



Fontainebleau
TOURISME

Compte-rendu d'activité

Année 2016



Sommaire

Les faits marquants (pages 4 et 5)

L'accueil

- Les points d'accueil (pages 7 à 10)
- La fréquentation (pages 11 et 12)
- Accueil/événements (pages 13 et 14)
- La Boutique (pages 15 et 16)

La communication et la promotion

- Les éditions papier (page 18 à 20)
- La promotion des manifestations (pages 21 et 22)
- Salon, accueil Presse / TO (pages 23 et 24)
- L'information, la communication : Site internet (pages 25 à 28)
- Les partenariats (pages 29 et 30)

Le réceptif Groupes (pages 32 à 34)

Le Grand Parquet (pages 36 à 43)

Organigramme (page 45)

Une année 2017 bien engagée (pages 47 à 48)



Les faits marquants

2016

La Communauté de Communes du Pays de Fontainebleau a souhaité pour 2016 porter une nouvelle dynamique pour Fontainebleau Tourisme et le Grand Parquet. Celle-ci trouve sa traduction dans plusieurs décisions fondatrices :

- l'augmentation de la ressource issue de la taxe de séjour pour générer une plus forte capacité d'action sans pour autant devoir augmenter la subvention publique ;
- l'aboutissement du projet urbain de centre ville de Fontainebleau et la possibilité d'y transférer l'office de tourisme avec un cadre d'accueil digne de la destination ;
- l'anticipation du transfert de la compétence Tourisme à la future communauté d'agglomération ;
- l'embauche d'un nouveau directeur, chargé de proposer une stratégie adaptée aux enjeux et aux moyens, fédérer les acteurs, piloter une organisation qui d'abord assure la continuité du service du tourisme et ensuite mobilise les intervenants dans une logique de destination.

Le soutien aux grands événements

Fontainebleau Tourisme continue en 2016 à apporter un soutien très important au regard de son budget aux événements culturels générateurs de rayonnement et de retombées en terme de nuitées touristiques : Festival de l'Histoire de l'Art, Festival Django Reinhardt, Festival Série Séries. Il apporte son concours à d'autres événements en soutenant la communication, les relations media et l'information, la billetterie et l'accueil. On signalera dans ce cadre le nouvel événement « Impérial Chocolat » en Novembre.

Les réseaux

L'implication de Fontainebleau Tourisme dans les réseaux professionnels régionaux permet de mutualiser l'essentiel des actions de communication externe : c'est ainsi que le Réseau Paris + réunit les principales destinations de Seine et Marne pour un programme mutualisé avec le soutien du CDT, du CRT, et de la Cci. Côté CRT, l'organisation permet en outre de partager les outils méthodologies et stratégiques.

La Région Ile de France et la Région Normandie ont signé avec Atout France un « Contrat de Destination » sur le thème du « voyage impressionniste » qui concerne particulièrement notre territoire sous sa nouvelle dimension.

Les accueils prescripteurs

Grace notamment à Atout France et au CRT Île-de-France, nous avons pu accueillir des délégations de journalistes internationaux et de Tour Operators notamment asiatiques.

Nous avons également facilité l'accueil et les mises en relation des équipes de tournages d'émissions de télévision.

Développement de l'offre et les résultats commerciaux

L'équipe a fait émerger une nouvelle offre pour individuels commercialisée à l'accueil : visites guidées en forêt, chiens de traîneau, balades gourmandes et balades contées, livret jeu en famille.

La tendance sur nos marchés traditionnels des groupes loisirs confirme un tassement de ces opportunités. Nos résultats 2016 sont satisfaisants en termes de marge mais le volume d'affaire généré pour nos partenaires grâce à ces formules est en baisse. Cela dit il ne faut pas négliger l'impact indirect du travail de valorisation de nos offres auprès de prospects qui en définitive ne s'adressent pas forcément à nous pour contractualiser et préfèrent négocier en direct avec nos prestataires. De nombreux contacts initiés de longue date perdurent encore au profit d'établissements qui ont su capter ces opportunités.

Projet Numérique

L'été 2016 a été marqué par le lancement du projet numérique.

Assistés par l'équipe numérique de Seine-et-Marne Tourisme, nous avons adopté l'outil base de données commune aux Région Île-de-France, Rhône-Alpes et PACA, dénommée APIDAE.

Grace à cet outil de recensement, de calibrage et d'export des données, nous professionnalisons la saisie et l'enrichissement de l'information. Un seul logiciel de production et de mise à jour facilite l'actualisation de toutes les déclinaisons et exports : postes d'accueil, éditions, web, bornes numériques, applications.

Ce travail très fourni (plus de 1 000 fiches produites à ce jour) a mobilisé de nombreuses heures de travail. C'est un acquis important qui nous permet de mieux appréhender l'offre du territoire élargi dans un premier temps, voire des territoires voisins si nécessaire, pour ceux qui disposeront du même outil.

Ainsi le chantier du site internet nouveau, avec une première étape de publication fin mai 2017, la conception des outils numériques d'accueil et une politique d'édition renouvelée vont s'en trouver optimisées.



L'accueil

Les points d'accueil



Office de Tourisme 4 rue Royale

Propriétaire : la Ville de Fontainebleau (mise à disposition gracieuse par convention CCPF/EPIC)

Surface globale du bâtiment : 72 m2 dont

- 1^{ère} pièce de 22 m2 : accueil du public
- 2^{ème} pièce de 16 m2 : local technique et bureau (standard téléphonique)
- 3^{ème} pièce de 28 m2 : bureaux (Service groupes)
- 4^{ème} pièce de 6 m2 : stockage (dépliants, archives)



Locaux dédiés à **l'accueil des visiteurs individuels et responsable des Groupes**

Horaires d'ouverture au public

De mai à octobre : Tous les jours du lundi au samedi de 10h à 18h; le dimanche et jours fériés de 10h à 13h et de 14h à 17h30

De novembre à avril : Tous les jours du lundi au samedi de 10h à 18h; le dimanche et jours fériés de 10h à 13h.

Siège administratif

Locaux dédiés à **l'administration de Fontainebleau Tourisme** (Direction, communication, comptabilité, web)

- **Location par bail** auprès de la Sarl Le Point Cardi jusqu'au 31 mai 2016

Surface globale Bureau n° 11 – 1^{er} étage : 110 m2 dont :

- 4 bureaux d'environ 20 m2
- 1 entrée - salle de réunion de 30 m2

- Le siège administratif a déménagé en octobre et est désormais situé 43 bd Joffre.

Propriétaire : la Ville de Fontainebleau (mise à disposition par convention)

Loyer mensuelle: 1 500 € TTC

Surface globale – 1^{er} étage : 95 m² et composée de 8 bureaux ou espaces

Bureau d'Information Touristique Bourron-Marlotte

Maison Monier

Propriétaire : Le Village de Bourron-Marlotte (mise à disposition par convention)

Redevance mensuelle: 300 € TTC

Salle de 50 m² à double entrée
appelée « salle des peintures »

Locaux dédiés à l'**accueil des visiteurs individuels**

Horaires d'ouverture au public
du mercredi au samedi
de 10h à 12h30 et de 13h30 à 17h



Stand d'accueil saisonnier Le Grand Parquet



Grâce au partenariat signé avec le prestataire « Timber Concept », le Grand Parquet a pu acquérir en mars 2014 une structure d'une surface de 35 m² en bois naturel.

Installée à proximité de la nouvelle tribune du Grand Parquet, cette antenne de l'Office de Tourisme permet de renseigner les visiteurs sur les programmes des manifestations du Grand Parquet et de les informer sur les possibilités d'hébergement, de visites sur l'ensemble du territoire.

Permanences d'accueil Kiosque gare Transdev

Une convention entre Transdev, la CCPF et Fontainebleau Tourisme a permis de mettre en place une expérimentation d'ouverture conjointe du bâtiment d'accueil située à la gare routière à la gare Fontainebleau-Avon.



Attentes de chacune des parties:

- **Pour la Communauté de Commune :**

La communauté de communes souhaite renforcer ses liens avec la population locale en proposant un lieu d'accueil annexe à son siège. Son positionnement à la gare de Fontainebleau-Avon présente l'avantage d'être présente sur le lieu où les flux quotidiens sont les plus importants du territoire (+ 6000 personnes font le trajet domicile-travail par le train quotidiennement ; 3000 montées à la gare routière / jour en semaine).

L'objectif est de faciliter la vie quotidienne des habitants-usagers en se plaçant à leur rencontre, dans une logique de services de proximité.

