



OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Bilan de la saison

Janvier – Septembre 2017



AVEYRON
VIVRE VRAI

www.tourisme-larzac.com



C&C
Les Causses
& les Cévennes

Paysage culturel
de l'agropastoralisme
méditerranéen inscrit
sur la Liste du patrimoine
mondial.

AMBASSADEURS



Bilan de la saison 2017

Sommaire

Office de tourisme et bureau d'information touristique (B.I.T) Larzac et Vallées

- Fréquentation
- Demandes d'informations
- Clientèle française
- Clientèle étrangère
- Internet et mobilité

L'avis des prestataires touristiques

- Ressenti général des prestataires
- Hôtels – Résidence de Tourisme
- Campings
- Chambres d'hôtes – Meublés de tourisme
- Gîtes d'étape – Accueil de groupe
- Sites – Activités – Sports et loisirs
- Restaurants
- Producteurs – Artisanat d'art – Commerces

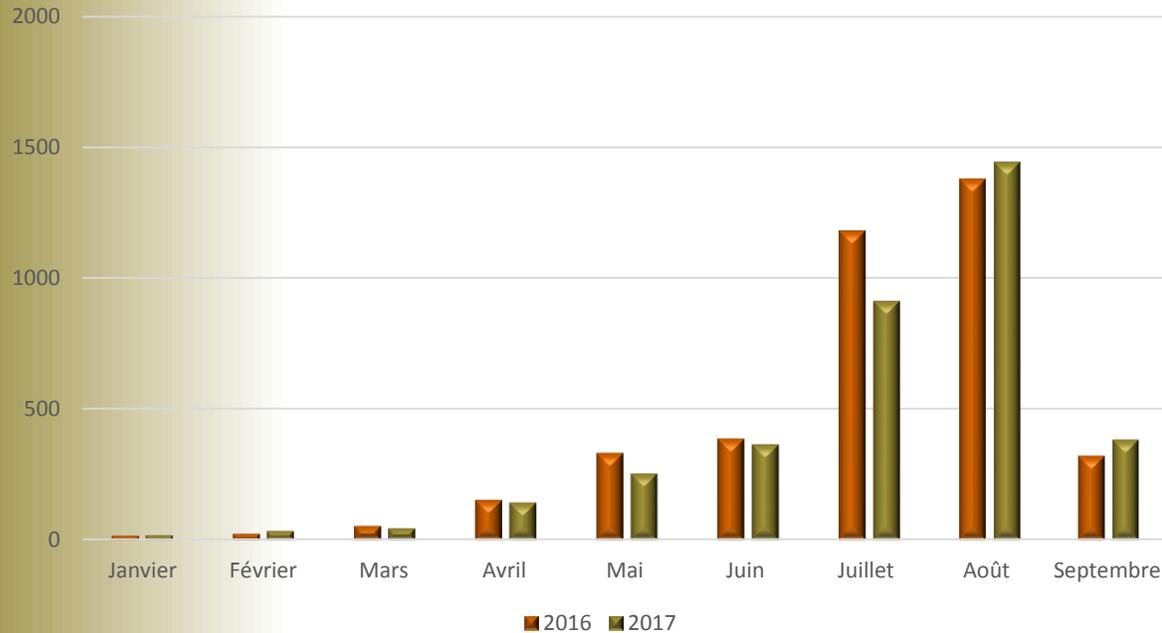
Bilan global

- Faits marquants de la saison



OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Evolution de la fréquentation OT Larzac Vallées
En nombre de contacts



Accueil hors les murs en juillet et août:

En mode "street marketing", l'OT s'est déplacé sur des événements (Mascarades, Médiévales, Marchés...), dans des sites de visite (Château de Latour, Espace Coste, La Tour du Viala, Noria..) et sur des lieux d'activités (vélorail, plan d'eau, piscine...). Les visiteurs ont apprécié de recevoir de la documentation diverse, les animations du moment, accompagnées de conseils malins et petites surprises!

Office de tourisme et B.I.T

Fréquentation

A l'office de Tourisme de Nant, de janvier à septembre 2017

- ✓ 6610 visiteurs (contre 6976 pour la même période 2016)
- ✓ 3660 contacts (contre 3860 pour la même période 2016)
 - ➡ baisse de 5%
- ✓ Une augmentation du nombre de contacts pour les mois de février, août et septembre par rapport à 2016
- ✓ Une avant saison en baisse (explication possible : le calendrier électoral chargé)

Dans le bureau d'information touristique de Saint-Jean du Bruel

- ✓ Point accueil ouvert en juillet et août
- ✓ 2012 visiteurs (contre 3582 enregistrés en 2016)
- ✓ On voit ici la difficulté pour le personnel d'accueil salarié saisonnier et les bénévoles de faire la différence entre un contact et un visiteur, ce qui peut fausser les statistiques.

NOUVEAUTÉ

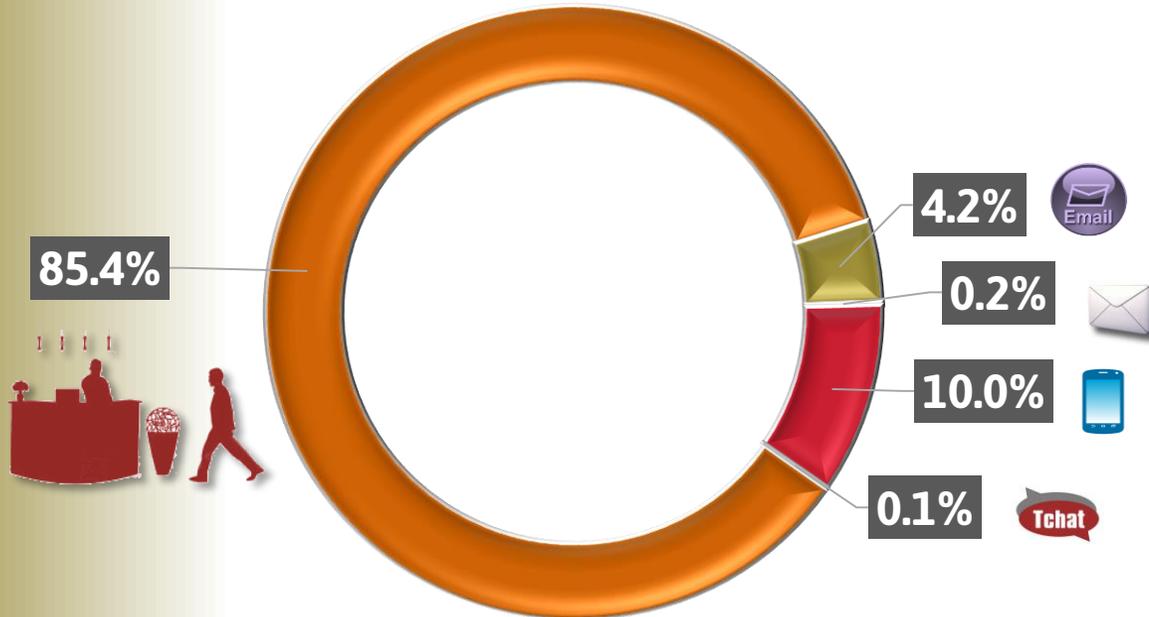


OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Office de tourisme et B.I.T

