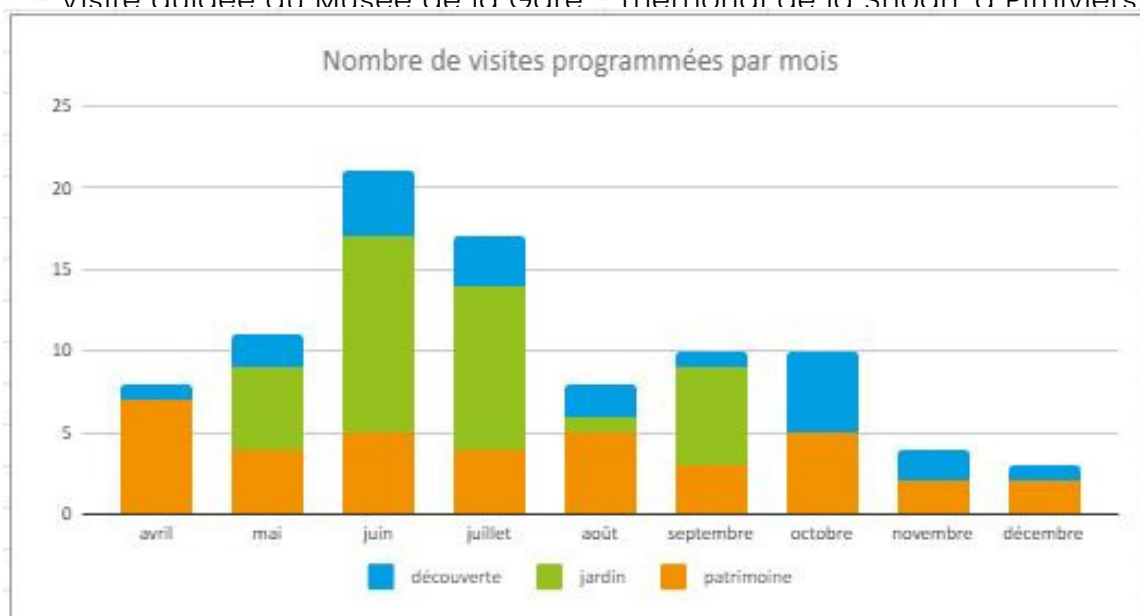
PROGRAMMATION DES VISITES

93 visites programmées

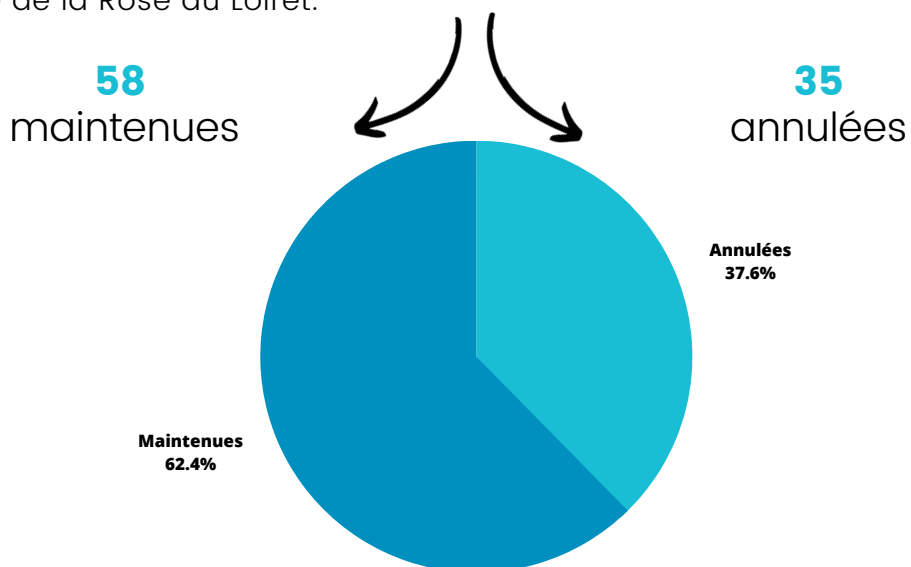
43 visites différentes

dont **9** nouveautés :

- Visite sur le circuit des roses de Chilleurs-aux-Bois avec l'association "Les amis des roses de Chilleurs-aux-Bois"
- Visite sur le thème des alpagas à la Ferme Feularde, à Estouy
- Atelier cueillette et dégustation de plantes avec DICILA, à Égry
- Visite sur la biodiversité en ville, à Pithiviers
- Atelier sculpter la nature avec DICILA, à Égry
- Jeu de piste à Malesherbes
- Visite sur le thème du métier à tisser à la Ferme Feularde, à Estouy
- Visite de la Brasserie des Merveilles, à Boynes
- Visite guidée du Musée de la Gare - mémorial de la Shoah à Pithiviers

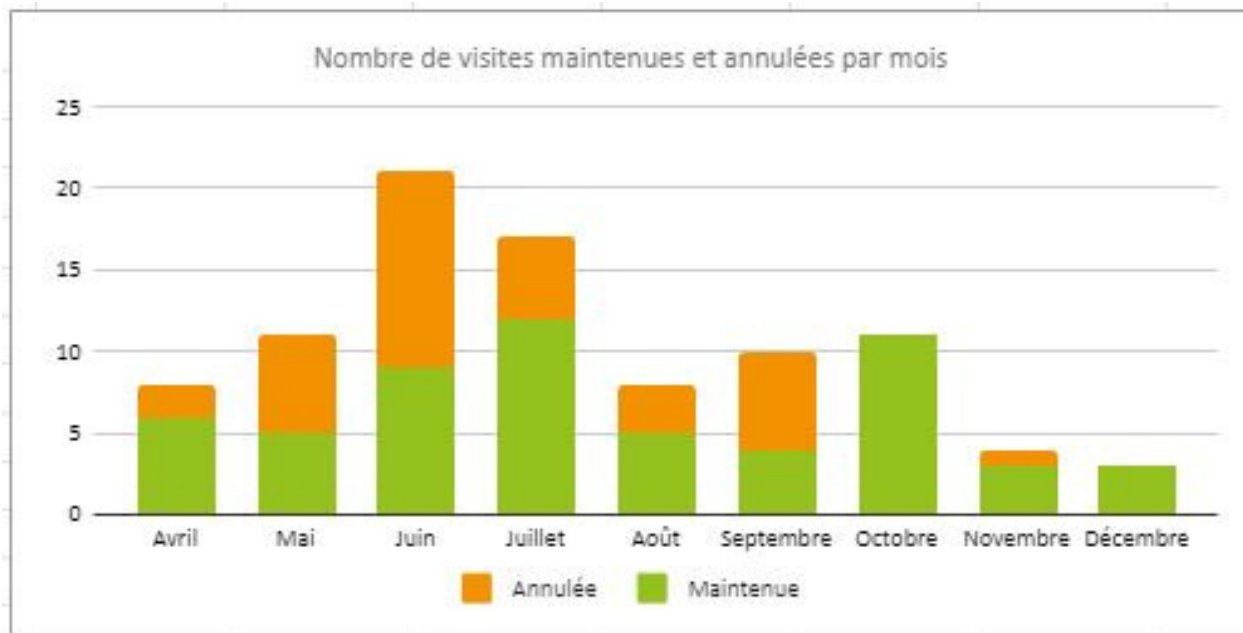


Les mois de juin et juillet sont ceux durant lesquels le plus de visites ont été proposées car cette période est propice à la découverte des jardins, valorisée par la Route de la Rose du Loiret.

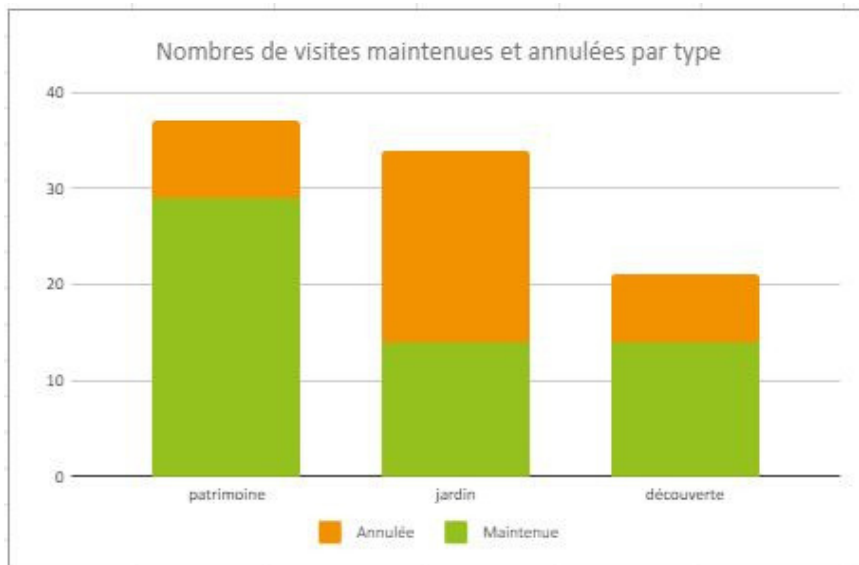


• **Visites annulées**

La part du nombre de visites annulées a augmenté par rapport à 2021(22 %) et 2020 (32 %) qui étaient pourtant des années impactées par la crise sanitaire.



Les mois de mai, juin et septembre ont été très impactés par des annulations de visites, avec plus de la moitié des visites annulées. A l'inverse, avril et les trois derniers mois de l'année ont été très favorables aux visites, avec peu d'annulations. Cette répartition sur l'année est très différente des années précédentes. Cela peut s'expliquer par la reprise des nombreuses animations reprogrammées sur le territoire de mai à septembre après deux années marquées par la crise sanitaire où les manifestations avaient été mises en suspens créant une sorte de concurrence événementielle, atténuée en "basse saison". Les mois de mai, juin et septembre sont aussi ceux où de nombreuses visites de jardins sont proposées, notamment en période de floraison des roses. Or, en 2022, plus de la moitié des visites sur la thématique des jardins ont été annulées par manque de participants.



• Visites maintenues

On observe, en 2022, une baisse de la proportion de visites maintenues (62,4% contre 81,4% en 2021, 79 visites maintenues sur 97 programmées).

Moyenne générale de 8 personnes inscrites par visite (plein tarif, demi-tarif, gratuit), comme en 2021, mais cette moyenne est très aléatoire en fonction du type de visite.

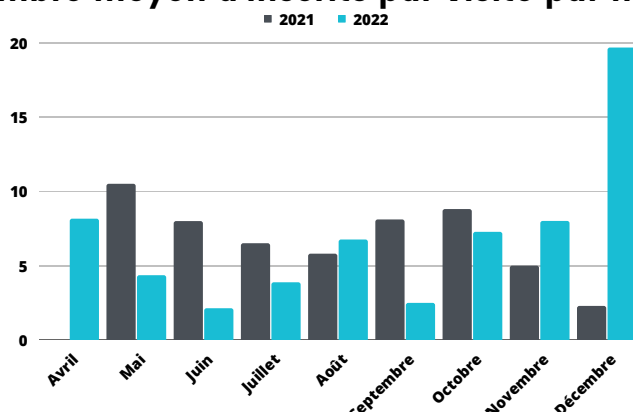


L'unique visite guidée du Musée de la Gare, qui a ouvert ses portes à l'été 2022, a rencontré un vif succès avec plus de 25 visiteurs. Comme l'année dernière, les visites de la Ferme Feularde restent dans le top 5 des visites avec le plus d'inscrits en moyenne. Les visites de l'Orgue de Pithiviers ont davantage été plébiscitées cette année puisqu'elles ont fait le plein de visiteurs, alors qu'il y avait eu des annulations en 2021, faute d'inscrits.



En 2022, les visites ayant rassemblé le plus de visiteurs sont presque exclusivement centrées sur Pithiviers et sur des thématiques majoritairement de patrimoine culturel. En comparaison, en 2021, les visites les plus attractives avaient concerné principalement les jardins, les activités et dégustations à la ferme et les châteaux, et étaient plus étalées géographiquement. En 2022, les nouveautés ont été moins plébiscitées que l'an passé, hormi celle sur le Musée de la Gare.

Nombre moyen d'inscrits par visite par mois



En 2022, la répartition mensuelle du nombre d'inscrits moyen par visite est presque inverse à celle de 2021. Paradoxalement, les mois proposant le plus de visites sont ceux où il y a eu le moins d'inscrits moyens par visite (mai, juin, juillet, septembre). Les visites en décembre ont eu le plus de succès, avec près de 20 inscrits en moyenne.

