

2019

BILAN DE SAISON



Arbois Poligny Salins  
**COEUR DU JURA**  
TOURISME

## 2019 : NAISSANCE D'UNE DESTINATION

Même si le rapprochement avait été entériné en mai 2018 avec la nomination d'un directeur commun, c'est officiellement à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2019 que l'Office de tourisme intercommunal Arbois Poligny Salins Cœur du Jura a véritablement pris ses fonctions et démarré son activité. Pour rappel, cet établissement est né de la fusion progressive des trois anciens offices associatifs de Salins-les-Bains, Arbois et Poligny. Constitué en EPIC (Établissement public industriel et commercial), il compte actuellement 8 salariés (dont 2 à temps partiel) et 2 apprentis.

Cet office de tourisme se caractérise surtout par la présence de 3 points d'information situés à Arbois, Poligny et Salins-les-Bains, ouverts toute l'année. Le siège social est localisé à Salins-les-Bains, afin de permettre à la ville de conserver son statut de Station Classée et Commune touristique, assuré par le classement en Catégorie 1 de l'Office de tourisme. L'existence de ces trois lieux a permis d'accueillir respectivement 55.000 et 66.000 visiteurs en 2018 et 2019. Ils constituent donc des portes d'entrées essentielles à la destination, à l'heure où beaucoup d'Offices de tourisme repensent leur stratégie d'accueil

La mission de ce nouvel Office de tourisme est triple : avant tout, continuer à accueillir les touristes sur le territoire. Initialement lieu d'information pour les personnes en séjour, l'Office apprend à s'adapter aux demandes, en devenant également point de billetterie, boutique et agence de voyages. Mais le travail d'un OT démarre bien avant l'arrivée du touriste sur le territoire, en travaillant à la notoriété de la destination. A ce titre, rappelons que le Cœur du Jura reste une dénomination très récente, issue de la fusion de trois anciennes communautés de communes. Au niveau touristique, le Cœur du Jura est né avec la fusion des Offices de tourisme d'Arbois, Poligny et Salins-les-Bains. Le chantier de la notoriété et de l'attractivité, qui constitue la 2<sup>e</sup> mission de l'Office de tourisme, est donc immense et a été vivement engagé en 2019 avec l'édition d'un guide touristique, la création d'un site Internet et la participation à de nombreux salons et actions de promotion menées en collaboration avec nos partenaires régionaux et départementaux de Bourgogne Franche-Comté Tourisme et Jura Tourisme.

La troisième mission de ce nouvel Office concerne l'accompagnement de nos partenaires, c'est-à-dire de tous les acteurs touristiques du territoire : hébergeurs, restaurateurs, sites culturels et de loisirs, commerçants, associations, collectivités, producteurs, artisans, porteurs de projets et habitants du territoire. Au près de toutes ces catégories, l'Office de tourisme a un rôle à jouer pour fédérer, mettre en réseau, accompagner et aider chacun dans ses projets et son business. Seul, l'Office de tourisme n'a qu'un impact très limité sur le développement touristique mais en jouant efficacement son rôle de pivot, en fédérant des énergies parfois dispersées, il permet de faire exister la destination Cœur du Jura, de valoriser souvent et améliorer parfois les ressources et initiatives de tous ces acteurs touristiques.

En 2019, l'Office de tourisme, ses salariés, son comité de direction et les adhérents au club partenaires ont enclenché cette stratégie en trois actes, en s'appuyant sur le travail initié par les organisations précédentes. En 2020, de nouvelles actions seront mises en œuvre pour consolider le travail entamé. La réflexion, tournée vers l'innovation, sera de mise avec la réalisation du Schéma de développement touristique et du Contrat de Station. Les moyens et la confiance accordés par la Communauté de Communes nous obligent à l'exigence et à la réussite. Mais à Cœur (du Jura) vaillant, rien d'impossible. Et comment pourrait-il en être autrement quand notre outil de travail se compose, parmi mille autres pépites, d'une station thermale, d'un site classé à l'UNESCO, de 50% du vignoble jurassien, de l'aura de Louis Pasteur, de la capitale du Comté et de tous ces habitants amoureux et formidables ambassadeurs du Cœur du Jura ? En 2019, comme en 2020 et au-delà, à nous de conjurer ces richesses à tous les temps et en toutes saisons.

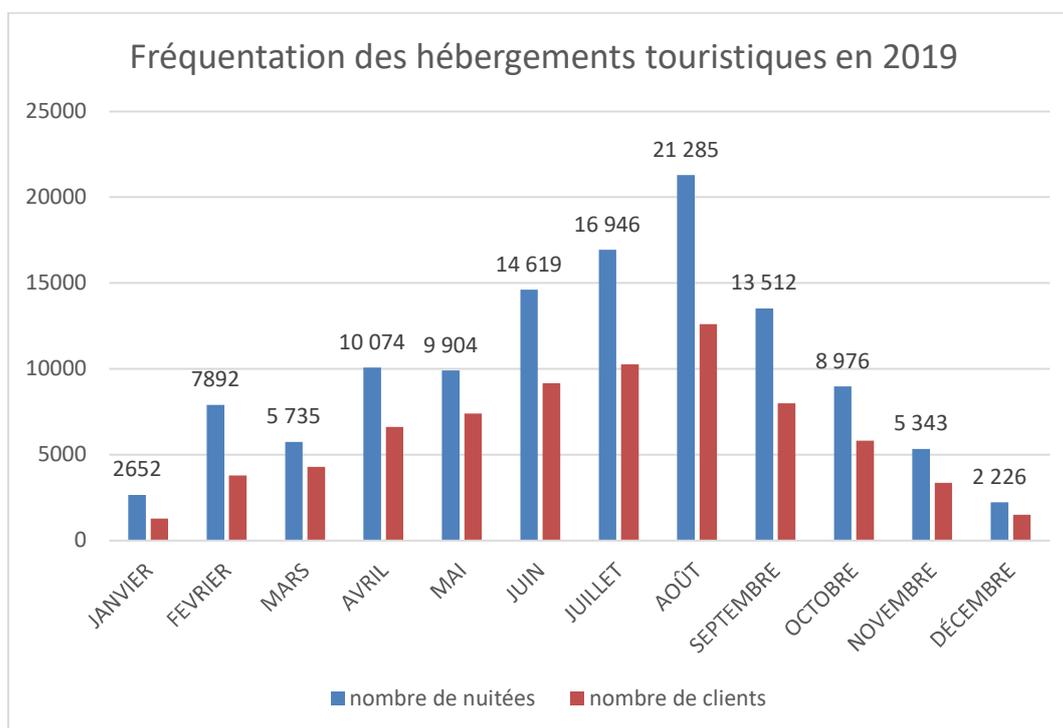
**Martine Vuillemin & Philippe Markarian**  
Présidente et Directeur de l'OTI

## FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

### Attractivité de la destination Cœur du Jura

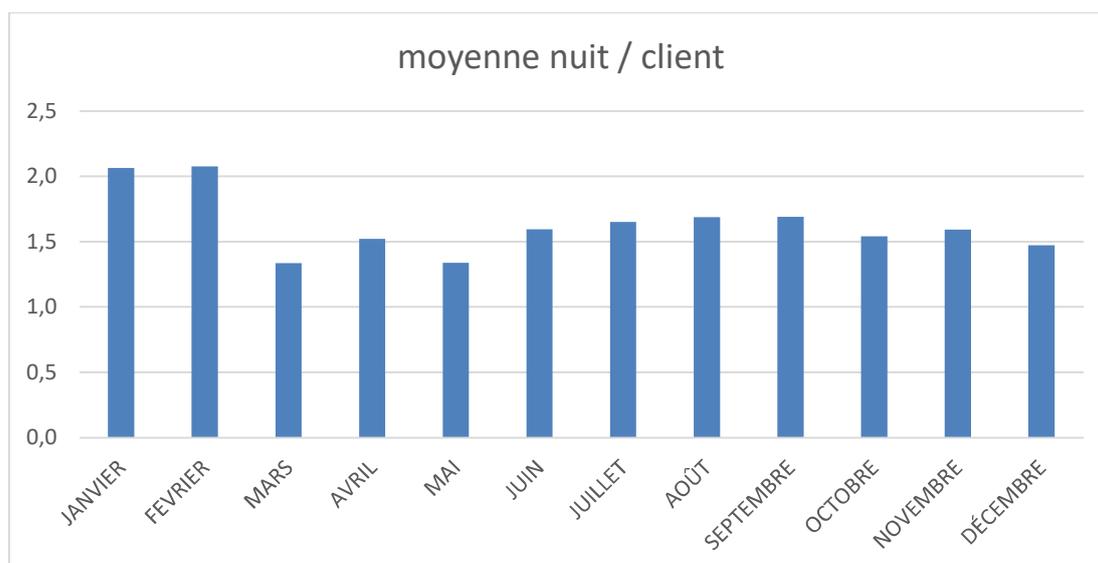
La capacité à évaluer l'attractivité du territoire s'effectue généralement à partir de critères quantitatifs basés sur les flux de fréquentation et sur des critères économiques. Jusqu'en 2019, l'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura ne possédait aucune donnée économique pour procéder à cette évaluation et devait se contenter des fréquentations de quelques sites culturels et touristiques situés sur le territoire. Avec la mise en place de la plateforme de collecte de la taxe de séjour, il est désormais possible de connaître le nombre de nuitées et de clients sur les hébergements touristiques marchands de la destination. Ces informations s'avèrent d'ores et déjà essentielles pour une meilleure connaissance de notre territoire et la comparaison des données sur plusieurs années permettra de constater l'impact des actions mises en place et d'orienter la stratégie touristique pour plus d'efficacité.

Pour en revenir à 2019, et dans l'attente des résultats définitifs (les campings d'Arbois et Poligny n'ayant pas transmis leurs résultats, ainsi que quelques propriétaires de meublés), l'Office de tourisme a donc enregistré un total de 119.164 nuitées sur l'ensemble des 66 communes du territoire Cœur du Jura, ce qui représente 74.099 clients. La répartition par secteurs est relativement équilibrée avec 42% des nuitées enregistrées autour de Salins-les-Bains et 38% autour d'Arbois. Poligny est un peu en retrait avec 20%. Mais cette répartition est aussi liée à la nature des hébergements et à la capacité d'accueil : plus une ville a d'hôtels, plus elle enregistre de nuitées, contrairement aux meublés ou chambres d'hôtes qui peuvent être nombreux sur un secteur, mais qui recevront moins de clients du fait d'une capacité d'accueil moindre.



Les hôtels regroupent d'ailleurs 47% des nuitées, contre 29% pour les meublés et 11% pour les chambres d'hôtes. Les résidences de tourisme (gîtes de groupes) et les campings représentent 7 et 6%, avec la réserve déjà indiquée pour les campings. En regardant de plus près, on se rend également compte également de l'importante saisonnalité de certains hébergements, comme les meublés et les chambres d'hôtes qui font respectivement 48 et 46% de leurs nuitées sur la période juin-juillet-août, alors qu'elle n'est que de 36% pour les hôtels et 38% pour les résidences de tourisme. Il y a donc ici sans doute des points d'amélioration à creuser pour allonger la saison de l'ensemble des hébergeurs touristiques du territoire.

Un dernier point, plus négatif, mérite également de retenir l'attention et concerne la durée de séjour :



Ce graphique permet de constater que la moyenne à l'année se situe autour de 1,6 nuit par client. Autrement dit, un touriste de passage dans le Cœur du Jura reste 1 à 2 nuits seulement avant de repartir. Ces informations confirment que la Franche-Comté en général et notre territoire en particulier ne sont que des zones de très courts séjours ou de simples étapes sur le chemin de leur destination finale. On peut d'autant plus s'étonner de ces résultats que la présence d'une station thermale à Salins-les-Bains, avec ses nombreux curistes, devrait rallonger cette moyenne. Mais les statistiques de l'établissement démontrent que 7 à 8 curistes sur 10 sont des clientèles locales, qui repartent dormir chez eux après leurs soins. Sur ce point précis, et plus généralement auprès de tous les hébergeurs, l'Office de tourisme devra apporter son aide et son expertise pour faire de l'allongement de la durée de séjour un des enjeux majeurs du développement touristique territorial.



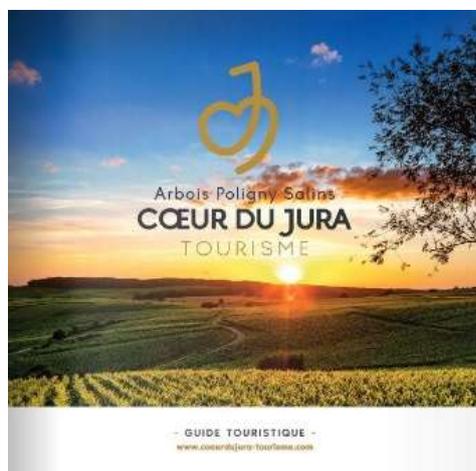
## Fréquentation de l'Office de tourisme

Sur l'ensemble de l'année 2019, les trois bureaux qui constituent l'Office de tourisme Cœur du Jura ont accueilli 66.824 visiteurs. Cette clientèle se répartit de manière relativement homogène puisque 40% ont été enregistrés à Salins-les-Bains, contre 33% à Poligny et 27% à Arbois. Bien évidemment, la saisonnalité est grande avec 81% de visiteurs reçus entre début mai et fin septembre. Mais ce qui frappe le plus est indubitablement un accroissement de la fréquentation de l'Office de tourisme par rapport à 2018. La hausse est en effet de 22% (soit un peu moins de 12.000 visiteurs supplémentaires) et se retrouve sur presque tous les mois de l'année : seuls mars, avril et novembre ne progressent pas par rapport à 2018. Les facteurs de cette hausse sont multiples et, en premier lieu, on peut certainement noter une augmentation de la population touristique qui se répercute naturellement sur les flux de visiteurs au sein de l'OTI. Cependant, les actions de billetterie (salles de concert, cartes de pêche, spectacles, cartes jeunes) ont sans doute contribué également à ce bon résultat, même si on peut considérer qu'une partie de cette clientèle est certainement locale et pas touristique.

Les données nous manquent pour estimer précisément la part de la clientèle locale, même si les conseillers séjours ont tout de même identifié 36.768 demandes hors région, soit 55% des personnes ayant franchi la porte de nos bureaux d'information. Parmi ceux-là, on dénombre 87% de Français pour 13% d'étrangers, majoritairement belges et allemands à égalité. En troisième position arrivent les Suisses qui sont désormais plus nombreux que les Hollandais ou les Anglais. Cette configuration était déjà la même en 2018, mais se renforce en 2019. A noter que la clientèle chinoise ne fréquente pas notre Office de tourisme, puisque seulement 25 visiteurs de ce pays ont été enregistrés sur l'année.

