

BILAN DE SAISON

Janvier - Octobre 2015

Sommaire

Office de tourisme et points accueils Larzac et Vallées

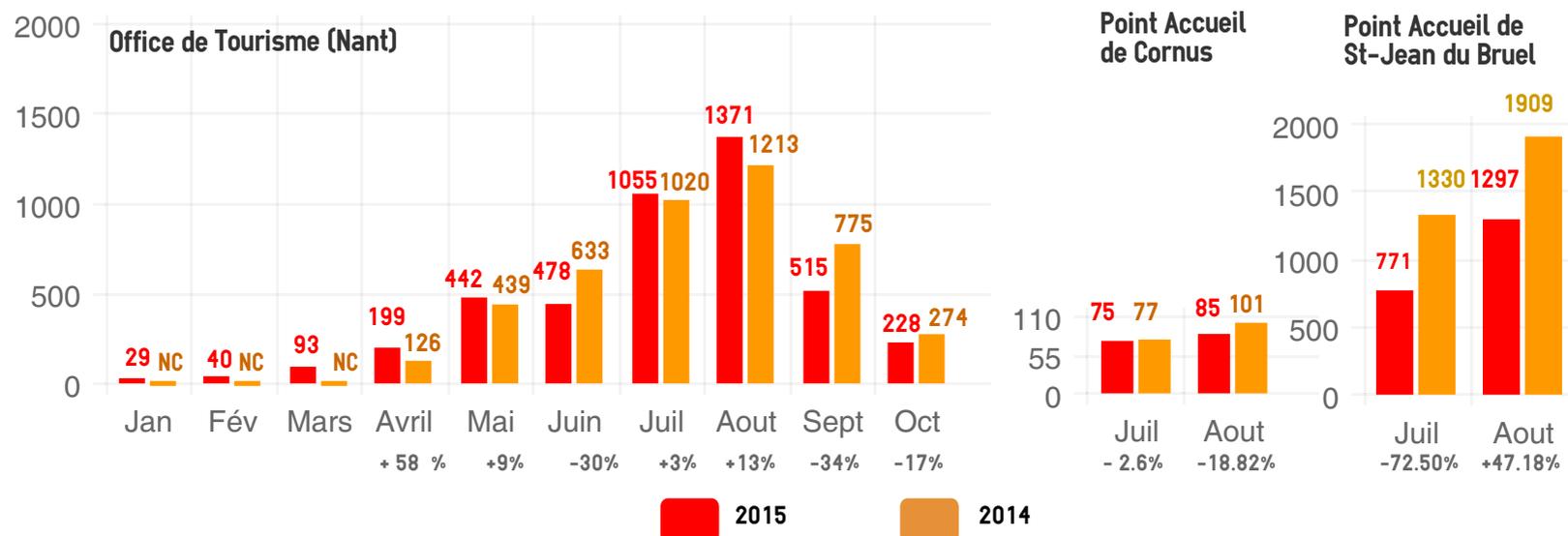
La fréquentation	Page 1
La documentation demandée	Page 2
La clientèle française Top 10	Page 3
La clientèle étrangère Top 10	Page 4
Internet et Mobilité	Page 5
La parole aux prestataires	Page 6

Les professionnels du territoire

Ressenti général	Page 7-8
Hôtels-résidences de tourisme	Page 9
Campings-aires de campings-car	Page 9
Chambres d'hôtes & Meublés	Page 10
Gites d'étapes et de séjours & Accueil de groupe	Page 11
Restauration & produits du terroir	Page 12
Sites touristiques & Activités sport et loisirs	Page 13-14
Artisans d'art	Page 15

Fréquentation office de tourisme et points accueils

Fréquentation par mois (contacts comptoir)



En 2015, 7730 personnes sont entrées dans l'office de tourisme situé à Nant et 4450 personnes sont venues demander une information (contact comptoir). La fréquentation reste stable (-3%).

Cependant une baisse plus importante est visible sur le point accueil de St-Jean du Bruel (2882 personnes entrées en 2015 contre 4331 en 2014); la fréquentation de Cornus reste relativement stable (300 personnes entrées en 2015 et 343 en 2014) --> la baisse de St-Jean du Bruel s'explique par la nouvelle technique de comptage en terme de "contacts comptoir".

En terme de contacts comptoir:

1. Une demande représente souvent plusieurs personnes (1.4 en moyenne) : souvent des couples
2. Tous les clients n'entrent pas forcément en contact avec les conseillers en séjours car ils trouvent l'information dont ils ont besoin en libre accès.
3. Inversement, les clients recherchant un accueil en vis-à-vis sont activement en demande de conseils personnalisés avec le « petit + » qu'ils ne trouveront pas en consultant les sites internet. Le temps de renseignements de ces clients peut parfois être assez long (15 à 20 minutes)

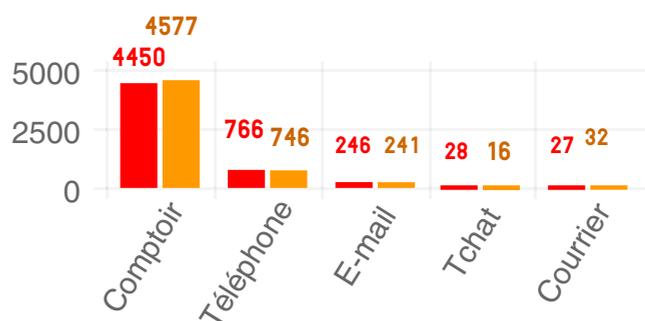
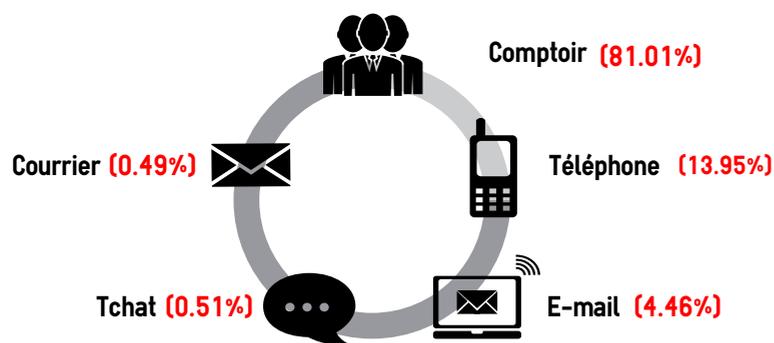
90% de l'activité reste concentrée sur 5 mois de l'année. Cependant, nous pouvons faire quelques observations :

- 1 mois en augmentation, 3 en baisses et 2 stagne.
- la baisse de Juin s'explique par le calendrier des jours fériés 2015. Tous les week-ends prolongés sont tombés en Mai et aucun en Juin.
- les baisses de Septembre et d'Octobre: représentent 260 contacts comptoir en moins en Septembre et 46 en Octobre.

Pourquoi? Une baisse de la clientèle groupe pour les visites guidées de Nant + une faible fréquentation pour les Journées du Patrimoine en Septembre (197 contacts en 2014 contre 48 contacts en 2015).

A noter : nous ne pouvons comparer la période Janvier-Mars car l'office de tourisme Larzac et Vallées est arrivée à Nant qu'à partir de fin mars 2014.

Types de demandes (tout confondu)



On peut noter que les demandes par courrier baissent et ne représentent plus que 0.49% des demandes par an. Moins d'envoi de courrier également avec seulement 274 envois de courrier sur l'année.

Explication :

- de plus en plus de téléchargement de documents numériques
- le personnel d'accueil utilise désormais systématiquement l'outil Welcotour pour répondre de manière personnalisée aux demandes des clients. En 2015: 3737 paniers envoyés soit 11.43% des paniers envoyés en Aveyron (42 745).

