



RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2022

INTRODUCTION

L'année 2022 signe le retour à la normale de bon nombre de nos activités, animations, séjours, vente de billetterie. Les touristes étrangers sont de retour et les locaux profitent encore pleinement des activités qui s'offrent à eux.

Malgré une année mouvementée marquée par des arrivées et des départs côté équipe, l'office de tourisme a su proposer toujours plus d'animations qualitatives à un public de plus en plus nombreux.

Cette année fut également marquée par l'obtention de la marque Qualité Tourisme, gage d'un office qui se veut irréprochable.

RAPPORT D'ACTIVITÉ

01 Statistiques
de fréquentation

02 Animations

03 Expositions

04 Boutique

05 Billetterie

06 Séjours et groupes

07 Communication

08 Qualité Tourisme



+52%

VISITES ET ANIMATIONS EN 2022

Nette augmentation de nos visites et animations sur l'année 2022. Des visites ludiques, gourmandes et nouvelles afin de satisfaire toutes les générations



+25%

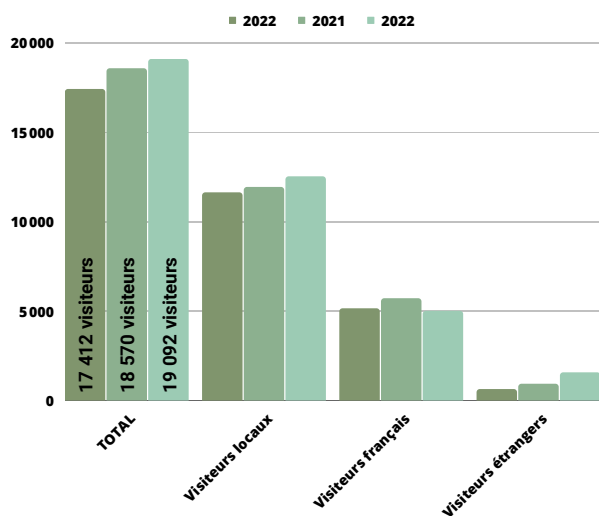
CHIFFRE D'AFFAIRES BOUTIQUE

Boutique qui ne cesse de s'agrandir avec plus de 400 références de produits régionaux ou souvenirs

01

Statistiques de fréquentation

FRÉQUENTATION PHYSIQUE



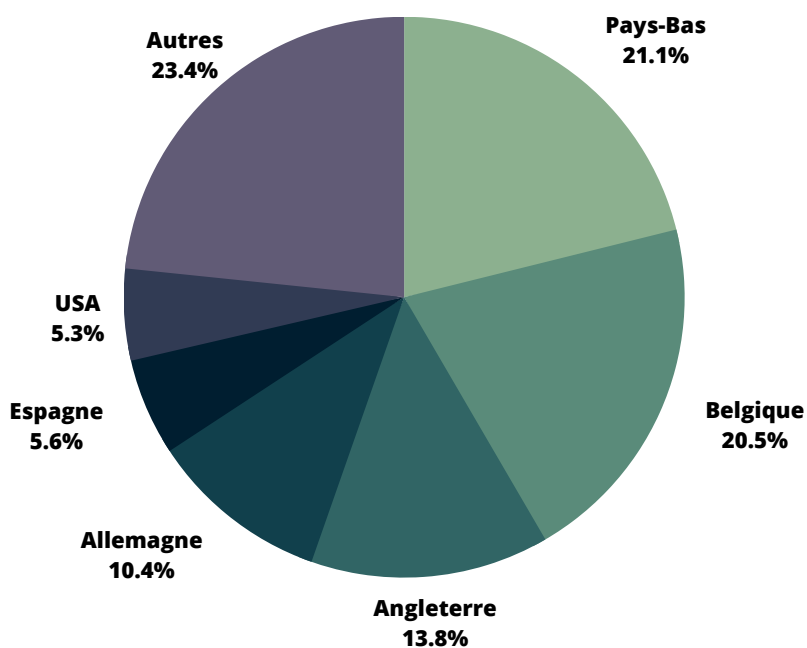
Sur l'année 2022, on observe une hausse globale du nombre de demandes par rapport à 2021.

Les visiteurs français ont cependant été un peu moins nombreux que l'année précédente car les frontières furent de nouveau ouvertes.

« 2022 MARQUE ÉGALEMENT UN RETOUR IMPORTANT DES VISITEURS ÉTRANGERS »

La clientèle étrangère ne représente que 8,18% de la clientèle annuelle mais elle est en nette augmentation de 68% par rapport à 2021.

On observe que les nationalités les plus présentes sur notre territoire sont les hollandais, les belges et les anglais.