## COMMUNICATION

### Édition d'un guide touristique 2019-2020



Notre objectif était de concevoir un document promotionnel qui soit le « best of » de la destination. La conception graphique a été confiée à l'agence Midi à 14h (Besançon) qui avait déjà collaboré sur une première édition tirée à 500 exemplaires fin 2018 et qui avait été « testée » au cours du salon de la gastronomie à Lyon. La version 2019-2020 a été enrichie de nouvelles rubriques (savoir-faire et déguster, autour de nous) et constitue un livret de 18 pages édité à 100.000 exemplaires.

Une version numérisée est également consultable et téléchargeable sur le site Internet. Cette brochure est disponible dans les trois bureaux de l'Office de tourisme et à la disposition de tous les partenaires qui nous en font la demande. Elle a également été distribuée au cours des différents salons auxquels l'Office de tourisme a participé en 2019.

A cette date, il reste suffisamment d'exemplaires pour couvrir la saison 2020, ce qui représente une économie d'échelle importante pour un document qui était traditionnellement réédité tous les ans.

Le coût total de l'opération s'élève à 10 K€ (conception graphique, impression, achat droits photos). A noter que des insertions ont été proposées aux Offices de tourisme Destination Loue Lison, Val d'Amour, Coteaux du Jura et Hello Dole. En contrepartie, ces quatre structures s'engagent à intégrer un encart dans leurs guides touristiques respectifs.

### Édition d'un programme d'été des animations



En cette saison 2019, l'Office de tourisme a souhaité proposer aux touristes un guide des animations de l'été. Ce type de document n'avait jamais été édité au cours des années précédentes, alors qu'il représente une demande régulière de la part de nos visiteurs. Pour cette première année « test », nous avons fait le choix de préférer une sélection à un agenda complet. L'avantage étant que cette formule permettait une présentation plus aérée et plus lisible, avec un maximum d'informations sur des événements réellement susceptibles d'attirer des touristes sur le territoire. Ce choix a pu susciter quelques interrogations de la part de nos partenaires, sachant que l'édition de ce guide s'est faite dans un timing très serré qui ne nous a pas permis d'expliquer suffisamment notre projet. Pour autant, ce guide a été un grand succès puisque les 5000 exemplaires ont été diffusés au cours de l'été. A noter que la totalité des animations de l'été figurait sur notre site Internet. La conception graphique a été confiée à l'agence Midi à 14h et le coût total de l'opération a été de 2800€.

En 2020, l'opération sera reconduite mais en prenant en compte les retours des partenaires. Un atelier de travail pourrait être organisé avec les adhérents premium afin de procéder à une sélection collective des animations qui figureront sur le futur guide. Le nombre de pages pourrait également être augmenté afin d'y inclure un plus grand nombre d'événements.



## Lancement du nouveau site Internet

Le déploiement du nouveau site Internet de destination a été effectué le 27 mars dernier, dans le cadre d'une réunion du Club partenaires. Les retours ont été globalement très positifs, le nouveau site Internet marquant une nouvelle étape dans le développement touristique du territoire. Ce site apporte une modernité (sur le fond et la forme) bien plus importante que les trois anciens sites Arbois, Poligny et Salins-Bains. Il bénéficie d'un certain nombre de rubriques supplémentaires comme « séjours » et « tourisme d'affaires » et est traduit en anglais et allemand.

Pour autant, un important travail reste à réaliser. Qui se décompose ainsi :

- Passage du LEI à Décibelles Data, nouvelle Database régionale (début 2020),
- Activation de la géolocalisation à partir des téléphones portables,
- Amélioration de la carte interactive,
- Modification du moteur de recherche pour hébergements,
- Travail sur le référencement naturel et la rédaction de contenus...

A ce jour, le site Internet de l'Office de tourisme a enregistré 22.000 utilisateurs, pour 140.000 pages consultées. Le taux de rebond reste élevé à 45%. L'objectif de la prochaine saison consistera à dépasser les 50.000 utilisateurs / an.

Pour rappel : [www.coeurdujura-tourisme.com](http://www.coeurdujura-tourisme.com)

## Réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Tweeter

L'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura est également présent sur les réseaux sociaux, principalement sur Facebook, Instagram et Tweeter. Ces trois réseaux, qui sont les plus utilisés en France, permettent à l'Office de tourisme de développer une communication plus réactive, mais aussi plus légère et plus humoristique. La moyenne des publications est généralement de 3 actualités par semaine, en priorité pour promouvoir les nouveautés et informations des adhérents au club partenaires. Au 31 décembre 2019, le nombre d'abonnés sur ces trois réseaux était de :



- Facebook : 4021 abonnés, soit une hausse de 8% depuis avril (date début statistiques)
- Instagram : 1855 abonnés, soit une hausse de 88% depuis avril
- Tweeter : 630 abonnés (statistiques non disponibles)

## ACTIONS HORS LES MURS



En 2019, l'Office de tourisme a démultiplié ses actions hors les murs et notamment sur plusieurs salons touristiques et commerciaux. Systématiquement, l'Office de tourisme s'est associé à au moins une structure pour partager les coûts d'inscription à ces différents événements :

### Salon Destination Nature, Paris, 14-19 mars

En collaboration avec le Comité régional du tourisme et Montagnes du Jura, l'OTI Arbois Poligny Salins Cœur du Jura était présent pour la troisième fois. Ce salon est le RDV exclusivement dédié aux activités de pleine nature, aux pratiques outdoor ainsi qu'aux voyages et loisirs alternatifs. La participation à ce salon a été permise du fait de l'adhésion de l'Office de tourisme au Collectif Itinérances du CRT. Seuls les frais de déplacement et d'hébergement sont restés à la charge de l'Office de tourisme.

### Salon du randonneur, Lyon, 22-24 mars

En collaboration avec le Comité départemental du tourisme (Jura Tourisme), l'OTI est là aussi un habitué de ce salon qui est le pendant du salon Destination Nature, mais basé à Lyon. Le coût d'inscription demandé par Jura Tourisme était de 900€, hors frais de déplacement et d'hébergement.

Niveau résultats, ces deux salons ont permis de récolter :

- 59 contacts qualifiés : coordonnées de personnes souhaitant venir faire un séjour dans le Jura
- 29 devis envoyés dans les 8 jours qui ont suivi ces deux salons

### Foire internationale de Dijon, 31 octobre – 11 novembre

Le Comité départemental du tourisme (Jura Tourisme) avait réservé pour ce très grand salon, le 5<sup>e</sup> de France en termes de fréquentation, un espace de 130 m<sup>2</sup>, mis à la disposition des territoires touristiques du Jura. Plusieurs Office de tourisme se sont positionnés sur cet événement, dont l'Office de tourisme Cœur du Jura qui a été présent au cours des 12 jours. Tout au long du salon, l'OTI a proposé à des producteurs et des artisans de venir présenter et vendre leurs activités. Ont ainsi participé à cet événement auprès de l'OTI : Latitude Canoë, Fumé du Jura, le Domaine des Sarmentelles, la Grande Saline de Salins-les-Bains, la Saline royale d'Arc-et-Senans, Ver'glace.