Demandes d'informations

Types de demandes



A noter :

- On constate une diminution du nombre de demandes d'informations liée à la fois à la baisse de fréquentation mais également au changement du comportement des consommateurs qui utilisent moins les services « physiques* » de l'Office de Tourisme pour trouver une information. Ils trouvent l'information via les services virtuels (sites internet, réseaux sociaux sur lequel l'OT est présent).
- Les demandes comptoirs et téléphone sont les plus importantes : le client a besoin d'être rassuré, d'avoir confirmation de ce qu'il a vu sur internet et d'avoir un conseil personnalisé et engagé.

* Il s'agit du contact en face à face avec le personnel d'accueil

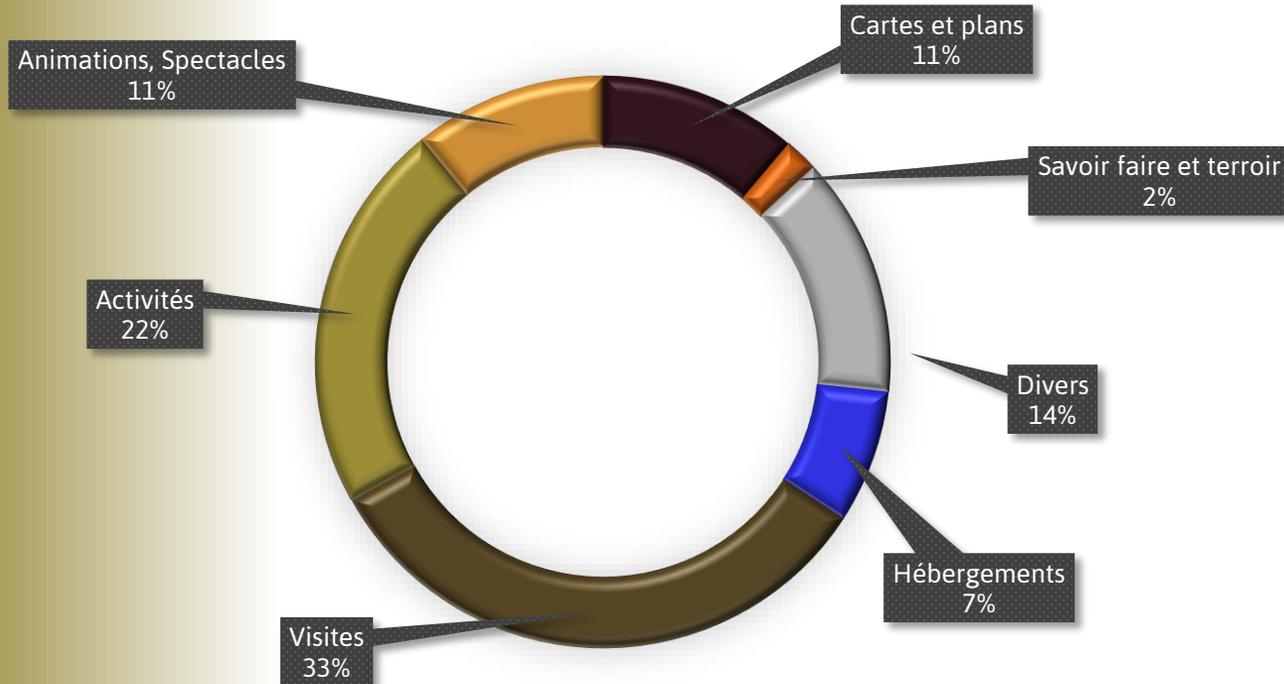


OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Office de tourisme et B.I.T

Demandes d'informations

Répartition de la demande par catégorie



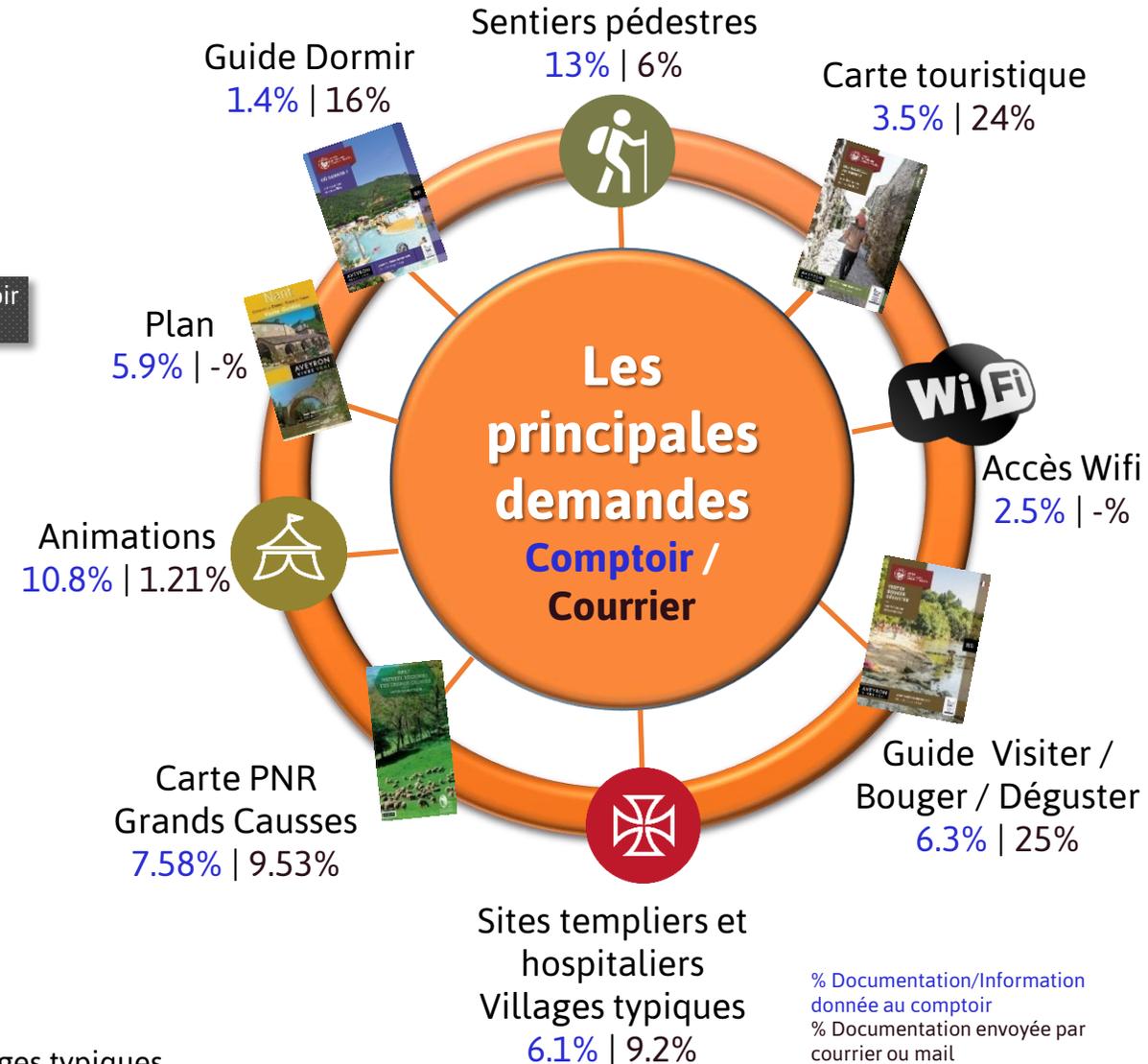
Top 5 des demandes au comptoir:

- 1- Randonnée pédestre
- 2- Carte PNRGC
- 3- Guide visiter/bouger
- 4- Visite de ville
- 5- Animations, spectacles

TOP 5

Top 5 Envoi courrier:

- 1- Guide visiter/bouger/ déguster LV
- 2- Carte touristique LV
- 3- Guide dormir LV
- 4- Carte PNR Grands Causses
- 5- Sites templiers et hospitaliers / Villages typiques



% Documentation/Information donnée au comptoir
% Documentation envoyée par courrier ou mail



OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Office de tourisme et B.I.T

Demandes d'informations



La demande au comptoir :

La répartition par catégorie est quasiment identique à celle de 2016 et on constate que les visiteurs viennent chercher des **informations pratiques** sur les sites de visites et d'activités, en lien avec le séjour:

- Les demandes principales concernent la **randonnée pédestre** (13%) et les **animations et spectacles** (11%)



L'envoi par courrier :

Comme en 2016, la carte touristique, les guides «Visiter, Bouger, Déguster» et "Dormir" sont les documents les plus envoyés et la demande concernant l'hébergement est plus importante par courrier qu'au comptoir (16% contre 1,4% au comptoir) ce qui laisse supposer que les réservations se font en amont mais aussi qu'il y a moins de passage, et que le client est toujours plus e-mobile.



L'accès wifi : l'OT dispose d'un accès **WIFI gratuit au bureau principal de l'OT à Nant et B.I.T. de St-Jean du Bruel.**

Janvier – Septembre 2017	NANT	ST-JEAN DU BRUEL
Nombre de connexions	1893 ↻ - 19%	1344 ↻ + 29% (960 en 2016)
Reconnexions automatiques	37%*	31%*
Jour le plus fréquenté	Mardi (jour de marché)	Vendredi
Jour le moins fréquenté	Dimanche	Mercredi
Créneau horaire le plus utilisé	11h	11h

*Le taux relativement élevé de reconnexions automatiques révèle que plus d'un tiers des utilisateurs du service sont des locaux ou des résidents secondaires.



OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

**TOP
5**

Top 5 des départements

- 1- Hérault (14.13%)
- 2- Aveyron (12.47%)
- 3- Gard (5.98%)
- 4- Haute-Garonne (3.02%)
- 5- Loire-Atlantique (2.46%)

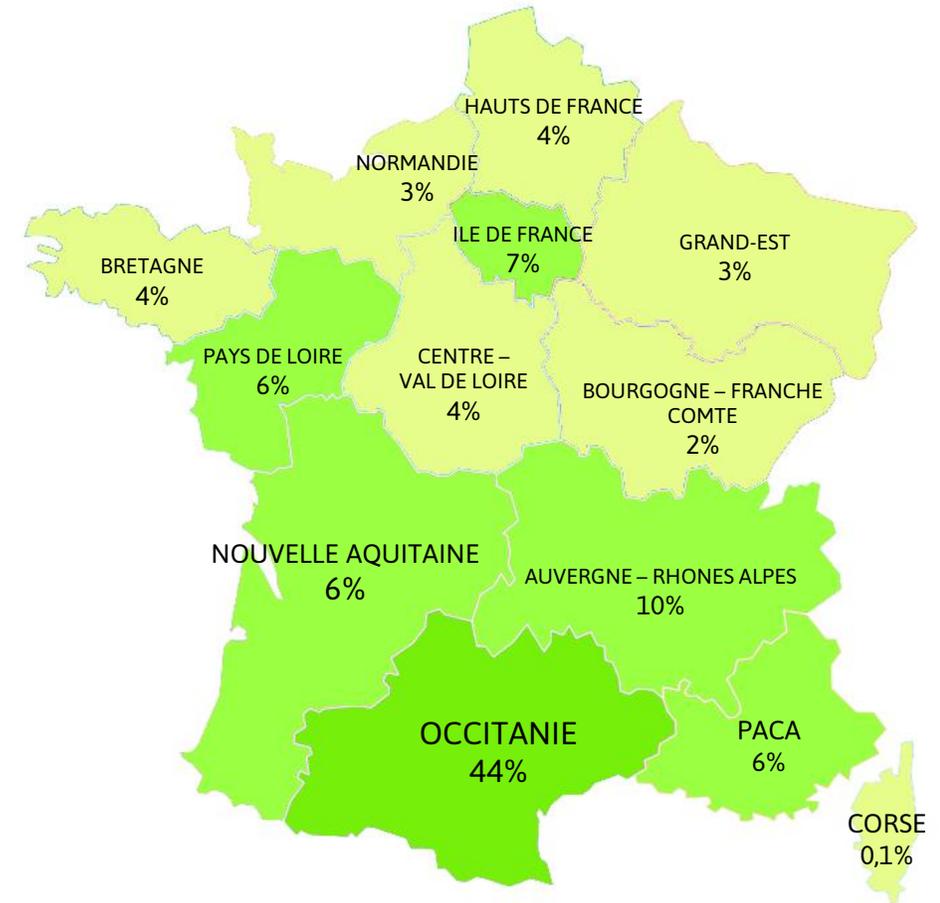
A retenir:

- 86% des contacts français
- Une forte proportion de la clientèle de proximité
- La proportion de la clientèle de la région Occitanie et d'Ile de France ont tendance à diminué au profit des régions Auvergne - Rhône-Alpes (+2 points), Bretagne (+2 points), Hauts de France (+2 points) .