01

Statistiques de fréquentation

AUTRES DEMANDES

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------------------------------|------|-------|-------|
| Demandes par téléphone | 2915 | 3113 | 2 918 |
| Demandes par courrier | 66 | 68 | 84 |
| Demandes par courriel | 159 | 136 | 164 |
| Demandes depuis le site Internet | 295 | 309 | 366 |
| Nombre de clients billetterie | 441 | 550 | 1306 |
| Nombre de clients boutique | 2041 | 2 611 | 3 076 |

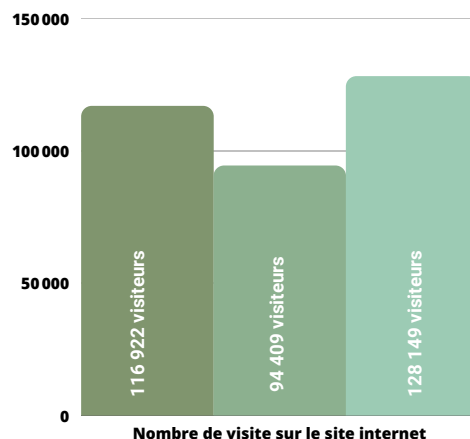
Le nombre de ventes de billetterie est également en hausse en 2022. Ceci s'explique notamment par le fait que 2021 avait été marquée par l'annulation ou le report de nombreux spectacles sur l'année 2022 et également par le retour du festival DARC et de l'élection de Miss France dans notre ville, l'office de tourisme en ayant géré la billetterie.

Le nombre de ventes en boutique a également augmenté. On peut également noter que le panier moyen de nos clients boutique est plus important qu'en 2021, notamment grâce à l'offre plus conséquente qui est proposée.

FRÉQUENTATION SUR INTERNET

On observe une hausse de la fréquentation du site Internet.

On peut notamment l'expliquer par l'organisation dans notre ville d'événements importants tels que l'élection de Miss France mais également par le fait que les réservations des visites et animations organisées par l'office de tourisme sont en majorité faites sur le site Internet.



02 Animations

Mais que serait la vie d'un office de tourisme sans visites guidées et animations pour vous faire apprécier toutes les richesses de la ville ? À Châteauroux, on a bien compris que l'attractivité d'une destination se mesurait aussi à la qualité et à la diversité des animations proposées. Car ici, en toute saison, le touriste pourra profiter d'une offre de visites adaptée, l'invitant à découvrir l'histoire et le patrimoine de la ville.

VISITES ET ANIMATIONS

Cette année, l'office de tourisme a démultiplié ses efforts pour proposer à ses visiteurs **plus de 225 visites et animations contre 158 l'an passé**. Notre but, séduire un maximum de monde grâce aux richesses de nos visites mais aussi grâce à leur récurrence. L'idée étant de proposer un maximum de visites pendant les vacances scolaires pour tous les âges et toutes les bourses.

"PLUS DE 225 VISITES ET ANIMATIONS RÉALISÉES EN 2022"

| | Nombre de visites | Nombre de participants | Pourcentage remplissage | Visites annulées | Recettes | Dépenses | Bénéfices |
|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------|------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| HIVER-PRINTEMPS | 44 | 422 | 49% | 14 | 1 776 € | 67,50 € | 1 708,50 € |
| ÉTÉ sans JEP | 142 | 1464 | 58% | 10 | 11 168 € | 6 308,36 | 4 859,64 € |
| JEP | 16 | 782 | 98% | 0 | / | / | / |
| TOUSSAINT | 8 | 139 | 64% | 0 | 801 € | 26,97 € | 774,03 € |
| NOEL | 15 | 158 | 38% | 1 | 616 € | 49,14 € | 566,86 € |
| TOTAL ANNUEL | 225 | 2965 | 62% | 25 | 14 361 € | 6 451.97 € | 7 909.03 € |

02 Animations

| | 2021 | 2022 |
|--|----------------|-----------------------|
| Nombre de visites et animations | 159 visites | 225 visites |
| Nombre de visites et animations (été uniquement) | 113 visites | 158 visites |
| Fréquentation | 1902 personnes | 2965 personnes |
| Fréquentation (été uniquement) | 1075 personnes | 2246 personnes |
| Recettes globales | 7 155 € | 14 361 € |
| Dépenses globales | 4 327,47 € * | 10 438,97€** |