### SITV Colmar, 9-11 novembre

L'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura participait pour la première fois au Salon international du tourisme et des voyages. Il s'agit pourtant d'un des plus importants salons du tourisme en France avec une fréquentation moyenne de 27.000 visiteurs sur 3 jours. Afin de réduire les coûts d'inscription et présenter une destination plus attractive, notre OTI s'est associé pour cet événement à l'OT Destination Loue Lison et à la Communauté de communes du Val d'Amour. Notre présence a permis de mieux comprendre les attentes d'une clientèle de proximité, particulièrement séduite par le Jura. En conclusion, ce qui est recherché avant tout c'est : l'oenotourisme, le vélo et les randonnées. Trois axes qu'il conviendra d'enrichir pour une prochaine présence à ce salon très prometteur en termes de conquête et fidélisation des clientèles.

## ACCOMPAGNEMENTS DE PROJETS



### Diagnostic écotouristique (Arbois, Salins-les-Bains)

Grâce à une collaboration avec la Communauté de communes, l'Office de tourisme se positionne désormais comme un interlocuteur identifié pour les investisseurs touristiques du territoire. L'OTI a en effet mis en place un certain nombre d'outils qui lui permettent de récolter des chiffres et des statistiques sur l'économie du territoire, sur sa touristicité et sur les fréquentations. Ces données sont précieuses pour la construction d'un projet, pour alimenter un business modèle ou rassurer un banquier. L'OTI est la seule structure du territoire à collecter des informations de ce type.

Afin de répondre aux demandes de plus en plus nombreuses de la part d'investisseurs souhaitant investir dans l'économie touristique du territoire (nouvel hébergement, restauration, site de loisirs...), l'Office de tourisme a donc élaboré des diagnostics écotouristiques centrés sur les trois bourgs-centres de Cœur du Jura. A ce jour, deux études sont effectives pour les secteurs d'Arbois et Salins-les-Bains. Celle concernant Poligny a été retardée, car la Percée du Vin Jaune organisée en février a faussé les indicateurs. Ce troisième diagnostic sera donc réalisé début 2020. Par ailleurs, tous ces documents seront régulièrement remis à jour, afin d'être enrichis des données les plus récentes et donner à ces lecteurs une profondeur statistique leur permettant de visualiser les évolutions et tendances en cours sur le territoire.

### Classements de meublés

En mai 2019, l'Office de tourisme a obtenu l'agrément qui lui permet désormais d'effectuer les classements officiels de meublés (référencement Atout France, classement en étoiles). Une partie de l'équipe a suivi une formation de deux jours, a passé un audit effectué par l'AFNOR et a ainsi pu proposer cette démarche de classement aux hébergeurs du territoire dès le mois de juillet. Les partenaires qui ont fait confiance à l'OTI pour effectuer ce classement apprécient en particulier de pouvoir le faire avec des personnes qu'ils connaissent et en qui ils ont confiance. C'est donc un moyen complémentaire pour l'OT de se positionner au cœur des préoccupations des hébergeurs, de les accompagner dans la montée en gamme de leurs équipements et de leurs services, tout en complétant les compétences en interne. En six mois, 16 meublés ont été classés par l'OTI.



### Participation à l'élaboration du nouveau Contrat de station

La communauté de communes Cœur du Jura a repris, à l'échelle intercommunale, l'ancien Contrat de station qui avait été conclu entre la ville de Salins-les-Bains et le Conseil régional. Le nouveau Contrat est en cours d'élaboration et une première ébauche a été envoyée, et validée, par la Région. Le Conseil communautaire du 17 décembre a également donné son feu vert pour une mise en place de ce partenariat. L'enjeu est très important car il doit permettre d'assurer un certain nombre de financements sur des projets touristiques structurants, mais aussi débloquer des aides pour les créations ou rénovations d'hébergements touristiques.

L'Office de tourisme est pleinement engagé dans cette démarche. Il a produit un premier diagnostic touristique et participé à l'élaboration d'un plan stratégique qui constituaient les premières bases du dossier de demande pour l'obtention de ce contrat de station. Dans les prochains mois, un schéma de développement touristique sera rédigé qui viendra enrichir le contenu du futur Contrat de station. A ce titre, l'OTI et la CCAPS ont recruté conjointement une stagiaire qui viendra renforcer l'équipe de l'Office sur cette mission.

## Diagnostic touristique du territoire (Université Lyon 2)

La Communauté de communes Cœur du Jura a initié une vaste étude de marketing territorial sur l'ensemble de son territoire de compétences. Cette étude inclut tous les secteurs d'activités et, en particulier, le tourisme. Dans cette optique, il est donc convenu que l'Office de tourisme élabore un Schéma de développement touristique (SDT) dans le courant de l'année 2020. Pour y parvenir et démarrer sur une base solide, une collaboration a été initiée avec les étudiants en Master Tourisme de l'Université de Lyon 2. L'Office de tourisme a donc encadré la venue d'une vingtaine de ces étudiants sur le territoire, qui ont rencontré un échantillon représentatif des acteurs touristiques locaux. Ces rencontres ont donné lieu à une restitution en mars dernier, puis à l'élaboration d'un bilan général et par thématiques ainsi que des orientations stratégiques. En 2020, un stagiaire de cette même formation viendra compléter ce diagnostic et enrichir la partie stratégique de l'étude.



### Accompagnement de l'association Toqué de Tango

L'association Toqué de Tango organise annuellement un festival de Tango estival à Arbois. Le développement de cet événement et les projets envisagés par sa Présidente Valérie Guyot, l'ont amené à contacter l'Office de tourisme pour réfléchir à un accompagnement sur une nouvelle stratégie. Cette demande a été formulée au moment où l'OTI finalisait une étude sur l'impact des événementiels sur un territoire (travail réalisé par Nabil Bougerri, dans le cadre d'un stage en partenariat avec l'Université de Lyon 2). Au terme de ces échanges, l'OTI a retravaillé la présentation du projet présenté par l'association, afin qu'elle puisse l'utiliser dans le cadre d'une demande de financement. L'Office de tourisme s'est également positionné pour accompagner Toqué de Tango dans ses actions de communication et de commercialisation de son festival.

### Aide à l'aménagement de panneaux sur les quais de La Furieuse

Dans le cadre de l'aménagement d'un sentier pédagogique le long des quais de La Furieuse, l'Office de tourisme a été sollicité par la Ville de Salins-les-Bains dès l'origine du projet afin d'établir, dans un premier temps, le cahier des charges permettant de procéder à un appel d'offres pour réaliser cette opération. À la suite du choix du graphiste (correspondant à la suggestion initiale de l'OTI), l'Office continue d'accompagner la Ville dans la conception de ses panneaux, à la fois sur leurs contenus, leurs formes et leurs emplacements. L'installation de ces panneaux devrait être finalisée d'ici la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2020.



### Note d'opportunité sur la création d'une aire de service pour camping-cars



Pour pallier la fermeture pour travaux de l'aire de repos de Mesnay, la Communauté de communes et la Ville d'Arbois se sont posé la question de mettre à disposition un autre terrain pour les camping-cars, à la fois plus central et qui permettrait de désengorger la route menant vers le site des Planches. A ce titre, une réflexion a été lancée pour aménager l'emplacement des anciens terrains de tennis, situés le long de la route de Lyon. C'est dans le cadre de ce projet que l'Office de tourisme a été mandaté pour réaliser

une note d'opportunité sur la création d'une aire de service pour camping-cars sur cet emplacement. Le résultat de cette étude a permis de comprendre les subtilités et les réglementations à respecter sur un tel projet. A ce jour, la création d'une aire de service reste d'actualité, mais pas forcément sur le site initialement prévu.

