



RESTITUTION DE L'AUDIT DU TERRITOIRE ET DE SES ACTEURS

Office de Tourisme Epernay « Pays de Champagne »



PARTIE 1

Rappel du contexte de l'audit



Réaliser un audit afin de mieux **comprendre et recenser les attentes des adhérents.**

L'objectif étant notamment de proposer de nouvelles prestations et de faire évoluer celles existantes, pour contribuer au renforcement de l'attractivité touristique de notre territoire.

Tous les adhérents ont ainsi reçu par voie postale et par email un questionnaire, la volonté de l'office du tourisme étant de **porter un regard équivalent à chacun.**

Taux de retour du questionnaire : 53,8 % soit 347 questionnaires reçus pour 645 envoyés.

L'ensemble des résultats présentés correspond aux réponses des personnes ayant répondu au questionnaire.

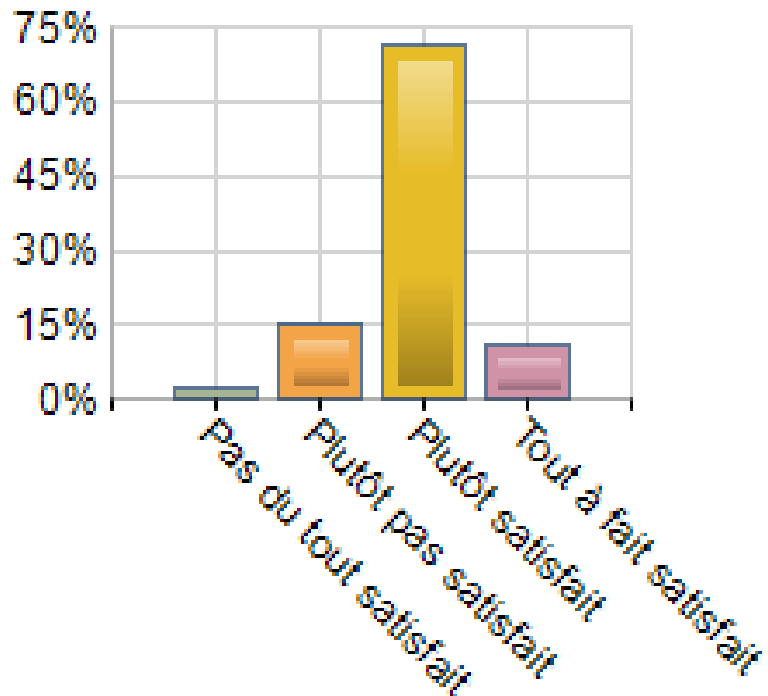


7 groupes de débats ont également été proposés par secteurs d'activités :

- Commerçants
- Hôtels
- Activités touristiques
- Restaurants
- Gîtes et chambres d'hôtes
- Vignerons et Maisons de Champagne (2 dates)

L'ensemble des résultats ont ensuite été analysés par « profils » d'adhérents

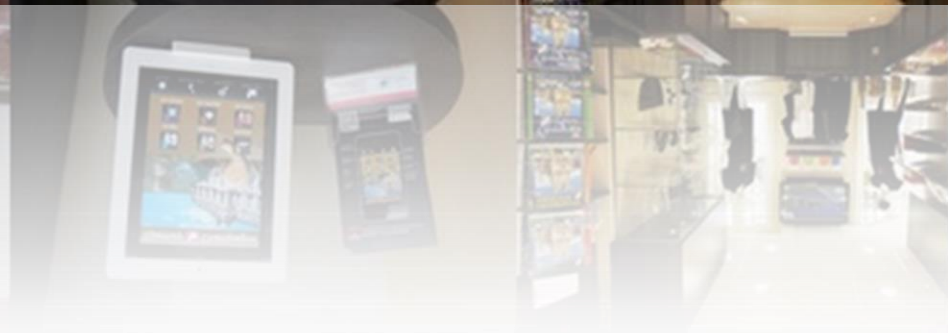
SATISFACTION GLOBALE DES ADHÉRENTS VIS-À-VIS DE L'OTEPC



Un important niveau de satisfaction global : 7,1/10

Une volonté de tendre vers l'excellence

Les « 3 points » manquants sont notre sujet de travail pour améliorer les services proposés par l'OTEPC