L'accueil de la population de proximité est envisagé en priorité sur la semaine aux horaires suivants:

- * le lundi : 12h45-15h15 et accueil le matin une semaine sur deux (8h00-12h00)
- * du mardi au vendredi : 8h00-12h00
- * le samedi : 9h00-11h30

Les points d'accueil



- Pour Fontainebleau Tourisme :

La gare de Fontainebleau-Avon constitue la porte d'entrée sur le territoire des touristes utilisateurs des transports en commun, qu'ils soient franciliens ou étrangers. Avec le dézouage de la carte orange le WE, les jours fériés et entre la mi-juillet et la mi-août, le potentiel d'attraction de la clientèle francilienne est d'autant plus accru.

Il convient de renforcer l'accueil des touristes en gare pour améliorer l'information quant à l'accès vers les pôles touristiques du territoire, dont le Château.

Des dispositifs de signalétique ont été mis en place : un jalonnement de « pas » depuis le quai jusqu'à l'arrêt de bus pour le Château, un « habillage » touristique du local avec des photos et des pancartes indiquant le point d'accueil touristique sur les barrière métallique situées devant.



L'accueil des touristes est envisagé en priorité en matinée les WE, jours fériés aux horaires suivants:

* Le samedi, dimanche et les jours fériés : 9h15-12h45

- Pour Transdev :

Transdev exploite depuis l'ouverture de la gare routière en 2010 le bâtiment d'accueil concerné par l'expérimentation. Les missions de cet accueil sont les suivantes : régulation en gare, vente de titres, information voyageurs.

Transdev a fait état du traitement de nombreuses demandes touristiques du public.

Transdev souhaite faciliter l'amélioration de la qualité des services au public en élargissant les informations disponibles à cet endroit et en augmentant les plages d'ouverture.

Transdev souhaite à cette occasion prioriser la régulation en gare en positionnant son personnel l'après-midi et en soirée aux horaires suivants:

* du lundi au vendredi : 14h-20h



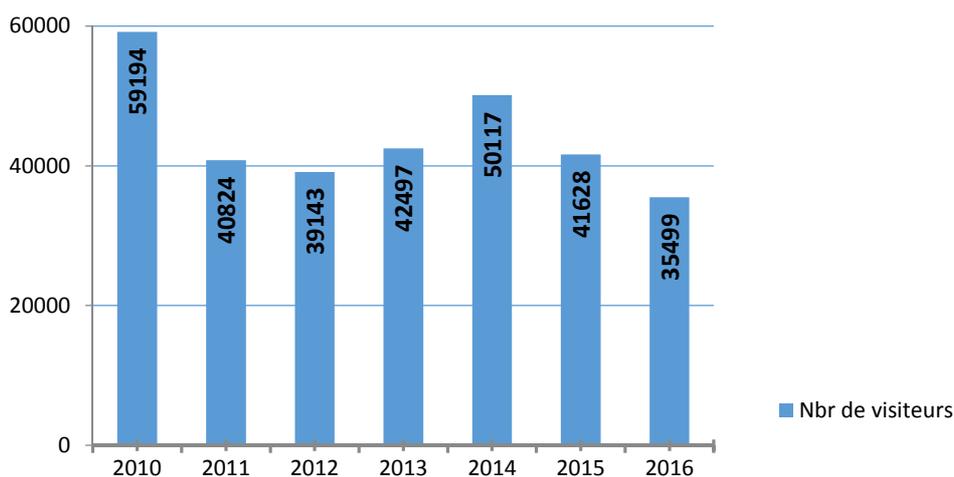
Chiffres clés en 2016:

35 499 visiteurs en 2016 contre 41 628 en 2015

Soit - 15 % de baisse de la fréquentation touristique



Evolution de la fréquentation touristique



La baisse de la fréquentation sensible de mars à septembre peut être expliquée par plusieurs facteurs:

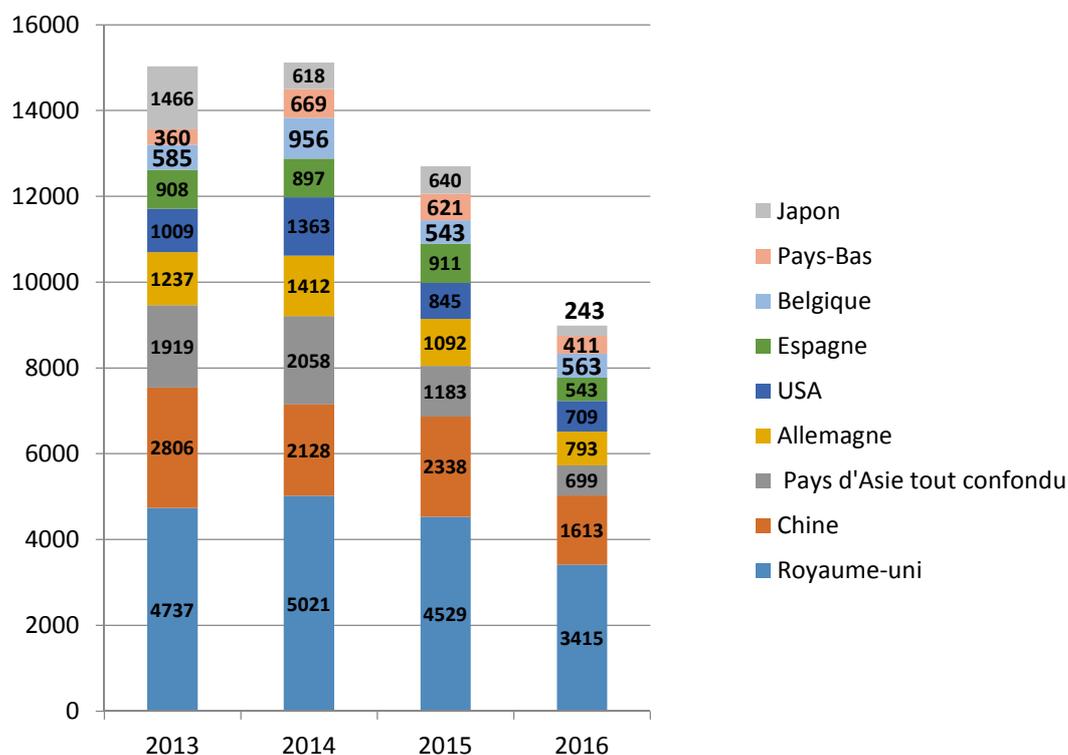
- mars-avril: évènement tragique international (attentat en Belgique), panne technique
- mai-juin: pénurie de carburant, travaux à la Gare de Fontainebleau (pas de trains pendant certains week-ends), grèves nationale, crues et inondations des villes et villages environs
- juillet-août: évènement tragique national (attentat à Nice), fortes chaleurs

Les 2/3 de cette baisse est imputable à la fréquentation internationale : Europe (sauf la Belgique qui est stable) et Asie.

Origine géographique

- 69 % des visiteurs sont français, parmi eux 31 % sont de proximité (Fontainebleau-Avon) et 26 % de la Région Parisienne
- 36 % sont de nationalités étrangères: 31 % viennent du Royaume-Uni et 15 % viennent de Chine (toujours les mêmes premiers visiteurs étrangers).

Les visiteurs étrangers (nationalités les plus représentées sur notre territoire)



Les Naturiales : 21 et 22 mai



Dans le cadre du partenariat avec la ville de Fontainebleau et afin de répondre aux milliers de visiteurs présents lors des 2 jours d'animations, Fontainebleau Tourisme était présent sur un bureau d'accueil annexe temporaire sur le parvis du Théâtre, en association avec le CDT.

Festival de l'Histoire de l'Art : 3, 4 et 5 juin

Dans le cadre du partenariat avec le Château de Fontainebleau, Fontainebleau Tourisme assurait, avec le CDT, un accueil temporaire sur la place Napoléon Bonaparte pendant toute la durée du Festival afin de renseigner et d'orienter au mieux les festivaliers sur les différents sites.