• Supports de communication utilisés

- Documentation spécifique trimestrielle, sous forme de livrets : réalisation OTGP et impression IDB
- Affiches pour annoncer les visites : réalisation et impression OTGP
- Annonce des visites dans les newsletters hebdomadaires : réalisation OTGP
- Saisie sur la base de données Tourinsoft pour une remontée des offres sur les sites internet de l'OTGP, de Tourisme Loiret, de Val de Loire France et de Nouvelles Renaissance
- Réseaux sociaux : événements Facebook, posts Facebook, stories Facebook et Instagram
- Transmission par mail des visites de la semaine à la presse locale (Courrier du Loiret, République du Centre, France Bleu Orléans) et aux mairies, qui relaient souvent sur leurs supports (magazines, Panneau Pocket, Intramuros, panneaux lumineux)
- Espace dédié aux visites commentées sur notre site internet

• Moyens de réservation et de paiement

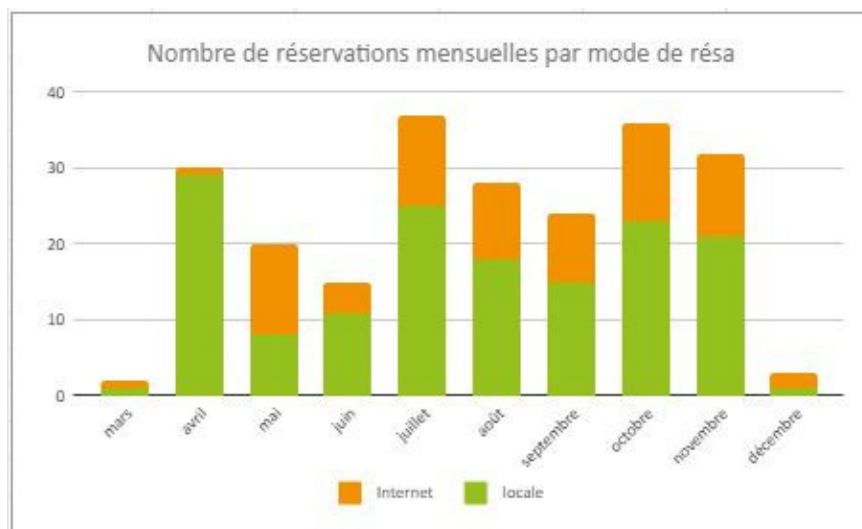
La réservation des visites est obligatoire jusqu'à 24h00 avant le départ des visites pour pouvoir informer les prestataires du nombre d'inscrits. La moitié des visiteurs réserve moins de deux jours à l'avance, ce qui accentue les contraintes d'organisation.

Les moyens de réservations possibles sont les suivants :

- Mail
- Téléphone
- Dans nos bureaux d'accueil
- Sites internet : Grand Pithiverais, Tourisme Loiret, Val de Loire France, Nouvelles Renaissance

Les moyens de paiement possibles sont les suivants :

- Espèces
- Chèque
- Carte bancaire, à l'accueil de Pithiviers
- Paiement en ligne avec Payfip



33%
réservations
internet

66%
réservations
locales

La part des réservations locales est, encore cette année, plus importante que par internet, mais cette tendance s'est inversée en mai et en décembre. La part des réservations en ligne progresse d'année en année : elle est passée de 29% en 2021 à 1/3 en 2022.

FREQUENTATION

• Profil des visiteurs

474 visiteurs
-30% par rapport à 2021
 (677 visiteurs)

◦ Âge

Les adultes sont, de loin, le public le plus important de nos visites, représentant 81,6% de nos visiteurs.

387 adultes +16 ans (plein tarif)

-33,5% par rapport à 2021

65 jeunes et JEP (demi-tarif)

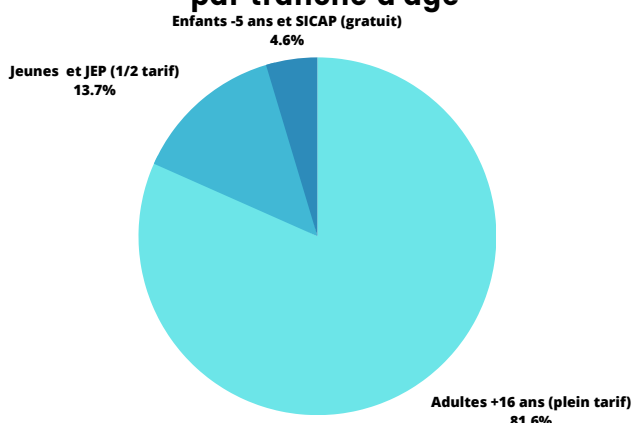
-11% par rapport à 2021

22 enfants -5 ans et SICAP (gratuit)

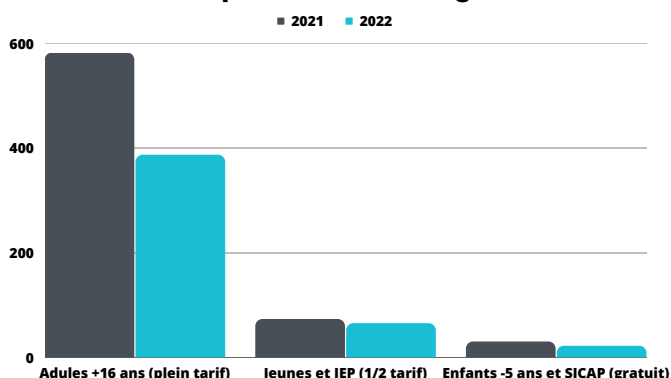
-26,7% par rapport à 2021

La fréquentation des visites 2022 est en baisse de 30% par rapport à 2021, très marquée chez les adultes.

Répartition des visiteurs 2022 par tranche d'âge



Evolution de la répartition des visiteurs par tranche d'âge

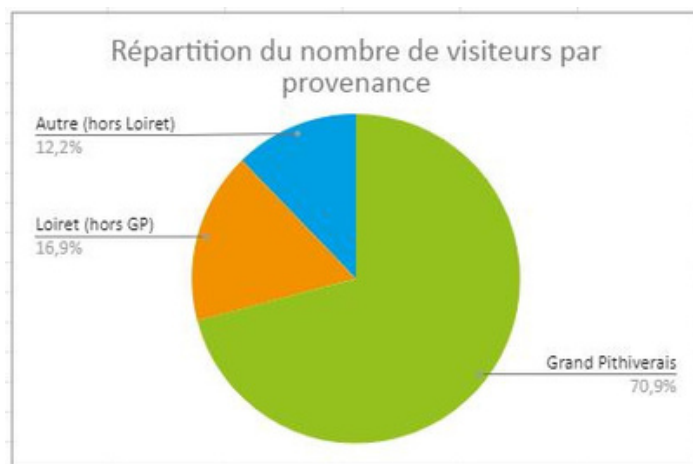


◦ Accompagnement

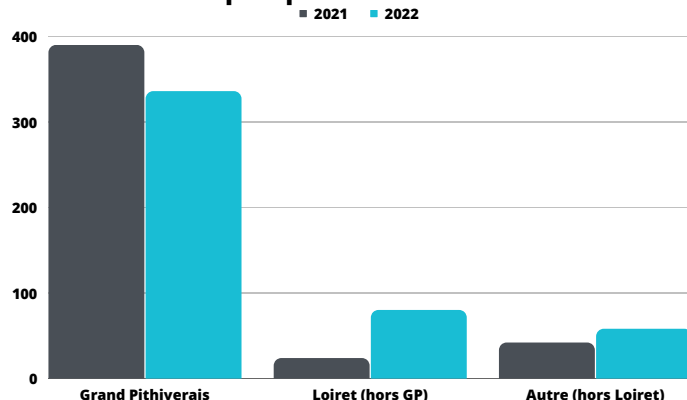
Les visiteurs ayant répondu au questionnaire de satisfaction assistent aux visites principalement seuls ou en couple. Par ailleurs, les visites réalisées en famille sont en hausse par rapport à 2021.

◦ Provenance

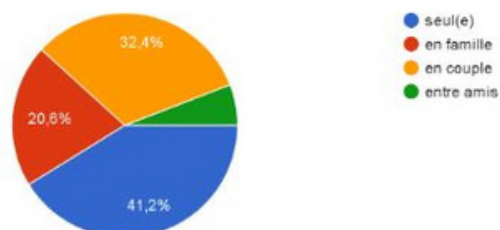
Comme les années précédentes, les participants à nos visites sont principalement des habitants du territoire (70,9%), mais cette proportion est moins importante qu'en 2021 (85,5%). Les Loirétains (hors Grand Pithiverais) ont été davantage présents en 2022 qu'en 2021 et ont dépassé la clientèle des autres départements. Le public "Autre (hors Loiret)" est principalement composé de résidents de la région parisienne (91 et 77, départements limitrophes du Grand Pithiverais).



Evolution de la répartition des visiteurs par provenance



Vous êtes venu(e) :
 34 réponses



• Suivi de la satisfaction client

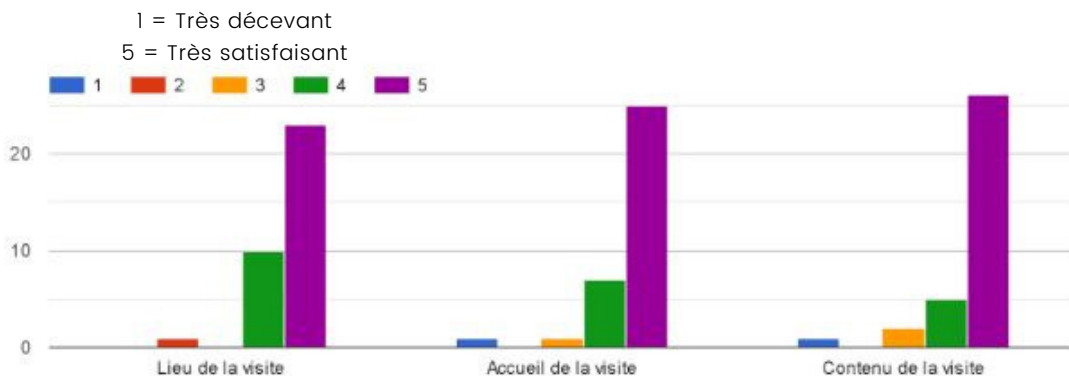
Un questionnaire de satisfaction Google Form, identique à l'année passée, a été repris et envoyé mensuellement aux visiteurs pour recueillir leurs avis.

34 réponses reçues en 2022 sur 140 mails envoyés = taux de réponse de 24%

49 réponses reçues en 2021 sur 220 mails envoyés = taux de réponse de 22%

◦ Accueil, contenu et lieu visite

Qu'avez-vous pensé des points suivants :



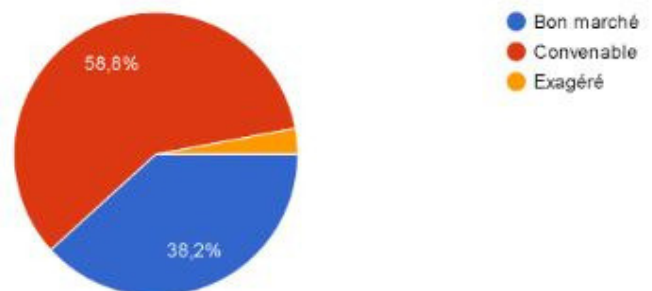
La grande majorité des répondants est satisfaite, voire très satisfaite de l'accueil, du contenu et du lieu de la visite.

◦ Tarifs

Selon vous le tarif de la visite était :

34 réponses

Plus de la moitié des répondants estime les tarifs de visites convenables et même 1/3 les trouvent bon marché. La politique tarifaire proposée semble donc adaptée à la demande.



FINANCEMENT

• Chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires total généré : **2954 €**

-6,5% par rapport à 2021 (3158 €)

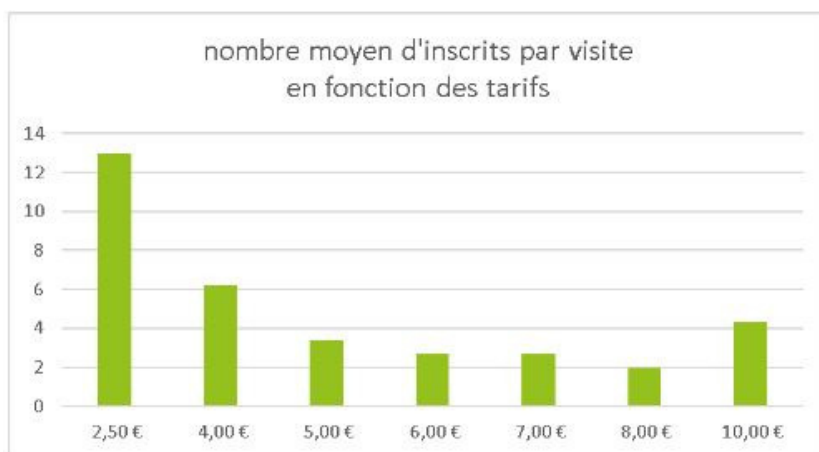
Les visites du jardin personnel d'André Eve restent les visites qui génèrent le plus de chiffre d'affaires. Cela s'explique par le nombre important de visites programmées (plus d'une dizaine, contre 2 ou 3 pour les autres sites) et le coût plus élevé que la moyenne des visites.