La documentation distribuée



* légende

Documentation distribuée au comptoir

Documentation envoyée par courrier / mail

Au comptoir

Les visiteurs souhaitent une information pratique sur ce qu'il y a à voir et à faire dans les environs. La randonnée est la 1ère demande (12.47%), les animations sont aussi recherchées à 8.14%. Une information sur les 5 villages Templiers Hospitaliers et sur les villages typiques (Cantobre) est souvent demandée (7.76%*).

L'office dispose d'un espace WIFI qui attire de nombreux visiteurs souhaitant rester connecté.

Le conseiller en séjours propose systématiquement le dépliant des 12 circuits qui constitue la brochure d'appel de l'office de tourisme.

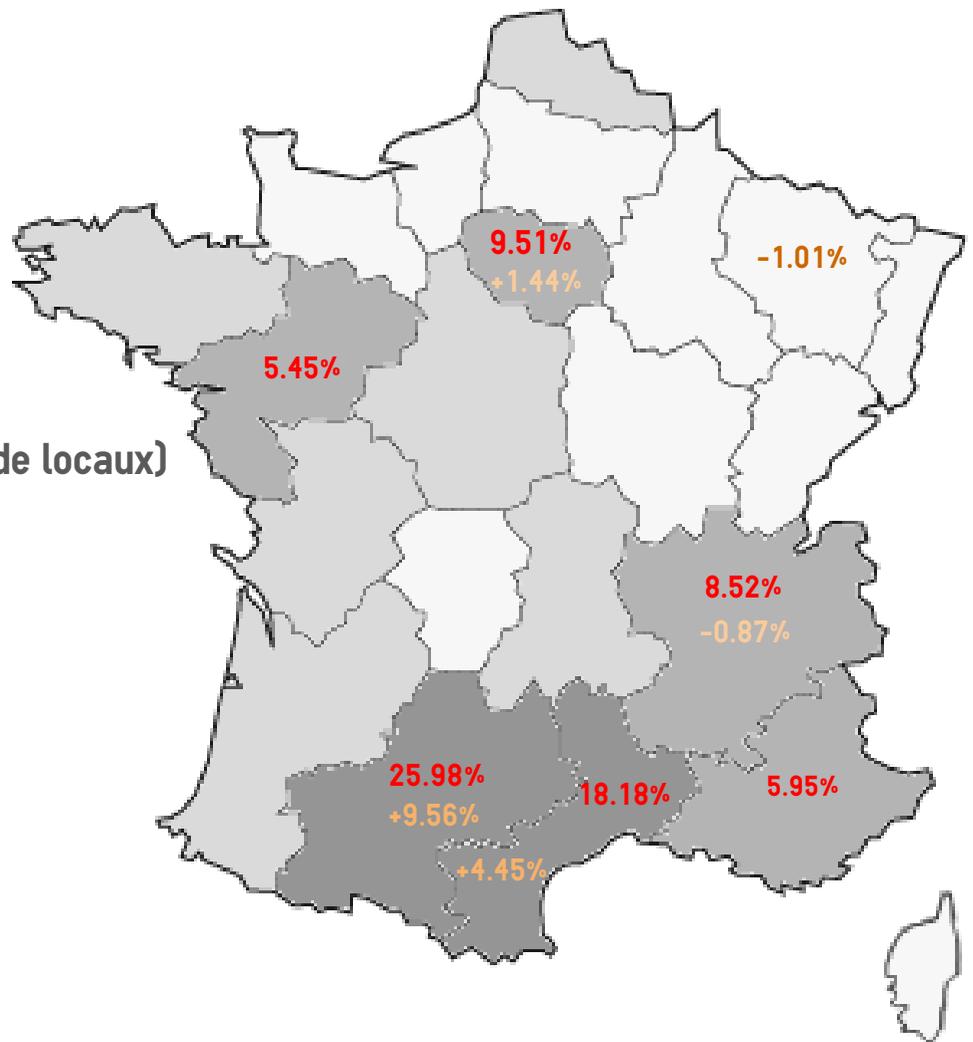
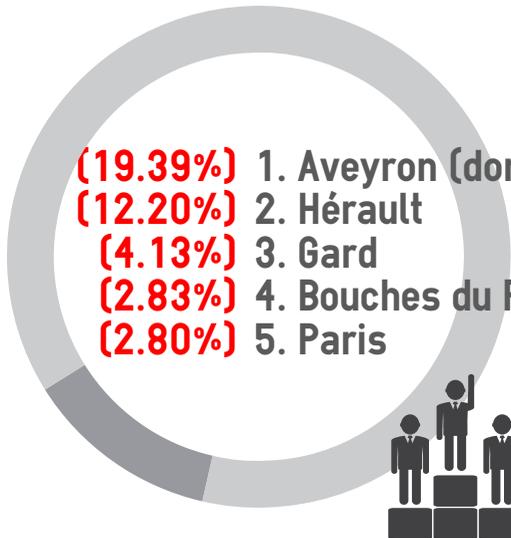
* ce chiffre pourrait être plus important si le stock de brochures des "Remparts du Larzac" n'était pas arrivé en rupture dès le printemps.



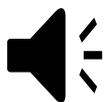
Envoi courrier

Des documents permettant de préparer le séjour sont les demandes principales: guide de visite (21.55%), circuits (26.10%), guide hébergement et sites Templiers Hospitaliers (10.50% env.), carte (9.97%).

Clientèle française Top 10



A noter



61% de nos visiteurs sont reçus en vis-à-vis.
La fréquentation de la clientèle française reste stable : elle représente 84% de la clientèle accueillie (85% en 2014).

Loin devant tous les autres départements représentés, la clientèle de l'Aveyron atteint une fréquentation de 19.39% (contre 10.85% en 2014) avec 8.50% d'augmentation.

Les départements limitrophes et de Midi-Pyrénées représentent une part conséquente de la clientèle accueillie. Cela peut s'expliquer par la baisse du budget vacances qui incite les visiteurs à ne pas partir loin et par la campagne "Grands Sites" relancée chaque année.