Grand Parquet

Le service Accueil a également participé à différentes grandes manifestations équestre et autres :

- Cross des Pompiers – *18 et 19 mars*
- BIP Bonneau – *14 au 17 avril*
- Jumping d'Arbonne – *22 au 24 avril*
- Grand Prix Classic – *12 au 15 mai*
- Nature et Vénerie en fête – *28 et 29 mai*
- Festival Rainforest – *2 et 3 juillet*
- Grand Prix Classic Fontainebleau Plage – *14 au 17 juillet puis 22 au 24 juillet*
- Championnat de France Amateur – *28 au 31 juillet*
- 1^{er} et 2^{ème} week-end de la Grande Semaine de l'Élevage – *27 au 29 août puis 2 au 4 septembre*



Vente de produits Boutique

- Nette hausse du chiffre d'affaires: **38 359 € HT** soit + 55 %
- Hausse également de la marge : **6 966 € HT** soit + 17 %

Top 5 des meilleures ventes: (sur les **3 289** produits vendus)

- 811 tickets château (+ 6 % par rapport à 2015)
- 319 cartes IGN
- 219 médailles de Napoléon
- 208 baptêmes de kart
- 193 cartes postales château



Activités et sorties	Chiffres d'affaires TTC
Visite guidée de la ville - <i>67 inscrits</i>	496 €
Balade contée en forêt - <i>72 inscrits</i>	508 €
Balade en petit train dans les Cours et Jardins du Château - <i>93 billets vendus</i>	490 €
Activités de chiens de traîneau - <i>158 réservations</i>	14 575 €
Visite individuelle du CSEM - <i>129 inscrits</i>	1 125 €
Promenade en calèche - <i>24 billets vendus</i>	167,50 €
Visite guidée en forêt - <i>24 inscrits</i>	238 €
Brame du cerf - <i>78 inscrits (5 dates)</i>	1 097,50 €



Autres activités proposées:

- Balade photographique en forêt
- Vol en montgolfière
- Initiation à l'escalade

Billetterie

Une baisse des ventes de billets a été enregistrée cette année au regard de 2015 :

➤ Via le logiciel France billet :

377 billets vendus (445 en 2015)

Avec **13 457 €** HT de chiffres d'affaires généré pour seulement **317,52 €** de commissions

Les meilleures ventes : La Bohème de Puccini (162 billets vendus) et Festival Django Reinhard (146 billets vendus)



➤ Via la réservation en ligne Apirésa :

117 réservations (449 en 2015) pour des sorties, activités proposées et des manifestations culturelles et équestres

743 € de chiffres d'affaire généré



La communication et la promotion

2016

Les éditions papier



Fontainebleau
TOURISME

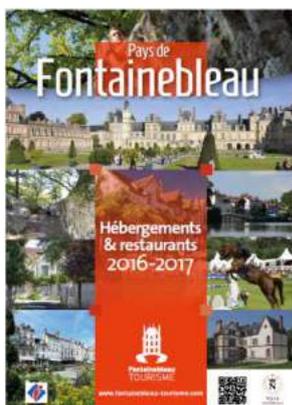
Fontainebleau, Suivez le Guide

- Édition : fin octobre 2016
- Tirage à 10 000 exemplaires, diffusion grand public auprès des visiteurs de l'O.T. et dans les hôtels.
- Version français / anglais
- Descriptions et informations sur les principaux sites et activités touristiques au Pays de Fontainebleau

Financé par des encarts publicitaires (Régie Pub Editions Municipales de France)



Hébergements et restaurants



- Edition : fin octobre 2016
- Tirage à 10 000 exemplaires, diffusion grand public auprès des visiteurs de l'O.T. et dans les hôtels.
- Version français / anglais
- Liste des hébergements classés par catégorie (hôtels, gîtes, chambres d'hôtes, etc...) et des restaurants du Pays de Fontainebleau

Financé par des encarts publicitaires (Régie Pub Editions Municipales de France)

Plan officiel du Pays de Fontainebleau

- Edition : fin octobre 2016
- Tirage à 20 000 exemplaires, diffusion grand public auprès des visiteurs de l'O.T. et dans les hôtels.
- Plan des villes de Fontainebleau et d'Avon au recto et plan du massif de Fontainebleau, de Bourron-Marlotte, Samois-sur-Seine et Recloses au verso

Financé par des encarts publicitaires (Régie Pub Editions Municipales de France)





Plan guide de Bourron-Marlotte

- Edition : fin novembre 2016
- Tirage à 3 000 exemplaires, diffusion grand public auprès des visiteurs de l'O.T. et dans les hôtels.
- Plan du village au recto ; liste des commerces et texte de présentation du village au verso

Financé par des encarts publicitaires (Régie Pub Editions Municipales de France)



Promenades à pied ou à vélo en forêt de Fontainebleau



Retirage de la précédente édition (2014) à 5 000 exemplaires, diffusion grand public auprès des visiteurs de l'O.T. et dans les hôtels

- Version français / anglais
- Suggestions de circuits de promenades à pied et à vélo pour une cible familiale

Coûts:

- Rachat du fichier auprès des EMF: 2 090 € HT
- Impression : 3 950 € HT

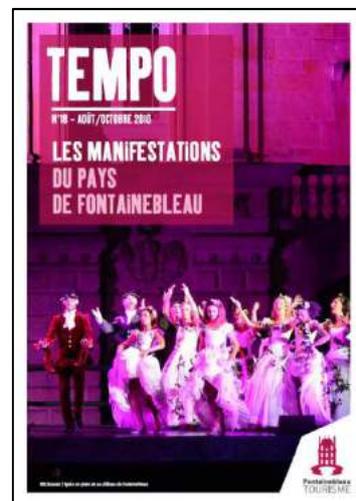
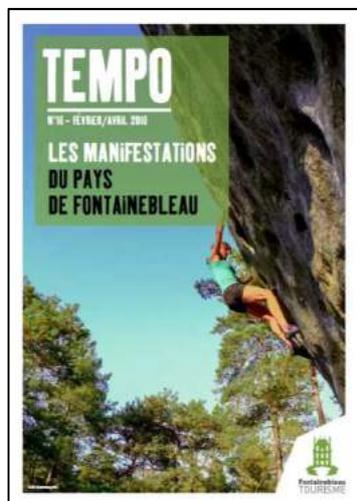
Promotion des produits Groupes

- Edition : fin novembre 2016
- Tirage :
 - Brochure Loisirs présentant l'ensemble des produits (visites, journées, circuits) pour les groupes : 1 000 exemplaires en français et 500 exemplaires en anglais
 - Brochure Affaires proposant des suggestions de liés au tourisme d'affaires (séminaires, journées d'études, soirée de gala, etc...) : 100 exemplaires

Coûts (conception et impression) :

- Brochure Loisirs FR : 3 487 € HT
- Brochure Loisir GB : 1 620 € HT
- Brochure Affaires : 1 587 € HT





Tempo

Parution de 3 numéros

- Tempo #16 : manifestations de février, mars et avril 2016
- Tempo #17 : manifestations de mai, juin et juillet 2016
- Tempo #18 : manifestations d'août, septembre et octobre 2016

Tirage à 28 000 exemplaires, financé par le budget de FT, diffusion grand public auprès des visiteurs de l'O.T. et dans les hôtels.

Distribué par la Sté Appidif dans 280 points (commerces, mairies, lieux publics) autour de Fontainebleau .

Le magazine Tempo est désormais reconnu par le public qui l'attend dans les différents points de dépôt et satisfait les utilisateurs qui retrouvent sur toute la saison touristique l'ensemble des manifestations du territoire.

Le coût d'impression des éditions de Tempo en 2016 est pris en charge par les E.M.F.



Tempo « Spécial »

Journée du Patrimoine et Fête de la Gastronomie 2016

En réponse aux nombreuses demandes concernant le programme des journées du Patrimoine sur le territoire et des restaurants participants à la Fête de la Gastronomie, un numéro spécial mentionnant l'ensemble des manifestations des 5 communes a été réédité en 2016.



Tirage 3 000 exemplaires, financé par le budget de FT, diffusion grand public, distribué par la Sté Appidif dans 280 points du Sud Seine-et-Marne

Coût de création et d'impression : 1 000 €

Sites internet et réseaux sociaux

L'ensemble des manifestations du territoire sont mentionnées sur le site internet de Fontainebleau Tourisme et les manifestations du Grand Parquet sont détaillées sur le site www.grandparquet.com

Toutes ces manifestations font également l'objet d'articles sur les réseaux sociaux (Facebook), le blog de Fontainebleau Tourisme (jusqu'en juillet) mais également sur le blog et la newsletter de la Ville de Fontainebleau.

Salons, accueil Presse et T.O.