Les visites de Pithiviers ont généré le 2ème chiffre d'affaires des visites car elles ont également été programmées un grand nombre de fois (environ une fois par mois d'avril à novembre). Par ailleurs, l'intégralité des recettes revient à l'Office de Tourisme pour ces visites car elles ne sont pas partagées avec un prestataire.





Les billets à 2,50 € (1/2 tarif, enfant) et à 4 € (conseillé aux prestataires) sont ceux qui sont le plus vendus en moyenne.



• Recettes

Recettes OTGP générées : **1656 €**

+30,3% par rapport à 2021 (1270,50 €)

Déductions faites des montants reversés à chaque prestataire (généralement 1,50 € par billet plein tarif et 0,75 € par billet demi-tarif), les recettes de l'Office de Tourisme s'élèvent à 1656 €. Celles-ci ont augmenté de 30,3 % par rapport à 2021, alors que le chiffre d'affaires a diminué de 6,5 %, grâce aux plus nombreuses visites effectuées sans versements aux prestataires (Pithiviers, jeu de piste à Malesherbes, Sucrerie de Pithiviers-le-Vieil).

• Résultat

-7773 €

D'un point de vue purement financier, le développement de cette activité est déficitaire pour l'Office de Tourisme.

La visite du Musée de la Gare est la visite qui a rapporté le plus de chiffre d'affaires en moyenne par visite, car c'est celle qui a comptabilisé le plus de participants, comme celles du jeu de piste à Pithiviers, de la Ferme Feularde sur les naissances et du lieu de mémoire de Pithiviers.

La visite de la Brasserie des Merveilles a également permis de dégager un chiffre d'affaires important du fait du tarif de visite plus élevé que les autres visites (dégustation).

• Dépenses

Dépenses estimées : **9429 €**

Afin de calculer le coût global de mise en place des visites, une estimation du temps de travail nécessaire pour mettre en place et animer le programme a été réalisée. Elle représente plus de 454h (en hausse par rapport à 2021), soit environ 5487 €.

En complément du coût du temps de travail, s'ajoutent les frais d'impression des 3 programmes sous forme de livrets au format A5, pour un total de 3942 €.

Tableau estimation du temps passé pour chaque mission.

Missions	Temps de travail (en h)
Démarchages prestataires et relances	10
Organisation du planning des visites	5
Rédaction des conventions de partenariat et des avenants	5
Mise en forme des programmes sur support papier et corrections	50
Saisie des visites sur l'open billet	35
Diffusion des visites sur nos supports de communication	40
Préparation des visites réalisées par l'OTGP	30
Prise en charge des réservations	45
Animation des visites de l'OTGP	50
Temps présence de l'OTGP à toutes les visites	174
Demande de facturation des prestataires et règlement	10
Total	454

B. Groupes

OFFRE

- **Produits proposés**

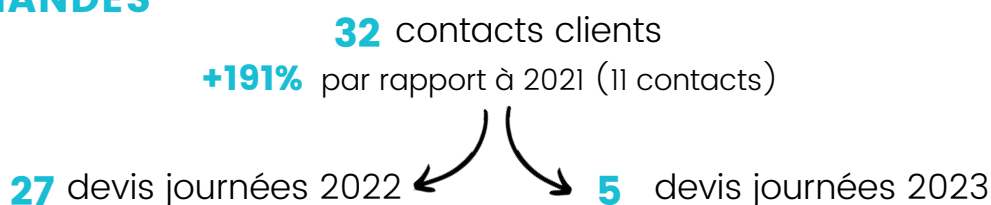
15 journées catalogue **10** sites "A la carte" **2** séjours
32 prestataires, dont **28** sites du Grand Pithiverais

- Thématiques : jardins/nature, châteaux, musées, terroir, loisirs, culture
- Tarifs :
 - Journée : de 43 € à 68 €/pers - Moyenne = 51,15 €/pers
 - Séjour 1 nuit : 203,50 €/pers
 - Séjour 2 nuits : 397,50 €/pers

- **Communication et diffusion**

- Envoi de brochures par courrier : Comme chaque année, la brochure a été envoyée par courrier, grâce à notre fichier clients mis à jour en fonction des retours de courriers de l'année précédente. Chaque journée proposée était détaillée sur une fiche. Une sélection de fiches, insérées dans des pochettes, a été effectuée en fonction du type de groupe.
36 courriers sont revenus à l'Office de Tourisme généralement du fait d'un défaut d'adresse. Pour chaque retour, nous avons supprimé ou modifié les coordonnées du groupe dans notre liste d'envoi de l'année prochaine.
- Site internet : Les journées ont été simplement mises à jour, sans modification de la forme générale effectuée l'année précédente.

DEMANDES



Le nombre de contacts est beaucoup plus important qu'en 2021, ce qui prouve que l'activité groupe reprend peu à peu après la crise sanitaire.

Sur l'ensemble de ces demandes, seulement 3 groupes nous ont contactés suite à la réception de la brochure 2022.

Les demandes de devis se font principalement par téléphone, mais de plus en plus de clients effectuent leurs demandes par mail également.

Les demandes proviennent essentiellement de groupes de l'Essonne, du Loiret et de la Seine-et-Marne. Le reste des groupes provient de départements des régions Centre - Val de Loire (28 et 37) et l'Île-de-France (95, 78, 93, 94, 75). Quelques personnes viennent aussi de l'Yonne.

Les principaux types de groupes accueillis sont principalement des associations de seniors et des CCAS. Nous avons également enregistré 1 demande d'un groupe de randonneurs et 5 demandes de devis par des agences de voyages.

FREQUENTATION

- **Groupes reçus**

12 groupes reçus
+140% par rapport à 2021 (5 groupes reçus)

Les groupes reçus sont composés de 20 à 40 personnes, en moyenne. Nous avons accueilli plus de groupes de 40 personnes.

Nous avons vendu uniquement des excursions à la journée.

Le prix moyen est de 51 € pour une journée. Le prix le moins élevé pour une journée est de 45 € et le plus élevé est de 59 €.

- **Excursions qui fonctionnent le mieux**

Les circuits vendus sont assez diversifiés.

Nous avons vendu 5 journées catalogue et 7 excursions sur-mesure.

- 100 % Beauceironne : 2
- Patrimoine et tradition : 1
- Rosa, rosae... Pithiverais : 1
- Il était une fois : 1

Au total, les groupes ont été reçus dans 13 sites de visites différents. Bien que cela soit assez partagé, les trois principaux sites ayant reçu des groupes de cette année via l'Office de Tourisme sont Yèvre-le-Châtel, la roseraie de Morailles et l'Atelier-Musée de l'Imprimerie.

FINANCEMENT

- **Chiffre d'affaires total**

19 171 € de chiffre d'affaires total
+187,6% par rapport à 2021 (6 667 €)

Le chiffre d'affaires total correspond à l'ensemble des versements perçus par Tourisme Loiret (avec qui nous conventionnons pour la vente de circuits groupes), liés aux groupes dont nous avons traité les demandes.

- **Chiffre d'affaires Commissions OT**

1 514,88 € de commissions OT
+189,8% par rapport à 2021 (519,37 €)

Dans le cadre de notre partenariat avec Tourisme Loiret pour la commercialisation des circuits groupes, un pourcentage de commission nous est reversé en tant qu'apporteur d'affaires ou que concepteur de produits (en cas de vente de nos circuits par un autre partenaire).

- **Visite de Pithiviers**

600 € de chiffre d'affaires OT
0 visite en 2021

Cette année, nous avons assuré 3 visites du centre-ville de Pithiviers pour des groupes de 30, 40 et 50 personnes. L'un des groupes a choisi un circuit que nous avons proposé (Rosa, rosae... Pithiverais), les deux autres groupes ont demandé seulement une visite guidée de Pithiviers.

C. Boutique

ACHATS ET FOURNISSEURS

• Achats de nouveaux produits

En 2022, nous avons fait appel à 10 nouveaux prestataires pour l'achat de produits. Une sélection de nouveaux produits alimentaires a été réalisée pour diversifier les choix de paniers garnis pour les fêtes et proposer des colis plus festifs. Nous commençons également à proposer une gamme de produits plus adaptée au jeune public avec l'entrée de deux jeux de sociétés.

Alimentaire :



- Au péché de Gourmandise, à Pithiviers-le-Vieil : différentes confitures artisanales aux fruits et fleurs
- Nouvelle Plaine, à Mérouville : vins blanc Chardonnay et rouge Pinot noir
- Les Cannelines, à Angerville : croquants à la crème et aux amandes, cannelés au sirop
- Domaine de Voisin, à Tillay-le-Péneux : différentes rillettes et terrines à base de canard
- Bonheur et Papilles, à Ouvrouer-les-Champs : crocs apéro et barres de céréales
- Belsia, à Boisville-la-Saint-Père : chips de Beauce
- C'est moi qui l'effet, à Vitry-aux-Loges : crackers, cookies et kits pour risotto

Librairie :



- Les plus beaux villages de France : livre des villages labellisés, édition 2022

Jeux :



- Créacom Game : Circino, jeu de société sur les communes du Loiret
- Parc Naturel Régional du Gâtinais Français : Escapade en Gâtinais, jeu de société sur les atouts du PNR

• Nouveaux partenariats de dépôt vente

Pour les associations, les articles de librairie et les prestataires qui le souhaitent, principalement artistes et artisans, nous continuons de proposer des conventions de dépôt-vente. 4 nouveaux prestataires ont signé des conventions en 2022. Pour remplacer les bijoux de la Fée perle et d'Autour du bois d'Aur, qui ont quitté la boutique en cours d'année, nous avons recherché de nouveaux créateurs de bijoux.



- Dokkebi créations : Mme Bourdon, de Santeau, artisan perlier d'art a déposé en boutique des boucles d'oreilles, colliers et bracelets en verre de Murano
- Anita Style : M. Ramos, de Nancray-sur-Rimarde, réalise des bracelets en pierres naturelles pour faire découvrir la lithothérapie



- La boîte à idées : association de cartonnage, de Pithiviers, propose des boîtes, bloc-notes et autres objets en carton
- Clem : C. Lachaize, dessinateur de Montbarrois, nous a déposé son livre pour enfants "La légende du Chien de Montargis", créé avec Mme Gannat Lévy, une autrice qui nous a déposé, l'année dernière, son livre sur "Les Sancy, l'histoire fabuleuse de deux diamants".



ACTIONS DE PROMOTION

• **Produit du mois**

Chaque mois, un produit de la boutique est mis en avant. Une courte présentation du produit est réalisée et publiée sur notre site internet, dans les newsletters et sur les réseaux sociaux. Le produit est présenté en boutique, sur la charrette devant le comptoir, avec une petite fiche descriptive.

Janvier : Cartes alphabet de l'Atelier Musée de l'Imprimerie

Février : Bijoux en ivoire végétal de la Fée Perle, 5 idées-cadeaux pour la Saint-Valentin

Mars : Savons au lait d'ânesse de Lédanès, pour la fête des grands-mères

Avril : Chocolats de Pâques de la chocolaterie d'Augerville

Mai : Kit Pithiviers fondant et 5 idées de cadeaux pour la fête des mères

Juin : Terrines au bœuf de la Ferme de la Billoterie

Juillet : Étui à couverts de "Dans la maison de Victine"

Août : Limonades la Beauceronne de la Maison Savouré

Septembre : Ouvrage sur l'église Notre-Dame de Puiseaux et son clocher tors de la SARL AUDIGIER.

Octobre : Bougies en cire d'abeille du Rucher de la Prairie Gâtinaise

Novembre : Vins blanc et rouge de Nouvelle Plaine

Décembre : Paniers de Noël garnis

• **Mailing paniers de fêtes**

Création d'un document à destination des mairies avec nos propositions de paniers garnis, pour les fêtes de fin d'année. Celui-ci a été envoyé au début de l'automne.

