



Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Bitche



Rapport d'activité 2011

2011 : Année de la structuration et de la communication



OFFICE DE
TOURISME

Sommaire

Préambule	Page 3
Contexte	Page 3
Objectifs 2011	Page 3
Les 8 points clés de l'activité touristique de l'année 2011	Page 4

1 Processus orientés clients

Promotion – communication	Pages 5 - 20
Promotion – communication : Web marketing	Pages 21 - 27
Accueil – information	Pages 28 - 38

2 Processus supports orientés territoire

Commercialisation	Pages 39 - 48
Coordination partenaires du développement touristique local	Pages 49 - 50
Développement touristique	Pages 51 - 52

3 Processus supports de pilotage

Pilotage stratégique	Pages 53 - 54
Gestion des ressources humaines	Pages 55 - 57
Budget	Pages 58
Système qualité	Page 59 - 60

4 Partenariats et participation à divers projets

Page 61

5 Objectifs 2012

Page 61

Préambule

Conformément aux statuts de l'Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Bitche (article 6) « Le Directeur fait chaque année un rapport sur l'activité de l'Office de Tourisme qui est soumis par le Président au Comité de Direction puis au Conseil Communautaire ».

Contexte

Créé en août 2010 sous l'impulsion forte de la Communauté des Communes du Pays de Bitche, l'Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Bitche est chargé par délégation de compétence d'exercer les missions de service public suivantes :

- promotion touristique,
- accueil et information des touristes,
- observation du tourisme.

Dans le cadre du développement touristique, l'Office de Tourisme a pour vocation de contribuer à la coordination des acteurs du développement touristique local. Il est consulté par la Communauté des Communes du Pays de Bitche sur les projets d'équipements collectifs en matière touristique. Il est également chargé de la coordination d'événementiels ou d'animation d'intérêt communautaire.

L'Office de Tourisme assure en outre, dans les conditions définies au chapitre unique du titre 1^{er} du livre II du Code du tourisme, la vente de voyages et de séjours.

Objectifs 2011

En 2011, l'Office de Tourisme s'est essentiellement mobilisé autour des objectifs suivants :

- construire de solides fondations pour un développement futur,
- professionnaliser la structure,
- créer le site Internet,
- créer les nouveaux documents de communication,
- relancer l'activité groupes,
- élaborer les fichiers client,
- travailler sur la présentation commerciale de l'offre touristique,
- s'engager dans la démarche qualité.

Les 8 points clés de l'activité touristique de l'année 2011

1. **Un bon début d'année** avec une hausse des demandes de renseignements pour les mois de janvier, février, mars soit directement à l'Office de Tourisme soit sur le site internet.
2. Un **démarrage de saison égal** à celui de 2010 pour les mois d'avril, mai et juin.
3. Une **saison estivale en demi teinte** en raison notamment des aléas climatiques et de la météo pluvieuse qui s'est installée après le 15 juillet.
4. Une **très belle arrière saison** avec une hausse de fréquentation pour les mois de septembre et octobre.
5. La création d'une **nouvelle carte touristique** en juillet 2011, suivie de l'édition de sets de table.
6. La mise en ligne en décembre 2011 du **nouveau site internet** de l'Office de Tourisme du Pays de Bitche. Succès immédiat : 5000 visites uniques en 15 jours.
7. **98 groupes** accueillis au Pays de Bitche par le service de réservation de l'Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Bitche. Meilleur chiffre depuis 2005.
8. Une **vaste opération de promotion** lors du Congrès National des Parcs Naturels Régionaux à Meisenthal.



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

L'année 2011 a été consacrée à la mise en œuvre de la **2^{ème} étape** des « Orientations stratégiques Promotion – Communication 2011 – 2013 » de l'Office de Tourisme, définies et validées en 2010 : **redorer l'image du Pays de Bitche.**

Les objectifs Promotion – Communication de l'année 2011 ont été organisés autour de 4 axes :

- l'image,
- la e-promotion et le web marketing,
- l'accueil,
- la communication interne.

Salons de promotion :

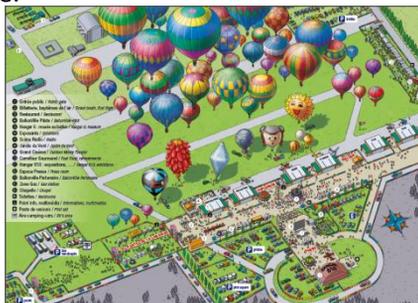
Marché paysan à Strasbourg – Mai 2011

En partenariat avec le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord, l'Office de Tourisme était présent au Marché paysan qui s'est tenu à Strasbourg sur la Place Kléber les vendredi et samedi 13 et 14 mai.



Mondial Air Ballon – Juillet 2011

L'Office de Tourisme a été présent 2 jours sur le stand du Comité Régional du Tourisme de Lorraine durant le Mondial Air Ballon qui s'est tenu à Chambley du 24 juillet au 02 août 2011. Lors de cette opération 350 cartes touristiques du Pays de Bitche ont été diffusées. La fréquentation du stand a été correcte avec un public majoritairement familial venant de la région, du quart nord-est de la France et de la Belgique.



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Salons de promotion :

Terres à l'Envers à Strasbourg-Oberhausbergen – Septembre 2011

Le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord a tenu un stand du 16 au 18 septembre 2011 dans le cadre de la manifestation Terres à l'envers et s'est chargé en partenariat avec l'Office de Tourisme de la diffusion de la documentation touristique du Pays de Bitche. A cette occasion 400 cartes touristiques du Pays de Bitche ont été diffusées.



Salon Welt der Familie à Sarrebruck – Septembre 2011

L'Office de Tourisme a tenu un stand du 10 au 18 septembre au salon Welt der Familie à Sarrebruck. Les partenaires touristiques du Pays de Bitche ont été sollicités pour assurer une journée de permanence aux côtés de l'Office de Tourisme et pouvoir ainsi promouvoir leurs structures. Le Simserhof, le Moulin d'Eschviller, le CIAV, la Citadelle, le golf de Bitche, le Musée du sabotier, le camping de l'Etang de Hanau, le Fort Casso et le producteur local M. Frumholtz nous ont à tour de rôle accompagnés sur ce salon.

1 071 visiteurs ont été accueillis durant ce salon avec une fréquentation accrue les week-ends (près de 200 personnes par jour).

88 % des visiteurs venaient de la Sarre et 11 % de France principalement de Forbach et Saint-Avold.

62 % des visiteurs étaient déjà venus au Pays de Bitche et 37 % ne connaissaient pas notre territoire. La nouvelle carte touristique a rencontré un fort succès.



Usine Daimler Chrysler Sindelfingen (D) – Septembre 2011



Le Pays de Bitche a été présenté sur le stand de la smart Hambach au service finance de l'usine Daimler Chrysler le 19 septembre 2011. Une large documentation sur le Pays de Bitche et l'ensemble de ses sites touristique a été diffusée directement par le personnel de l'usine smart.

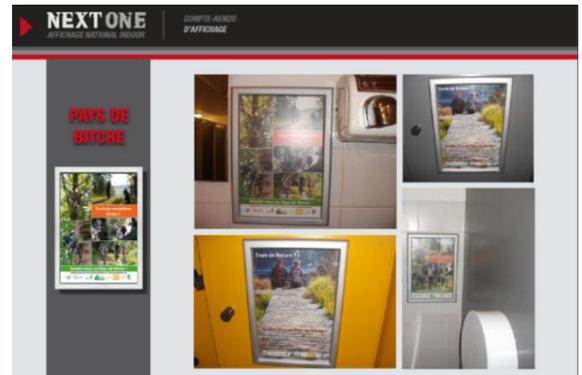
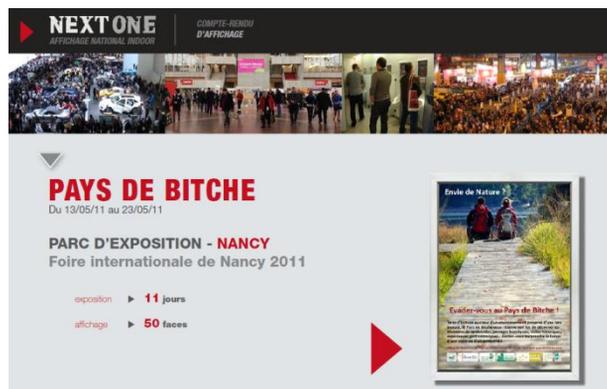
1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Salons de promotion :

Foire internationale de Nancy – Mai 2011

L'Office de Tourisme a mené une campagne de communication « insolite » durant la Foire de Nancy du 13 au 23 mai 2011. La Foire de Nancy a totalisé 162 668 entrées en 2011. Le Pays de Bitche était présenté à l'aide de 2 affiches dans les toilettes : une première sur le thème « Evadez vous au Pays de Bitche » et une seconde sur le thème « Sport et sensations au Pays de Bitche ».



Réalisation de sachets « Pays de Bitche »

Nouveauté 2011

Afin d'assurer un meilleur accueil sur le stand Pays de Bitche lors des différents salons, l'Office de Tourisme s'est doté de sachets en papier avec les visuels « Pays de Bitche » pour en assurer également la promotion.



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Nouveauté 2011

Création du nouveau stand de l'Office de Tourisme

Afin de pouvoir assurer de manière professionnelle la promotion du Pays de Bitche sur les salons et autres manifestations (uniquement en intérieur) un nouveau stand « Office de Tourisme du Pays de Bitche » a été créé.

Dans le respect de la nouvelle ligne graphique, il a été retenu de donner la part belle aux images afin d'accrocher et de retenir le visiteur, les informations complémentaires pouvant ensuite être données au moment de l'échange sur le stand.

Le stand de l'Office de Tourisme se compose :

- d'un grand panneau de fond avec en visuels des paysages du Pays de Bitche, Bitche la ville Jardin et le verre et cristal, héritage d'exception (Meisenthal et Saint-Louis),
- d'un kakemono présentant la Ligne Maginot et les arts et traditions (Site du Moulin d'Eschviller et Musée du Sabotier),
- d'un kakemono dédié aux activités de pleine nature (golf, randonnée, cyclotourisme, escalade ...),
- d'un comptoir présentant les saveurs et la baignade ,
- et d'un présentoir de dépliants.



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Accueils de presse :

Accueil de presse CIAV Meisenthal - Mars 2011

L'Office de Tourisme a été associé à l'accueil de 10 journalistes en provenance des USA, d'Inde, du Canada, de Corée du Sud et de Chine qui ont découvert le Site Verrier de Meisenthal. Ce voyage de presse a été organisé par le Comité Régional du Tourisme d'Alsace. L'Office du Tourisme du Pays de Bitche a mis à disposition une interprète et un dossier de presse présentant l'ensemble des propositions touristiques du Pays de Bitche a également été remis à l'ensemble des participants.



Journaliste de la Semaine - Mai 2011



Accueil et entretien avec un journaliste de « La Semaine », remise d'un dossier de presse et photo. Parution en mai 2011 dans le supplément de « La Semaine », hebdomadaire édité à 10 000 exemplaires et diffusé sur Metz et Nancy, d'un article rédactionnel de 4 pages sur le Pays de Bitche.





1 Processus orientés clients

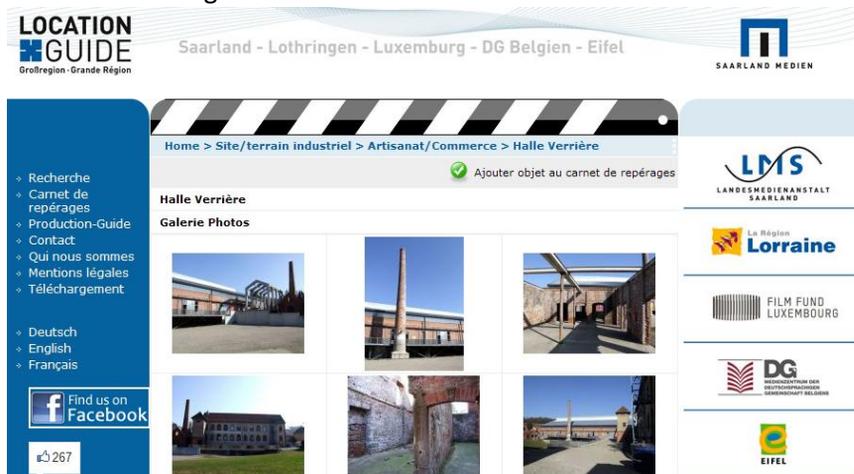
Promotion – communication

Accueils de presse :

Bureau d'accueil de tournage de la Lorraine - Mai 2011

Accueil et accompagnement sur le terrain du représentant du Bureau d'accueil de tournage de la Lorraine : recherche de lieux/décors et référencement d'une dizaine de sites au Pays de Bitche (châteaux, rochers, bâtiments, friches industrielles, site verrier Meisenthal et cristallerie St Louis, hôtel 5*...). Basé dans les locaux de la Région Lorraine, le Bureau d'accueil de tournages lorrain facilite et favorise les tournages en région. Il apporte assistance à tout type de projets et le référencement du Pays de Bitche y faisait jusqu'alors défaut.

Plusieurs sites du Pays de Bitche ont été référencés, les fiches références peuvent être consultées sur le site internet www.location-guide.eu



Voyage de presse avant première Musée Lalique – Juin 2011



En partenariat avec l'ADT du Bas-Rhin et le Musée Lalique, l'Office de Tourisme du Pays de Bitche a participé à un accueil de presse à la Petite Pierre le 16 juin 2011. Près de 40 journalistes (presse radio et télé) ont pu découvrir à cette occasion la présentation de l'offre touristique du Pays de Bitche.

Accueil des lauréats Best of Wandern – Juin 2011



En partenariat avec le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord, l'Office de Tourisme a accueilli les 5 lauréats du jeux concours Best of Wandern les 21 et 22 juin 2011. Au programme : équipement au Test Center, circuit dans Bitche (Citadelle, jardin pour la paix, jardins en troc), site verrier de Meisenthal, sortie accompagnée sur le sentier de la tourbière à l'Etang de Hanau. L'ensemble de l'opération a été relayé sur le site internet et la page Facebook Best of Wandern .



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Accueils de presse :

Accueil de l'équipe de tournage du téléfilm Les malgré Elles – Juillet 2011

Accueil de l'équipe de tournage du téléfilm Les malgré Elles, accompagnement sur le terrain et recherche de lieux de tournage. Résultats positifs et directs car le tournage d'une partie de ce téléfilm a été réalisé au Pays de Bitche : à Bitche et à Saint-Louis-Lès-Bitche. Sortie du film en 2012.

Journaliste de L'Est Républicain – Juillet 2011



Accueil et entretien avec un journaliste de l'est Républicain pour la réalisation d'un sujet sur le Pays de Bitche, remise d'un dossier de presse, proposition de circuits de randonnée pédestre et de photo. Parution en juillet 2011 dans le supplément de l'Est Républicain et Vosges Matin d'un article de 8 pages consacrées au Pays de Bitche : Verre et Cristal, Gastronomie, randonnée pédestre ... Tirage 100 000 exemplaires.



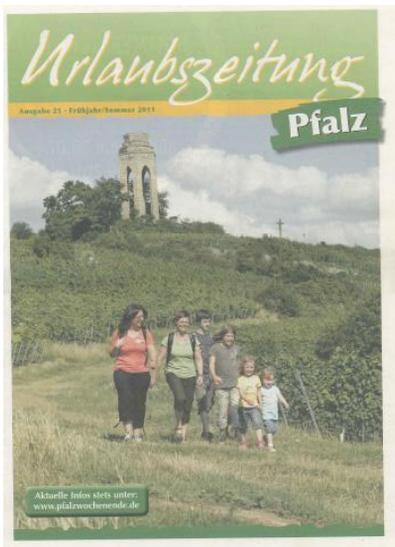
1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Insertions :

Urlaubszeitung Pfalz

Une insertion d'une page a été consacrée aux sites touristiques et ¼ de page au Test Center et à la randonnée pédestre dans le supplément Urlaubszeitung Pfalz au mois de juin. Tirage 100 000 exemplaires.