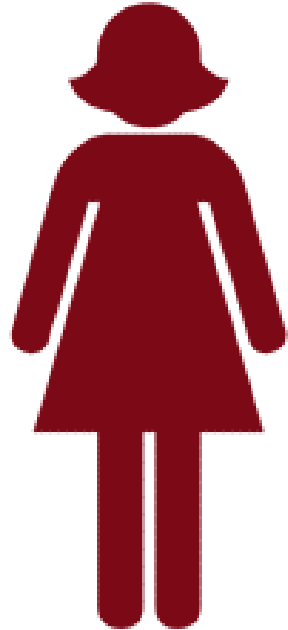
PARTIE 2

Les adhérents de l'office de tourisme

PROFIL DES ADHÉRENTS

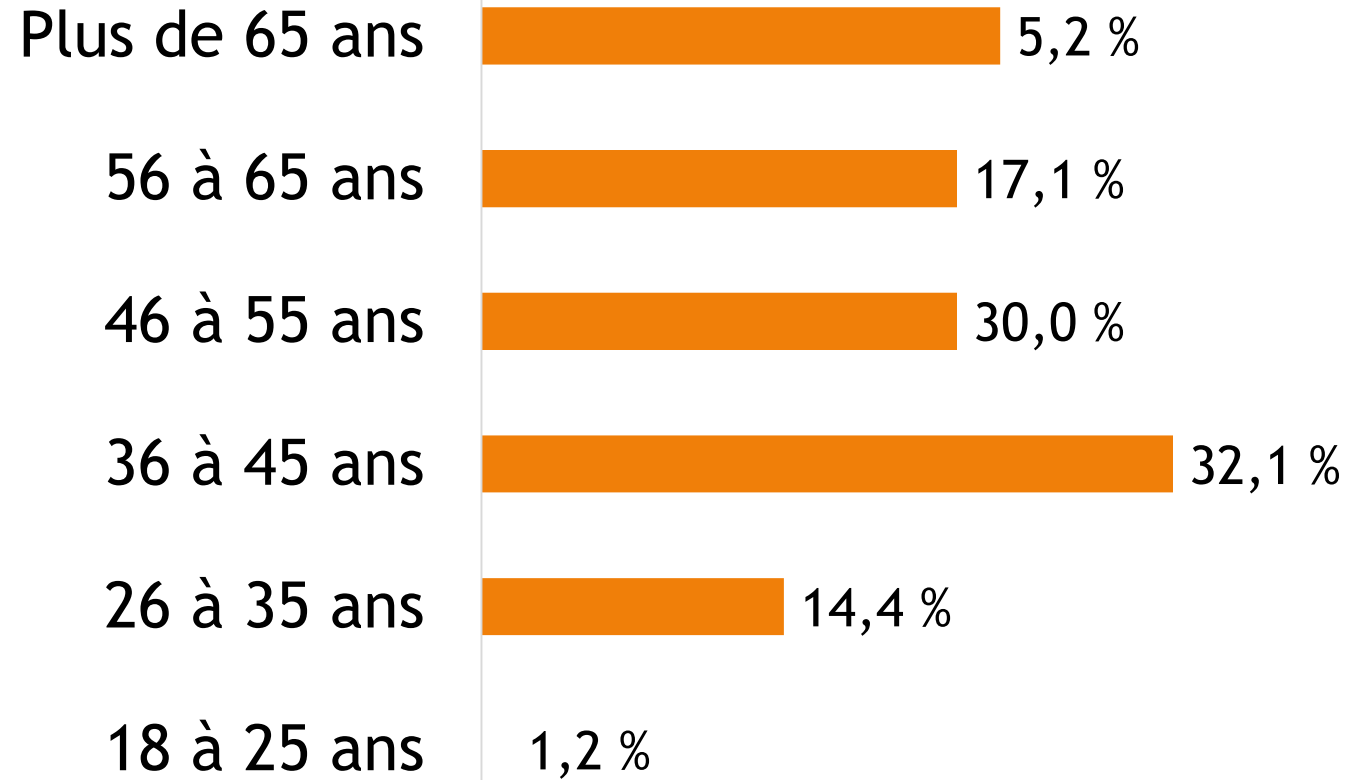


34,6 %



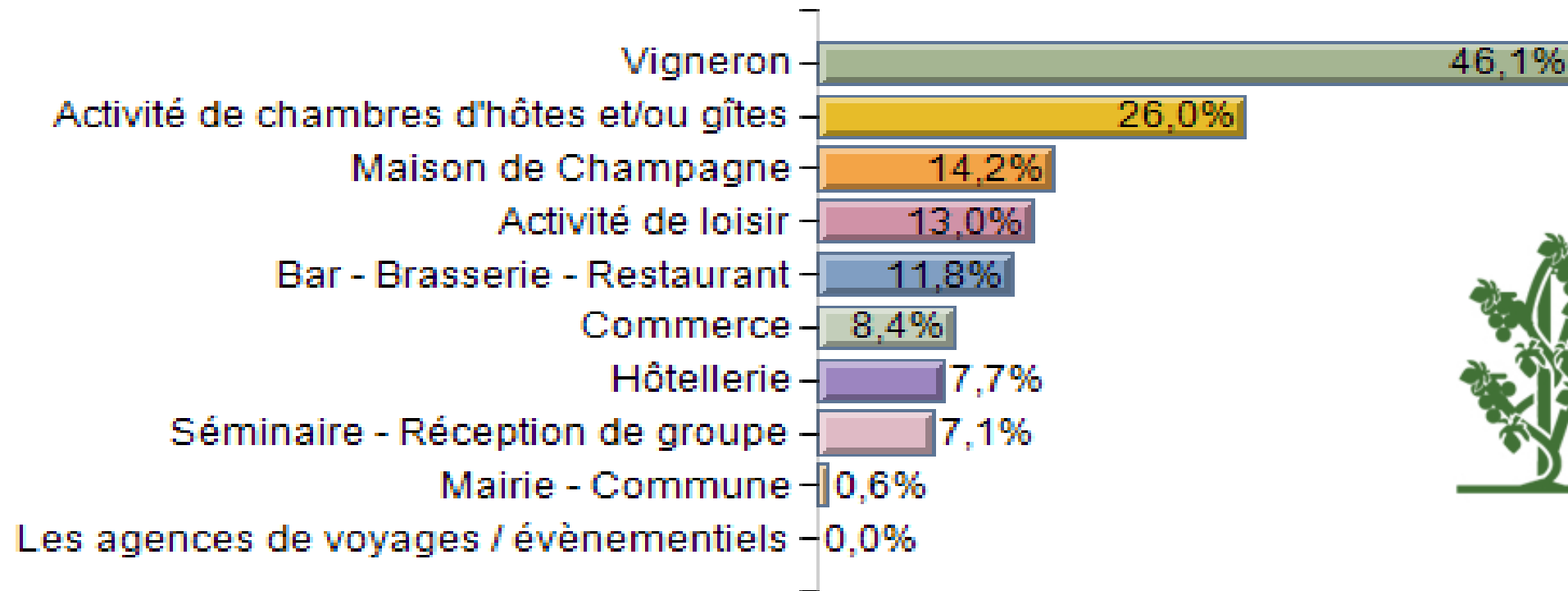
65,4 %

ÂGE DES SOCIÉTAIRES



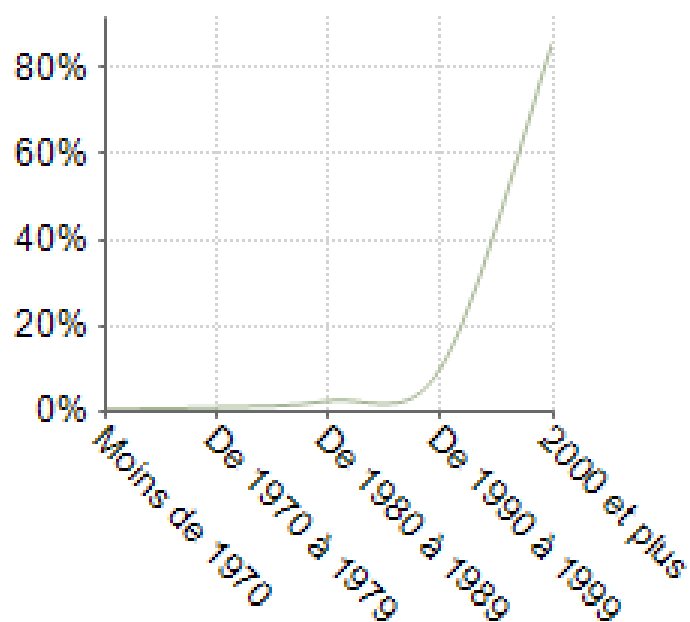
SITUATION PROFESSIONNELLE DES

ADHÉRENTS

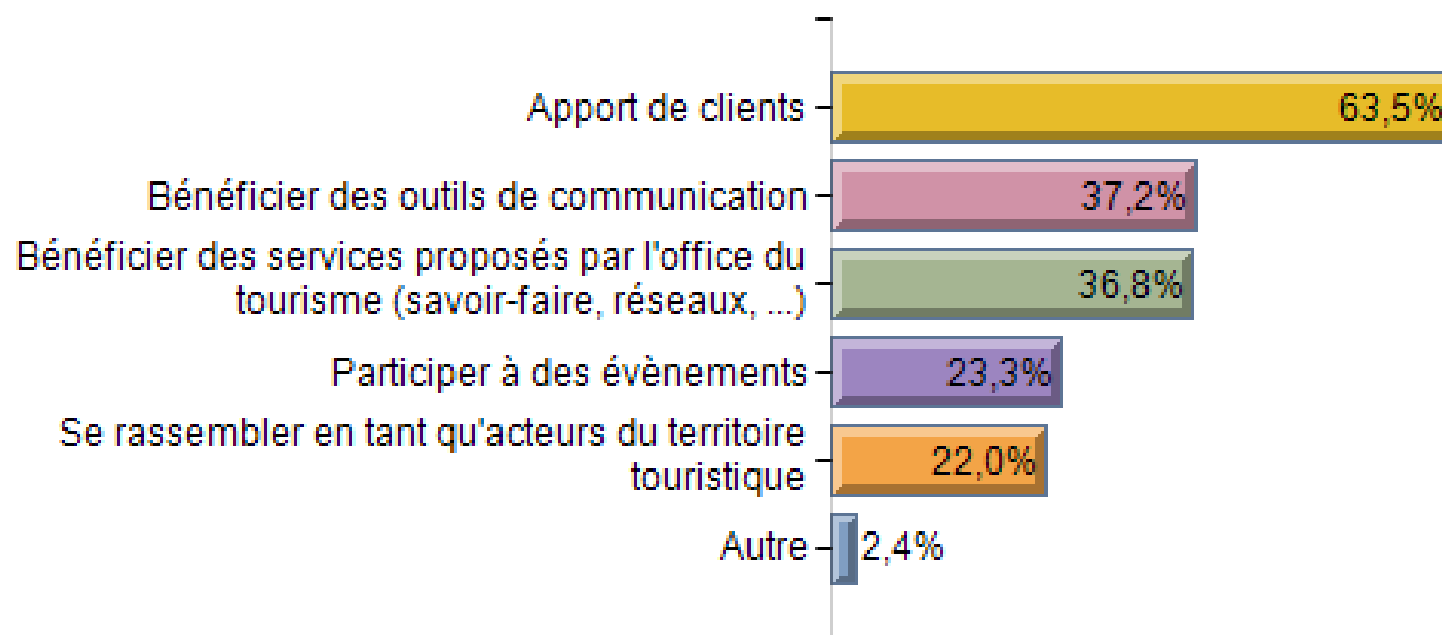


NOMBRE D'ANNÉES D'ADHÉSION

Moyenne = 2008,32 Médiane = 2012,00 Ecart-type = 8,87
Min = 1960 Max = 2016



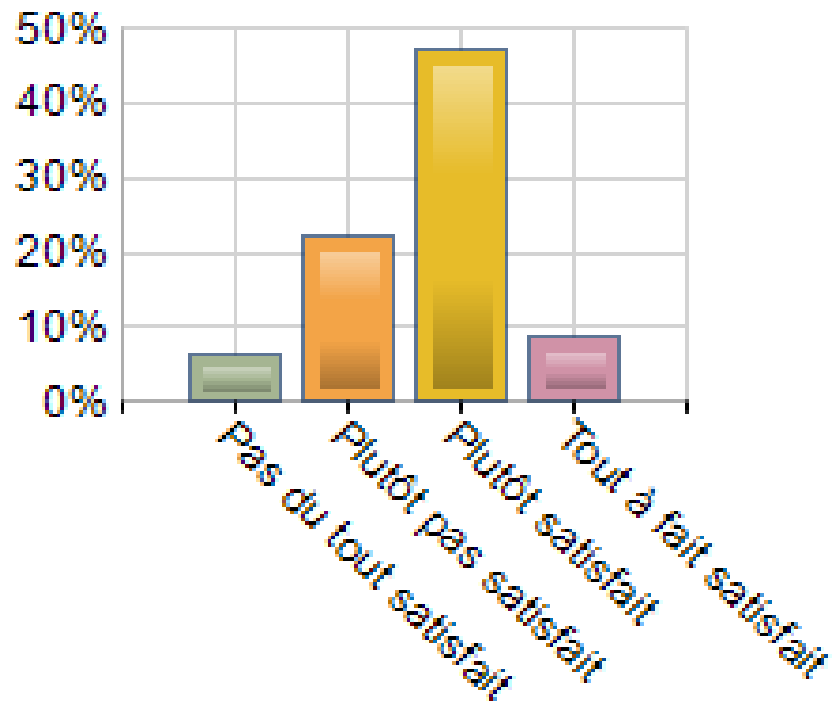
ATTENTES DES ADHÉRENTS VIS-À-VIS DE CETTE ADHÉSION



Rôle de l'Office du Tourisme Epernay « Pays de Champagne » :

Apporteur d'affaires ET/OU promoteur du tourisme ?

SATISFACTION CONCERNANT LA MISE EN AVANT DES ACTIVITÉS DES ADHÉRENTS PAR L'OTEPC



Les adhérents les plus satisfaits perçoivent l'OTEPC comme un promoteur du tourisme sur le territoire.

Les adhérents les moins satisfaits attendent de l'OTEPC des apports de clients en priorité.



PARTIE 3

Niveau de connaissance des adhérents de l'OTEPC

CONCERNANT LES OUTILS DE PROMOTION À DESTINATION DES TOURISTES

	Oui	Non
Site Internet	94,5%	5,5%
Borne interactive	76,5%	23,5%
Application mobile	54,3%	45,7%
Films promotionnels sur les adhérents	40,8%	59,2%
Calendrier des manifestations adhérents	69,6%	30,4%
Total	67,3%	32,7%

- Concernant le Site Internet : attention aux doublons, classement des offres parfois incompris par les adhérents
- Films promotionnels sur les adhérents : qu'est ce que c'est ? Comment en faire partie ?