* légende



Répartition en pourcentage

+ / - %: évolution entre 2014 et 2015

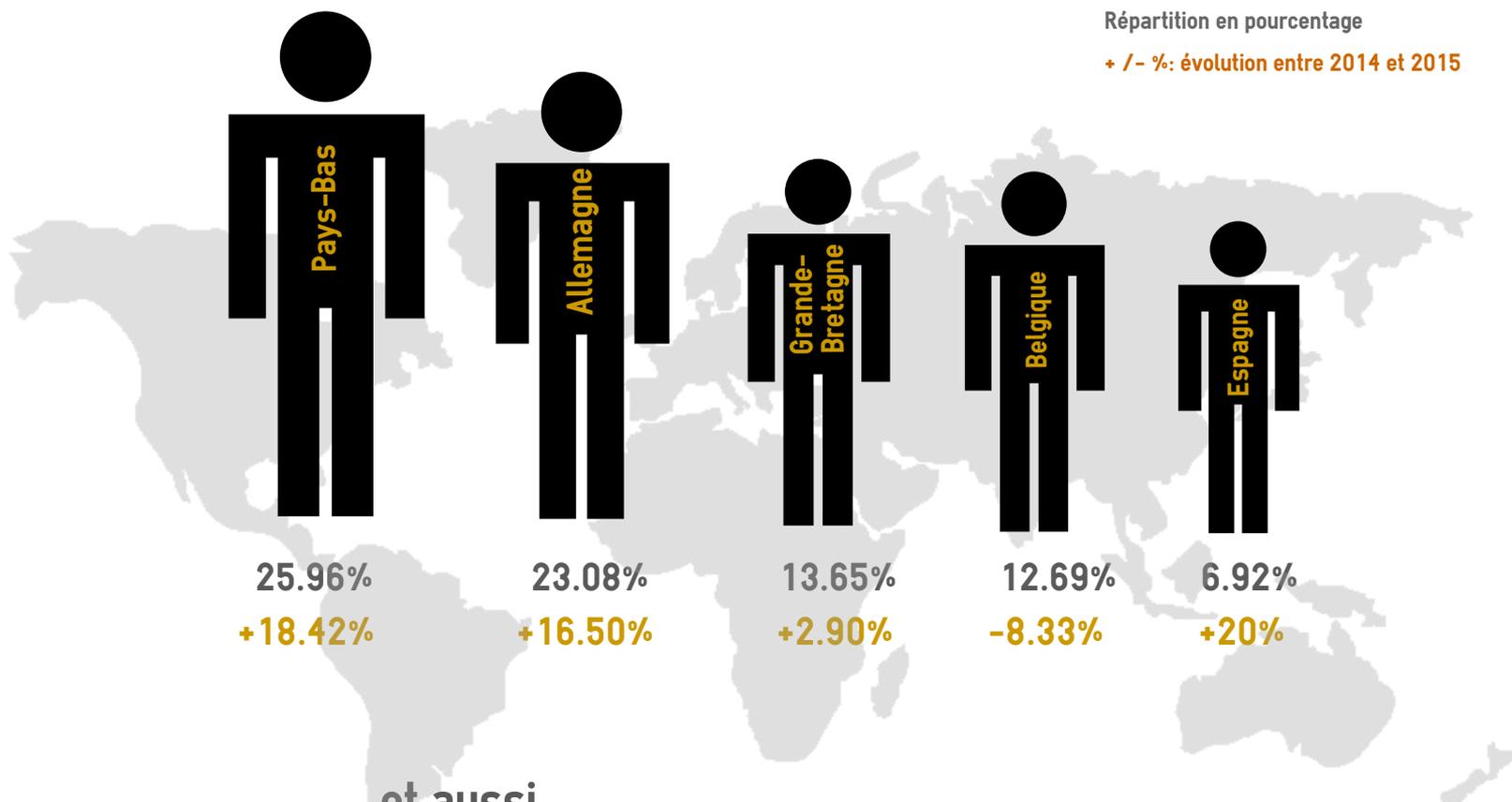


La clientèle étrangère Top 10

***Légende**

Répartition en pourcentage

+ / - %: évolution entre 2014 et 2015



et aussi...



A noter



La clientèle étrangère représente 16% de la fréquentation globale (accueil comptoir) soit 1% de moins que l'an dernier mais dans des proportions similaires à l'année précédente.

A noter : de nombreux étrangers ne viennent pas se renseigner auprès du conseiller en séjours par timidité ou non maîtrise du Français.

Les Pays-Bas et la Grande-Bretagne sont toujours les clientèles majeures à Nant (49% de la fréquentation étrangère).

On remarque une augmentation des visiteurs d'Amérique du Nord (USA et Canada) ainsi que de l'Australie/Nouvelle-Zélande.



Site internet de l'office de tourisme

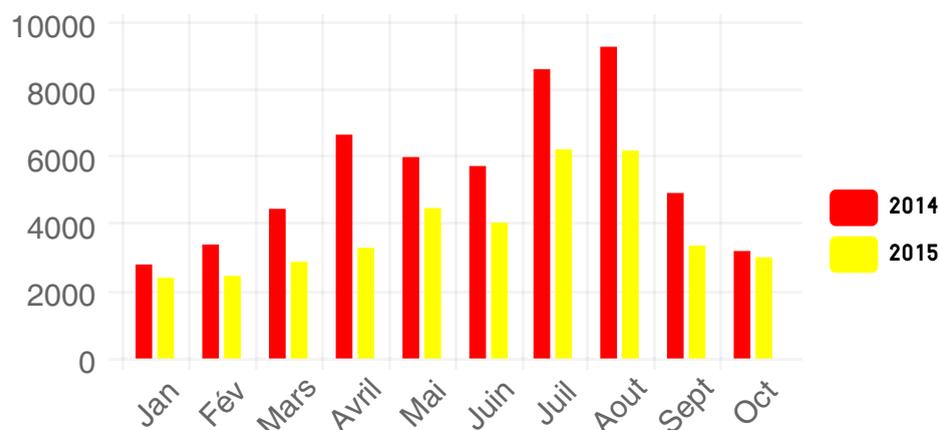
La fréquentation du site :

- 36720 visiteurs uniques soit une baisse de -21 % par rapport à 2014 (46 525)
- 171 553 pages ont été vues (210 975 en 2014), soit une baisse de 18.60%.
- 83% sont de nouveaux visiteurs et 17% des internautes ont déjà consultés notre site internet et y retournent (locaux?)

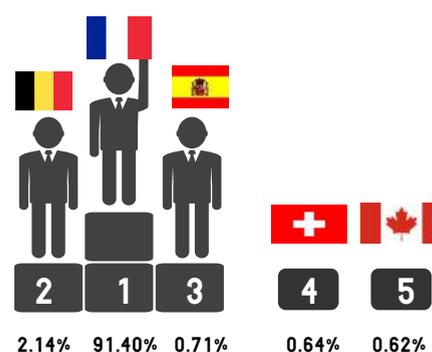
A noter: Le site de l'office de tourisme est dépassé et ne s'adapte plus aux nouveaux mode de recherches ce qui peut expliquer la baisse.

www.tourisme-larzac.com

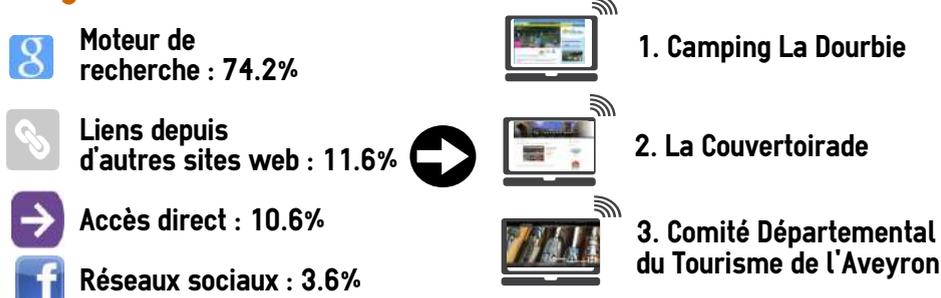
Fréquentation mensuelle



Origines géographiques



Origines du trafic



-
1. Camping La Dourbie
 2. La Couvertoirade
 3. Comité Départemental du Tourisme de l'Aveyron

Pages les plus consultées



1. Pages hébergements (36.62%)
top 3: locations saisonnières (7.29%), chambres d'hôtes (6.52%) et campings (6.07%).
2. Pages visites (16.16%)
3. Pages restaurants (10.16%)



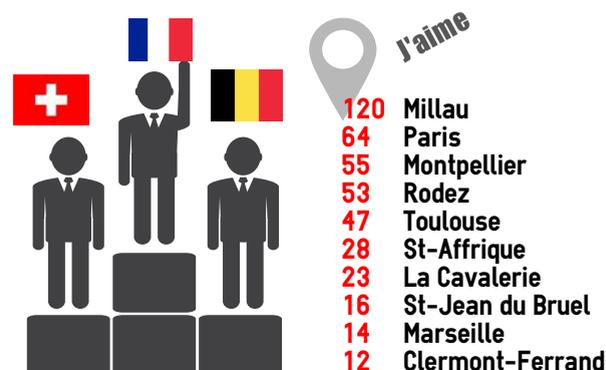
Page Facebook

Tourisme Larzac en Aveyron

La page TOURISME LARZAC EN AVEYRON comptabilise 1143 fans, soit une progression de 20% par rapport à 2014. Ce sont principalement des fans de proximité.