Magazine Marie-Claire

Une insertion d'une page a été réalisée dans le Magazine Marie-Claire édition régionale du mois de juillet. Tirage 41 000 exemplaires.





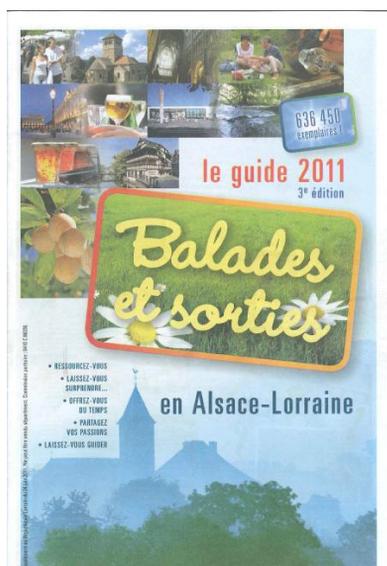
1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Insertions :

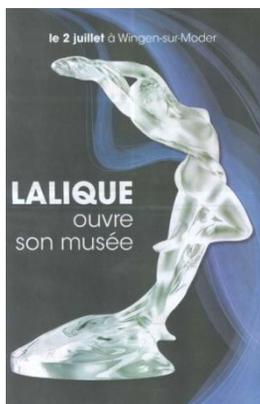
Supplément estival du Républicain Lorrain Balades et Sorties

Une insertion d'une demi-page présentant les principaux attraits touristiques du Pays de Bitche est parue dans le supplément estival « Balades et sorties » du Républicain Lorrain. Zone de diffusion : Alsace et Lorraine, parution mois de juin. Tirage 635 000 exemplaires.



Supplément Républicain Lorrain/DNA ouverture du Musée Lalique

Une insertion partagée d'une demi-page a été réalisée en partenariat avec les étoiles terrestres à l'occasion de l'ouverture en juillet 2011 du Musée Lalique. Parution mois de juillet.





1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Médias radios :



France Bleu Lorraine

Dans le cadre du partenariat entre l'UDOTSI de Moselle et France Bleu Lorraine, l'Office de Tourisme a tout au long de l'année 2011 animé des passages à l'antenne les samedis matin. 14 passages consacrés au Pays de Bitche ont été enregistrés et diffusés.

Mois de diffusion	Thème de l'émission
Février	Démonstration taille cristallerie Saint-Louis
Mars	Carnaval Bitche
Avril	Marché paysan transfrontalier et marché aux fleurs au Simserhof
Avril	Journée des métiers d'art Meisenthal – Saint-Louis et rencontre des potiers
Juin	Déjeuners sur l'herbe et randonnées pique-nique
Août	Reconstitution historique au Fort Casso
Août	Il était une fois
Août	Foire bio à Rohrbach-lès-Bitche
Août	Spectacle médiéval à la Citadelle
Septembre	Marché à Volmunster, randonnée à Lemberg, visite guidée Jardin pour la Paix
Septembre	Journées du patrimoine : sites verriers
Novembre	Saison boules de Noël Meisenthal
Décembre	Marché de la Saint-Nicolas et Noël Bitche



France Bleu Normandie

Au mois de juillet 2011 une émission spéciale sur France Bleu Normandie a été consacrée aux atouts touristique du Pays de Bitche et au Test Center du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord.



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Médias radios :

Radio mélodie Mars 2011



Emission sur l'impact touristique pour le Pays de Bitche suite à l'annonce de l'annulation du Rallye de France.

Radio mélodie Mai 2011



Transmission du dossier de presse Test Center du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord à Bitche et émission spéciale consacrée à l'ouverture du Test Center et à l'offre randonnée du Pays de Bitche.

Partenariat Plus Beaux Détours de France Octobre 2011



Dans le cadre du partenariat « Plus Beaux détours » une émission consacrée aux manifestations « Halloween » de Citadelle a été enregistrée et diffusée au mois d'octobre.

Médias télévision :

France 3, émission Rund um – Mai 2011



Accueil de l'équipe de tournage de l'émission Rund Um de France 3 Alsace en partenariat avec le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord : tournage au Test Center à Bitche avec randonnée dans le Pays de Bitche. Emission d'une durée de 5 mn, diffusée le 30 mai 2011 sur France 3 Alsace.

France 3, émission Rund um – Juillet 2011

Accueil de l'équipe de tournage de l'émission Rund Um de France 3 Alsace. Thème de l'émission : Sur la Route de Bitche. Tournage à Bitche : Citadelle et spectacle du Chevalier, Jardin et fleurissement en ville, à l'étang de Hasselfurth, au restaurant Le Strasbourg et à Philippsbourg (Tourbière de l'étang de Hanau, sabotier et potière.). 3 Emissions diffusée les 20,21 et 22 juillet sur France 3 Alsace.



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Autres actions de promotion / communication :



Présentation du Test Center au séminaire Vis-à-Vis – Mai 2011

Dans le cadre du séminaire de l'Association Tourisme Vis-à-Vis, l'Office de Tourisme a présenté en détail le Test Center du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord, l'offre de randonnée et l'offre touristique du Pays de Bitche a été présenté aux professionnels du tourisme de l'Alsace du Nord, du Palatinat et du Pays de Bitche.



Sujet Stations Vertes dans le journal « Le Monde » - Août 2011

Le Monde

Courant du mois d'août 2011, l'Office de Tourisme a participé à la rédaction d'un article pour les Stations vertes dans le journal « Le Monde » : état de la fréquentation touristique des stations vertes au Pays de Bitche en raison du temps pluvieux en juillet.



Séance photo au Pays de Bitche – Septembre 2011

Organisation d'une journée photo nature dans le Pays de Bitche avec Moselle Tourisme. L'Office de Tourisme s'est chargé du choix de lieux et de la mise à disposition de figurants. Ces photos prises au Pays de Bitche vont alimenter la riche photothèque de Moselle Tourisme.





1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Autres actions de promotion / communication :



Octobre 2011 – Guide vert Michelin de la Moselle

Accueil du journaliste chargé de la mise à jour du Guide vert Michelin de la Moselle : présentation détaillée du Pays de Bitche, remise d'un dossier de presse et de photos. Parution prévue début 2012.

Stands tenus à l'occasion de manifestations au Pays de Bitche

L'Office de Tourisme a tenu plusieurs stands lors de manifestations se déroulant au Pays de Bitche :

- à Bitche lors du Marché Paysan au mois d'avril 2011,
- à Ormersviller lors de la Fête de l'Abeille au mois d'avril 2011,
- à Baerenthal les soirs de 18h00 à 21h00 du 07 au 17 juillet 2011 dans le cadre du spectacle « Les Malgré-Nous »,
- au Jardin pour la Paix lors de la Fête des Bulbes en septembre 2011
- à Mouterhouse dans le cadre du Festival Welcome Dom Tom au mois d'octobre 2011.

Location d'une vitrine au Plan Incliné d'Arzviller

Le Pays de Bitche était également présenté au Plan Incliné d'Arzviller grâce à la location d'une vitrine afin de présenter l'offre touristique du Pays de Bitche et de favoriser la circulation des flux touristiques entre le Pays de Sarrebourg et le Pays de Bitche.

Film transfrontalier Sarre-Pfalz-Bitcherland

L'Office de Tourisme a participé à la réalisation du film de présentation touristique transfrontalier Sarre-Pfalz-Bitcherland réalisé en partenariat avec le regroupement touristique Sarre-Pfalz-Bitcherland.



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Editions touristiques :

Nouveau logo et charte graphique

En préalable à la réalisation des nouveaux supports de communication de l'Office de Tourisme du Pays de Bitche un nouveau logo et une nouvelle charte graphique ont été élaborés en partenariat avec une agence de communication.

Nouvelle carte touristique du Pays de Bitche

Le stock de cartes touristiques du Pays de Bitche étant épuisé, l'Office de Tourisme a engagé une réédition avec mise à jour du document initial et rajout de propositions de circuits de découverte.

Ainsi, le nouveau document est enrichi de 5 circuits à thème et intègre également 3 circuits cyclables.

En plus d'être informatif, ce nouveau document cartographié incite à la découverte et à la visite de tous les sites du Pays de Bitche. Il renvoie aussi les visiteurs vers les sites des territoires voisins (Sarreguemines, Sarralbe, proche Alsace et Allemagne).

Le document est trilingue et édité à 60 000 exemplaires.

Sets de table du Pays de Bitche

Après épuisement des stocks, les sets de table ont été réédités.

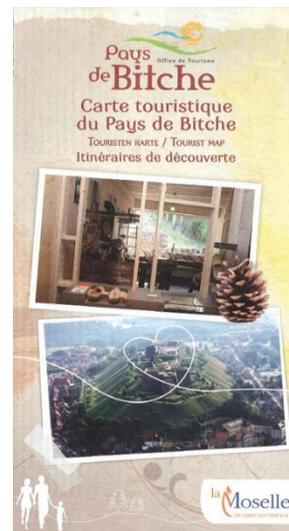
Ces sets présentent le fond de la carte touristique avec les circuits de découverte ainsi que les circuits cyclables.

Ces sets de table comportent un coupon de réduction pour l'achat de bouteille d'eau Celtic, dans le cadre d'un partenariat ponctuel avec l'entreprise Celtic.

Nouveauté 2011



Nouveauté 2011



1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Editions touristiques :

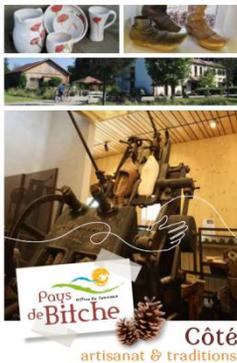
Réalisation d'une série de cartes postales promotionnelles

Nouveauté 2011

Un jeu de 9 cartes postales promotionnelles a été réalisé et édité à 20 000 exemplaires en vue de lancement en 2012 de l'accueil des groupes.

La série des 9 cartes représente l'ensemble des attraits touristiques du Pays de Bitche :

- côté patrimoine et jardin (Citadelle, Jardin pour la Paix, fleurissement),
- côté verre et cristal (Site verrier de Meisenthal, La Grande Place Musée du cristal Saint-Louis),
- côté Ligne Maginot (Le Simserhof et le Fort Casso),
- côté artisanat et traditions (Site du Moulin d'Eschviller, Musée du Sabotier, artisanat),
- côté histoire et patrimoine (Châteaux Forts, balades et randonnées ...),
- côté baignage et farniente (l'eau, les étangs, les campings ...)
- côté sports et sensation (Golf, Tepacap, escalade, cyclotourisme),
- côté saveurs et gastronomie (produits du terroirs, gastronomie ...).





1 Processus orientés clients

Promotion – communication

Autres actions de promotion / communication :

Congrès national des Parcs Naturels Régionaux à Meisenthal

L'Office de Tourisme a mené une opération de promotion lors de la tenue du Congrès national des Parcs Naturels Régionaux à Meisenthal, une opération de promotion grandeur nature !

L'équipe de l'Office de Tourisme a réalisé en un temps record près de 750 sachets pour les congressistes.

A l'intérieur :

- 1 carte de bienvenue avec un mot d'accueil du Président de la Communauté de Communes et du Président de l'Office de Tourisme,
- 1 jeu des 9 cartes postales promotionnelles du Pays de Bitche,
- la nouvelle carte touristique du Pays de Bitche,
- une clé USB en cadeau d'accueil avec le film de présentation du Pays de Bitche.

L'équipe de l'Office de Tourisme a également été présente lors du congrès :

- aux côtés du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord pour assurer l'accueil des congressistes à Meisenthal,
- sur le marché des initiatives pour présenter et assurer la promotion du Pays de Bitche.





1 Processus orientés clients

Promotion – communication : Web marketing

objectif nouveau classement

Nouveauté 2011

Création du nouveau site internet

Une grande partie de l'année 2011 a été consacrée à la création du site internet de l'Office de Tourisme du Pays de Bitche.

Création du site internet

Objectifs

10 secondes ... c'est le temps moyen pour convaincre un internaute de rester sur 1 site

L'internaute est :

- averti
- exigeant
- pressé

Un service de qualité avec du contenu enrichi et une grande réactivité

Notre réponse

Une page d'accueil adaptée

- claire
- attractive
- et qui révèle d'un coup d'œil toute la richesse et les fonctionnalités du site .



Un site internet enrichi

- avec beaucoup de visuels (photos, diaporamas, vidéos, vues panoramiques),
- avec des informations pratiques complètes (tarifs, localisation ...).

Une gestion du temps maîtrisée

- un site internet développé en grande partie à partir de SITLOR,
- pouvant être mis à jour en temps réel ou en 24 heures.





1 Processus orientés clients

Promotion – communication : Web marketing

objectif nouveau
classement

Nouveauté 2011

Création vues panoramiques pour le site internet

Le nouveau site internet propose une découverte interactive du Pays de Bitche et de son offre touristique avec la création d'un vaste panorama.

De haut de la citadelle le panorama interactif à 360 ° permet de découvrir un aperçu des sites de visites, des principales activités et des lieux d'hébergements. Le panorama comprend plus de 70 vues panoramiques.



En cliquant sur les différentes icônes, les sites à visiter, les lieux d'hébergement et les activités sportives, s'affichent sur le panorama.





1 Processus orientés clients

Promotion – communication : Web marketing

objectif nouveau
classement

Nouveauté 2011

Création vues panoramiques pour le site internet

A tout moment de la visite virtuelle dans le panorama, le visiteur peut afficher les informations pratiques et soit prendre contact avec le prestataire, soit aller visiter son site internet pour plus d'informations.



Vidéo de présentation du Pays de Bitche

Nouveauté 2011

Pour alimenter la rubrique vidéo du site internet, l'Office de Tourisme a fait réaliser par TV Cristal une vidéo d'une durée de 3 minutes pour présenter le Pays de Bitche. La rubrique vidéo du site internet est également alimentée par les vidéos réalisées par Moselle Tourisme.



1 Processus orientés clients

Promotion – communication : Web marketing

Supports USB

Pour dynamiser les accueils de presse et être réellement en phase avec la nécessaire réactivité, l'Office de Tourisme a fait réaliser des clés USB « Pays de Bitche » qui permettent de donner directement les dossiers de presse mais surtout de diffuser les photos et vidéos en temps réel.

Nouveauté 2011



Référencement touristique du Pays de Bitche :

Au cours de l'année 2011, l'Office de Tourisme a assuré la mise à jour des informations sur les sites Internet suivants afin d'assurer une présence au niveau national du Pays de Bitche :

www.tourisme.fr (site de la Fédération Nationale des Offices de Tourisme)

www.plusbeauxdetours.com

www.stationverte.com

www.petitfute.com

www.moselle-tourisme.com

www.tourisme-lorraine.fr



1 Processus orientés clients

Promotion – communication : Web marketing

Nouveauté 2011

Création de la page Facebook de l'Office de Tourisme

Création en août 2011 de la page Facebook de l'Office de Tourisme.



La création de notre page Facebook et son animation nous permettent de diversifier nos supports de communication, de nous adresser à une clientèle complémentaire et d'assurer la présence du Pays de Bitche sur les réseaux sociaux.

Les premières publications ont concerné les sites verriers du Pays de Bitche, les paysages, les ruines de châteaux forts et le Test Center du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord.