## **Aide à la définition d'une stratégie de communication pour la Grande Saline**

L'Office de tourisme a également réalisé une note d'intention destinée à aider la Grande Saline dans la stratégie de communication qu'elle souhaite déployer à partir de 2020. A partir d'une proposition émise par l'agence Séquane, l'OTI a travaillé sur le positionnement, les cibles et les différents modes de communication à développer. Ce rapport pourra aider l'équipe de la Grande Saline dans l'élaboration de son prochain Programme scientifique et culturel (PSC). Il lui permettra aussi de faire un choix mieux argumenté parmi toutes les propositions soumises par son agence de communication. A noter que cette étude stratégique de communication est proposée par l'OTI à toutes les structures adhérentes premium du Club partenaires.



## ACTIONS COMMERCIALES



### Conception et ventes de packs séjours

En 2019, l'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura a intensifié son activité commerciale, en recrutant à partir d'avril une nouvelle conseillère séjours spécifiquement en charge de la commercialisation, mais également en dispensant des formations en interne à l'ensemble du personnel afin d'apprendre à mieux répondre à ces nouvelles demandes de la part de la clientèle. De nouvelles fiches séjours ont été élaborées, principalement orientées vers le bien-être, la gastronomie et les séjours à la campagne. L'OTI a également conçu des fiches séjours à l'attention de la Communauté de communes du Val d'Amour, dans le cadre d'une convention de partenariat établie en début d'année. Enfin, des fiches séjours à destination des clientèles groupes sont désormais disponibles. L'ensemble de ces offres est présenté sur le nouveau site Internet de destination, en ligne depuis le mois de mars.

Sur l'ensemble de l'année écoulée, la vente de séjours réalisée par l'Office de tourisme représente un chiffre d'affaires de 76.500 € dont 90% ont été refacturés aux différents partenaires concernés : hébergeurs, restaurateurs, sites de loisirs, musées, etc. Le bénéfice net réalisé par l'OTI reste donc très modeste, rapporté à l'implication et au temps de travail nécessaires. Mais il permet surtout de dynamiser l'économie touristique du territoire, de répondre à une demande de séjours sur mesure de plus en plus attendue par la clientèle et d'évaluer l'apport économique de l'Office auprès de ses différents partenaires.

### Délégations de billetterie

L'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura propose également à ses partenaires adhérents premium de gérer leur billetterie et servir de points de vente en utilisant les trois bureaux d'information touristique. Plusieurs partenaires nous ont déjà fait confiance, parmi lesquels le Moulin de Brainans, le Tennis Club Arbois, les clubs de pêche de Salins-les-Bains, Lons-le-Saunier et de Port-Lesney. L'office de tourisme vend également les billets pour des événementiels tels que la Percée du Vin Jaune, le Festival Délire en Revermont ou le Chœur Opus 39. Au final, ce sont 38K€ de ventes en billetterie qui ont été enregistrés sur la seule année 2019. A noter que ce total est cependant boosté par les ventes de billetterie de la Percée du Vin Jaune qui se déroulait à Poligny cette année.

## Partenariats avec le Comité Régional du Tourisme



Au-delà de filière Itinérances dans laquelle l'Office de tourisme est engagé et qui permet de collaborer avec le CRT sur différents salons, sur des actions presse et d'apparaître sur leurs supports de communication, l'OTI entretient de bonnes relations avec la structure régionale qui lui ont permis de participer à deux actions profitables à son activité commerciale. En février dernier, l'OTI a en effet été invité à participer à un éduc-tour pendant deux jours en Bourgogne. La rencontre avec 8 TO et autocaristes a permis de mieux définir les attentes de cette clientèle et les offres à concevoir pour la toucher plus directement. Au mois de mai, l'Office de tourisme a également signé un engagement auprès de l'agence Touren Services, grossiste auprès de tous les TO allemands et autrichiens. Ce partenariat, réalisé par l'intermédiaire du CRT, a permis de faire apparaître la destination Cœur du Jura dans le catalogue de l'agence, distribué à tous ses clients sur les deux pays cités. Il a également abouti à la visite de 27 TO et autocaristes à la Grande Saline de Salins-les-Bains en novembre dernier. Cette visite doit permettre à ces professionnels de mieux connaître notre territoire et le programmer plus régulièrement dans leurs catalogues. Le partenariat avec Touren Services devrait être reconduit en 2020.

## Bilan boutique

Avec trois bureaux ouverts toute l'année, l'Office de tourisme dispose de trois lieux de vente à l'intérieur desquels les touristes peuvent trouver un certain nombre de produits, essentiellement utiles pour préparer des randonnées ou pour repartir avec un souvenir de la destination. En 2019, le chiffre d'affaires total s'élève à 23.367 €, dont 40% proviennent de Salins-les-Bains, 35% de Poligny et 25% d'Arbois. Ce résultat représente une augmentation de 8% par rapport à l'an dernier, essentiellement dû aux bons résultats du côté de Poligny qui a su renouveler une partie de sa gamme.

Cette analyse renforce donc notre volonté de repenser les 3 boutiques au cours de l'année 2020 pour mieux adapter les articles en vente aux demandes des clients, tout en cultivant le positionnement forcément décalé d'une boutique d'OT par rapport à un commerce traditionnel.



## COOPÉRATION INTERTERRITORIALE

En 2019, l'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura a cherché à développer des collaborations avec les destinations touristiques voisines, qui constituent la zone de chalandise habituelle des touristes de passage sur notre territoire. Cette collaboration a pris symboliquement la forme d'un échange de pages sur les guides touristiques respectifs. C'est ainsi que sur la brochure éditée par l'Office de tourisme, une double page assure la promotion des destinations Ornans Loue Lison, Val d'Amour, Hello Dole et Coteaux du Jura. En contrepartie, chacune de ces destinations a intégré dans ses guides une insertion promotionnelle sur la destination Cœur du Jura.



## Participation au Festival Les Semeurs du Val d'Amour

Au cours de ce Festival, organisé par la Communauté de communes du Val d'Amour au cours du week-end du 21 juin, l'Office de tourisme a été sollicité pour tenir un point accueil infos tourisme en partenariat avec l'Office de tourisme Destination Loue Lison. Cet événement était l'une des toutes premières interventions hors les murs de l'Office de tourisme et, malgré la faible fréquentation (notamment touristique), il apparaît que notre structure a tout intérêt à développer ce type d'initiatives et aller à la rencontre d'un public qui ne fréquente pas systématiquement les bureaux d'information touristique.

## Commercialisation de la destination Val d'Amour



La communauté de communes du Val d'Amour s'est en partie tournée vers l'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura pour travailler sur des actions ciblées en matière de promotion et de commercialisation touristique. Nous avons ainsi précédemment évoqué la participation au salon SITV de Colmar et au Festival des Semeurs du Val d'Amour. La CC du Val d'Amour a également confié à l'OTI la mission de lui concevoir deux fiches séjours qui permettent de présenter une offre packagée du territoire. L'OTI bénéficiant d'une immatriculation auprès d'Atout France, il est donc en mesure de commercialiser cette offre conçue à partir des ressources du territoire voisin, mais néanmoins partenaire.