• **Programme d'animations en décembre**

Pour animer la boutique en fin d'année, nous avons réfléchi à plusieurs actions à mettre en place lors d'un brainstorming d'équipe. Il a été choisi de mener 6 actions :

- Intervention des producteurs, artisans et auteurs en boutique pour présenter leurs produits au public. Un programme de 10 interventions et animations variées a été réalisé sur le mois de décembre, du mercredi au samedi (voir ci-dessous). Malheureusement, le public n'a pas répondu présent pour ces différentes animations, avec parfois personne ou seulement un ou deux visiteurs par animation.
 - Samedi 3 décembre, 10h-12h : Conservatoire espaces naturels de la région Centre-Val de Loire, présentation du livre et des actions du Conservatoire
 - Mercredi 7 décembre, 10h30-12h30 : Anita'Style, présentation des bijoux, bienfaits des pierres et chemin de vie
 - Mercredi 7 décembre, 16h-17h30 : Sauvegardons l'église de Saint-Martin-le-Seul, présentation des objets et du livre de l'association
 - Jeudi 8 décembre, 10h30-12h30 : Société Archéologique de Boiscommun, présentation des revues de l'association, et Clem, présentation du livre "La légende du chien de Montargis" et initiation au dessin pour les enfants
 - Vendredi 9 décembre, 16h-17h30 : Safranor, dégustation de produits safranés

- Samedi 10 décembre, 14h-15h30 : Nouvelle Plaine, dégustation et présentation des vins
 - Mercredi 14 décembre, 15h-17h : Mme Gannat-Lévy, présentation du livre "Les Sancy, l'histoire fabuleuse de deux diamants"
 - Samedi 17 décembre, 10h30-12h30 : Connaissance et Sauvegarde du Patrimoine, présentation de l'association et des ouvrages réalisés
 - Samedi 17 décembre, 15h30-17h30 : Les Amis de l'Histoire de Beaune, présentation de l'ouvrage sur le Général Cruzat
 - Mercredi 21 décembre, 10h30-12h : Société des Amis de la Forêt d'Orléans, présentation des ouvrages de la SAFO
- Mise en place de quizz sur les produits de la boutique en story Instagram. 4 quizz de 3 à 4 questions, 18 143 personnes touchées
 - Création et diffusion de vidéos présentant les produits coup de cœur des 5 membres de l'équipe et une vidéo générale de la boutique. Les vidéos ont été diffusées sur Instagram et ont touché 25 809 personnes
 - Création de posts Facebook et Instagram sur la boutique de Noël. 7 posts non sponsorisés sur Facebook (2 liens, 4 photos, 1 vidéo) qui ont touché 8 931 personnes et 1 post sponsorisé (lien) qui a touché 15 520 personnes pour 48 € dépensés
 - Réalisation d'une publicité sur Facebook et sur Instagram au format vidéo (adapté à chaque support). 28 372 personnes touchées pour 29 € dépensés

Total sur les différents supports des réseaux sociaux :

96 775 personnes touchées, 77 € dépensés.

On peut constater que la diffusion des vidéos a bien fonctionné, parce qu'elle a touché plus de personnes en dépensant moins d'argent. Par ailleurs, des personnes sont venues en boutique pour acheter les produits coup de cœur d'Anaëlle (sablés au safran) et Élodie (terrines de foie gras de canard).

- Don d'un cadeau (écocup, Guide du Routard) pour tout achat supérieur à 15 €

• Boutique en ligne

Toutes les actions précédemment citées ont permis de faire connaître notre boutique en ligne puisqu'on compte 1166 pages vues en décembre (contre 239 en moyenne pour les autres mois de l'année 2022). 42 % de ces visiteurs arrivent des moteurs de recherche et 35 % des réseaux sociaux.

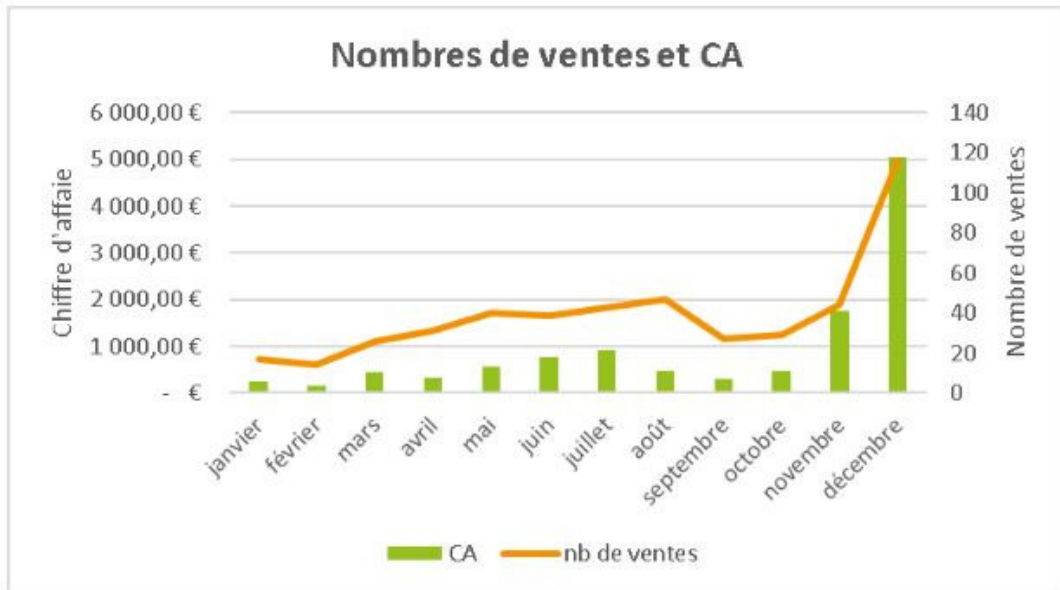
Cependant, comme en 2021, seulement trois commandes en "clic and collect" ont été enregistrées sur notre boutique en ligne.

VENTES

• Ventes et chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires : 11 530,86 €, en hausse de 22% par rapport à 2021 (9 485,77 €)

Bénéfice, après paiement des produits aux fournisseurs : 1072,26 €, en baisse de 45,6% par rapport à 2021 (1970.61 €)

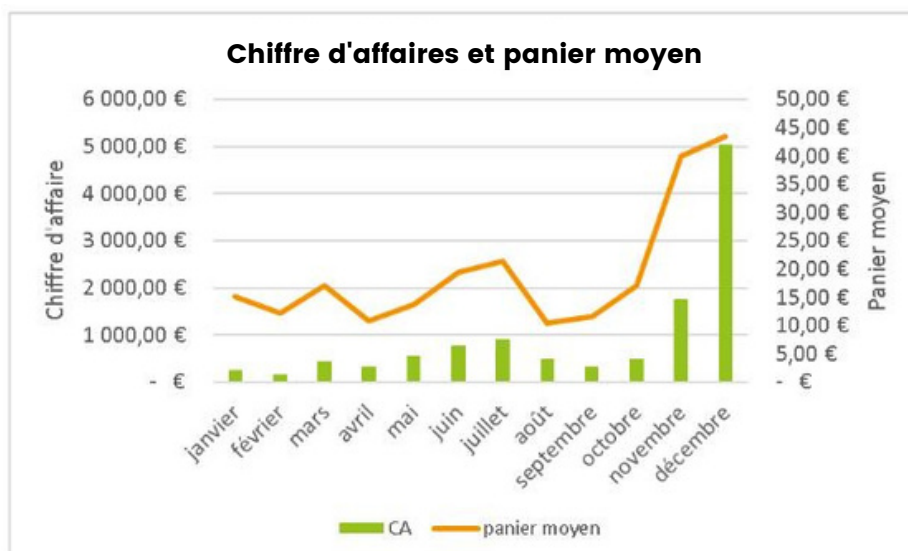


Sur le graphique, on constate comme l'année dernière que c'est au mois de décembre que nous avons le plus de ventes et de chiffres d'affaires avec 116 ventes et 5 044,62 € de chiffre d'affaires, soit la moitié du chiffre d'affaires annuel. Le mois de novembre est également important grâce aux commandes collectives de colis de Noël.

Les périodes les plus calmes en boutique sont les mois de janvier et février avec moins de 20 ventes et moins de 300 € de chiffre d'affaires. Les autres mois sont relativement constants avec en moyenne entre 30 et 40 ventes et environ 500 € de chiffre d'affaires.

• Panier moyen

En 2022, le panier moyen annuel est de 24,38 €, en hausse de 35% par rapport à 2021 (18,02 €). Celui-ci est tiré à la hausse par les commandes collectives des mairies et entreprises en novembre et décembre, dont les montants sont plus conséquents. En exceptant les deux derniers mois de l'année, le panier moyen baisse à 14,86 €.



- **Etude des ventes**

	CA	nb de ventes	panier moyen	produits + vendus
janvier	256,07 €	17	15,06 €	Cartes Postales 0,50
février	169,97 €	14	12,14 €	Beauce Cola 33cl
mars	441,56 €	26	16,98 €	Ecocups
avril	333,90 €	31	10,77 €	Trio de financiers savons Arthur Curcuma lavande nature
mai	552,86 €	40	13,82 €	Harmonie de confitures au safran
juin	760,64 €	39	19,50 €	Cartes Postales 0,50
juillet	917,33 €	43	21,33 €	Tuiles au safran
août	486,92 €	47	10,36 €	Sablés safran
septembre	315,10 €	27	11,67 €	Tuiles au safran
octobre	492,71 €	29	16,99 €	Sablés safran
novembre	1 759,18 €	44	39,98 €	Sablés au chocolat
décembre	5 044,62 €	116	43,49 €	Bonbon pastille au miel
2022	11 530,86 €	473	24,38 €	Sablés safran

Les produits vedettes de cette année sont les sablés au safran du Safran des templiers, avec 98 paquets vendus. On remarque que les produits au safran sont très appréciés en boutique et ont détrôné les bières de la Brasserie des Merveilles, produit phare des 2 années précédentes. En mai, nous avons vendu beaucoup d'harmonies de confitures au safran, en juillet des tuiles au safran et en août et octobre des sablés au safran.

Les produits les plus vendus ne correspondent pas aux produits mis à l'honneur chaque mois.

Pour les fêtes de fin d'année, une brochure a été envoyée à toutes les mairies du Loiret pour présenter nos paniers de produits du terroir. Envoyée le 1er octobre, elle comportait 11 propositions de paniers de 19,60 € à 43,00 €. 6 demandes de devis ont été effectuées et 4 devis ont été validés (3 mairies et 1 entreprise). La vente de ces colis de Noël représente 3051,72 €, soit plus de la moitié du chiffre d'affaires de décembre, mais en baisse de 21% par rapport à 2021 (6 commandes, 3862,89 € de chiffre d'affaires).

D. Expositions

En 2022, 12 expositions mensuelles ont été proposées (contre 11 en 2021 car celle d'avril avait dû être reportée du fait du confinement) :

Janvier	Février	Mars
<p>Exposant : Association Choeur de Safran</p> <p>Type d'expo : Regards d'artistes sur la récolte du safran, peintures et photographies</p> <p>€ Pas à vendre</p> <p> 34</p>	<p>Exposant : Musée des Transports de Pithivies</p> <p>Type d'expo : Photos anciennes et objets ferroviaires</p> <p>€ Pas à vendre</p> <p> 16</p>	<p>Exposant : Patrick MARTIN</p> <p>Type d'expo : Tableaux en dentelle bois (chantournage)</p> <p>€ 1 tableau Manneken Pis à 70 € Commission OT : 7 €</p> <p> 22</p>
Avril	Mai	Juin
<p>Exposant : Médiathèque Départementale du Loiret</p> <p>Type d'expo : Panneaux "Un monde de fleurs" pour reconnaître les fleurs du printemps + livres à consulter</p> <p>€ Pas à vendre</p> <p> 13</p>	<p>Exposant : Alban LAROUSSE</p> <p>Type d'expo : Croquis et aquarelles d'oiseaux du Loiret</p> <p>€ -</p> <p> 28</p>	<p>Exposant : Lucien MARTINOT</p> <p>Type d'expo : Photographies</p> <p>€ -</p> <p> 13</p>
Juillet	Août	Septembre
<p>Exposant : Mme MARTIN</p> <p>Type d'expo : Peintures et pastels</p> <p>€ -</p> <p> 12</p>	<p>Exposant : Jacky NOURISSON</p> <p>Type d'expo : Peintures sur le thème de Désiré Lubin</p> <p>€ Pas à vendre</p> <p> 33</p>	<p>Exposant : Claude PARVILLIERS</p> <p>Type d'expo : Peinture</p> <p>€ Pas à vendre</p> <p> 29</p>
Octobre	Novembre	Décembre
<p>Exposant : Alexandra KRAIF</p> <p>Type d'expo : Peinture</p> <p>€ -</p> <p> 21</p>	<p>Exposant : Valérie FASSIER</p> <p>Type d'expo : Peinture</p> <p>€ -</p> <p> 28</p>	<p>Exposant : Geneviève DUVAL</p> <p>Type d'expo : Photographies animaux et paysages sous la neige</p> <p>€ 1 tableau à 110 € + 4 tirages photos à 15 € Commission OT : 17 €</p> <p> 24</p>
<p> Produits vendus</p>	<p> Nombre de contacts</p>	

- **Durée**

Chaque exposition dure en moyenne un mois et elle est visible pendant les jours d'ouverture de l'Office, du mardi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30.

- **Communication**

Pour chaque exposition, nous avons réalisé une affiche qui a été envoyée à la presse, accompagnée d'un texte de présentation. Généralement, un journaliste se déplace le jour de l'installation de l'exposition pour poser des questions à l'artiste et rédiger un article. Lorsque la presse ne se déplace pas, nous lui envoyons une photo de l'exposition pour qu'elle réalise un article dans le Courrier du Loiret et la République du Centre.