Rejoignez nous sur Facebook et cliquez



pour vous tenir informés de l'actualité touristique du Pays de Bitche



1 Processus orientés clients

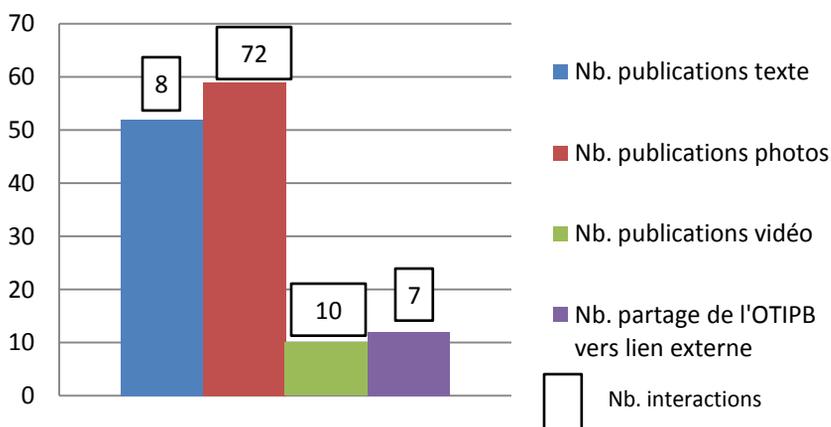
Promotion – communication : Web marketing

Animation de la page Facebook de l'Office de Tourisme

L'animation de la page Facebook de l'Office de Tourisme a été assurée du mois d'août au mois de décembre 2011.

En 5 mois d'animation, l'Office de Tourisme a mis en ligne 133 publications qui ont enregistré 97 interactions.

**Animation de la page Facebook
Année 2011**

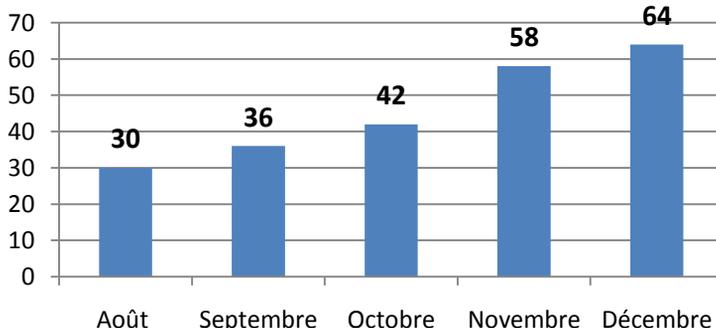


Statistiques de la page Facebook de l'Office de Tourisme

A la fin de l'année 2011 la page Facebook de l'Office de Tourisme a enregistré 64 mentions « J'aime » (= au nombre de « Fans » de la page Facebook).

Les « fans » de la page Facebook de l'Office de Tourisme sont majoritairement des femmes (58,8 % pour 38,2 % d'hommes), originaires principalement soit du Pays de Bitche, soit de Lorraine ou d'Alsace (Nancy, Metz, Strasbourg ...) et issus de la tranche d'âge 18 – 24 ans.

**Mentions j'aime
2011**





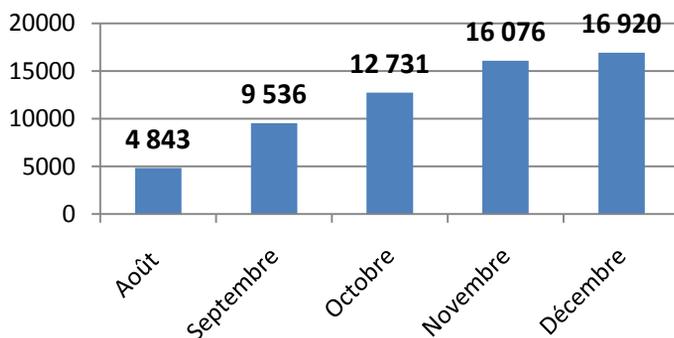
1 Processus orientés clients

Promotion – communication : Web marketing

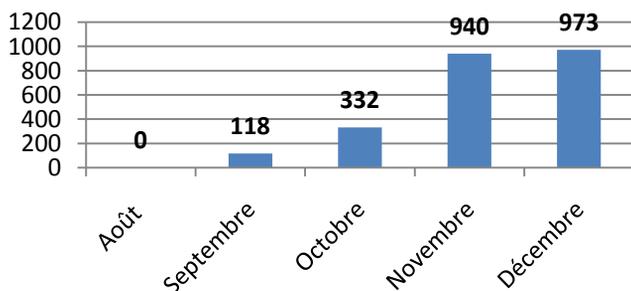
Statistiques de la page Facebook de l'Office de Tourisme

Les amis des fans représentent le nombre de personnes pouvant potentiellement recevoir sur leur page les informations de la page Facebook de l'Office de Tourisme. Sur l'année 2011 le nombre total d'Amis des fans s'élève à 60 106.

**Amis des fans
2011**



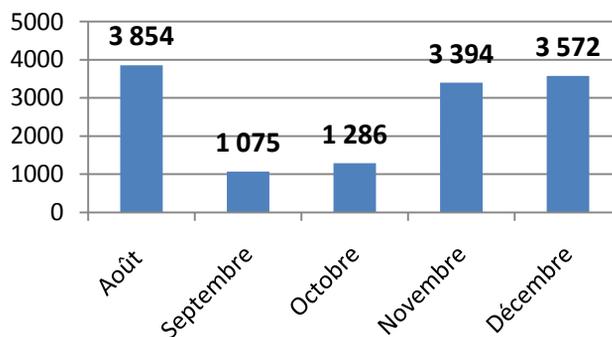
**Personnes qui en parlent
2011**



Le nombre total de personnes qui parlent de la page Facebook de l'Office de Tourisme en 2011 est de 2 363 personnes.

L'audience totale pour 2011 de la page Facebook de l'Office de Tourisme est de 13 181.

**Audience totale
2011**



1 Processus orientés clients

Accueil - information

Ouverture du bureau d'accueil à Bitche :

Janvier à avril et octobre à décembre :

Du lundi au vendredi : 09.00 – 12.00 / 13.30 – 17.30

Samedi : 09.00 – 12.00 / 14.30 – 16.30

Mai à septembre :

Du lundi au vendredi : 09.00 – 12.00 / 13.30 – 17.30

Samedi : 09.00 – 12.00 / 14.30 – 16.30

Dimanches et jours fériés : 09.00 – 12.00 / 14.30 – 16.30

Ouverture :
2282 heures
dont 140 heures
dimanches et jours
fériés



Les horaires d'ouverture ont été optimisés en 2011. La plage horaire d'ouverture des samedis a été étendue. Les dimanches et jours fériés l'ouverture de l'après-midi a été assurée et la période d'ouverture des dimanches et jours fériés a été étendue jusqu'à fin septembre. Le nombre de jours d'ouverture dimanches et jours fériés est passé de 55 à 80.

Antenne de Baerenthal-Philippsbourg :

Lundi, mardi, jeudi et vendredi : 13.15 – 17.00

Samedi : 09.00 – 12.00

Les horaires d'ouverture n'ont pas été modifiés.

Le point d'information de Philippsbourg a été fermé fin décembre 2010.

Ouverture :
707 heures



Sur l'année la plage d'ouverture de l'Office de Tourisme est de 331 jours/365 (312 jours en 2010), représentant sur le territoire du Pays de Bitche un total de 2989 heures d'ouverture pour les 2 points d'accueil du public.

1 Processus orientés clients

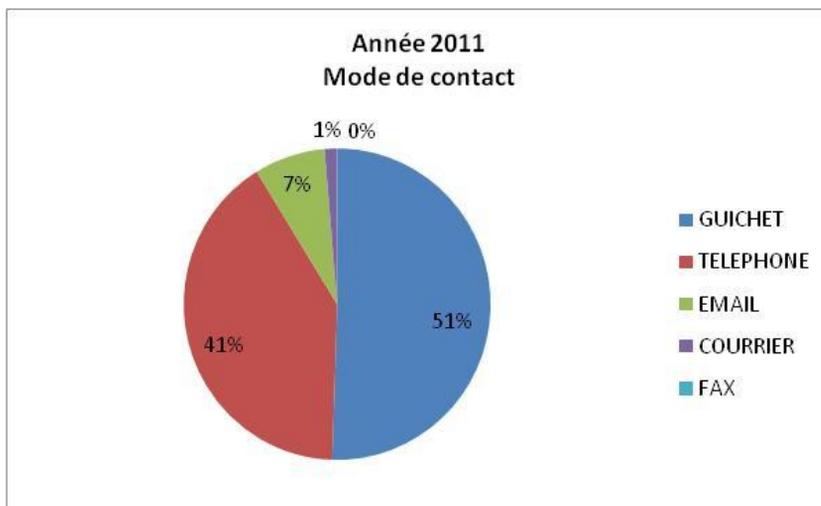
Accueil - information

Demandes d'information

Au cours de l'année 2011 un total de 5 569 demandes ont été enregistrées par le service accueil de l'Office de Tourisme, soit une progression de près de 20%.



2 814 demandes ont été exprimées directement au guichet de l'Office de Tourisme et 2 265 par téléphone. Un constat qui confirme l'évolution des dernières années : les demandes par courrier ont été remplacées par des demandes par mail (471 demandes). La répartition au niveau du mode de contact n'a pas changé par rapport à 2010.



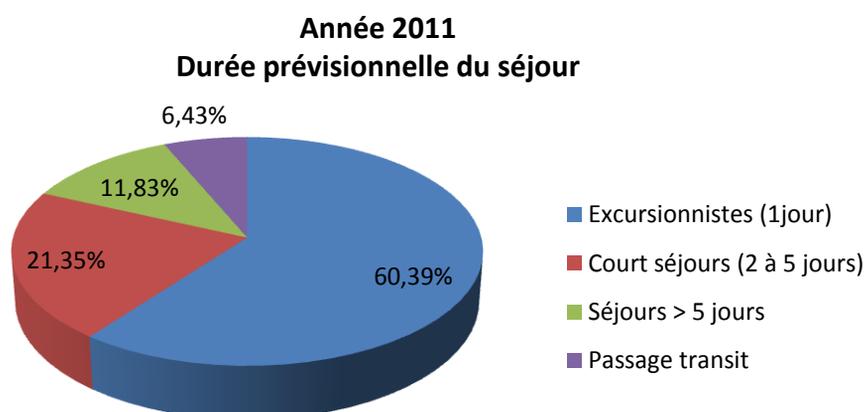
* Sources : Statistiques SITLOR 2011 OTIPB

1 Processus orientés clients

Accueil - information

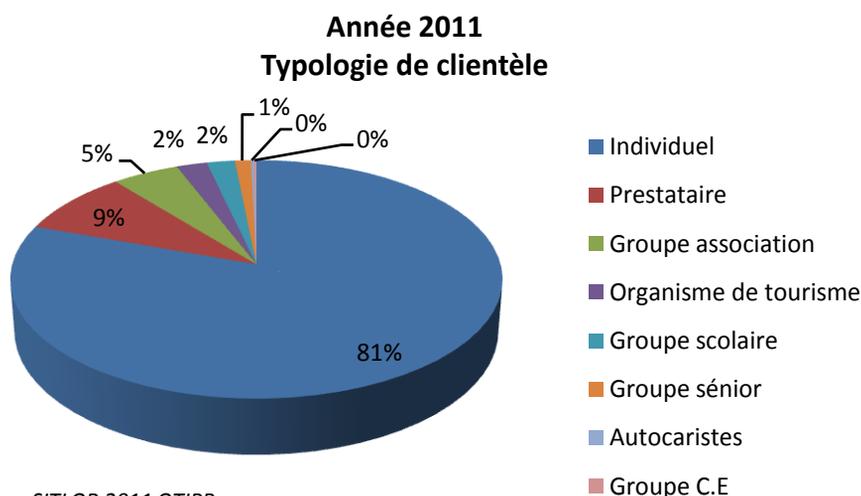
Demandes d'information

Peu d'évolution par rapport à l'année précédente : les prévisions de venue à la journée représentent 60%, un peu plus de 20 % pour les courts séjours et une légère baisse pour les séjours supérieurs à 5 jours, soit près de 12%. A noter qu'un peu plus de 6% des demandes sont exprimées par une clientèle de transit.



La répartition en termes de clientèle est la suivante :

- 81 % des demandes émanent de la clientèle individuelle,
- 8 % de la clientèle groupes,
- 9% de prestataires touristiques,
- 2 % d'autres organismes de tourisme.



* Sources : Statistiques SITLOR 2011 OTIPB

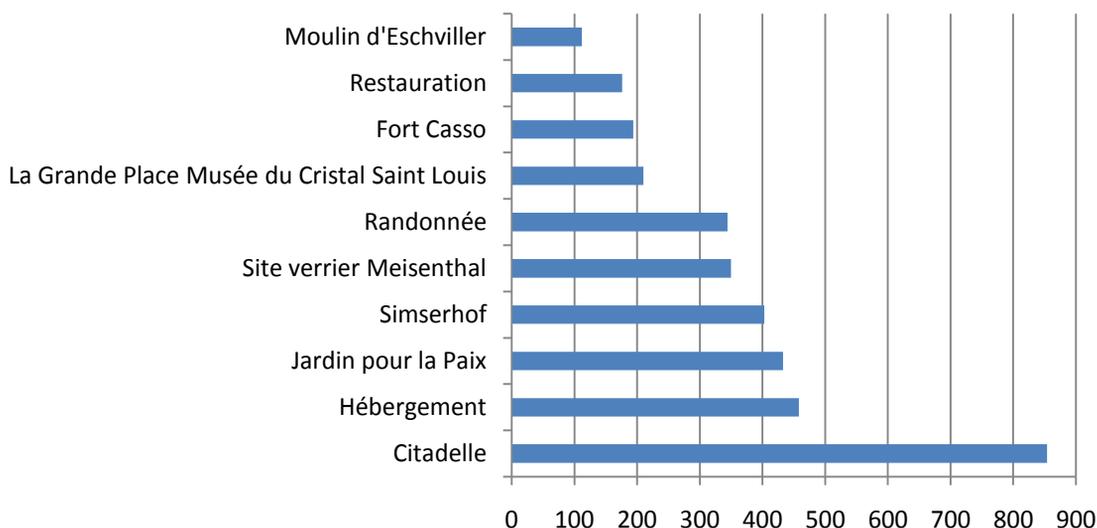


1 Processus orientés clients

Accueil - information

Demandes d'information

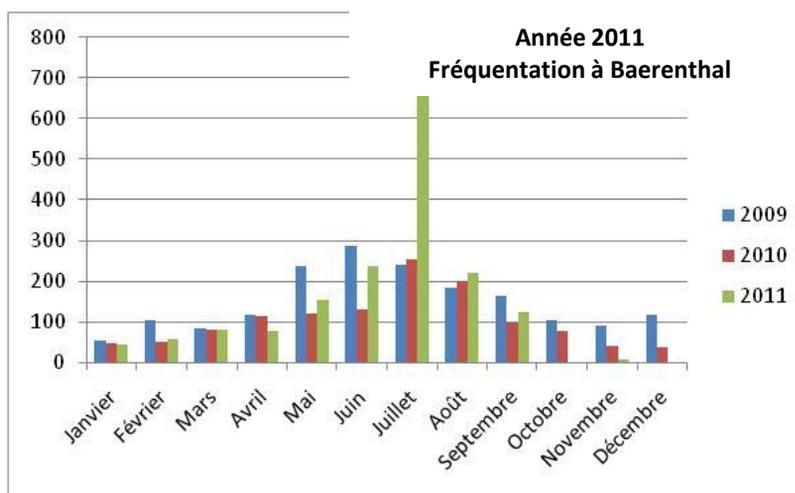
Pour l'année 2011, le Top 10 des informations les plus demandées concerne les sites touristiques du Pays de Bitche, l'hébergement, la restauration et la randonnée.