## ANIMATION DU RÉSEAU

### Adhésions au Club partenaires

	PARTENARIAT SIMPLE	PARTENARIAT PREMIUM
Référencement complet (guides papier et site internet)	✓	✓
Mise à jour de vos informations sur la base de données tourisme régional	✓	✓
Envoi de la newsletter et du programme d'animations	✓	✓
Participation aux groupes de travail de l'office de tourisme	✗	✓
Diagnostic marketing de votre site internet et de vos réseaux sociaux	✗	✓
Accompagnement et conseils dans la promotion de votre établissement	✗	✓
Commercialisation de votre offre et intégration à notre catalogue de séjours	✗	✓
Prise en charge de votre billetterie (avec convention de vente)	✗	✓
Mise en avant de votre actualité sur nos supports de communication	✗	✓
Accès privilégié et prioritaire aux formations et journées proposées par l'office de tourisme	✗	✓

OFFICE DE TOURISME ARBOIS POLIGNY SALINS CŒUR DU JURA

BUREAU D'ARBOIS  
17 rue de l'école de ville  
39600 ARBOIS  
+33 (0)3 84 66 55 50  
arbois@otj-tourisme.com

BUREAU DE POLIGNY  
20 place des déportés  
39800 POLIGNY  
+33 (0)3 84 37 24 21  
poligny@otj-tourisme.com

OT DE SALINS-LES-BAINS  
Place des Salins  
39100 SALINS-LES-BAINS  
+33 (0)3 84 73 01 34  
salins@otj-tourisme.com

Le Club partenaires réunit l'ensemble des acteurs du secteur touristique du territoire (et limitrophes) qui souhaite travailler en collaboration avec l'Office de tourisme et profiter des compétences de la structure et de son personnel.

Au-delà du simple référencement sur les outils de communication papier et numériques, il s'agit surtout d'accompagner les partenaires en mettant à leur disposition un ensemble de services dans les domaines de la communication, de la commercialisation et dans la montée en gamme de leurs offres. Le fonctionnement de ce club constitue donc une offre innovante dans un secteur où les adhésions aux OT se limitent trop souvent à une promesse de référencement.

Pour autant, il correspond à une démarche exigeante, basée sur une démarche de progrès de la relation OTI / partenaires. Fin 2019, le club des partenaires rassemblait 239 membres.

### Réunion partenaires et ateliers premium

L'Office de tourisme a organisé 4 rendez-vous au cours de l'année 2019 en direction des partenaires. Deux réunions ont été proposées à l'ensemble des acteurs touristiques du territoire, successivement en mars au Casino de Salins-les-Bains, pour présenter le nouveau site Internet de destination et le 18 septembre au Fort Saint-André pour un bilan de la saison d'été et une présentation de nouveaux partenaires arrivés récemment sur le territoire. Des ateliers de travail ont également été proposés, à Arbois, aux membres premium, afin de réfléchir collectivement aux grandes orientations stratégiques de l'OTI. En 2018, les membres de l'atelier avaient pu choisir le nouveau logo de l'Office de tourisme fusionné. Cette année, ils ont été invités à co-construire le plan de communication 2020-22 de l'Office (réunion du 23 mai) et à faire évoluer les offres proposées au sein du club partenaires (réunion du 18 novembre). Ces grands rendez-vous et ces ateliers de travail seront reconduits en 2020 autour de nouvelles thématiques, pour engager toujours les acteurs de l'économie touristique autour de l'Office de tourisme intercommunal.

### Participation au Collectif Itinérances Bourgogne Franche-Comté Tourisme

La participation aux actions menées par le Comité Régional du Tourisme (CRT) de Bourgogne Franche-Comté implique un engagement annuel au sein d'un des collectifs thématiques mis en place depuis plusieurs années déjà. L'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura est engagé à travers le collectif Itinérances. Cette adhésion permet de faire apparaître la destination Cœur du Jura dans toutes les éditions print et numériques de Bourgogne Franche-Comté Tourisme (guide touristique, site Internet), de participer à plusieurs campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux et de figurer sur le dossier de presse Itinérances. L'Office de tourisme a également été invité à un rendez-vous presse (workshop) à Paris en octobre dernier, qui a permis de lier contact avec une dizaine de journalistes, curieux de découvrir la destination Cœur du Jura. Enfin cette adhésion a permis de participer au Salon Destination Nature, sous la marque Montagnes du Jura et à l'éduc-tour organisé auprès des autocaristes de Bourgogne en février dernier.



## DÉMARCHE QUALITÉ & MONTÉE EN GAMME

### Logiciel de saisie pour la taxe de séjour



L'instauration par la CCAPS de la taxe de séjour sur l'ensemble du territoire Cœur du Jura en 2019 et la collecte confiée à l'Office du tourisme ont représenté une opportunité pour mettre en place une plateforme de saisie et d'enregistrement auprès de tous les hébergeurs de la destination. Désormais, chaque propriétaire doit mensuellement enregistrer le nombre de nuitées et de clients accueillis dans sa structure,

en seulement quelques clics. Une fois agrégées, ces données constituent donc un formidable outil statistique pour étudier l'attractivité touristique et économique du territoire ! Il est en effet possible de connaître le nombre de touristes ayant passé au moins une nuit sur le territoire, de préciser le nombre de nuitées, par période, par ville ou village, par saison, par mois ou par type de structure. Une telle connaissance sur les pratiques de la clientèle manquait, et son analyse sur plusieurs saisons sera une aide précieuse pour définir plus précisément les stratégies touristiques à mettre en place au cours des prochaines années sur la destination.

### Formation du personnel à la vente de séjours

Au cours du mois de février, l'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura a dispensé à l'ensemble de ses salariés une formation sur les techniques de commercialisation en office. L'objectif était de donner à chacun les outils permettant de qualifier une offre, en particulier en transformant un appel téléphonique à caractère informatif en acte commercial. Au terme de cette formation initiale, et après quelques semaines de mise en œuvre validées par des tests mystère, une formation corrective a été apportée afin d'améliorer le process. Au final, les salariés ont permis de générer un chiffre d'affaires de 76K€ uniquement en vente de séjours. Ce résultat est plus de deux fois supérieur à celui enregistré l'an dernier, ce qui laisse à penser que les conseillers en séjour sont désormais plus à l'aise avec cette pratique, même si des écarts importants subsistent entre les trois bureaux.

### Maintien du classement en Catégorie 1 de l'Office de tourisme

Avant la fusion, seul l'Office de tourisme de Salins-les-Bains bénéficiait du classement en Catégorie 1, ce qui assurait d'ailleurs à la ville son label de Station Classée. Avec la fusion, et dans l'attente du renouvellement de ce classement (soumis à la présentation d'un important dossier), il était possible de demander le maintien et l'extension de ce classement à l'ensemble des trois bureaux. Une demande a donc été formulée en ce sens à la Préfecture, qu'il a été nécessaire d'argumenter en présentant un important dossier documentaire. Au bout de plusieurs mois d'attente, la demande de maintien de classement en Catégorie 1 pour le nouvel Office de tourisme fusionné a été acceptée. Cette faveur est valable jusqu'en février 2020, date à laquelle l'Office de tourisme devra renouveler sa demande de classement et procéder à un nouveau dépôt de dossier.