Notre page Facebook est utilisé pour communiquer sur les animations en période estivale et pour la promotion des prestataires touristiques le reste de l'année.

En moyenne, 4 à 5 publications par jours sont programmées en été, 1 à 2 par jours en avant /après saison et 1 à 3 par semaine en hors saison soit plus de 500 publications sur l'année.





Localisation de l'office de tourisme

"Bonjour,

Du fait que l'OT Larzac et ses vallées se trouve caché à Nant depuis 2 ans, les touristes ne viennent plus du tout dans notre vallée de La Sorgues par votre intermédiaire !

Avant, quand on vous trouvait encore sur le plateau, les touristes avaient le choix de partir dans la vallée de la Dourbie ou dans la vallée de La Sorgues; même kilométrage à peu près ! Maintenant, ils ne font pas demi tour vers chez nous quand ils vous ont trouvé à Nant puisqu'il y a au moins 4 camping sur place...

Question : A quoi cela sert t-il d'être obligé de dépendre de votre OT alors que celui de St Affrique nous apportait bien plus que vous ? Ah oui, j'oubliai; je vous rapporte la taxe de séjour, bien sûr !

Où est le bon échange dans ce cas ? Je vous suggère d'y réfléchir fortement..."

Cordialement,
Mme SOUEF - Camping La Mouline



Fonctionnement de l'office de tourisme

"Les professionnels du tourisme sur le périmètre de l'intercommunalité ne seront-ils consultés ou associés aux décisions et orientations, qu'à travers un/des questionnaires de bilans touristiques, ou la mise en place d'une instance regroupant professionnels et élus est-elle en cours de réflexion ?"

M. DUMORA - Centre Ethic Etape Le Hameau de Moulès



Suggestions d'actions...

"Pour attirer et fideliser une clientèle avec un budget toujours plus restreint, il faudrait peut être proposer et mettre en avant des activités non payantes comme plusieurs accès aux rivières (plages, chemins de rando mieux signalés et balisés, chemins de vélo, pistes cyclables, une signalétique générale plus importante afin qu'ils choisissent, s'orientent et s'accaparent plus facilement notre région et qu'ils puissent dépenser tranquillement, leur budget chez les commerçants, hébergeurs et prestataires en un séjours plus long.

Ce ne sont que des idées. Merci de votre sollicitation"

Frédéric PEJOINE - cogérant de la société ANTIPODES

Il semble que la destination du Larzac en général ait été moins fréquentée. Il serait peut-être nécessaire de décliner les attraits de la destination à l'échelle de ce territoire et sur des produits d'appel reconnu et spécifiques (patrimoines culturels, patrimoines naturels) qui font l'identité du Larzac à l'échelle nationale et internationale.

M. JEANJEAN - Centre archéologique Frédéric Hermet

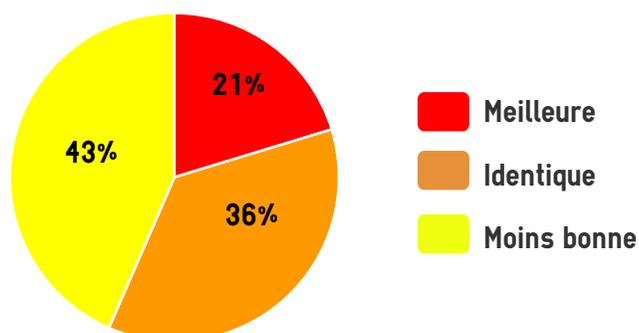
Sur 291 établissements tous confondus pour la période de Janvier à Octobre, 90 professionnels sont répondants soit 31% des établissements du territoire.

➔ Des professionnels moyennement satisfaits, avec une tendance à la baisse



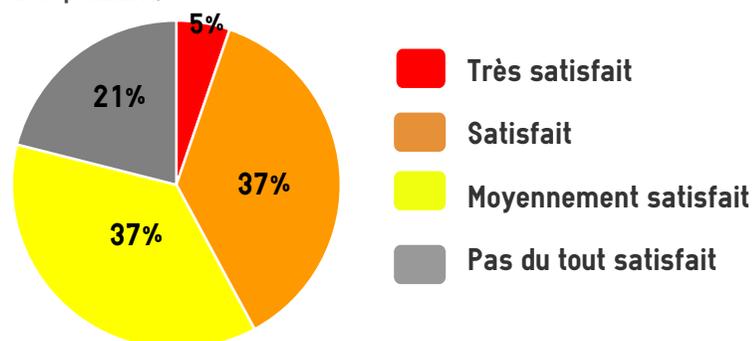
Comment les professionnels comparent-ils la fréquentation entre 2014 et 2015?

Territoire du Larzac et Vallées



Territoire du PNR des Grands Causses

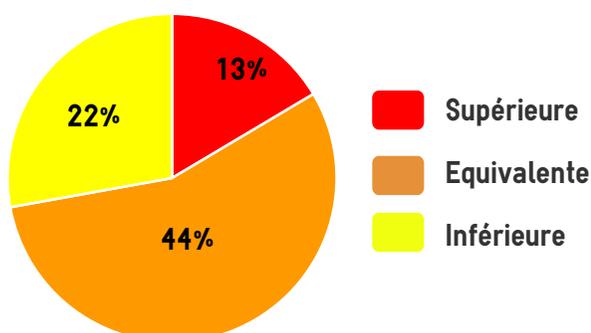
Chiffres fournis par le CDT Aveyron suite au Baromètre du Tourisme (16% de répondants)



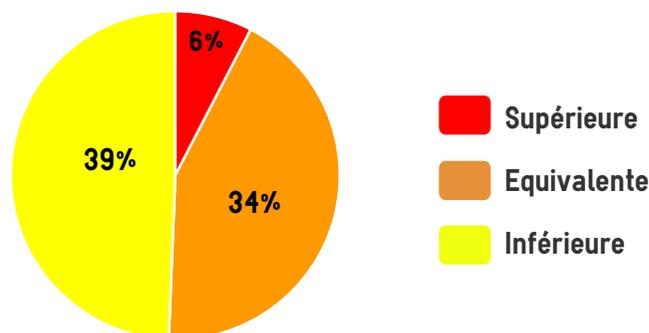
Il est difficile de comparer le ressenti du Larzac et Vallées et celui du PNR Grands Causses car nous n'avons pas posé les mêmes questions. Il faudra lisser cela pour les années futures. Globalement les prestataires du territoire Grands Causses sont satisfaits, ceux du Larzac et Vallées jugent la saison moins bonne à identique ce qui conviendrait à la notion de "Moyennement satisfait".

➔ La clientèle française se maintient tandis que la clientèle étrangère regresse

Par rapport à 2014, comment les professionnels estiment-ils la fréquentation de la clientèle Française?



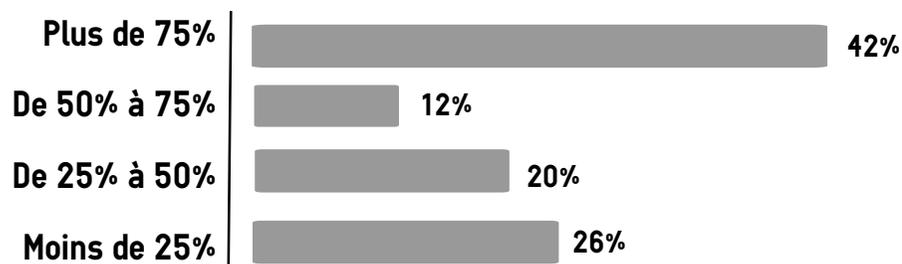
Par rapport à 2014, comment les professionnels estiment-ils la fréquentation de la clientèle Etrangère?



