

BILAN 2018

Édition janvier 2019

Office de Tourisme Creil Sud Oise

Missions

- > Accueil - p. 2
- Facebook - p. 5
- > Communication - p. 7
- > Commercialisation Individuels - p. 13
- Groupes - p. 15

Explorez
CreilSudOise TOURISME



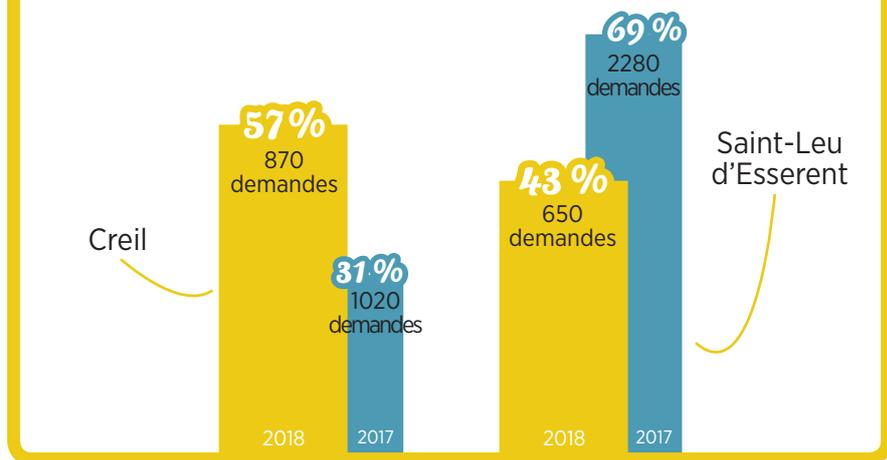
Nombre de demandes

2018 : **1 520** demandes ⁽¹⁾

(accueil physique, téléphonique, numérique (mails et facebook messenger))

2017 : **3 300** demandes ⁽²⁾

réparties sur 2 lieux d'accueil :



⁽¹⁾ Groupes non inclus hors 1^{er} contact

⁽²⁾ Groupes inclus, 1^{er} contact et tous les échanges avant visite compris

Pourquoi cette ↘ du nombre de demandes ? **-53%**

Principale raison : le mode de calcul des demandes diffère entre 2017 et 2018

2017 : deux Offices de Tourisme (3 salariés pour 2 points d'accueil)

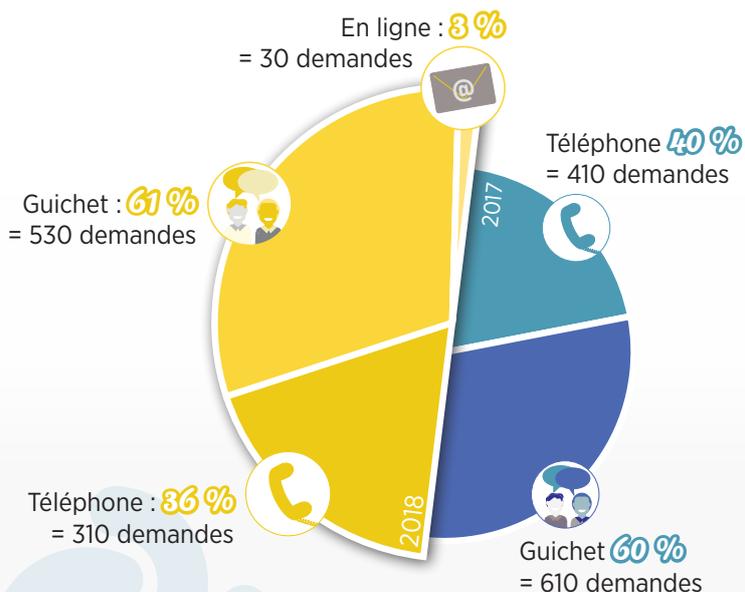
- Statistiques du site de Saint-Leu comprenant : demandes groupes et appels de prestataires.

2018 : un Office de Tourisme (2 salariés de janvier à août puis 1 salariée pour 2 points d'accueil)

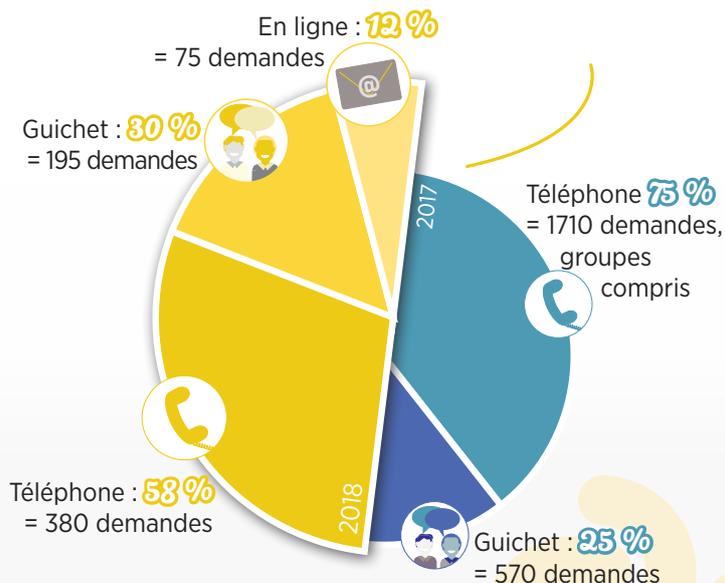
- Fermeture des guichets des deux Offices de Tourisme en janvier (l'accueil téléphonique reste opérationnel), Fermeture de l'accueil (guichet et téléphonique) de Saint-Leu en octobre
- En 2018, les demandes de groupes ne transitent plus par l'accueil (ligne directe).

Modes de contact

Creil



Saint-Leu-d'Esserent

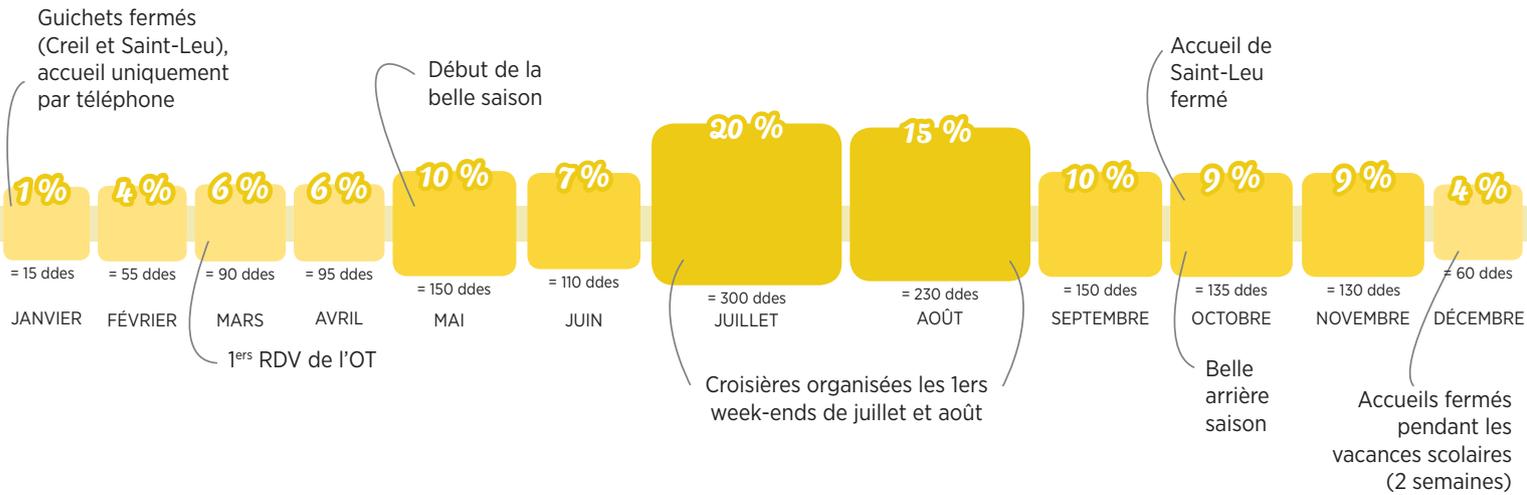


Focus sur le mode de contact : En ligne

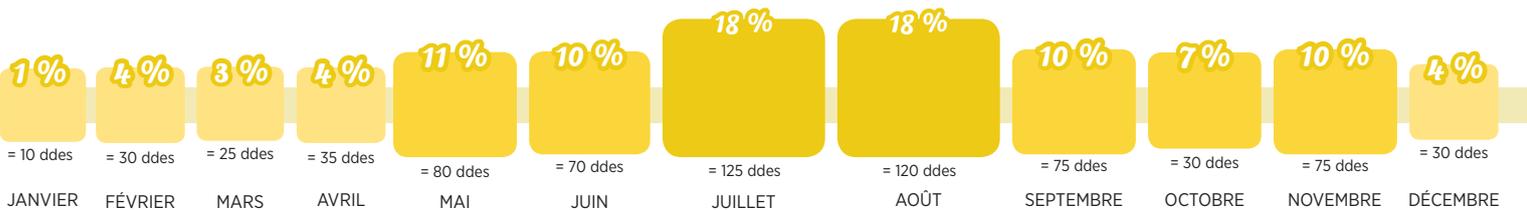
En 2018, mise en place de Messenger, messagerie instantanée via Facebook (inexistant en 2017)