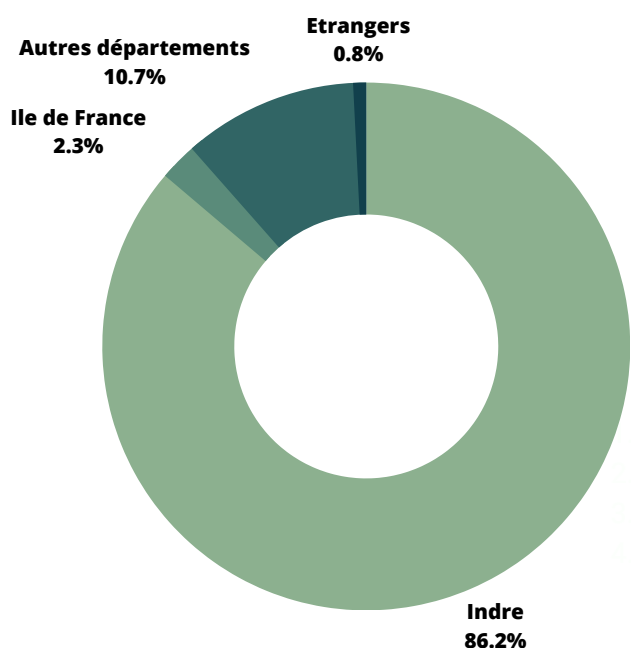
Avec 225 visites et animations réalisées cette année l'office de tourisme a pu divertir presque 3000 personnes lors de ses visites et animations.

Les bénéfices de ces visites ont malheureusement été fortement impactés par le coût des balades en attelage.

TOP 4 VISITES

1. Les visites de l'aéroport
2. Visite : Contes et Légendes du Berry
3. Visite : Les Américains à Châteauwoow
4. Le Château Raoul

Provenance des visiteurs des visites et animations 2022



Suite aux inscriptions des visiteurs nous pouvons facilement analyser leur provenance.

On s'aperçoit rapidement que la majorité des participants à nos visites proviennent de l'Indre.

D'où l'importance pour l'équipe animation de créer chaque année des nouveautés afin de satisfaire un public local qui cherche à se divertir dans sa propre ville.

02 Animations

LES NOUVEAUTÉS : VISITES

Au delà des visites incontournables de la ville, il est important pour l'office de tourisme de proposer des nouveautés chaque année afin de satisfaire un clientèle locale qui représente aujourd'hui 70% de nos visiteurs et qui connaissent déjà les incontournables. Voici quelques-unes des nouveautés proposées cette année :



- Contes et Légendes du Berry
- Les Américains à Chateauwoo
- Les produits de la ruche : cire, miel et propolis
- Paye ta vue
- Château d'Argy
- Apéro au jardin Balsan
- Brunch à Balsan
- Visite Impériale : sur les pas du général Bertrand
- Contes du Grimoire Enchanté
- Contes Enchantés de Noël
- Les 5 sens de Noël
- Balade Gourmande au Marché de Noël
- Châteauroux entre traditions et illuminations

LES NOUVEAUTÉS : ESCAPE GAME



Cette année c'est la visite autonome et ludique qui est mise en avant. En collaboration avec la société Cap Découverte basée à Blois et spécialisée dans les escapes games nous nous avons créé un tout premier escape game urbain à Châteauroux.

Les joueurs évoluent ainsi en extérieur afin de découvrir la ville sur une thématique précise : Les Américains à Chateauwoo.

02 Animations

MARCHÉS GOURMANDS

Depuis plusieurs années, les soirées d'été à Châteauroux se vivent au rythme des marchés gourmands organisés les vendredis soir de juillet. Désormais incontournables de la vie estivale castelroussine, ils suscitent un engouement toujours croissant, pour le plus grand plaisir de l'équipe.



Cette année 6 marchés gourmands du Berry ont été organisés :

- **3 à Châteauroux au parc Balsan**
 - 16 producteurs le 01/07
 - 14 producteurs le 08/07
 - 14 producteurs le 15/07
- **1 à Villedieu-sur-Indre dans le jardin public**
 - 12 producteurs le 29/07
- **1 à Déols au jardin du Centre-Socio-Culturel**
 - 11 producteurs le 24/06
- **1 à Ardentes au parc Pessault**
 - 11 producteurs le 22/07

Cette année encore, les 6 marchés organisés ont rencontré un vif succès avec une clientèle plus que ravie et une météo des plus clémentes.

Concernant les marchés réalisés sur Châteauroux, au sein du Parc Balsan, les retours sont unanimement positifs et indiquent bien que ce site est très apprécié tant par les visiteurs que les producteurs.

Néanmoins, le succès de ces marchés a entraîné une hausse de la fréquentation avec plus de 2500 personnes chaque soir ce qui a provoqué des files d'attentes plus longues. Le nombre de producteurs ne suffisant pas à absorber le nombre de visiteurs, il faudra donc augmenter notre nombre de producteurs en 2023.

Avec un total d'environ **4 054.50 € de dépenses** (musique, repas des musiciens, générateur, SACEM) et d'environ **3 203 € de recettes** (vente de bouteilles d'eau et emplacements des producteurs) , nous observons malheureusement un **déficit estimé pour les marchés gourmands d'environ 851,50 €** qui s'explique en partie par un coût de l'électricité qui a triplé.