Office de tourisme et B.I.T

Clientèle française

Provenance des contacts français
identifiés





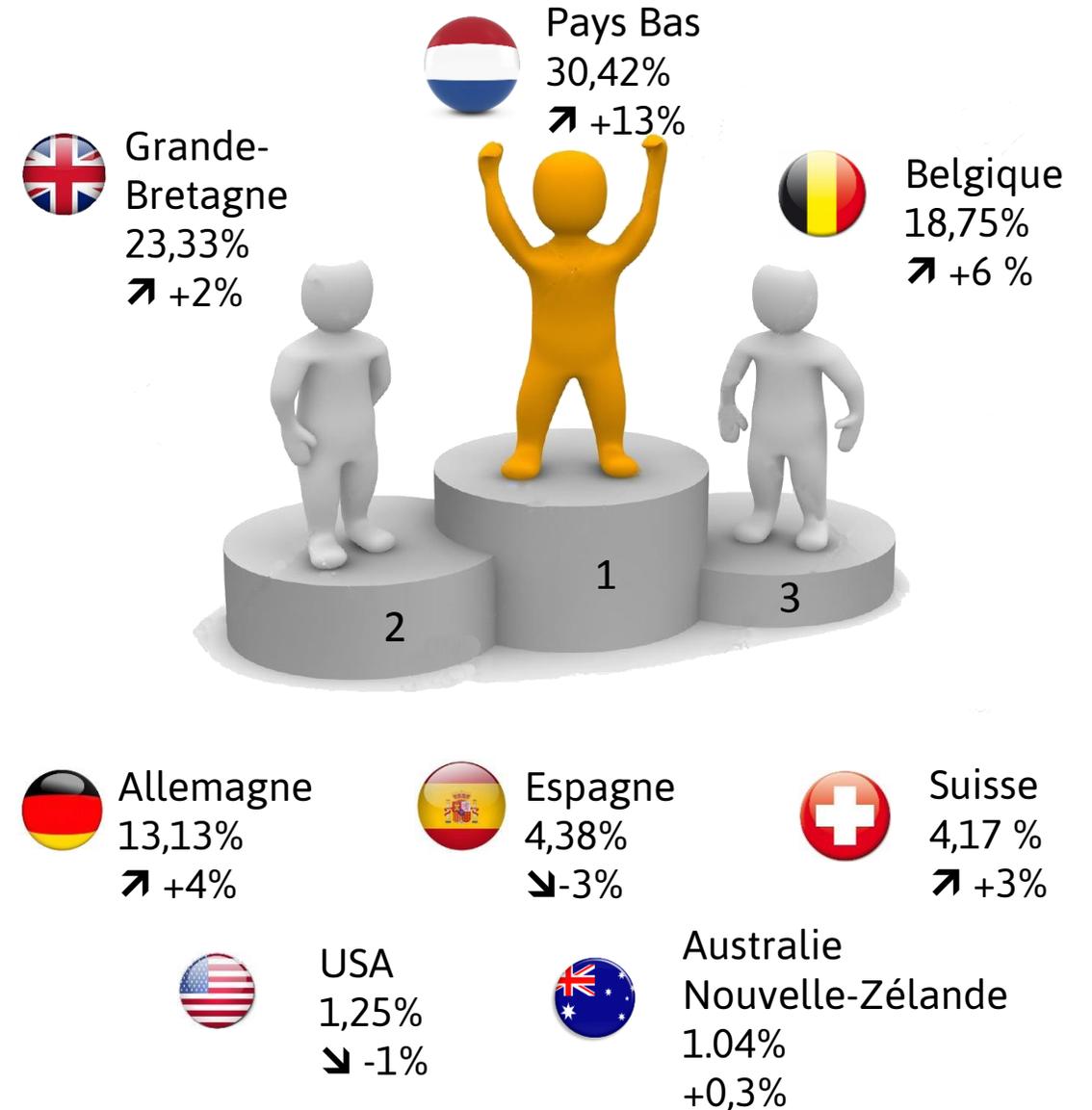
OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

A retenir:

- Par rapport à 2016, on constate une augmentation de 21% du nombre de contacts étrangers à Nant (pas de chiffres détaillés au point information de St-Jean du Bruel en 2017)
- Les clientèles hollandaise et britannique restent sur le podium. La clientèle belge décroche la 3^{ème} place et relègue l'Allemagne en 4^{ème} position
- Baisse de fréquentation des clientèles hispaniques et italiennes

Office de tourisme et B.I.T

Clientèle étrangère





OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Office de tourisme et B.I.T

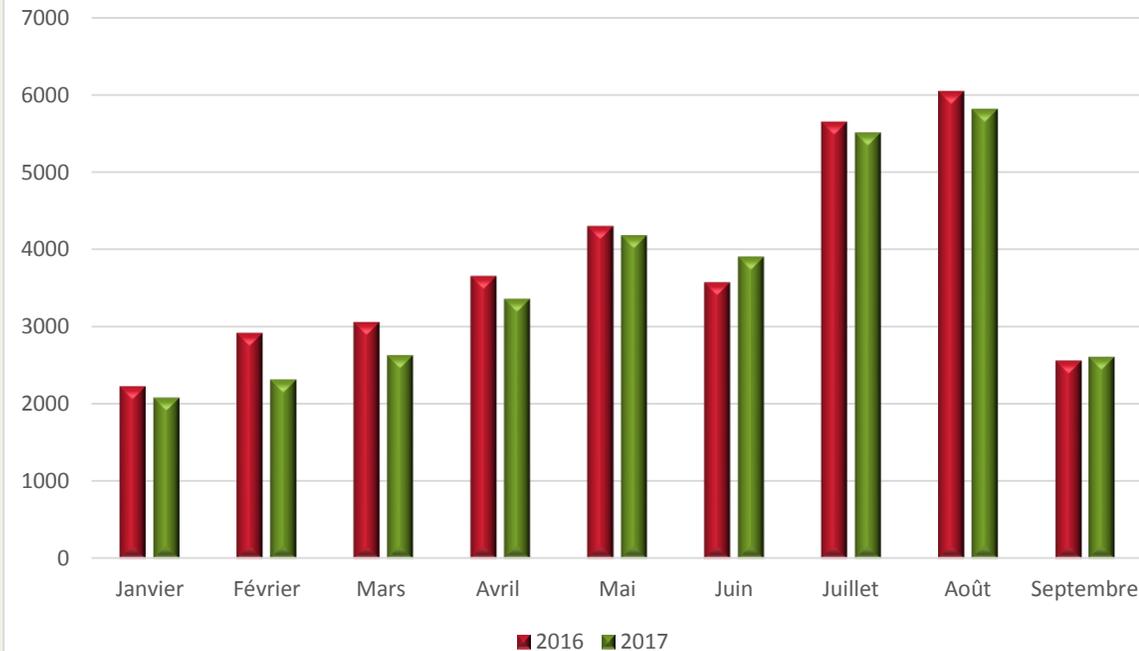
Internet et Mobilité

Fréquentation du site : www.tourisme-larzac.com

- 32404 Visiteurs uniques (32601 en 2016) soit -5%
- 121 412 Pages vues (147 927 en 2016) soit -18%
- 78.2% de nouveaux visiteurs et 21,8% visiteurs ayant déjà consulté le site