➔ Internet incontournable mais pas plébiscité par tous



Vos réservations par internet: % du chiffre d'affaires 2015 réalisé à ce jour?

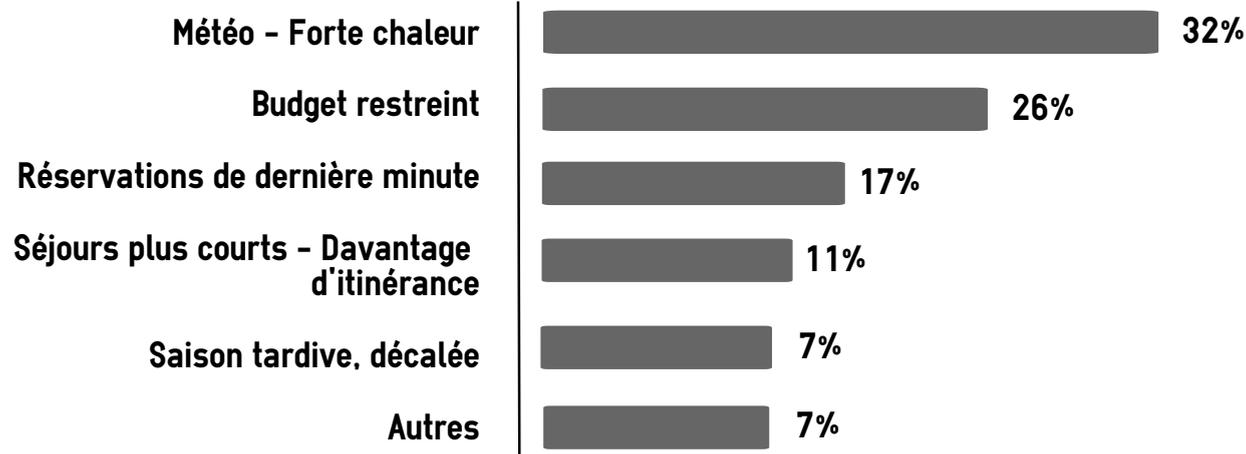


RAPPEL (source CDT 12):
 - 80% des touristes préparent leur séjour sur Internet
 - 50% achètent ou réservent directement sur internet

Les tendances de la saison



Quels nouveaux comportements marquent cette saison?



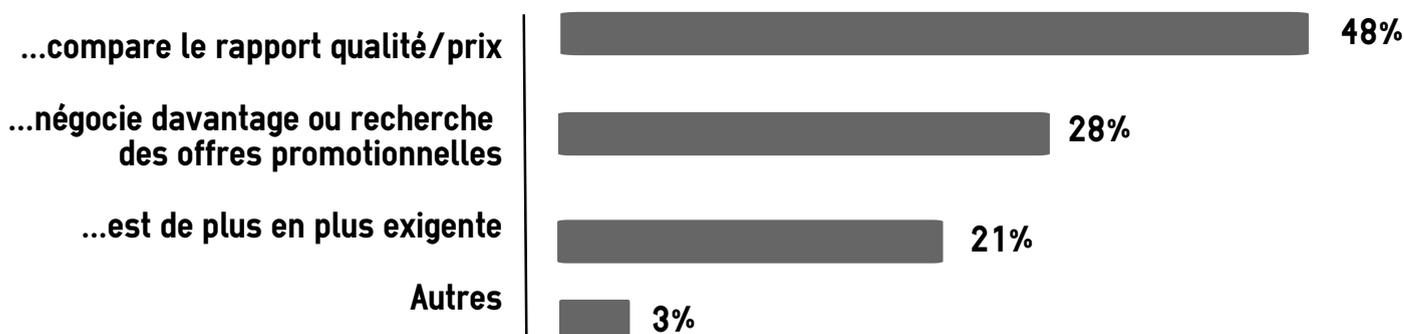
* Autres (mis en évidence par les pros du questionnaire "Sites de visites - Activités de loisirs): Manque de communication - brochure des remparts non ré-éditée (4%), baisse de groupes (2%), route fermée (1%)

Les nouveaux comportements



Quelles sont les tendances marquantes de cette saison?

La Clientèle...



* Autres: recherche de calme et d'écoute (1%), clientèle plus jeune (1%), plus de randonneurs (1%)

Bilan

La météo a influencé le tourisme sur le territoire surtout pour les sites de visites et les activités qui ont souffert de la désertification des visiteurs en plein après-midi. Les vacanciers n'hésitent plus à attendre le dernier moment pour réserver leur séjour en fonction de la météo et des promotions de dernières minutes. De plus, cette année aussi, les touristes sont très attentifs à leurs dépenses (succès des animations gratuites, recherches de tarifs promotionnels (source CDT 12)).

A noter aussi:

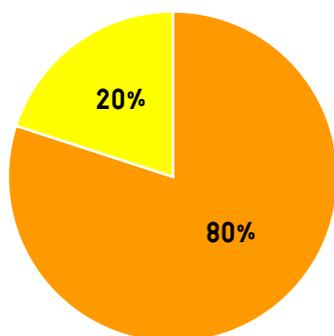
- désormais, les clients font appel aux sites d'avis et leurs accordent valeur de garantie. Ils prennent davantage de temps pour analyser les offres et se décider.
- les clients sont des consommateurs éclairés et font partager leur expertise.
- ils veulent du "sur mesure". Il ne suffit plus d'une catégorie ou d'un prix pour les décider, il faut le "petit plus" qui fera la différence.
- ils sont également très attentifs à la qualité de l'accueil, critère déterminant dans leur choix.

ZOOM Hébergements Hôtels et résidence de tourisme

Sur 11 établissements, 5 propriétaires/gestionnaires d'hôtels et résidences de tourisme sont répondants sur la période de Janvier à Octobre soit 45% des établissements du territoire.

Fréquentation

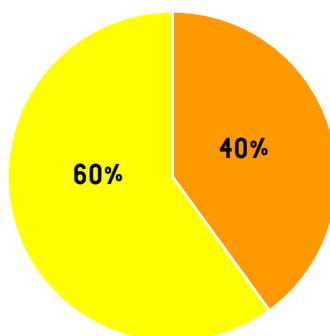
 Comment les professionnels comparent-ils la fréquentation entre 2014 et 2015?



 Meilleure  Identique  Moins bonne

Consommation

 Comment les professionnels comparent-ils la consommation entre 2014 et 2015?



 Meilleure  Identique  Moins bonne

Commentaires divers

 Avez-vous des remarques ou commentaires à mettre en évidence suite à cette saison 2015?

Hôtel Midi-Papillon à St-Jean du Bruel

 La clientèle étrangère a évolué, moins d'anglais, plus d'américains et d'italiens, belges idem. Enorme demande sur le mois d'août et sur la fin de saison. Beaucoup de groupes de randonneurs.

Hôtel La Gare aux Anes à Nant

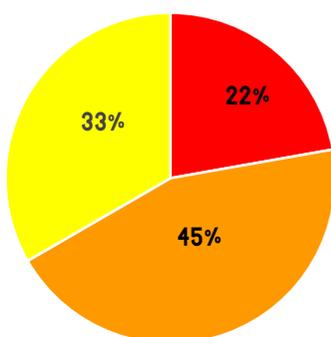
 Clientèle en baisse. Beaucoup moins de fréquentation. Les chambres d'hôtes concurrencent aussi les hôtels.

