

OFFICE DE TOURISME DU GRAND PITHIVERAIS



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2024



Sommaire

LE TERRITOIRE DU GRAND PITHIVERAIS EN CHIFFRES	5
L'OFFICE DE TOURISME : DES MOYENS MIS EN PLACE...	6
1. GOUVERNANCE	7
A - Les membres du Comité de Direction et les invités	
B - Les réunions du Comité de Direction	
2. EQUIPE	8
3. FINANCEMENT	10
A - Fonctionnement	
B - Investissement	
4. SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	14
A - Présentation de la démarche et refonte des axes de travail	
B - Point d'étape des réalisations	
...POUR ASSURER SES MISSIONS REGALIENNES	16
5. ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE	17
A - Bureaux d'Information Touristique (BIT)	
B - Hors-les-murs	
C - Points d'Information Touristique (PIT)	
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 et artisans	
7. PROMOTION ET COMMERCIALISATION	30
A - Visites & découvertes	
B - Groupes	
C - Boutique	
D - Expositions	
E - Événementiel	
8. COMMUNICATION	47
A - Site internet	
B - Réseaux sociaux	
C - Campagnes publicitaires	
D - Newsletter	
E - Documentation papier	
F - Presse écrite	
G - Radio	
H - Télévision	
9. DÉVELOPPEMENT / PROJETS	66
A - Projet de déménagement de l'Office de Tourisme	
B - Salon International de l'Agriculture	
C - Création d'un circuit Baludik 2025	
D - Billetterie externe	
E - Circuits de balades	
F - Tourisme accessible	
G - Marque de territoire	

Le territoire du Grand Pithiverais



En 2024, 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
- 63.125 63.275 habitants = -150 hab ; -0,24% par rapport à 2023
 - 29.821 29.884 hab CCDP (-63 hab ; -0,21%)
 - 26.277 26.413 hab CCPG (-136 hab ; -0,51%)
 - 7.027 6.978 hab CCPNL (+49 hab ; +0,70%)
- 1 Office de Tourisme du Grand Pithiverais, 2 bureaux d'accueil, 8 PIT
- 401 prestataires touristiques (+12 par rapport à 2023) :
 - 135 hébergements (11 créations et 1 fermeture)
 - 86 sites touristiques
 - 51 restaurants
 - 64 producteurs locaux
 - 65 artistes et artisans

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

6 réunions en 2024 ; Moyenne : 10,7 membres dont 8,3 votants par séance

2 - EQUIPE



Passage de 4,73 ETP à 4,94 ETP :

1 directrice - 1 assistante comptable à temps partiel (16h/sem)

3 conseillers en séjour - 3 apprentis - 2 saisonniers

2 démissions, remplacées - 2 mois ½ d'arrêts de travail

3 stagiaires pendant 6 semaines

79,25 h supplémentaires comptabilisées (-54,8%)

267,75 h dimanches et jours fériés (-2%)

7 jours / 49 h de formation - Coût = 1497,15 € (prise en charge AFDAS à 89,5%)

Adhésion au CNAS

3 - FINANCEMENT



Fonctionnement :

Total dépenses = 311 845,67 € (+4,7%)

Total recettes = 506 668,49 € (+17,4%)

Solde excédentaire = 194 822,82 €

Investissement :

Total dépenses = 5 160 € (+3,3%)

Total recettes = 29 098,72 € (+43,3%)

Solde excédentaire = 23 938,72 €

4 - SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Refonte pour la période 2024-2026

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	Jean-Louis JAMA	
	Gîtes de France	Luc THOMAS	Patrick CHOFFY
	Fondation du patrimoine	Jean RICHARD	Guy LASNIER
	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 du Comité de Direction au cours de l'année 2024.

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

B. Les réunions du Comité de Direction

6 réunions du Comité de Direction ont eu lieu en 2024 :

- vendredi 2 février, à Yèvre-le-Châtel : Annulé
- vendredi 15 mars, à Saint-Loup-des-Vignes
- jeudi 2 mai, à Yèvre-le-Châtel
- lundi 27 mai, à Pithiviers
- vendredi 11 octobre, à Pithiviers
- vendredi 22 novembre, à Pithiviers
- jeudi 12 décembre, à Pithiviers

En 2024, présence moyenne de 10,7 membres dont 8,3 votants par séance sur 12 (8,9 membres dont 7,7 votants en 2023).



2

EQUIPE

PERSONNEL OTGP 2024

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	0,46	0	20,5	0	0													
Sébastien	♂	CDI	1	63,5	54,75	14	357,15													
Elodie	♀	CDI	0,83	0	36,75	0	0													
Christelle	♀	CDD 1 an (12h/sem) / CDI 16h/sem	0,41	0	0	0	0													
Noémie	♀	CDD 3 ans	1	0	70,75	35	1140													
Anthony	♂	CDI	0,08	0	0															
Lucas	♂	Saisonnier / CDD (3h/sem)	0,09	15	15															
Cassandra	♀	Saisonnier / CDD	0,46	0	35,5															
Elena	♀	Apprentissage (DEUST Accueil Excellence Tourisme)	0,33	0	7,25															
Mickaël	♂	Apprentissage (BTS Tourisme)	0,15	0	7,25															
Enora	♀	Apprentissage (BTS Négociateur Technico Commercial)	0,13	0,75	20															
Camille	♀	Stage (BTS Communication 1)	0	0	0															
Mélina	♀	Stage découverte (Ligue de l'Enseignement)	0	0	0															
Colombe	♀	Stage (3e)	0	0	0															
TOTAL			4,94	79,25	267,75	49	1497,15													

■ Saliariés
■ Apprentis
■ Saisonnier
■ Stagiaires
 HS : Heures supplémentaires
 Dim/JF : Heures dimanches et jours fériés

Au cours de l'année 2024, l'effectif de l'Office de Tourisme a légèrement augmenté, passant de 4,73 ETP à 4,94 ETP, répartis comme suit :

- 1 directrice
- 3 conseillers en séjours :
 - Boutique, Groupes, Visites, Expositions, PIT, Marchés (remplacement en cours d'année)
 - Communication
 - Communication numérique, Taxe de séjour (remplacement en cours d'année)
- 1 assistante comptable et administrative, passée d'un CDD d'un an à 12h/semaine à un CDI de 16h/semaine, à compter de mi-mai, et qui a repris une partie des missions Groupes et Régie
- 1 apprentie en 2ème année de DEUST Accueil d'excellence en tourisme ayant terminé son contrat fin août, remplacée par un apprenti en BTS Tourisme à partir de mi-septembre
- 1 apprentie en BTS Négociateur Technico-Commercial, à partir de fin septembre
- 1 saisonnier (à temps plein, du 8 au 11 mai et du 4 au 29 juin, puis à hauteur de 3h/semaine en décembre), qui a suppléé l'équipe pour assurer l'accueil, les visites de Pithiviers et la préparation du magazine de destination.

L'année 2024 a été marquée par les **démissions de 2 conseillères en séjour** en CDI. La première est partie en juin et a été remplacée par une saisonnière à partir de mi-juillet. La seconde est partie en octobre, après avoir cumulé environ 2 mois ½ d'arrêt de travail. Elle a été remplacée à partir de décembre.

Ces départs consécutifs ont nécessité une réorganisation des missions de chacun afin de combler les périodes d'absence et de continuer à assurer le fonctionnement et les activités de l'Office de Tourisme. La communication numérique a été rattachée à la communication générale. Les groupes ont été répartis entre une conseillère en séjours, l'assistante comptable et la directrice.

Par ailleurs, **3 stagiaires** ont été accueillies à l'Office de Tourisme au cours de cette année (autant qu'en 2023), sur des périodes d'un mois et d'une semaine, pour un total de 6 semaines (contre 8 semaines en 2023).

On note, cette année, une **diminution du nombre d'heures supplémentaires comptabilisées*** (-54,8%, 175,25h en 2023) et une **baisse beaucoup plus modérée du nombre d'heures de dimanches et jours fériés** (-2%, 273,25h en 2023) par rapport à 2023.

L'équipe a cumulé **7 jours, soit 49h, de formation** en 2024 (17,5j / 122h en 2023), pour un coût total de **1497,15 €** (11787,52 € en 2023, 1430,36 € en 2022), pris en charge en majorité par l'AFDAS (1339,56 €), avec un reste à charge de 157,59 €. Ces formations, proposées par le CRT Centre-Val de Loire, ont été complétées par des journées d'échanges (Clubs Tourinsoft, Place de Marché, Taxe de séjour, journée des Directeurs).

*Les heures supplémentaires de la directrice ne sont plus comptabilisées depuis juillet 2023.



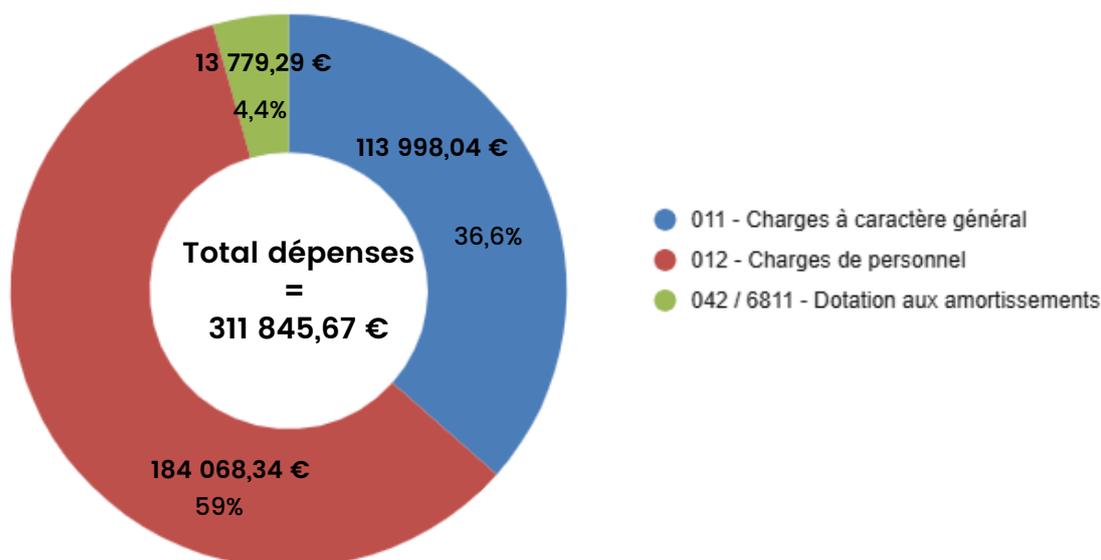
3

FINANCEMENT

A. Fonctionnement

- **Dépenses de fonctionnement**

Dépenses de fonctionnement réalisées en 2024



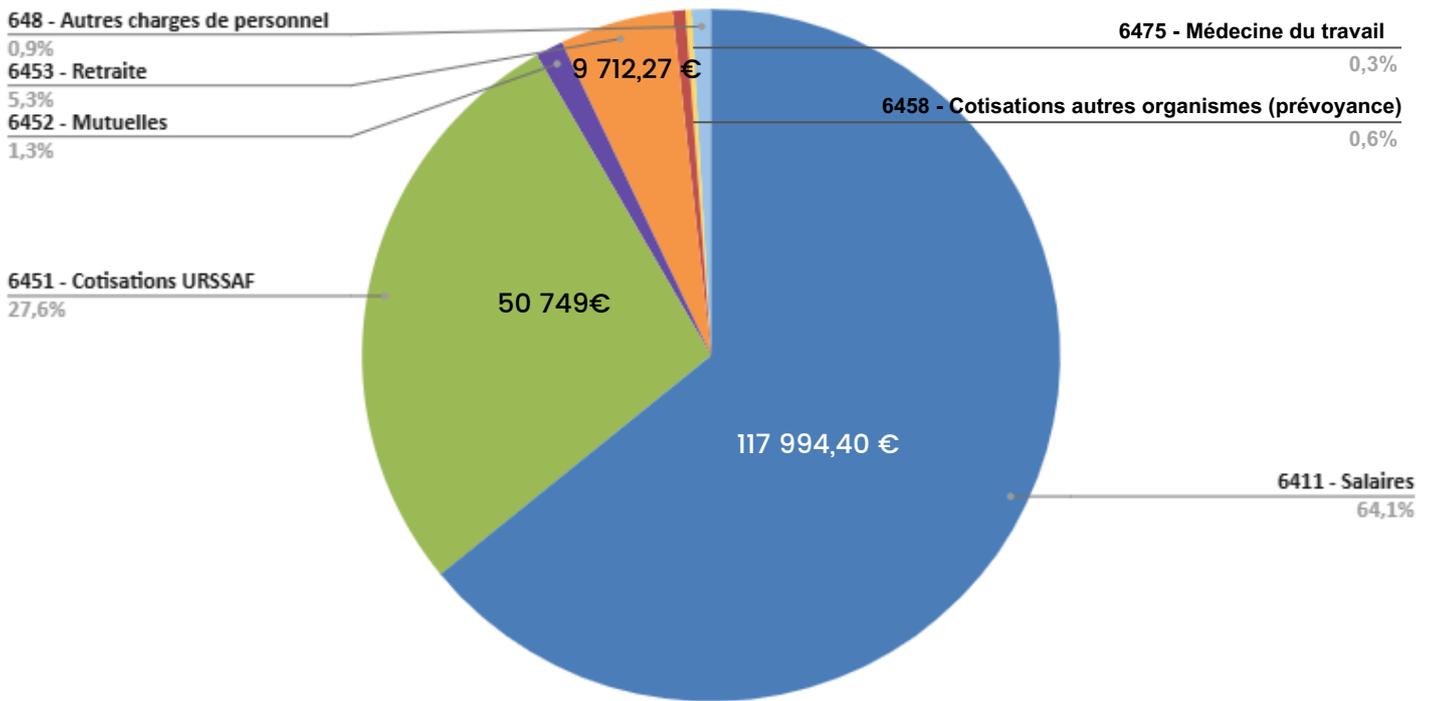
Le total des dépenses de fonctionnement a légèrement **augmenté de 4,7%** par rapport à 2023.

Les dépenses de l'Office de Tourisme sont principalement réparties entre les charges de personnel (59%) et les charges à caractère général (36,6%), dont la répartition est sensiblement identique à 2023. Les deux chapitres de dépenses principaux ont augmenté en 2024 :

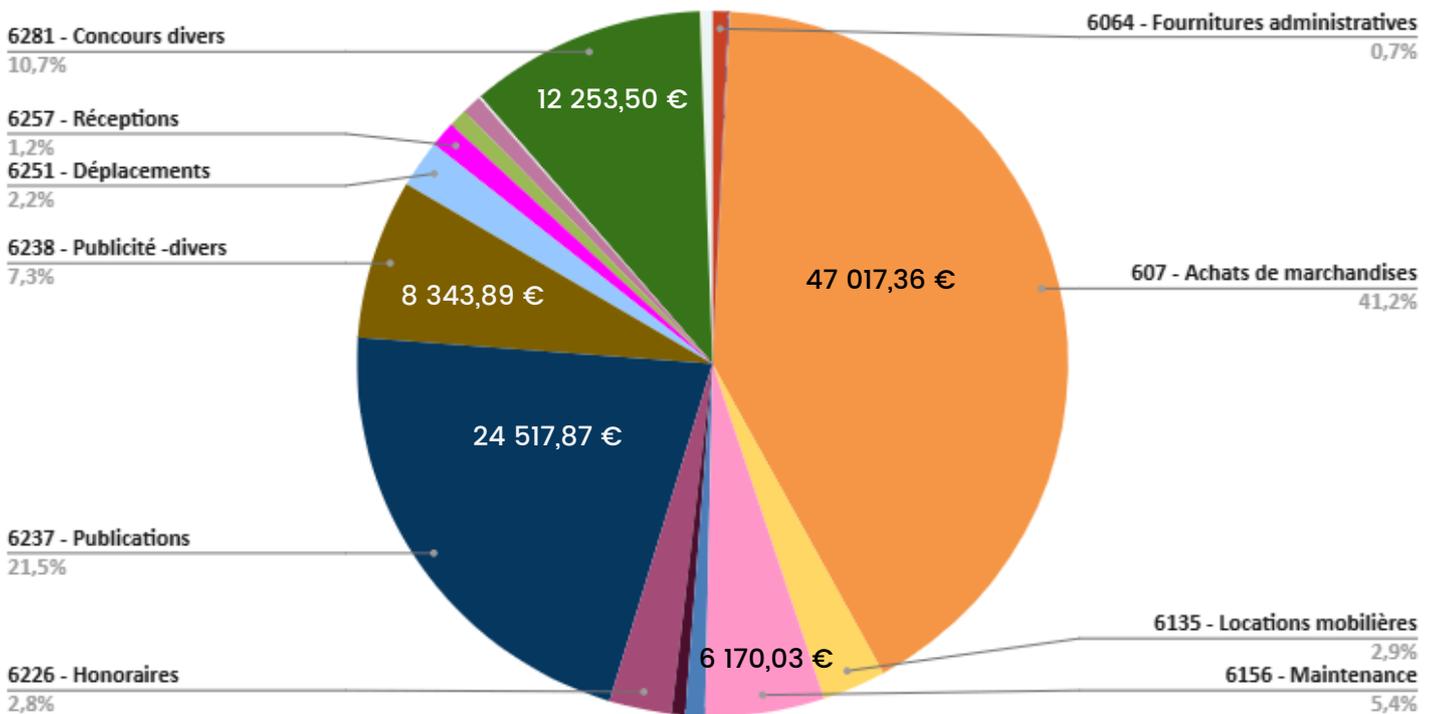
- +6,9% pour les charges de personnel, du fait notamment de la nomination de la directrice, de l'augmentation du nombre d'heures de travail de la secrétaire comptable et des charges associées, notamment l'URSSAF. Les salaires représentent près des 2/3 des charges de personnel (+4,5% par rapport à 2023) et l'URSSAF représente plus d'1/4 des charges de personnel (+19,4% par rapport à 2023),
- +4,6% pour les charges à caractère général : les principaux postes de dépenses à caractère général sont les achats de marchandises pour la boutique (41,2%, en forte hausse de 182% par rapport à 2023 du fait de l'achat des jeux du Grand Pithiverais), les publications (21,5%, en baisse de 41,2% par rapport à 2023), les concours divers, notamment la Route de la Rose (10,7%, en baisse de 24,8% par rapport à 2023), et la publicité (7,3%, en légère hausse de 3% par rapport à 2023).

En revanche, la dotation aux amortissements est en baisse de 17,3%.

Détail des charges de personnel - 012

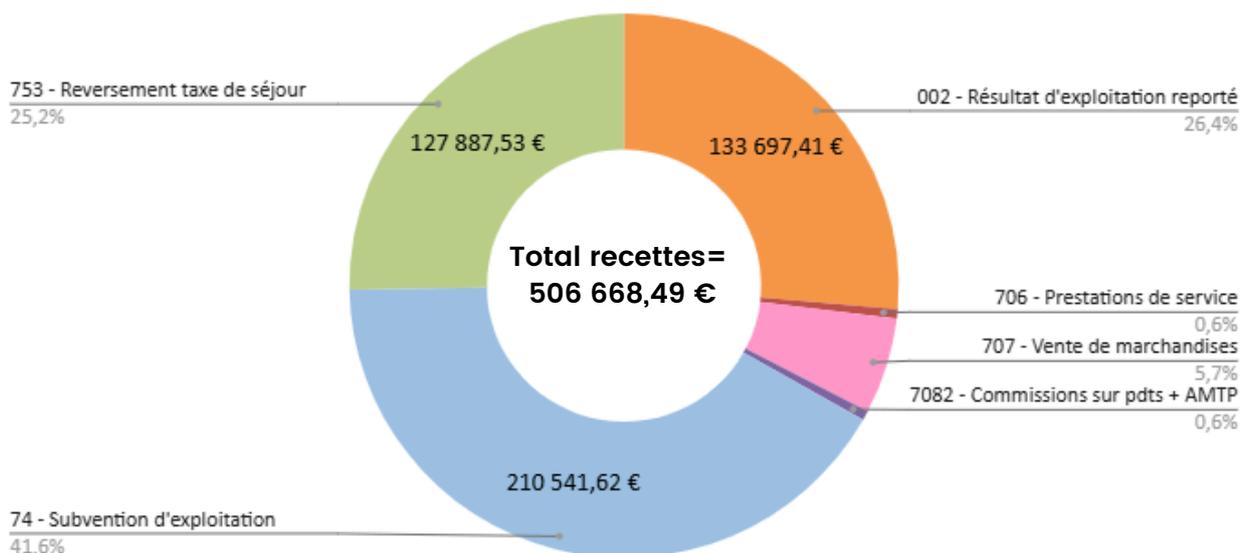


Détail des charges à caractère général - 011



• Recettes de fonctionnement

Recettes de fonctionnement réalisées en 2024



Le total des recettes de fonctionnement a **augmenté de 17,4%** par rapport à 2023.