Périodes de fréquentation

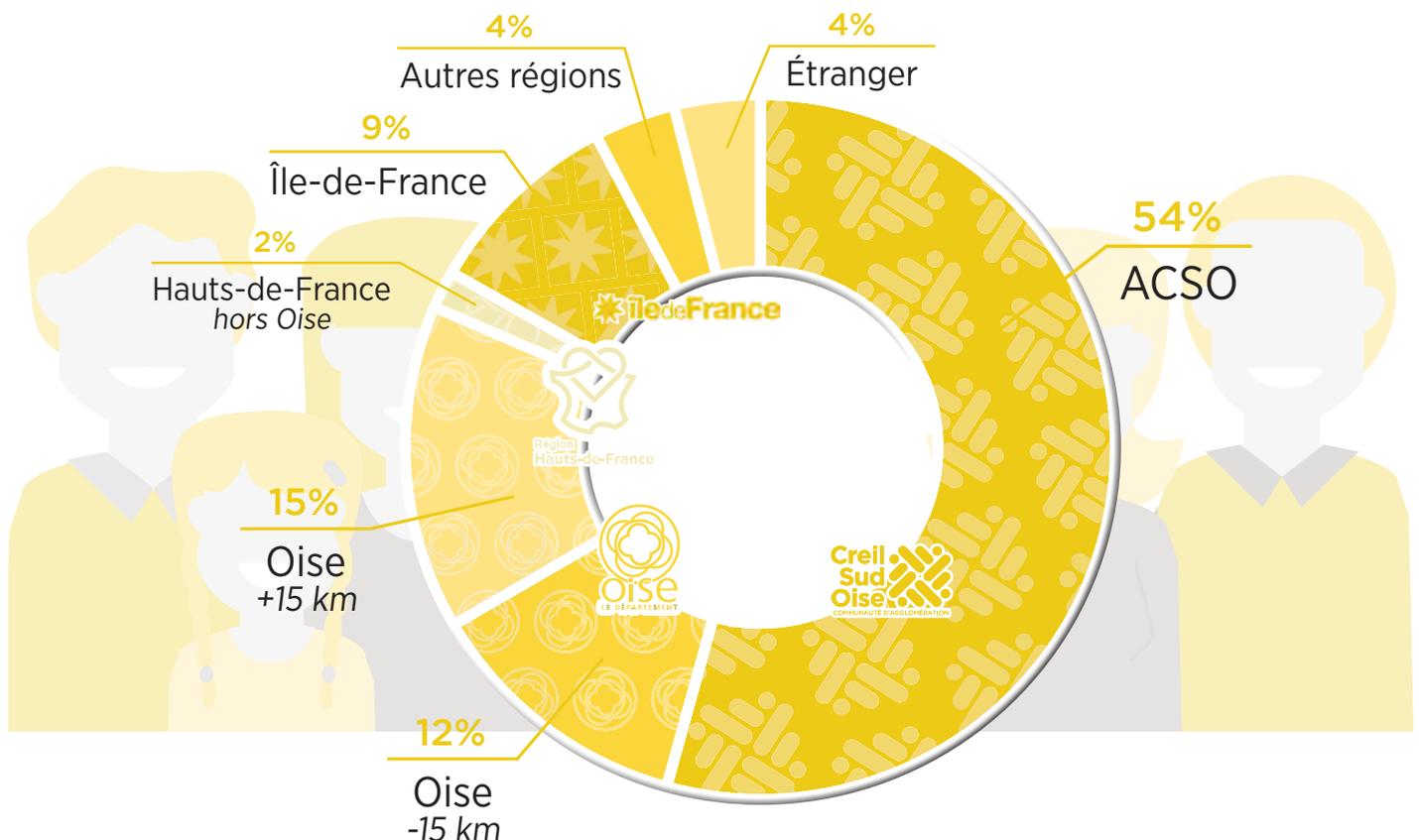
Accueils de Creil et Saint-Leu-d'Esserent, tous modes de contact confondus



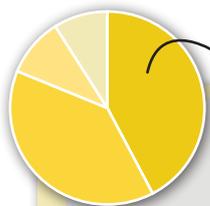
Accueils de Creil et Saint-Leu-d'Esserent, guichet uniquement



Provenance



Top 3 de notre clientèle



Les personnes venant seules représentent **42 %** des demandes

Isabelle

Jeune retraitée | 64 ans

- Habite à Nogent-sur-Oise
- Mariée
- 3 grands enfants, 1 petit-fils
- Aime sortir avec ses amis le samedi après-midi et randonner en semaine.

Les habitudes d'Isabelle à l'Office de Tourisme Creil Sud Oise

Pendant la période estivale (mai à octobre), Isabelle téléphone ou se rend à l'Office de Tourisme pour participer aux prochaines sorties et croisières organisées sur l'Agglomération Creil Sud Oise ou trouver des idées de visites aux alentours.

Hors saison, Isabelle se rend à l'Office de Tourisme pour obtenir les horaires des transports en commun de l'Agglo (bus ou train).



Les couples et les familles représentent **39 %** des demandes

Younes et Sabine

Travaillent à Clermont et à Saint-Maximin
43 ans et 37 ans

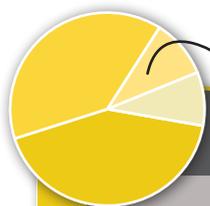
- Habitent à Rieux
- Aiment profiter du week-end pour partager un moment à deux, tout en découvrant des lieux renommés ou insolites.

Les habitudes de Younes et Sabine à l'Office de Tourisme Creil Sud Oise

Ils se renseignent par facebook, par téléphone ou par mail sur les sites touristiques à visiter ou des idées de loisirs dans l'Oise.

Lorsqu'ils ont accès à la Brochure des RDV de l'Office de Tourisme, ils appellent pour s'inscrire à l'un des RDV ou l'une des croisières.

Pendant les vacances scolaires, lorsqu'ils gardent leur nièce Lyanna, 9 ans 1/2, ils recherchent des idées d'activités à faire en famille.



Les groupes représentent **10 %** des demandes

Mme Henry

Retraitée, trésorière de l'Association Loisirs de Groslay | 71 ans

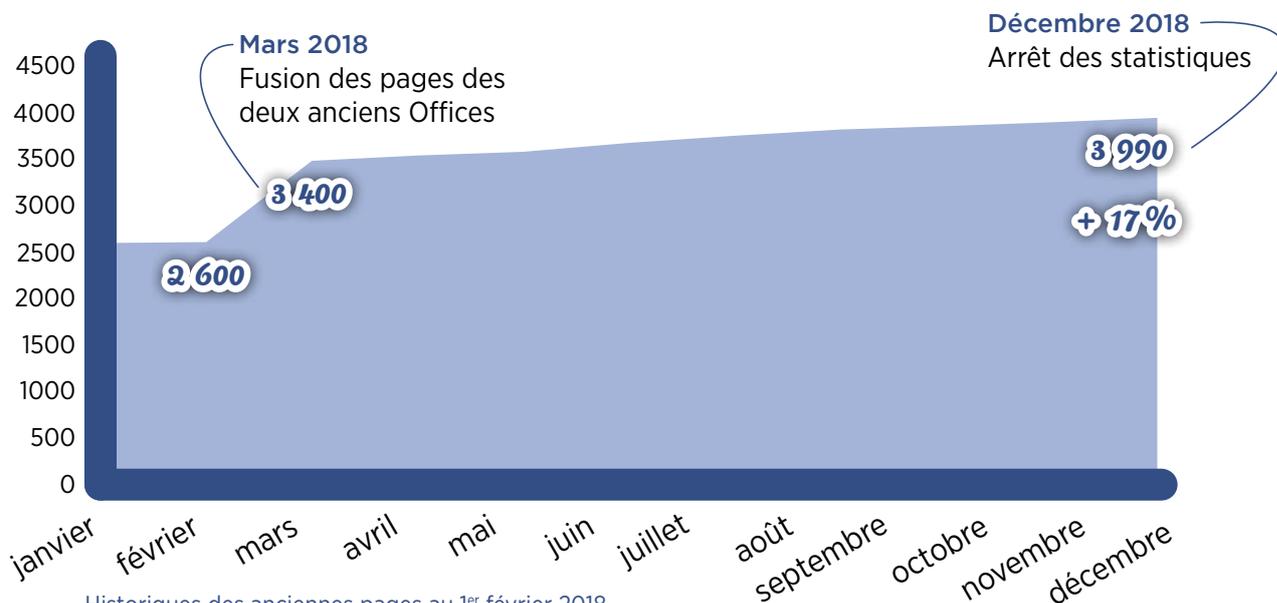
- Habite à Groslay (Val d'Oise)
- Aime découvrir les sites touristiques du Val d'Oise et des environs. Organise des sorties groupes pour son association.