03 Expositions

La salle des ambassadeurs de l'office de tourisme accueille régulièrement des expositions, à raison de trois par an. Photographies, peintures... les arts se suivent et ne se ressemblent pas, pour le plus grand bonheur des visiteurs. Ici, une seule ligne de conduite motive le choix des expositions retenues : les œuvres proposées doivent valoriser le patrimoine ou l'histoire de Châteauroux et indrien.



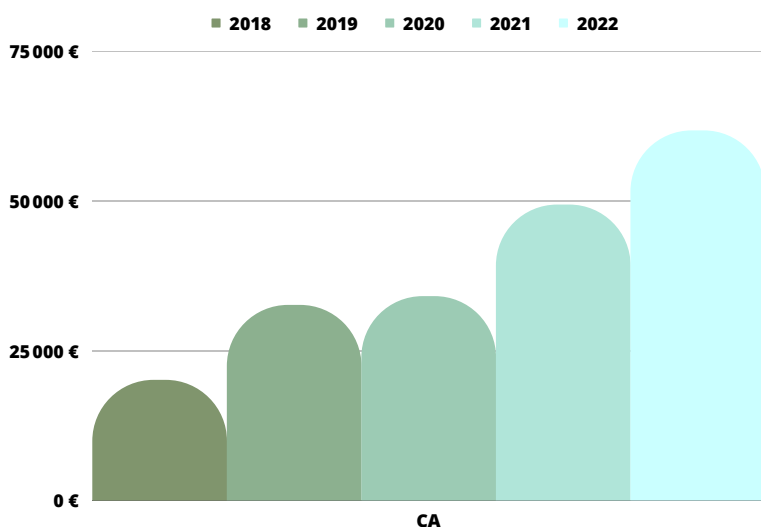
En 2022, l'office de tourisme a accueilli dans sa salle des ambassadeurs, les expositions suivantes :

- **Du 25 janvier au 6 mai** : Châteauroux photos d'hier, exposition d'une soixantaine de cartes postales et de photos anciennes de la ville, proposée par Jean-Christophe Vernet, fondateur de la page Facebook Châteauroux photos d'hier.
- **Du 9 mai au 31 août** : Eskimo Métropole, exposition des œuvres du graffeur déolois Morgan Collin réalisées sur différents supports (toiles, bouteilles, etc.)
- **Du 1er septembre au 31 décembre** : Claude Ruhlmann, exposition de pastels autour de différentes thématiques (natures mortes, vues de l'Indre, etc.) par l'artiste castelroussin Claude Ruhlmann.
- **Du 1er au 31 octobre** : Octobre Rose, art thérapie réalisée par les personnes atteintes de la maladie et vendues en boutique afin de reverser la somme récoltée à l'association CALM.

04 Boutique

BILAN 2022

La boutique de l'office de tourisme est une véritable vitrine du savoir-faire local. Le meilleur du terroir berrichon allié à des produits souvenirs pour offrir un peu de notre Berry. Depuis 2019, celle-ci ne cesse de se développer et d'accroître ses références et ainsi son chiffre d'affaires.



La boutique est aujourd'hui le service qui n'a pas connu la crise sanitaire et ne s'est pas senti impacté ces deux dernières années par quelques jours de fermeture.

Cette année le chiffre d'affaire de la boutique augmente encore de 25% , de même pour sa marge.



Pour tous les prix et toutes les envies entre objets souvenirs, produits du terroir, livres et papeterie, articles mode et accessoires stylisés chaque client y trouve son bonheur.

TOP 5 PRODUITS

1. Les cartes postales = 1720 cartes
2. Les paquets de croquets = 533 paquets
3. Les sachets de lentilles = 505 sachets
4. Les cabas et tote-bags = 494 cabas et tote-bag
5. Les mugs = 400 mugs

05 BILLETTERIE

MACH 36



L'office de tourisme commercialise depuis quelques années la billetterie du MACH 36. Malheureusement depuis quelques années, d'autres revendeurs physiques se sont installés sur le territoire et la vente de billets par internet n'a cessé de croître.

| BILAN ANNUEL BILLETTERIE MACH 36 2022 | | | | | |
|---------------------------------------|------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------|-----------------|
| DESIGNATION BILLETTERIE | DATE | NB DE PLACES VENDUES GUICHET | NB DE PLACES VENDUES INTERNET | MONTANT DES VENTES | COMMISSION OT |
| The Rabeats | 27-févr | 36 | 4 | 1 520,00 | 37,60 |
| Alban Ivanov | 11-mars | 30 | 4 | 1 224,00 | 31,60 |
| Julien Clerc | 02-avr | 27 | 0 | 1 686,00 | 27,00 |
| N'oubliez pas les paroles | 15-avr | 56 | 12 | 2 534,00 | 60,80 |
| Véronique Dicaire | 04-mai | 78 | 11 | 4 605,00 | 82,40 |
| Les années 80 | 07-mai | 29 | 0 | 1 430,00 | 29,00 |
| Les Chevaliers du Fiel | 20-nov | 47 | 4 | 2 538,10 | 48,60 |
| Bernard Lavilliers | 24-nov | 64 | 0 | 3 444,00 | 64,00 |
| Le Plus Grand Cabaret | 3 et 4 déc | Annulé | | | |
| Dadju | 09-déc | 31 | 2 | 1 573,00 | 31,80 |
| Total | | 398 | 37 | 20 554,10 € | 412,80 € |