Evolution du nombre de visiteurs uniques sur
www.tourisme-larzac.com



A noter:

- Des chiffres de fréquentation du site en baisse sur le 1^{er} semestre (sauf juin) mais en progression en septembre et octobre.
 - ➔ Travail sur le référencement (par le webmaster), sur les contenus et les réseaux sociaux (par l'OT)
- En terme de visiteurs, le site internet se situe légèrement au dessus de la moyenne des sites du département. Les sites performants sont des sites qualifiés (contenus, photos, blogs...)



OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Office de tourisme et B.I.T

Internet et Mobilité

Sur www.tourisme-larzac.com

Les rubriques les plus consultées :

- 1 – Dormir (18%)
- 2 – A voir, A faire (12%)
- 3 – Bouger (11%)
- 4 – Laissez-vous surprendre (11%)
- 5 – Sortir (8%)

TOP
5

Les pages les plus consultées :

- 1 – Randonnée à pied (6%)
- 2 – Gîtes et locations (5%)
- 3 – Sommaire Dormir (5%)
- 4 – Agenda (4%)
- 5 – Sommaire A voir à faire (4%)

NB: Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de pages vues sans la page accueil.



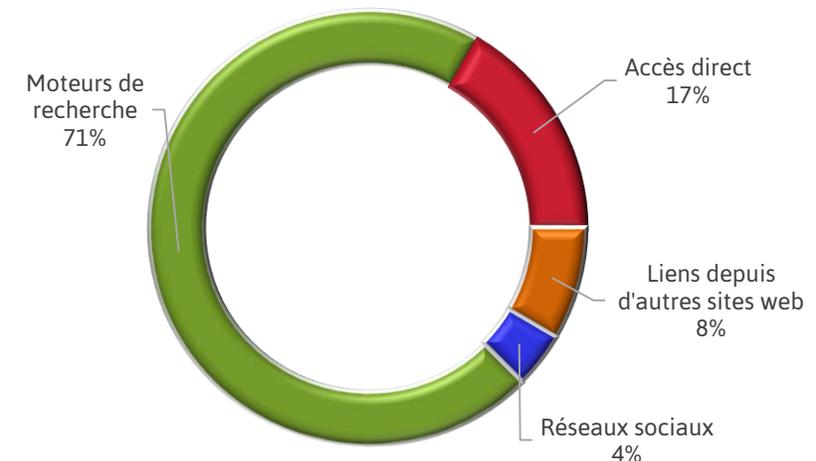
Origine géographique des internautes



A noter:

- L'impact des reportages TV sur la fréquentation du site Web : 2 pics de sessions
 - ✓ le 31 mai : 699 sessions (reportage journal de 20h de TF1)
 - ✓ le 02 août : 541 sessions (reportage journal de 13h de France 2)

Origine du trafic





OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Office de tourisme et B.I.T

Internet et Mobilité

Les réseaux sociaux



La page **Tourisme Larzac en Aveyron**:
Objectif : communiquer les animations estivales, valoriser les prestataires touristiques du territoire et partager les actualités en lien avec nos métiers

- ✓ **1759 fans** soit une progression de 18% par rapport à 2016 des fans de proximité (Aveyron, Occitanie)
- ✓ 98% de fans français et 2% de fans étrangers
- ✓ **198 publications** de janvier à septembre soit 5 publications par semaine en moyenne



TOP
5

Les publications avec le plus de portée:

- ✓ 29 mai: présentation du teaser Larzac et Vallées – 4795 personnes atteintes
- ✓ 14 août : Mise à jour du topo Tour du Larzac GR 71 C/D – 3624 personnes atteintes
- ✓ 01 juin: On parle de nous au journal de 20h (TF1) – 3504 personnes atteintes
- ✓ 14 juin: Connaissez-vous la Cavalerie? (vidéo OT Larzac) – 3493 personnes atteintes
- ✓ 16 juillet : Le 13h de France 2 en tournage sur notre territoire – 2908 personnes atteintes

NOUVEAUTÉ

Déploiement sur
de nouveaux
réseaux

A noter:

- Un nombre de publications inférieur à 2016 : mise en valeur uniquement des prestataires qui soutiennent l'OT via la stratégie commerciale.
- Meilleure portée des publications avec vidéos.





OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

Office de tourisme et B.I.T

Internet et Mobilité

La newsletter de l'Office de Tourisme Larzac et Vallées
Objectif : promouvoir les animations, valoriser les prestataires touristiques du territoire, communiquer sur les actions menées par l'Office de Tourisme

- ✓ **24 newsletters** de janvier à octobre soit plus de 2 par mois en moyenne
- ✓ Envoyées à **528 contacts** (prestataires, locaux, Offices de tourisme et visiteurs) ➡ + 10%
- ✓ **A chaque envoi, en moyenne 38% des contacts** ouvrent la lettre d'actu, et **45% cliquent ensuite sur un des liens.**

A noter:

- Augmentation du nombre de contacts
- Newsletter demandée par les locaux, les prestataires et les résidents secondaires





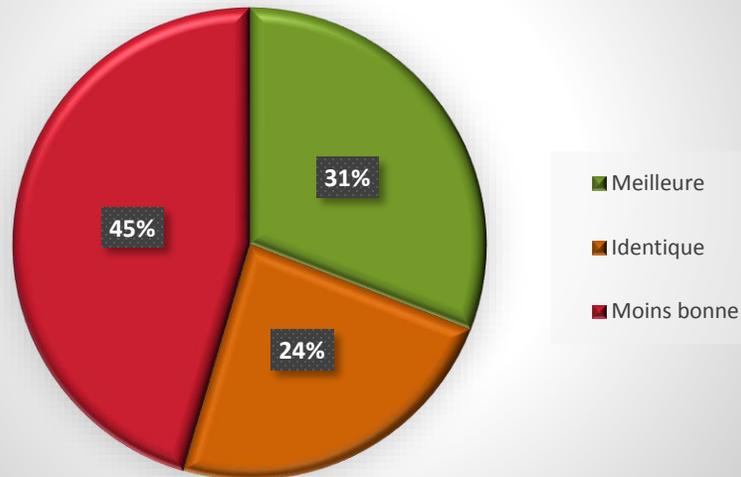
OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

L'avis des Prestataires Touristiques

Ressenti général

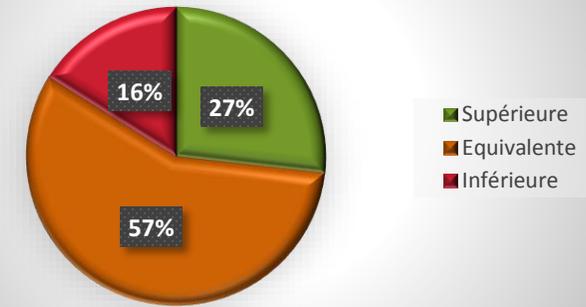
Sur **250** prestataires interrogés* pour la période de janvier à septembre, **78** professionnels ont répondu au questionnaire ⇒ Taux de réponse : **31%**

Comment les professionnels estiment-ils la fréquentation par rapport à 2016?