Les habitudes de Mme Henry à l'Office de Tourisme Creil Sud Oise

Elle téléphone à l'Office de Tourisme afin d'avoir des idées de sorties ou d'activités de groupes seniors, ou des informations sur les différents restaurants ayant la capacité d'accueillir un groupe.

Après réflexion, elle recontacte l'Office de Tourisme afin d'obtenir un devis pour une sortie, ainsi qu'un suivi personnalisé.

Nombre d'abonnés



Historiques des anciennes pages au 1^{er} février 2018

Maison du tourisme = 2 600 abonnés

Office de Tourisme Pierre Sud Oise = 3 100 abonnés

Soit 2 300 abonnés en commun.

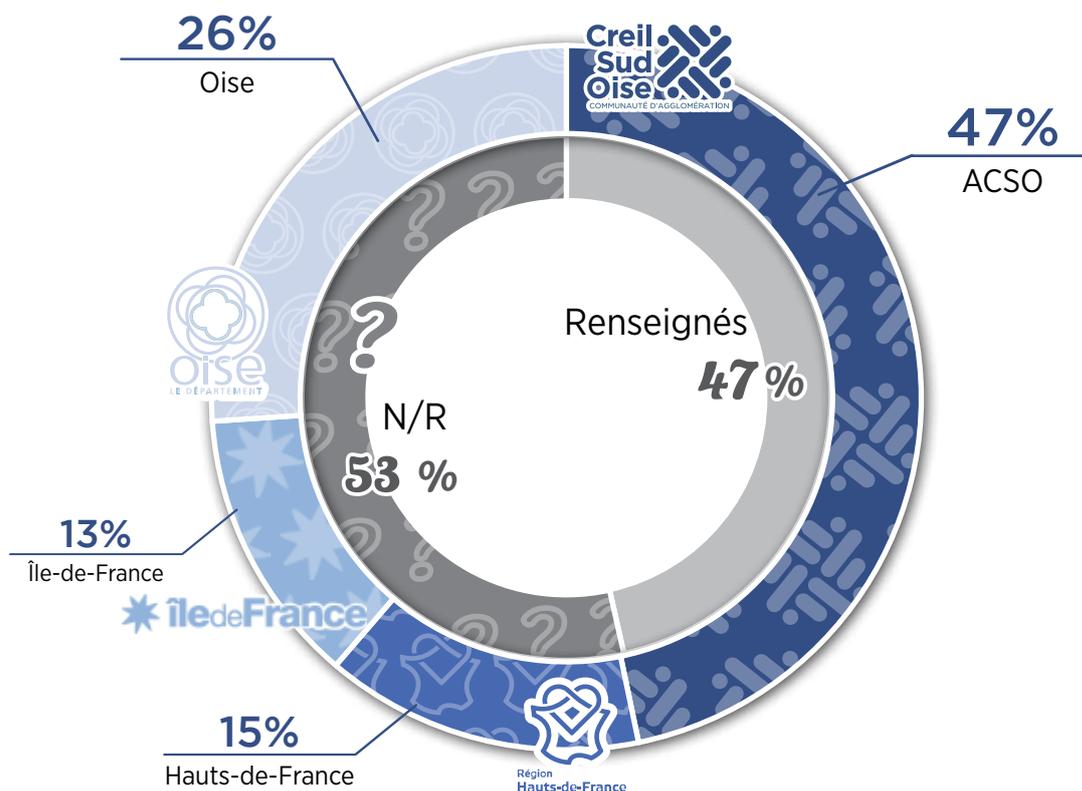


Taux d'engagement global de la Page Creil Sud Oise Tourisme

4.4% des personnes (abonnés ou non) qui ont vu l'une de nos publications défiler sur leur écran y ont réagis.

Moyenne nationale 2018 : 4,08% [source : Baromètre Hootsuite 2018 France]

Provenance

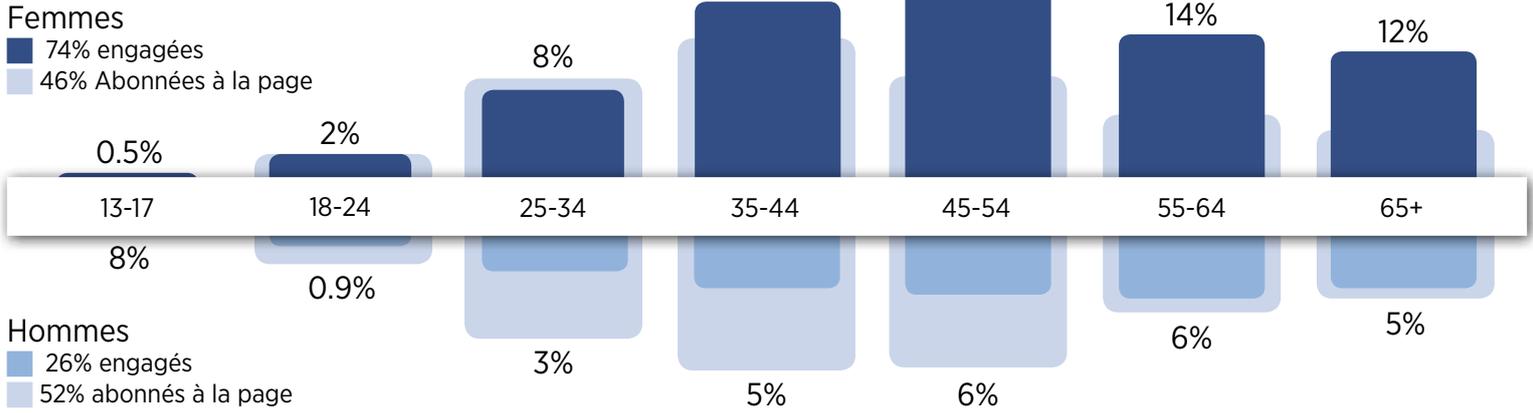


Mode de calcul :