Salons

Le service Groupe a participé à plusieurs salons en 2016 :

- Salon RDV France à Montpellier (5 et 6 Avril): RDV préprogrammés avec les Tour Opérateurs internationaux
- Speed dating business à Buthiers (18 mars) : Rencontres professionnelles avec présentations en 3 minutes de chacun : 140 personnes.
- Salon RDA en Allemagne (5-7 Juillet) : Présence sur le stand Touren Service.
- Forum des Loisirs Culturels à Paris (13 septembre 2016) : Rencontres avec les responsables de CE et associations franciliennes



Eductours

- 26/01/2016 : 6 journalistes magazine presse chinoise : départ Chasse à Courre + visite du Château de Fontainebleau + déjeuner au Château de Bourron + visite de Vaux-le-Vicomte
- 25/02/2016 : Invitation par la région de 50 TO Chinois pour les rassurer sur la sécurité dans la capitale. 13 d'entre eux ont passé la journée à Fontainebleau : accueil au château + visite du musée chinois + visite des Grands Appartements + déjeuner au restaurant du Grand Parquet (avec prestataires locaux)
- 28/10/2016 : Accueil de 7 parmi les principaux TO Coréens : visite du Château de Fontainebleau + déjeuner au Château de Bourron

E-Mailings

Plusieurs campagnes ont été adressées aux agences, autocaristes et associations, mettant en avant des thématiques différentes :

- ❖ Visites du Château de Fontainebleau,
- ❖ Fête de la Nature et Vènerie,
- ❖ Séminaire escalade,
- ❖ Grand parquet,
- ❖ Balades au crépuscule,
- ❖ Sorties en forêt pour le brame du cerf,
- ❖ Fontainebleau Plage.

Salons, accueil Presse et T.O.



Fontainebleau
TOURISME

Accueil média

- *Juillet 2016* : France 3 Ile-de-France Melun : tournage dans le cadre de séries d'été sur la « gastronomie des territoires » : reportage sur le fromage « le Fontainebleau ». Au programme : découverte de la fabrication du fromage à la fromagerie Barthélémy et dégustation avec Frédéric Cassel



- *Octobre 2016* : France 3, « Météo à la Carte » : reportage sur la découverte d'une région via la gastronomie, le terroir, et le patrimoine. Au programme : découverte d'une recette typique de la région avec gérant d'un gîte et cuisinier, fabrication du Fontainebleau, les macarons de Frédéric Cassel...



- *Novembre 2016* : chaîne TV « Voyage » (via la société de production Adrénaline) : tournage d'une série-documentaire sur Napoléon : "le fan tour de Guillaume". Il s'agit d'une série de reportages à venir en 2017, diffusés sur la chaîne TV touristique Voyage. Programme : visite du musée Napoléon au Château puis découverte de la ville de Fontainebleau et du parc en « giropodes » avec des intervenants.



L'information, la communication : Site internet



En juin 2016, nous avons démarré la refonte du site internet de Fontainebleau Tourisme www.fontainebleau-tourisme.com



Le Comité Départemental du Tourisme (CDT) de Seine-et-Marne nous accompagne et assure le suivi de nos demandes auprès de l'agence Anéol, en charge de la réalisation et de la conception du site. La chartre graphique a été revue ainsi que les contenus éditoriaux.

L'agence Nova consultant web mastering et développeur numérique joue également un rôle de conseil et contribue à réalisation nos projets.

L'ensemble du personnel de Fontainebleau Tourisme a suivi une formation auprès du CDT pour l'utilisation du logiciel Apidae.

La plateforme **Apidae** Tourisme est une base d'informations en ligne. Elle permet de créer et de diffuser de l'information touristique et d'échanger avec des collectivités territoriales, des prestataires de loisirs, des éditeurs de sites web et des offices de tourisme. Elle offre également de nombreuses possibilités : éditer des listes sur l'hébergement qui pourront être remise aux visiteurs, la reprise des manifestations pour Tempo et mettre à jour nos données touristiques sur notre site internet.

Le basculement vers le nouveau site est prévue fin mai, même s'il restera encore beaucoup de travail pour lui donner toute sa dimension.

L'information, la communication : Site internet



STATISTIQUES GÉNÉRALES du 01/01/2016 au 31/12/2016



- Nombre de visites : **234 140** (284 235 en 2016 / -17,6%)
- Nombre de visiteurs uniques : **186 685** (224 067 en 2015 / -16,7%)
- Nombre de pages vues : **739 263** (1 023 448 en 2015 / -27,7%)
- Nombre de pages vues en moyenne par visite : **3,16** (3,59 en 2015 / -12%)
- Durée moyenne d'une visite : **00:02:41** (00:03:01 en 2015 / -11%)
- Nouvelles sessions : **78,85%** (77,54% en 2015 / +1,69%)

Analyse :

Les statistiques sont en retrait par rapport à 2016.

Cette baisse correspond à une tendance générale tout au long de l'année. Outre les facteurs liés aux contextes sécuritaires et économiques, nous pouvons relever deux points supplémentaires :

- Les week-end de pont était plus nombreux en 2015 : 1^{er} et 8 mai le vendredi tandis qu'ils tombaient un dimanche en 2016.
- La pluviométrie indique des précipitations excédentaires tout le premier semestre 2016, tandis qu'ils étaient déficitaires en 2015.
- Si le référencement du site est encore performant, l'ergonomie et les contenus sont devenus obsolètes. Il en va de même pour les versions en langues étrangères ne sont plus crédibles,

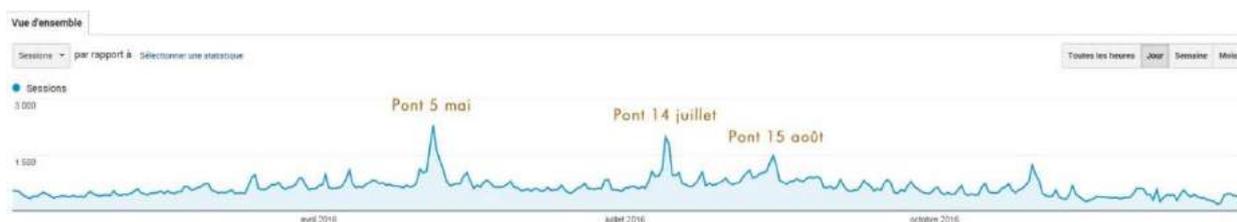
L'information, la communication : Site internet



STATISTIQUES GÉNÉRALES du 01/01/2016 au 31/12/2016 (suite)

Quelques tendances :

- Les pics de connexions ont généralement eu lieu lors des week-ends prolongés et au mois de septembre.
- « L'heure de pointe » se situe entre 10h et midi, et les visites restent élevées tout au long de l'après-midi.
- Le dimanche est souvent le pic de la semaine juste devant le samedi.



PAGES LES PLUS CONSULTÉES

Par ordre d'importance :

- 1) Page d'accueil (=)
- 2) Côté Forêt (=)
- 3) Accès / Transport (=)
- 4) Évènements / Agenda (+4 places)
- 5) Loisirs (-1 place)
- 6) Où Dormir ? (=)
- 7) Cœur de ville (-2 place)
- 8) Château (-1 place)
- 9) Version anglaise (=)

Analyse :

La **forêt** est toujours la **rubrique la plus visitée**, et la première requête saisie sur Google après "Fontainebleau", mais les rubriques Transports et Agenda sont presque au même niveau. **Le château perd une nouvelle place**, alors qu'il était 4^e il y a 2 ans.

L'information, la communication : Site internet



**STATISTIQUES GÉNÉRALES du 01/01/2016 au 31/12/2016
(fin)**

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

Par pays :

- 1) France (86,34%)
- 2) Royaume-Uni (2,16%)
- 3) Etats-Unis (1,79%)
- 4) Belgique (1,44%)
- 5) Allemagne (1,43%)

Par régions :

1. Ile de France : **(81,11 %)**
2. Centre Val de Loire : **(2,88 %)**
3. Rhône Alpes : **(1,99 %)**
4. Pays de la Loire : **(1,22 %)**
5. Provence Alpes Côte d'Azur : **(1,17 %)**
6. Nord Pas de Calais : **(1,17 %)**
7. Bourgogne : **(1,08 %)**
8. Aquitaine : **(0,96 %)**

APPAREIL UTILISÉ

1. PC de Bureau / PC portable **53,14%** (59,86% en 2015 / -6,72pts)
2. Smartphone **34,22%** (25,75% en 2015 / +8,47pts)
3. Tablette **12,64%** (14,38% en 2015 / -1,74pts)

Analyse :

Les statistiques PC de bureau/portable baissent toujours. Les connexions sur mobile sont encore en forte progression, et les chiffres stagnent pour les tablettes.

L'office de Tourisme a bien réagi à cette nouvelle tendance en proposant désormais une version de son site « responsive » ce qui signifie qu'il s'adapte correctement au formats mobiles.

6^e édition du Festival de l'Histoire de l'Art

Le Festival de l'Histoire de l'art créé en 2011 à l'initiative de Frédéric Mitterrand, Ministre de la culture et de la communication, est co-organisé par le Château de Fontainebleau et l'Institut national de l'histoire de l'art.