CONCERNANT LES ACTIONS DE PROMOTION À DESTINATION DES TOURISTES

	Oui	Non
Conseil en séjour	67,4%	32,6%
Salons grand public et pro	48,5%	51,5%
Accueil de groupes : visites guidées, _____	69,0%	31,0%
Salle d'exposition ouverte aux artistes	73,1%	26,9%
Newsletter auprès des entreprises	61,8%	38,2%
Mise en place réseau de distribution	42,1%	57,9%
Total	60,4%	39,6%

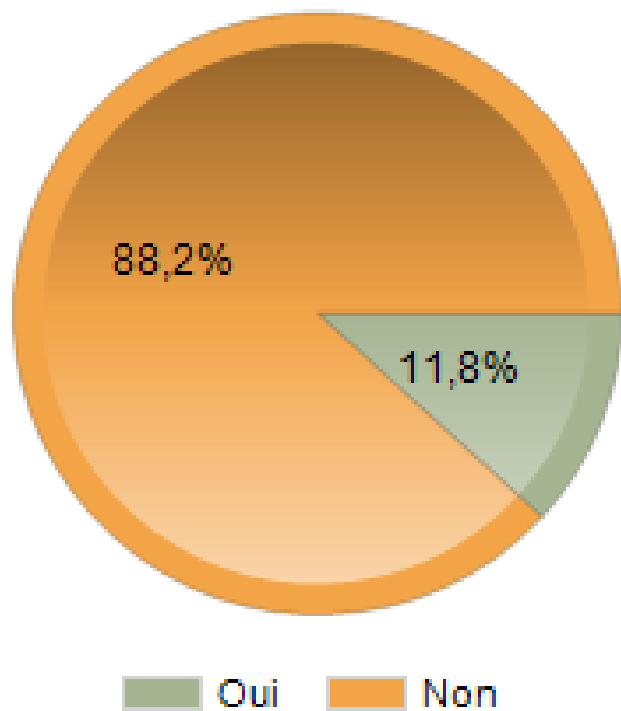
Eclairages sur :

- Les salons grand public et professionnels
- Mise en place d'un réseau de distribution des offres de séjours packagés

SATISFACTION CONCERNANT LES SERVICES PROPOSÉS PAR L'OTEPC AUX ADHÉRENTS



CONNAISSANCE DU CONTRAT DE DESTINATION : LA CHAMPAGNE



Fédérer les acteurs professionnels du tourisme



PARTIE 4

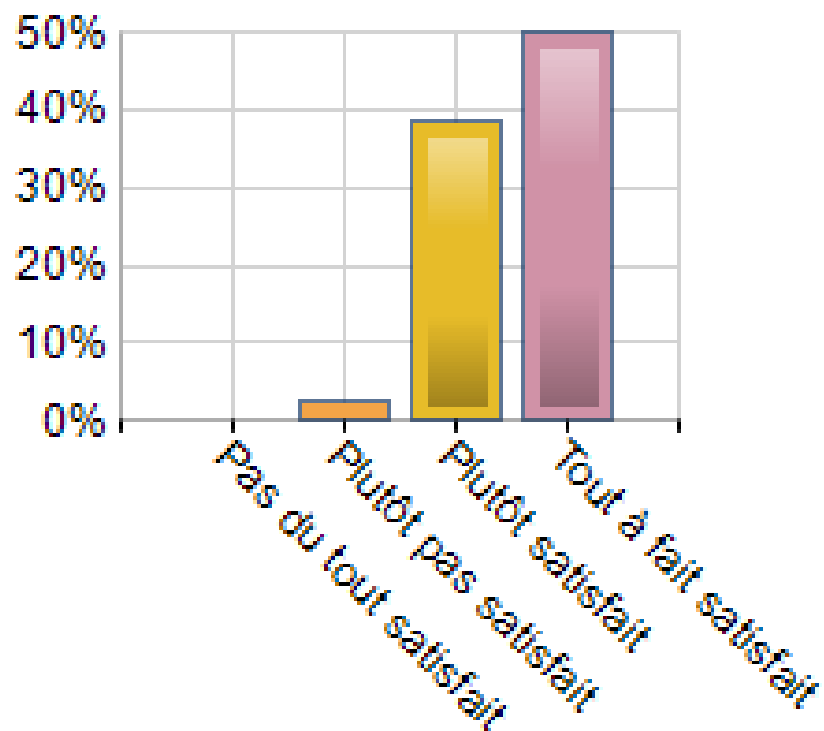
Relation entre les adhérents et l'OTEPC

SATISFACTION AU MOMENT DE L'ADHÉSION

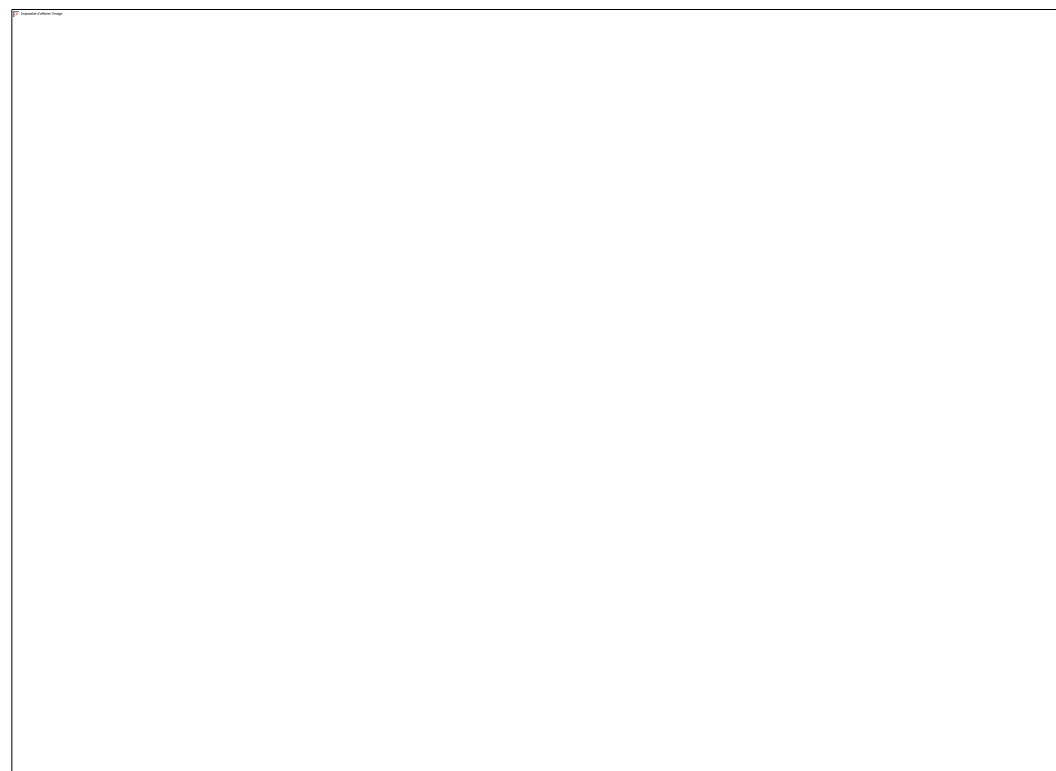
	Pas du tout satisfait	Plutôt pas satisfait	Plutôt satisfait	Tout à fait satisfait
ACCOMPAGNEMENT DU PERSONNEL	0,0%	13,0%	61,1%	25,9%
REACTIVITE DU PERSONNEL	1,9%	11,1%	55,6%	31,5%
PERIODE INSCRIPTION	0,0%	9,6%	59,6%	30,8%
DELAJ DE REALISATION DEMARCHES ADMIN	0,0%	9,4%	64,2%	26,4%
Total	0,5%	10,8%	60,1%	28,6%