Une présentation de l'exposition est publiée dans les actualités de notre site internet, dans l'agenda, sur les réseaux sociaux et dans la newsletter.

- **Nombre de contacts**

Sur l'ensemble de l'année, nous avons reçu **273 contacts** pour l'exposition, ce qui est le double de l'année dernière (130 contacts en 2021). La moyenne de contacts pour les expositions est de **22 personnes par mois** (11 contacts en 2021). De plus, nous pouvons considérer que toute personne entrant dans l'Office de Tourisme prête une petite attention au mur d'exposition, sans que cela ne soit noté dans les statistiques ci-dessus.

Les expositions qui ont attiré le plus de personnes sont celles de l'association "Chœur de Safran" en janvier et de Jacky Nourisson en août.

- **Ventes**

L'Office de Tourisme prend une commission de 10 % sur les œuvres des artistes qui sont vendues. Cette année, nous avons vendu deux tableaux et quatre tirages photos, pour un **total de 240 €**, soit un total des **commissions de 24 €** (31,70 € de commissions en 2021).

E. Événementiel

MARCHES DU TERROIR

• Organisation

Dans la continuité de 2021, l'Office de Tourisme a poursuivi son partenariat avec l'association "Les Saveurs du Castelet" pour l'organisation des marchés du terroir de Yèvre-le-Châtel.

Pour l'année 2022, trois dates ont été maintenues :

- dimanche 1er mai, date historique de ce marché
- dimanche 10 juillet
- dimanche 25 septembre, repoussé de quelques semaines pour revenir à la date du dernier week-end de septembre, comme cela était le cas auparavant

Pour le mois de juillet, des interrogations se sont posées sur le maintien de cette nouvelle date de marché proposée en 2021, car à cette période, une bonne partie des producteurs est en moisson, les visiteurs sont davantage des promeneurs que des consommateurs et la redondance de trois marchés dans le même village peut freiner. Finalement, il a été choisi d'avancer la date par rapport à l'année précédente et de proposer un marché consacré davantage à l'artisanat.

Le partage de l'organisation entre l'association et l'Office de Tourisme a été conservé, avec la même répartition des tâches qu'en 2021.

• Gestion des inscriptions

Après remaniement du listing 2021, 197 invitations ont été envoyées, dès début mars, à 99 producteurs, 8 pépiniéristes, 10 restaurateurs et 80 artisans.

Comme en 2021, les inscriptions aux marchés se sont faites en ligne, via un lien envoyé par mail aux exposants. Après les pré-inscriptions des exposants aux dates de leur choix, l'Office de Tourisme a contrôlé et validé chaque formulaire avant d'envoyer un lien de paiement en ligne avec l'outil Strype. Il était également possible d'envoyer un chèque à l'ordre des Saveurs du Castelet avant les marchés.

Dans la liste des invités, certaines activités sont représentées par plusieurs personnes pour être sûrs d'avoir au moins un exposant représentant l'activité. Or, pour éviter la concurrence sur le marché, il a été choisi de valider ou non l'inscription en ligne des exposants en fonction des personnes déjà inscrites.

• Bilan des inscriptions aux marchés

66 exposants en moyenne par marché en 2022, en hausse par rapport à 2021 (56 exposants) :

- 1er mai : 37 producteurs, 28 artisans, 3 restaurateurs, soit 68 exposants
- 10 juillet : 26 producteurs, 36 artisans, 3 restaurateurs, soit 65 exposants
- 25 septembre : 35 producteurs, 27 artisans, 4 restaurateurs, soit 66 exposants

Malgré le paiement des stands avant la manifestation, il existe toujours des désistements de dernière minute.

• Animations

L'association s'est occupé de l'animation des marchés et l'Office de Tourisme a donné quelques contacts et idées. Différentes animations musicales et ludiques ont ainsi pu être proposées :

- Mai : "Mélodibelle", en concert devant l'église Saint-Gault et "Les Tribardeurs" en déambulation sur le marché
- Juillet : Animations des stands avec des démonstrations et ateliers, et musique amérindienne sur les stands
- Septembre : Théâtre en plein air devant l'église Saint-Gault avec la troupe des "Chemins de l'Imaginaire" et musiques folk et traditionnelle "Les Tribardeurs" et "Les P'tits buvards" en déambulation sur le marché

• Communication

Pour la conception des flyers et affiches, l'Office de Tourisme a fait appel à l'entreprise "Nuance 2 Com". Le logo du marché, créé par "Bo-projet" en 2021, a été conservé.

Il a été décidé de réaliser une affiche commune avec les trois dates des marchés pour diminuer les coûts. Impression de :

- 200 affiches au format A4 avec les trois dates des marchés
- 100 affiches au format A3 avec les trois dates des marchés
- 8 000 flyers avec la liste des exposants de chaque marché

Supports de diffusion utilisés :

- Distribution d'affiches et de flyers dans les commerces et mairies du Grand Pithiverais, ainsi que dans les habitations de Yèvre-la-Ville et Yèvre-le-Châtel
- Réseaux sociaux : posts et sponsorship
- Articles de presse : réalisation de communiqués de presse
- France Bleu Orléans : interviews radio
- Newsletter de l'Office de Tourisme
- Sites internet : du Grand Pithiverais, de Tourisme Loiret et de la Région Centre Val de Loire

La communication a été gérée et financée par l'Office de Tourisme. L'association a participé à la diffusion des affiches et flyers.

• Fréquentation

Cette année, aucun comptage précis du nombre de visiteurs n'a pu être réalisé.

La fréquentation globale du marché est estimée en fonction du nombre de contacts comptabilisés sur le stand de l'Office de Tourisme, placé à l'entrée du marché, dans la rue des Tours.

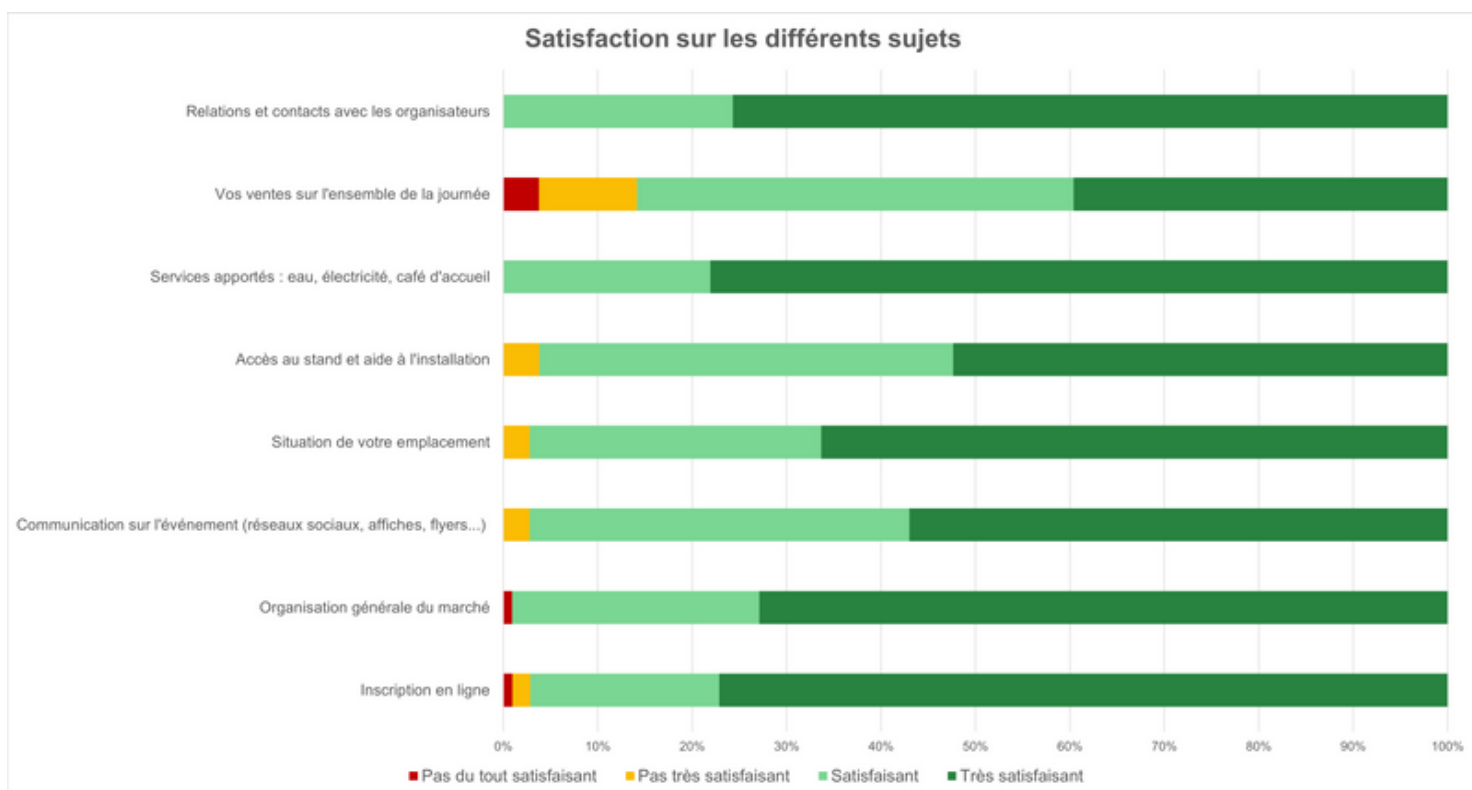
- Mai : 371 contacts
- Juillet : 248 contacts
- Septembre : 341 contacts

Nous estimons que 10 % des visiteurs s'arrêtent sur le stand de l'Office de Tourisme, ce qui représente une moyenne d'environ 3 000 visiteurs par marché, avec une fréquentation légèrement inférieure en juillet.

• Bilan des marchés

Pour optimiser, dans la mesure du possible, le déroulement des marchés et évaluer la satisfaction des exposants, nous leur avons envoyé un questionnaire après chaque marché.

Globalement, les exposants sont très satisfaits des marchés puisque 87 % des répondants sont satisfaits voire très satisfaits, tous sujets confondus.



PEREGRINATIONS PHOTOS

A la demande du Photo Club de Pithiviers, un partenariat a été mis en place entre l'association et l'Office de Tourisme pour la co-organisation des lères Pérégrinations photos du Pithiverais, les samedi 15 et dimanche 16 mai 2022. Cette manifestation avait déjà été envisagée en 2021 puis annulée du fait de la situation sanitaire.

Sur la base de l'un des 5 circuits pédestres proposés par l'Office de Tourisme autour de Pithiviers, les photographes amateurs devaient parcourir les environs le samedi pour prendre leurs 3 plus beaux clichés, à déposer auprès de l'association sous format numérique le soir-même. Le dimanche matin a eu lieu la sélection des photos gagnantes par le jury et la cérémonie de remise des prix a eu lieu le dimanche après-midi.

A l'issue de cette lère édition, qui a rassemblé seulement 7 participants, il a été proposé de reconduire cette manifestation à l'automne, pour obtenir des photos à différentes saisons. Cet événement a donc été reconduit pendant le Salon des Arts, à Pithiviers, les samedi 22 et dimanche 23 octobre. Celui-ci a rassemblé environ le même nombre de participants qu'au printemps.



8

COMMUNICATION

A – Site internet

Lancement du nouveau site internet en août 2022

B – E-réputation

44 établissements "surveillés"

Note moyenne 2022 de l'ensemble des établissements du territoire : 8,5/10

Note moyenne 2022 de l'OT : 9/10

C – Réseaux sociaux

+25% abonnés sur Facebook et Instagram en 2022

481 publications

771 702 personnes touchées

D – Vidéos de promotion du territoire

Spot TV classique de 30 sec, sur France 3 CVL, en juillet

Diffusion digitale : spot de 30 sec, diffusé sur le web via la plateforme France.tv

E – Newsletter

50 newsletters envoyées

956 contacts (+9,76%)

30 788 destinataires cumulés (+48%)

Taux d'ouverture : 32,21%



8 COMMUNICATION

F – Documentation papier

Parution de :

- 2 guides : touristique et producteurs
- 2 circuits découverte : Pithiviers et Malesherbes
- 3 programmes de visites et découvertes
- 4 livrets de circuits groupes

G – Presse écrite

+ de 200 mentions dans la presse en 2022

2/3 dans La République du Centre - 1/3 dans le Courrier du Loiret

H – Radio

9 interventions radio sur France Bleu Orléans

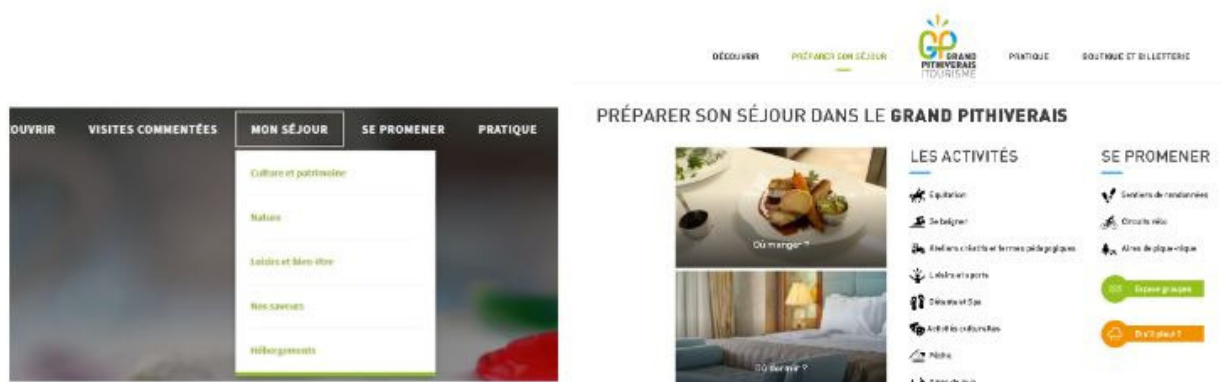
I – Télévision

Ensemble de reportages à Pithiviers, sur France 3 Centre-Val de Loire
Diffusion de l'émission Epicierie Fine intitulée "Le Grand Pithiverais", sur TV5 Monde

A. Site internet

NOUVEAU SITE INTERNET

Le nouveau site internet de l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais a été mis en ligne le 8 août 2022. Pour rappel, l'objectif principal de cette refonte était d'optimiser la navigation sur le site, notamment par le biais d'une réorganisation des contenus et d'un nouveau menu.