* Sources : Statistiques SITLOR 2011 OTIPB

Fréquentation à l'antenne de Baerenthal-Philippsbourg

En 2011, 1 683 personnes ont été accueillies à l'antenne de Baerenthal près de 700 personnes durant le mois de juillet en raison de la tenue par l'Association ABCD de la billetterie du spectacle les « Malgré-Nous » dans les locaux de l'antenne Baerenthal-Philippsbourg. La fréquentation de l'antenne est marquée par une forte saisonnalité. En 2010 la fréquentation était de 1246 personnes.



* Sources : Tableau de bord OTIPB



1 Processus orientés clients

Accueil - information

Bilan SITLOR

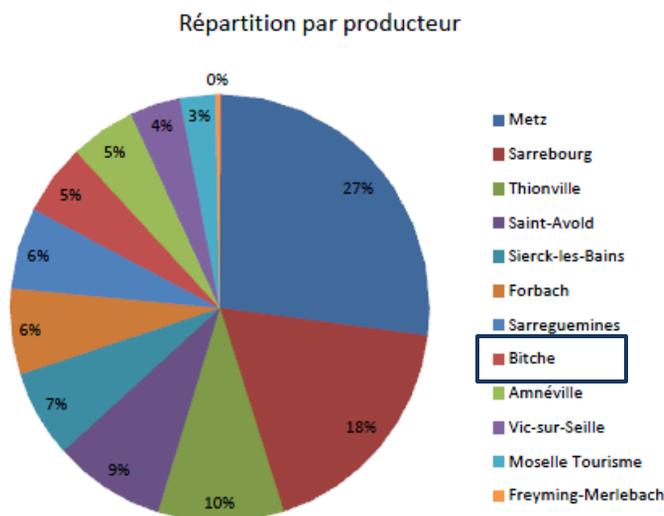


Production des fiches

Au cours de l'année 2011 un total de 233 fiches ont été mises à jour ou créées par l'Office de Tourisme dans SITLOR, le Système d'Information Touristique Lorrain, soit une progression de 50% (156 fiches mises à jour en 2010).

L'Office de Tourisme couvre 47 communes (Communauté de Communes du Pays de Bitche, Communauté de Communes de Rohrbach-lès-Bitche et la commune de Kalhausen) soit 6,4% de territoire mosellan (730 communes).

Au 25/11/2011, l'Office de Tourisme a produit 233 fiches sur 4328 en Moselle, soit 5% des fiches avec une nette progression par rapport à 2010 (3,82%).



12 structures (CDT et OT) produisent les informations dans SITLOR

* Sources : Extrait de statistiques SITLOR 2011, Document édité par Moselle Tourisme

SITLOR, c'est quoi ?

C'est un outil performant qui s'articule autour de « briques métiers » : gestion de l'accueil pour les Offices de Tourisme et Syndicats d'initiatives, gestion de l'information et gestion de la relation client. SITLOR a pour vocation la collecte et la gestion de l'information touristique et sa diffusion par le biais de vecteurs de communication multimédia.

SITLOR sert à :

- mettre en valeur l'offre touristique du territoire par l'accès à un réseau d'acteurs unis pour valoriser le capital touristique de la région,
- rendre les informations consultables par plus de 40 Offices de Tourisme en Lorraine,
- alimenter près d'une quinzaine de sites Internet (www.tourisme-lorraine.fr ; www.moselle-tourisme.fr ; www.tourismepro.cci57.fr ; www.bonjourdefrance.com ...),
- faciliter le travail quotidien des Conseillers en Séjour (connaissances exhaustives et précises du territoire, informations de qualité et à jour),
- à l'édition des brochures régionales et départementales.



1 Processus orientés clients

Accueil - information

Bilan SITLOR



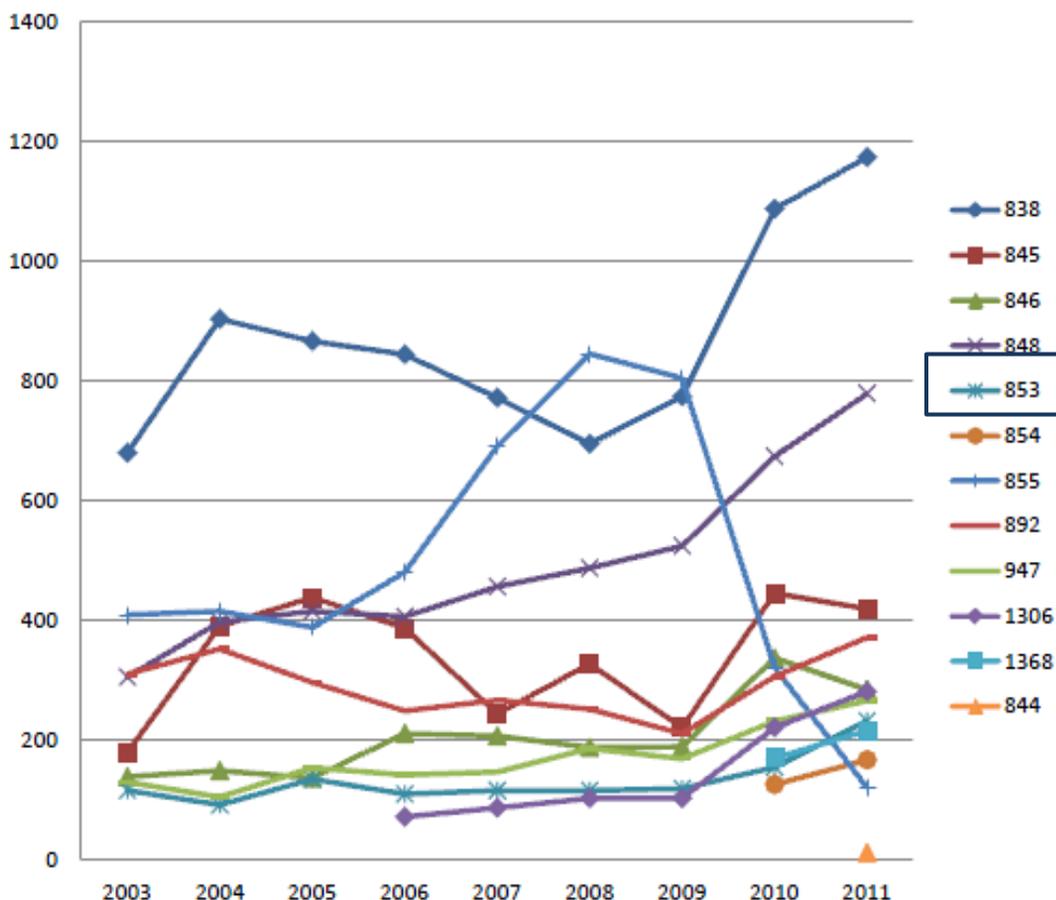
Production des fiches

L'Office de Tourisme assume pleinement son rôle au niveau régional, la production des fiches qui était restée stable depuis 2006 a largement progressée en 2011. L'ensemble de l'offre touristique du Pays de Bitche est présente dans SITLOR.

Le taux de production est passé de catégorie **FAIBLE** à catégorie **BON** avec un ratio de nombre de fiche/nombre de communes de 5,07 (le ratio départemental est de 5,92).

Evolution par producteur, en nombre de fiches.

Office de Tourisme du Pays de Bitche = 853



* Sources : Extrait de statistiques SITLOR 2011, Document édité par Moselle Tourisme

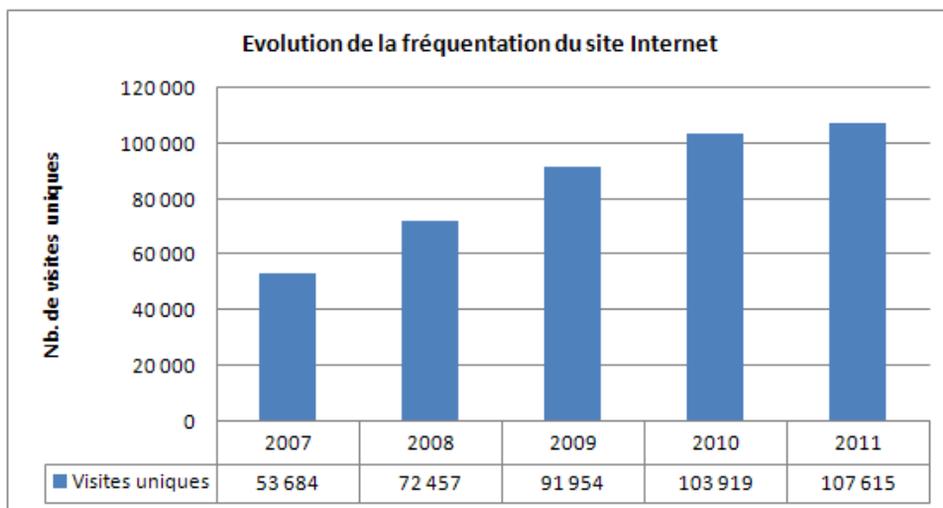


1 Processus orientés clients

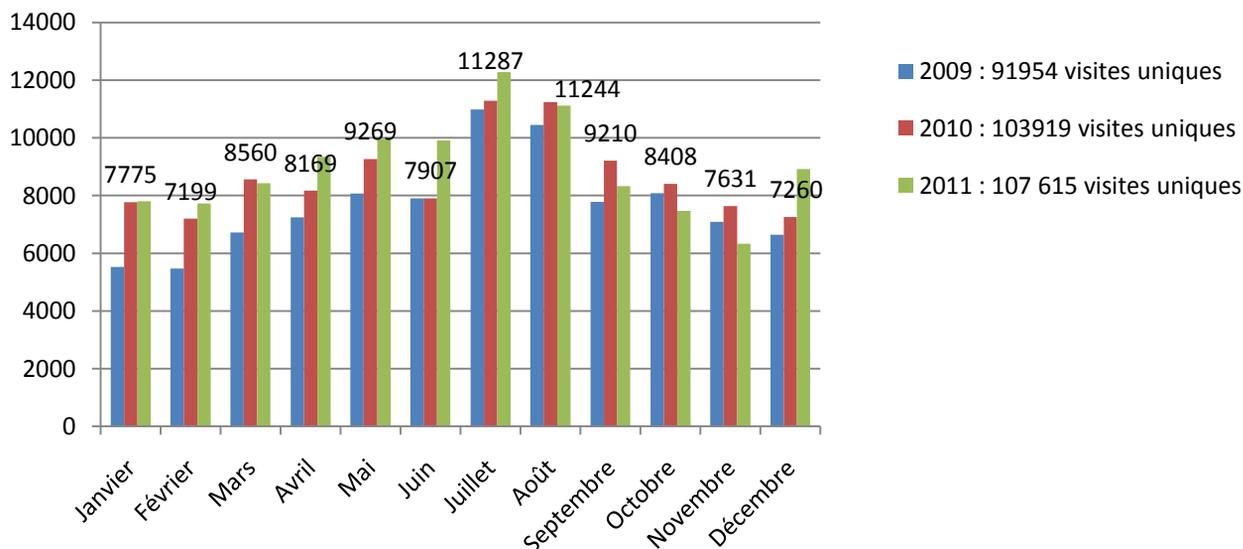
Accueil - information

Bilan du site Internet

La fréquentation de l'ancien site internet de l'Office de Tourisme, bien que plus à jour a poursuivi sa hausse avec 107 615 visites uniques * avec toutefois un léger tassement sur les derniers mois de l'année. A noter le nouveau site a été mis en ligne le 20 décembre 2011.



Fréquentation mensuelle site Internet



* Sources : www.1and1.fr

Visites uniques : un visiteur est comptabilisé uniquement lorsqu'il ouvre plus d'une page et qu'il ne s'écoule pas plus de 30 minutes entre chacune des pages

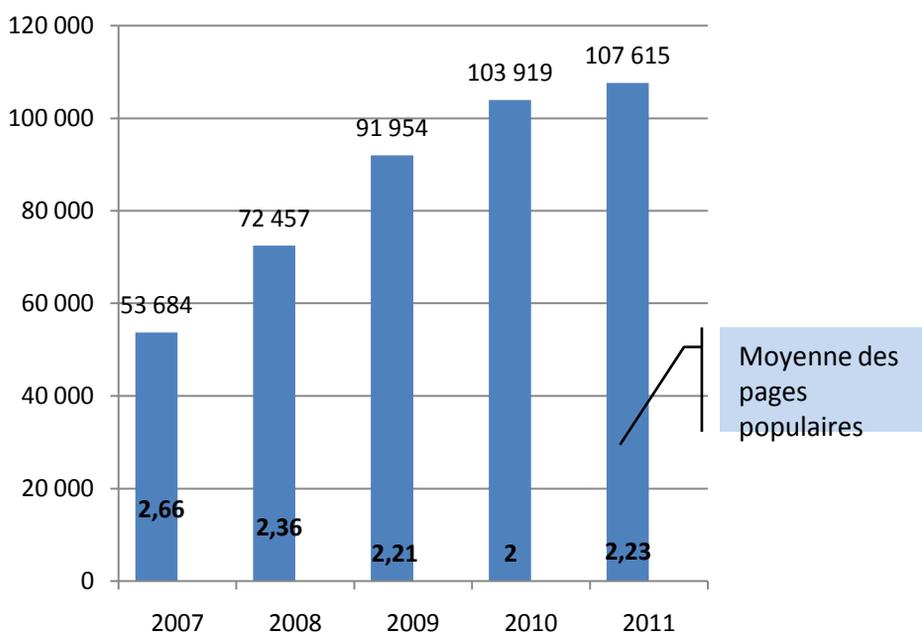
1 Processus orientés clients

Accueil - information

Bilan du site Internet

Pages populaires

Le nombre de pages populaires est à fin 2011 en augmentation, grâce notamment à la mise en ligne en décembre 2011 du nouveau site internet. De la même manière la moyenne des pages populaires remonte en fin d'année pour atteindre 2,23.