Résultat notre CA s'élève aujourd'hui à 20 554,10 € contre 210 000 € en 2016. Nous permettant d'obtenir une commission très peu élevée de 412.80 €.

PROJECTION 2023

Par conséquent, il est en discussion de cesser la vente de billetterie pour le MACH36, les ventes sont faibles et le temps de travail conséquent pour un résultat peu satisfaisant.

05 BILLETTERIE

AUTRES SPECTACLES

Après deux années difficiles suite à la crise du Covid, les spectacles ont repris. Fin des restrictions en nombre de participants, plus de demande de pass sanitaire, la vie des artistes à pu reprendre.

| BILAN ANNUEL BILLETTERIE SPECTACLE 2022 | | | | | |
|---|---------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------|
| DESIGNATION BILLETTERIE | DATE | NB DE PLACES VENDUES GUICHET | NB DE PLACES VENDUES INTERNET | MONTANT DES VENTES | COMMISSION OT |
| Michaël Jones | 14-mai | 40 | 0 | 1 000,00 | 54,80 |
| Inès Rég | 25-juin | Annulé | | | |
| Festival Les Intemporel.les | 28-31 juillet | 27 | 0 | 602,00 | 33,11 |
| TOTAL VENTES DARC | 9-19 août | 2244 | 0 | 67 988,00 | 3 739,30 |
| Lisztomanias | octobre | 157 | 0 | 5 055,00 | 328,09 |
| Concert de Noël | 16-déc | 83 | 0 | 845,00 | 46,46 |
| Miss France | 17-déc | 838 | 0 | 67 040,00 | 1 424,60 |
| Total | | 3389 | 0 | 142 530,00 € | 5 626,36 € |

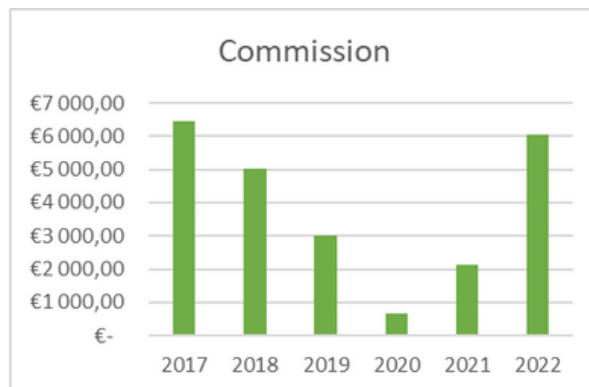
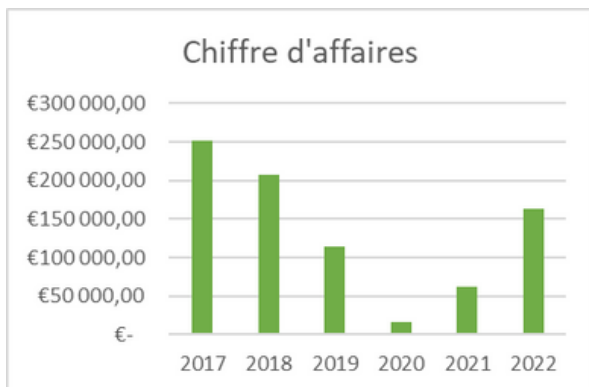
2022 marque donc le grand retour du Festival Darc pour une 47e édition qui a rassemblé les amateurs de danses et de bonnes musiques. Les résultats furent très positifs grâce à l'acquisition de la vente des billets CE.

Autre évènement marquant en 2022. L'élection Miss France s'est déroulée pour la deuxième fois à Châteauroux avec une mise en vente des billets à l'office de tourisme. Celle-ci a rencontré un vif succès avec 838 billets vendus en une seule et unique journée.

05 BILLETTERIE

BILAN GLOBAL

Le chiffre d'affaires augmente de plus de 160% entre 2022 et 2021, et de plus de 43% par rapport à 2019.



Quant à elle, la commission a augmenté de 185% par rapport à 2021 et de 101% par rapport à 2019.