Les recettes de fonctionnement se répartissent en trois postes principaux :

- les **subventions d'exploitation**, pour **plus de 40% des recettes**, qui correspondent aux participations financières des 3 Communautés de Communes (189 375€) et aux aides à l'embauche des apprentis (21 166,62€). Ces subventions sont en hausse de 33% par rapport à 2023 car la participation des intercommunalités est passée de 2,50€ par habitant en 2023 à 3€ par habitant en 2024 et parce que les aides à l'embauche des apprentis n'avaient pas été versées en 2023,
- le **reversement de la taxe de séjour**, en légère baisse de 1% par rapport à 2023 (129 205,71 €), représentant **un quart des recettes**,
- le **résultat d'exploitation reporté**, qui représente plus d'un quart des recettes de fonctionnement, en hausse de 7,9% par rapport à 2023.

Les autres recettes représentent un montant négligeable des recettes totales de fonctionnement (moins de 7%) :

- ventes en boutique : +106% (28 907,41€ contre 14 032,10€ en 2023), grâce aux jeux du Grand Pithiverais,
- commissions groupes : +6,6% (2 842,72 € contre 2 666,36€ en 2023),
- prestations de service (visites) : -15,4% (2 791,80 € contre 3 301,91 € en 2023).

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.

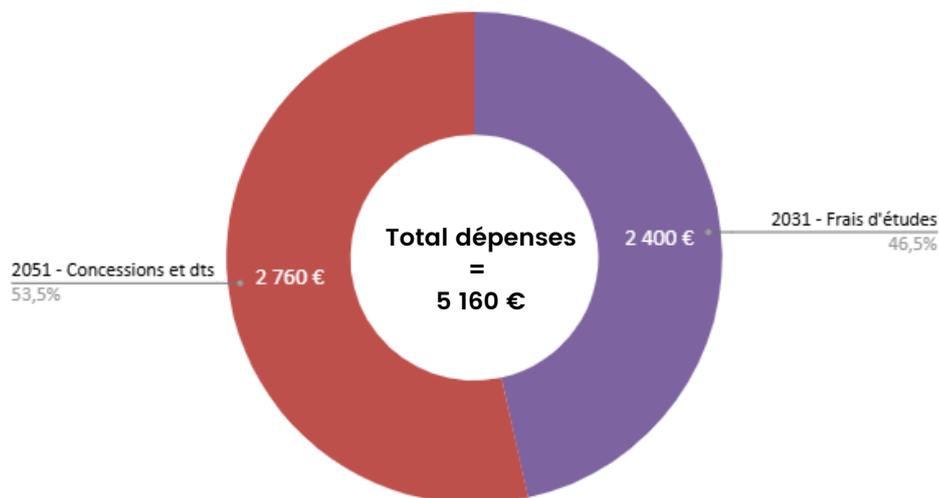
• Résultat

Excédent de fonctionnement de 194 822,82 €.

B. Investissement

- **Dépenses d'investissement**

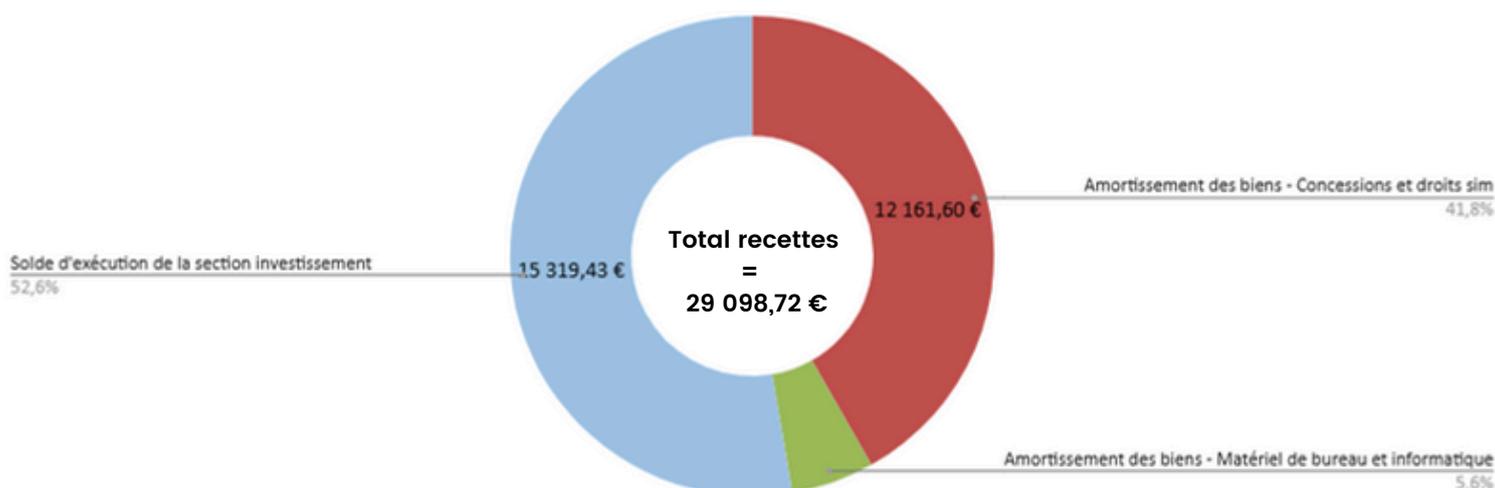
Dépenses d'investissement réalisées en 2024



Les dépenses d'investissement 2024 sont en hausse de 3,3% par rapport à 2023. Elles se partagent entre les concessions et droits (2 760 €, soit 53,5% des dépenses) et les frais d'études (2 400 €, soit 46,5% des dépenses) correspondant aux frais d'architecte pour le nouveau local, qui n'existaient pas en 2023. Il n'y a pas eu de dépenses de matériel de bureau et informatique en 2024, contrairement à 2023 où une partie du parc informatique a été renouvelée (achat de 3 ordinateurs portables) et où du matériel de bureau et de ménage a été acheté (nouveaux fauteuils de bureau et un aspirateur, notamment).

- **Recettes d'investissement**

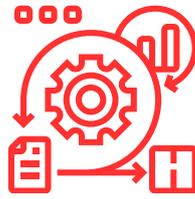
Recettes d'investissement réalisées en 2024



Les recettes d'investissement sont en hausse de 43,3% par rapport à 2023 (20 312,65€ en 2023). Les recettes d'investissement 2024 se répartissent pour moitié entre les amortissements et le solde d'exécution excédentaire de la section d'investissement (en hausse de 320%).

- **Résultat**

Excédent d'investissement de 23 938,72 €



4

SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

A. Présentation de la démarche et refonte des axes de travail

La réalisation du précédent 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.

A partir de 2023, un travail a été lancé, en interne, afin d'effectuer une mise à jour de ce schéma de développement touristique pour la période 2024-2026, sur la base du schéma initial. Trois réunions de concertation ont été effectuées en janvier-février 2024, avec des élus, des prestataires touristiques et des institutionnels. Le plan d'actions a été voté par le CODIR en mai 2024 puis adopté par les trois Communautés de Communes entre mai et juillet 2024. 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/tourisme accessible à tous)

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

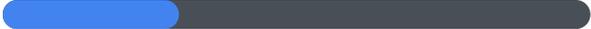
AXE 3 : COMMUNICATION "CAMPAGNE" - Capitaliser sur l'essor du slow tourisme pour positionner la destination sur une communication "Campagne"

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/tourisme accessible à tous)

- 1. 1. Créer un centre de ressources économiques et touristiques au service des porteurs de projets  **25 %**
- 1. 2. Mener des actions de prospection auprès d'investisseurs et/ou de mécènes  **10 %**
- 1. 3. Cadrer le parcours d'accueil, d'accompagnement et de suivi du porteur de projet  **40 %**
- 1.4. Améliorer la visibilité de l'Office de Tourisme et de ses actions  **25 %**
- 1.5. Développer les offres famille/ludique  **40 %**

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  **30 %**
- 2. 2. Développer l'animation touristique de la destination  **50 %**
- 2. 3. Mettre en avant l'offre complémentaire par des expériences de visites originales et authentiques  **60 %**
- 2. 4. Améliorer la satisfaction visiteur et le parcours client  **10 %**

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  **20 %**
- 3. 2. Conforter le positionnement "Terroir" de la destination en matière de communication  **30 %**

... pour assurer ses missions régaliennes

5 - ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE



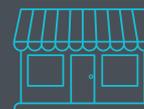
- A - Bureaux d'Information Touristique (BIT)
- B - Hors-les-murs
- C - Points d'Information Touristique (PIT)
- D - Gestion de la documentation

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 - Réseaux sociaux
- C - Campagnes publicitaires
- D - Newsletter

- E - Documentation papier
- F - Presse écrite
- G - Radio
- H - Télévision

9 - DEVELOPPEMENT / PROJETS



- A - Projet de déménagement de l'Office de Tourisme
- B - Salon International de l'Agriculture
- C - Création d'un circuit Baludik 2025
- D - Billetterie externe
- E - Circuits de balades
- F - Tourisme accessible
- G - Marque de territoire

5



ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

A – Bureaux d'Information Touristique (BIT)

5988 visiteurs (+10,2%) - 5339 demandes (+16,7%)

53,9% foires et salons - 31,2% contacts guichet - 14,9% contacts indirects

77,2% Loirétains - 12,9% Franciliens - 1,4% étrangers

~1/3 informations touristiques - ~1/3 renseignements généraux

Progression des demandes boutique, accessibilité tourisme et handicap, visites guidées

B – Hors-les-murs

19 événements hors-les-murs (11 en 2023)

21 jours de présence, soit 39,5 journées pour l'équipe

2878 visiteurs (+41,5% par rapport à 2023)

C – Points d'Information Touristique (PIT)

8 Points d'Information Touristique

8 621 385 entrées payantes au PIT de Yèvre-le-Châtel

(+2,8% par rapport à 2023)

D – Diffusion 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, 9h30-12h30 / 13h30-17h30, fermé le mercredi de janvier à mars et en octobre-novembre, et ouvert en continu, de 9h30 à 19h, du mardi au samedi, tout le mois de décembre,

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

• Fréquentation des BIT

5988 visiteurs

+10,2% par rapport à 2023
(5435 visiteurs)

5339 demandes / actes de renseignements

+16,7% par rapport à 2023
(4575 demandes)

4545 contacts directs
85,1%

794 contacts indirects
14,9%

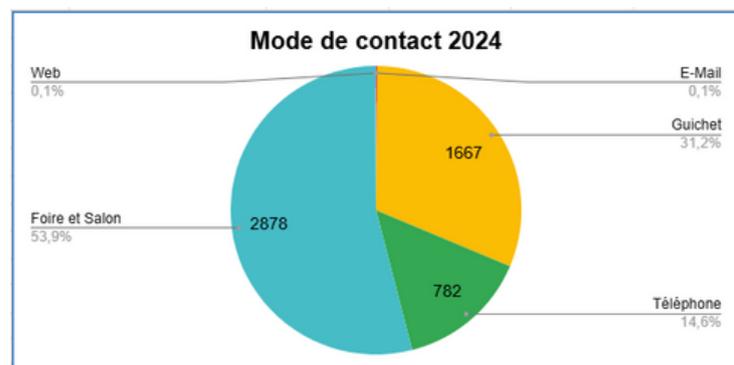
31,2% guichet

53,9% foires et salons

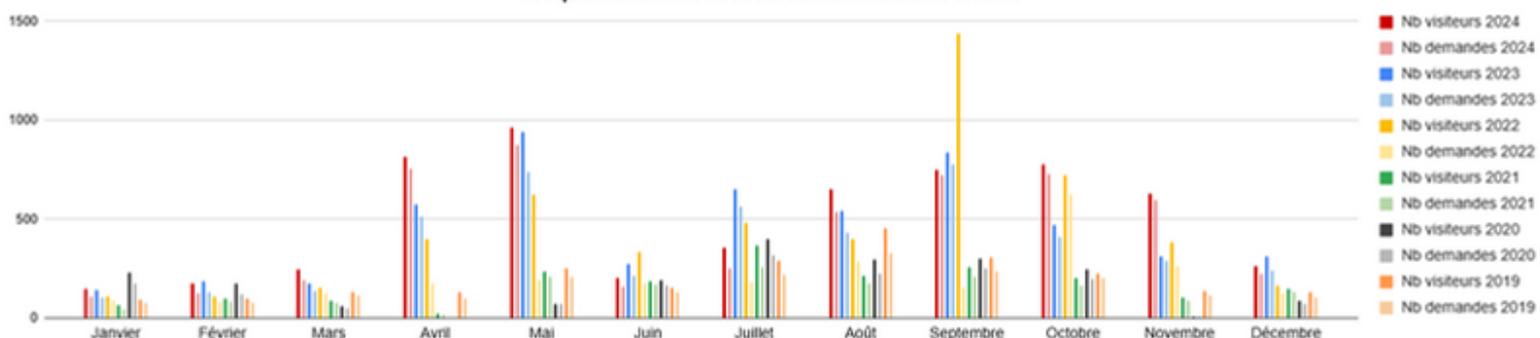
téléphoniques
principalement

On observe une augmentation du nombre de contacts en 2024 par rapport aux années précédentes, pour tous les modes de contact, sauf au guichet.

La proportion de contacts lors de manifestations extérieures continue à progresser (+41,5%) et représente désormais plus de la moitié des contacts enregistrés, devant les contacts au guichet (-9,3%) et les contacts téléphoniques (+12,2%).



Fréquentation mensuelle de l'Office de Tourisme



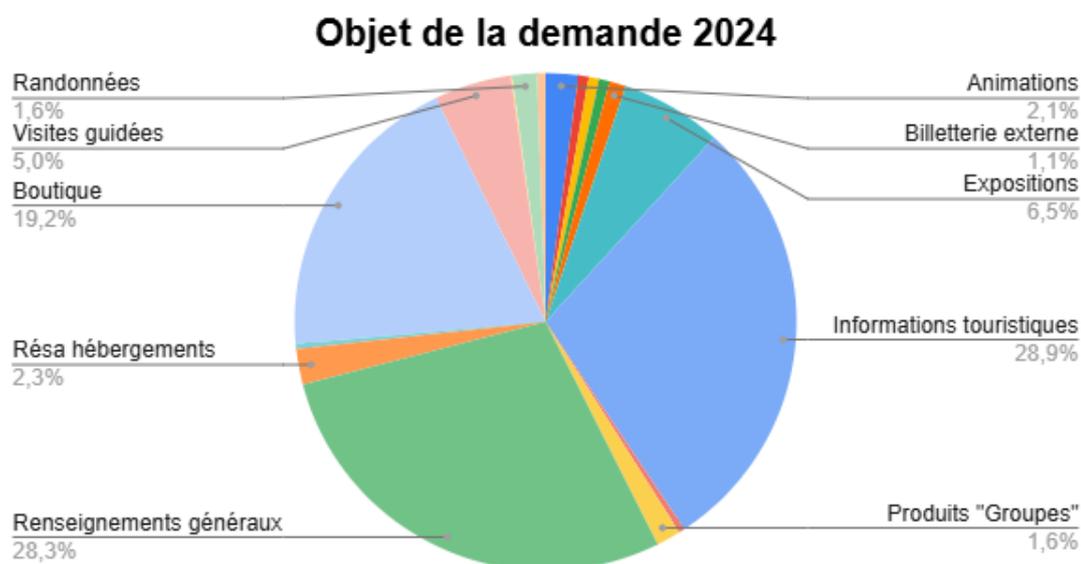
La fréquentation mensuelle de 2024 montre des variations importantes selon la saisonnalité et les événements. En effet, le nombre de visiteurs a été le plus important pour les mois d'avril, mai et d'août à novembre, qui sont des périodes où l'Office de Tourisme a assisté à des événements hors-les-murs fréquentés. La météo pluvieuse de cette saison a contribué à la baisse de fréquentation, notamment pour les mois de juin, juillet et septembre, habituellement plébiscités pour les visites de jardins. La forte baisse de fréquentation au mois de juillet s'explique aussi par l'absence du Marché du terroir à Yèvre-le-Châtel en juillet 2024. A l'inverse, les mois d'octobre et novembre sont en forte hausse et permettent d'étendre la fréquentation sur les ailes de saison, grâce à de nouvelles manifestations hors-les-murs (Chocochâteau au Château de Chamerolles tous les 2 ans et nouveautés comme le Forum numérique de la CCPNL et les animations pour la présentation du Jeu du Grand Pithiverais).

- **Provenance**

Outre les Loirétains (77,2% des demandes), la majorité des visiteurs français vient d'Île-de-France (12,9% des demandes) et notamment de l'Essonne, de la Seine-et-Marne et de Paris.

Le nombre de visiteurs étrangers a diminué (-33%) par rapport à 2023, et reste très anecdotique : 24 visiteurs, soit 1,4% des demandes, contre 36 en 2023.

- **Nature des demandes**



Sans surprise, les demandes les plus fréquentes concernent les informations touristiques et les renseignements généraux (près d'1/3 des demandes chacun). On observe une forte augmentation de la proportion des demandes liées à la boutique (19,2% contre 14,3% en 2023), ainsi qu'un intérêt grandissant pour l'accessibilité tourisme et handicap (+300% par rapport à 2023, même si ces demandes restent peu communes) et une légère hausse des demandes de visites guidées (5% en 2024 contre 4,4% en 2023). Les autres thématiques sont moins représentées en 2024, ce qui peut être dû aux changements de personnel au cours de cette année (modifications des saisies des visiteurs, moindre valorisation des actions développées par l'Office de Tourisme (produits "groupes", expositions) et des activités et animations du territoire.

B. Hors-les-murs

En 2024, l'Office de Tourisme a participé à 19 événements hors-les-murs, sur le territoire du Grand Pithiverais, contre 11 en 2023.

Ces manifestations extérieures représentent 21 jours de présence (14 jours en 2023, 18,5 jours de présence en 2022), soit 39,5 journées de présence pour l'équipe (26,5 journées en 2023).