Top 10 des pages populaires

Le Top 10 des pages populaires apporte des renseignements sur les évolutions suivantes :

- la recherche d'informations sur les événements reste en 3^{ème} position en 2011
- la recherche d'informations sur la Citadelle arrive en 4^{ème} position
- le site verrier de Meisenthal arrive en 5^{ème} position

* Sources : www.1and1.fr

Pages populaires : pages les plus souvent vues

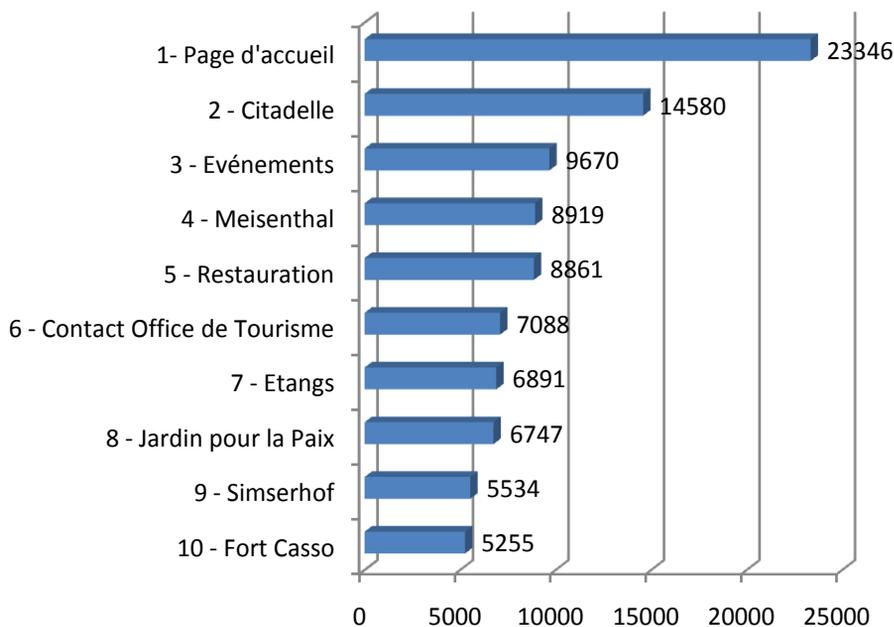


1 Processus orientés clients

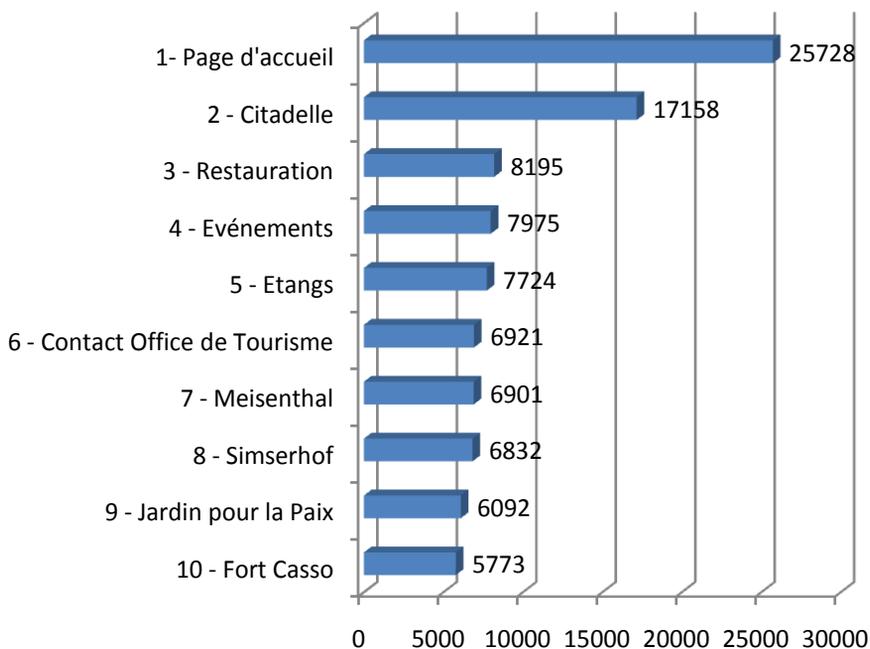
Accueil - information

Bilan du site Internet

Top 10 des pages populaires



Année 2010
Top 10 Pages populaires



Année 2009
Top 10 Pages populaires

* Sources : www.1and1.fr

Pages populaires : pages les plus souvent vues



1 Processus orientés clients

Accueil - information

1ères statistiques de fréquentation du nouveau site internet

Le nouveau site internet de l'Office de Tourisme a été mis en ligne le 20 décembre 2011. En 15 jours plus de 5 000 visites uniques enregistrées (sur la même période en 2010 : 2 705 visites uniques).

L'audience est au rendez-vous : hausse du nombre de pages visitées et 1,29 minutes de durée de présence moyenne par visite. Chaque visiteur visite en moyenne 6,04 pages contre 1,66 pages pour l'ancien site.

Du 20 décembre au 31 décembre 2010

Valeurs importantes

4512 Pages visitées

47 Secondes Durée de présence moyenne par visite

1.66 Pages par visiteur en moyenne

Du 20 décembre au 31 décembre 2011

Valeurs importantes

31440 Pages visitées ↗

1:29 Minutes Durée de présence moyenne par visite ↗

6.04 Pages par visiteur en moyenne ↗

* Sources : www.1and1.fr

2 Processus orientés territoire

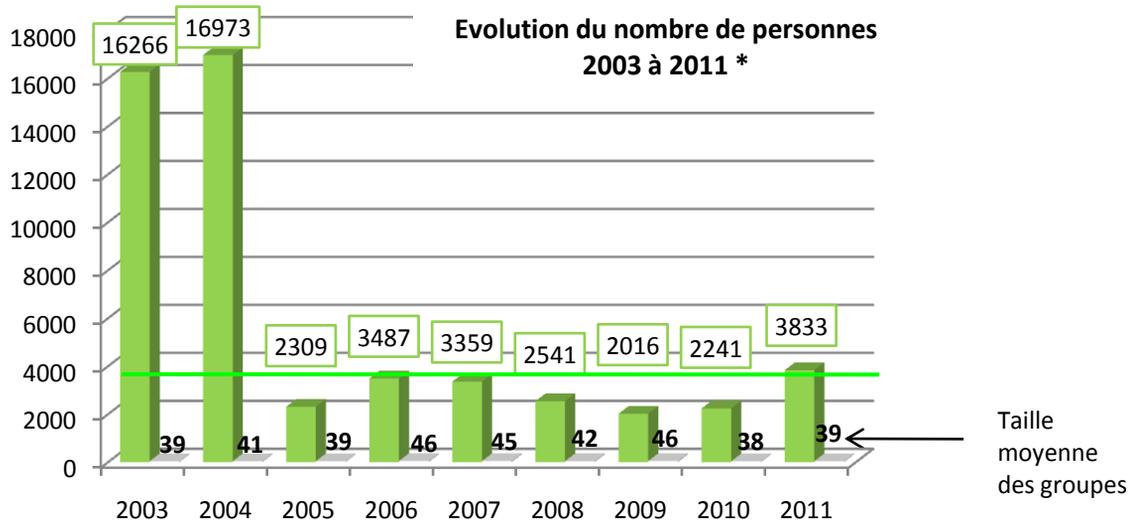
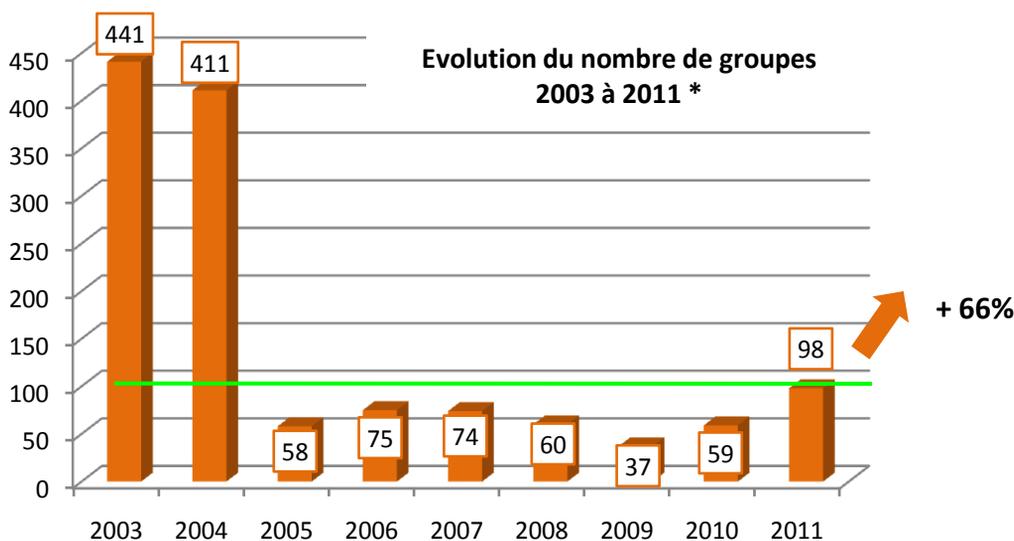
Commercialisation

Bilan du service groupes

Nombre de réservation et de groupes

Au cours de l'année 2011, le service groupe a enregistré 102 demandes de réservation et 4 annulations contre 60 réservations et 1 annulation en 2010. 98 groupes ont ainsi bénéficié du service de réservation, soit 38 groupes de plus que l'année précédente.

Le nombre de personnes ayant visité les sites suite à une réservation à l'Office de Tourisme s'élève à 3 833 personnes en 2011 (2 241 en 2010). La taille des groupes est stable : 39 personnes en moyenne. L'année 2011 est la meilleure année depuis les 7 dernières années.



* Les chiffres des années 2003 à 2008 sont ceux « retrouvés » à l'Office de Tourisme suite à l'analyse et à la compilation de différents documents : il n'a pas été possible de vérifier leur fiabilité à 100%

2 Processus orientés territoire

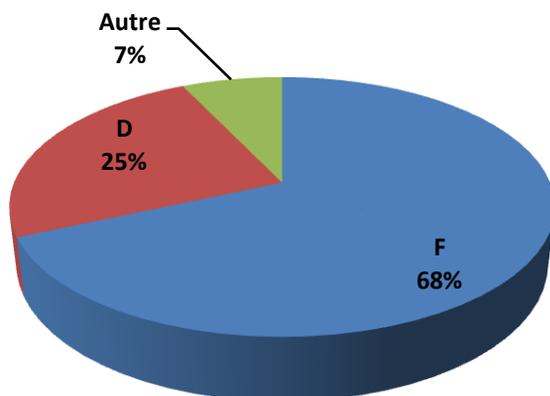
Commercialisation

Bilan du service groupes

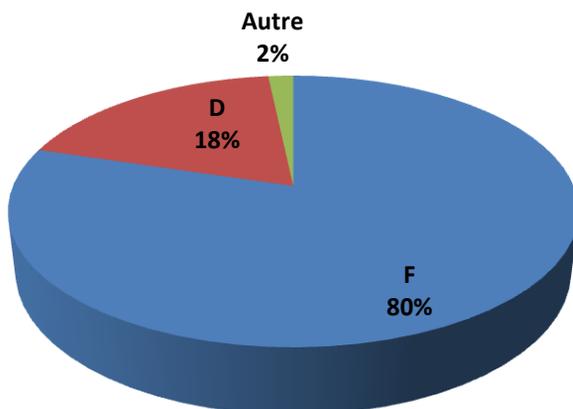
Provenance des visiteurs

En 2011, le nombre de groupes allemands est encore en hausse avec 25 % et celui de groupes français en baisse avec 68%. A noter la légère augmentation de groupes venant de Belgique et du Luxembourg.

Année 2011
Provenance des visiteurs



Année 2010
Provenance des visiteurs



* Sources : Tableau de bord Commercialisation OTIPB

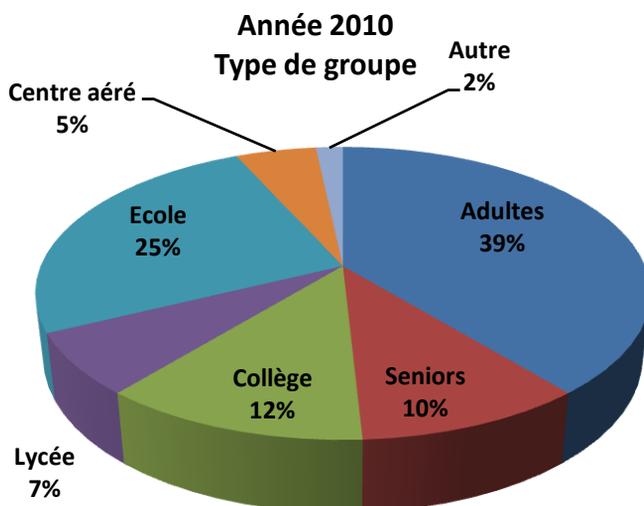
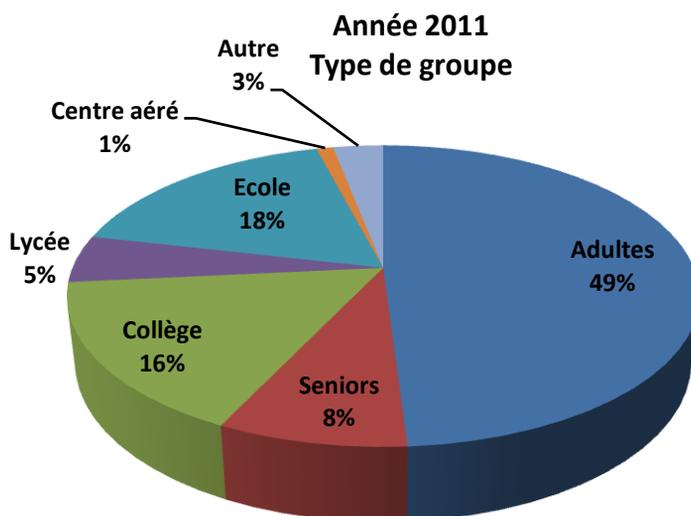
2 Processus orientés territoire

Commercialisation

Bilan du service groupes

Type de groupe

En 2011, les groupes scolaires représentent 40% des groupes accueillis. La clientèle « seniors » est en légère baisse. Les groupes « d'adultes » représentent 49 % de la clientèle.



* Sources : Tableau de bord Commercialisation OTIPB

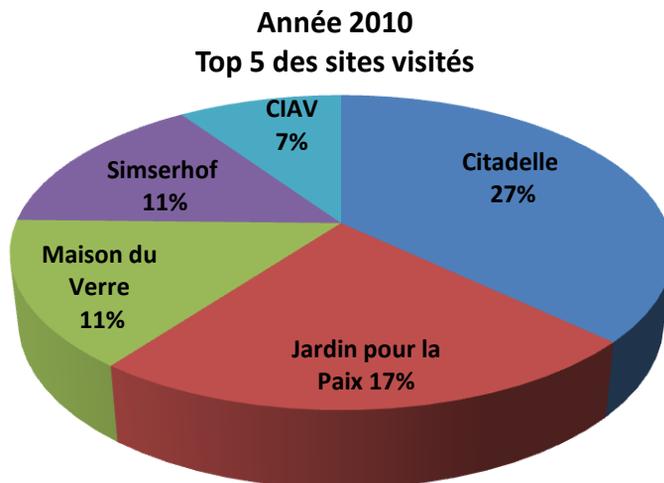
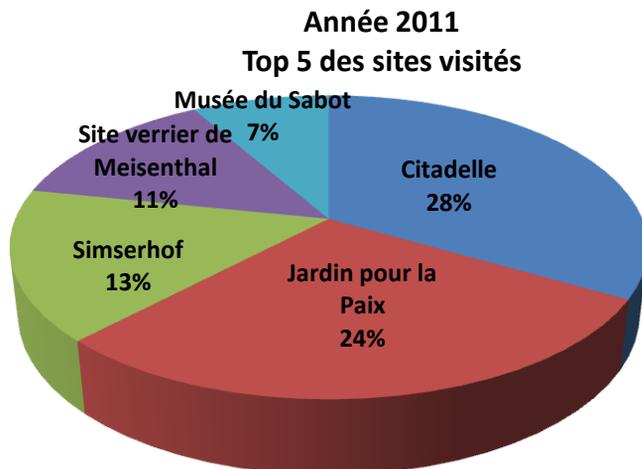
2 Processus orientés territoire

Commercialisation

Bilan du service groupes

Répartition des visites

En 2011 les sites les plus demandés dans le cadre de la vente des produits groupes commercialisés par l'Office de Tourisme sont : la Citadelle, le Jardin pour la Paix, le Simserhof, le site verrier de Meisenthal et le Musée du Sabot.