- Très bon niveau de satisfaction
- Volonté de recevoir les membres de l'office sur le lieu d'activité
- Souhait de continuer à recevoir les membres de l'office régulièrement après le moment de l'adhésion

SATISFACTION CONCERNANT L'ACCUEIL AU SEIN DES LOCAUX DE L'OITEPC



VOLONTÉ DE BÉNÉFICIER D'AVANTAGE DE CONTACTS AVEC LES MEMBRES DE L'OITEPC

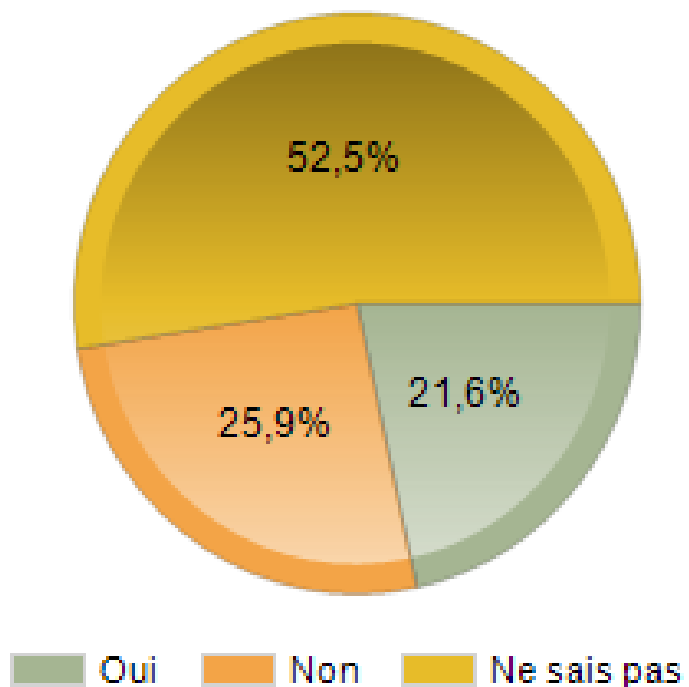




PARTIE 5

Satisfaction des adhérents liée à la promotion de leur(s) activité(s)

SENTIMENT D'ÉQUITÉ DANS LA MISE EN VALEUR DES ACTIVITÉS DE TOUS LES ADHÉRENTS



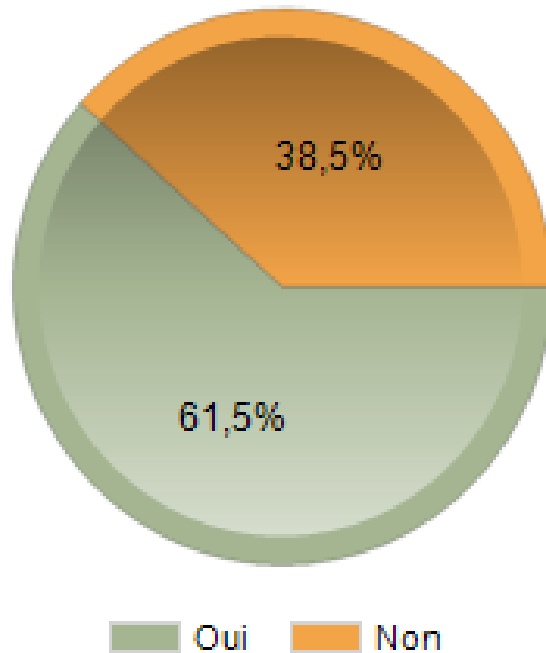
Le Champagne est souvent favorisé par rapport aux autres activités ;

Offre de l'office très importante, l'équité est compliquée ;

Valorisation du bassin proche d'Epernay ;

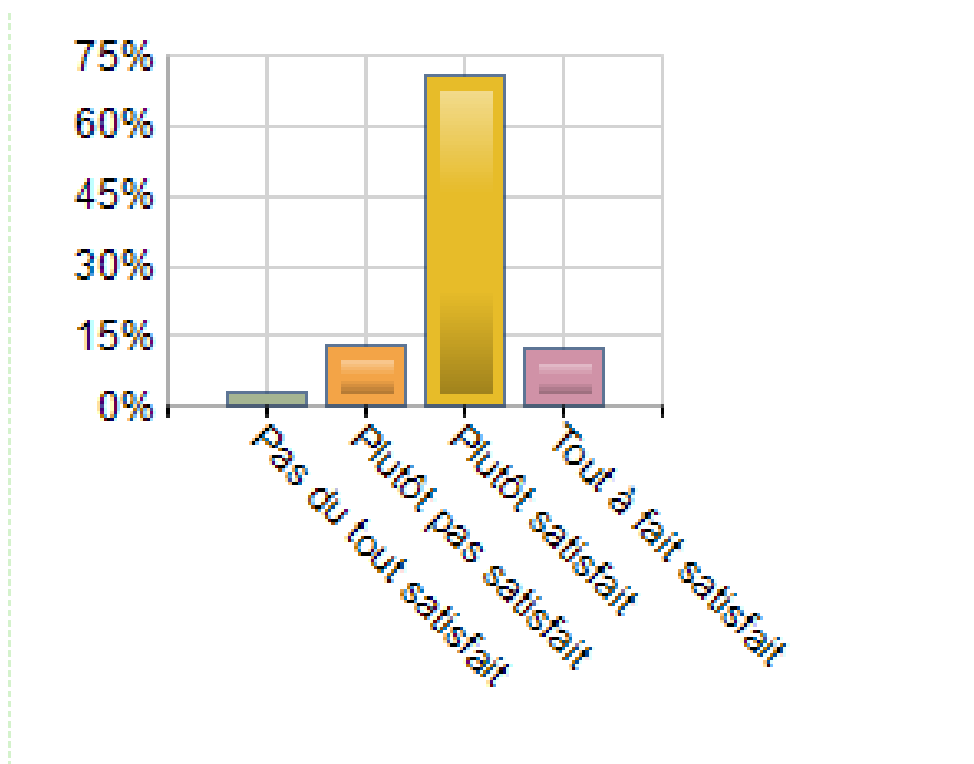
Implication différente des adhérents donc mise en avant différente.