L'Office de Tourisme s'est rendu disponible pour tenir un stand lors des manifestations suivantes :

- Salon du Tourisme Fraizy, à Pithiviers, jeudi 25 janvier,
- Salon des Vins et de la Gastronomie, à Pithiviers-le-Vieil, samedi 6 et dimanche 7 avril (84 visiteurs sur le stand sur les 2 jours),
- Forum des Métiers d'Art, à Ondreville-sur-Essonne, dimanche 14 avril (105 visiteurs sur le stand),
- Foire de la Saint-Georges, à Pithiviers, samedi 20 et dimanche 21 avril (308 visiteurs sur le stand sur les 2 jours),
- Marchés du terroir à Yèvre-le-Châtel, les mercredi 1er mai et dimanche 29 septembre (respectivement 604 et 413 visiteurs par jour sur le stand de l'Office de Tourisme),
- Tous à vélo contre le diabète, à Pithiviers, mercredi 5 juin après-midi,
- Fête des Moissons de Manchecourt, dimanche 25 août (226 visiteurs sur le stand sur la journée),
- Forum des associations de Pithiviers, samedi 7 septembre (85 visiteurs sur le stand sur la journée),
- Foulées d'Or de Léane et Lucie, à l'occasion de Septembre en Or, à Bellebat, le dimanche 29 septembre,
- Salon de l'Habitat, à Pithiviers, samedi 5 et dimanche 6 octobre (149 visiteurs sur le stand sur les 2 jours),
- Chocochâteau, samedi 19 et dimanche 20 octobre, au château de Chamerolles (403 visiteurs sur le stand sur les 2 jours),
- Marché du Moulin de Châtillon, à Ondreville-sur-Essonne, dimanche 10 novembre (303 visiteurs sur le stand sur la journée),
- Forum numérique de la CCPNL, à Boisseaux, samedi 16 novembre matin (67 visiteurs sur le stand),
- Animations du Jeu du Grand Pithiverais, à Super U Beaune-la-Rolande, les samedis 30 novembre et 7 décembre (respectivement 73 et 55 visiteurs par jour sur le stand),
- Soirée de lancement du Jeu du Grand Pithiverais, au cinéma Le Mail à Pithiviers, mercredi 11 décembre,
- Marché de Noël, à de Malesherbes, samedi dimanche 14 décembre,
- Chalet de Noël, place du Martroi à Pithiviers, vendredi 20 décembre.

Les fréquentations des animations extérieures sont variables mais la beaucoup 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.

C. Points d'Information Touristique (PIT)

8 PIT actifs en 2024 :

- 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)
- Puisseaux (Optique de la Halle)
- Sermaises (Mairie)
- Yèvre-le-Châtel (Forteresse)

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

8 621 entrées payantes ont été comptabilisées à la forteresse en 2024, soit 2,8% de plus qu'en 2023 (8 385 entrées).

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 et à la demande, en fonction des besoins. 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. 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.

D. Diffusion de la documentation

En 2024, l'Office de Tourisme a participé aux traditionnelles bourses touristiques départementales du Loiret, à Sully-sur-Loire, et de la Seine-et-Marne, à Blandy-les-Tours, le même jour, mardi 26 mars. A ces occasions, nous avons pu distribuer nos documents touristiques et récupérer ceux des autres territoires.



COORDINATION DES ACTEURS LOCAUX

A – Hébergements : offre et taxe de séjour

135 hébergements, 11 meublés de tourisme créés et 1 chambre d'hôtes fermée

Taxe de séjour : total de 123 299,50 € perçus (+18,4% par rapport à 2023)

Déclarations directes : 90 743 nuitées (-7,3%), 56 101,85 € perçus (+5,3%)

Opérateurs numériques : 67 197,65 € perçus (+25%)

B – Sites de visites et activités

86 sites de visites et activités

Hausse de fréquentation, parfois record, des principaux sites de visite du territoire

C – Restaurants

51 restaurants

Disparité de localisation sur le territoire

D – Producteurs locaux

64 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

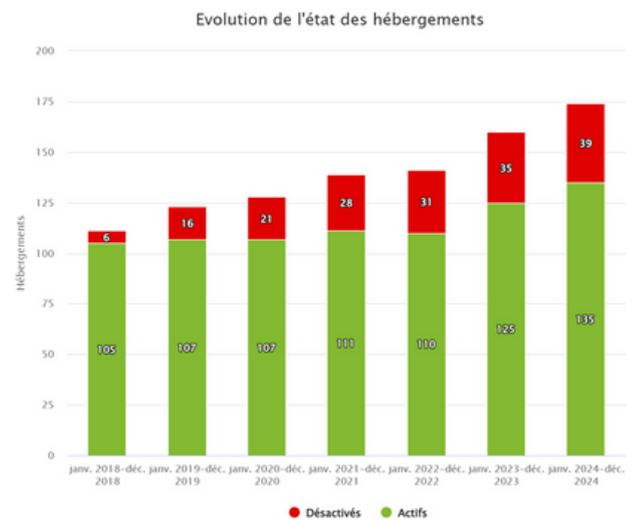
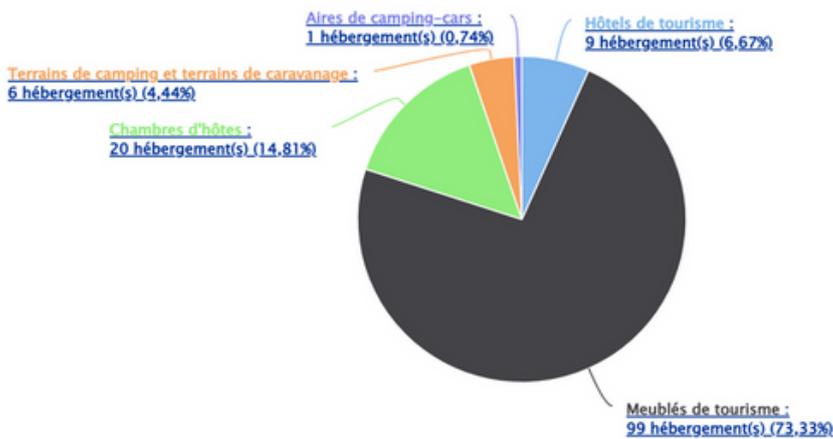
OFFRE D'HEBERGEMENTS

• Répartition

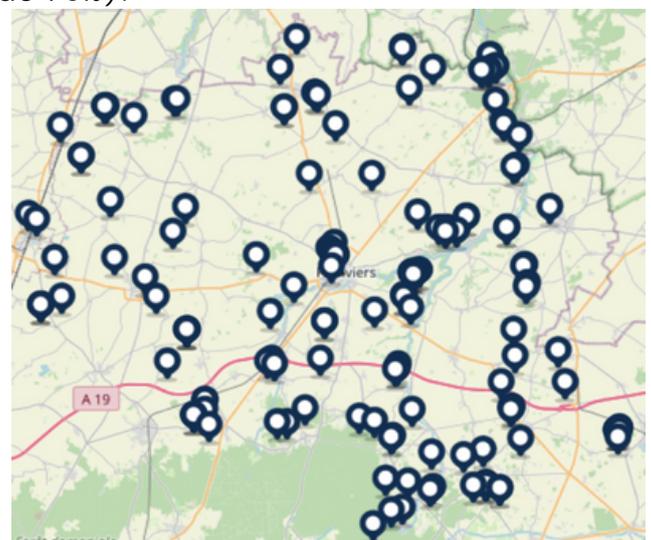
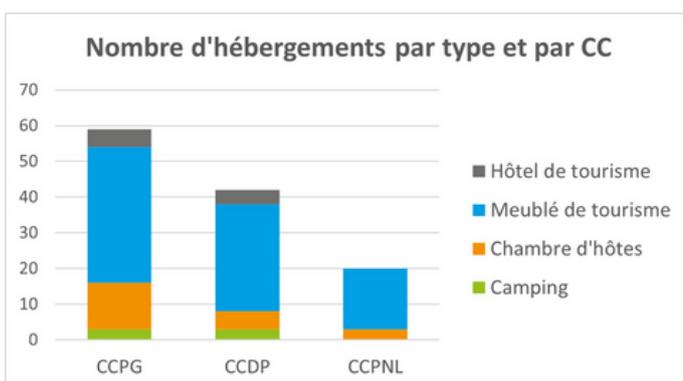
Le Grand Pithiverais compte **135 hébergements** à la fin de l'année 2024, soit une augmentation de 8% en 1 an. En effet, on note 1 cessation d'activité en chambre d'hôtes en 2024 pour **11 créations** de meublés de tourisme. Ces hébergements comptabilisent **1 480 lits** touristiques.

Hébergements actifs par nature d'hébergement

Cliquer sur une nature d'hébergement pour visualiser les valeurs par classement. Nombre d'hébergements : 135

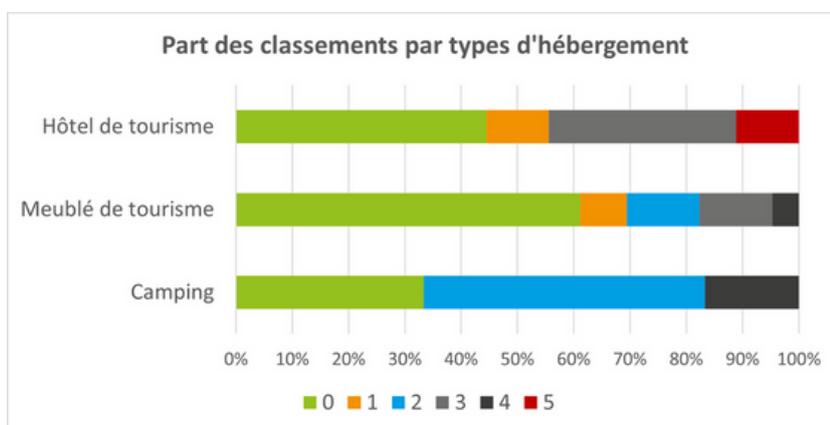


Les hébergements sont plus concentrés sur la Communauté de Communes du Pithiverais Gâtinais (49%) et sur celle du Pithiverais (35%). La Plaine du Nord Loiret accueille tout de même 17% d'entre eux. Une large majorité des hébergements du territoire sont des meublés de tourisme (plus de 70%).



• Classements

La part des hébergements classés reste similaire à l'année dernière. On remarque que plus de la moitié des meublés de tourisme n'est pas classée.



TAXE DE SEJOUR

Bilan arrêté en avril 2025

• Déclarations directes des hébergeurs

Nuitées déclarées :	90 743	→	-7,3%	(97 925 nuitées en 2023)
Montant déclaré :	60 636,36 €	→	+7,4%	(56 475,03 € en 2023)
Montant perçu :	56 101,85 €	→	+5,3%	(53 253,04 € en 2023)

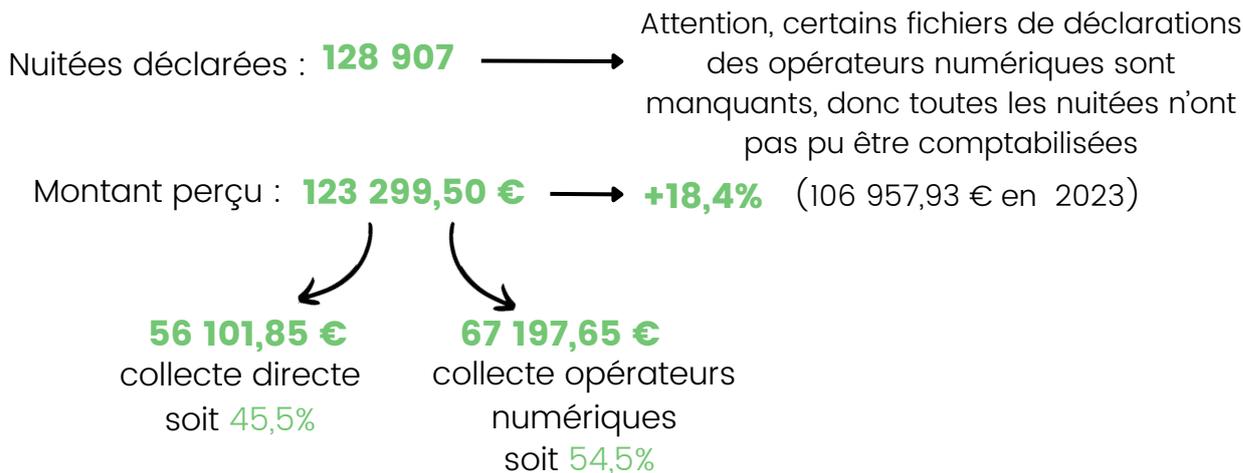
La part des hébergeurs à jour de l'ensemble de leurs déclarations et de leurs paiements pour 2024 est de 59% (en légère augmentation par rapport à 2023).

• Opérateurs numériques

Les opérateurs numériques qui ont collecté la taxe de séjour dans le Grand Pithiverais en 2024 sont : Abritel, Airbnb, Booking, Gîtes de France, Greengo, le Bon Coin, Belvilla, Bookiply, Camping-car park et Holidu, soit une nouvelle plateforme. La loi leur impose de déclarer et reverser la taxe de séjour deux fois par an : fin juin et fin décembre.

Montant perçu :	67 197,65 €	→	+25%	(53 704,89 € en 2023)
-----------------	--------------------	---	-------------	-----------------------

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



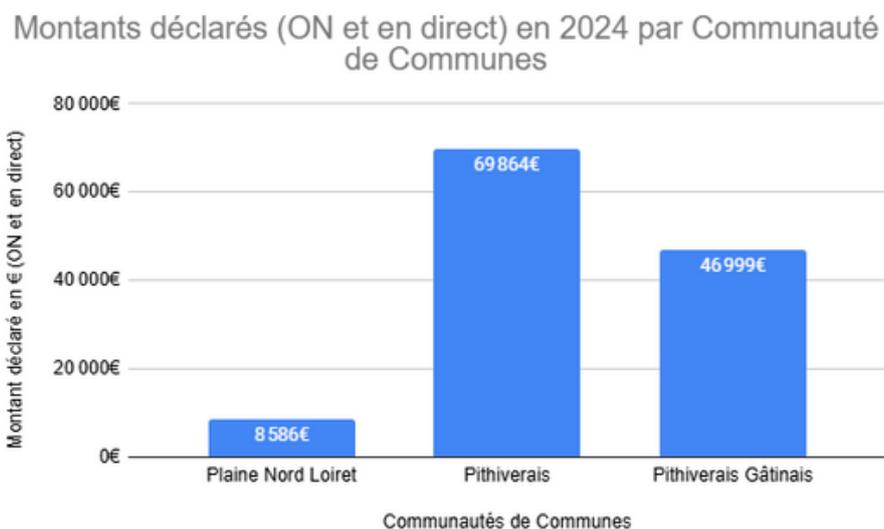
Les recettes de taxe de séjour continuent de progresser : elles ont été **multipliées par 2** depuis 2019.

Bien que le nombre de nuitées déclarées en direct soit en baisse par rapport à 2023, les recettes de taxe de séjour sont en hausse de 18,4% par rapport à 2023. Cela s'explique par le fait que les tarifs de taxe de séjour ont été augmentés depuis le 1er janvier 2024.

La collecte de taxe de séjour effectuée par les opérateurs numériques est en augmentation. En 2024, le montant collecté par les opérateurs numériques représente 54,5% tandis que la collecte directe représente 45,5%. En 2023, la répartition était quasiment équivalente entre les deux modes de collecte.

- **Bilan par Communauté de Communes**

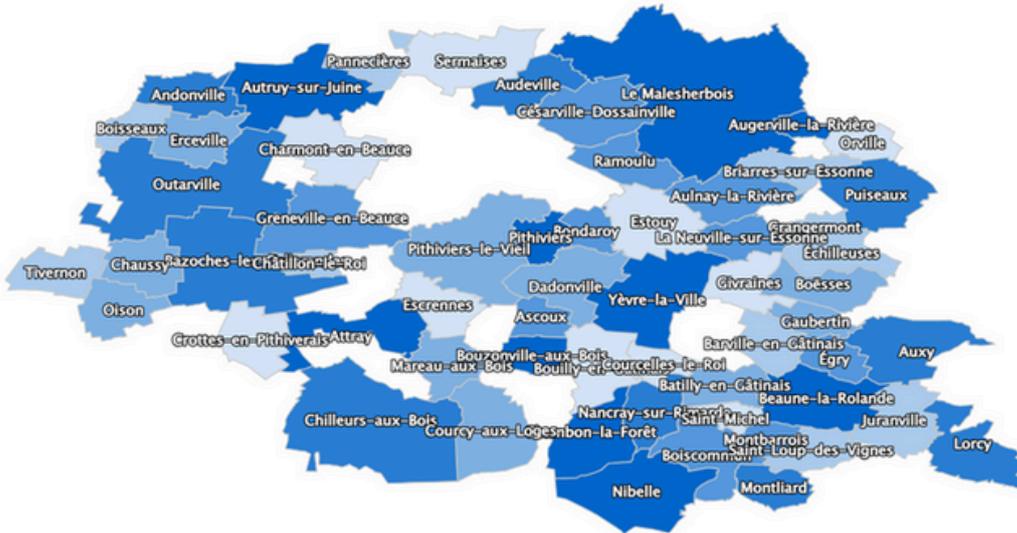
Au total, au cours de l'année 2024, les recettes de taxe de séjour pour la CCDP s'élèvent à 69 864 €, celles de la CCPG à 46 999 € et celles de la CCPNL à 8 586 €. On note ainsi une hausse de 39,8% pour la CCDP et de 18,2% pour la CCPNL, tandis qu'on observe une légère baisse de 3,4% pour la CCPG.



o Bilan par commune

Nombre de nuitées déclarées en direct et par les opérateurs numériques

Communautés de Communes du Pithiverais, du Pithiverais Gâtinais, de la Plaine du Nord Loiret – janv. 2024 – déc. 2024

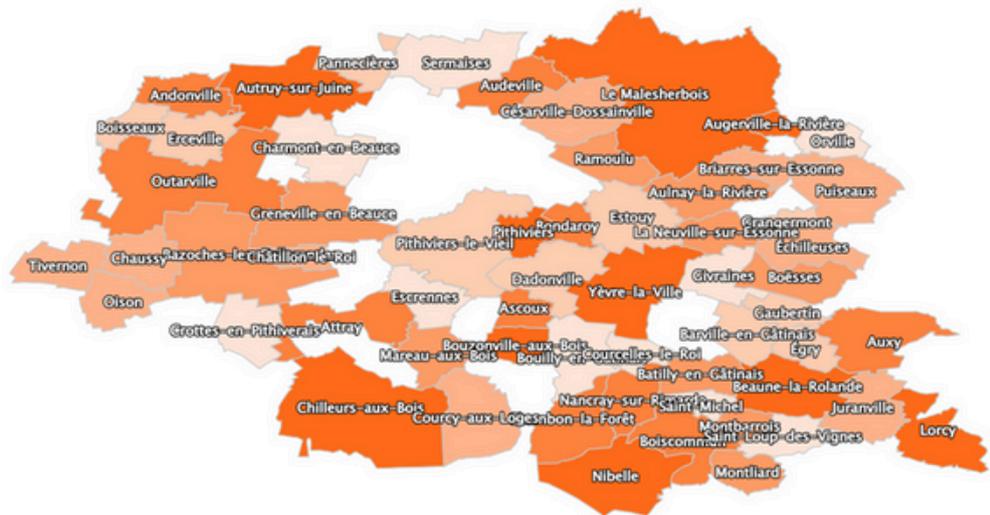


Montants déclarés en € en direct et par les opérateurs numériques

Communautés de Communes du Pithiverais, du Pithiverais Gâtinais, de la Plaine du Nord Loiret – janv. 2024 – déc. 2024

Nombre de nuitées déclarées en direct et par les opérateurs numériques

- Classes :
- <= 78 nuitées
 - 80 – 231 nuitées
 - 234 – 363 nuitées
 - 406 – 632 nuitées
 - 652 – 1 884 nuitées
 - >= 2 709 nuitées

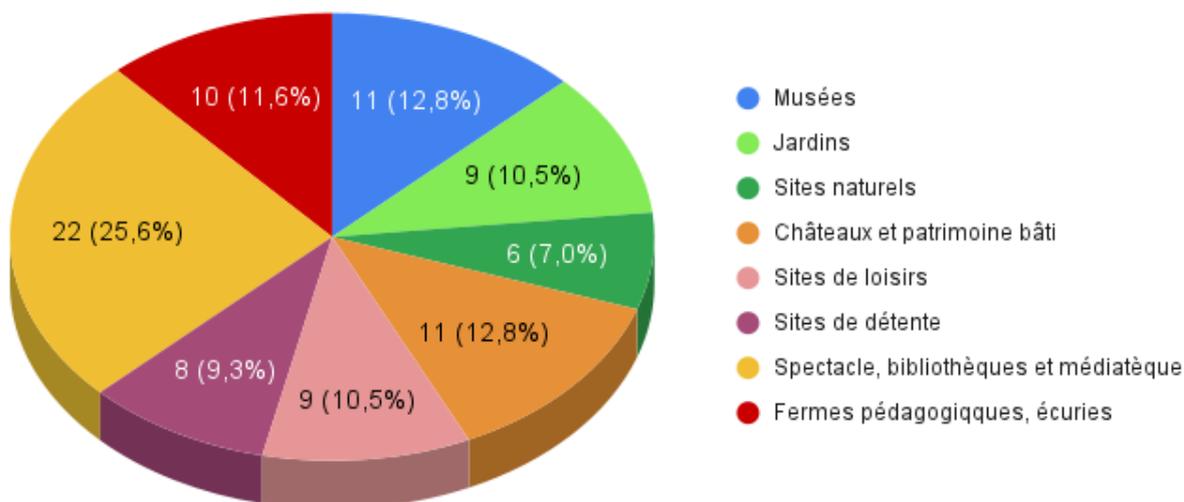


Montants déclarés en € en direct et par les opérateurs numériques (Cliquer sur la légende)

- Classes :
- <= 99 €
 - 111 – 315 €
 - 322 – 516 €
 - 544 – 931 €
 - 951 – 2 244 €
 - >= 2 359 €

B. Sites de visites et activités

Répartition des sites de visites et activités par catégorie en 2024



On dénombre 86 sites de visites et activités référencés dans la base de données Tourinsoft en 2024. La répartition de l'offre de sites de visites est assez homogène avec des activités diversifiées.