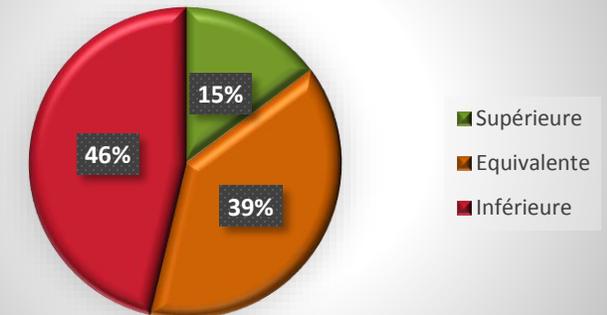


Par rapport à 2016, comment les professionnels estiment-ils la fréquentation de

... la clientèle française



... de la clientèle étrangère



A noter:

- ✓ Une saison en demi-teinte sachant que seulement près de 1/3 des répondants estime que la fréquentation 2017 a été supérieure à celle de 2016.
- ✓ Un mois de juillet mauvais
- ✓ Une clientèle française stable voire supérieure alors que la clientèle étrangère a tendance à reculer.

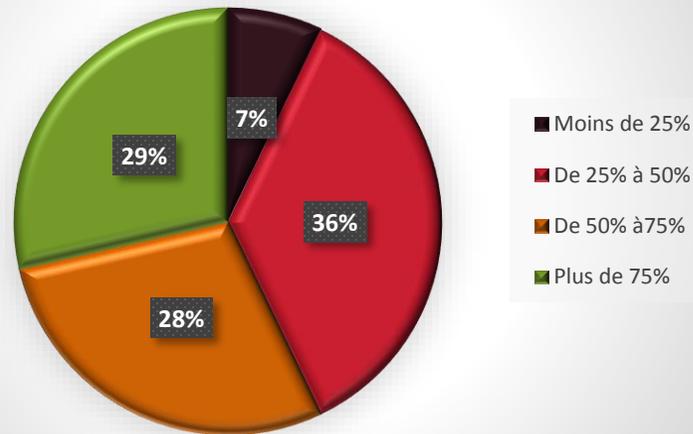
*Seuls les prestataires ayant une adresse email ont été questionnés.



L'avis des Prestataires Touristiques

Ressenti général

Que représente la part des réservations par internet pour les hébergements dans leur chiffre d'affaires?



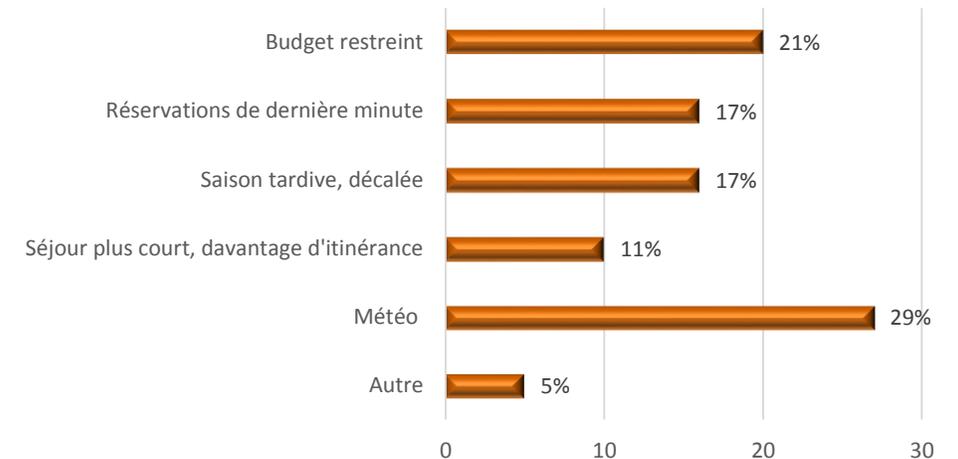
A noter:

- ✓ Des réservations par internet qui progressent
- ✓ La consultation de la météo influence la décision des touristes en 2017
- ✓ Le client fait attention à ses dépenses et s'attache au rapport qualité /prix des prestations offertes

Les comportements marquants de la clientèle en 2017



Les tendances marquantes de la saison 2017





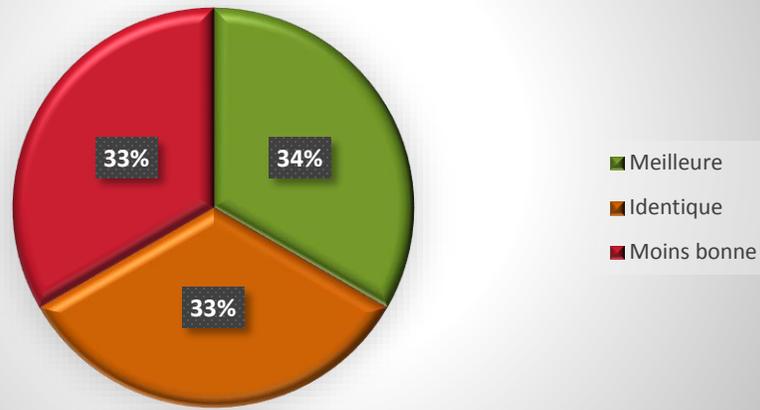
OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

L'avis des Prestataires Touristiques

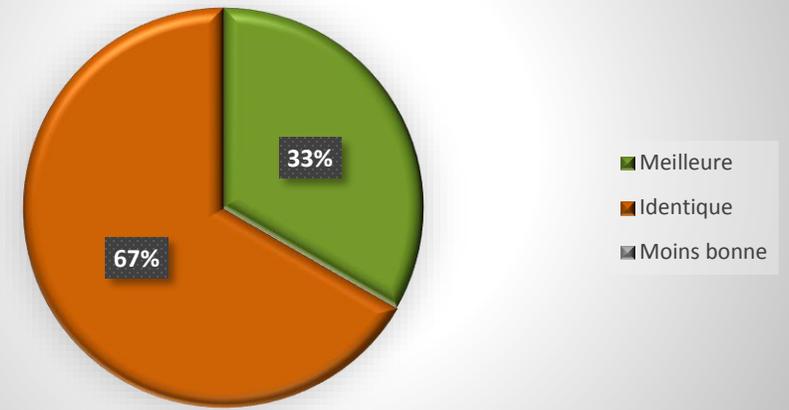
Hébergements: Hôtels – Résidence de Tourisme

Sur **13** établissements, seulement **3** établissements ont répondu ⇒ Taux de réponse : **23%**

Comment les hôteliers jugent-ils la fréquentation par rapport à 2016?