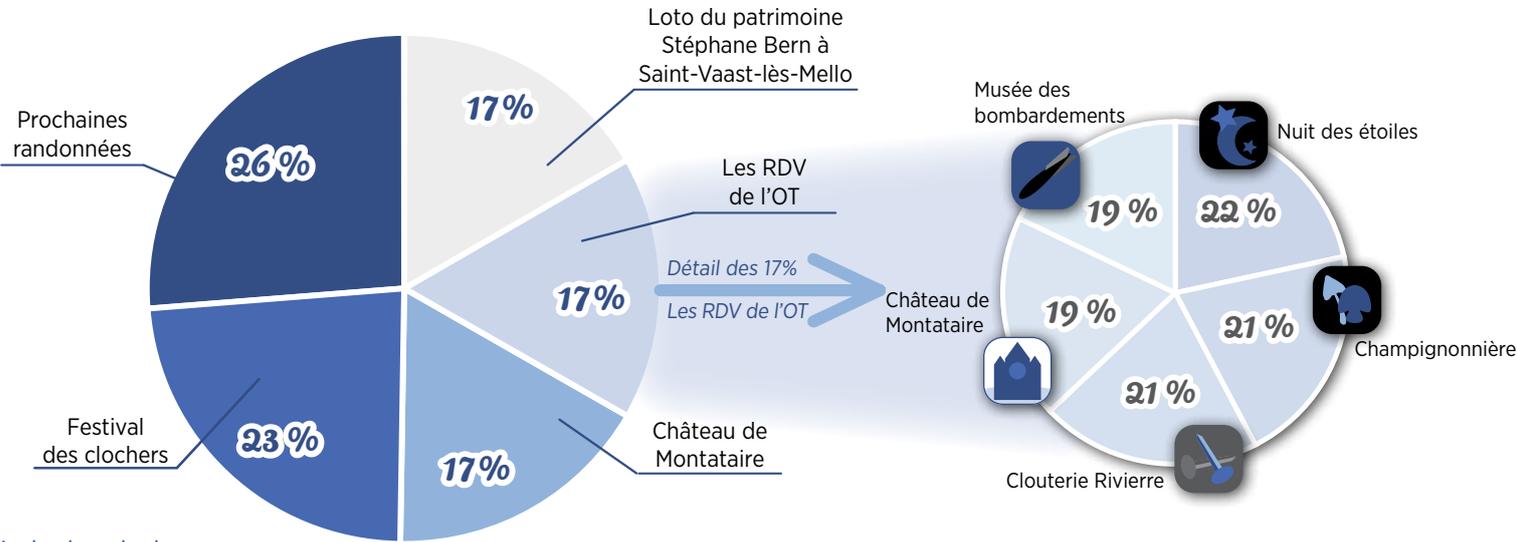
Répartition de la provenance des abonnés parmi les 47% ayant complété leur lieu d'habitation sur leur profil Facebook.

Abonnés engagés*

* Abonné engagé : abonné actif qui commente, partage, réagit aux publications de la page.



Sujets les + populaires



Mode de calcul :
Moyenne des engagements par rapport au nombre de publications.
Pourcentage sur la base du Top 5 uniquement (pas de l'ensemble des publications)

Bilan des jeux-concours

5 jeux concours
organisés du 16 juin au 30 août

4 gagnants
de 2 places pour l'un de nos RDV

134 participations
ainsi que des échanges d'infos et d'avis :

Virginia M Bonjour l'usine Parvillé elle a été transformée en une résidence avec une centaine de logements. Merci pour le jeu 😊

Farida M Bonjour je participe avec plaisir c'est au parc de la brèche où tous les ans les réunionnais de l'Oise font leur pique-nique 😊

Astrid S L hôtel de l Oise à st leu d Esserent, il y a même une photo de Jim Morrison dans le Resto ! Et très bonne table 😊

Ailleurs sur le web...

Pages en cours de développement...



Instagram
/ Creil Sud Oise Tourisme
230 abonnés | 8 publications



YouTube
/ Creil Sud Oise Tourisme
5 vidéos

Visibilité de l'Office de Tourisme et du territoire

- > Création d'un logo et d'une charte graphique



Rappel du logo et de la charte de l'Agglomération Creil Sud Oise : couleurs et polices d'écriture identiques



Focus sur... l'inauguration de l'Office de Tourisme Creil Sud Oise Le 29 mai 2019



Invitation

Conférence et Dossier de presse

- > Création du nouvel Office de Tourisme
- > Présentation de l'équipe
- > Missions de l'Office de Tourisme
- > Nouvelle identité
- > Numérique
- > Lancement de la saison touristique



- > Lancement de saison avec l'organisation d'une balade fluviale avec repas à bord

RETOMBÉES : ARTICLES

- Le Parisien (Oise)
- La Gazette du Tourisme (national)
- We Tourisme (national)

- > Création d'oriflammes



Permettent une visibilité sur les stands et salons

- > Visibilité digitale

Réseaux sociaux



- > Fusion des anciennes pages Facebook des anciens Offices de Tourisme
- > Création de pages Instagram, Twitter, Youtube et Pinterest
- > Création d'un contenu sur Google+ : mise à jour des coordonnées et horaires d'ouverture



Site Internet

- > Création d'une page (avec nom de domaine définitif pour garder le trafic) avec coordonnées, horaires d'ouverture, lien d'inscription à la Newsletter et lien de téléchargement des brochures Les RDV (sorties pour individuels)



Actions de promotion

- > Chaque action de promotion a été développée en adéquation aux attentes de la cible de public visée : individuels ou groupes.
- Les publications, achat d'encart publicitaire ou commandes de reportages mettent en avant les prestataires du territoire.

Cible Individuels

- > Promotion des sorties organisées sur le territoire par l'Office de Tourisme ou par les partenaires du territoire et limitrophes (Champignonnaire de Laigneville) avec la mise en avant de ces prestataires.



Publications

Édition de brochures papiers «Les RDV de l'Office de Tourisme Creil Sud Oise»

- > Brochure Printemps 2018 | 8 000 ex.
- > Brochure Été 2018 | 6 000 ex.
- > Brochure Automne-Hiver 2018 | 6 000 ex.
- > Brochure Centenaire 1918-2018 | 3 000 ex.

Diffusion :

- > Prestataires du territoires et alentours, commerces, hébergements et restaurants
- > Bureaux d'accueil de l'Office de Tourisme à Creil et à Saint-Leu-d'Esserent
- > Vidéos «Présentation de saison» sur Facebook (2 670 vues) et Youtube
- > En téléchargement sur Calaméo (3 430 vues)



4 éditions



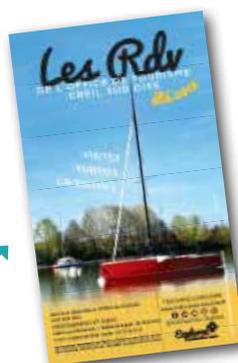
Presse

Présence dans la presse locale et touristique, espaces publicitaires

- > Été dans l'Oise | 12 000 ex.

Achat d'espace publicitaire dans le n° spécial été de Oise Hedbo, payant distribué en point presse

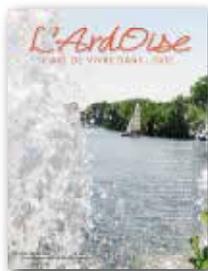
1 encart publicitaire
8 articles rédactionnels
50 communiqués de presse



+ articles sur les sites :

- > Abbatale
- > Arbre à poules
- > Base de loisirs
- > Clouterie Rivierre
- > Maison de la pierre
- > Musée de la Guesdière
- > Musée Gallé-Juillet

> Page pleine intérieure



> Ardoise été 2018 | 10 000 ex.

> Magazine de qualité distribué gratuitement dans les commerces, restaurants, hébergements et Offices de Tourisme du Compiégnois, Beauvaisis, Noyonnais et Cantilien. Fort taux de reprise en main (salle d'attente des médecins, prêt...)

> Promotion des croisières été 2018 et des visites de l'Abbatiale

> Prestataires mis en avant par des reportages : Base nautique de Saint-Leu-d'Esserent (1^{ère} de couverture), Maison de la Pierre, Base de loisirs, Musée Gallé-Juillet

> Campagne photos des sites mis en avant



> Ardoise automne 2018 | 10 000 ex.

> Prestataires mis en avant par des reportages : Maison de la Pierre, Maison de la Faïence, Clouterie Rivierre

> Campagne photos des sites mis en avant

> Communiqué de presse hebdomadaire

Envoyé aux presses locales (Le Parisien, Oise Hebdo...) les mardis précédents chaque sortie.

> Présence dans les rubriques Prochaines sorties (à la discrétion du journaliste)



en 2018 :

> Envoi manuel via Outlook



en 2019 :

> Amélioration du design
> Envoi automatique via Tourinsoft (plateforme départementale gérée par Oise Tourisme)



Focus sur... la campagne de communication spéciale **Croisières**



Arrière de bus

> Financée par l'ACSO (hors impression)



Spots publicitaires

> Radio Evasion (Creil, Compiègne, Senlis...)
> 3 campagnes : Marché 100% Picard, Juillet et Août



Facebook

> Publications régulières, en amont des croisières, photos...