Conçu comme un carrefour des publics et des savoirs, il offre durant trois jours abondance d'images et de rencontres à la fois scientifiques et festives qui s'adressent à tous, professionnels, étudiants, amateurs et curieux.

Fontainebleau Tourisme a versé pour l'année 2016, dans le cadre de ses missions de promotion du territoire, une participation financière de 70 000 €. Une convention de partenariat a été signée entre Fontainebleau Tourisme et le Château de Fontainebleau.



5^{ème} édition du Festival Série Series

Série Series est un évènement entièrement dédié aux séries TV et à ceux qui les font, basé sur l'organisation de projections et ateliers de décryptage.



Durant 3 jours le meilleur de la production audiovisuelle française, mais aussi européenne, est présenté par ses équipes (auteurs, producteurs, acteurs, diffuseurs, soit environ 500 professionnels) permettant des échanges professionnels de haut niveau et un accès aux « coulisses », aux méthodes de travail et au fonctionnement de tout un secteur professionnel pour un public friand du genre (et notamment les jeunes).

Fontainebleau Tourisme a versé pour l'année 2016, dans le cadre de ses missions de promotion du territoire, une participation financière de 20 000 €. Une convention de partenariat a été signée entre Fontainebleau Tourisme et l'agence Kandimari (Sté productrice de la manifestation).



37^{ème} édition du Festival Django Reinhardt

Le Festival Django Reinhardt, hommage solennel au célèbre guitariste internationalement connu, et Fontainebleau Tourisme ont souhaité que des accords de partenariats soient noués afin que cette manifestation bénéficie d'un soutien et d'une valorisation en termes de communication.

Fontainebleau Tourisme a versé pour l'année 2016, dans le cadre de ses missions de promotion du territoire, une participation financière de 20 000 €. Une convention de partenariat a été signée entre Fontainebleau Tourisme et l'Association du Festival Django Reinhardt.



Rallye des Gazelles au Maroc



Une action de communication et sponsoring a été menée avec un équipage de Fontainebleau « Les Petites Belli » à l'occasion de sa participation au 26^e « Rallye des Gazelles » qui s'est déroulé au Maroc du 18 mars au 02 avril 2016.

Fontainebleau Tourisme a versé pour l'année 2016, dans le cadre de ses missions de promotion du territoire, une participation financière de 1 000 €. Une convention de partenariat a été signée entre Fontainebleau Tourisme et l'Association Les Petites Belli.



Le réceptif « Groupes »

Le réceptif Groupes



Dans un contexte de faible croissance économique et du maintien du plan Vigipirate, l'activité touristique des groupes est globalement en baisse par rapport à 2015.

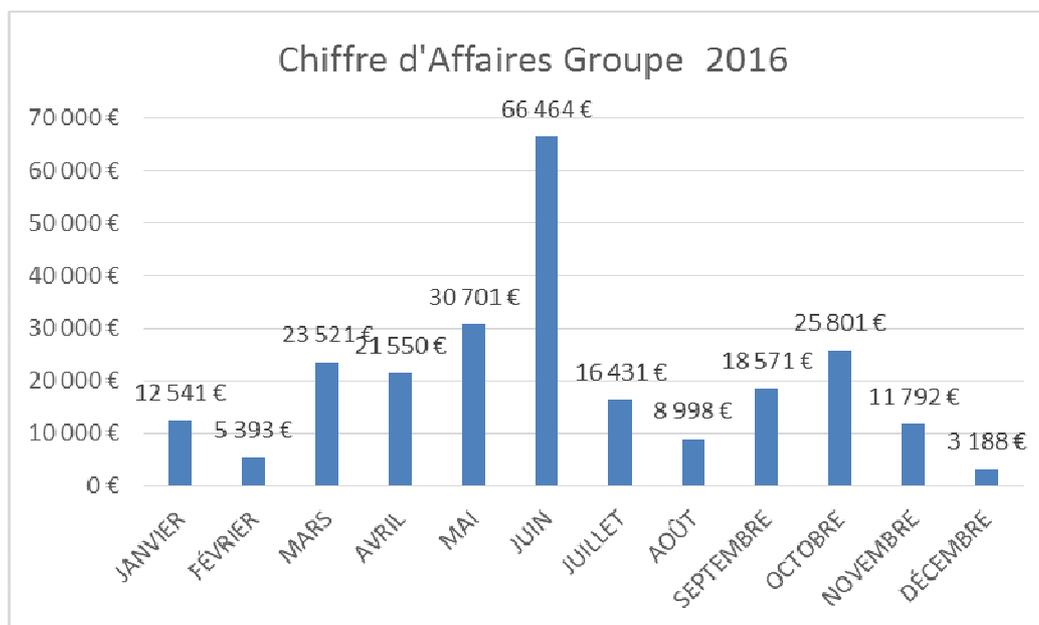
214 groupes loisirs et affaires ont été accueillis sur l'année (240 en 2015 / -10,83 %) soit 6 706 personnes (19 % des visiteurs accueillis à l'OT)

Sur ce total,

- 63 ont effectué des visites seules,
- 53 sont venus pour la journée
- 5 ont passé une nuit à Fontainebleau.

Le chiffre d'affaires est en baisse : **241 000€** (274 730 € en 2016 / -12,27 %)

La marge brute reste stable à **52 000 €**.



L'offre de produits groupes est renouvelée régulièrement, en cohérence avec les attentes du marché, malgré une offre touristique qui a globalement peu évolué au cours des dernières années.

Les mois de Mai et Septembre ont été plus particulièrement marqués par cette baisse :

-38 % du chiffre d'affaire en mai et -61 % en septembre (vs 2015)

+38% en juillet : volonté des responsables d'éviter Paris (climat insécurité + circulation des bus limitée)

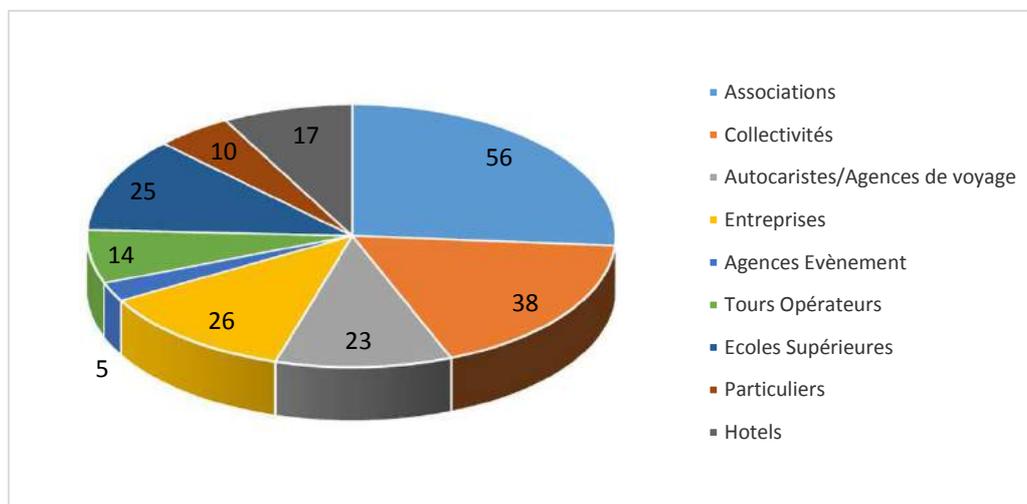
Le dernier trimestre a bénéficié d'une légère reprise +6% avec une forte hausse du CA en novembre +67 % : Séminaire Mazars (120 personnes), Agence Evazion, Direction Générale des Armées et St Gobain.