MISE EN RELATION SUFFISANTE ENTRE LES TOURISTES ET LES ADHÉRENTS PAR LE CANAL DE L'OTEPC

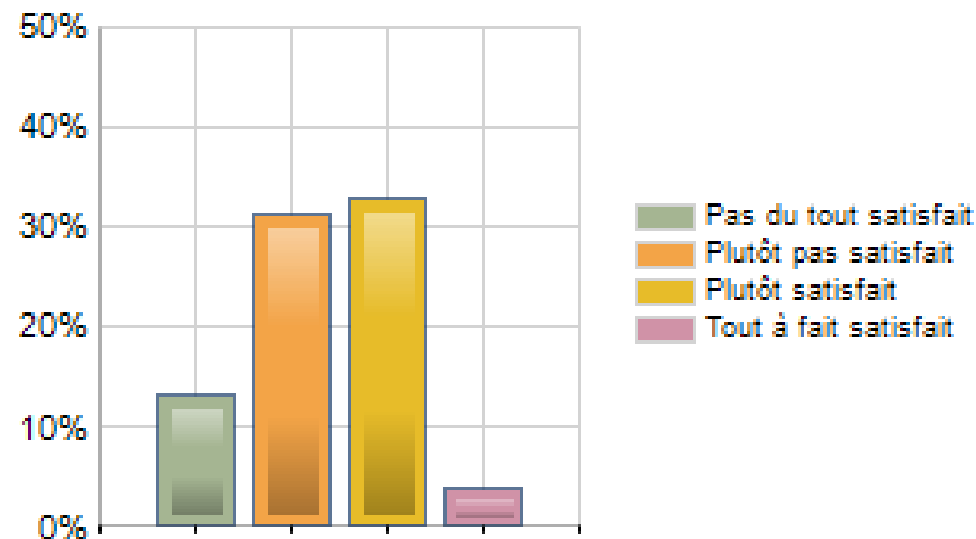


- Peu de touristes hors Epernay ;
- Les adhérents souhaitent plus de contacts avec l'OTEPC pour faciliter cette mise en relation ;
- Bon accompagnement dans l'aide à la réservation des touristes ;
- Augmentation du nombre de visites grâce aux outils de communication de l'office du tourisme.

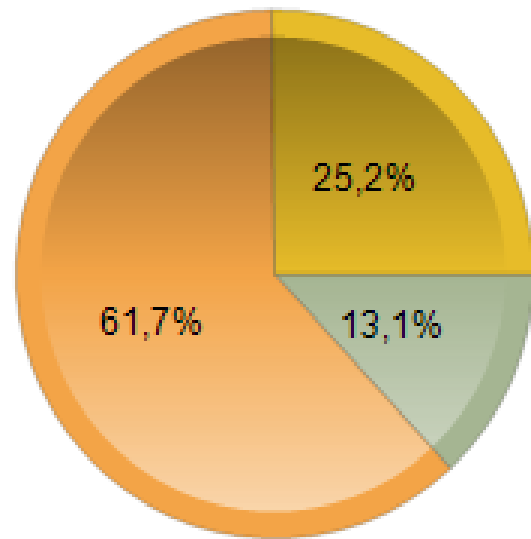
SATISFACTION DU PRIX DES COTISATIONS PROPOSÉ PAR L'OTEPCC



SATISFACTION CONCERNANT LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES LIÉES À L'ADHÉSION



VOLONTÉ DE QUITTER L'OFFICE DES ADHÉRENTS



Oui Non Ne sais pas

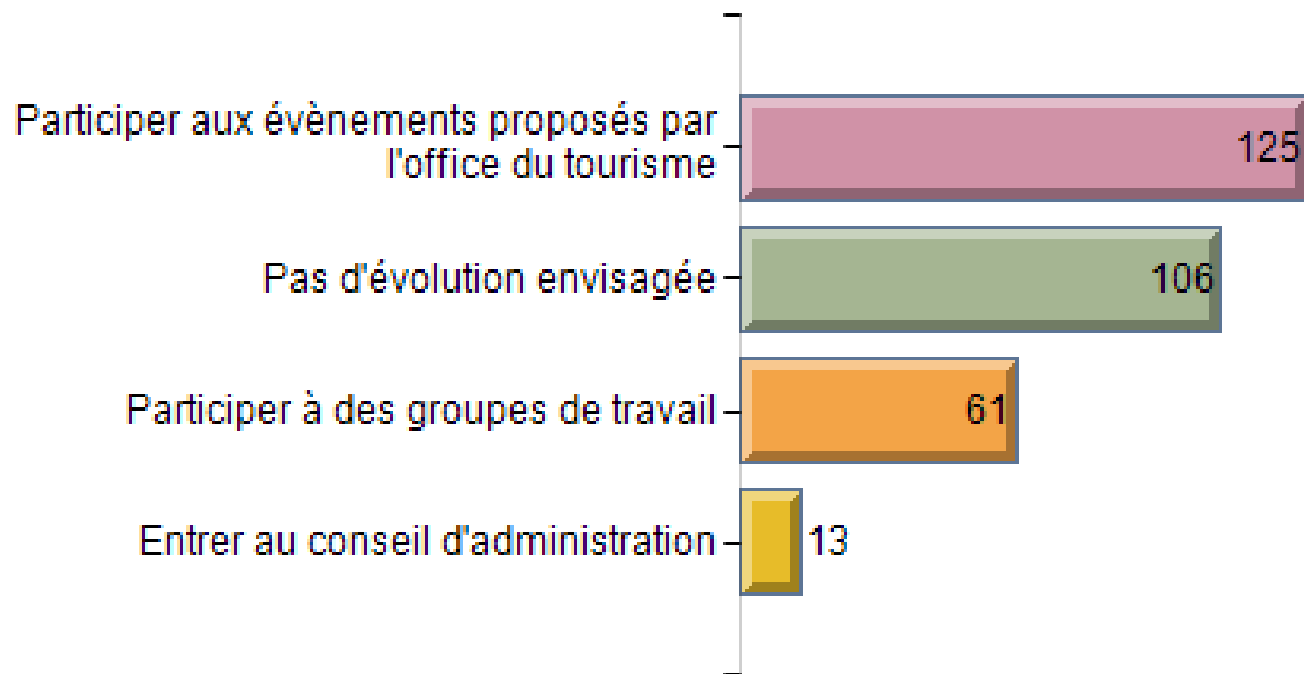
- Peu de retombées (par rapport aux prix de la cotisation);
- Sentiment de non équité entre les adhérents ;
- Peu de contacts avec l'office ;