Brochure Les RDV été 2018

> Double page



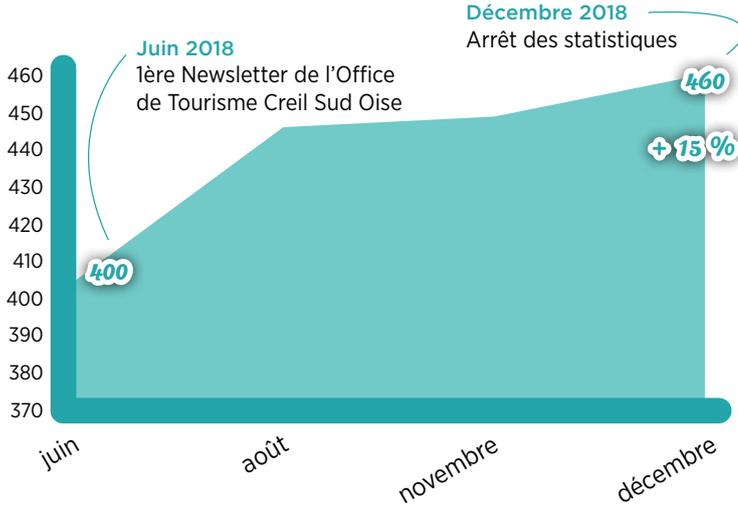
Newsletter

Newsletter

5 Newsletters

- > Mensuelle depuis novembre 2018
- > Deux envois : juin et août 2018 : promotion des RDV via Sendinblue (plateforme limitée en cas d'utilisation gratuite)
- > Depuis novembre 2018 : envoi mensuel via Tourinsoft (plateforme départementale gérée par Oise Tourisme)

Nombre d'abonnés :



Envoi via Sendinblue



Envoi via Tourinsoft



Facebook : Publications régulières sur les prochaines sorties à destination des individuels

Réseaux sociaux

850 publications ou partages

- > Facebook | 3 990 abonnés

Une publication par sortie, un mois avant la sortie, puis rappel 3 jours avant la sortie.

Quatre jeux concours organisés sur Facebook, gain : deux tickets pour une visite organisée par l'Office de Tourisme par jeu.

Publications et partages journaliers des prestataires des 11 communes de l'ACSO.



Présence extérieure

5 évènements

À la rencontre des visiteurs

- > Brocante de la Base de loisirs, Saint-Leu-d'Esserent | 110 demandes
- > Fête de la Pierre à la Maison de la Pierre, Saint-Maximin | 90 demandes
- > Marché 100% Picard, Saint-Maximin | 330 demandes
- > Un dimanche à la campagne, Nogent-sur-Oise | 150 demandes
- > Journée Européennes du Patrimoine, Saint-Leu-d'Esserent | 115 demandes

Présence sur les évènements d'envergure organisés sur le territoire, pour aller à la rencontre du visiteur.





Coupons de réduction

Offre promotionnelle



> Les bons plans de l'Oise

Présence dans le carnet Les bons plans de l'Oise, édité par Oise Tourisme, avec réduction (une entrée offerte pour une entrée plein tarif achetée) sur un panel de quatre sorties organisées par l'Office de Tourisme.

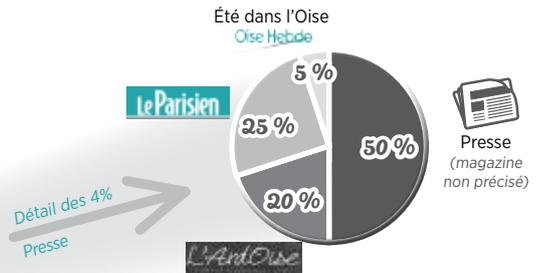
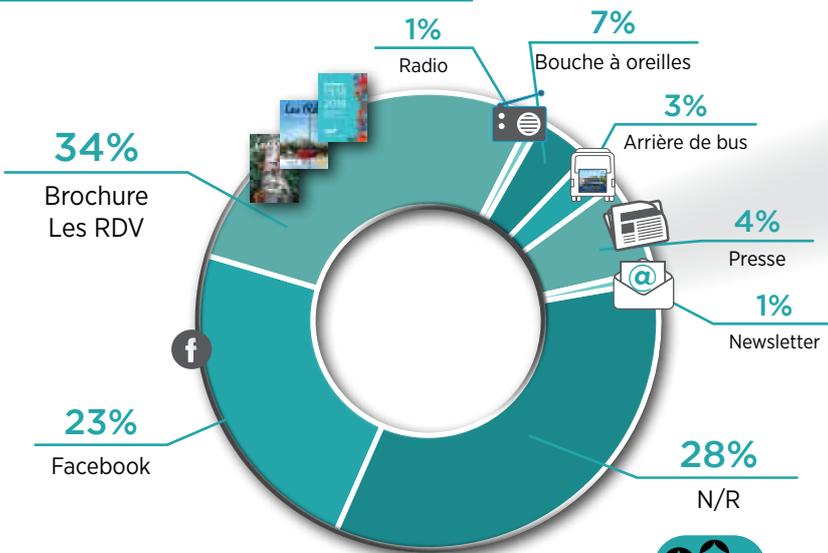
RETOMBÉES

2 coupons, pour 7 visiteurs



Coupon de réduction

RETOMBÉES DES ACTIONS DE COMMUNICATION À DESTINATION DES INDIVIDUELS



Cible Groupes

> Promotion de l'offre groupes adultes des prestataires (sites touristiques, visite guidées et restaurants) du territoire Creil Sud Oise.



Publications

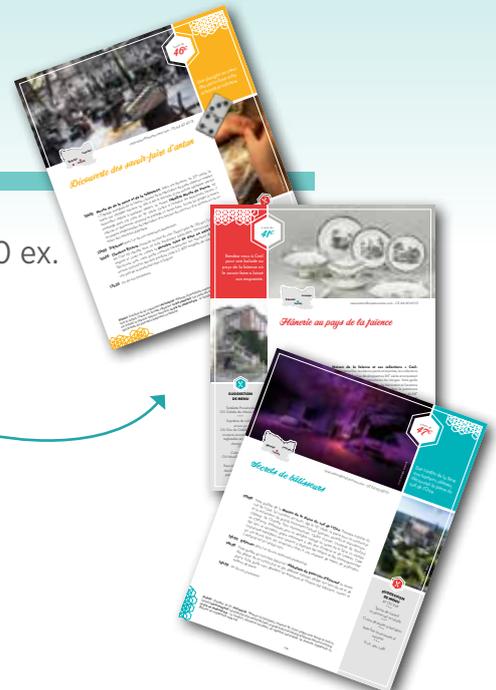
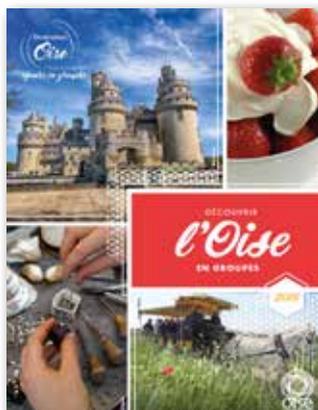
Édition de produits groupes

> Brochure groupes 2019 Oise Tourisme | 5 500 ex.

3 journées proposées dans la brochure groupes de Oise Tourisme

RETOMBÉES

25 demandes de devis groupes - 4 confirmés



26 produits groupes dont 10 journées 2 courts séjours

> 2 fiches produits Croisière spéciale groupes

Diffusion :

- > Mailing à 850 contacts groupes
- > En téléchargement sur Calaméo (160 vues)

RETOMBÉES

35 demandes de devis comprenant une croisière - 11 confirmés

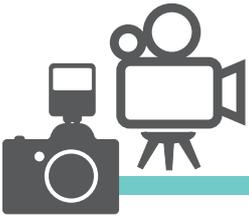


> Brochure groupes 2019 | 1 000 ex.

Réception en janvier 2019

Diffusion envisagée :

- > Mailing papier et électronique aux contacts groupes ciblés
- > En téléchargement sur Calaméo



Vidéos et photographies

Reportage

> Reportages réalisés par le Club groupes Oise Tourisme

Tournage de séquences à la Clouterie Rivierre pour un reportage promotionnel sur les sites touristiques de l'Oise à destination des clients groupes

Reportage photos à la Clouterie Rivierre pour enrichir la photothèque groupe du site, de l'Office de Tourisme et de Oise Tourisme.