En 2024, les principaux sites touristiques du territoire ont noté une hausse de fréquentation, parfois record :

- Le Château de Chamerolles a enregistré près de 46 000 visiteurs, soit +12,5% par rapport à 2023 et un record depuis 2013,
- L'Atelier-Musée de l'Imprimerie a comptabilisé 17 167 visiteurs, équivalent à 2023,
- La forteresse de Yèvre-le-Châtel a accueilli 8 621 visiteurs payants, soit +3% par rapport à 2023 et un record,
- Le Musée des Transports de Pithiviers a enregistré 7 302 visiteurs,
- Le Musée du Safran a accueilli 566 visiteurs.

C. Restaurants

En 2024, 51 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

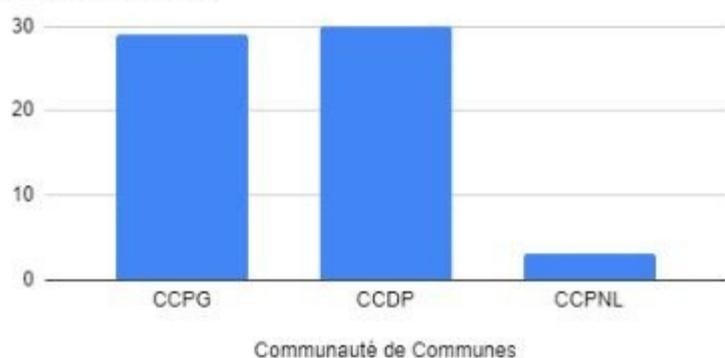


Plus de la moitié des restaurants sont des brasseries et restaurants traditionnels (56,5%).

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

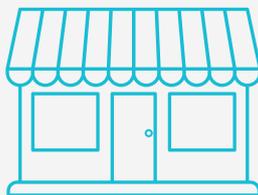
En accord avec le schéma de développement touristique, l'Office de Tourisme a souhaité poursuivre la mise en valeur des produits et producteurs locaux et favoriser le développement des circuits courts. Pour ce faire, nous avons mis en place différentes actions :

- Recensement des producteurs du territoire : **64 contacts**,
- Envoi d'un questionnaire de mise à jour des informations ou de demande de renseignements pour les nouveaux producteurs,
- 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,
- Participation aux réflexions pour la création d'un magasin de producteurs sur le territoire, avec le PETR Beauce Gâtinais en Pithiverais,
- Participation aux réunions pour la création d'un événement mettant en relations les producteurs et les restaurateurs du territoire, en octobre 2025, dans le cadre du PCAET.

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.



PROMOTION ET COMMERCIALISATION

A – Visites et découvertes

55 visites réalisées – 6 nouveautés

425 visiteurs (-0,5% par rapport à 2023)

Chiffre d'affaires total généré = 3 070,98 € (+53,2% par rapport à 2023)

B – Groupes

18 groupes accueillis (+20% par rapport à 2023)

Chiffre d'affaires total = 30 875 € (-7,4% par rapport à 2023)

Commissions OTGP = 2 469,84 € (+6,8% par rapport à 2023)

Visites de Pithiviers = 570 € (-46,7% par rapport à 2023)

C – Boutique

12 nouveaux fournisseurs en achat-revente

4 nouveaux prestataires en dépôt-vente

Chiffre d'affaires total = 28 565,15 € (+23% par rapport à 2023)

874 ventes, 4137 articles vendus

Panier moyen = 35,51 € TTC / 31,87 € HT (-11,6% par rapport à 2023)

757 Jeux du Grand Pithiverais vendus = 15 275 € de chiffre d'affaires

Mise en place d'animations pour Noël

D – Expositions

12 expositions mensuelles

237 contacts – Moyenne : 20 personnes / mois

Ventes = 300 € – Commissions OTGP = 30 €

E – Événementiel

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

↳ 80 exposants en moyenne par marché

↳ Moyenne de 5000 visiteurs par marché

1ère édition du Festival Eclats Musicaux : mise en place de la billetterie

1ère édition de Tous à vélo contre le diabète : réalisation des 4 circuits et mise en place de la billetterie

A. Visites et découvertes

PROGRAMMATION DES VISITES

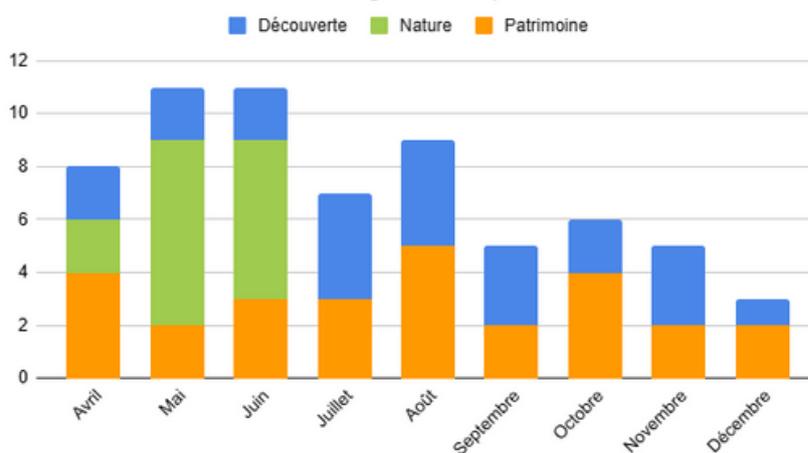
65 visites programmées (54 en 2023, +20%)

24 visites différentes (21 en 2023, +14%)

dont **6** nouveautés :

- Montée dans le clocher-tors de Puiseaux
- Visite sur les herbes folles à Pithiviers (Fête de la Nature)
- Atelier Impression végétale au Domaine de Flotin
- Promenade visite et dégustation au château de Denainvilliers
- Visite-dégustation aux Vergers de Gallerand
- Atelier fabrication de Pithiviers fondant

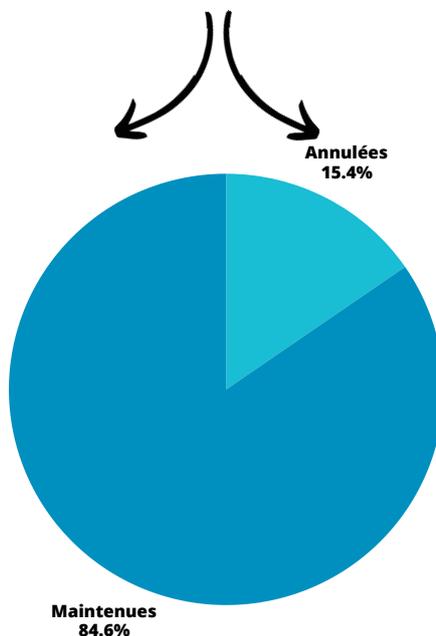
Nombre de visites organisées par mois en 2024



La répartition de la programmation des visites en 2024 est plus homogène que les années précédentes, pour lesquelles les mois de juin et juillet comptaient le plus de visites programmées. Les mois d'avril à août restent malgré tout les plus propices à l'organisation de visites, notamment celles liées à la nature avec les visites de jardins en mai-juin. Il est également plus difficile de trouver des prestataires prêts à proposer des visites en fin de saison (novembre, décembre). Le départ de la salariée chargée des visites nature a aussi contraint leur programmation à partir de juin.

55
maintenues

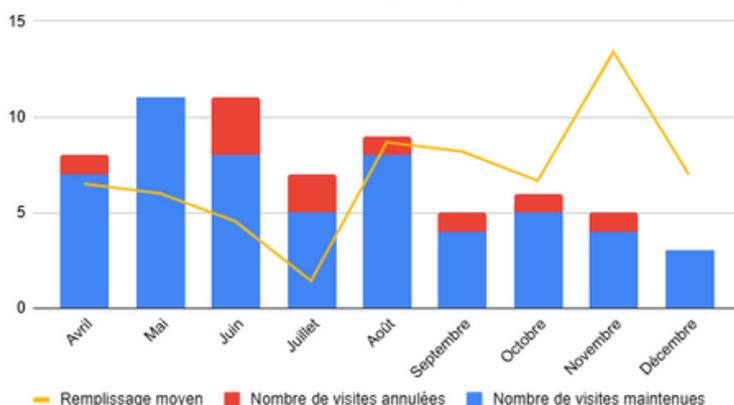
Moyenne générale de 9,7 personnes inscrites par visite (plein tarif, demi-tarif, gratuit), légèrement plus qu'en 2023, mais cette moyenne est très aléatoire en fonction du type de visite.



10
annulées

La part du nombre de visites annulées est comparable à 2023 (14,8%). Certaines annulations sont liées à des problématiques pour les sites accueillants ou l'absence de guide, d'autres sont liées à un nombre de participants trop faible.

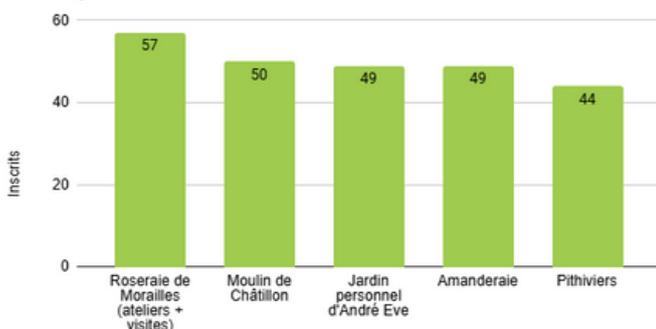
Nombre de visites et remplissage moyen par mois en 2024



On constate, sur ce graphique, que les visites de fin d'année (d'août à décembre) ont connu plus de succès, notamment en novembre, alors que ce sont paradoxalement les mois où nous proposons moins de visites.

A l'inverse, le nombre moyen d'inscrits par visite a été médiocre sur les 4 premiers mois, alors que nous avons proposé davantage de visites. La météo très pluvieuse de cette année peut être une explication à ce manque d'intérêt pour ces visites, qui ont lieu majoritairement en extérieur.

Top 5 des visites en nombre d'inscrits total en 2024

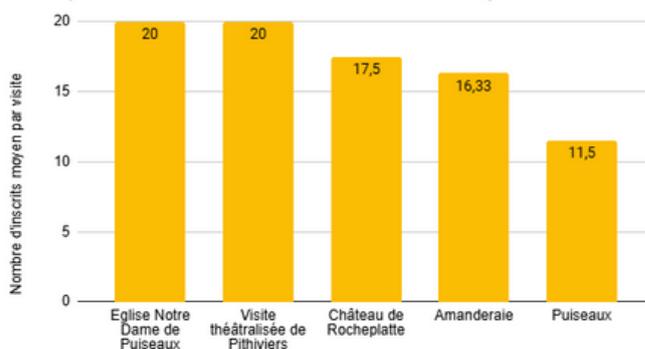


Les visites et ateliers à la Roseraie de Morailles ont cumulé le plus grand nombre d'inscrits en 2024.

Les visites du Moulin de Châtillon, du jardin personnel d'André Eve et de Pithiviers figurent toujours dans le top 5 des visites rassemblant le plus grand nombre de visiteurs totaux. Ce sont aussi celles qui ont été programmées le plus souvent, mais on ne les retrouve pas dans le top 5 du remplissage des visites.

La visite de l'Amanderaie fait son entrée dans le top 5 des visites les plus populaires en nombre total d'inscrits, mais aussi en nombre moyen d'inscrits par visite, avec une moyenne de 16,33 personnes par visite pour 3 visites programmées.

Top 5 des visites en nombre d'inscrits moyen en 2024



Le top 5 des visites les plus remplies en moyenne inclus principalement des visites pour lesquelles seules une ou deux dates ont été programmées, montrant l'intérêt porté à ces visites plus insolites ou expérientielles et pour lesquelles la faible récurrence peut expliquer le niveau de remplissage élevé. Cependant, certaines visites proposées une seule fois dans l'année n'ont pas été appréciées et ont été annulées par manque de participants (biodiversité en ville à Pithiviers, Nature et Patrimoine à Nibelle).

Les nombres d'inscrits moyens par visite sont supérieurs à ceux de 2023, qui étaient compris entre 11 et 18 inscrits par visite dans le top 5.

• Supports de communication utilisés

- Documentation papier trimestrielle, sous forme de dépliant triptyque avec liste des visites et description rapide : réalisation OTGP et impression Mauryflor,
- 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 et de Tourisme Loiret,
- 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 24h avant le départ des visites pour pouvoir informer les prestataires du nombre d'inscrits. La moitié des visiteurs réserve trois jours à l'avance, ce qui accentue les contraintes d'organisation.

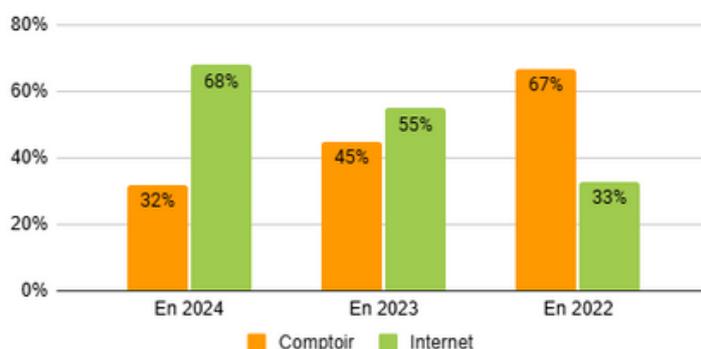
Les moyens de réservations possibles sont les suivants :

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

Les moyens de paiement possibles sont les suivants :

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

Répartition des inscriptions par mode de réservation



En 2 ans, la répartition des modes de réservation s'est inversée. La proportion de réservations effectuées par internet (plus des $\frac{2}{3}$) est désormais équivalente à la part des réservations effectuées au comptoir en 2022. Cela est certainement dû à notre changement de fonctionnement pour la prise des réservations. En effet, la réservation par mail ou téléphone est toujours possible, mais les visiteurs doivent se rendre à l'Office de Tourisme pour effectuer le règlement puisque nous ne nous déplaçons plus à chaque visite pour effectuer les encaissements. Ainsi, nous incitons les visiteurs à réserver en ligne.

FREQUENTATION

• Profil des visiteurs

425 visiteurs
-0,5% par rapport à 2023
 (427 visiteurs)

◦ Âge

Les adultes sont, de loin, le public le plus important de nos visites, représentant 89,4% de nos visiteurs.

380 adultes +16 ans (plein tarif)

+16,9% par rapport à 2023

16 jeunes et JEP (demi-tarif)

-42,9% par rapport à 2023

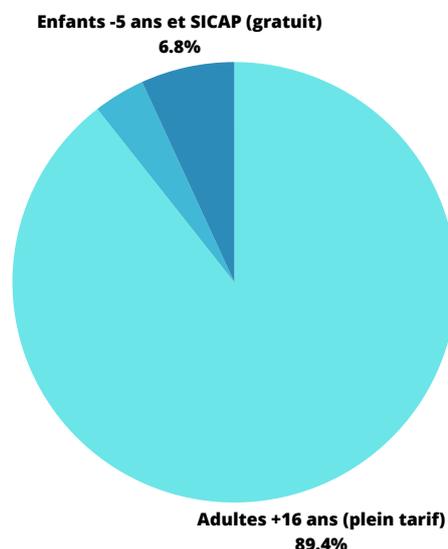
29 enfants -5 ans et adultes en visites

gratuites (SIDESUP et biodiversité à Pithiviers pour la fête de la nature)

-60,8% par rapport à 2023

La fréquentation des visites 2024 est stable par rapport à 2023, avec une baisse de fréquentation très marquée chez les jeunes.

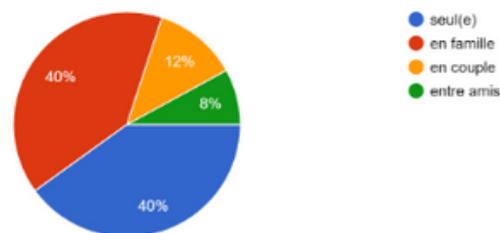
Répartition des visiteurs 2024 par tranche d'âge



◦ Accompagnement

Les visiteurs ayant répondu au questionnaire de satisfaction assistent aux visites principalement en famille ou seuls. Les visites réalisées en famille sont en hausse constante depuis à 2021.

Vous êtes venu(e) :
25 réponses

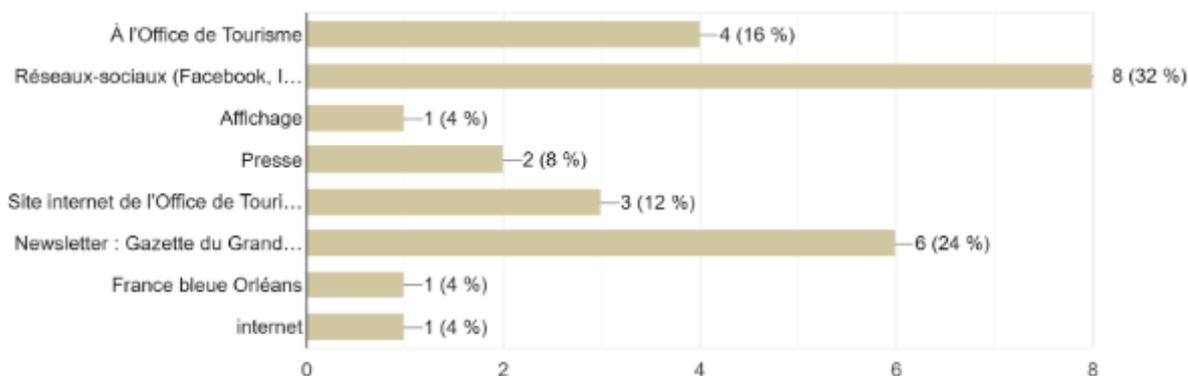


◦ Connaissance des visites

Les visiteurs ont eu connaissance de l'organisation des visites proposées par l'Office de Tourisme principalement grâce à nos supports numériques : réseaux sociaux, gazette, site internet, mais aussi au bureau d'accueil. Ce graphique montre également l'importance de la multiplicité des canaux d'information pour tenter de toucher un maximum de personnes.

Comment avez-vous connu cette visite ?