PARTIE 6

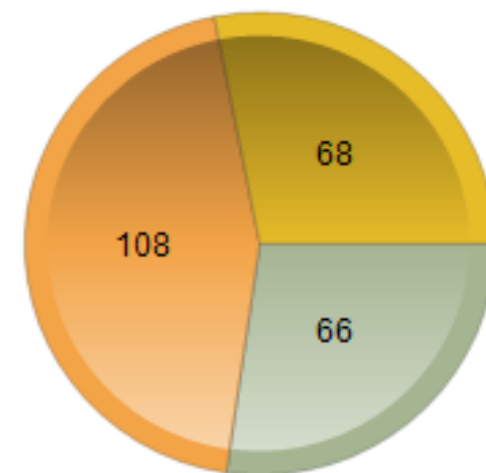
Volonté de s'impliquer pour l'OTEPC, attentes et besoins des adhérents

VOLONTÉ DES ADHÉRENTS DE S'IMPLIQUER DAVANTAGE POUR L'OTEPC



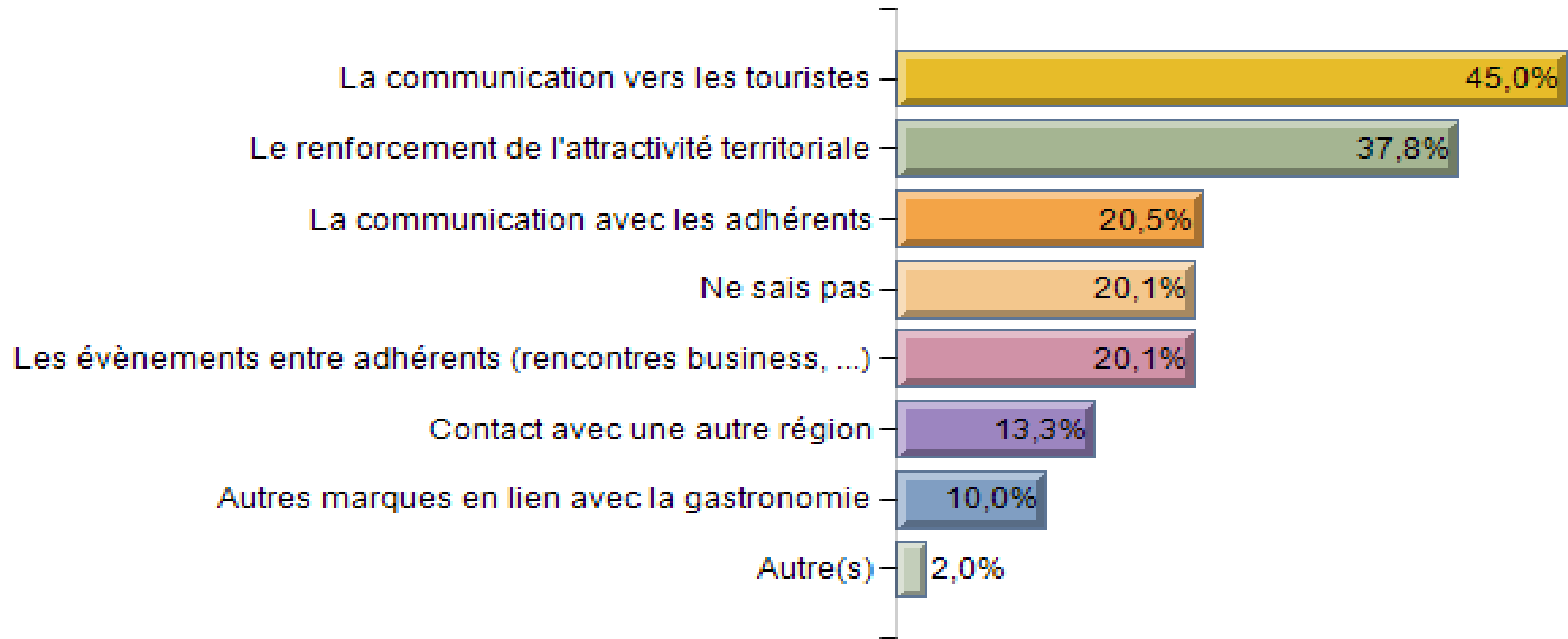
Accepteriez-vous de devenir Ambassadeur de l'Office du tourisme et de la destination Champagne ?