Le MACH 36 représente à lui seul en 2022 uniquement 12% du chiffre d'affaires, soit une minorité face aux autres évènements qui se sont produits comme le festival-stage Darc ou l'élection de Miss France.

On peut en conclure que les différentes représentations proposées ont été appréciées par le public et que les perspectives peuvent être positives malgré les discussions d'arrêt de la vente de la billetterie du MACH36.

06 SÉJOURS ET GROUPES

GROUPES

L'office de tourisme se spécialise d'année en année sur l'accueil de groupes dans le cadre de nos visites et la vente de séjours.

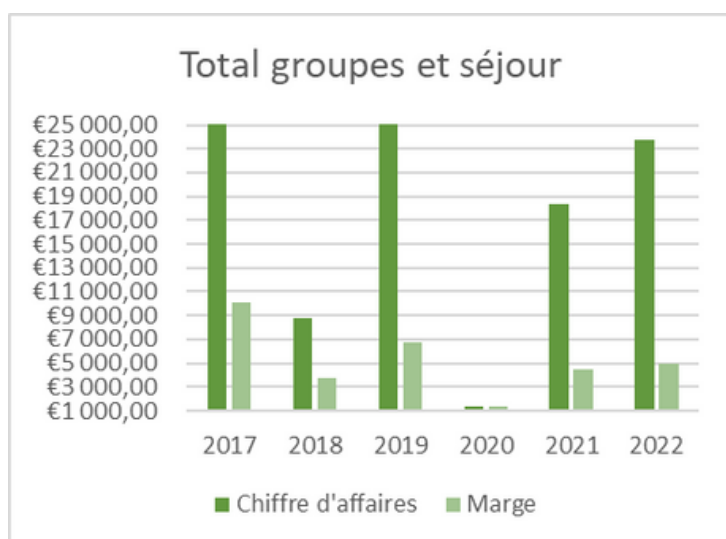
En 2022, 31 groupes ont été accueillis pour des visites « sèches », avec 1 014 visiteurs et 4 901 € de chiffres d'affaires. La marge brute est de 3 282 €. Ces résultats sont très encourageants et en augmentation depuis l'année 2021 (+ 14%), et sans aucune mesure à ceux de 2020 (+255%).

| | 2019 | 2021 | 2022 |
|-----------------|------------|------------|------------|
| Nb de groupes | 25 | 28 | 31 |
| Nb de visiteurs | 608 | 435 | 1014 |
| CA | 2 853,00 € | 3 139,00 € | 4 901,00 € |
| Marge | 2 760,00 € | 2 874,00 € | 3 282,00 € |

SÉJOURS

A cela, s'ajoute l'activité commerciale des séjours avec 18 883 € de chiffre d'affaires pour 1 775 € de marge brute.

L'activité commerciale est toujours très fluctuante d'une année sur l'autre, car elle est souvent étroitement liée aux grands événements programmés. Ces résultats sont très positifs pour 2022, car malgré l'absence de grands événements, la venue de trois groupes a permis à l'office de dégager une belle marge brute.



Au global, sur l'activité visites « sèches » et l'activité commerciale, la marge brute pour 2021 est donc de 5 007 €, soit une progression de +12 % par rapport à 2021.

07 Communication

EDITIONS

Conformément aux orientations définies en 2021, la majorité des éditions de l'office de tourisme de Châteauroux ont fait l'objet d'un important travail de renouvellement en 2022. Retravaillées et remaniées, ces nouvelles éditions garantissent la linéarité et la lisibilité du message transmis aux visiteurs en accord avec les spécificités de la destination.

Document d'appel phare tiré à 12 000 exemplaires, le guide touristique se présente désormais comme un magazine de destination afin d'offrir aux visiteurs une expérience authentique, un séjour vécu « comme s'ils étaient des locaux ». Nouveaux contenus immersifs, mise en page épurée, format repensé : tout est mis en œuvre pour faire du lecteur un véritable acteur de son séjour, avec pour ligne de conduite : devenez un vrai berrichon !

La parution du guide pratique a été marquée cette année par l'absence de Florence Ehrler-Masseron, en charge des relations partenaires en arrêt maladie depuis novembre 2021. Or il s'agit là de la période la plus cruciale concernant la gestion de ce dossier puisqu'il s'agit de l'époque de l'année à laquelle sont envoyées et traitées les demandes d'adhésion par Mme Ehrler-Masseron. Cette dernière n'ayant pu être remplacée, le reste de l'équipe l'a suppléée dans ses tâches afin d'assurer au mieux la gestion de ce dossier. Cela a permis d'assurer la parution du guide pratique dans les temps mais avec un nombre réduit de partenaires par rapport aux années précédentes.