### Formation du personnel à Démarche Qualité (MASCOT)

En complément de la démarche de classement en Catégorie 1, l'Office de tourisme doit également obtenir un autre label bien connu dans le monde du tourisme qui est le label Qualité Tourisme. Sans l'obtention de ce label, le classement en Catégorie 1 est impossible. L'enjeu est donc d'importance et l'échéance approche puisque c'est en novembre 2020 que le nouvel Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura doit

renouveler ce label, actuellement détenu par le seul Office de tourisme de Salins-les-Bains. Afin de préparer au mieux cette échéance, l'ensemble des conseillers séjours de l'Office de tourisme a été formé au label Qualité Tourisme, et plus globalement à toute la démarche Qualité qui permet d'aboutir à l'obtention de ce label. En effet, un grand nombre de procédures et de manières de travailler doivent être mises en place avant novembre. Il est donc essentiel que la totalité des salariés soit impliquée et convaincue du bien-fondé de la démarche. C'est dans cette optique que nous avons demandé à la Fédération régionale des Offices de tourisme (MASCOT) de dispenser une formation à toute l'équipe en décembre dernier. Durant toute l'année 2020, la MASCOT continuera de suivre l'Office de tourisme dans le déploiement des outils et process permettant le renouvellement du label Qualité Tourisme.

## Déploiement d'une billetterie informatisée

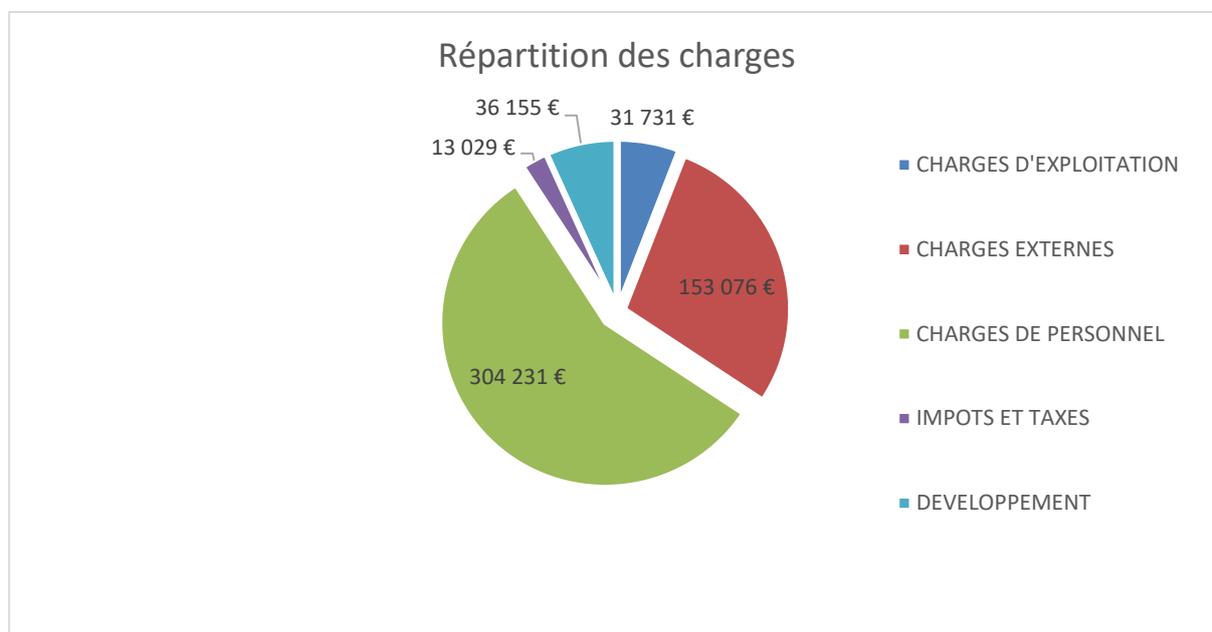
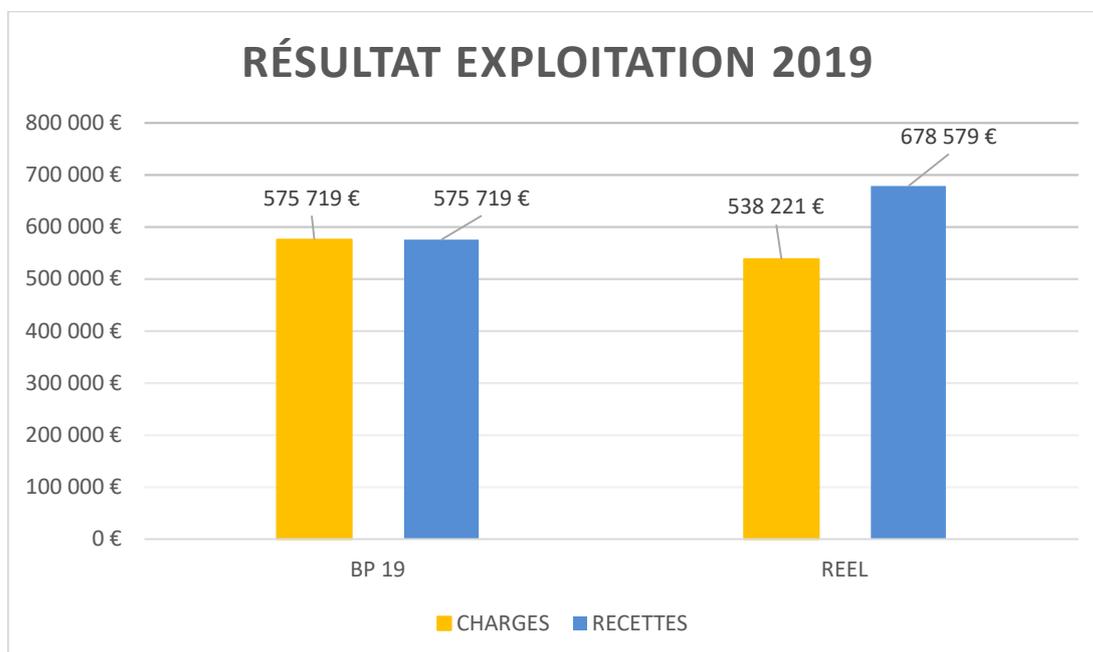