Le réceptif Groupes



Fontainebleau
TOURISME

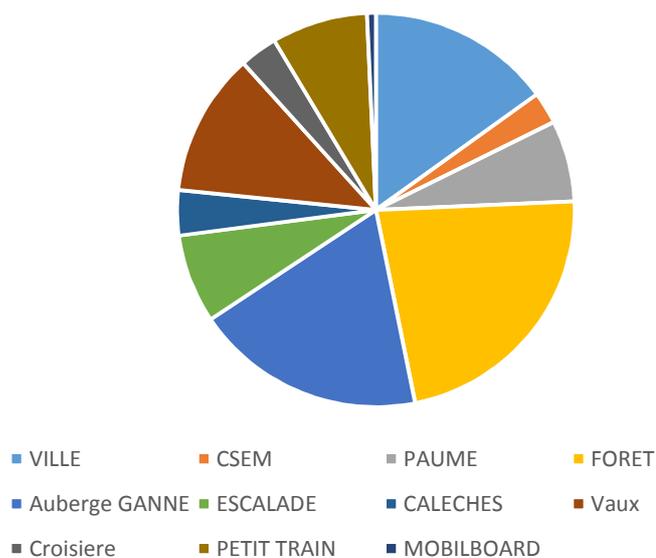
Profil des groupes :



Les visites guidées les plus demandées :

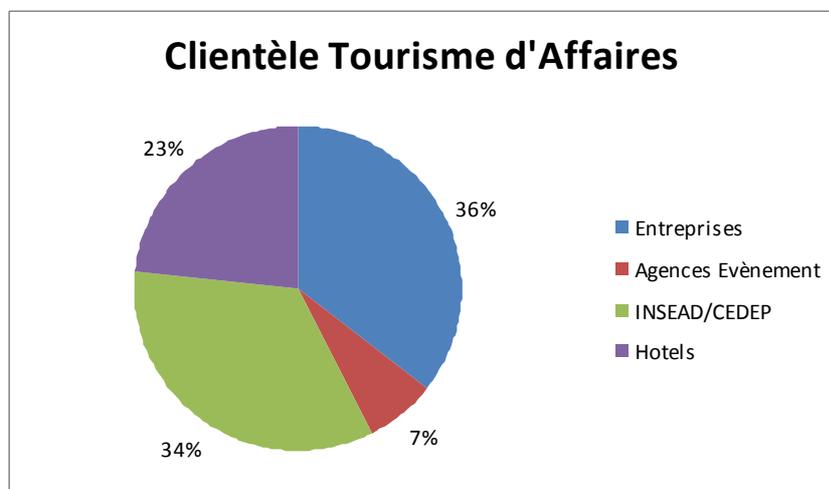
70 % des visites ont lieu au Château de Fontainebleau

Répartition des visites hors chateau



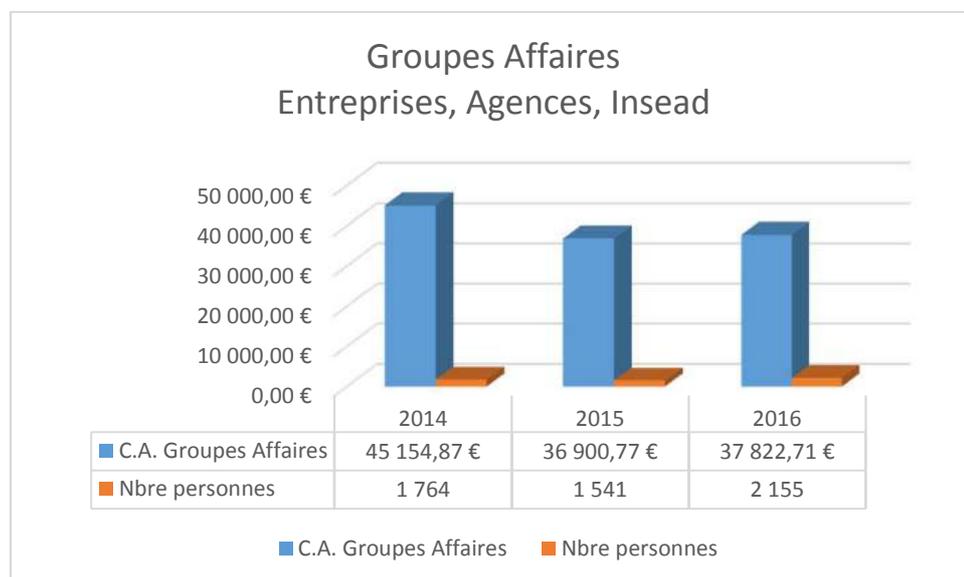


Clientèle Affaires:



Les entreprises viennent à 36% de Seine et Marne, 22% des hauts de seine, 14% de Paris, 8% de l'Essonne, 5% du Val de Marne.

Les visites les plus demandées pour les entreprises et les agences sont : Château / Randonnée guidée en foret / Visite du CSEM / Balade en petit train / Escalade



Forte baisse du chiffre d'affaires lié aux visites privilèges : **13 990 €** (23 690 € en 2015 € / -40%).

Le CEDEP a supprimé les visites privilèges sur 2016. Le tarif des visites en dehors des heures d'ouverture est un réel frein. Cette année, les demandes se sont portées exclusivement sur des visites du château en journée (Dimanche matin).



Le Grand Parquet

2015

1 – TENDANCES ET ACTIONS SUR 2016

a. Une exploitation qui progresse à la faveur d'une stratégie de diversification malgré une conjoncture difficile pour nos clients organisateurs

L'année 2016 a été marquée par un nombre de demandes « sociétés » en hausse par rapport à 2015, avec plus d'une vingtaine de sociétés (Sodefa, Corning, Yamaha, Bio3G,...) qui ont organisé leurs séminaires au Grand Parquet. La tendance sur le volume de nouvelles demandes est globalement en hausse (formations CREIF, séminaires, évènements équestres et non équestres, ...), et notre niveau de fidélisation reste constant avec des évènements comme le BIP, CSI Vétérans, Grand Prix Classic et Summer Tour, Nature et Vénerie, ... Le Grand Parquet se positionne de plus en plus comme un acteur majeur dans l'organisation en termes de conseil et de support commercial et technique.

Nous continuons d'observer une augmentation de l'occupation du Grand Parquet par rapport à 2015, avec plus de 250 jours d'utilisation (périodes de montage et de démontage incluses), avec de nouveaux évènements comme le Festival Rainforest, le Championnat de Cross-Country Pompiers, le CSO des Ecuries de Saint Aulde, le Meeting de complet du CREIF,....



Sur la partie « image » celle-ci semble plutôt positive auprès du public du fait du développement d'évènements non-équestres, et s'oriente sur un site devenant « multi activités » plutôt que « stade équestre ».

Cependant, nous observons une certaine tension au niveau des budgets alloués aux évènements : cela se ressent dans les négociations pour la mise à disposition des espaces et sur les dépenses périphériques (décoration, fleurissement, communication et personnel) du fait d'une conjoncture économique compliquée (baisse des subventions, peu de partenaires économiques en tant que sponsors, et diminution des dépenses des pratiquants ou du grand public sur site).

Le Grand Parquet



Fontainebleau

TOURISME

C'est le cas de la manifestation « Rando bike » organisée par la société qui a stoppé après 3 éditions, pour des raisons financières et de contraintes en forêt, ainsi que la société Golazo « Race Against Nature ». Ces 2 dossiers représentent un CA de 30 K € HT de perte de revenus locatifs pour le GP en 2016.

Le partenariat BR Motors prend fin cette année après 2 années de collaboration. Le CA généré via le service de locations de véhicules Toyota sur site a été de 7 000 € (source : BR Motors). Seul le BIP échappe à cette tendance.

La tendance que nous avons constaté les années précédentes (entre 2013 et 2015) concernant la baisse du nombre d'exposants, de sponsors et un niveau de dépense moyen en baisse sur le site, perdure sur cette année 2016 (source : organisateurs et exposants).

Le chiffre d'affaires s'est stabilisé à hauteur de 510 K€ (520 K€ en 2015) avec des dépenses d'exploitation maîtrisées à 670 K€ (742 K€ en 2015).

b. L'impact du Grand Parquet sur l'économie locale

L'année 2016 a vu la mise en place de l'étude de retombées économiques du Grand Parquet sur le territoire, en partenariat avec la CCI de Seine et Marne. 6 évènements ont été choisis dont 3 manifestations équestres (BIP, Grand Prix Classic et Grande Semaine de l'Élevage) et 3 non-équestres (Championnat de cross-country pompiers, Nature et Vénerie et Festival RainForest). Plus de 2 000 questionnaires ont été traités avec l'aide de plusieurs vacataires du Grand Parquet et l'équipe de Fontainebleau Tourisme.

Sur la partie développement commercial du Grand Parquet, 2 dossiers majeurs en termes de médiatisation et de retombées économiques ne se sont pas concrétisés pour la destination Fontainebleau en raison de restrictions imposées par des associations environnementales locales, ONF :

ROC PARIS par l'intermédiaire de la société ASO (Tour de France, Dakar, Golf,...) avec un CA estimé de 4,5 millions d'euros et 5 jours d'évènement. Evènement identique à Fréjus avec le ROC D'AZUR (20 000 participants, 150 000 visiteurs, panier moyen par famille de 1 225 €, ...) – source : chiffres communiqués par la ville de Fréjus.