Captures d'écran : ancien menu à gauche, nouveau menu à droite

• Lancement du site

Afin de promouvoir sa sortie, un jeu concours a été organisé sur les réseaux sociaux. Il avait pour but d'inciter les utilisateurs à parcourir le site lors d'une chasse au trésor virtuelle. Les statistiques de cette période montrent qu'il s'agit d'un véritable succès : le nombre de visiteurs a augmenté, le nombre moyen de pages vues par session a été multiplié par 11 et le temps moyen passé sur le site a augmenté d'environ 800%.

• Impact de la mise en conformité RGPD sur les chiffres de fréquentation

Le nouveau site internet a été mis aux normes RGPD (collecte des cookies). Cela a un impact direct sur la fréquentation que nous mesurons. En effet, nous ne comptabilisons plus les visites des utilisateurs qui ne nous donnent pas leur consentement. Il est donc parfaitement normal que le nombre de visiteurs enregistré soit plus bas qu'en 2021. On estime qu'une mise aux normes RGPD provoque une baisse du trafic enregistré de 20% à 50% en moyenne. Sur notre site, la baisse est autour de 30% sur la période août-décembre 2022, comparativement à la même période 2021.

• Impact sur le travail de l'équipe

Le backoffice du nouveau site internet est beaucoup plus fonctionnel et complet que celui de l'ancien. Cela a un effet direct sur la qualité des contenus du site mais aussi sur le travail de l'équipe. En effet, les outils ont été pensés afin d'optimiser et de faciliter au maximum la production et la mise en page des contenus, ce qui génère un gain de temps extrêmement important pour le personnel.

Le fait de ne plus être dépendants de l'ancienne agence nous permet également une plus grande flexibilité dans la mise en place de nouveaux outils qui facilitent le travail de l'équipe (exemple : nouveau formulaire d'inscription au marché de Yèvre-le-Châtel avec possibilité de paiement en ligne).

STATISTIQUES GENERALES

• Fréquentation du site internet

Le nombre de visiteurs sur le site internet de l'Office de Tourisme en 2022 a baissé d'environ 15% par rapport à 2021, mais reste tout de même plus élevé que les niveaux de 2019 (+95%) et 2020 (+20%).



Il y a deux raisons qui expliquent cette baisse :

- la campagne de promotion importante réalisée en 2021
- la mise aux normes RGDP du nouveau site internet.

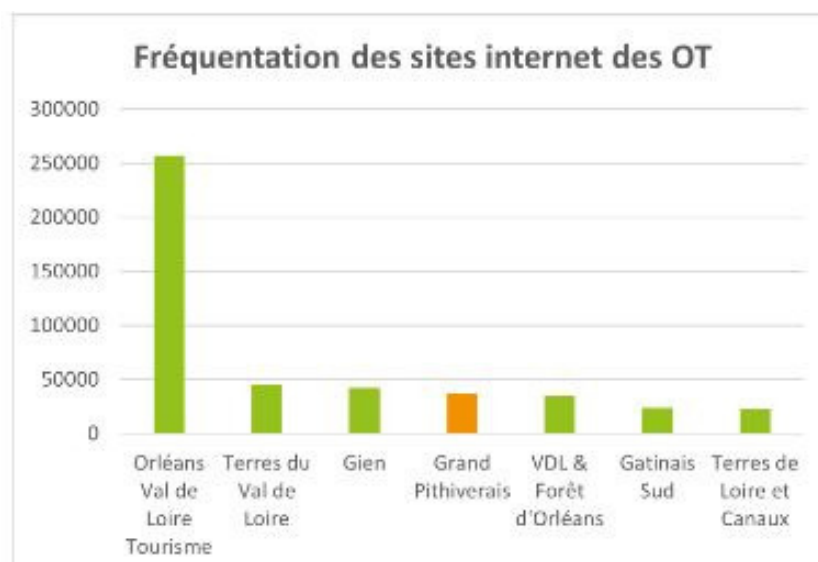


Comme tous les ans, on note une hausse de la fréquentation en haute saison (de mai à août), avec cette année un pic au mois de juin.

La baisse de la fréquentation enregistrée due à la mise en conformité RGPD commence en août.

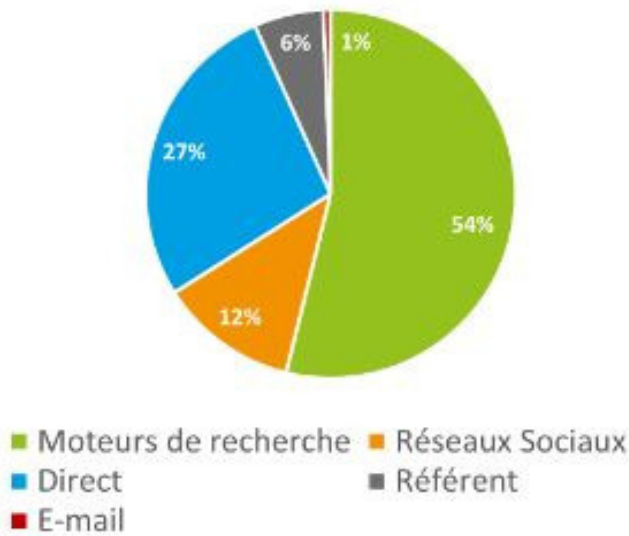
• Et dans le reste du Loiret ?

En 2022, la fréquentation du site internet du Grand Pithiverais est dans la moyenne de celle des autres Offices de Tourisme du Loiret, exception faite d'Orléans.



• **Comment les visiteurs arrivent-ils sur notre site internet ?**

SUPPORT D'AQUISITION EN 2022



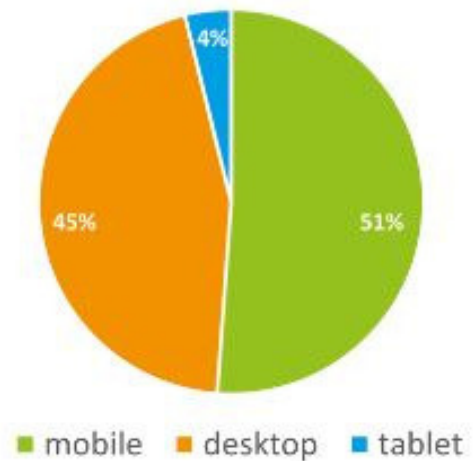
Comme d'habitude, la majorité de nos utilisateurs provient des moteurs de recherche. On note cependant une part très importante (et peu probable) de trafic direct. Celle-ci est probablement due à une mauvaise catégorisation de la part de Google Analytics, ce qui rend ce graphique peu fiable.

Les principales sources de notre trafic réfèrent sont dans l'ordre : Les Plus Beaux Villages de France, la Ville de Malesherbes, la Ville de Pithiviers (en particulier depuis la sortie de leur nouveau site internet en mars 2022) puis France Télévision.

• **Quel type d'appareil utilisent-ils ?**

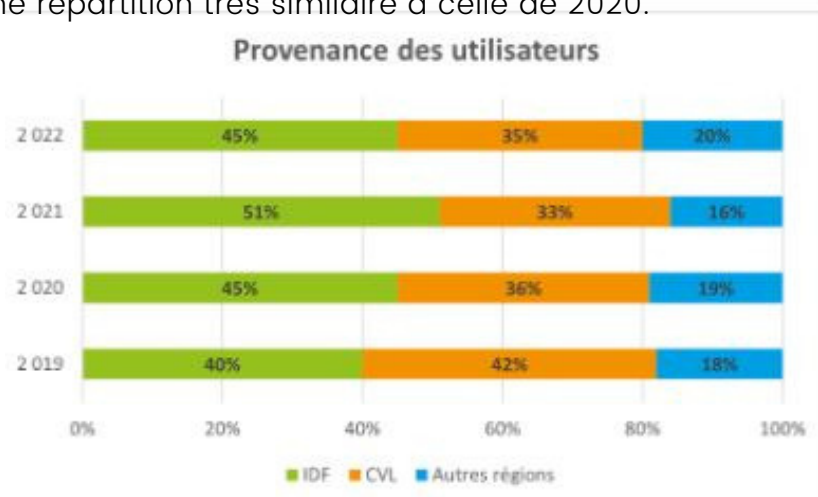
Le mobile reste le type d'appareil le plus utilisé pour visiter notre site internet. Il est néanmoins en léger recul par rapport à l'année passée. La part très élevée des mobiles en 2021 était probablement due à la grosse campagne de communication sur les réseaux sociaux.

Type d'appareil utilisé en 2022



• **D'où viennent les utilisateurs ?**

Les franciliens restent les principaux visiteurs du site internet du Grand Pithiverais, même si dans des proportions légèrement moins importantes qu'en 2021. On remarque une répartition très similaire à celle de 2020.



• Quelles sont les pages les plus visitées ?

1. Accueil
2. Agenda
3. Top 10
4. Musée des Transports
5. Visites
6. Randonnées
7. Boutique
8. Belvédère des Caillettes
9. Votre espace patrimoine*
10. Yèvre-le-Châtel

*landing page campagne vidéo thème patrimoine

Il est également intéressant de noter que les visiteurs restent particulièrement longtemps sur les pages du Musée des Transports, du Belvédère des Caillettes et des circuits de randonnées. Les pages des randonnées et des circuits vélo sont celles où les visiteurs s'arrêtent le plus longtemps avec respectivement 3min50 et 4min33 en moyenne, contre 1min19 sur le reste du site.

FOCUS ESPACES SPECIAUX

• Espace visites

La page "visites" (page d'accueil de l'espace billetterie) est la cinquième page la plus consultée du site internet. L'espace visites a comptabilisé 7910 pages vues, soit près de 9% du trafic total du site internet. La part des ventes en ligne continue de progresser : +7% en 2022 (qui s'ajoutent aux +7% de 2021). À présent, environ 1/3 des réservations se font directement en ligne. Le taux de satisfaction des réservations en ligne est toujours excellent : les utilisateurs lui attribuent la note de 4,6 /5.

• Boutique en ligne



La boutique en ligne est plutôt bien fréquentée depuis sa création en fin d'année 2021. En effet, sa page d'accueil est la septième page la plus fréquentée du site internet en 2022.

Elle attire tout particulièrement pendant la période des fêtes de fin d'année. Cependant, les visiteurs du site ne concluent que très rarement leurs achats en ligne. Ils prospectent en ligne, mais ils préfèrent toujours se rendre en boutique pour finaliser leurs achats.

• Nouveauté 2022 : Espace groupe

Suite à la modification des circuits groupes, l'espace groupe a été retravaillé pour mettre en avant les nouveaux circuits et les nouvelles thématiques. Il est à présent plus attrayant et correspond mieux aux contenus des différents livrets, ce qui apporte plus de cohérence.

B. E-réputation

• Les établissements surveillés

Nombre d'établissements surveillés



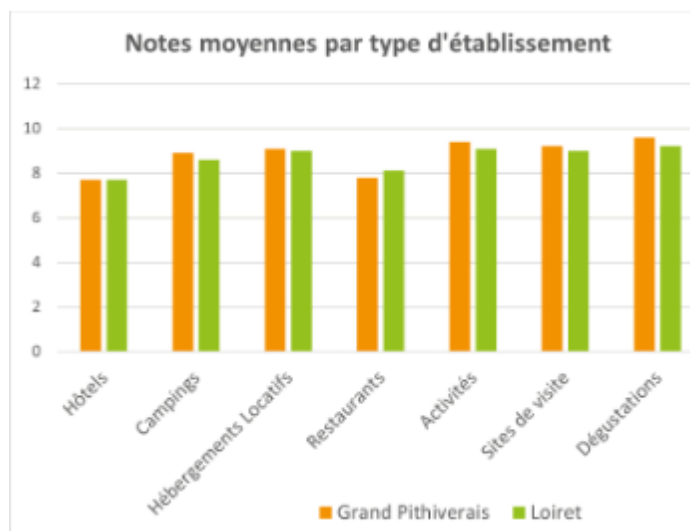
Tourisme Loiret nous fournit actuellement des licences pour surveiller un total de 44 établissements, dont l'Office de Tourisme lui-même.