Bien que le contenu du plan touristique n'ait que peu changé, sa mise en page a également été entièrement retravaillée afin d'afficher la même unité graphique sur l'ensemble des supports print de l'office de tourisme. Le parti a été pris d'offrir à cette édition incontournable de l'office de tourisme (il s'agit du premier document distribué à l'accueil) un format « carte bancaire » d'une grande praticité, garantissant une meilleure prise en main du document tant pour les usagers que pour les conseillers en séjour.

07 Communication

EDITIONS



- **Guide touristique** présentant la destination Châteauroux Métropole et les services de l'office de tourisme :
 - Parution en mars 2022 ;
 - Format fermé 21x29,7 cm ;
 - Tirage à 12 000 exemplaires ;
 - Montant TTC : **10 476,15 €**
- **Guide pratique** présentant l'offre touristique sur le territoire de Châteauroux Métropole :
 - Parution en mars 2022 ;
 - Format fermé 17x21 cm ;
 - Tirage à 10 000 exemplaires ;
 - Montant TTC : **6 846 €**
- **Plan touristique** présentant au recto trois parcours de visite en centre-ville et au verso un plan de la Vallée d'Ebbes :
 - Parution en mars 2022 ;
 - Format fermé 8,5x5,5 cm
 - Tirage à 10 000 exemplaires ;
 - Montant TTC : **3 886,45 €**

- Coût total des éditions 2022 : **21 208,60 €**
- Coût total des éditions 2020* : **18 043,65 €**

*Les éditions n'ont pas été rééditées en 2021

ORIENTATIONS 2023

En 2023, les éditions de l'office de tourisme ne connaîtront que peu de changements. Les contenus précédemment développés continueront d'être affinés au besoin, dans la continuité de ce qui a été établi en 2022.

Il est à noter cependant qu'une importante hausse du coût des matières premières (papier et encres) a été enregistrée sur 2022, ce qui se répercute sur le montant du budget prévisionnel estimé à 24 000 €.

07 Communication

IDENTITÉ VISUELLE

En 2022, la mise en chantier d'un projet de refonte du site Internet s'est accompagnée en interne d'un travail de réflexion collégial visant à repenser l'identité de l'office de tourisme à plus grande échelle. Un logo plus élégant, plus épuré, s'est ainsi dessiné, en accord avec les inspirations graphiques développées depuis quelque temps sur les supports de communication de l'office de tourisme ainsi que sur ses produits boutique estampillés Châteauroux. L'idée est ainsi d'obtenir une réelle cohérence au sein des différents services de la structure (communication et boutique essentiellement). Le nouveau logo proposé tend aussi à rappeler lien existant entre l'office de tourisme et l'Agglomération Châteauroux Métropole, en reprenant comme élément central le "C" majuscule.

Réalisé en interne, ce logo a ensuite été retravaillé par IRIS Interactive, l'agence de conseil en communication digitale qui a réalisé le site Internet de l'office de tourisme, afin de permettre la déclinaison de ce logo sur différents supports. Une charte graphique a ainsi été élaborée par l'agence et a servi de base à la refonte du site Internet dont elle a la charge.

La présentation de cette nouvelle identité visuelle est prévue pour le premier trimestre 2023. Elle interviendra ainsi en même temps que la mise en ligne de la nouvelle mouture du site Internet.

07 Communication

MÉDIAS

COUVERTURE MÉDIATIQUE

En 2022, l'office de tourisme a fait l'objet de :

"14 articles et une trentaine d'entrefilets dans La Nouvelle République (local)"

De plus, la Directrice est régulièrement intervenue au micro de France Bleu Berry et de RCF afin de présenter l'actualité de l'office de tourisme et d'évoquer ses statistiques. Plusieurs sujets ont également été consacrés par France Bleu Berry aux visites organisées par l'office de tourisme, accompagnés le plus souvent d'interventions d'une des guides-conférencières ou de la chargée de communication. La Directrice a également été par deux fois l'invitée de Bip-TV. La couverture médiatique est ainsi sensiblement la même qu'en 2021.

LANCEMENTS ET CONFÉRENCES DE PRESSE

L'office de tourisme a organisé cette année plusieurs lancements & conférences de presse :

- Le 4 avril pour la présentation des nouvelles éditions de l'office de tourisme ;
- Le 7 juin pour le lancement de la saison touristique estivale ;
- Le 15 juin pour le lancement de la saison touristique estivale ;
- Le 17 juin pour la présentation de l'obtention de la marque Qualité Tourisme™ ;
- Le 3 novembre pour le vernissage de l'exposition de Claude Ruhlmann.

COMMUNIQUÉS DE PRESSE

- 44 communiqués de presse ont été envoyés dont 14 durant la saison estivale (de juillet à mi-septembre) et 28 durant la saison hivernale 2022 (de janvier à avril puis d'octobre à décembre) pour l'annonce des événements et animations organisés par l'office de tourisme.
- 5 dossiers de presse ont également été envoyés.