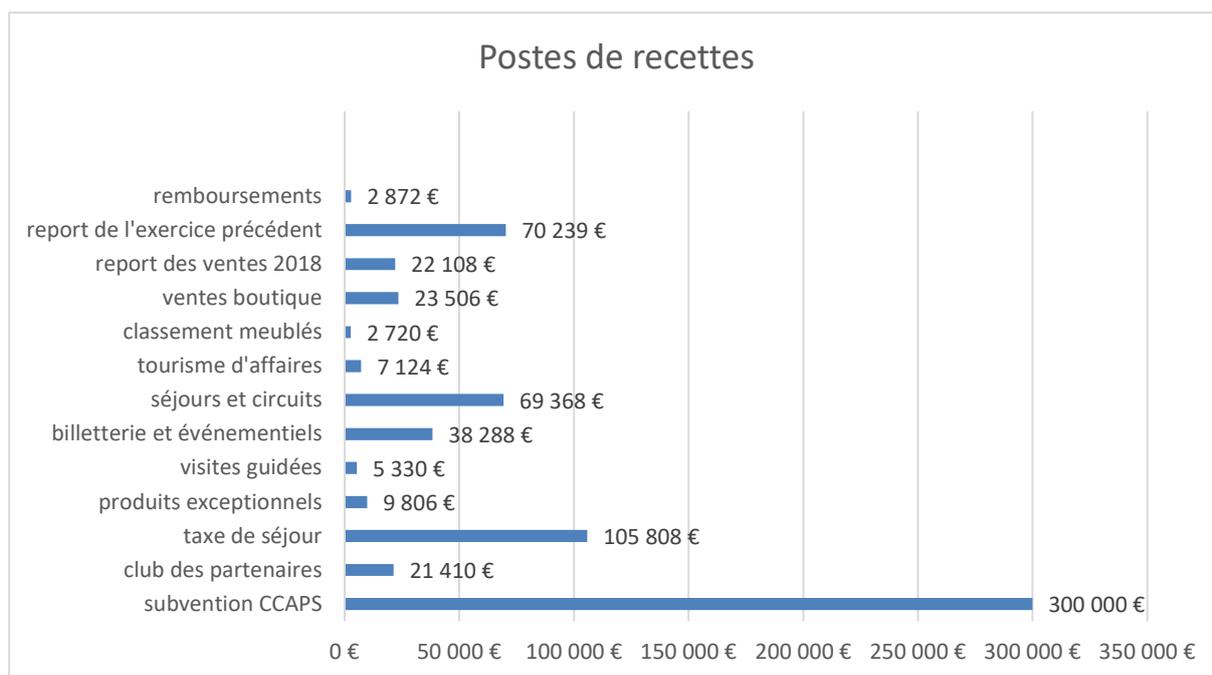
La fusion des trois anciens Offices de tourisme d'Arbois, Poligny et Salins-les-Bains a permis de constater la grande hétérogénéité et l'important retard technique des bureaux en matière de logiciel de caisse et de billetterie. Si le bureau de Salins-les-Bains était doté d'une caisse automatique assez rudimentaire, les conseillers séjours d'Arbois et Poligny devaient encore procéder de manière entièrement manuelle, en enregistrant chaque vente sur des souches en papier... A l'heure du passage en EPIC, de sa gestion comptable et financière par le Trésor Public et en amont de l'assujettissement de l'OTI à la TVA, il convenait de disposer d'un outil performant et efficace, facilitant l'enregistrement des flux monétaires, tout en automatisant la gestion des stocks et diminuant de fait les risques d'erreurs humaines. L'Office de tourisme a donc fait appel à la société ALOA (déjà en charge de la plateforme de collecte de la taxe de séjour) pour mettre en place un logiciel de billetterie informatisé commun aux trois bureaux. L'installation et le déploiement ont été effectués fin décembre et mis en œuvre dans les tous premiers jours de janvier, après inventaire et enregistrement des stocks.

## Étude sur la touristicité des événementiels

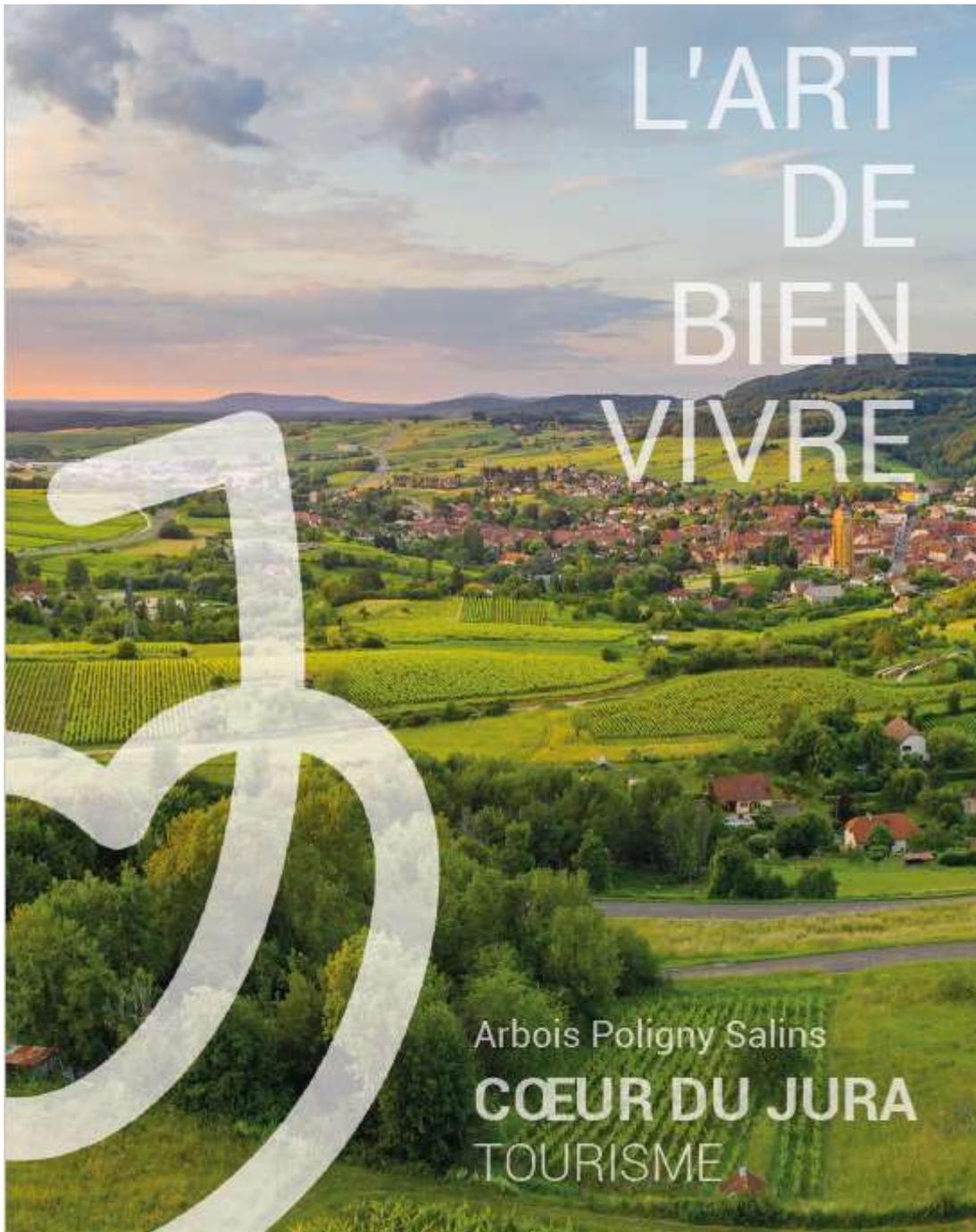
Dans le prolongement de la collaboration établie avec l'Université de Lyon 2 et le Master Tourisme, l'Office de tourisme Arbois Poligny Salins Cœur du Jura a accueilli en stage pendant 4 mois un des étudiants de cette promotion. Nabil Bouguerri a été chargé de développer un des points soulevés par le diagnostic territorial, à savoir le manque de notoriété des événementiels et animations proposés sur le territoire. Au terme de son étude, Nabil a pu définir les animations existantes dont la notoriété restera strictement locale et celle dotées d'un potentiel qui pourrait en faire des événements à portée régionale et extra-régionale. A partir de ce classement, il a également défini des critères permettant de déceler le potentiel touristique de chaque animation, un outil susceptible d'être employé par les collectivités désireuses de faire un choix argumenté parmi les événements à subventionner. Au niveau de l'Office de tourisme, cet outil doit également servir à mieux accompagner les porteurs de projets qui nous sollicitent dans l'organisation de leurs événements. C'est d'ailleurs par le biais de cette étude que nous avons été amenés à travailler avec l'association Toqués de Tango.

## BUDGET 2019 : RÉCAPITULATIF









[www.coeurdujura-tourisme.com](http://www.coeurdujura-tourisme.com)