25 réponses

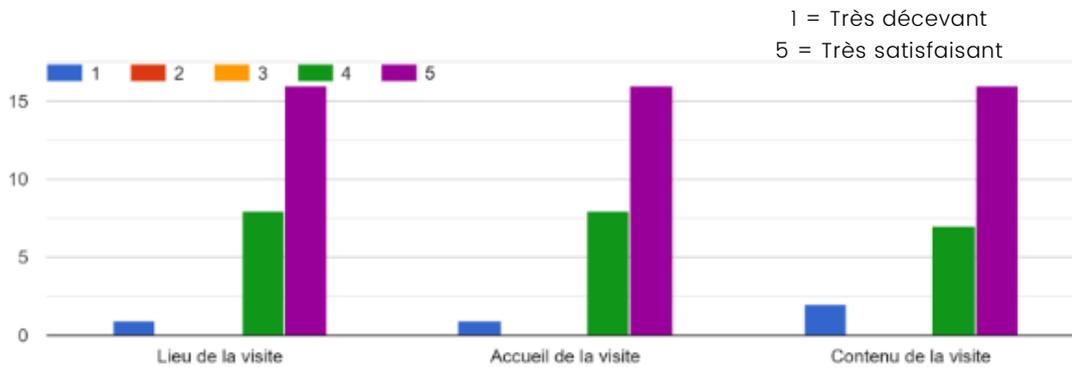


• Suivi de la satisfaction client

Comme chaque année, un questionnaire de satisfaction a été envoyé aux visiteurs pour recueillir leurs avis. 25 réponses ont été recueillies en 2024 (contre 30 réponses en 2023).

◦ Accueil, contenu et lieu visite

Qu'avez-vous pensé des points suivants :

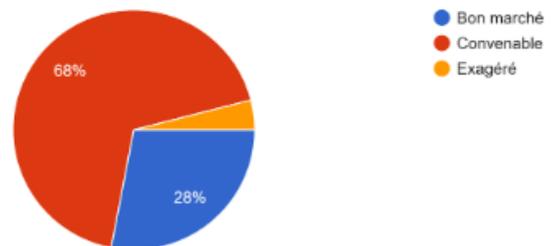


La grande majorité des répondants est satisfaite, voire très satisfaite de l'accueil, du contenu et du lieu de la visite.

◦ Tarifs

Plus des 2/3 des répondants estime que les tarifs de visites sont convenables et même près d'1/3 les trouvent bon marché. La politique tarifaire proposée semble donc adaptée à la demande.

Selon vous le tarif de la visite était :
25 réponses



FINANCEMENT

Chiffre d'affaires total généré :

2791,80 € HT

3070,98 € TTC

+53,2% par rapport à 2023 (2004 €)

B. Groupes

OFFRE

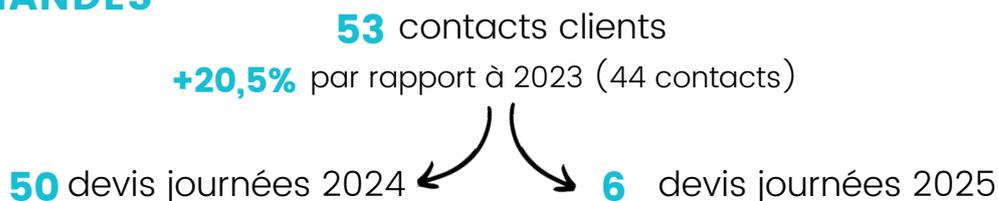
- **Produits proposés**

19 journées catalogue **11** sites "A la carte" **2** séjours
38 prestataires, dont **35** sites du Grand Pithiverais

- **Communication et diffusion**

- Les circuits groupes ont été repensés cette année avec un tri dans les circuits qui ont plus ou moins fonctionné et la proposition de nouvelles journées.
- 4 livrets ayant chacun une thématique différente ont été édités :
 - "Nos incontournables" : 4 journées et 1 séjour, proposant les sites phares tels que Yèvre-le-Châtel, l'Atelier-Musée de l'Imprimerie et le Château de Chamerolles. L'idée était de reprendre dans ce livret les journées qui fonctionnent le mieux comme "Patrimoine et tradition" et "Parfum de Renaissance",
 - "Sur la route de la rose" : 4 journées et 1 séjour comportant des sites labellisés Route de la rose,
 - "Journées gourmandes" : création de 5 journées mettant en avant les spécialités culinaires et les producteurs, avec des visites comme la distillerie de Faronville, la chocolaterie Alex Olivier et la brasserie des Merveilles,
 - "Hors des sentiers battus" : 5 journées avec des visites moins connues du public groupe et qui sortent de l'ordinaire comme le château de Denainvilliers ou la visite de la ferme Feularde, pour les groupes qui connaissent déjà le Grand Pithiverais,
- Ces 4 livrets ont été réalisés en interne par la responsable du service groupes et envoyés à l'ensemble de notre listing groupe, soit 1 017 courriers. 43 courriers sont revenus à l'Office de Tourisme à cause généralement d'un défaut d'adresse ou destinataire inconnu. Pour chaque retour, nous avons supprimé ou modifié les coordonnées de groupe dans notre liste d'envoi de l'année suivante (20 nouvelles adresses).
- Site internet : L'espace groupe du site internet a été complètement remanié et les journées sont classées par thématique, en cohérence avec les éditions papier.

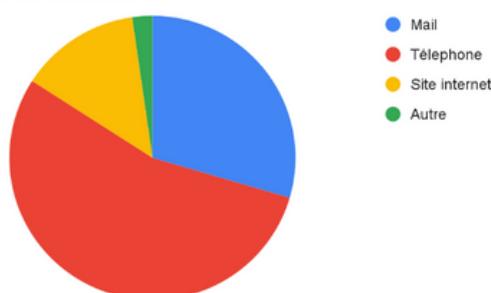
DEMANDES



Le nombre de contacts a augmenté de 20,5% par rapport à 2023, ce qui montre que l'activité groupe est constante et s'améliore malgré l'augmentation des tarifs.

Les demandes de devis se font principalement par téléphone, mais de plus en plus de clients effectuent leurs demandes par mail également et depuis le formulaire du site internet de l'espace groupes.

Types de contacts



Les demandes proviennent essentiellement de groupes de la région parisienne, de l'Essonne et de la Seine-et-Marne. Le reste des groupes provient de départements des régions Centre - Val de Loire (45, 28, 18 et 41) et l'Île-de-France (77, 91, 92, 95, 78, 93, 94, 75). Quelques personnes viennent aussi de l'Yonne et de l'Eure.

Les principaux types de groupes accueillis sont principalement des associations de seniors et des CCAS. Nous avons également enregistré des demandes de groupes de randonneurs et d'associations horticoles.

FREQUENTATION

• Groupes reçus



Les groupes reçus sont composés de 9 à 55 personnes. Nous avons accueilli 643 personnes (568 en 2023), soit 36 personnes en moyenne par groupe.

Nous avons vendu uniquement des excursions à la journée, dont le prix de vente est compris entre 43,50 € et 61,50 € par personne.

Le prix moyen est de 53,33 € pour une journée. Pour mémoire, il était de 54 € par personne en 2023.

- **Excursions qui fonctionnent le mieux**

Les circuits vendus sont assez diversifiés.

Nous avons vendu 6 journées catalogue et 12 excursions sur-mesure.

- Patrimoine et tradition : 4
- Pithiviers à toute vapeur : 2
- Rosa, rosae... Pithiverais : 1

Au total, les groupes ont été reçus dans 10 sites de visites différents. Bien que cela soit assez partagé, les principaux sites ayant reçu des groupes en 2024 via l'Office de Tourisme sont Yèvre-le-Châtel (10 groupes), Pithiviers visite du centre historique (5 groupes), la Roseraie de Morailles, le Musée du Safran et le Château de Chameralles (4 groupes).

FINANCEMENT

- **Chiffre d'affaires total**

30 875 € de chiffre d'affaires total

-7,4% par rapport à 2023 (33 338 €)

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**

2 469,84 € de commissions OT

+6,8% par rapport à 2023 (2 311,80 €)

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**

570 € de chiffre d'affaires OT

-46,7% par rapport à 2023 (1 070 €, 9 visites)

Cette année, nous avons assuré 5 visites du centre-ville de Pithiviers pour des groupes de 20 à 55 personnes, soit un total de 180 personnes accueillies. Un groupe a demandé uniquement une visite de Pithiviers, en anglais/allemand (pour le jumelage allemand) tandis que les quatre autres ont choisi un circuit avec la visite de Pithiviers incluse dans un package.

C. Boutique

ACHATS ET FOURNISSEURS

• Achats de nouveaux produits

En 2024, nous avons fait appel à 12 nouveaux prestataires pour l'achat de produits.

Alimentaire :



- Les Ruchers du Gâtinais : nougat
- Maison Arthur : pâte d'ours
- Sébastien Papion : chocolats P'thiviers
- Le temps d'une promenade : chocolats et amaretti
- Graine au vent : pâtes et sauces
- Les gouttes du temps : huile de tournesol

Librairie :



- Editions Sutton : livres
- Jeux Bordier : Jeu du Grand Pithiverais

Malgré le manque de place, nous souhaitons toujours proposer des nouveautés à notre clientèle et nous avons complété notre gamme avec de nouveaux produits auprès de nos fournisseurs habituels. La diversification des offres en achat concerne principalement l'alimentaire puisque c'est la catégorie qui fonctionne le mieux en boutique.

• Nouveaux partenariats de dépôt vente

Le dépôt-vente est proposé pour les associations, la librairie et l'artisanat. Des conventions ont été signées avec 4 nouveaux prestataires :

Artisanat :



- Virginie - Paule - Marguerite Poterie : poteries

Librairie :



- Cercle des cartophiles du Loiret : livres
- Société Archéologique de Puisieux : livres
- CréaLab3D : pot à crayons

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, avec une petite fiche descriptive.

Janvier : Livre "22 fleurs remèdes naturels" (les Nuits de la lecture)

Février : Bougies gourmandes des Clefs de la Nature (Saint-Valentin)

Mars : Coffret 6 bières avec 2 verres – Brasserie des Merveilles (fête de la Saint-Patrick : 17 mars)

Avril : Lithographie Chamerolles de Jacky Rouget (journée mondiale de l'Art, journées européennes des métiers d'Art)

Mai : Sélection "Route de la Rose" : thés, sablés et babas des Cafés Jeanne d'Arc, amandes à la rose de Mazet, savon à la rose ancienne des Savons d'Auxy (Route de la Rose en fête, fête des mères : 12 mai)

Juin : Terrines et rillettes au canard du Domaine de Voisin (fête des pères : 16 juin)

Juillet : Jeu "Escapade en Gâtinais"

Août : Livre "La tumultueuse histoire du pâté d'alouette de Pithiviers"

Septembre : Jus de pomme – Vergers de Gallerand et Francorville

Octobre : Le safran – présentation des deux producteurs et de leurs produits

Novembre : Amandes de Pithiviers

Décembre : Paniers surprises

• **Mailing paniers de fêtes**

Création de deux documents à destination des mairies avec nos propositions de paniers garnis pour les fêtes de fin d'année et un catalogue de produits pour composer des paniers sur mesure.

• **Animations en décembre**

Pour animer la boutique en fin d'année, plusieurs actions ont été mises en place :

- Élargissement des horaires d'ouvertures de la boutique du mardi au samedi de 9h30 à 19h00 sans interruption,
- Création de paquets surprises, de 10€ à 30€, pour proposer aux clients d'acheter des paniers de produits locaux sans savoir ce qu'il y avait dedans,
- Animations sur les réseaux sociaux avec les "bêtises" des lutins farceurs,
- Encarts publicitaires dans la presse locale,
- Réalisation d'une affiche pour la boutique, installée sur le stop-trottoir à l'extérieur et envoyée à la presse pour faire un encart publicitaire,
- Le jeu des vitrines : un jeu en collaboration avec l'OCAIP qui consistait à chercher les intrus dans les vitrines des commerçants participants,
- Présence dans le chalet de l'OCAIP, le vendredi 20 décembre, sur la place du Martroi pour vendre des produits de la boutique et présenter la documentation.

• **Boutique en ligne**

En 2024, nous n'avons pas eu de commande sur notre boutique en ligne pour du click and collect.

VENTES

- **Ventes et chiffre d'affaires**

Chiffre d'affaires : 28 565,15 € TTC, a augmenté (+23%) par rapport à 2023 (23239,69€)

874 ventes

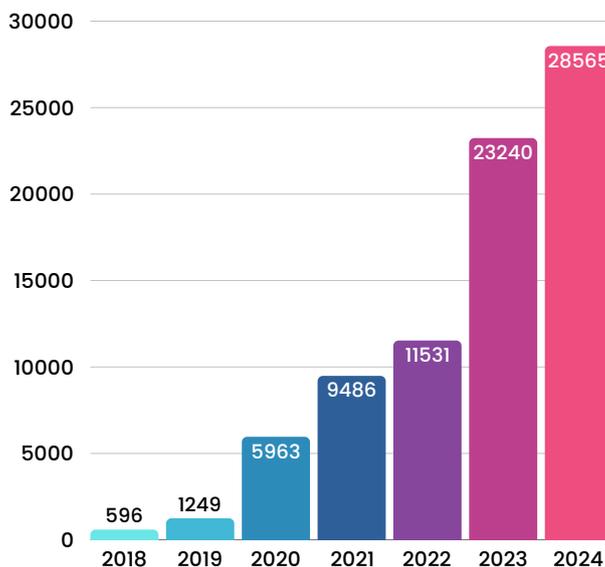
4137 articles vendus

On constate une grande évolution du chiffre d'affaires de la boutique d'année en année.

L'offre diversifiée de produits en boutique et les propositions de paniers garnis pour les fêtes contribuent certainement à cette hausse constante du chiffre d'affaires de la boutique.

En 2024, l'arrivée du Jeu du Grand Pithiverais à partir du mois d'octobre a permis d'augmenter les ventes en boutique.

Evolution du chiffre d'affaires annuel de la boutique



- **Panier moyen**

En 2024, le panier moyen annuel est de 35,51 € TTC / 31,87 € HT avec le mois de décembre (en baisse de 11,6% par rapport à 2023 : 40,17 €) et de 20,39 € sans le mois de décembre.

- **Focus sur le Jeu du Grand Pithiverais**

Arrivé en boutique en octobre 2024, on dénombre 106 ventes en boutique de ce jeu sur le dernier trimestre 2024 et 651 ventes par l'intermédiaire de nos partenaires et des grandes surfaces, pour un total de 15 275€, répartis entre le prix partenaire à 20€ et le prix public à 25€.

2000 boîtes de jeu ont été commandées. Elle seront financées à hauteur de 80% par le programme LEADER.

D. Expositions

En 2024, nous avons renouvelé les expositions mensuelles et 12 artistes ont présenté leurs oeuvres :

<p>Janvier</p> <p>Exposante : Octavia SELLIER</p> <hr/> <p>Type d'expo : Peintures à l'huile</p> <hr/> <p>€ 1 tableau : 80 € Commission OT : 8 €</p> <hr/> <p> 17</p>	<p>Février</p> <p>Exposante : Justine BEZIN</p> <hr/> <p>Type d'expo : Toiles de peinture à la bombe</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 23</p>	<p>Mars</p> <p>Exposant : Thibault NERE</p> <hr/> <p>Type d'expo : Peinture acrylique</p> <hr/> <p>€ 3 tableaux : 40 € Commission OT : 4 €</p> <hr/> <p> 18</p>
<p>Avril</p> <p>Exposant : Jean-Claude THIERY</p> <hr/> <p>Type d'expo : Paysages et abstraites</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 34</p>	<p>Mai</p> <p>Exposant : Robert CROIZET</p> <hr/> <p>Type d'expo : Peinture acrylique</p> <hr/> <p>€ 1 tableau : 180 € Commission OT : 18 €</p> <hr/> <p> 25</p>	<p>Juin</p> <p>Exposante : Fabienne DALGARNO</p> <hr/> <p>Type d'expo : Peinture</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 5</p>
<p>Juillet</p> <p>Exposante : Elisabeth GLIMME</p> <hr/> <p>Type d'expo : Peintures sur le thème du sport</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 17</p>	<p>Août</p> <p>Exposant : Marc LAROCHE</p> <hr/> <p>Type d'expo : Exposition sur les mégalithes du Loiret</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 38</p>	<p>Septembre</p> <p>Exposante : MIMO</p> <hr/> <p>Type d'expo : Peintures à l'huile et acryliques</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 16</p>
<p>Octobre</p> <p>Exposante : Brigitte GADROY</p> <hr/> <p>Type d'expo : Peinture</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 16</p>	<p>Novembre</p> <p>Exposante : Marie-Noëlle DESFORGES-CHAMAULT</p> <hr/> <p>Type d'expo : Aquarelles et peintures à l'huile</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 16</p>	<p>Décembre</p> <p>Exposant : Eric ANDRE</p> <hr/> <p>Type d'expo : Cartographe travaillant le béton</p> <hr/> <p>€ Pas de vente</p> <hr/> <p> 12</p>



- **Communication**

Un programme sous forme de triptyque a été conçu par nos soins au début de l'année 2024, puis diffusé à partir de la mi-janvier à 500 exemplaires.

Pour chaque exposition, une affiche a été réalisée et transmise à la presse, accompagnée d'un texte de présentation. Le plus souvent, un journaliste se déplace le jour de l'installation de l'exposition afin d'interviewer l'artiste et de rédiger un article. Lorsque cela n'est pas possible, une photographie de l'exposition est envoyée à la rédaction, permettant ainsi la publication d'un article dans Le Courrier du Loiret et La République du Centre.

Une présentation de l'exposition est également mise en ligne dans la rubrique actualités de notre site internet, ainsi que dans l'agenda, sur nos réseaux sociaux et dans notre newsletter.

- **Nombre de contacts**

Sur l'ensemble de l'année, nous avons reçu **237 contacts** pour l'exposition, ce qui est inférieur à l'année passée (331 contacts en 2023, - 28%). La moyenne de contacts pour les expositions est de **20 personnes par mois** (27 contacts en 2023). 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 Marc LAROCHE, en août, sur les mégalithes du Loiret, et de Jean-Claude THIERRY, paysages et abstraits, en avril.

- **Ventes**

L'Office de Tourisme prend une commission de 10 % sur les œuvres des artistes qui sont vendues. Cette année, nous avons vendu cinq oeuvres, pour un **total de 300€**, soit un total des commissions de **30€** (102,48 € de commissions en 2023).

E. Événementiel

FESTIVAL DES ECLATS MUSICAUX

L'Office de Tourisme a contribué à la mise en place du 1er Festival des Eclats Musicaux sur le territoire en mettant en place la billetterie en ligne et en favorisant la communication sur l'événement. Le quatuor à cordes Quatuor Voce, soutenu par la DRAC et les sites partenaires, était installé en résidence d'artistes pendant une semaine au Château d'Augerville et a programmé 4 concerts en sortie de résidence, en compagnie d'invités prestigieux : 1 à l'Atelier-Musée de l'Imprimerie, 2 au Château d'Augerville et 1 à l'église de Dimancheville.

TOUS A VELO CONTRE LE DIABETE

L'Office de Tourisme a été associé à l'organisation de l'événement "Tous à vélo contre le diabète", à l'initiative du PETR Beauce Gâtinais en Pithiverais, qui s'est déroulé le mercredi 5 juin après-midi au départ de Pithiviers. Nous avons ainsi mis en place la billetterie en ligne et proposé les 4 circuits cyclistes de 10km, 20km, 30km et 40km.

MARCHES DU TERROIR DE YEVRE-LE-CHÂTEL

• Organisation

Dans la continuité des années précédentes, 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 2024, deux dates ont été maintenues, correspondant aux dates historiques instituées par "Les Saveurs du Castelet" :

- mercredi 1er mai, avec la thématique "Produits du terroir et gastronomie",
- dimanche 29 septembre, avec la thématique "Arts et jardin".

Le marché du mois de juillet a été supprimé, en 2024, d'un commun accord avec l'association.

Le partage de l'organisation entre l'association et l'Office de Tourisme a été conservé, avec la même répartition des tâches que les années précédentes. Cependant, les Saveurs du Castelet ont pris en charge, en 2024, une part plus importante des dépenses, notamment concernant la communication.