Pour la plupart, il s'agit de sites de visites ou bien d'hébergements touristiques.

• Notation

La note moyenne sur l'ensemble de nos établissements pour 2022 est de 8,5/10. Elle est stable pour la quatrième année consécutive, mais aussi légèrement supérieure à la moyenne départementale qui est de 8,1/10.

On remarque que les sites de visites, les activités et les hébergements locatifs surveillés ont d'excellentes notes. Les hôtels et les restaurants sont un peu moins performants, mais se maintiennent tout de même à un niveau acceptable, proche de la moyenne départementale.



• E-réputation de l'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme du Grand Pithiverais se classe en 3ème position des Offices de Tourisme les mieux notés du Loiret avec une moyenne de 9/10, en légère baisse par rapport à fin 2021 (9,6). L'Office de Tourisme n'a cependant reçu aucun avis négatif au cours de l'année. La note la plus basse attribuée était de 6/10, d'une personne n'ayant pas laissé de commentaire.

C. Réseaux sociaux

• Nombre d'abonnés

Le nombre d'abonnés sur Facebook et Instagram continue d'augmenter : +25% en moyenne sur l'ensemble de l'année, avec un bond particulier sur Facebook sur la période août-septembre.

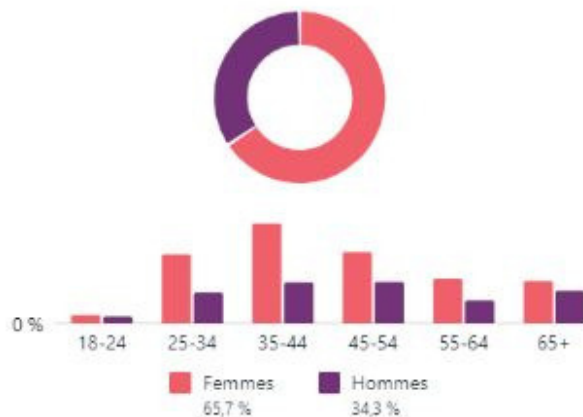


• Qui sont nos fans ?

Nos fans sont principalement des locaux, en majorité des femmes. Instagram nous permet de rajeunir très légèrement notre audience. Comme on peut le voir avec le graphique ci-dessous : sur Facebook, plus de 50% de nos visiteurs ont plus de 45 ans contre 42% sur Instagram.

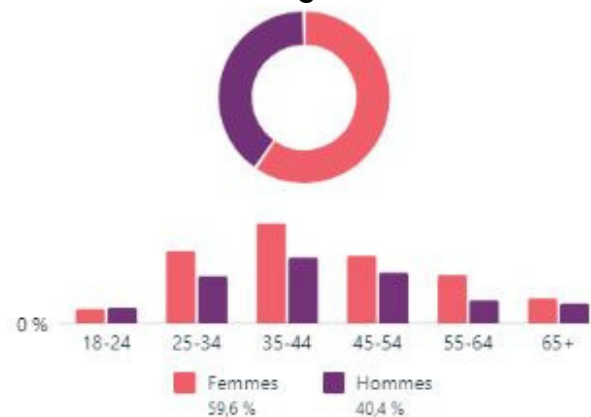
Âge et genre ①

Facebook



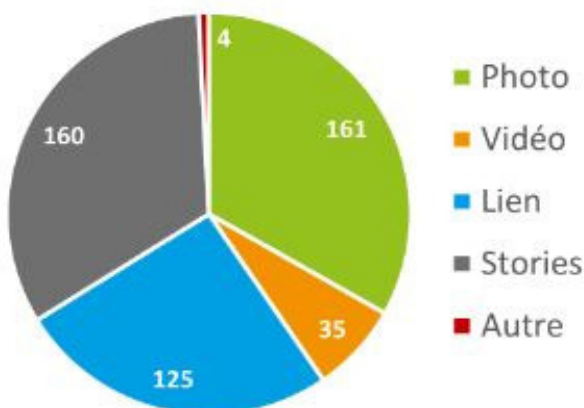
Âge et genre ①

Instagram



• Nombre de publications

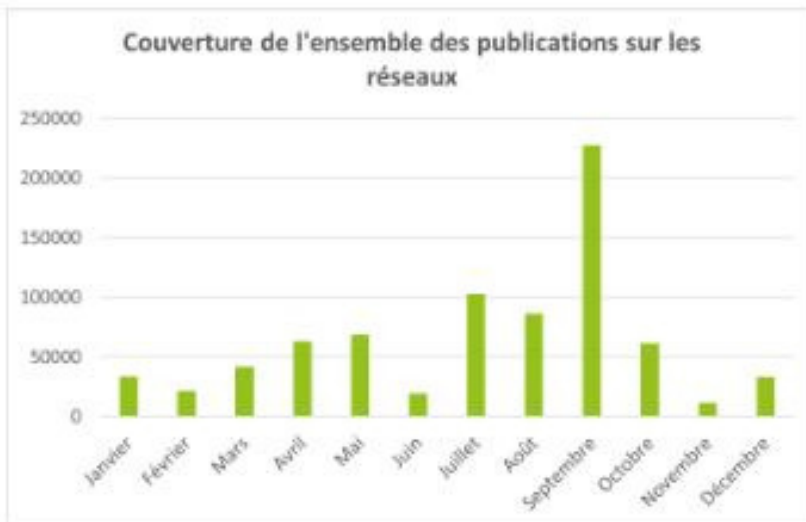
Répartition par types de publication



Au cours de l'année 2022, l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais a effectué un total de 481 publications. En dehors des stories, les types de publications les plus courants ont été les liens et les photos.

• **Couverture**

L'ensemble des publications et stories sur Instagram et Facebook a touché 771 702 personnes, dont environ la moitié de trafic "naturel" et l'autre moitié "payant". On note un pic en septembre correspondant à la campagne de communication vidéo.



Les types de publications qui génèrent le plus de couverture (hors publicités) sont de loin les photos et les vidéos avec une couverture moyenne autour de 1300 personnes par post (contre 800 pour les liens). On peut s'attendre à ce que cette tendance continue de s'accroître pour les vidéos suites aux modifications de l'algorithme d'Instagram.

• **Les posts qui ont le mieux fonctionné**

Sans surprise, les posts qui ont le mieux fonctionné sont les publicités et les contenus sponsorisés. Hors monétisation, la publication qui a généré la plus grande couverture est la vidéo (Reel) du record du plus long pithiviers, partagée sur Facebook et sur Instagram. Elle cumule 15 991 personnes touchées et 234 j'aime. Cela fait d'elle la deuxième publication la plus aimée en 2022, juste derrière la publicité sur le thème du patrimoine.



D. Vidéos de promotion du territoire

En 2022, nous avons relancé la campagne vidéo de l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais. Celle-ci s'est déroulée en deux phases :

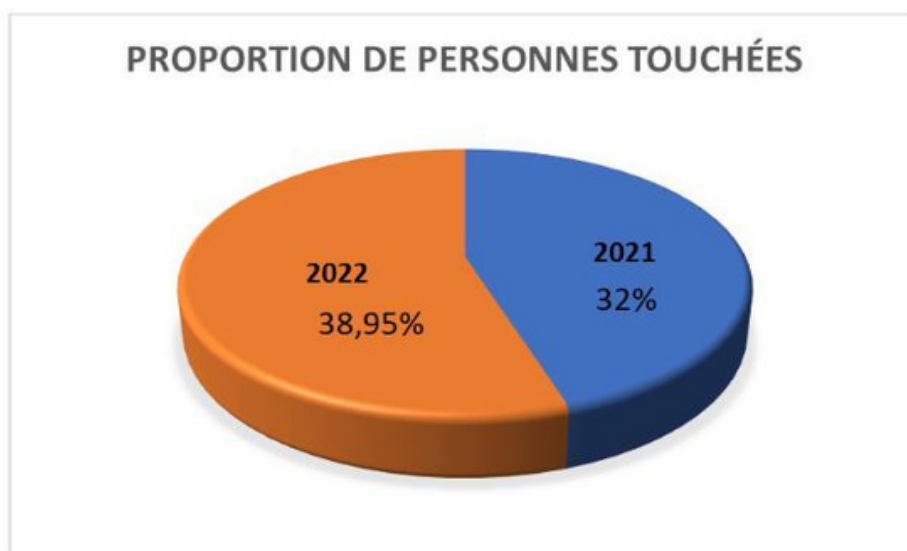
- Spot TV classique
- Diffusion digitale

• Spot TV Classique

Le spot TV, d'une durée de 30 sec., a été diffusé sur l'antenne de France 3 Centre-Val-de-Loire du 27 juin au 24 juillet 2022. Le spot a bénéficié de 30 passages durant cette période, principalement les soirs de semaine et le week-end, durant le décrochage régional.

Selon France TV Publicité, le spot a été vu au moins 1 fois par 606 763 personnes, ce qui fait un taux de couverture de 38,95% (contre 34,8% sur la région IDF en 2021). Il est à noter que les spots ont été vus en moyenne 2,66 fois

Cependant, l'indicateur qui nous intéresse est le GRP ou Gross Rating Point (mesure d'audience où 1 GRP est égal à 1% de la cible touchée). Pour cette campagne, il est de 103,6 (contre 60,1 sur la région IDF en 2021). Nous avons donc atteint plus de 60% de la cible régionale du Centre-Val-de-Loire regardant le décrochage régional. Ramené à la population totale de la région (2,56M d'habitants), cela représente près de 38,95 % de personnes touchées.



À noter que FranceTV Publicité nous a proposé d'essayer (l'offre était incluse sans surcoût) la diffusion par TV segmentée sur les chaînes France 2, France 3, France 5 et géolocalisée dans la région Centre-Val-de-Loire. Nous n'avons finalement pas pu expérimenter ce dispositif à cause d'un point juridique de l'ARPP. Nous avons alors choisi l'option digitale avec une localisation sur Paris et sud Île-de-France.

• Diffusion digitale

Le spot de 30 secondes a été diffusé sur le web via la plateforme France.tv.

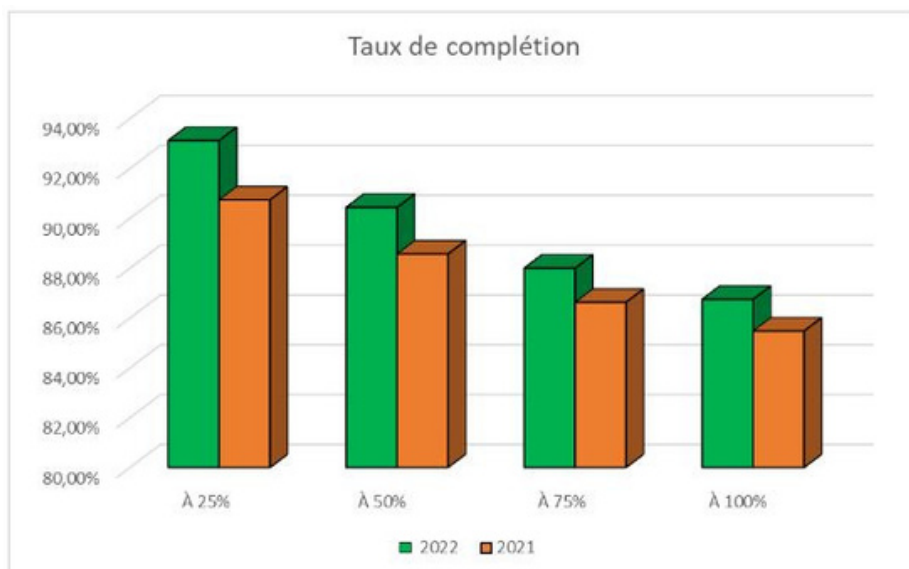
France TV Publicité inclut systématiquement dans ses forfaits une diffusion digitale, de ce fait, nous avons eu une couverture sur la région Paris-IdF et Centre-VdL. Cette diffusion se fait en pré-roll (vidéos cliquables diffusées avant la visualisation d'une vidéo de contenu) sur la plateforme France.tv, de manière géolocalisée et accessible sur les ordinateurs et smartphones.

Le spot de 30 sec. a servi de pré-roll, du 27 juin au 24 juillet 2022, et ciblait les 35-59 ans dans les régions Île-de-France et Centre-Val de Loire pour un total de 43 056 personnes (en adéquation avec le budget et le temps de diffusion inclus dans le contrat).