* Sources : Tableau de bord Commercialisation OTIPB

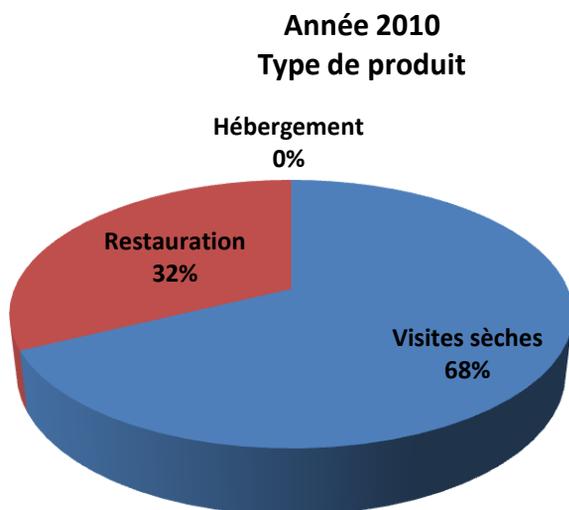
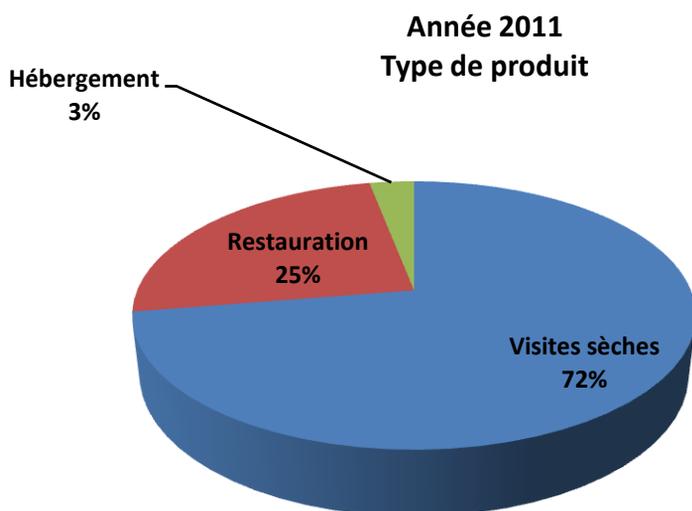
2 Processus orientés territoire

Commercialisation

Bilan du service groupes

Type de produit

En 2011, la tendance se confirme : les produits les plus vendus restent les excursions d'une journée avec uniquement des visites (72 % en 2011 contre 68 % en 2010). Les produits avec réservation d'un restaurant par le biais de l'Office de Tourisme baissent encore et passent de 32% à 25 %. L'Office de Tourisme a vendu 3% de séjours avec hébergement en 2011.



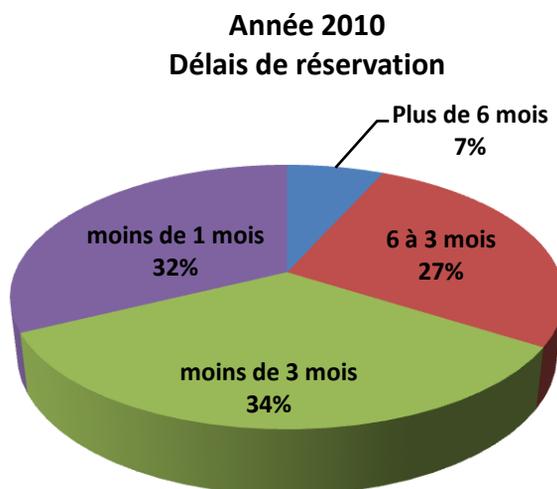
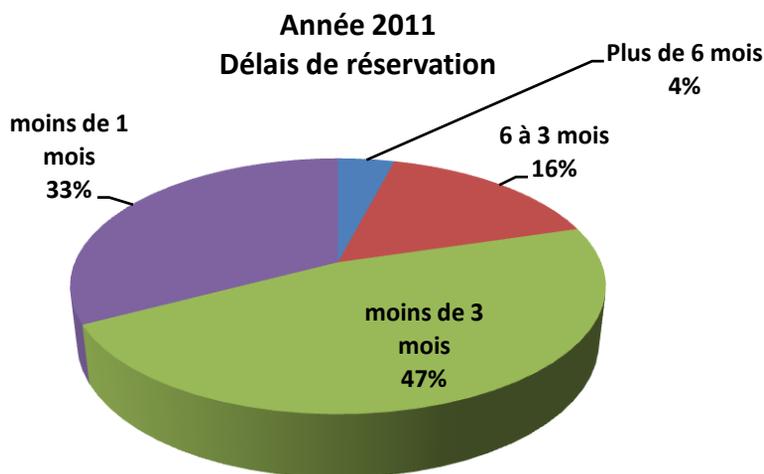
2 Processus orientés territoire

Commercialisation

Bilan du service groupes

Délais de réservation

De manière encore plus marquée qu'en 2010, la tendance des réservations en dernière minute se confirme auprès de la clientèle « groupes » : 80 % des groupes ont réservé moins de 3 mois avant leur date de sortie ou de séjour. Les réservations entre 3 à 6 mois ne concernent plus que 20% des groupes alors qu'il y a encore quelques années le chiffre était de 50%.



* Sources : Tableau de bord Commercialisation OTIPB

2 Processus orientés territoire

Commercialisation

Actions de développement de l'activité commercialisation

Adhésion au « ClubLorTour » du Comité Régional du Tourisme

L'Office de Tourisme a renouvelé son adhésion 2011 au « ClubLorTour » du Comité Régional du Tourisme.

Organisé autour d'un travail partenarial, ce club a pour objectif de constituer une offre groupe régionale et d'en assurer la promotion par différents moyens tels que l'édition d'un document régional regroupant l'offre groupe, la participation à des salons professionnels, l'organisation de workshops ...

Pour alimenter le catalogue du Comité Régional du Tourisme le service groupe a retravaillé les 2 produits présents au catalogue :

- un séjour de 1,5 jours : « Du canon à la fleur d'Or » avec visites du Simserhof, de la Citadelle et du Jardin pour la Paix
- un séjour de 2 jours : « Bois, cristal ...secrets de savoir-faire » avec visites du Musée du Sabot, du Moulin d'Eschviller, de la Maison du Verre, du CIAV et de la Fromagerie la Ligne Bleue.

Un 3^{ème} produit « Faïences et cristal » a été proposé en partenariat avec l'Office de Tourisme de Sarreguemines avec une visite de la Grande Place Musée du Cristal Saint-Louis.

Ces produits sont destinés au démarchage de la clientèle groupe par le biais des opérations mises en œuvre par le Comité Régional du Tourisme et servent de « produits d'appel » pour le territoire.

Groupe de travail : développement de l'activité groupe de l'OTIPB



Début d'année 2011 la création d'un groupe de travail dédié au développement de l'activité groupe de l'Office de Tourisme a permis de mener une cartographie de la valeur sur le processus « Commercialisation de produits groupes » et de mettre en œuvre un plan d'action avec 70 actions à mettre en œuvre sur 2 ans.

Objectifs :

- relancer de manière professionnelle l'activité groupe en garantissant un maximum de satisfaction pour le client tout en optimisant le temps passé en interne,
- faciliter la formation pour développer à l'avenir la polyvalence au sein de l'équipe,
- préparer la démarche qualité pour n'avoir plus qu'à formaliser le fonctionnement de l'activité groupes.

2 Processus orientés territoire

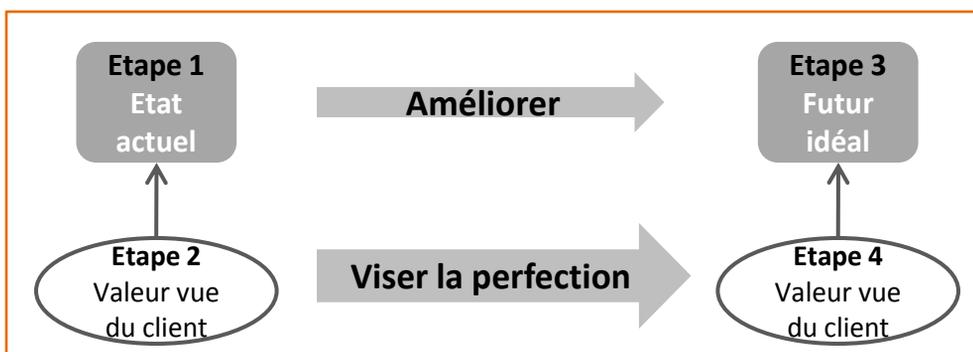
Commercialisation

Actions de développement de l'activité commercialisation

Groupe de travail : développement de l'activité groupe de l'OTIPB (suite)



Méthode utilisée : analyse de la valeur et cartographie de processus



Résultats obtenus :

- 10 problèmes ont été résolus et 11 points de vigilance ont été mis sous contrôle,
- création et suivi mensuel du tableau de bord groupes,
- objectifs atteints à 100 % pour le nombre de groupes,
- objectifs atteints à 55 % pour le respect des délais ,
- 40 actions mises en œuvre sur les 70 du plan d'action,
- une organisation plus efficace et plus réactive en phase avec les attentes de la clientèle.

2 Processus orientés territoire

Commercialisation

Actions de développement de l'activité commercialisation

Progrès continu : questionnaire de satisfaction prestataires



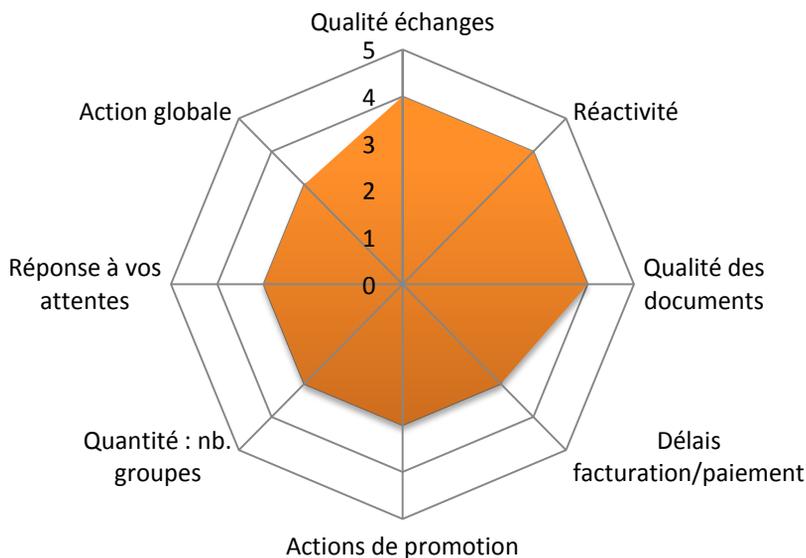
Dans le cadre de la démarche de progrès continu un questionnaire de satisfaction a été expédié en fin d'année 2011 aux prestataires ayant conventionné avec l'Office de Tourisme pour la commercialisation de produits groupes.

Taux de retour du questionnaire de satisfaction : 11 %.

Nos partenaires ont évalué l'Office de Tourisme sur les points suivants :

- qualité des échanges avec l'équipe de l'Office de Tourisme,
- réactivité : délais de traitement des questions/demandes,
- qualité des documents réceptionnés,
- délais de facturation, paiement,
- actions de promotion engagées par l'Office de Tourisme,
- quantité : nb. de groupes en 2011,
- réponse à vos attentes,
- action globale de l'Office de Tourisme.

Evaluation processus commercialisation groupes 2011



2 Processus orientés territoire

Commercialisation

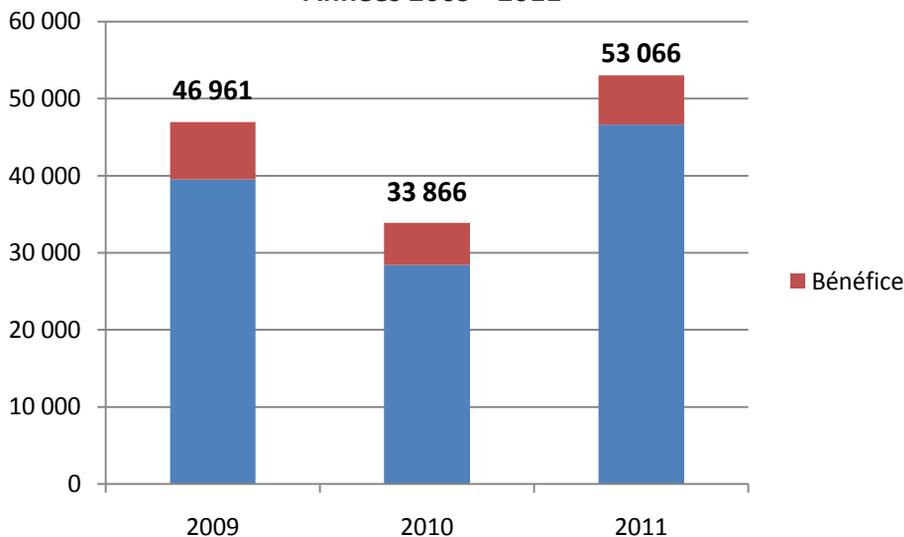
Bilan du service groupes

Chiffre d'affaire et bénéfice service groupes

Pour l'année 2011 le chiffre d'affaire s'élève à 53 006 € de retombées directes pour le Pays de Bitche. Pour l'Office de Tourisme, le bénéfice provenant de l'activité de commercialisation de produits groupes est de 6 379 €.

Par rapport à l'année 2010, le chiffre d'affaire 2011 est en hausse de près de 60% et le bénéfice de près de 20%.

**Evolution chiffre d'affaire – bénéfice
Années 2009 - 2011**



Autres activités de commercialisation

Boutique

Le petit espace boutique à l'Office de Tourisme permet d'assurer la vente de quelques ouvrages de librairie, des cartes de randonnées et du guide « Balades dans le Pays de Bitche » du Club Vosgien. L'activité boutique représente pour 2011 un chiffre d'affaire de 4 210 €.

Billetterie

L'Office de Tourisme a assuré la billetterie pour différents acteurs au cours de l'année 2011 :

- pour la billetterie du spectacle les « Malgré-Nous » en juillet 2011 à Baerenthal l'Office de Tourisme a vendu plus de 1 300 billets à Bitche,
- pour le concert Bitche Party, l'Office de Tourisme a vendu près de 200 billets,
- la billetterie « relais » pour le compte de l'Espace Cassin a permis la vente de 224 billets.

En 2011, pour la billetterie, l'Office de Tourisme a encaissé un total de 22 130 euros entièrement reversés aux différents organisateurs.

2 Processus orientés territoire

Coordination des acteurs

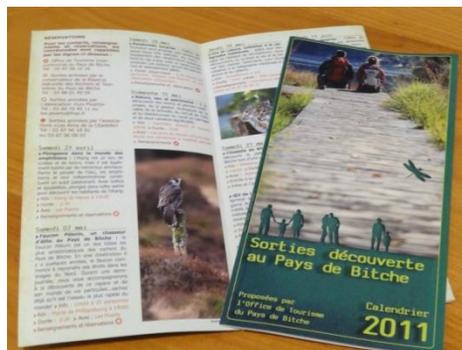
Nouveauté 2011

Sorties nature

Dans le cadre de sa mission de coordination des acteurs, l'Office de Tourisme a centralisé et organisé un vaste programme de sorties découvertes au Pays de Bitche du mois d'avril à la mi-octobre 2011.

En partenariat avec le Parc Naturel des Vosges du Nord, l'Association Les Piverts, le Club Vosgien, l'Association « Les Amis de la Citadelle » et nos partenaires touristiques, 48 sorties guidées ou accompagnées ont été proposées et regroupées dans un calendrier édité et diffusé par l'Office de Tourisme (6000 exemplaires).