• Gestion des inscriptions

Après le remaniement du listing 2023, 240 invitations ont été envoyées, à la fin du mois de janvier, à 102 producteurs, 24 pépiniéristes, 9 restaurateurs traiteurs et 105 artisans.

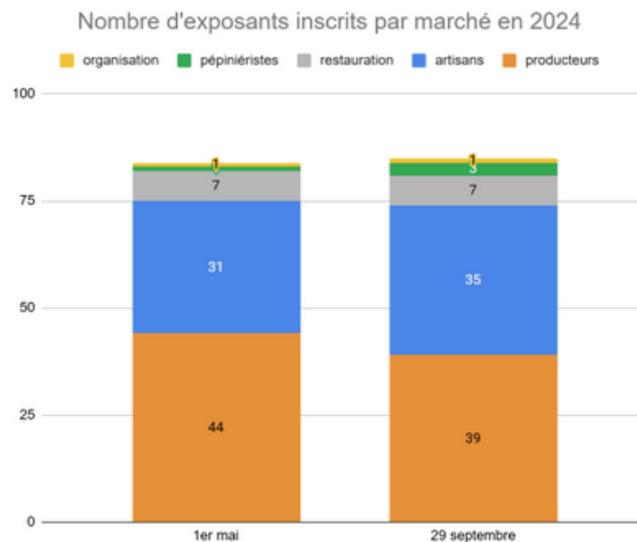
Les inscriptions se sont faites via un formulaire en ligne sur notre site internet (dans l'espace professionnel). Les exposants étaient invités à payer en ligne au moment de l'inscription. Nous avons ensuite contrôlé chaque inscription pour éviter d'avoir trop de personnes présentant la même activité et pour ne pas dépasser les jauges de chaque marché. L'exposant recevait un mail de confirmation si son inscription était validée ou un mail l'informant que son inscription n'était pas validée avec le remboursement. Le paiement par chèque était toujours possible, il devait cependant être envoyé à l'Office de Tourisme avant le marché.

Nous avons dû refuser plusieurs demandes de nouveaux exposants au cours de l'année, n'ayant plus de place sur les marchés. Ils étaient invités à présenter leur candidature en janvier 2025 pour les marchés de l'année suivante.

• Bilan des inscriptions aux marchés

169 exposants (en cumulé) sur les deux marchés, soit 84 exposants en mai et 85 en septembre, contre une moyenne de 73 exposants par marché en 2023. Le nombre d'exposants continue donc d'augmenter d'année en année.

Malgré le paiement des stands avant la manifestation, il existe toujours des désistements de dernière minute : 4 annulations en mai, dont 2 remplacées, et 2 annulations en septembre, mais cela a été beaucoup moins fréquent qu'en 2023, où il y avait eu 15 désistements.



• Communication

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

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

- 300 affiches au format A4 avec les deux dates des marchés
- 250 affiches au format A3 avec les deux dates des marchés
- 10 000 flyers (2 x 5 000 ex) avec la liste des exposants de chaque marché
- 2 adhésifs des dates à coller sur les banderoles installées au bord des routes
- 11 banderoles, dont 5 en tissu enduit et 6 en tissu

Moyens de communication :

- Distribution d'affiches et de flyers dans les commerces et les mairies (sur environ 30 km autour de Pithiviers) et dans les boîtes à lettres des particuliers à Yèvre-le-Châtel, Yèvre-la-Ville, Montberneume, Le Petit Reigneville, Le Grand Reigneville et Rougemont.
- Communiqués de presse
- Encarts publicitaires dans Le Courrier du Loiret et La République du Centre
- Jeu concours dans le Courrier du Loiret
- Message publicitaire sur Méga FM
- Interviews à France Bleu Orléans
- Publicités diverses sur Internet et les réseaux sociaux
- Newsletters

• Fréquentation

La fréquentation 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. Nous estimons que 10 % des visiteurs s'arrêtent sur le stand de l'Office de Tourisme. Ces données sont mises en corrélation avec le compteur situé au niveau du châtelet d'entrée et permettent d'estimer le nombre de visiteurs à :

- 6 000 personnes en mai
- 4 000 personnes en septembre

• Animations

L'association s'est occupée des animations musicales sur les marchés et l'Office de Tourisme a géré les animations en rapport avec les thématiques de chaque marché.

Mai :

- Jeu de piste, avec des énigmes réparties dans le marché, organisé par l'Office du Tourisme,
- Démonstration de cuisine, par le restaurant Aux Bons Vivres, qui a présenté une recette à base de produits présents sur le marché,
- Déambulations musicales des Tribardeurs.

Septembre :

- Animations jeux en bois, par ACB Jeux,
- Atelier d'art floral par la SHOL,
- Déambulations musicales des Tribardeurs et de la chorale Manque pas d'Air.

• Recettes et dépenses

Recettes : 11 485,56 €. L'ensemble des recettes revient à l'association.

Dépenses Saveurs du Castelet : 3 052,33 € (contre 4 358,00 € en 2023)

Dépenses Office de Tourisme : 1 383,81 € (contre 4 623,50 € en 2023)

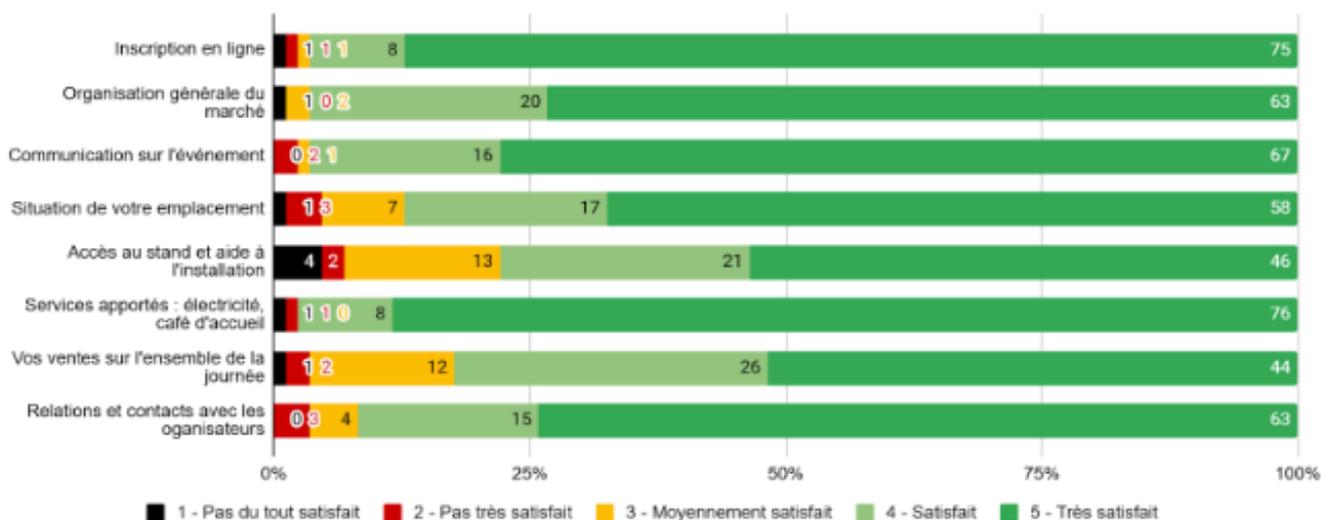
• Bilan des marchés

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.

Les retours des exposants attestent qu'ils sont très satisfaits des marchés (voir graphique ci-dessous). Ils en parlent autour d'eux et le « bouche-à-oreille » fonctionne bien puisque, d'un marché sur l'autre, nous avons de plus en plus de demandes d'inscriptions que nous ne pouvons pas satisfaire, faute de place.

Le taux de satisfaction est cependant moins important en ce qui concerne l'accès au stand, la situation de l'emplacement et les ventes effectuées.

Satisfaction des exposants pour les Marchés 2024





8

COMMUNICATION

A – Site internet

26 194 visiteurs

4 721 pages vues

B – Réseaux sociaux

+6,58% abonnés sur Facebook et +9,17% abonnés sur Instagram en 2024

200 publications (-44%)

242 664 personnes touchées (-51,5%)

C – Campagnes publicitaires

3 campagnes publicitaires dans les journaux, pour les marchés de Yèvre-le-Châtel, pour la sortie du Jeu du Grand Pithiverais et pour la boutique de Noël de l'Office de Tourisme

1 campagne d'affichage dans le métro parisien, couplée à une campagne digitale sur Leparisien.fr, mutualisées avec Tourisme Loiret et les Offices de Tourisme du département

D – Newsletter

48 newsletters envoyées

1 034 abonnés (+4,13%)

46 212 destinataires cumulés (+1,43%)

Taux d'ouverture : 35,91%



8 COMMUNICATION

E – Documentation papier

Parution de :

- 4 guides : 1 touristique, 1 hébergements, 1 restaurants, 1 producteurs
- 1 plan : Pithiviers/Pithiverais
- 3 programmes trimestriels des visites et découvertes
- 4 livrets de circuits groupes

Travail sur la réalisation du magazine de destination Authentique

F – Presse écrite

+ de 100 mentions dans la presse en 2024

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

G – Radio

Interventions radio sur France Bleu Orléans dans “Un été 100% Loiret” et sur Méga FM pour le Grand Marché de Yèvre-le-Châtel

H – Télévision

Diffusion de l'émission “Plat du Tour 2024” produite par Blink TV

Emission diffusée sur la chaîne SBS pendant le Tour de France 2024, qui a choisi notre région pour mettre en avant la gastronomie française

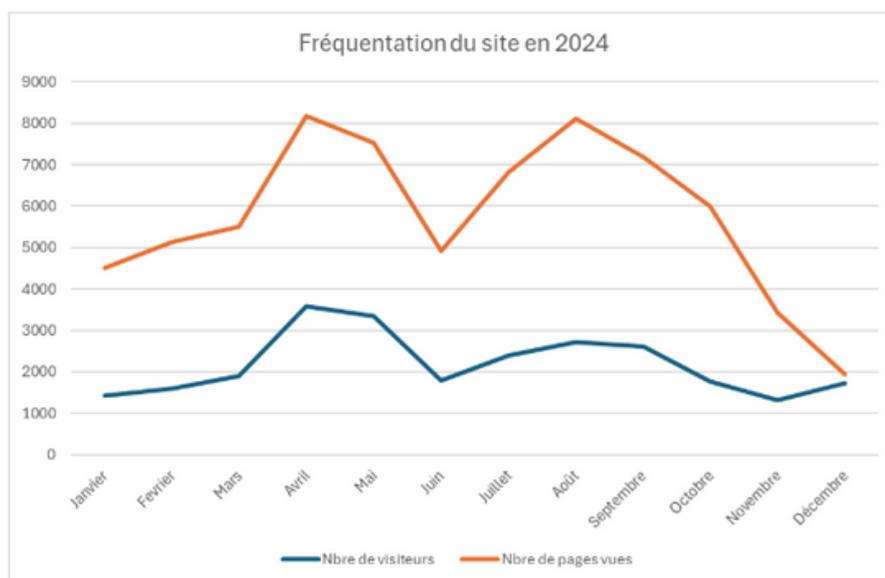
A. Site internet

• Fréquentation du site internet

En 2024, la fréquentation du site a montré des pics au printemps et en fin d'été. Le nombre de visiteurs a augmenté de 152 % de janvier (1423 visiteurs) à avril (3581 visiteurs), avant de chuter de 7 % en mai. L'été a enregistré une baisse, avec 1796 visiteurs en juin (-47 %) et 2389 en juillet (-33 %), avant une reprise en août (2721 visiteurs) et septembre (2608 visiteurs).

Les pages vues suivent une tendance similaire, atteignant 8179 en avril, soit +81 % par rapport à janvier. Après avril, les pages vues ont diminué, avec 7541 en mai (-8%) et une chute en décembre à 1950 (-74 % par rapport à avril). Août a enregistré un pic avec 8106 pages vues, proche du niveau d'avril.

Globalement, l'année a été marquée par une forte affluence au printemps et une baisse progressive en automne et en hiver.



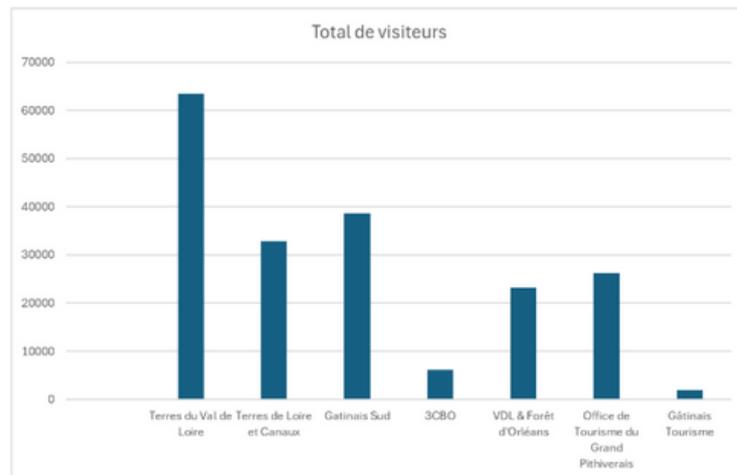
En 2024, le site a enregistré un léger rebond avec 26 194 visiteurs, après une baisse continue observée en 2022 et 2023. Malgré cette reprise, la tendance générale reste marquée par une diminution par rapport aux années précédentes. En effet, après un pic de fréquentation entre 2019 et 2021, le nombre de visiteurs a diminué de manière significative en 2022 et 2023.

Concernant la moyenne des pages vues, 2024 a connu une chute notable, atteignant 4 721 pages, contre 7 379 pages en 2023 et 10 125 pages en 2022. Cette baisse fait suite à une progression régulière entre 2019 et 2022.

Ces chiffres témoignent d'une évolution contrastée de la fréquentation du site en 2024, avec une légère reprise du nombre de visiteurs, mais une baisse marquée dans l'engagement des utilisateurs.

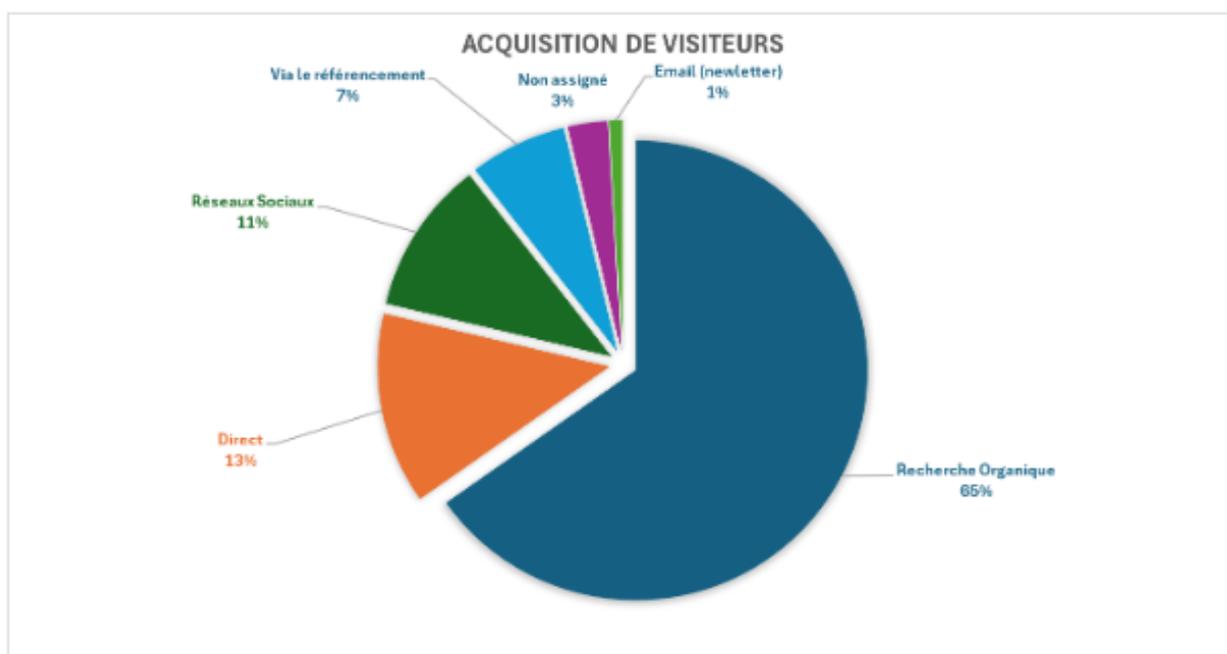
- **Et dans le reste du Loiret ?**

Malgré un rebond en 2024, l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais, avec 26 194 visiteurs, se situe légèrement en-dessous de la moyenne des autres destinations touristiques du Loiret, qui est d'environ 27 455 visiteurs. En excluant les entités avec un nombre de visiteurs exceptionnellement élevé, comme Tourisme Loiret, Orléans Val de Loire Tourisme et Marque Sologne, l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais reste dans la moyenne inférieure des destinations locales.

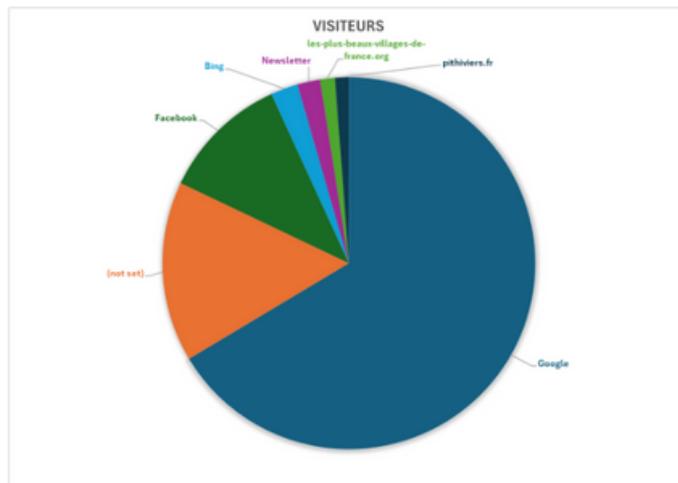


- **Comment les visiteurs arrivent-ils sur notre site internet ?**

En 2024, la majorité du trafic provient de la **Recherche Organique**, représentant 65,22% du total avec 26 194 visiteurs, ce qui montre une forte dépendance aux résultats non payants des moteurs de recherche. Le **trafic direct** suit avec 13,48 % (4 210 visiteurs), ce qui indique un intérêt direct pour le site, souvent alimenté par la fidélité des utilisateurs ou des visites répétées. Les **Réseaux Sociaux Organiques** génèrent 10,79 % (3 370 visiteurs), mettant en évidence l'impact croissant des plateformes sociales sur la visibilité du site. Les **Référents** représentent 6,79 % du trafic (2 119 visiteurs), suggérant une stratégie de partenariats ou de backlinks efficaces. Les autres sources, telles que **l'emailing** (0,94 %) et la **publicité display** (moins de 0,01 %), ont un impact modeste, tandis que les **réseaux sociaux payants** et les **vidéos organiques** apportent des contributions négligeables. Ces tendances montrent une forte efficacité du SEO et des canaux organiques, mais aussi une utilisation marginale des stratégies payantes et d'emailing.