Campings et Aires de Camping-car

Sur 18 établissements, 9 propriétaires/gestionnaires de campings sont répondants soit 22% des établissements du territoire.

Fréquentation

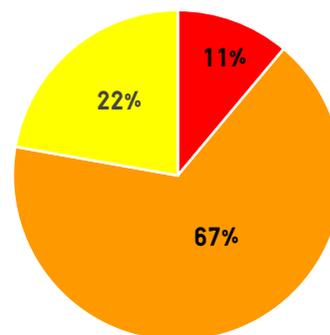
 Comment les professionnels comparent-ils la fréquentation entre 2014 et 2015?



 Meilleure  Identique  Moins bonne

Consommation

 Comment les professionnels comparent-ils la consommation entre 2014 et 2015?



Commentaires divers

 Avez-vous des remarques ou commentaires à mettre en évidence suite à cette saison 2015?

Les Vernèdes à Nant

 Les vacances ont été prises avant l'heure (au mois de mai avec ses nombreux ponts). Manque de passage durant juillet et août. Une saison à vite oublier

Le Roc qui parle à Nant

 Il a fait trop beau dans le nord et l'ouest en juillet ce qui nous dessert pour la clientèle nordique. De plus en plus de demande en résidentiel. Séjours plus long et très peu de passage de dernière minute (presque que des réservations). 

Camping à la ferme de Castelnau à Nant

 Nous avons reçu 2 groupes, ce qui nous a fait une bonne augmentation de nos nuitées ! et moins de temps passé pour l'accueil et l'installation des campeurs (les 2 groupes ont pris 4 emplacements pour 3 semaines consécutives)

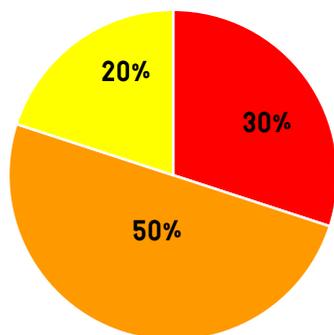
Fréquentation



Comment les loueurs de chambres d'hôtes et meublés comparent-ils la fréquentation entre 2014 et 2015?

Chambres d'hôtes

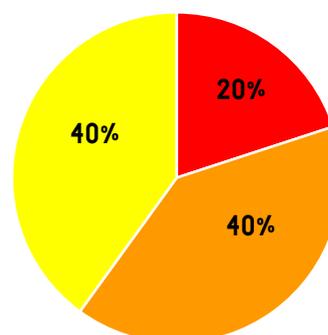
Sur 21 établissements, 10 sont répondants soit 48% des établissements du territoire.



Meilleure Identique Moins bonne

Meublés de tourisme

Sur 69 propriétaires distincts, 15 sont répondants soit 21% des établissements du territoire.



Commentaires divers

Avez-vous des remarques ou commentaires à mettre en évidence suite à cette saison 2015?

Gîte de la voie romaine à la Cavalerie



"Le taux de remplissage n'a jamais été aussi important que l'année des racines & des ailes"

Chambre d'hôtes Les Mourguettes à la Couvertorade



"Démarrage tardif de la saison touristique"

Meublé M. Rigal à La Bastide-Pradines



"Septembre catastrophique aucune demande, juin idem."

Meublé Mme Robert à Latour-sur-Sorgues



"Pas de location de printemps mais des locations d'automne. Pas de clientèle étrangère. La comparaison du rapport qualité prix existe mais n'est pas marquante de cette saison."

Chambre d'hôtes Le Moulin de Gauty à St-Jean d'Alcas



"Très bonne saison 2015 alors que 2014 avait déjà été une des plus fortes années. Très belle arrière saison."

Meublés et chambre d'hôte Les Castels de Cantobre à Nant



"Très bonne saison 2015 alors que We have had almost the same number of reservations but for shorter duration. The number of days is about 85% of 2014. Nous avons eu presque le même nombre de réservations, mais pour une durée plus courte. Le nombre de jours est d'environ 85% de l'année 2014."

Meublé l'Armandine à la Cavalerie



"Les rares contacts pour le mois de juillet voulaient réserver pour 3 ou 4 jours maxi, alors qu'en très haute saison c'est la semaine complète du samedi au samedi."

Meublé et chambre d'hôte Les Histoires d'A à Cornus



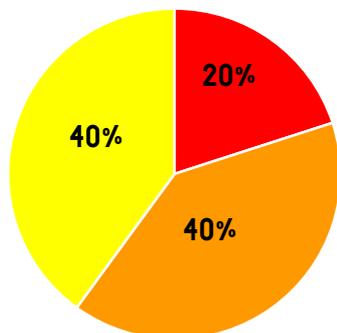
"Le touriste de plus en plus exigeant souhaite dans beaucoup de cas le confort maximum et la consommation immédiate pour un budget minimum. Nous pensons que les réservations via internet et les émissions télé-réalités ne peuvent que favoriser le mauvais esprit d'une certaine "masse" de touristes consommateurs. Ce phénomène est malheureusement, dans la plupart des cas ... français. Heureusement, la plupart des clients essentiellement étrangers (belges, hollandais, australiens, anglais, espagnols ...) sont ravis de nos prestations, ce qui rassure notre motivation à offrir des services de qualité."

Sur 14 établissements, 5 propriétaires/gestionnaires sont répondants soit 36% des établissements du territoire.

Fréquentation



Comment les propriétaires/gestionnaires de Gites d'étape et de séjours comparent-ils la fréquentation entre 2014 et 2015?



■ Meilleure
 ■ Identique
 ■ Moins bonne

La Fabarède à St-Jean du Bruel



"Nous constatons que la formule gîte d'étape n'est plus du tout recherchée par la clientèle d'été (depuis 4/5 ans). Prestations trop simples? (pas de piscine, pas de spa ou jacuzzi, pas de TV, pas de Wifi dans les chambres, pas d'animations pour les enfants, etc...). Désir de retour à la nature mais dans le confort et pourquoi pas dans le luxe!!). Même avec des tarifs nuitées à 14€, nous ne remplissons pas les chambres; ce n'est donc pas une question de budget mais plutôt de changement dans façon de partir en vacances."

Commentaires divers



Avez-vous des remarques ou commentaires à mettre en évidence suite à cette saison 2015?

Gite de la Cité à La Couvertorade



"Autant de passage, mais plus en dortoir et moins en chambre d'hôte, plus d'hotes en gestion libre donc moins de repas ou petits dej servis"

Gite de la Tour du Viala du Pas de Jaux



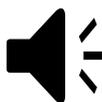
"L'avant saison a été assez bonne avec les pont de mai, l'été a été correct meme si la fermeture de la route en juillet a été difficile par contre l'arrière saison n'a pas été bonne (septembre et octobre)"

"Le Gite" à la Cavalerie



"Cet été à été très mauvais. Très peu de réservations."

Bilan hébergements



Ressenti des Hébergeurs suite au questionnaire bilan:

Un sentiment de baisse exprimé par les professionnels pour la saison 2015. Une clientèle sensible au rapport qualité/prix (45%) qui réserve à la dernière minute (24%). 45% des hébergeurs affirme que les réservations via internet représentent plus de 75% de leur chiffre d'affaire.