Offre promotionnelle

Offre promotionnelle spéciale groupes

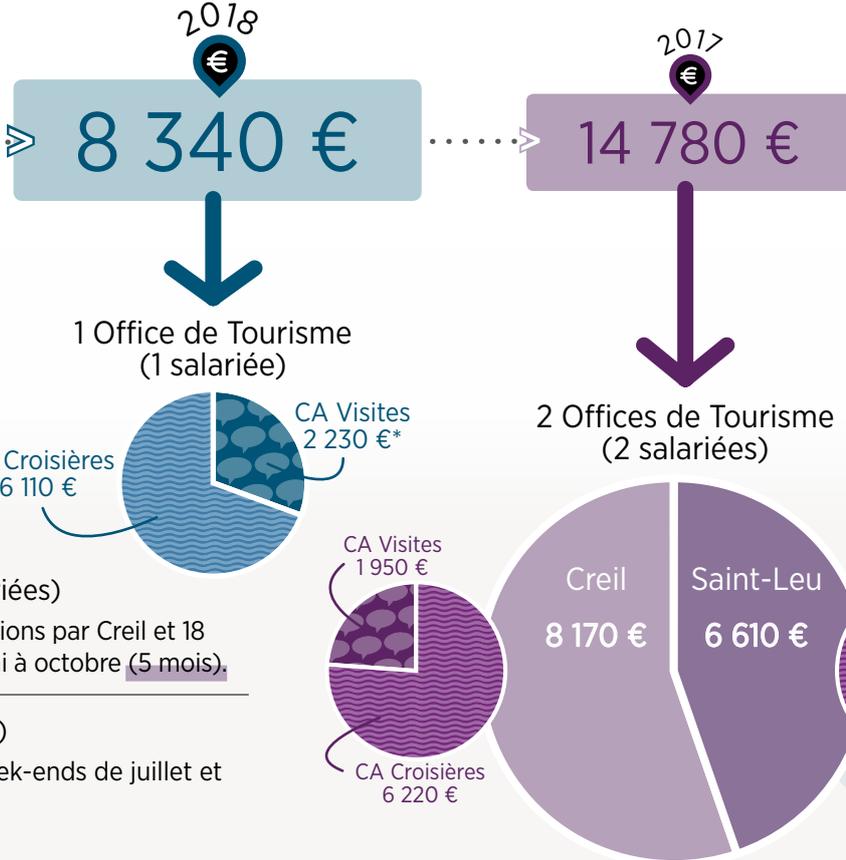
> Newsletter du Club groupes Oise Tourisme de janvier 2019



Présence dans la Newsletter spéciale groupes envoyée par Oise Tourisme, mise en avant des 3 fiches produits à travers l'offre promotionnelle : frais de dossier offerts jusqu'au 15 février 2019



Chiffre d'affaires



Focus sur le chiffre d'affaires des croisières

2017 : deux Offices de Tourisme (2 salariées)

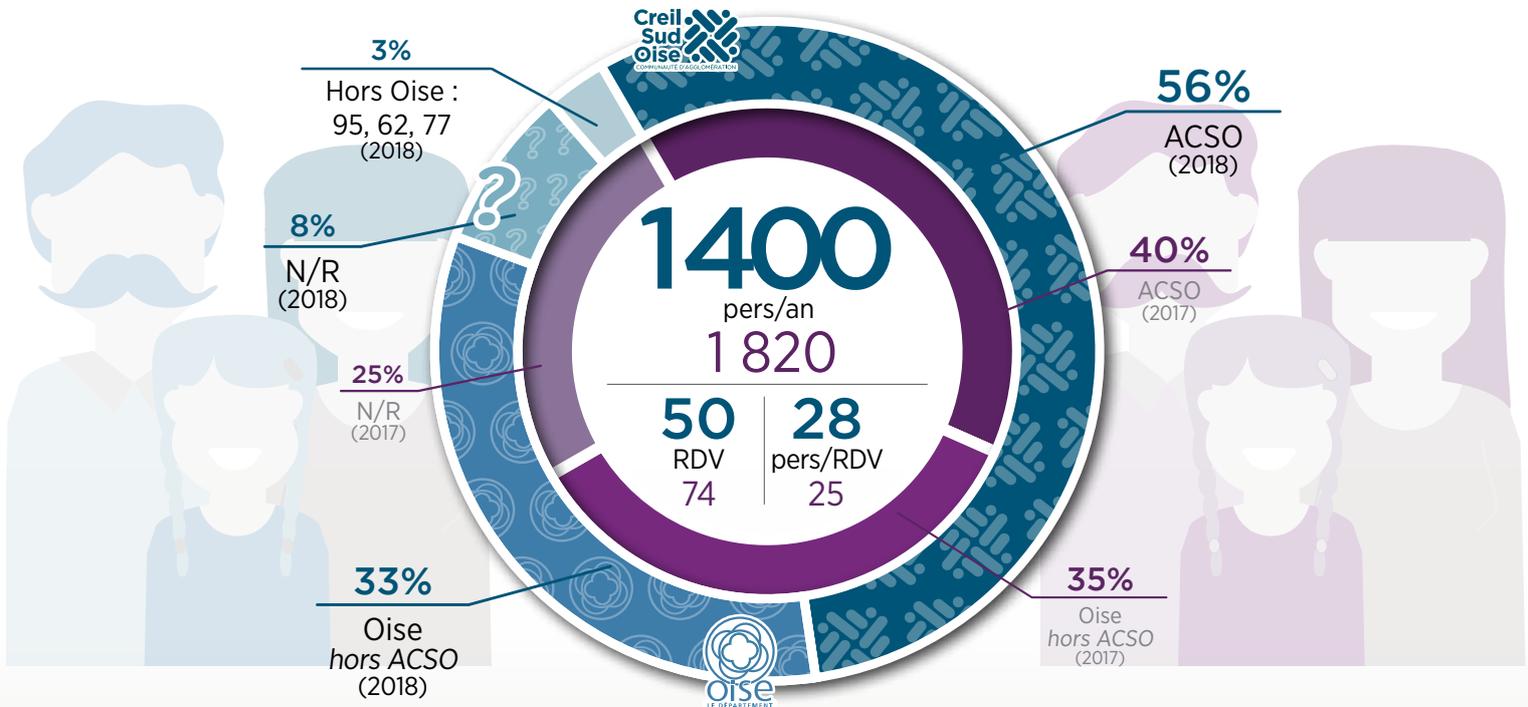
- 28 balades fluviales organisées (10 prestations par Creil et 18 prestations par Saint-Leu-d'Esserent), de mai à octobre (5 mois).

2018 : un Office de Tourisme (1 salariée)

- 6 balades fluviales organisées les 1ers week-ends de juillet et d'août (2 week-ends).

Nombre de participants

Provenance



Pourquoi une ↗ de la fréquentation en provenance de l'ACSO ? +16%

2017 : Distribution des brochures des RDV uniquement dans les quatre villes suivantes : Creil, Montataire, St-Maximin et Villers-St-Paul.

2018 : Distribution des brochures des RDV sur l'ensemble des onze villes de l'ACSO

Focus sur les Non renseignés (N/R)

Un réel effort de prise d'informations lors des inscriptions a permis une nette ↘ du taux de N/R. Les N/R sont désormais renseignés, et augmentent ainsi les chiffres en provenance des territoires limitrophes à l'ACSO / l'Oise.

2018

Top 5 des sites les plus visités

2017



Balades fluviales

31% des individus



Champignonnière

13% des individus



Château de Montataire

9% des individus



Cueillette de champignons

3% des individus



Nuit des étoiles

3% des individus



Balades fluviales «Découvertes»