07 Communication

INTERNET



SITE INTERNET DE L'OFFICE DE TOURISME

Au 31 décembre 2022, le site Internet avait accueilli **101 737 visiteurs uniques** (contre 78 300 à la même période en 2021), soit une **hausse de la fréquentation de l'ordre de 29,93 %**.

Cette augmentation s'explique notamment par le retour à la normale après deux années rendues compliquées par la crise sanitaire de COVID-19 et par la tenue de l'élection de Miss France 2023 au MACH 36 en décembre 2022 qui a généré un important trafic sur le site Internet de l'office de tourisme.

En 2022, le projet de refonte du site Internet de l'office de tourisme a également été officiellement lancé en partenariat avec IRIS Interactive, agence conseil en communication digitale avec laquelle l'office de tourisme travaille depuis 2017. La mise en ligne est prévue au premier trimestre 2023, en parallèle du lancement de la nouvelle identité visuelle de l'office de tourisme.

La refonte du site Internet a été rendue nécessaire par la redéfinition de la stratégie touristique de l'office de tourisme et acteur de son propre séjour. Une véritable volonté de transformer l'utilisateur en visiteur et donc en consommateur s'est développée, conduisant ainsi à simplifier l'acte de réservation pour les visites & animations proposées par l'office de tourisme.

RÉSEAUX SOCIAUX

La portée des publications de l'office de tourisme et l'engagement des followers (ainsi que leur nombre) est en constante augmentation depuis 2016.



Facebook : **+ 667 likes** soit un total de **5 506 abonnés** ;



Instagram : **+ 481 followers** (création en décembre 2020) soit un total de **1 657 abonnés**.

07 Communication

INTERNET

RÉSEAUX SOCIAUX

L'année 2022 a également vu le déploiement d'une véritable stratégie de community management visant à définir un calendrier de publications précis et détaillé sur les différents réseaux sociaux. Cela permet de garantir une meilleure visibilité des contenus publiés par l'office de tourisme et de mettre davantage en avant son actualité. Une unité graphique se dessine également par l'intermédiaire de visuels uniformisés (annonces, couvertures de stories, etc.) visant à capter l'attention de l'internaute et à le fidéliser.

L'accent est ainsi mis au travers des publications et parutions sur :

- Le territoire (patrimoine, nature, etc.) ;
- L'actualité de l'office de tourisme ;
- L'actualité du réseau de partenaires de l'office de tourisme ;
- La boutique ;
- Les visites guidées & animations ;
- Les propositions de sortie sur le territoire.



08 QUALITÉ TOURISME

OBTENTION DE LA MARQUE

Depuis 2019, l'office de tourisme de Châteauroux est engagé dans la démarche Qualité en vue d'obtenir la marque nationale Qualité Tourisme™. Plusieurs années de réflexion, d'évolutions et de changements, caractérisées notamment par le déploiement de nouvelles méthodes de travail et d'organisation ont été nécessaires à la concrétisation de ce véritable projet d'équipe porté par l'ensemble des acteurs de l'office de tourisme avec le soutien de l'Agence d'Attractivité de l'Indre.

Plus de **200 critères** concernant l'ensemble des missions de l'office de tourisme (accueil, communication, commercialisation, animations, boutique, management, etc.) ont ainsi dû être analysés et remplis par l'office de tourisme avant de pouvoir se soumettre à un audit complet en vue de l'obtention de la marque.

« LE PREMIER OFFICE DE TOURISME DU DÉPARTEMENT DE L'INDRE À OBTENIR LA MARQUE QUALITÉ TOURISME »

Cet **audit s'est tenu les 5 et 6 avril** dernier sous l'égide de Brigitte Le Blévenec, auditrice agréée Qualité Tourisme™. À l'issue de celui-ci, l'office de tourisme de Châteauroux s'est vu attribuer un **taux de conformité de 96%**, le minimum requis pour obtenir la marque Qualité Tourisme™ étant de 85%. Aujourd'hui validé par la DGE et Atout France, ce score définitif permet à l'office de tourisme de Châteauroux de devenir le premier office de tourisme du département de l'Indre à obtenir la marque Qualité Tourisme™.

NOS ENGAGEMENTS



Satisfaire le client, grâce à un accueil professionnel qui dépasse la simple délivrance d'informations, c'est le mot d'ordre de notre établissement. Consciente de la nécessité de faire évoluer les métiers de l'accueil en accordant une place plus grande au conseil, notre équipe s'est engagée depuis longtemps dans une politique qualité.

Obtenir la marque nationale Qualité Tourisme™ est pour nous une reconnaissance de notre volonté d'apporter au visiteur toutes les informations et conseils dont il a besoin pour organiser son séjour, grâce à un personnel souriant, courtois, formé, et qui maîtrise l'offre de son territoire de compétences.