Analyse de l'office de tourisme

Une consommation en baisse qui est la conséquence de plusieurs facteurs: contexte budgétaire, évolution des comportements:

- Clientèle qui restreint ses dépenses superflues, consomme moins d'extras : petit-déjeuner, repas...
- Un paradoxe apparaît: la durée du séjour est moins longue car une partie de la clientèle préfère faire plus de choses dans une durée assez courte et donc reste moins longtemps dans le même hébergement. Inversement: une autre partie de la clientèle souhaite prendre le temps et se poser pour découvrir pleinement la destination: partenariat de longue location (Grand Gite du Larzac) ou séjours plus longs en camping (Castelnau, Le Roc du Parle)
- Une mutation dans la façon de consommer, changement dans la façon de partir en vacances.
- La formule "gite d'étape" à la nuitée fonctionne moins. Les visiteurs recherchent plus de confort et d'intimité.
- Les clients font appel aux sites d'avis et leur accordent la valeur de garantie. ils prennent davantage de temps pour se décider et pour analyser les offres.

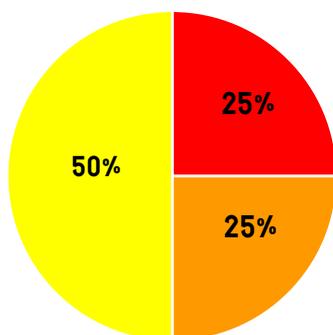
Restauration

Sur 46 établissements proposant de la restauration, 15 professionnels sont répondants soit 33% des établissements du territoire.

Fréquentation



Comment les professionnels comparent-ils la fréquentation entre 2014 et 2015?



Meilleure Identique Moins bonne

*Sont pris en compte les restaurants et établissements proposant de la restauration ouverte au public (camping, hôtels, accueil de groupes)

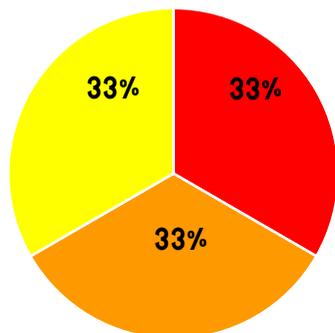
Produits du terroir

Sur 47 producteurs terroir, 5 sont répondants ce qui représente seulement 10% du territoire

Consommation



Comment les producteurs jugent-ils la consommation des visiteurs par rapport à 2014?

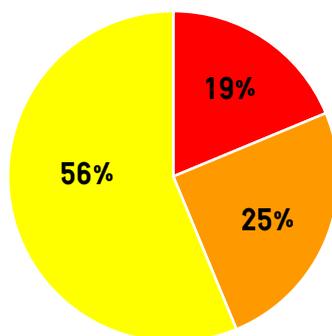


Meilleure Bonne Identique Passable Moins bonne Mauvaise

Consommation



Comment les professionnels estiment-ils le ticket moyen par rapport à 2014?



Commentaires divers



Avez-vous des remarques ou commentaires à mettre en évidence suite à cette saison 2015?

Restaurant Le Jardin à Fondamente



"Consommation en baisse: 1 menu pour 2, vin au pichet."

Hôtel-restaurant La Garaux Anes à Nant

"Printemps et automne stable mais juillet août en forte baisse sur le restaurant principalement. forte chaleur donc perte de la clientèle du midi. Et concurrence due au animation estivale. maintenant il y a des marchés ou concerts tous les soirs de l'été. Donc la clientèle de l'hôtel mange à l'extérieur."



Brasserie du Claux à Nant

"Peu ou pas de vin. Les "formules" sont les plus demandées. Afflux de clients lors des concerts de l'été mais plus grande disponibilité (service à toute heure) et baisse évidente du pouvoir d'achat."



Le Sanglier Hilare à Nant



"Bonne saison. Merci à la municipalité concernant le programme des animations. Cela représente une véritable valeur ajoutée à notre saison"

Le mercadou du Larzac à La Cavalerie



"Trop de marchés nocturnes donc concurrence"

Conserverie Quatrefages à St-Jean du Bruel



"Bon démarrage de juillet. mauvaise fin juillet excellent du 10 au 25 août"

Bilan

La saison 2015 est ressentie comme moins bonne selon les restaurateurs. Une consommation en baisse (ticket moyen moins bon): pas de menus complets, un dessert pour 2, pas de vin, formules... Deux tendances ressortent des questionnaires: budget restreint (87%), une clientèle qui compare le rapport qualité prix (75%). Pendant les vacances, aller au restaurant reste un "extra" qu'on ne peut pas s'offrir tous les jours. Les clients recherchent une cuisine à base de produits locaux d'où la forte concurrence avec les marchés nocturnes qui proposent de se restaurer sur place. Les marchés et producteurs du terroir ont eu une bonne saison en terme de chiffre d'affaire.

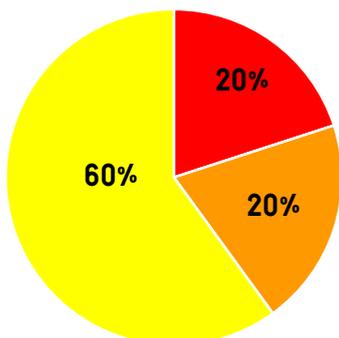
ZOOM: Sites touristiques & Activités sport et loisirs

Sur 28 prestataires de sites et activités (hors sites Templiers Hospitaliers), 19 professionnels sont répondants soit 68% des structures

Fréquentation



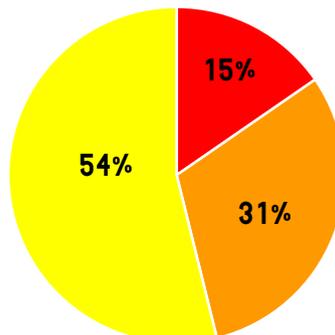
Comment les professionnels comparent-ils la fréquentation entre 2014 et 2015?



Consommation



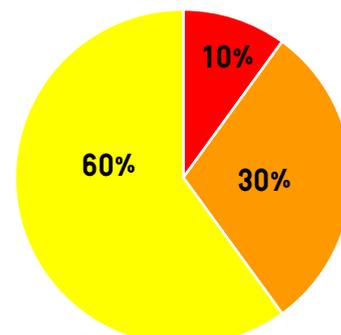
Comment les professionnels comparent-ils les dépenses en terme de visites/activités entre 2014 et 2015?



Dépenses boutique



Si vous avez une boutique, les dépenses boutique souvenirs sont-elles...?



Meilleure Identique Moins bonne

Supérieure Equivalente Inférieure

Quelques chiffres comparatif entre 2014 et 2015



Baisse

- 75% Les chevaux du Rajal
- 30 à 40% Espace Coste
- 36% Site TH La Couvertoirade
- 30% Visites guidées Nant
- 30% Site TH Le Viala du Pas de Jaux
- 21% Site TH La Cavalerie
- 20.58% Noria l'Espace de l'Eau
- 20% Château Templier de la Couvertoirade
- 16.58% Vélorail du Larzac
- 3% Montpellier le Vieux

Légère baisse Château de Latour sur Sorgues



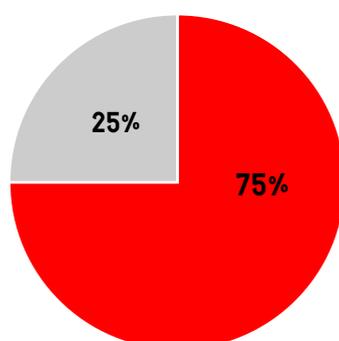
Hausse

- + 11% A.A.P.M.A Vente de permis de pêche
- + 6% Reptilarium du Lazac
- + 5% Centre archéologique Fred Hermet

Animations



Concernant les animations que vous avez proposées, ont-elles été plébiscitées?