<http://www.frejus-on-the-roc.fr/2016/10/05/le-roc-dazur-une-histoire-de-chiffres>

Etape du Championnat du Monde de Paintball par l'intermédiaire de la société The Millenium Séries Ltd (organisateur international des principaux championnats mondiaux) avec un CA estimé à Chantilly de 2,5 millions d'euros sur 4 jours et une dépense moyenne par participant de 2 000 € – source : The Millenium Series Ltd.

c. Nos actions en matière commerciale et de communication

Au niveau commercial et communication, différentes actions ont été entreprises :



- Mise en place d'une offre de location de l'espace restauration avec les 200 m² de salle, 100 m² de terrasse couverte, et sa cuisine tout équipée. L'objectif a été de développer un nouveau levier de CA (+ de 50 K€ HT sur cette 1ere année), augmenter l'utilisation de cet espace pour diminuer le nombre de tentes implantées sur site lors des évènements, accueillir plus confortablement une clientèle d'affaires venant en journée d'étude sur site.
- Création d'une fiche technique de cet espace de restauration destinée à nos clients et d'une vidéo de présentation. Ces supports ont été réalisés en interne par Juliette Chabot.
- Envoi de la Newsletter trimestrielle Grand Parquet pour présenter les évènements des trois prochains mois (auprès de 2000 contacts locaux et régionaux, 50 000 contacts Grand Prix Magazine, et 120 000 contacts de la FFE).
- Envoi de Newsletter « SAVE THE DATE » avant chaque événement auprès de la base de données du Grand Parquet.
- Le design du site internet du Grand Parquet a été retravaillé en début de saison avec l'agence locale Nova, afin de lui apporter une image plus moderne et une facilité d'utilisation pour les visiteurs via leurs smartphones, et tablettes.
- Actualisation des informations et calendrier des évènements sur notre site internet.
- Développement de l'offre « bâche » sur le site du Grand Parquet, qui voit cependant une baisse de son CA (9 500 € HT en 2016 vs 12 000 € HT en 2015).
- Stabilisation des tarifs de location des terrains sur la grille tarifaire 2016, mais nouvelle grille tarifaire pour la location de l'espace de restauration et de sa cuisine (location partielle ou totale à la journée, demi-journée, ou pour des évènements privés du type mariages).



- Accentuation du développement de l'offre Cross - Spring Games d'entraîneurs et de nouveaux clubs d'équitation.
- Développement du nombre de formations professionnelles équestres (BPJEPS, DE JEPS,...) en relation avec le CRE Ile de France
- Actions de développement menées auprès de clients hors équestres (agences événementielles, organisateurs d'évènements sportifs de masse, sociétés).
- Mise en place de nouvelles offres de location (type RB&B) de boxes et d'espaces d'hébergement avec les sociétés Staybler, Equimov, Home Camper, Freed'Home Camper.
- Le versement des acomptes en amont de chaque manifestation est en place depuis 2014, sans avoir enregistré d'impayés malgré une situation économique difficile et des délais de paiement qui s'allongent pour la partie équestre de nos évènements. Nous arrivons à 100 % d'acomptes avant manifestation pour les évènements d'entreprises, et les évènements privés.
- La page Facebook du Grand Parquet est animée régulièrement grâce à la mise en ligne de photos, de vidéos et d'informations générales ou techniques et enregistre un nombre croissant de « followers », au nombre de 14 000 en 2016.
- La plaquette B to B (format triptyque) de location des espaces de réunions et de réceptions a été imprimée à 1000 exemplaires, et son format papier et numérique connaît un réel succès auprès de nos prospects et clients. Un plan détaillé du site vient compléter cette brochure.

Agathe Jolly, qui a travaillé auparavant à l'organisation du Salon du Cheval à la Porte de Versailles, a intégré l'équipe mi-août 2016 dans le but d'assurer la coordination événementielle de certains de nos évènements, et suivre certains projets opérationnels en relation avec la direction du site.

d. La maintenance et l'évolution des installations

Au niveau opérationnel, les travaux d'embellissement et de maçonnerie paysagère vont être de nouveau engagés sur la période automnale et hivernale pour continuer d'améliorer notre service et notre qualité dont :

- Réfection d'une partie du terrain d'Honneur, sur une surface de 5000 m², avec décapage de la couche supérieure (entre 5 et 15 cm), rajout d'un substrat fibré, et ré-engazonnement avec un gazon RPR (plante à rhizomes auto-réparante à 70 %). Un appel d'offres à « bon de commande » a été effectué et la société Soldrain a remporté le marché.



- Installation d'une pergola aux couleurs du Grand Parquet sur la terrasse de restauration. La société locale Sopromat a été choisie pour la mise en place de cette structure. Une surface de + de 100 m² sera ainsi rajoutée à la surface intérieure de 200 m².
- Evacuation d'eau dans le village situé en bas de la carrière des Princes, soit 120 m de tranchées, de tuyaux, et un fossé de récupération d'eau, effectuée par l'équipe du GP.
- Création d'obstacles naturels (talus, trous, ...) pour accompagner le développement de nos offres « stages et formations » en concours complet.
- Fermeture par des portails de tous les terrains en herbe afin d'éviter l'intrusion par des animaux sauvages.
- Création d'un nouvel atelier, situé sous le parc à obstacles et permettant de regrouper les véhicules, machines et outillage dans une zone fermée, couverte et facile d'accès.
- Création d'une cuisine et d'une salle de repos, ainsi que de vestiaires hommes et femmes à l'emplacement actuel de l'atelier, au niveau de notre bâtiment administratif.
- Maintenance de l'ensemble des 237 boxes, du Commissariat Général, et de l'espace de restauration (changement du bardage bois, peinture, et remise en état général).
La CCPF a été informée des dégradations dues au vieillissement prématuré des matériaux (bois traités) utilisés lors de la rénovation du site en 2010-2011
 - Toiture tribune Grand Parquet
 - Chauffage géothermie
 - Palissade des boxes fixes
 - Poteaux d'éclairage sur parkings et village
 - Ascenseur pour PMR – accès tribune principale
 - Levé des réserves sur l'installation électrique du GP
- Mise en sécurité de certains arbres sur le site

2- ANALYSE DE QUELQUES EVENEMENTS MAJEURS SUR 2016

Championnat de France de cross-country Pompiers : Fontainebleau et le Grand Parquet ont accueilli 3200 pompiers venus de toute la France pour participer à ce Championnat organisé mi-mars 2016. L'équipe du SDIS 77 a travaillé pendant 1 année sur cette organisation, en collaboration avec l'équipe du Grand Parquet. Une réunion de calage entre les équipes du SDIS a été organisée chaque semaine pendant 1 an sur le site du Grand Parquet. Cet évènement « One Shot », qui est le 2eme plus gros évènement de la corporation (après leur congrès national) a généré 1200 nuitées dans les hôtels présents au sein de la CCPF.

Le Grand Parquet



Fontainebleau
TOURISME

BIP : L'évènement fêtera en 2017 ses 15 ans, et s'avère être une majeure à Fontainebleau et dans le paysage équestre international. Le marché du Poneys est beaucoup moins touché par la crise du monde équestre, le niveau d'exposants est en augmentation constante, ainsi que le nombre d'engagés. La clientèle internationale de ce concours a un fort pouvoir d'achat pour la destination, et une durée de séjour (+ de 4 jours) intéressante pour les hôteliers.

Grand Prix Classic : L'évènement a réalisé sa 4ème édition en mai 2016 et a trouvé un modèle économique équilibré au niveau commercial et logistique. Elle accueille un nombre important de cavaliers professionnels et amateurs ainsi qu'un large public, grâce au même spectacle équestre de Santi Serra. La population locale et non initiée au monde du cheval est présente chaque année grâce aux propositions d'activités de spectacles et non-équestres sur les 2 week-ends de mai.

Festival Rainforest : Ce nouvel évènement culturel a été réalisé par l'association Rainforest le 1^{er} week-end de juillet. L'objectif était de réunir des artistes français ayant des univers musicaux différents et variés, un village des associations protectrices de l'environnement et une restauration BIO. L'évènement a regroupé entre 2500 et 3000 personnes venant à 70 % de la région parisienne, et 30 % en local (source : Association Rainforest).



Grand Prix Classic Summer Tour : Fontainebleau a accueilli cette année la 3ème édition du Summer Tour sur 3 week-ends, avec 2 week-ends de concours internationaux et le Championnat de France Amateurs sur le dernier week-end.

Le Grand Parquet



Fontainebleau

TOURISME

A cette occasion, nous avons eu la 3^{ème} édition de « Fontainebleau Plateau ». Une zone de détente et de jeux de plage ont été mises en place en journée face au terrain d'honneur ; des animations musicales et des cours de danse sportives et latines en soirées. Le manque d'un espace aquatique a été remarqué par le grand public (faute de budget), mais les animations musicales ont eu beaucoup de succès auprès d'un public qui ne connaissait pas notre site.