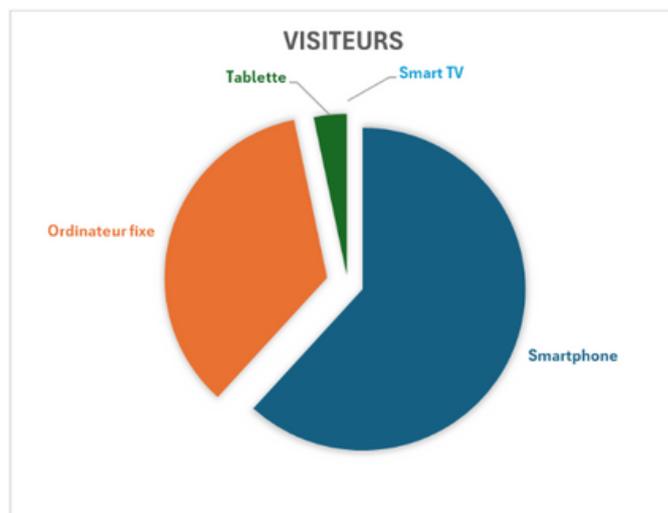


Les visiteurs arrivent sur notre site principalement par la recherche organique, indiquant que le site est bien référencé sur les moteurs de recherche. Une proportion significative accède également directement au site, ce qui témoigne d'une certaine fidélité ou de visites répétées. Les réseaux sociaux, en particulier Facebook, contribuent également à une part importante du trafic, montrant l'impact de la présence sur ces plateformes. De plus, des liens provenant d'autres sites, ainsi que des campagnes de newsletters, génèrent également un trafic notable. Enfin, quelques visiteurs arrivent via des sites spécifiques (Pithiviers.fr et les-plus-beaux-villages-de-france.org), suggérant une bonne visibilité dans des contextes ciblés.



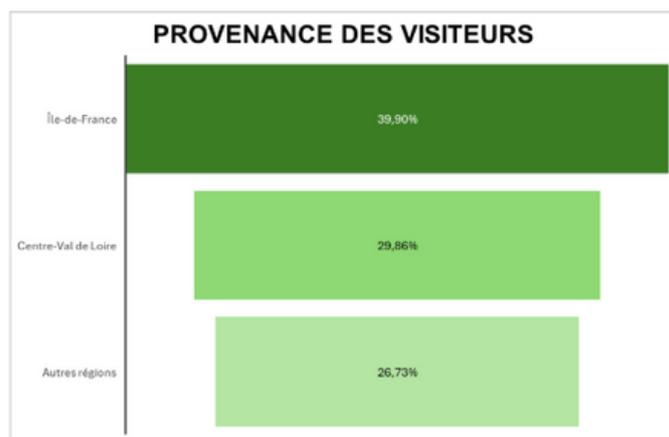
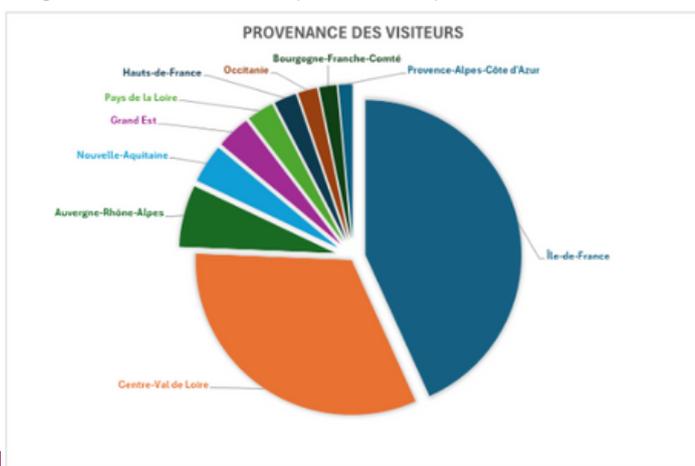
• **Quel type d'appareil utilisent-ils ?**

La majorité des visiteurs accède au site via des appareils mobiles, comprenant à la fois les smartphones et les tablettes, suivis par ceux utilisant des ordinateurs de bureau. L'accès via des appareils mobiles montre clairement une tendance dominante, tandis que les ordinateurs de bureau restent un moyen d'accès important pour une part notable des utilisateurs. L'accès via des smart TV reste pratiquement inexistant, soulignant ainsi l'usage limité de ce type de dispositif pour naviguer sur le site.



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

La majorité des visiteurs provient d'Île-de-France et du Centre-Val de Loire, deux régions représentant une part importante du trafic. Les autres régions, bien qu'elles contribuent à une portion notable du total, affichent une répartition plus équilibrée, avec une contribution plus modeste en comparaison. Cette tendance montre une forte concentration des visites en Île-de-France et dans la région Centre-Val de Loire, tandis que les autres régions, bien que diversifiées, génèrent un trafic moins significatif mais réparti sur plusieurs zones.

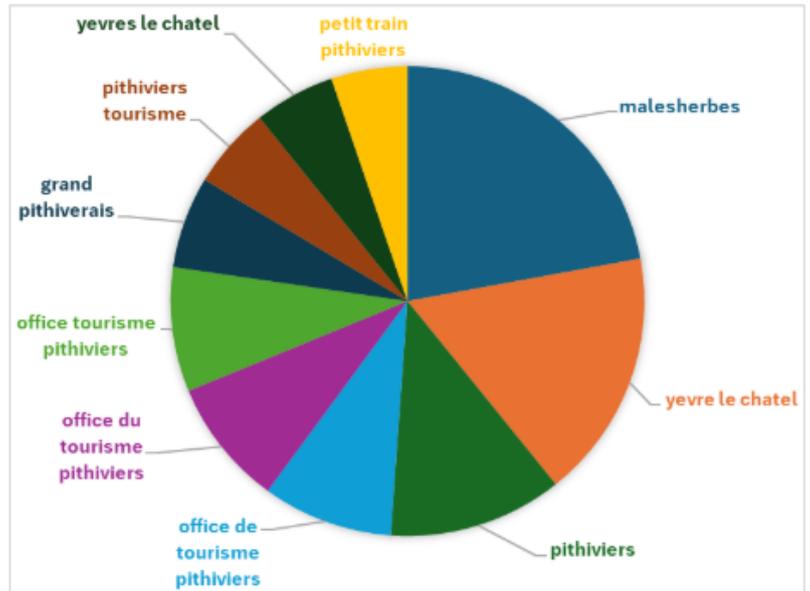


• **Quelles sont les pages les plus visitées ?**

1. Page d'accueil
2. Page Agenda
3. Grand Marché du Terroir à Yèvre-le-Châtel
4. Page de présentation de Yèvre-le-Châtel
5. Page de présentation du train touristique
6. Randonnées pédestres
7. Visites commentées dans le Grand Pithiverais
8. Où manger ? - page des restaurants
9. Top 10 des choses à faire dans le Grand Pithiverais
10. Page de présentation de Malesherbes dans la vallée de l'Essonne

• **Quelles sont les termes les plus utilisés sur Google ?**

1. malesherbes
2. yevre le chatel
3. pithiviers
4. office de tourisme pithiviers
5. office du tourisme pithiviers
6. office tourisme pithiviers
7. grand pithiverais
8. pithiviers tourisme
9. yevres le chatel
10. petit train pithiviers



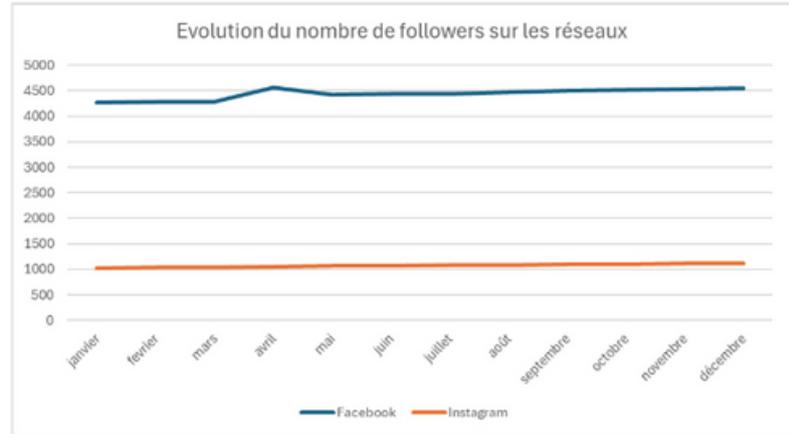
Les données issues de notre référencement naturel Google montrent une belle dynamique, avec des performances solides sur des requêtes ciblées telles que "office du tourisme Pithiviers", "Yèvre-le-Châtel" ou "Malesherbes", qui génèrent un bon taux de clics et témoignent d'un intérêt réel pour notre territoire. Cette visibilité confirme la pertinence de notre stratégie digitale locale. Toutefois, certaines expressions à fort potentiel, comme "Pithiviers", bénéficient d'un volume de recherche important mais restent sous-exploitées en raison d'un positionnement SEO perfectible. Cela ouvre des perspectives claires d'amélioration pour les années à venir, en renforçant nos contenus stratégiques et notre présence sur les moteurs de recherche.

B. Réseaux sociaux

STATISTIQUES GENERALES

• Nombre d'abonnés

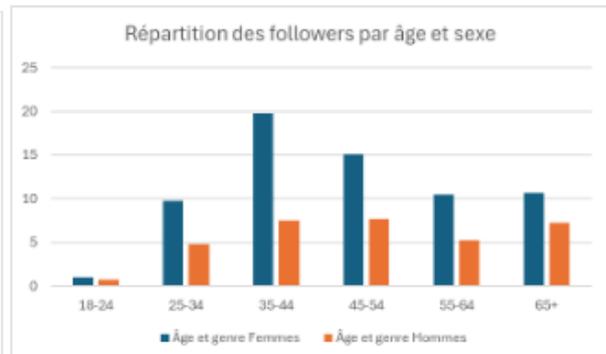
La croissance du nombre d'abonnés sur Facebook et Instagram se poursuit, bien qu'à un rythme légèrement inférieur à celui observé en 2023 : +6,58 % pour Facebook (contre +8 % en 2023) et +9,17 % pour Instagram (contre +17 % en 2023).



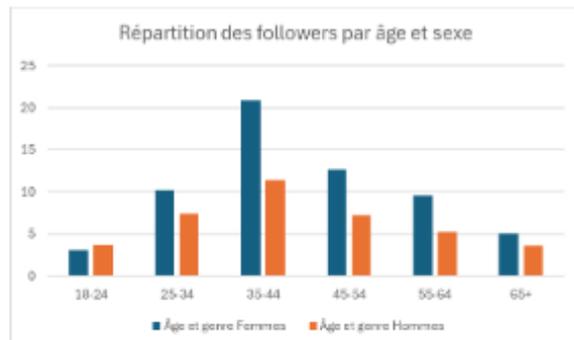
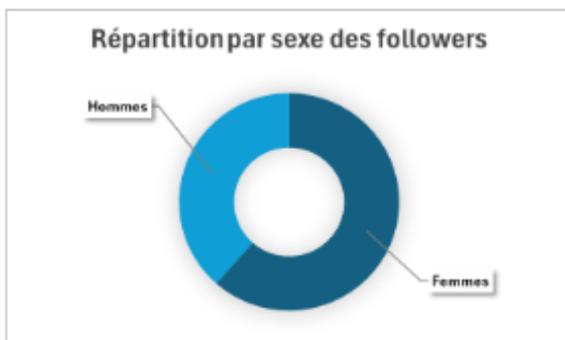
• Qui sont nos followers ?

Nos followers sont principalement des locaux, en majorité des femmes. Instagram nous permet de rajeunir très légèrement notre audience tandis que l'âge moyen de nos abonnés Facebook continue d'augmenter. Comme on peut le voir avec le graphique ci-dessous, sur Facebook, plus de 52% de nos visiteurs ont plus de 45 ans contre 42% sur Instagram.

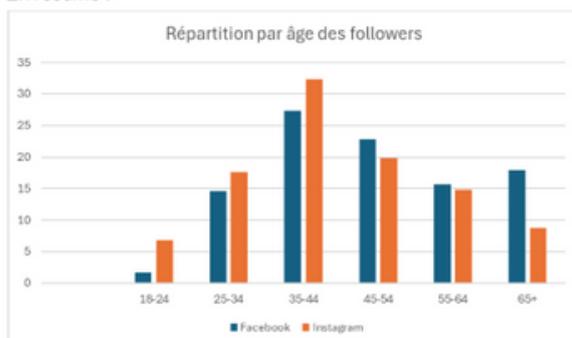
Facebook



Instagram



En résumé :



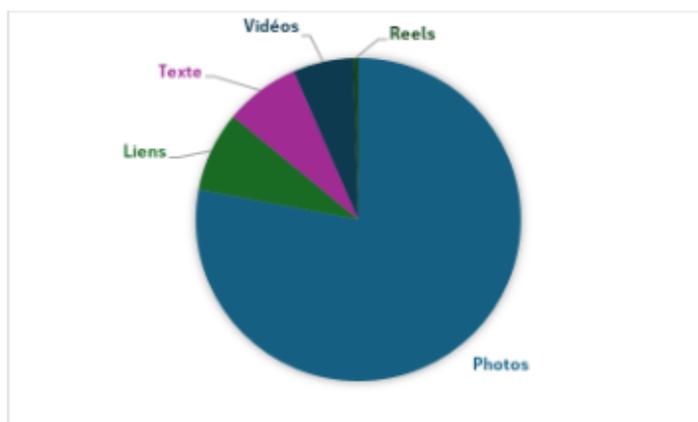
Persona de nos followers (représentation fictive et détaillée d'un utilisateur type), généré par IA.



• Nombre de publications

En 2024, l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais a réalisé un total de **200 publications**, contre 357 en 2023, soit une baisse d'environ 44 % par rapport à l'année précédente. Les formats les plus fréquemment utilisés ont été les photos et les liens.

Instagram a été nettement plus alimenté cette année, avec 20 publications au total (dont 60% au dernier trimestre) contre seulement 9 en 2023, soit une hausse de 122%.



• Couverture

L'ensemble des publications et stories sur Instagram et Facebook a touché **242 664 personnes** (soit -51,5% par rapport à 2023), dont environ 2/3 de trafic "naturel" et 1/3 "payant". On note des pics importants en avril et septembre, qui correspondent aux campagnes publicitaires pour les Marchés de Yèvre-le-Châtel.

• Les posts qui ont le mieux fonctionné

Parmi les cinq publications ayant enregistré les meilleures performances, figurent une publication sponsorisée relative au marché de Yèvre-le-Châtel, une publication non sponsorisée présentant un membre de l'équipe, ainsi que trois publications sponsorisées consacrées aux visites organisées par l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais.

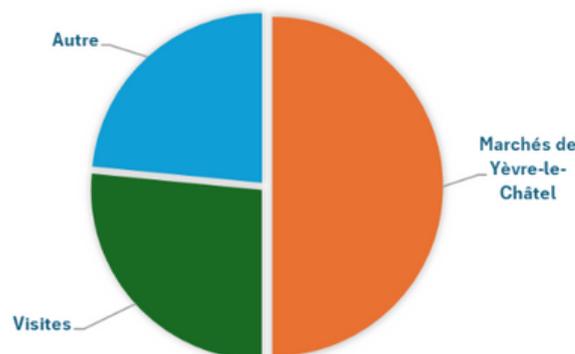


PUBLICITES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

• Budget publicitaire

En 2024, l'Office de Tourisme a dépensé **151,31€** en publicités sur les réseaux sociaux (contre 174€ en 2023), soit une baisse de 13%, répartis ainsi :

- 49% pour les 2 marchés de Yèvre-le-Châtel
- 26% pour promouvoir les visites
- 23% pour le reste dont Boutique



• Grand Marché de Yèvre-le-Châtel

Pour la promotion des 2 marchés, nous avons produit :

- 3 vidéo promotionnelle,
- 3 réels sur Instagram et Facebook,
- 3 posts Facebook,
- 11 stories.

Ces contenus non-sponsorisés nous ont permis de toucher **9.027 personnes** (-76,85% par rapport à 2023).

En plus de ces contenus, nous avons réalisé **2 spots vidéos** d'une durée de 9 secondes. Ces derniers ont servi de support publicitaire et ont été diffusés pendant les 6 jours précédant chaque marché. Déclinés en 4 formats différents pour s'adapter à tous les canaux publicitaires de Meta (Facebook et Instagram), ils ont touché des utilisateurs dans un rayon de 55 km autour de Yèvre-le-Châtel.

Pour ces campagnes, **74€** au total ont été dépensés (-48€ par rapport à 2023). Elles ont permis de toucher **114 427 personnes** (-51,1 % par rapport à 2023).

• Produits de la boutique

Nous avons dépensé un total de **34€** (+26% par rapport à 2023) pour la promotion de la boutique, déclinés ainsi :

- 15€ pour une campagne publicitaire multicanale de type "produits" qui nous a permis de toucher **12 495 personnes** pendant la semaine précédant Noël. La cible était à 23km autour de Pithiviers.
- 6€ pour la sponsorisation d'1 post Facebook, toujours à 23 km autour de Pithiviers. Il a été diffusé du 9 au 13 décembre. Ils a permis de toucher **2 230 personnes** supplémentaires.

- **Sponsorisation des visites**

En 2024, nous avons sponsorisé 4 visites qui avaient peu ou pas du tout d'inscrits 1 jour avant la date de la prestation. Elles ont été sponsorisées avec un budget minimale de 4€ par jour et un ciblage à 40 km autour du lieu de visite. Au total, nous avons dépensé **13,39€** pour les promouvoir. Malheureusement, la plupart des visites sponsorisées ont été annulées.

Date	Visite	Dépense	Réservations	Statut visite
12/04/2024	Visite théâtralisée de Pithiviers	3€	0	Annulée
23/04/2024	Promenade Nature et Patrimoine à Nibelle	4€	1	Annulée
16/08/2024	Atelier Tissage Sauvage	3,77€	12	Maintenue
06/09/2024	Vergers de Gallerand	2,62€	0	Annulée

C. Campagnes publicitaires

JOURNAUX

En 2024, l'Office de Tourisme a mené 3 campagnes publicitaires dans les journaux.

La première, concernant le marché de Yèvre-le-Châtel :

un encart (1/8 de page) dans le Courrier du Loiret, en date du 24 avril 2024, pour un coût de 457,61€, pris en charge par l'Office de Tourisme. La campagne publicitaire incluait un jeu concours (peu relayé sur les réseaux sociaux) et l'achat de 300 exemplaires du Courrier du Loiret, mis à disposition des visiteurs le jour du marché.



L'animation attire chaque année plusieurs milliers de visiteurs. (PHOTO D'ARCHIVES)

Le grand marché de producteurs et d'artisans de Yèvre-le-Châtel aura lieu, comme tous les ans, le 1^{er} mai. Au total, 80 exposants seront présents pour ce rendez-vous incontournable.

Les Saveurs du Castelet et l'Office de tourisme du Grand Pithiverais organisent le traditionnel grand marché de producteurs et d'artisans à Yèvre-le-Châtel, mercredi 1^{er} mai. Pour ce rendez-vous incontournable, 80 exposants ont répondu présent. Producteurs et artisans locaux ne manquent pas cet événement : ils sont installés dans un

cultrice de Loury et bien d'autres. Un événement qui attire entre 4.000 et 5.000 visiteurs tous les ans dans les rues du village. Des animations seront organisées sur la journée : une déambulation musicale du groupe Les Tribardeurs, un jeu pour rapporter des paniers garnis de produits locaux sur le stand de l'Office de tourisme et une démonstration de cuisine en direct.

Déambulation musicale et démonstration de cuisine

Cette année, la céramique Sézanne de Donnery, la mosaïque Mosant d'Orléans, les tissages d'Iris de Moulon ou encore Autour du bocal de Sury-aux-Bois participeront pour la première fois à ce marché. Sur place, des habitués comme la confrérie de l'Authentique pithivier, la Brasserie des merveilles de Boynes, le jardin Arc-en-ciel de Nibelle, le

La forteresse du village sera ouverte l'après-midi de 14 à 18 heures.

JUSTINE TAREL

Pratique, le grand marché des producteurs et d'artisans de Yèvre-le-Châtel, mercredi 1^{er} mai de 10 à 18 heures. Le parking du village sera modifié avec déviation de places pour l'accès.

MARCHÉ D'ART ET DU JARDIN. Un second marché, toujours organisé par les Saveurs du Castelet et l'Office de tourisme du Grand Pithiverais, aura lieu dimanche 29 septembre. Il aura pour thème l'art et le jardin.