Taux de réponse : 72,0%

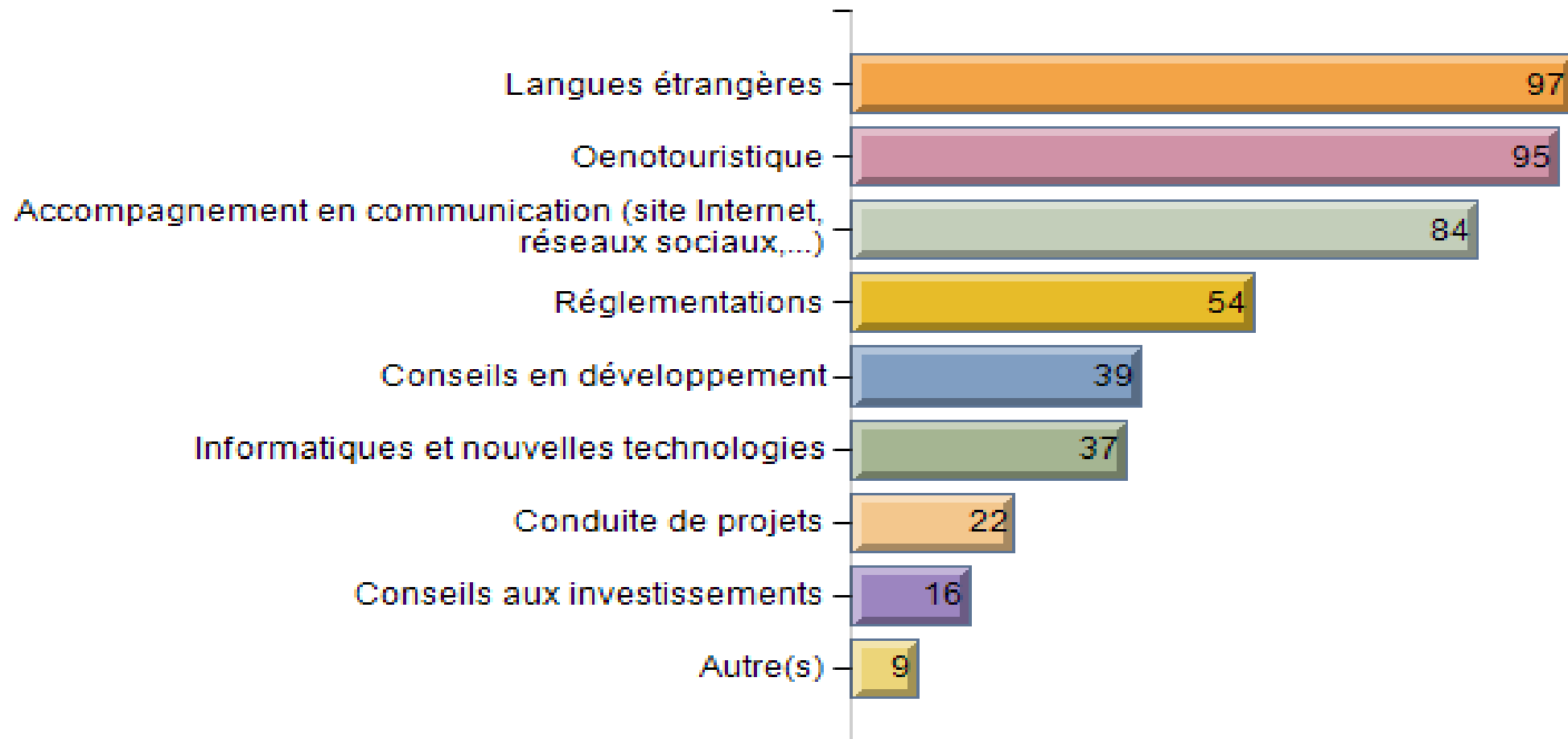


Oui Non Non concerné

INVESTISSEMENTS SOUHAITÉS PAR LES ADHÉRENTS POUR LEUR OTEPC



FORMATION ET/OU ACCOMPAGNEMENT SOUHAITÉS PAR LES ADHÉRENTS

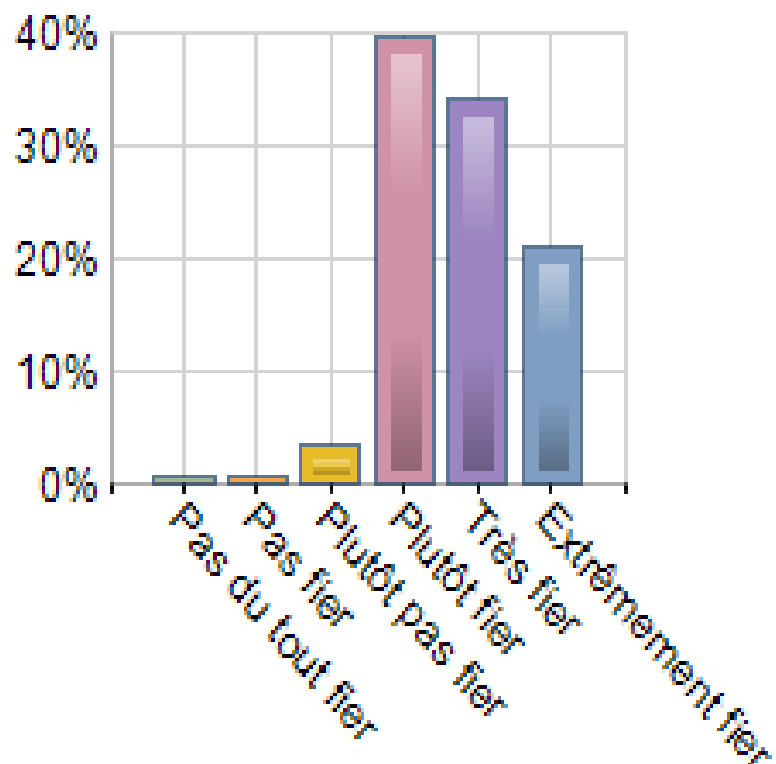


QUELQUES IDÉES VENANT DES ADHÉRENTS SOUHAITANT BÉNÉFICIER D'AUTRES SERVICES

- Axe de développement sur les séminaires d'entreprise ;
- Des statistiques sur les activités les plus demandées, ce que recherchent le plus les touristes, les clients envoyés par l'OTEPC ;
- Conseil en accueil, en activités écotouristiques ;
- Plateforme d'échange entre les différents acteurs du territoire ;
- Plus d'activité sur les réseaux sociaux ;
- Navette entre l'OTEPC et les adhérents en dehors d'Epernay auxquelles les touristes sans voiture ne peuvent pas se rendre.

QUELQUES IDÉES D'ADHÉRENTS POUR VALORISER D'AVANTAGE LE TERRITOIRE

Fierté d'être rentré au Patrimoine
Mondial de l'UNESCO



- Environnement plus propre, plus fleuri ;
- Plus d'événements pour garder les touristes plus longtemps ;
- Améliorer la communication entre les adhérents pour qu'ils soient tous au courant de ce qu'il se passe et qu'ils puissent en parler ;

- Ouverture de tous les acteurs du territoire le weekend end et les jours fériés (toute l'année) ;
- Plus de cohésion entre tous les acteurs de la promotion du tourisme (OT, CDT,...)
- Création d'un évènement sur un weekend tourné autour du Champagne
- Aller s'inspirer de ce que d'autres régions viticoles ont déjà réalisé (Alsace, Bordeaux,...)

RECOMMANDATION



RECOMMANDATION

	Oui	Non
A de futurs adhérents	88,5%	11,5%
A vos clients	95,2%	4,8%
Total	92,0%	8,0%

LES GRANDS POINTS À RETENIR

- Un bon niveau de satisfaction global
- Une large palette de services qui méritent d'être davantage connus par les adhérents
- Les adhérents souhaitent avoir plus de contacts sur le lieu de leur activité
- Les adhérents souhaitent plus de synergies entre l'ensemble des acteurs du tourisme (notamment entre les offices de tourisme)

- De nombreux adhérents souhaitent s'impliquer pour l'OTEPC : atelier de travail, forum de discussion.

- Le Business Club est parfois perçu comme un groupe plus privilégié

- Deux visions de l'OTEPC s'opposent :
 - Une vision « apporteur d'affaire »
 - Une vision « promoteur du tourisme »

- Un faible pourcentage d'adhérents souhaitant quitter l'office
- Des adhérents qui souhaiteraient davantage d'informations sur les touristes qui se rendent en Champagne
- Un fort taux de recommandation

MERCI POUR VOTRE ATTENTION