Oui
Non

Commentaires divers



Avez-vous des remarques ou commentaires à mettre en évidence suite à cette saison 2015?

A.A.P.P.M.A Nant -St-Jean - Sauclières



"Beaucoup de pêcheurs ont été présents dans la DOURBIÉ mais à des périodes différentes (les périodes où nous avons eu de l'eau) et surtout en fin de saison.

Les Chevaux du Rajals - La Bastide-Pradines



"La chaleur n'était pas propice aux activités équestres.



Mais nos nouvelles activités (séjours) sont prometteuses."

Musée des Automates - Sauclières



"Saison correcte même si nous avons très peu de recul (reprise de l'activité en juin). Le changement de propriétaire suscite la curiosité des visiteurs qui viennent re-découvrir le musée."

Site TH La Couvertorade



"Il est certain que nous constatons une baisse générale sur l'ensemble de la saison du à plusieurs facteurs :
- oui certes que le manque de communication se fait ressentir. Il y a également une demande générale de documentation que nous ne pouvons fournir ;
- les touristes souhaitent aujourd'hui tout visiter gratuitement ;
- en ce qui concerne la saison estivale, elle s'est faite relativement tard. Nous n'avons pas d'explications sur l'arrivée tardive des touristes en juillet et août, sans doute pour des raisons climatiques.
En début de saison, la fréquentation et les ventes s'équilibraient : ex : une baisse pour les individuels alors qu'il y avait une hausse pour les groupes (pour avril-mai et juin.)"

Site TH - Sainte-Eulalie de Cernon



"La météo a très certainement influencé la fréquentation en juillet : avec la très forte chaleur, les gens recherchaient les points d'eau. Pour nous la baisse importante de notre fréquentation est aussi à mettre en lien avec la non réédition des supports mis en place par le CLTH (topo-guide, brochure des Remparts, encarts publicitaires...)"

Château Templier - La Couvertorade



"Très mauvaise saison, fréquentation en régression. Désaffection pour l'histoire et la culture."

Noria, l'espace de l'Eau - St-Jean du Bruel



"Le changement principal à noter cette année est la forte baisse de la clientèle groupe et plus particulièrement des scolaires."

Espace Coste - Saint-Paul des Fonts



"Moins de monde et moins de promotion."

SARL Rando rail du Larzac - Ste-Eulalie de Cernon



"Mauvaise saison, baisse de la fréquentation: -16%"

Montpellier le Vieux



"Grosse baisse des groupes qui ne pouvaient pas accéder au site à cause de la route barrée en pleine saison. La météo n'a pas aidée: à cause des grosses chaleurs, plus aucun touriste à partir de 14h."

Site TH - Le Viala du Pas de Jaux



"L'avant saison a été meilleurs que 2014 (+10%) mais la fermeture de la route et l'isolement géographique du site a été désastreux pour la fréquentation du site (- 60% en juillet) et (- 44% septembre et octobre) soit sur l'année un déficit de 30% et bien sur les baisses de ventes à la boutique qui vont avec. De plus le manque de brochures de remparts du Larzac pour inviter les visiteurs à faire le circuit fait que nous avons connu une saison désastreuse, la pire jamais connu depuis 2000 !!!!!"

Site TH - La Cavalerie



"La "Brochure remparts" mais aussi absence du topoguide local qui n'a pas été réédité pour la saison 2015 sont peut-être des raisons à cette baisse de fréquentation (car moins de promotion en avant-saison)."

Bilan



Une mauvaise saison pour les sites touristiques et activités de loisirs en générale (67% de sites sont en baisse).

Plusieurs tendances sont à noter:

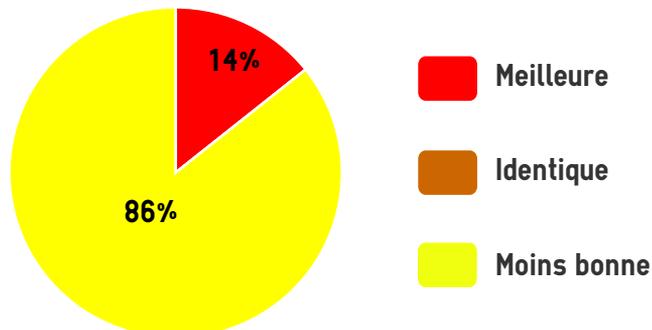
- un grosse baisse de la clientèle groupe suite au réaménagement des temps scolaires et de nouvelles façon de partir en vacances: on tend désormais plus vers des déplacements affinitaires, on parle de "tribus".
- les fortes chaleurs ont pénalisé les sites et activités: les visiteurs préféraient aller se rafraîchir dans les rivières et boudaient les visites en plein après-midi.
- le manque de communication sur le circuit Templier Hospitalier a participé à la baisse de fréquentation des sites correspondants et du chiffre d'affaire des prestataires situés sur ces sites (artisans, restaurants...)
- la saison a été tardive, les visiteurs sont arrivés en masse à partir du moins d'août et le budget des vacances est réduit (recherche de visites à moindre coût ou gratuites).

Sur 37 personnes interrogées, 7 sont répondants soit 19 % des artisans du territoire.

Consommation



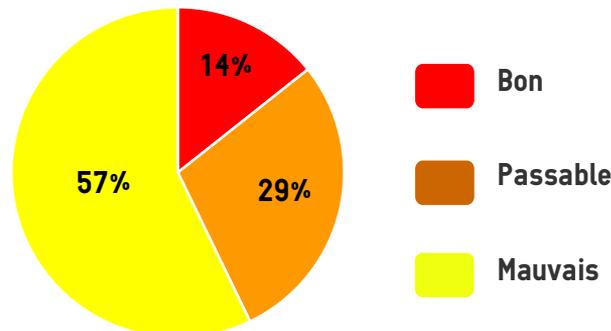
Comment les artisans comparent-ils la consommation des visiteurs entre 2014 et 2015?



Chiffre d'affaire



Comment les artisans jugent la saison en terme de chiffre d'affaire?



Commentaires divers



Avez-vous des remarques ou commentaires à mettre en évidence suite à cette saison 2015?

Les Ateliers de la Scierie - Fondamente



"Au niveau des expositions aux Ateliers de la Scierie beaucoup moins de passage et de ventes. Ceux qui viennent et achète sont plus des fidèles. Pas de retour avec les infos des OT via internet"

L'Atelier du Cuir - Ste-Eulalie de Cernon



"Énorme baisse de fréquentation des visiteurs dans la région dû irrémédiablement à une absence totale de communication."

L'Atelier du Tisserand - La Couvertoirade



"Le peu de fréquentation, le découragement général des artisans, le manque d'information à l'extérieur, le manque de manifestations au cours de l'été, la canicule etc etc... le tout est fort décevant!!"

Aquarelles Annie Lesage - La Couvertoirade



"Il n'y a pas assez de publicité pour la Couvertoirade. La fréquentation touristique a été vraiment très faible. De plus le personnel à l'accueil n'est pas toujours efficace... Je suis désolée de vous le dire mais il y a un problème d'informations pour les touristes (hébergements par exemple)."

Bilan



Les artisans du territoire estiment que la consommation des visiteurs est moins bonne qu'en 2014 à 86%. En effet, le budget souvenir est en baisse et le pouvoir d'achat est moins bon. Les boutiques des artisans se situent en grande partie dans les villages touristiques qui eux aussi ont connu une baisse de fréquentation (grosse chaleur, manque de communication suite à l'édition tardive des Remparts du Larzac...)

Associations - Animations



Malheureusement, nous n'avons pas pu obtenir suffisamment de réponses au questionnaire pour une analyse pertinente de cette rubrique.