28% des individus



Champignonnière

11% des individus



Randonnée gourmande

5% des individus



Château de Montataire

4% des individus



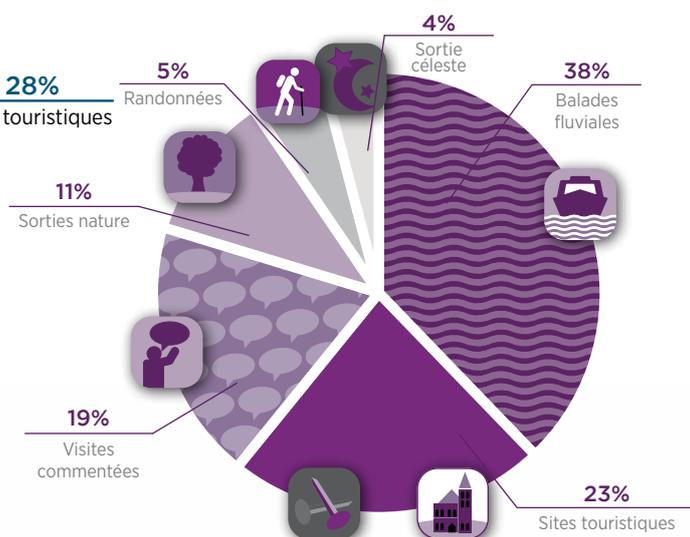
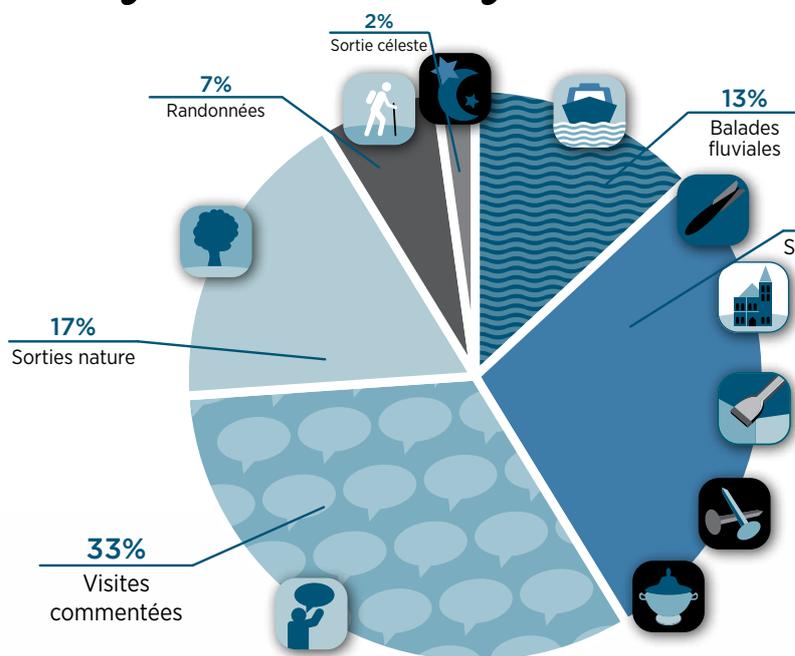
Clouterie Rivierre

3% des individus

Focus sur les Balades fluviales

Malgré une \nearrow de prestations de visites (guidées, nature...), et une \searrow du nombre de balades fluviales, le nombre de participants aux croisières a augmenté (+3%) : les balades fluviales sont un produit phare avec des prestations simples (1h30 de navigation avec goûter) ou accompagnées d'un repas à bord (3h de navigation)

Catégories de Rdu organisés



Pourquoi cette \searrow du nombre de balades fluviales organisées ? -25%

2017

- 10 balades fluviales organisées par l'équipe de Creil lors de 5 jours réservés en été + 18 balades fluviales organisées par l'équipe de Saint-Leu-d'Esserent de mai à octobre.

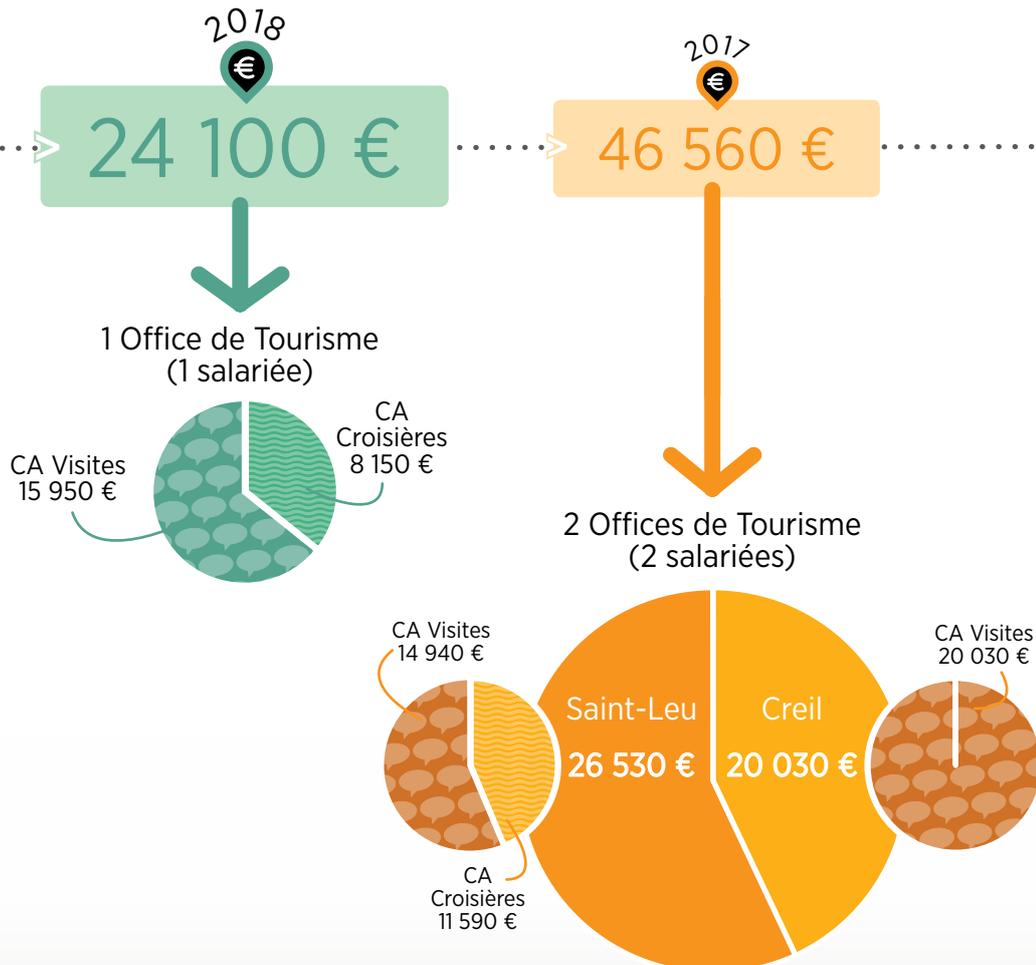
2018

- 6 balades fluviales organisées par l'Office de Tourisme Creil Sud Oise lors de deux week-ends réservés en été.
- Convention de commercialisation avec le propriétaire du bateau Isara tardive.

Pourquoi cette \nearrow des visites guidées ? +14%

Soucieux de faire découvrir les villes et villages de l'ACSO, l'Office de Tourisme a organisé plus de visites guidées, comme par exemple la visite de Creil, de Saint-Leu-d'Esserent, de Thiverny ou de Rousseloy, les Rallyes des petits à Montataire ou Saint-Maximin...

Chiffre d'affaires



Pourquoi cette ↘ du CA et de la fréquentation ? -49%

2017 : deux Offices de Tourisme (2 salariées)

- Préparation de la saison 2017 dès septembre 2016
- Retombées des opérations marketing direct menées en 2016 : deux brochures groupes (adultes et scolaires), marketing direct (mailing et téléphonique)...
- Commercialisation de janvier à décembre 2017 (12 mois).

2018 : un Office de Tourisme (1 salariée)

- Pas de préparation de saison 2018 ni d'opérations marketing direct menées en 2017.
- Commercialisation d'avril à décembre 2018 (9 mois) : autorisation de commercialiser délivrée en avril 2018, création des statistiques en novembre.
- Conventionnement tardif pour la commercialisation des croisières.

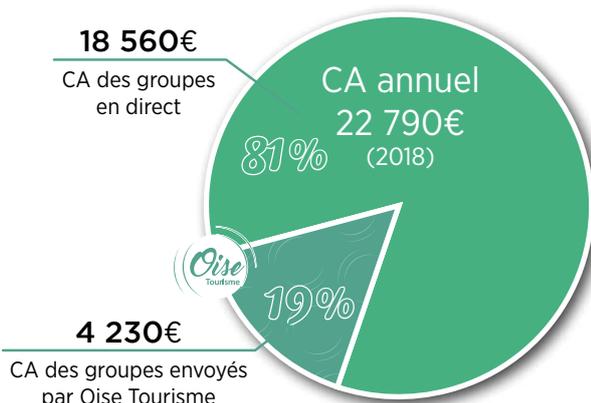
Oise Tourisme : un apporteur d'affaires

En 2018, Oise Tourisme devient un apporteur d'affaires groupes : les demandes de devis groupes formulées auprès de Oise Tourisme sont redirigées vers les Offices de Tourisme commercialisateurs qui les prennent en charge du devis jusqu'à la facturation en passant par le bon déroulement de leur séjour.