Comment jugent-ils la consommation par rapport à 2016?



A noter:

- Plus des 2/3 considèrent que la fréquentation 2017 a été identique voire meilleure, la consommation reste stable voire supérieure pour la totalité des répondants.
- Une clientèle qui compare toujours autant le rapport qualité – prix
- Un ticket moyen supérieur.



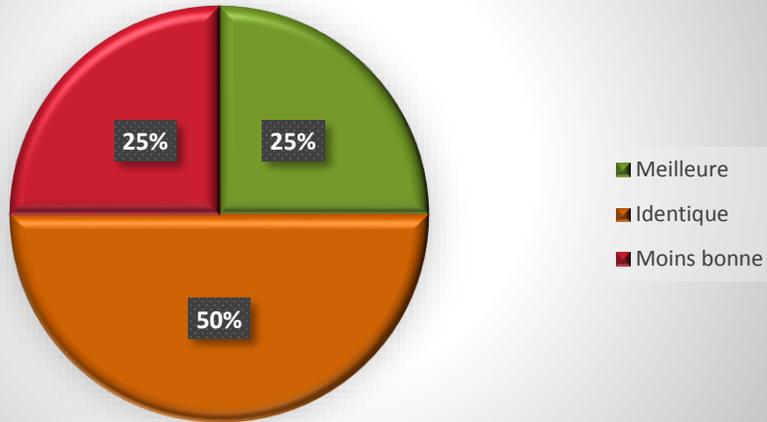
OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

L'avis des Prestataires Touristiques

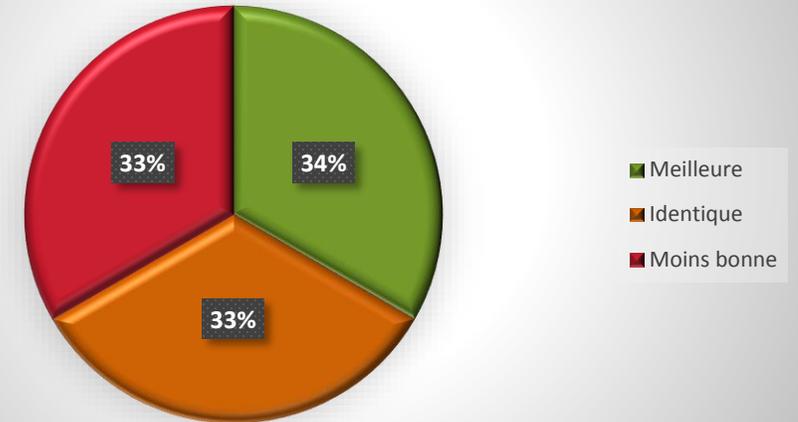
Hébergements: Campings

Sur 15 établissements, 4 ont répondu \Rightarrow Taux de réponse : 27%

Comment les professionnels de l'hôtellerie de plein air jugent la fréquentation par rapport à 2016?



Comment jugent-ils "la consommation" dans leur camping par rapport à 2016?



A noter:

- La moitié des campings estiment que leur fréquentation est identique à l'année précédente
- Ils considèrent que leur clientèle est de plus en plus exigeante, et toujours en recherche d'offres promotionnelles
- Les faits marquants : une saison décalée, des réservations de dernière minute, un budget restreint
- La clientèle étrangère est inférieure.



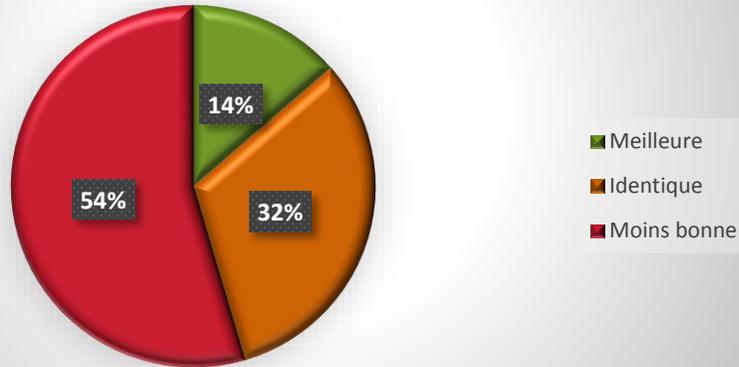
OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

L'avis des Prestataires Touristiques

Hébergements: Chambres d'hôtes et Meublés de Tourisme

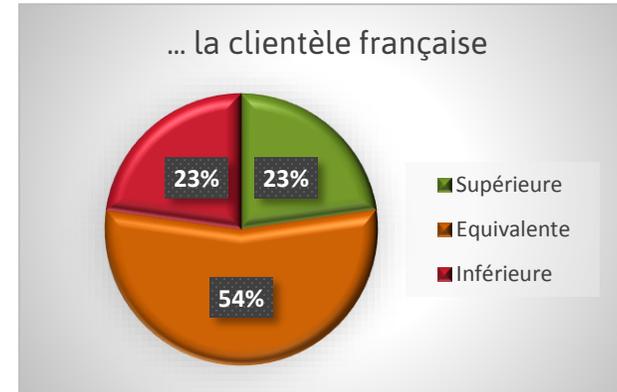
Chambres d'hôtes : sur **18** propriétaires interrogés, **6** ont répondu à l'enquête sur la période de janvier à septembre ⇒ Taux de réponse : **33%**
Meublés de tourisme : sur **57** propriétaires interrogés, **17** ont répondu à l'enquête sur la période de janvier à septembre ⇒ Taux de réponse : **30%**

Comment les loueurs de chambres d'hôtes et meublés jugent-ils l'occupation de leur hébergement par rapport à 2016

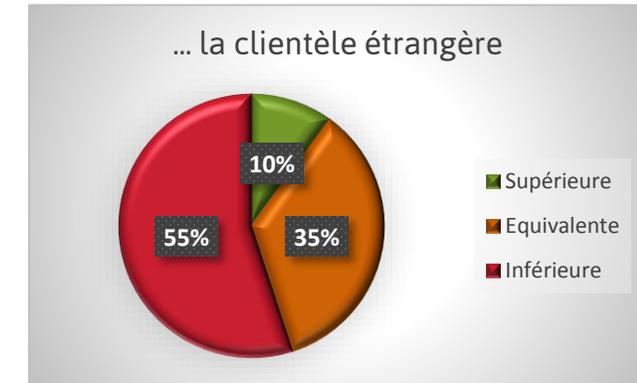


Par rapport à 2016, comment estiment-ils la fréquentation de ...