Sur les 48 sorties, 4 ont été annulées soit en raison de la météo, soit par manque de participants. Au total plus de 450 personnes ont assisté à ces sorties découvertes avec une moyenne de participants de 12 personnes par sortie. Quelques sorties ont attiré plus de 40 personnes et le bilan est largement positif notamment auprès du public qui a fort apprécié cette programmation.



Calendrier des manifestations

Afin de porter à la connaissance d'un plus vaste public les nombreuses manifestations se déroulant tout au long de l'année, l'Office de Tourisme a édité tous les mois un calendrier des manifestations.

Ce calendrier a été diffusé chaque mois à :

- 72 Offices de Tourisme (Lorraine et Alsace),
- 46 Mairies (Communauté des Communes du Pays de Bitche et Communauté des Communes de Rohrbach-lès-Bitche),
- 50 prestataires touristiques (sites, hébergeurs)
- 15 partenaires en Allemagne.

2 Processus orientés territoire

Coordination des acteurs

Soirée de lancement du site internet

La soirée de lancement du site internet de l'Office de Tourisme s'est tenue le 12 décembre 2011 au Centre de Jeunesse à Baerenenthal. Près de 50 personnes ont découvert en avant première les fonctionnalités du nouveau site internet et son impressionnant panorama de découverte à 360°.

Présentation de la soirée de lancement

<http://prezi.com/28vcb1d72hob/12-decembre-2011/>

Article Républicain Lorrain du 20 décembre 2011

Bitche

TOURISME office intercommunal du pays de bitche

Promouvoir le territoire en trois clics

Le nouveau site internet de l'office intercommunal du Pays de Bitche a été présenté aux élus et aux partenaires au centre jeunesse de Baerenenthal. Il est accessible au public dès aujourd'hui.

Des couleurs vives, de nombreuses photos, dont des panoramiques, une charte graphique lisible et des fiches pratiques. Le nouveau site internet de l'Office Intercommunal du Pays de Bitche était attendu. Il a fallu près d'une année pour faire table rase du passé, composer une nouvelle structure ludique et efficace. L'équipe de l'office, dirigée par Corinne Gangloff, a présenté ce nouvel outil de communication indispensable aux élus et aux partenaires au centre jeunesse de Baerenenthal. Jean-Paul Droval, le président de l'OT, a rappelé « le travail colossal pour mêler modernité, interactivité, performances tant pour les touristes que pour les professionnels du tourisme ». Il détaille : « Nous avons eu recours à toutes les nouvelles technologies possibles. En trois clics, les visiteurs accèdent à toutes les informations sur le territoire avec des fiches de présentation consultables, lisibles, complètes. Nous sommes interconnectés avec l'office, le site officiel du tourisme en Lorraine. »



Jean-Paul Droval, président de l'OT, a présenté aux élus le nouveau site en ligne dès aujourd'hui.



Delphine Descouvrières (à gauche) et les membres de l'Office de Tourisme ont réalisé le site internet.

Découvertes, séjours et loisirs

« Le chantier n'a pas été évident, car l'offre est importante sur le territoire. Nous proposons 300 fiches de présentations. Depuis le 10 mai, 500 fiches de manifestations et d'événements ont été éditées », précise Delphine Descouvrières, chargée de la promotion et de la communication à l'office. « Nous avons un nouveau logo qui court sur toutes les pages du site, une photo en arrière-plan, des boutons dynamiques en français, allemand et anglais. Les traductions en langues étrangères sont en cours », ajoute-t-elle. Le site est divisé en trois grands chapitres : les découvertes, les

visites à 360°

L'une des particularités du site est la visite à 360°. « Nous montrons ici sur la beauté du territoire. Depuis le plateau de la citadelle de Bitche, le visiteur peut localiser les sites. Il tombe sur la pacifique musée du Sabot à Soultz. Il clique et lit la fiche. Les producteurs, les artisans, les hôteliers, les

restaurants sont également représentés. Sans oublier les gîtes, les chambres d'hôtes. En moyenne, nous proposons trois photos par lieu », détaille-t-elle. Le site fait également la part belle aux hébergements insolites comme les huttes de Tégapac, les gîtes du moulin de Baerenenthal ou encore les roulettes du camping de Mulhenbach. Le projet pour 2012 : la mise en place d'une boutique en ligne.

Cette nouvelle fenêtre sur la table devrait dynamiser la fréquentation touristique du Pays de Bitche, car il donne envie de s'y aventurer... Allez-y, visitez-le : le site ouvre aujourd'hui au public. Contact : www.ot-paysdebitche.com

Invitation



Le Président Jean-Paul Droval, le Comité de Direction et toute l'équipe de l'Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Bitche ont le plaisir de vous convier en avant-première à la **présentation du nouveau site internet** :

le **lundi 12 décembre 2011 de 18h30 à 19h30** au Centre de jeunesse de Baerenenthal (bâtiment d'accueil).
Un verre de l'amitié sera servi à l'issue de la présentation.

Venez découvrir avant sa mise en ligne, le nouvel outil de promotion et de communication du Pays de Bitche.



Veuillez confirmer votre présence avant le 02 décembre au : 03 87 06 16 16 ou par e-mail à l'adresse suivante : office.tourisme.bitche@wanadoo.fr



Article issu du Plein Feux – Moselle Tourisme (avril 2012)

COMMUNICATION ET PROMOTION

Un nouveau site internet pour le Pays de Bitche

L'Office de Tourisme du Pays de Bitche a lancé officiellement son nouveau site internet à la fin de l'année 2011. Ce nouvel outil vient remplacer l'ancien qui ne reflétait pas le nouveau territoire né de la fusion de 3 Offices de Tourisme. L'actuel site, très complet, se distingue par son esthétique. Côté ergonomie, la fluidité est au rendez-vous avec une arborescence que l'on utilise en toute simplicité à partir de trois boutons (découvertes, séjours, loisirs) pour accéder aux informations principales. A signaler, un spectacle panoramique interactif qui permet de se « balader » à partir de la Citadelle de Bitche. www.ot-paysdebitche.com

INITIATIVES

2 Processus orientés territoire

Développement touristique

Nouveauté 2011

Test Center du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord



Dans le cadre du développement des activités de pleine nature et afin de renforcer notre axe de développement de la randonnée pédestre, l'Office de Tourisme du Pays de Bitche s'est porté candidat pour l'accueil à Bitche du Test Center du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord.

Ce concept innovant, permet de proposer à la location gratuite un stock de matériel de randonnée pédestre haut de gamme (chaussures, vestes, sac à dos, jumelles, porte bébé) mis à disposition par les marques partenaires.

L'accueil du Test Center du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord au Pays de Bitche va permettre à l'Office de Tourisme de donner un nouvel élan au territoire.

L'Office de Tourisme souhaite pouvoir inscrire cette action dans la durée pour :

- relancer l'activité touristique autour de la randonnée
- développer la fréquentation touristique auprès du public germanophone connaissant le produit et auprès du public français à conquérir par la nouveauté du concept
- étendre la saison touristique, la randonnée pouvant se pratiquer toute l'année
- bénéficier d'un coup de projecteur « rando » sur le territoire
- développer un partenariat privilégié avec le Club Vosgien
- fédérer l'ensemble de nos partenaires autour d'une thématique phare
- échanger nos expériences avec d'autres régions
- développer une démarche innovante
- lancer la commercialisation de produits thématiques alliant randonnée/balade et découverte du patrimoine
- renforcer notre rôle de conseiller en séjour, en tourisme, en loisirs ...
- développer les compétences du personnel
- proposer à la population locale une autre manière de pratiquer la randonnée et la découverte du territoire (accès privilégié au Test center).

2 Processus orientés territoire

Développement touristique

Nouveauté 2011

Test Center du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord



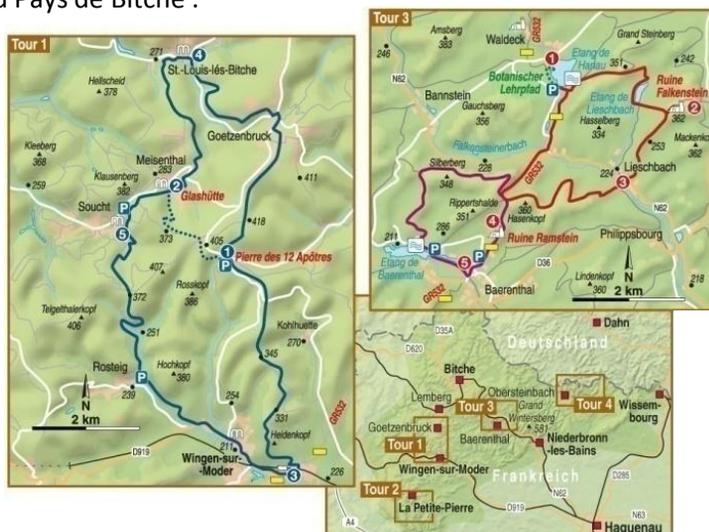
Après 2 mois de préparation en étroite collaboration avec l'équipe du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord, ce Test Center, équipement unique de ce genre en France a été inauguré au mois de mai 2011. De mai à novembre 2011 16 locations ont été enregistrées concernant 22 personnes qui ont ainsi bénéficié du service de location de matériel de randonnée du Test Center.



Circuits de randonnée pédestre Best of Wandern

4 circuits de randonnées pédestre Best Of Wandern ont été labélisés sur le territoire du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord dont 2 au Pays de Bitche :

- circuit 1 : sur les traces des verriers et des sabotiers (2 boucles au départ de Meisenthal et Wingen sur Moder),
- circuit 3 : au cœur de la Réserve de biosphère de l'UNESCO (2 boucles au départ de Baerenthal et de l'étang de Hanau).



3 Processus de pilotage

Pilotage stratégique

Comité de Direction

Le Comité de Direction de l'Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Bitche, composé de 9 représentants de la Communauté de Communes et de 8 représentants des organismes locaux intéressés à l'activité touristique, s'est réuni à 5 reprises en 2011 sous la présidence de Monsieur Jean-Paul Droval :

- 22 février 2011 (12 membres présents)
- 19 avril 2011 (12 membres présents)
- 20 juin 2011 (10 membres présents)
- 30 août 2011 (14 membres présents)
- 08 novembre 2011 (10 membres présents).

Réunion des commissions de travail

Les Commissions de travail se réunissent au cours de l'année en fonction de l'avancement des dossiers.

Commissions permanentes	Commissions temporaires
<ul style="list-style-type: none">▪ Finances, marchés publics▪ Promotion, Communication▪ Découverte, mise en valeur du patrimoine▪ Qualité	<ul style="list-style-type: none">▪ Site Internet▪ Stratégie de développement touristique▪ Projet nouveau local

Au cours de l'année 2011 nous avons organisé une réunion conjointe de la Commission Finances, Marchés publics et de la Commission Internet afin de procéder au choix du prestataire pour la création du site Internet ainsi qu'une réunion de la Commission Finances, Marchés publics afin de définir les nouvelles modalités de partenariat avec les acteurs touristiques.

3 Processus de pilotage

Pilotage stratégique

Participation au réseau des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative

FNOTSI 2011 :

- renouvellement de l'adhésion à la Fédération Nationale des Offices de Tourisme afin de pouvoir bénéficier de l'accès au portail Internet www.tourisme.fr et à l'Intranet www.fnotsi.fr (veille juridique et sociale dédiée aux Offices de Tourisme), d'être destinataire de la newsletter des Offices de Tourisme,
- participation à la Commission nationale EPIC d'Offices de Tourisme de France,
- participation au Congrès National des Offices de Tourisme de France à la Rochelle,



- présentation du regroupement des Offices de Tourisme au Pays de Bitche lors de l'Atelier EPIC : transformation de l'Office de Tourisme en EPIC du Congrès National des Offices de Tourisme de France à la Rochelle.

⇒ Atelier EPIC : Transformation de l'Office de Tourisme en EPIC

Animé par Guy VALEMBOS (Directeur de l'Office de Tourisme de l'Agglomération Havraise, responsable de la commission EPIC) et l'expertise d'Aldo SEVINO du cabinet Delsol et Associés. Avec le témoignage réseau de Corinne GANGLOFF (Directrice de l'Office de Tourisme du Pays de Bitche), Florence PAOLETTI (Directrice de l'Office de Tourisme de Tueil Malmaison), Nicolas JABAUDON (Directeur de l'Office de Tourisme Médoc Océan), Jean Paul CESAR (Directeur de l'Office de Tourisme de Fleury d'Aude) et de Philippe MONCELET (Directeur de l'Office de Tourisme de Leucate).



Atelier EPIC
Echange d'expérience
Congrès La Rochelle
07 octobre 2011

Création de l'Office de
Tourisme Intercommunal
du Pays de Bitche



<http://prezi.com/zm9zmhxqazmk/atelier-epic/>

FROTSI Lorraine 2011 :

- renouvellement de l'adhésion à la FROTSI Lorraine avec accès à l'Intranet des Offices de Tourisme Lorrain, aux travaux engagés dans le domaine de la GPEC et aux nombreuses actions de formation proposées. La FROTSI Lorraine intervient également dans le domaine de la qualité pour les Offices de Tourisme,
- participation aux réunions des Directeurs lorrains d'Offices de Tourisme,
- participation à l'Assemblée Générale le 28 mai 2011 à Clermont en Argonne.

UDOTSI Moselle 2011 :

- renouvellement de l'adhésion à l'Union Départementale des OTSI de Moselle,
- participation à l'Assemblée Générale le 30 avril 2011 à Metz,
- participation à la Journée du Réseau le 19 novembre à Forbach.



Gestion des ressources humaines

Equipe de l'Office de Tourisme

Au cours de l'année 2011 l'Office de Tourisme a employé les personnes suivantes :

- Cindy DANNENHOFFER, Conseiller en séjour (CDI en congés parental 80 %),
- Delphine DESCOURVIERES, Chargé de promotion/Communication (Mise à disposition CCPB 80 %)
- Hélène GOMEL, Conseiller en séjour (CDI 100 %),
- Anne MULLER, Comptable (CDI 34 %),
- Géraldine MULLER, Conseiller en séjour (CDI 100 %),
- Paulette REBMANN, Adjoint de Direction (CDI 100 %),
- Corinne GANGLOFF, Directeur (CDD 100%).

L'effectif permanent a été renforcé par l'accueil de 2 jeunes en alternance :

- Sophie ENSMINGER en contrat de professionnalisation, Conseiller en séjour
- Christelle RENNAR en apprentissage, Conseiller en séjour.

L'équipe en 2011 est donc composée de 9 collaborateurs qui représentent en équivalent temps plein 7,94 personnes.

L'Office de Tourisme a également accueilli plusieurs stagiaires :

- Marie OHLMANN du 22 mars au 31 mars 2011 : préparation des documents pour l'analyse de l'appel d'offre éditions touristiques et réalisation de tableaux de synthèse, divers travaux graphiques (Bac Pro Services en Milieu Rural),
- Jodie ROHMER du 03 octobre au 28 octobre 2011 : mise à jour manuel d'accueil, réalisation mailing calendrier des manifestations, accueil et information, divers travaux administratifs (BTS Tourisme),
- Léa DUNON du 28 novembre au 17 décembre 2011 : travaux graphiques pour le site internet, revue de presse, traitement des demandes d'information (BTS Tourisme).

Rédaction des fiches de poste



objectif GPEC

Suite au regroupement des 3 Offices de Tourisme et à la nouvelle organisation mise en place, les mois de janvier et février 2011 ont été consacrés à la rédaction des fiches de poste détaillées pour chaque poste avec toutes les informations requises dans le cadre d'une démarche des gestions des emplois et des compétences et de la future démarche qualité : mission, données d'entrée et de sortie, moyens, responsabilité du titulaire, degré d'autonomie et de représentation, activités clés, compétences requises, indicateurs de performance, connaissance requises et savoirs associés, relations du titulaire avec le supérieur hiérarchique et avec l'extérieur.