3- VISION GLOBALE DE DEVELOPPEMENT ET POINTS DE VIGILANCE

Nous arrivons à un niveau d'occupation des terrains en herbe qui se densifie entre mi-avril et début septembre. Du fait de leur entretien, nous devons garder à l'esprit qu'un délai de 3 semaines entre chaque événement est nécessaire pour l'entretien et l'engazonnement des espaces en herbe.

La dernière version de notre cahier des charges de sécurité incendie a été validée en août par la commission du DSIS 77 à Melun. Elle regroupe maintenant l'ensemble des textes et mises à jour nécessaires à la diversification des activités du site du Grand Parquet.

En parallèle, le cahier des charges restauration a été développé et complété en vue de l'utilisation régulière de l'espace restauration et de ses cuisines, ainsi que de nouveaux traiteurs intervenant au Grand Parquet.

La politique de mise en conformité du site lors des manifestations (présence d'un chargé de sécurité, mise en forme et respect du cahier des charges incendie, mise en forme et respect du cahier des charges restauration) est maintenant respectée par l'ensemble des organisateurs. Il reste cependant un point d'amélioration sur la transmission des plans et documents administratifs de la part de nos clients auprès du service « prévention » de la ville de Fontainebleau.

Notre plan d'action commercial pour 2017 reste à définir mais reposera sur l'accentuation de la commercialisation de l'espace de restauration auprès de traiteurs locaux ou régionaux et pour des événements sociétés. Ce plan d'action sera élaboré de manière concertée entre Fontainebleau Tourisme et les opérateurs locaux intéressés à ce développement.

Le nombre de séminaires et de lancements de produit accueillis devra augmenter durant la saison 2017, afin d'assurer un positionnement et une image business du site.

Le Grand Parquet



Fontainebleau
TOURISME

Dans le cadre des évènements équestres, nous continuons à av à l'embauche de vacataires (étudiants bellifontains et avonnais) pour assurer un service optimal auprès de nos clients équestres (entretien des terrains et nettoyage de la zone exposants). A cet effet, nous réitérons chaque année notre demande en vue d'obtenir un accord de la part de l'inspection du travail sur le dépassement d'horaire de 10 h à 12 h par jour. Cet accord nous permet ainsi d'être en règle par rapport à un éventuel contrôle et en cas d'un accident survenant sur cette tranche horaire à l'un de nos vacataires.

Il est à noter que nous accueillerons un nouvel évènement équestre par l'intermédiaire de la FFE et de Volta Sports, avec le CSIO Juniors et Jeunes Cavaliers le 1^{er} week-end de mai 2017. Nous positionnerons ainsi Fontainebleau et le site du Grand Parquet comme lieu de formation des jeunes cavaliers français au niveau national et international grâce au CSIO Poneys (lors du BIP) et ce nouveau CSIO pour les cavaliers de - de 25 ans.

D'autre part, les CSI du mois de Juillet 2017, organisés par Volta Sports évolueront avec une classification 3* au lieu de 2 pour l'un d'entre eux.

Les fortes contraintes environnementales qui pèsent sur le Grand Parquet en raison de son implantation, empêchent un positionnement ambitieux vers des évènements non équestres porteurs de retombées économiques majeures, comme ce fut le cas pour les opportunités du Roc Paris ou du championnat du monde de Paint Ball.



Organigramme

2016

Organigramme du personnel en 2016



ADMINISTRATION

ADMINISTRATION / DIRECTION

Jean-Michel GENETEAU (depuis 05/2016)
Directeur

Magali MARQUES DE SOUSA (CDI TP)
Assistante de Direction

Isabelle VIENNE (CDI TP)
Assistante comptabilité

COMMUNICATION

Sandrine MARET (CDI 75% TP)
Communication Web



LE GRAND PARQUET
FONTAINEBLEAU

PERSONNEL FT

DIRECTION

Eric DUSSOLLIER (CDI TP)
Directeur

Agathe JOLLY (CDD TP 3 mois)
Adjointe de direction

AGENT TECHNIQUE

Sandrine MEUNIER (CDI TP)
Entretien général

Personnel détaché
de la CCPF



Communauté
de Communes du Pays de
Fontainebleau

ADMINISTRATION

Patricia VOIRIN (Adjoint administratif 1^{ère} cl)
Assistante

Thierry COUSIN (Agent de maîtrise)
Responsable d'exploitation

AGENT TECHNIQUE

Jean-Louis BUDYNEK (Adjoint technique)
Entretien général et coordination des
événements

Vincent GADEBLED (Adjoint technique
principal 2^e cl)
Entretien général de l'équipement

Florence SAULNIER (Agent de maîtrise)
Entretien terrains herbe, espaces verts,
réseaux d'arrosage et coordination des
événements

ACCUEIL

Individuel et groupes

ACCUEIL

Emilie POIDRAS (CDI TP)
Responsable Accueil

Stéphanie TESSIER (CDI TP)
Conseillère en séjour

Katia SIMOES PEREIRA (CDD TP 1 an)
Conseillère en séjour

Stéphanie ZEAU (CDI TP)
Conseillère en séjour OT Bourron

RECEPTIF GROUPES

Dominique DOMINJON (CDI TP)
Commerciale groupes

Laure DAVOUT (CDI TP)
Assistante commerciale

Personnel détaché
de la CCPF



Communauté
de Communes du Pays de
Fontainebleau

ACCUEIL

Vanessa TYBIN (Adjoint administratif)
Conseillère en séjour (depuis 10/2014)

COMMUNICATION

Juliette CHABOT (CDD TP depuis 10/2014)
Communication CCPF, FT et GP



Une année 2017
bien engagée

Le périmètre de la nouvelle intercommunalité nous a obligé très vite à un recensement de l'offre, travail qui est loin d'être achevé, d'autant qu'il passe par des rencontres à programmer au fur et à mesure avec les acteurs prestataires et élus.

L'équipe de Barbizon (2 personnes à temps partiel) a intégré l'équipe de Fontainebleau Tourisme au 1^{er} janvier.

La phase de production des données bat son plein, elle mobilise encore cette année beaucoup d'heures de travail, notamment du côté de l'équipe d'accueil, dont le nouvel environnement de travail n'est pas forcément compatible avec les fonctions de back office.

Le pôle d'accueil de Fontainebleau s'est installé place de la République le 29 mars dans un équipement flambant neuf et à la hauteur de la marque Fontainebleau.

Nous sommes en train de progresser dans la mise en œuvre du projet numérique avec une première publication du nouveau site web, très orienté vers l'offre d'activité et de séjour et vers les logiques de rendez-vous sur la destination. Nous nous préparons à déployer des outils numériques pour les fonctions d'accueil, déploiement qui pourra avoir d'autres prolongements ensuite.

L'appui au réseau des hôteliers s'oriente vers l'amélioration de l'expérience client dans l'accès aux ressources de la destination. Pour commencer, c'est par la question de la gamme de services à proposer aux organisateurs d'événements et de leurs clients finaux que nous cherchons à apporter de la fluidité et de la satisfaction. La structuration du service réceptif a cet objectif. La mutualisation des enjeux de développement commercial et de mise en place de services avec le site du Grand Parquet, finalité du rapprochement des 2 structures, trouve ici sa concrétisation.

Le soutien aux grands événements est confirmé par notre nouveau Comité de Direction nommé par le Conseil d'agglomération. Un nouvel événementiel tourné vers l'escalade au Grand Parquet sera soutenu. Événement qui fait sens au regard du positionnement reconnu mondialement de la Forêt de Fontainebleau et les retombées en séjours par des pratiquants internationaux dans les hébergements situés dans les communes qui bordent la forêt.

Nous allons travailler à l'extension et à l'harmonisation des conditions de collecte de la taxe de séjour sur le territoire de l'agglomération, en vue d'une application homogène au 1^{er} janvier 2018.

Dans le sillage du projet numérique et du développement du réceptif, nous engageons la réflexion sur la communication touristique. Nous proposons que les ressources déployées pour cet objet soient réservées à la communication externe (prioritairement sur les marchés franciliens et internationaux). Par ailleurs nous devons structurer la relation de l'office de tourisme avec la communauté des acteurs grâce à de vrais protocoles de partenariats, qui aborderons par exemple notre rôle d'accueil du public, la visibilité des établissements y compris sur les supports numériques, les accueils de prescripteurs et partenariats média, les accords de commercialisation, ..., l'objectif étant de retrouver une vraie logique d'adhésion, dans tous les sens du terme.