1^{ER} MAI

LE GRAND MARCHÉ
de producteurs et d'artisans
YÈVRE-LE-CHÂTEL

RESTAURATION SUR PLACE & ANIMATIONS
DE 10H00 À 18H00

80 EXPOSANTS
Autour de la forteresse et dans les rues du village
grandpithiverais.fr 02 38 38 58 02

Un panier garni est à gagner et sera à retirer le 1^{er} mai sur le stand de l'OTGP (rue des Tours)

En répondant à la question : COMBIEN Y'A-T-IL D'EXPOSANTS SUR LE MARCHÉ DU 1^{ER} MAI ?

Réponse 1 : 50
Réponse 2 : 65
Réponse 3 : 80

Les bulletins sont à remettre au Courrier du Loiret à Pithiviers au 14 avenue de la République jusqu'au 29/04/2024 et un tirage au sort sera effectué le 30/04/2024.

le courrier
du LOIRET

La deuxième, concerne le Jeu du Grand Pithiverais :

¼ de page paru dans le supplément "L'AVENT NOËL" dans le Courrier du Loiret, le mercredi 4 décembre, pour un coût de 614,40€



4 pers. 30 min 30 min

INGRÉDIENTS

- 800 g de topinambours
- 1 l de lait entier
- 50 g de beurre
- 25 cl de crème liquide à 30 % MG
- 1 fève tonka
- 20 g de noisettes entières
- huile de noisette
- truffe noire
- 1 poignée de gros sel
- poivre du moulin

1) Pithivier le bleu à 100°C, 6-7. Égoutter, laver et couper les topinambours. Plonger les dans le lait, ajouter le gros sel et poivre à discretion.

2) Baisser le feu et laisser cuire 15 à 20 min et surveiller la cuisson (le lait tendance à accrocher au fond de la casserole, remuer à l'aide d'une spatule). Vérifier la cuisson à l'aide d'un couteau, en passant les légumes.

3) Écraser les topinambours avec un presse-purée ou un robot. Mixer les topinambours en ajoutant le beurre en cubes, puis verser une louche de lait pour diluer la purée.

4) Verser la purée dans une casserole propre, ajouter la crème, mélanger et laisser sur feu doux.

5) Ajouter un peu de lait de caillé et régler en goût de fève tonka. Mélanger, saler et poivrer. La texture de la purée doit être veloutée.

6) Écraser les noisettes en moulin ou dans un moulin à café. Mélanger, saler et enfumer 30 min. Réserver.

7) Dans des assiettes creuses, verser le velouté chaud poncé de noisettes, ajouter quelques gouttes d'huile de truffe et quelques fines lamelles de truffe.

Le jeu du Grand Pithiverais est enfin arrivé !

Toutes les informations sont sur :
www.grandpithiverais.fr/jeu-grand-pithiverais/

Les journaux sont imprimés hebdomadairement à plus de 15.000 ex. soit près de 47.000 lecteurs touchés par la campagne.

La troisième concerne la boutique de Noël de l'Office de Tourisme :

- ¼ page dans le Courrier du Loiret, diffusé les mercredis 11, 18 et 25 décembre 2024, pour un coût de 921,60€.

Les journaux sont imprimés hebdomadairement à plus de 15.000 ex., soit près de 47.000 lecteurs touchés par la campagne.

Les lecteurs sont à 71% des résidents du Loiret, les 29% restants proviennent des départements limitrophes (28, 77 et 91 principalement).

- ¼ page dans la République du Centre, diffusé lundi 9, vendredi 13 et samedi 21 décembre 2024, pour un coût de 1 018,80€.

Les journaux sont imprimés quotidiennement à plus de 26.000 ex. et diffusés en version digitale à 46.000 internautes, soit plus de 200.000 lecteurs touchés par la campagne.

Les lecteurs sont à 90% des résidents du Loiret, les 10% restants proviennent des départements limitrophes.



Après un mois de diffusion, c'est près de 55 % des résidents du Loiret qui ont vu la publicité au moins une fois.

METRO

Par ailleurs, l'OTGP a pris part à la **campagne d'affichage mutualisée** initiée par Tourisme Loiret, **dans les couloirs du métro parisien**. L'ensemble des Offices de Tourisme loirétains et Tourisme Loiret ont ainsi participé à cette deuxième campagne de notoriété et d'image, déclinée en 10 visuels et diffusée sur 200 faces, du 11 au 17 mars 2024 (au sortir des vacances d'hiver des franciliens, en prévision des vacances de printemps, des ponts de mai et des Jeux Olympiques). Bénéficiant d'une charte graphique et d'une ligne éditoriale communes, les visuels de cette campagne ont été déclinés pour être adaptés aux formats réseaux sociaux, bannière web et signature de mail.

La **campagne digitale**, en complément de l'affichage Métro parisien, financée par Tourisme Loiret et l'Office de Tourisme d'Orléans-Val de Loire, a eu lieu du 4 au 24 mars 2024 **sur le site LeParisien.fr** avec un nombre d'impression de 583 333 vues.

Le coût total de cette campagne était d'environ 32.000 € (hors impression des affiches), dont 26.000 € pour l'affichage (répartis entre les différentes structures partenaires) et environ 6.000€ pour la création graphique et la déclinaison des 9 visuels (prises en charge à 100% par Tourisme Loiret). Financièrement, le principe était basé sur un montant forfaitaire de 2.000 € par visuel. En cas de budget supplémentaire, comme pour l'OTGP qui a participé à cette campagne à hauteur de 4.000 €, le nombre de faces était supérieur aux autres territoires.

Publicité

L'ÉVASION AUTHENTIQUE

LE PITHIVERAIS, UNE DOUCE PARENTHÈSE

Sortie en famille

Au départ de Paris

04/05/2024

DARIS

PITHIVIER

A 111

Eglise Saint-Lubin, Yèvre-le-Châtel

LOIRET

GRAND PITHIVERAIS TOURISME

France 3 est au pied du podium avec le documentaire inédit « Céline Dion, la bande



D. Newsletter

Mise en place en octobre 2019, cette newsletter hebdomadaire 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 un formulaire sur le site).

Depuis 2020, nous utilisons un logiciel spécialisé, Brevo (ex-Sendinblue), qui permet d'insérer un nombre illimité d'articles, de photos, de liens et, depuis 2023, des vidéos. Ce format offre également la possibilité de programmer les envois pour maximiser leur visibilité. Fin 2022, l'envoi des newsletters a progressivement migré vers Infomaniak (également hôte de notre site internet et fournisseur du nom de domaine), une solution généralisée en 2023. Cette transition a permis d'optimiser les envois, de programmer un plus grand volume sans restriction et de mieux cibler les horaires d'envoi pour améliorer le taux d'ouverture.

La structure de la newsletter n'a pas évolué lors des trois dernières années et se présente toujours ainsi :

- Trois articles (activités de l'Office, mise en avant de produits en boutique, présentation d'une exposition ou des animations proposées par des prestataires)
- Nos visites de la semaine (durant la saison)
- L'agenda de la semaine
- La photo de la semaine

Un planning est mis en place pour suivre, planifier et envoyer les newsletters.

Newsletter - Chiffres clés

48 newsletters envoyées en 2024 (49 en 2023)



fin 2024, nous comptons 1034 abonnés soit une augmentation de +4,13 % sur l'année.



hausse de 2,45 % du taux d'ouverture moyen par rapport à l'année précédente



Nombre total d'e-mails envoyés : 46 212
soit une hausse de 1,43 %



51 Désinscriptions. Le taux moyen de désinscriptions, très faible à 0,11 %, reflète la fidélité de notre audience et reste stable par rapport à l'an dernier.

Le détail des performances est le suivant :

- Nombre moyen de campagnes par mois : 4
- Moyenne mensuelle d'e-mails envoyés : 3 851
- Taux d'ouverture moyen : 35,91 % (hausse de 2,45 % par rapport à l'année précédente)
- Taux de clics moyen : 2,24 %

Nos performances dépassent largement les moyennes sectorielles, tant en taux d'ouverture qu'en taux de clic. Avec un taux d'ouverture supérieur de plus de 10 points à la moyenne générale et de 12 points à celui du secteur voyage, nos contenus suscitent un réel intérêt. De même, notre taux de clic, presque deux fois plus élevé que la moyenne, confirme l'engagement des destinataires. Enfin, notre taux de désabonnement, très inférieur à la norme du secteur, témoigne de la fidélité et de la satisfaction de notre audience*.

*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

E. Documentation papier

L'ensemble des supports papier produits par l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais (OTGP) est diffusé gratuitement à l'accueil des bureaux d'information touristique (Pithiviers et Le Malesherbois), dans les Points d'Informations Touristiques, lors des salons et événements, ainsi que chez les partenaires (sites touristiques, hébergements, producteurs, collectivités).

Depuis le début de l'année, plusieurs documents papier précédemment conçus par l'Office de Tourisme ont été distribués :

Livrets groupes 2024 (R) : 4 livrets, édités à 1 000 exemplaires chacun et diffusés à compter de novembre 2023, principalement par courrier,

Plans de Pithiviers (2018, réédition en 2024) / Malesherbes (2019) / Beaune-la-Rolande (2020) / Plaine du Nord Loiret (E) (2021),

Circuit-découverte de Pithiviers (E) (2020, rééditions en 2022 et en 2023),

Circuit-découverte de Malesherbes (E) (2022),

Randonnées autour de Pithiviers (E) (conception FFRP et Office de Tourisme de Pithiviers) : photocopies sur demande au bureau de Pithiviers.

Guide touristique en anglais (E) : édité à 500 exemplaires, diffusé à compter de la bourse touristique du Loiret fin mars 2023,

Carte touristique du Grand Pithiverais (E) : éditée à 10 000 exemplaires, diffusée à compter d'avril 2023,

Sous-mains avec carte touristique du Grand Pithiverais (E) : édités à 100 blocs de 50 feuillets, diffusés à compter d'avril 2023, principalement pour les restaurateurs et hébergeurs,

Plan de Puiseaux et du Puiseautin (E) : édité à 2 000 exemplaires, diffusé à compter d'avril 2023,

Circuit-découverte de Pithiviers (R) : édité à 3 000 exemplaires, diffusé à compter de juin 2023,

Circuit-découverte de Nibelle (E) : édité à 2 000 exemplaires, diffusé à compter de juin 2023,

Guide des hébergeurs 2024 (C) : édité à 2 000 exemplaires, diffusé à compter de janvier 2024,

Guide des restaurateurs 2024 (C) : édité à 2 000 exemplaires, diffusé à compter de janvier 2024.

En complément, plusieurs supports de communication ont été développés et diffusés en 2024 :

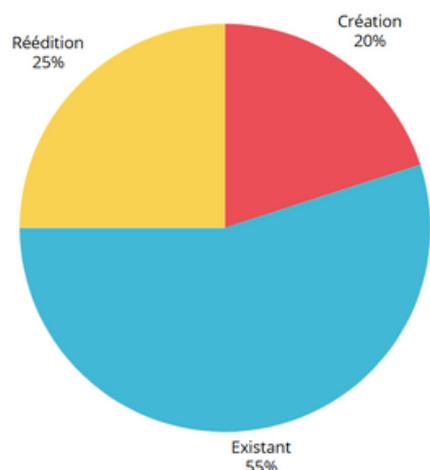
Guide touristique 2024 (R) : édité à 8 000 exemplaires, diffusé à compter de la bourse touristique du Loiret fin mars 2024,

Guide des producteurs 2024 (R) : édité à 8 000 exemplaires, diffusé à compter des bourses touristiques 2024,

Programme des visites et découvertes 2024 (R) : 3 triptyques avec les visites trimestriels édités à 3 000 exemplaires (3 x 1 000), dont le 1er diffusé à compter de la bourse touristique du Loiret fin mars 2024,

Un **programme des expositions (C)**, sous forme de triptyque, a été élaboré par nos soins en début d'année 2024 et diffusé à partir de la mi-janvier à 500 ex.

Parallèlement, un support de communication a été développé en 2024 et diffusé à partir de 2025 : Authentique, magazine de destination (C) : magazine de 38 pages, imprimé à 10000 ex. et distribué au Salon International de l'Agriculture en février 2025



En 2024, l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais a distribué 20 documents, soit 3 de plus qu'en 2023, ce qui représente une hausse de 17,6 %.

Parmi ces documents, 54,5 % provenaient des stocks des années précédentes – une augmentation notable de 21,5 points par rapport à 2022, où cette part était de 33 %.

En revanche, seuls 20 % des documents ont été créés ou commencés en 2023, marquant une forte baisse de 26 points par rapport à l'année précédente (46 %).

Enfin, 25 % des documents ont été réédités en 2024, car les stocks disponibles étaient épuisés.

Il est à noter que, dans le cadre de partenariats noués au cours de l'année et faisant suite à la campagne de création des supports d'informations des prestataires volontaires lancée fin 2020, nous avons créé des supports de communication pour le Comité des Fêtes de Manchecourt, et l'association R'Eve d'enfants :

- Une affiche et un dépliant pour la fête des Moissons de Manchecourt (C) : l'OTGP a pris en charge la conception des documents fait par l'entreprise Nuance2Com et l'impression de 1000 dépliant ; le Comité des Fêtes de Manchecourt a payé l'impression de l'affiche,
- la création et l'impression, en interne, de livrets jeux et des énigmes pour la chasse au trésor confectionnée dans le cadre de l'événement Septembre en Or, organisée le 1er octobre au parc de Bellebat,

Pour 2025, les projets continuent avec :

- Guide touristique 2025
- Guide des hébergeurs 2025
- Guide des restaurateurs 2025
- Guide des producteurs 2025
- Programmes Visites et Découverte avril-juin, Juillet-septembre et octobre-décembre
- Réédition à prévoir de certains plans

F. Presse écrite

L'Office de Tourisme a fait l'objet de **plus de 100 mentions** dans la presse tout au long de l'année.

+ des 2/3 dans **La République du Centre** (68%) **1/3** dans **le Courrier du Loiret** (32%)

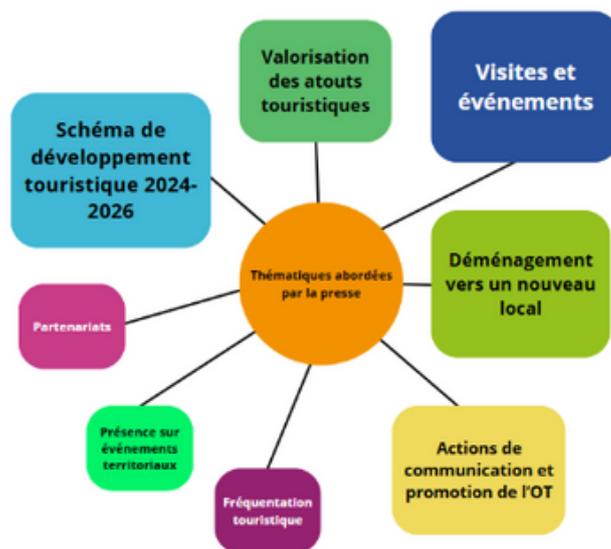
Les proportions sont identiques à 2023.

Les visites guidées et expositions ont également été mentionnées dans le supplément Agenda du **Pithiviers Magazine** qui paraît tous les deux mois, ainsi que dans le **supplément Heure d'été** du groupe Centre France.

Le plus grand nombre de mentions sont liées au lancement du Jeu du Grand Pithiverais en fin d'année dont une Une du Courrier du Loiret.

Les thématiques abordées sont :

- **Schéma de développement touristique 2024-2026** : Élaboration et mise en œuvre avec des réunions participatives pour faire le bilan du plan 2021-2023 et définir les axes futurs.
- **Valorisation des atouts touristiques** : Mise en avant de la Route de la Rose, développement de projets innovants (jeu de société).
- **Visites et événements** : Organisation de visites commentées (Pithiviers, Puiseaux, etc.), ateliers thématiques, et présence sur des événements comme le Salon de la famille, le marché à Yèvre-le-Châtel.
- **Déménagement vers un nouveau local** : Relocalisation prévue pour améliorer la visibilité, avec une installation prévue pour 2026.
- **Actions de communication et promotion** : Création de guides pour les touristes et les locaux, campagne d'affichage dans le métro à Paris en lien avec Tourisme Loiret et préparation d'un magazine de destination pour attirer une clientèle urbaine.
- **Fréquentation touristique** : Bilan de la fréquentation en 2024.
- **Partenariats** : Collaboration avec les Saveurs du Castelet pour le Grand Marché de Producteurs et d'Artisans à Yèvre-le-Châtel, avec le Pays Beauce Gâtinais en Pithiverais pour le lancement du Jeu du Grand Pithiverais.
- **Présence sur événements territoriaux** : Participation de l'Office aux manifestations locales pour renseigner les visiteurs comme la fête des Moissons à Manchecourt, Septembre en Or à Pithiviers-le-Vieil.



G. 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 jeudi 4 juillet 2024 pour une diffusion entre le lundi 12 et le vendredi 16 août. Nous avons abordé les thèmes suivants :

- Lundi : présentation de l'Office de Tourisme du Grand Pithiverais, le territoire et quelques incontournables de la région,
- Mardi : Des idées de sortie en famille ou entre amis,
- Mercredi : Les balades dans la forêt d'Orléans, la Beauce et le Gâtinais,
- Jeudi : Le vin de retour dans la Beauce et l'actualité de notre boutique,
- Vendredi : Focus sur les visites du mois d'août de l'Office de Tourisme ainsi que les manifestations à ne pas manquer jusqu'à la fin de l'été.

Outre cette opération, nous avons eu divers contacts avec la station pour des interventions en direct ou par téléphone, parmi lesquelles :

- Le **vendredi 19 avril** sur la radio **Méga FM** pour évoquer le marché du terroir de Yèvre-le-Châtel,
- D'autres émissions sur **France Bleu** ont parlé du territoire du Grand Pithiverais, sans que nous ne soyons directement impliqués, notamment "Circuits courts dans le Loiret" qui met en avant les producteurs du Loiret.

H. Télévision

Cette année, il n'y a pas eu de campagne publicitaire à la télévision financée par l'Office de Tourisme.

Mais il est à noter que, dans le cadre de l'émission « Plat du Tour 2024 », produite par Blink TV et animée par le chef Guillaume Brahimi, Atout France Australie a sollicité notre Office de Tourisme, via le CRT Centre-Val de Loire, pour fournir des vidéos de Pithiviers et de ses environs. L'émission, diffusée sur la chaîne SBS pendant le Tour de France 2024, a choisi notre région pour mettre en avant la gastronomie française.

L'Office de Tourisme a fourni des vidéos de Pithiviers et ses environs, en haute définition, incluant des prises de vues aériennes, pour une diffusion sur Blink TV et SBS. Ces images ont permis de mettre en valeur notre région auprès du public australien.



Capture d'écran de la chaîne SBS



DEVELOPPEMENT / PROJETS

A – Projet de déménagement de l'Office de Tourisme

Achat du local situé 15 rue de la Couronne à Pithiviers
Demandes de subventions
Lancement des travaux

B – Salon International de l'Agriculture 2025

Participation au Salon de l'Agriculture 2025, en lien avec 10 producteurs du territoire pour valoriser le terroir et les productions du Pithiverais
Réalisation et diffusion d'un magazine de destination "Authentique"

C – Création d'un circuit Baludik

Création d'un circuit familial sur l'application Baludik, en lien avec Tourisme Loiret et plusieurs Offices de Tourisme loirétains, pour découvrir la ville de manière ludique

D – Billetterie externe

- **Festival Eclats musicaux** : Billetterie et relais de communication pour soutenir la mise en place d'un festival de musique classique dans le nord du Pithiverais Gâtinais
- **Tous à vélo contre le diabète** : Proposition de boucles cyclistes et mise en place de la réservation en ligne pour accompagner le PETR sur la 2ème édition d'un événement festif visant à lutter contre les effets du diabète

E – Circuits de balades

Travail sur la valorisation de circuits de balades dans le Top 14 et le Top 45 du Département

F – Tourisme accessible

Travail sur les enjeux et opportunités de mise en accessibilité des sites touristiques, pour différents types de handicaps

G – Marque de territoire

Travail sur la mise en place d'une marque de territoire, en lien avec les structures partenaires



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**