3 Processus de pilotage

Gestion des ressources humaines

Formation du personnel



objectif

QUALITÉ
TOURISME

objectif GPEC

objectif nouveau
classement

Plan de formation 2011

En 2011, 367 heures de formation ont été suivies par le personnel de l'Office de Tourisme sur un total de 549 heures initialement prévues au plan de formation. Ces formations sont indispensables pour assurer la professionnalisation de la structure et renforcer les compétences du personnel.

Formation externe (avec un organisme de formation) :

308 heures ont été consacrées à des actions de formation externe, ce qui représente 31 départs en formation pour une équipe de 9 personnes.

Les thèmes abordés en formation externe sont les suivants :

Informatique	Word fonctions avancées
	Powerpoint
Métier	SITLOR module personnalisé
	Animateur Numérique du Territoire
	CMS Nina site internet
	e-marketing et web éditorial
	L'Office de tourisme du futur
	Démarche commerciale
	Organiser des produits/visites insolites
	Ateliers qualité
	Créativité et management
Législation	Convention collective des OTSI
	Mise en place convention d'objectifs
	Chaîne graphique

Formation internes :

59 heures ont été consacrées à des actions de formation interne essentiellement autour de différents éductours :

Pays de Bitche	Circuits du Club Vosgien
Pays de Bitche-Sarreguemines-Sarralbe	Eductour Sarreguemines
Alsace	Eductour ouverture musée Lalique
Comité Régional du Tourisme	Séminaire SITLOR

Taux de satisfaction 2011

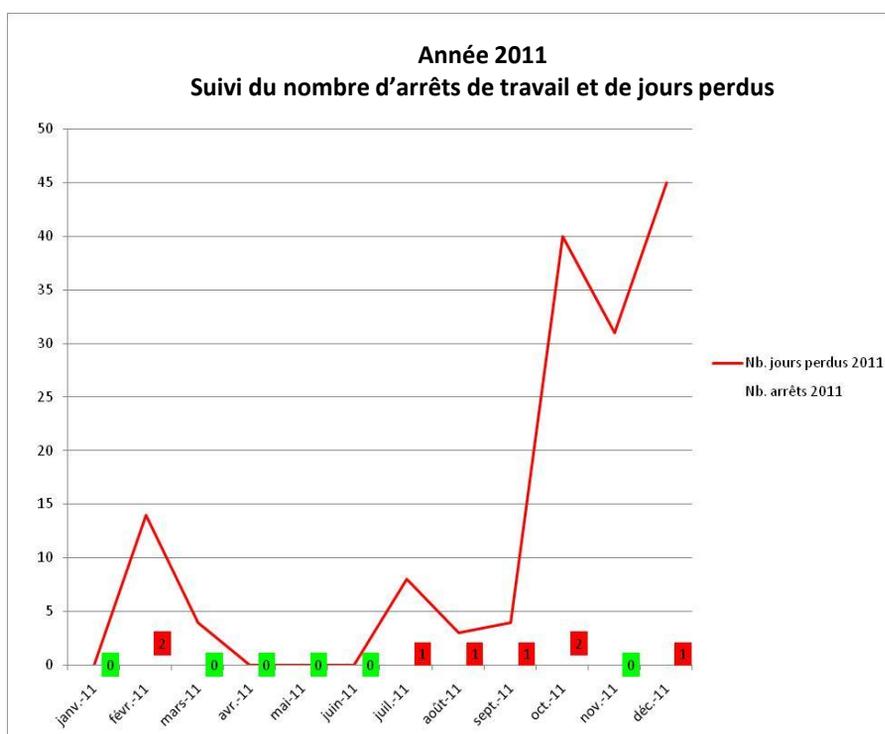
Le taux de retour des fiches d'évaluation de la formation externe est de 80 % en 2011 pour un taux de satisfaction de 65 %.

3 Processus de pilotage

Gestion des ressources humaines

Indicateurs absentéisme

L'année 2011 a été marquée par un grand nombre de jours perdus avec un total de 141 jours perdus. Au total 8 arrêts de travail ont été enregistrés dont 3 pour hospitalisation. Seuls 6 mois de l'année se sont déroulés sans arrêts.



Note : sont inclus dans le calcul du nombre de jours perdus les arrêts maladies, les arrêts maladies suite à accident du travail, les jours d'absence pour enfants malades, les congés pathologiques et les absences injustifiées. Seules les absences > à une demi-journée sont prises en compte. Les congés maternité et congés parentaux ne sont pas inclus.

Réunions d'équipe et réunion du personnel

Au cours de l'année 2011 ont été organisées 5 réunions du personnel avec comme principale difficulté d'arriver à organiser ces réunions en pleine saison estivale. Les réunions se déroulent en 2 temps : un temps d'information du personnel et un temps d'échange en fin de réunion.

Le compte-rendu des réunions permet aux personnes absentes au moment de la réunion de pouvoir prendre connaissance des différents points abordés.

3 Processus de pilotage

Budget

Budget 2011

Budget 2011 section de fonctionnement

Le compte administratif 2011 fait apparaître pour cet exercice un excédent d'exploitation de 12 593 € en section de fonctionnement.

Budget 2011 section d'investissement

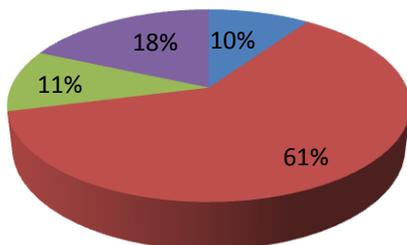
Les investissements prévus en 2011 concernant la création du site internet de l'Office de Tourisme ont été reportés sur l'année 2012, la mise en ligne du site internet étant intervenue courant du mois de décembre 2011.

	Budget primitif 2011	Compte administratif 2011
Section fonctionnement		
Dépenses	388 726	383 865
Recettes	388 726	396 458
Section investissement		
Dépenses	37 750	0
Recettes	37 750	0

Compte administratif 2011

Dépenses

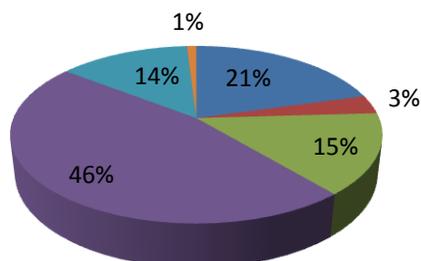
- Frais de fonctionnement
- Charges personnel
- Frais Info-Promo-Com
- Commercialisation



Compte administratif 2011

Recettes

- Commercialisation
- Taxe de séjour
- Autres subventions
- Participation acteurs touristiques
- Participation CCPB
- Excédent d'exploitation reporté



3 Processus de pilotage

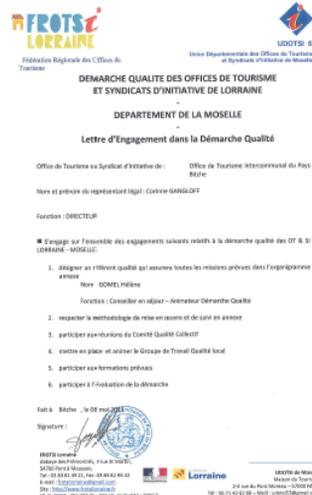
Système qualité

Engagement dans la démarche qualité

L'Office de Tourisme s'est engagé officiellement dans la démarche qualité collective animée par la FROTSI Lorraine et l'UDOTSI de la Moselle au mois de mai 2011.

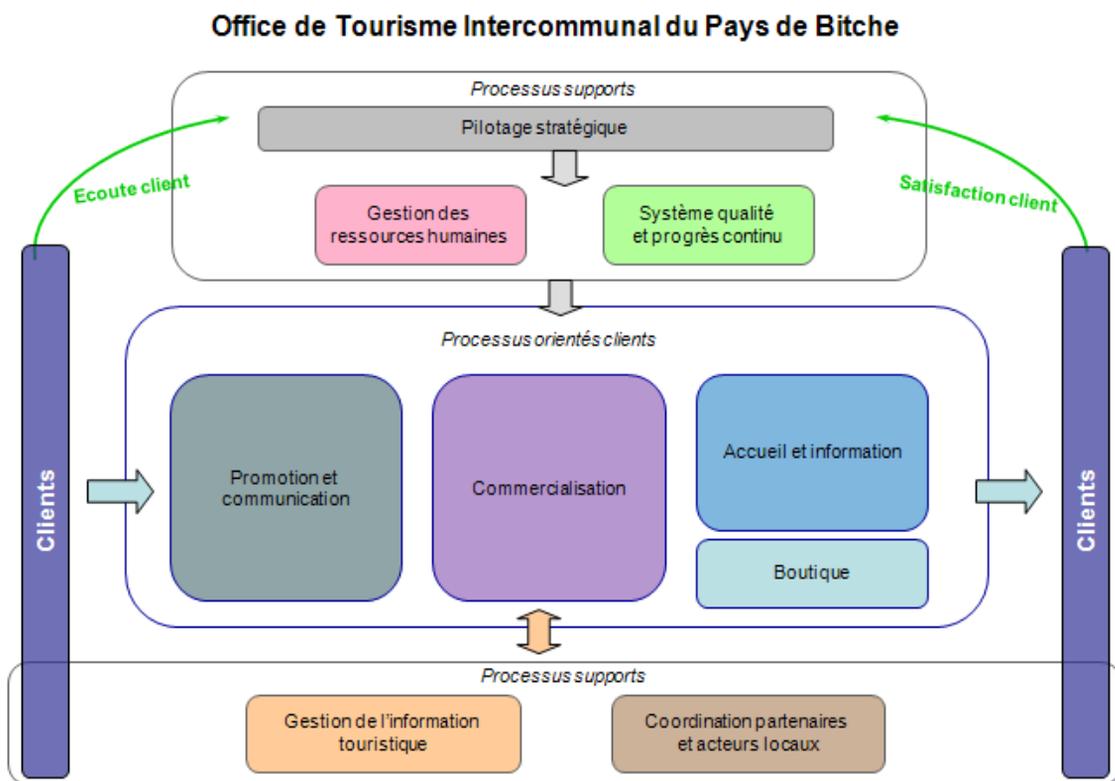
L'Office de Tourisme s'engage à :

- désigner un référent qualité,
- respecter la méthodologie de mise en œuvre et de suivi en annexe,
- participer aux réunions du Comité Qualité Collectif,
- mettre en place et animer le Groupe de Travail Qualité local,
- participer aux formations prévues ,
- participer à l'évaluation de la démarche.



Définition de la cartographie des processus

Afin d'inscrire la démarche qualité dans une réelle démarche de progrès continu, il a été défini une cartographie des processus qui servira de base à la mise en œuvre de la démarche qualité.



3 Processus de pilotage

Système qualité

Ateliers qualité



Le personnel en charge de la mise en œuvre de la démarche qualité a participé aux ateliers suivants :

- atelier N° 1 en juillet 2011 : prise en main du logiciel d'autoévaluation « Les Exigences.com » et présentation des techniques de rédaction des procédures,



- atelier N°2 en septembre 2011 : techniques de rédaction politique qualité, manuel qualité et indicateurs qualité.

En direct des ateliers qualité animés par la FROTSI Lorraine et l'UDOTSI Moselle



Cartographie de la valeur

Au cours de l'année 2011, nous avons réalisé une cartographie de la valeur sur le processus « Commercialisation de produits groupes » dans le cadre du groupe de travail « Développement de l'activité commerciale groupes » (cf pages 45 et 46 du Rapport d'activité 2011).

4 Partenariats et participation à divers projets

Partenariats

Les partenariats ont été poursuivis avec Moselle Tourisme, le Comité Régional du Tourisme, le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord et les Offices de Tourisme de Moselle et de la proche Alsace.

De même avec nos partenaires de Zweibrücken et du réseau transfrontalier Sarre-Pfalz-Touristik. Au niveau transfrontalier ils ont été étendus grâce à un nouveau partenariat avec Vis-à-Vis, l'Association touristique Pays de Bade – Alsace - Palatinat.

L'Office de Tourisme a en outre participé aux réunions de travail du réseau « Plus Beaux Détours de l'Est »

Participation à divers projets

Au cours de l'année 2011, l'équipe de l'Office de Tourisme a poursuivi le travail en étroite collaboration avec la Communauté des Communes du Pays de Bitche sur le projet de construction des nouveaux locaux de l'Office de Tourisme. L'Office de Tourisme est également intervenu dans le cadre du projet d'étude portant sur l'hébergement touristique.

L'Office de Tourisme a en outre été associé aux projets suivants :

- Projet de partenariat des 3 sites verriers porté par les sites verriers,
- Projet de développement du site verrier de Meisenthal porté par la Communauté des Communes du Pays de Bitche .
- Projet EDEN porté par le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord,
- Projet Route du Feu porté par l'Eurodistrict SaarMoselle,
- Projet de valorisation cyclo-touristique Alsace du Nord, Pays de Bitche et Südwestpfalz porté par Vis-à-Vis.
- Projet de randonnées transfrontalière autour de Erching.

5 Objectifs 2012

2012 : Année de la promotion, du développement commercial et de la qualité

Les objectifs généraux de l'année 2012 sont les suivants : poursuivre les efforts de promotion du territoire, assurer le développement commercial , développer la coordination des partenaires et la communication envers les partenaires, mettre en œuvre la démarche qualité et se préparer au nouveau classement des Offices de Tourisme.



Le présent rapport d'activité a été validé par le Comité de Direction de l'Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Bitche le 19 juin 2012.

Il a ensuite été remis à :

- Monsieur le Président de la Communauté de Communes du Pays de Bitche,
- Monsieur le Directeur de la Communauté de Communes du Pays de Bitche,
- Monsieur le Vice-président en charge du tourisme à la Communauté de Communes du Pays de Bitche,
- Madame la Sous-préfète – Sous-préfecture Sarreguemines,
- Monsieur le Président de la Région Lorraine,
- Monsieur le Directeur Général des Services de la Région Lorraine,
- Monsieur le Président du Conseil Général de Moselle,
- Monsieur le Directeur de la Culture, du Tourisme et des Sports du Conseil Général de Moselle,
- Madame la Présidente du Comité Régional du Tourisme,
- Monsieur le Directeur du Comité Régional du Tourisme,
- Monsieur le Président de Moselle Tourisme,
- Monsieur le Directeur de Moselle Tourisme,
- Monsieur le Président du Syndicat Mixte de l'Arrondissement de Sarreguemines,
- Monsieur le Président du Groupe d'Action Locale Leader,
- Monsieur le Président de la Fédération Nationale des Offices de Tourisme,
- Monsieur le Président de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme,
- Monsieur le Président de l'Union Départementale des Offices de Tourisme,
- Monsieur le Président du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord,
- Monsieur le Directeur du Parc Naturel Régional des Vosges du Nord.



Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Bitche ***

31, rue Maréchal Foch

57230 BITCHE

Tél. 03 87 06 16 16

contact@ot-paysdebitche.com

www.ot-pays-de-bitche.com

*Le Président, le Comité de Direction et le Directeur remercient :
toutes les instances qui nous ont soutenus et accompagnés au cours de l'année 2011,*



les principaux financeurs de l'Office de Tourisme qui ont participé à la réalisation de nombreuses actions,



*tous les partenaires touristiques du Pays de Bitche, nos voisins lorrains, alsaciens et allemands
qui nous ont accordé leur confiance tout au long de l'année,*

l'ensemble du personnel pour leur engagement et pour leur contribution à l'atteinte des objectifs 2011.