25 demandes de groupes envoyées par Oise Tourisme (2018)

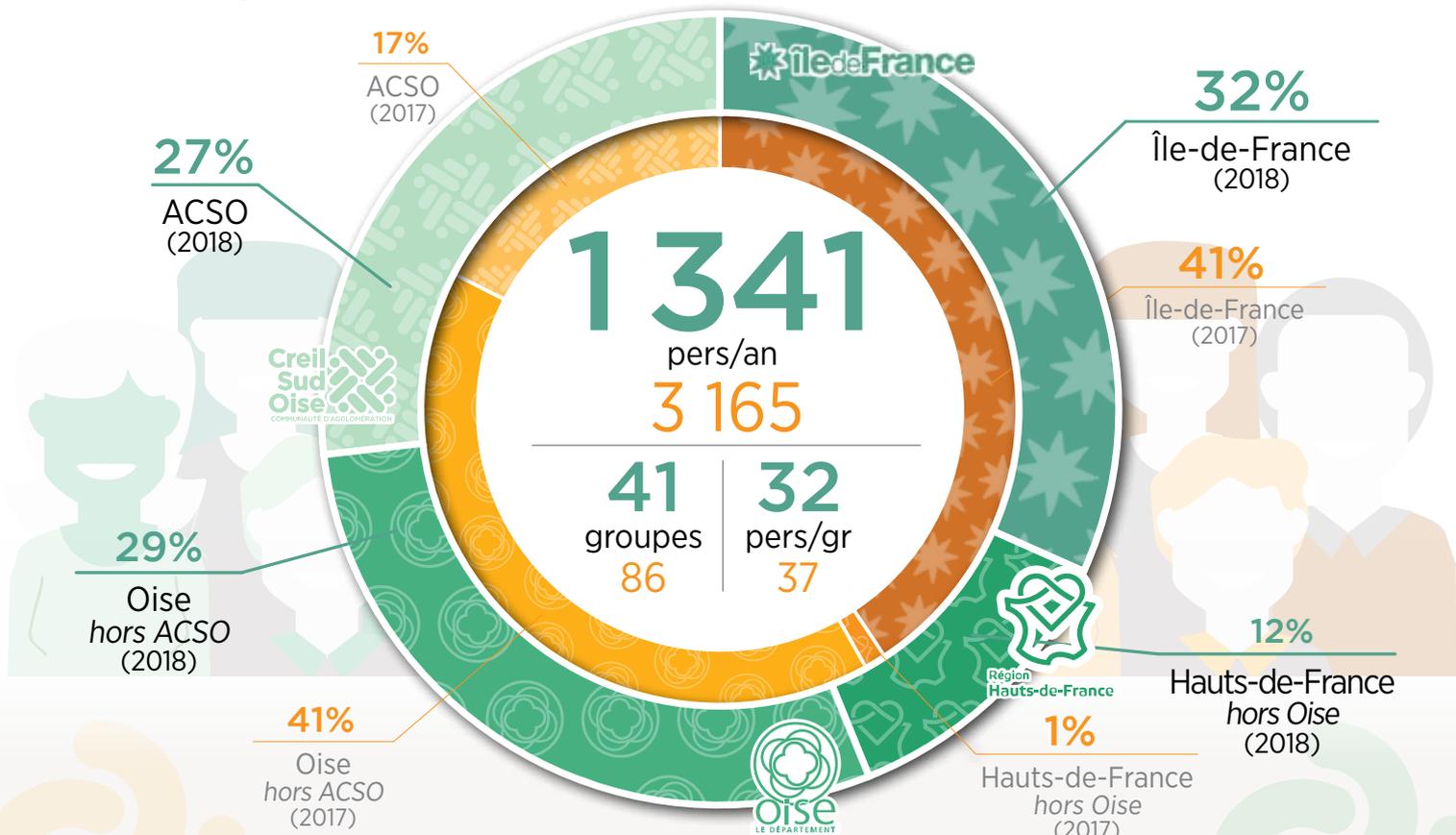
16%

= 4 confirmations



Nombre de groupes

Provenance

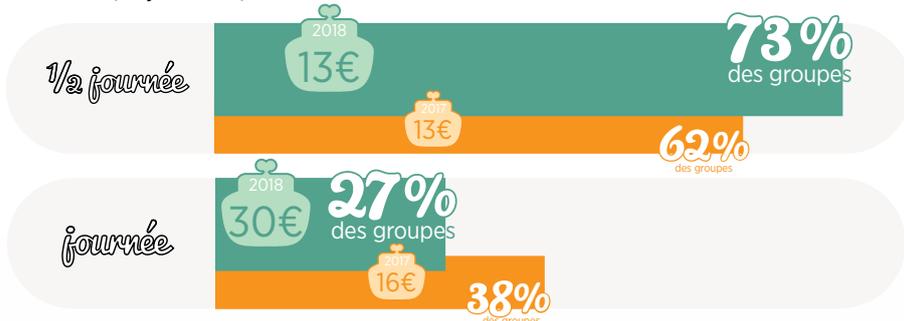


Pourquoi cette ↗ de la fréquentation en provenance des Hauts-de-France (hors Oise) ? **+11%**

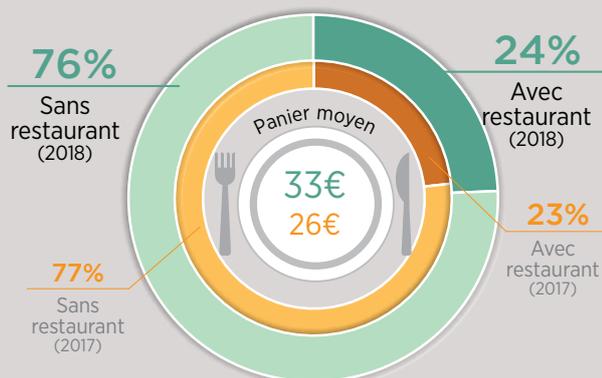
Les clients de Oise Tourisme, dont une partie provient des départements limitrophes à l'Oise, ont été redirigés vers l'Office de Tourisme Creil Sud Oise.

Détail des séjours

Ratio : 1/2 journée / Journée



Ratio : avec / sans restaurant



Pourquoi cette ↗ du panier moyen pour les séjours d'une journée complète ? **+30%**

2017

- Fourchette tarifaire des prestations de restauration **plus basse** (de 20€ à 30€).
- Vente de **beaucoup de packages Croisière-déjeuner**, dont le tarif du repas était de 20€/pers.

2018

- Fourchette tarifaire des prestations de restauration **plus élevée** (32€ ou 33€).
- Vente d'un **plus grand nombre de packages visite + restaurant + visite** grâce à l'apporteur d'affaires Oise Tourisme, dont le tarif est de 33€/pers.

= panier moyen

2018

Top 5 des sites les plus commercialisés par l'OT

2017



Balades fluviales

27% des groupes

45% des groupes

Balades fluviales



Abbatiale

17% des groupes

20% des groupes

Ferme des moines
(offre jeune public)

Champignonnière

17% des groupes

13% des groupes

Abbatiale



Clouterie Rivierre

15% des groupes

9% des groupes

Champignonnière



Musée Gallé-Juillet

10% des groupes

1% des groupes

Clouterie Rivierre



↘ Balades fluviales -18%

2017

- Période de navigation de mars à octobre (7 mois).
- Commercialisation dès 2016.
- L'OT a l'exclusivité de la vente.

2018

- Période de navigation de mi-juin à juillet (1 mois 1/2), puis sporadiquement jusqu'en octobre, suite à la mise en vente du bateau Isara.
- Commercialisation à partir de mai 2018 (convention tardive).
- Vente en direct au client par la Mairie de Saint-Leu-d'Esserent.



↘ Ferme des moines -99%

2017

- Retombées des opérations de marketing direct menées par l'OT en 2016.
- L'OT a l'exclusivité de la vente.

2018

- Pas d'opération de marketing en 2017 (pour l'année 2018).
- Pas de conventionnement OT / Mairie.
- Vente en direct au client par la Mairie de Saint-Leu-d'Esserent.



↗ Clouterie Rivierre +14% + ↗ Musée Gallé-Juillet +10%



2017

- Commercialisation en direct, par le service groupes des prestataires ou par l'Agence de réservation Oise Tourisme.

2018

- Oise Tourisme devient apporteur d'affaires, les groupes ayant l'habitude d'acheter la Clouterie à Oise Tourisme l'achètent désormais auprès de l'Office de Tourisme Creil Sud Oise.
- Conventionnement avec le Musée Gallé-Juillet avec un tarif de vente au client plus avantageux qu'en 2017.



Absent du Top 5 : La Maison de la Pierre

2017 et 2018

Commercialisation en direct, par le service groupes de la Maison de la pierre.