Finalement, le spot a été vu par 43 268 personnes, soit 100,49%. 742 personnes (1,73%) ont cliqué sur la vidéo.

Autre chiffre intéressant à analyser : le taux de complétion (part des personnes qui visualisent la vidéo jusqu'au bout). Les vidéos pouvaient être passées au bout de 12 secondes.

	2022	2021
• À 25% :	93,12%	90,74%
• À 50% :	90,44%	88,57%
• À 75% :	88,00%	86,63%
• À 100% :	86,75%	85,48 %



D'après le Journal du Net et à titre de comparaison, une campagne en pré-roll ne pouvant être passée dans sa totalité peut facilement atteindre un taux de complétion de 85 %, tandis qu'une campagne en pré-roll qui peut être passée, même réussie, atteint difficilement un taux de complétion de 40 %.

Dans le cas de notre vidéo, elle a été vue, en moyenne et en intégralité, par 37 535 personnes.

Par ailleurs et du fait des résultats en deçà, par rapport au dispositif de France TV, nous n'avons pas fait appel au dispositif d'Audience+ cette année.

E. Newsletter

Une newsletter hebdomadaire a été mise en place en octobre 2019, d'abord en pdf puis électronique.

Au départ, elle était destinée à informer nos partenaires des actualités de l'Office de Tourisme et des événements du territoire. Depuis, elle est diffusée directement par courriel aux prestataires, aux mairies du Loiret, aux Communautés de Communes du territoire, aux PIT, à la presse ainsi qu'aux personnes inscrites à cette newsletter (via formulaire sur le site).

Fin 2022, on dénombrait **956** contacts (+9,76%)

50 newsletters envoyées (+4,7%)

30 788 destinataires (total cumulé) (+48%)

9 927 d'entre eux ont ouvert la newsletter (soit un taux d'ouverture de 32,21% contre 41,11%, en 2021), 705 ont cliqué sur un lien (soit un taux de 7,1% contre 4,96%, en 2021) et enfin, 63 se sont désinscrits (soit 0,2%, contre 0,26%, en 2021)*. À noter que 376 (soit 1,22% contre 2,61% en 2020) ont répondu par un soft (par ex. une boîte pleine) ou hard bounce (par ex. erreur sur les parties "nom" ou "domaine" d'une adresse e-mail).

*Le taux d'ouverture moyen est de 25,85 % (23,60% pour le secteur voyage) ; Le taux de clic moyen est de 1,27 % (1,39% pour le secteur voyage) ; Le taux de désabonnement moyen est de 0,05 %.

Source : fr.sendinblue.com/blog/statistiques-email-marketing-indicateurs-cles-performances-moyennes

En 2020, le format a évolué grâce à un logiciel de newsletter : Sendiblu. Ce format permet d'insérer un nombre illimité d'articles, de photos et de liens. Il permet également de programmer les envois. Fin 2022, les newsletters ont commencé à être envoyées via Infomaniak (également hôte de notre site internet et fournisseur du nom de domaine). Cela permet de programmer un plus grand nombre d'envois et à la meilleure heure possible afin d'obtenir un taux d'ouverture plus important.

La structure de la newsletter n'a pas évolué et se présente de cette façon :

- Nos actions
- Zoom sur...
- Actualités
- Nos visites
- Agenda
- Photos de la semaine

Enfin, le planning mis en place pour suivre, planifier et envoyer les newsletters est maintenu.

F. Documentation papier

Tous les supports papier édités par l'OTGP sont en diffusion gratuite à l'accueil des bureaux d'information touristique (Pithiviers - Le Malesherbois), dans les Points d'Informations Touristiques et sur les salons et événements.

Depuis le début de l'année, différents supports papier ont été diffusés :

- Fiches groupes 2023 : 4 livrets, édités à 1 500 exemplaires chacune, diffusés à compter de novembre 2021, principalement par courrier.
- Guide touristique 2022 : édité à 8 000 exemplaires.
- Guide des producteurs 2022 : édité à 8 000 exemplaires, diffusé à compter de juillet.
 - Plan de Pithiviers (2018, réédition en cours) / Malesherbes (2019) / Beaune-la-Rolande (2020) / Plaine Nord Loiret (2021) en 2 000 ex.
 - Circuit-découverte de Pithiviers (2020, réédition en 2022).
 - Circuit-découverte de Malesherbes (2022)
- Programmes des visites et découvertes : 3 en 2020, édités à 1 500 exemplaires chacun pour les 2 premiers trimestres et 1 000 ex pour le dernier.
 - Randonnées autour de Pithiviers (conception FFRP et Office de Tourisme de Pithiviers) : photocopies sur demande au bureau de Pithiviers.

En parallèle, plusieurs supports de communication sont en cours de développement :

- Circuit-découverte de Nibelle (phase de conception graphique)
- Plan de Chilleurs-aux-Bois (et forêt d'Orléans) (phase de conception graphique)
 - Plan de Puiseaux (et vallée de l'Essonne) (finalisation)
 - Guide touristique 2023 - Mise à jour des informations
 - Guide touristique en anglais - Mise à jour des informations
 - Plan du Grand Pithiverais - Mise à jour des informations

Enfin, fin 2020, voit le lancement de la campagne de création des supports d'informations des prestataires volontaires. Cette campagne vise à la fois à aider les prestataires concernés dans leur communication et à uniformiser la présentation des documents à l'Office de Tourisme.

À la fin de l'année 2021, 17 prestataires ont répondu à cet appel. 11 n'ont pas voulu de notre aide car ils ont déjà de la documentation ou passent par leur prestataire attribué, 6 ont une plaquette créée et prête, en format digital, et 2 n'ont toujours pas transmis les informations, malgré les nombreuses relances.

G. Presse écrite

L'Office de Tourisme a fait l'objet de plus de deux-cent mentions dans la presse tout au long de l'année.

Plus des 2/3 de ces mentions ont été faites dans La République du Centre (68 %) et l'autre 1/3 dans le Courrier du Loiret (32%).

Il est à noter que l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais, qui a fait l'objet d'un article dans le quotidien du Parisien, relayé sur leur site internet, et d'un reportage dans le supplément Patrimoine & Balades de l'an dernier, n'a pas dépassé les frontières de la région cette année. D'autres événements ont amené la lumière sur le Grand Pithiverais comme l'événement national Terres de Jim.

Les thématiques abordées sont :

- Les visites (59,2%), majoritairement dans l'agenda des sorties de la semaine. Mais aussi dans des articles descriptifs ainsi que dans des encarts informatifs.

- Les expositions (14%), principalement dans l'agenda des sorties, dans des encarts puis dans des articles.

- Les marchés organisés par l'Office de Tourisme (4,7%).

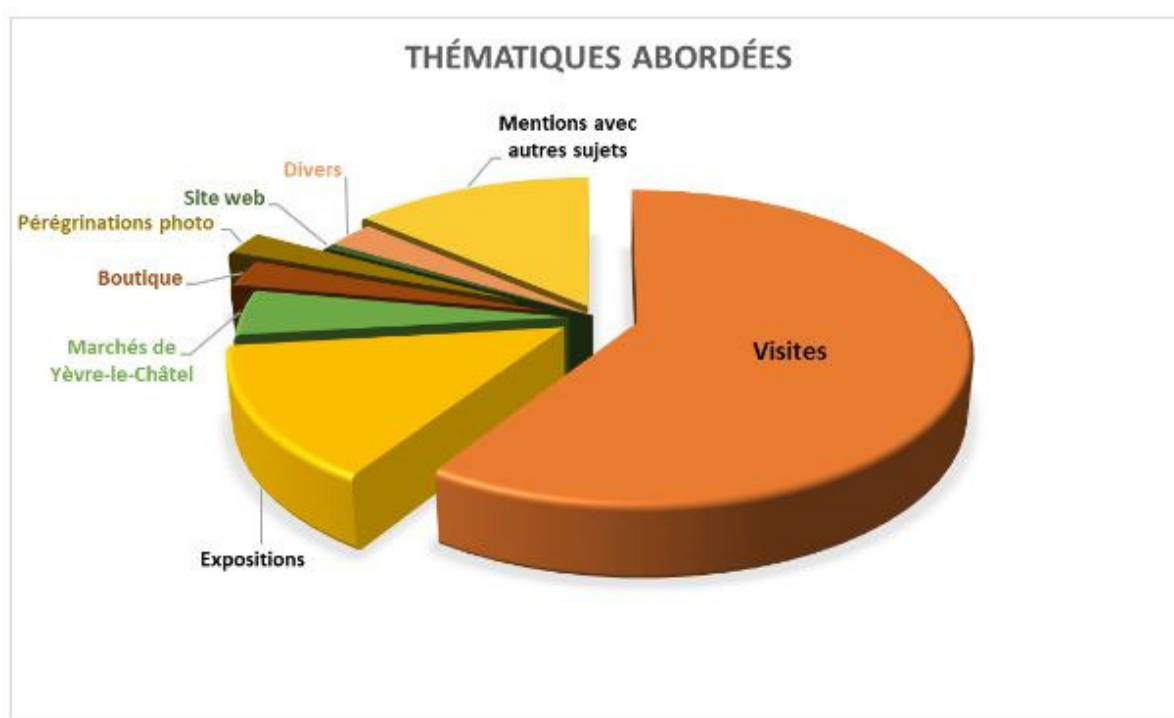
- La boutique de l'Office et les animations organisées (2,74%) dont une Une du Courrier du Loiret

- Les pérégrinations photo, co-organisées avec le Photo-Club de Pithiviers (2,4%)

- Le site web (- de 1%) mis en avant dans un article spécial.

- Enfin, divers sujets de l'Office (bilan, perspectives, mention suite à une newsletter...) qui, cumulés, représentent 2,74% des mentions dans la presse.

- Il est à noter que 13,70% des mentions faites de l'Office de Tourisme sont intégrées dans des articles qui traitent d'autres sujets (cadre électoral, focus sur un prestataire, salon, CC...)



H. Radio

Comme l'an dernier, Tourisme Loiret a permis aux Offices de Tourisme de bénéficier de l'opération médiatique "Un été 100% Loiret" sur l'antenne de France Bleu Orléans.

Les capsules radiophoniques ont été enregistrées le mercredi 29 juin 2022 pour une diffusion entre le lundi 4 et le vendredi 8 juillet. Nous avons abordé les thèmes suivants : L'Office de Tourisme du Grand Pithiverais, le territoire et quelques incontournables. Des idées de sortie en famille ou entre amis pour l'été. Des balades dans les vallées de l'Œuf, de la Rimarde et de l'Essonne. Des brasseurs du territoire et les producteurs de jus. Les visites de l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais et les manifestations phares jusqu'à la fin de l'été.

Outre cette opération, nous avons eu 4 autres contacts avec la station :

- le 24 juin, le 8 septembre et le 7 octobre pour parler des visites à venir
- le 23 septembre pour évoquer le marché de Yèvre-le-Châtel

D'autres émissions sur France Bleu ont parlé de l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais, sans que nous ne soyons directement impliqués, notamment Circuits courts dans le Loiret qui met en avant les producteurs du Loiret.

I. Télévision

L'Office de Tourisme a été sollicité par le journaliste Garo Kevorkian de France 3 Centre-Val-de-Loire afin de lui fournir des idées pour un ensemble de reportages à Pithiviers. Ils ont été diffusés du 23 au 27 mai 2022 juste avant l'édition régionale du journal télévisé.

À noter que l'année avait débuté par la diffusion de l'émission *Epicerie Fine* intitulée *Le Grand Pithiverais*. L'épisode, diffusé sur TV5 Monde, s'intéressait à la production de Mohair puis de vodka, aux Jardins de la Voie Romaine et au pain d'épices de Pithiviers. Le chef Guy Martin a conclu l'émission par une recette de Pithiviers au sirop de menthe fraîche et aux agrumes. L'Office de Tourisme n'a pas pris part à la conception ni n'a émis d'avis sur le choix éditorial.



DEVELOPPEMENT / PROJETS

A – Suivi des projets Petites Villes de Demain

Participation aux réunions et travaux de rédaction menés dans le cadre de Petites Villes de Demain sur les communes du Malesherbois, de Puisseaux et de Beaune-la-Rolande : étude signalétique, étude circulation, ateliers flash

B – Circuits de balades

Travail sur la refonte des supports de diffusion des chemins de balades (papier et numérique)

C – Projet de déménagement de l'Office de Tourisme

Réflexions et étude de l'opportunité de déménager le bureau d'accueil de Pithiviers dans un local situé plus au cœur du centre-ville



Office de Tourisme du Grand Pithiverais

www.grandpithiverais.fr

**1 Mail Ouest
45300 PITHIVIERS**

**70 avenue du Général Patton
Atelier-Musée de l'Imprimerie
45330 LE MALESHERBOIS**