... la clientèle française



... la clientèle étrangère



Les remarques des prestataires:

- La concurrence des plateformes collaboratives (Airbnb)
- Des courts-séjours même en haute saison (désorganisation des locations à la semaine)
- Des clients demandant des services + (draps, repas)
- Une clientèle française qui attache beaucoup plus d'importance au budget alors que la clientèle anglaise privilégiera le confort de l'hébergement
- Certains propriétaires de meublés affirment que la majorité de leurs réservations proviennent de contacts envoyés par l'OT. Ces propriétaires ont choisi des publicités sur guide papier et/ou internet et mis en place le planning de gestion des disponibilités.



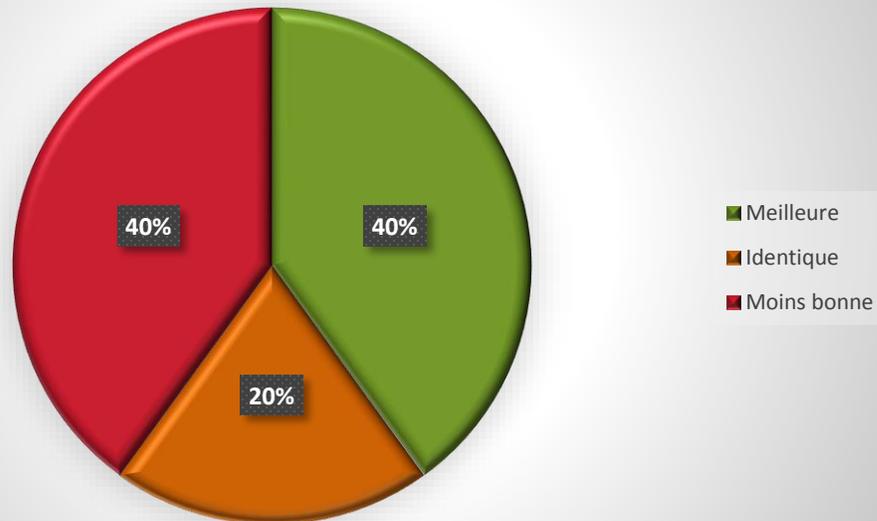
OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

L'avis des Prestataires Touristiques

Hébergements: Gîtes d'étapes – Accueil de groupes

Sur **16** prestataires interrogés, **6** ont répondu à l'enquête sur la période de janvier à septembre ⇒ Taux de réponse : **31%**

Evolution de la fréquentation 2016 - 2017



A noter:

- Une majorité d'hébergements qui ont un taux de remplissage assez faible
- Un printemps relativement bon et la tendance de l'arrière-saison se révèle plutôt bonne
- Accueil de randonneurs qui parcourent le GR71 C/D sur les gîtes d'étapes, moins présents sur les hébergements de groupes, colonies (ex. Hameau de Moulès)
- L'accueil de grands groupes se fait en avant et après-saison, sur des week-ends et pour des fêtes : mariages, cousinades, fêtes de familles...



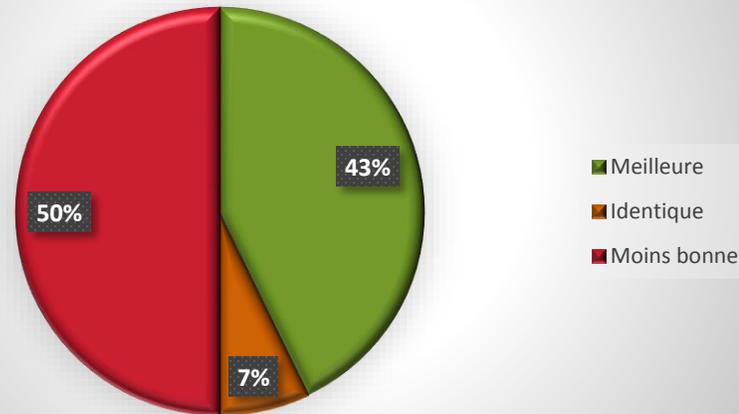
OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

L'avis des Prestataires Touristiques

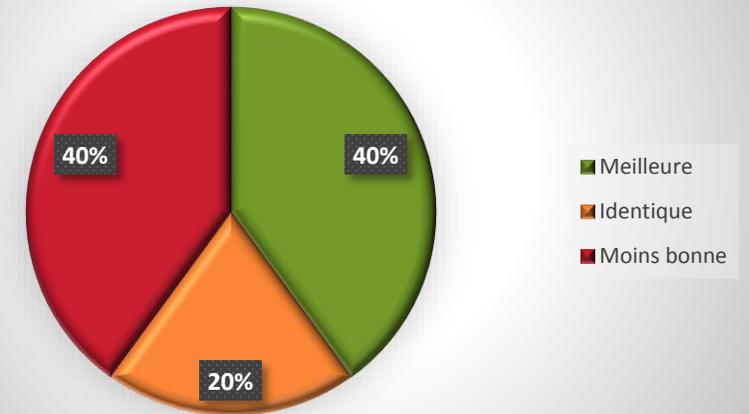
Sites – Activités – Sports et loisirs

Sur **24** prestataires interrogés, **16** ont répondu à l'enquête sur la période de janvier à septembre ⇒ Taux de réponse : **66%**

Comment les prestataires jugent-ils la fréquentation par rapport à 2016?



Comment les sites templiers jugent-ils la fréquentation par rapport à 2016?



A noter:

Sur les sites de visites et d'activités loisirs:

- Pour la moitié des répondants, la fréquentation a été inférieure, le budget consacré aux visites et activités a été réduit et les dépenses dans les boutiques sont moindres.

Sur les sites templiers:

- 2 sites en progression : La Couvertoirade, Ste-Eulalie de Cernon (reportages TV)
- Une clientèle française de proximité (départements 12, 34, 30) et les 5 principales clientèles étrangères sont les mêmes que celles de l'OT
- Des dépenses en terme de visites en majorité équivalentes voire supérieures et des dépenses boutiques supérieures et des animations plébiscitées ⇒ En comparaison avec l'avis des autres sites de visites, les sites templiers tirent leur épingle du jeu.

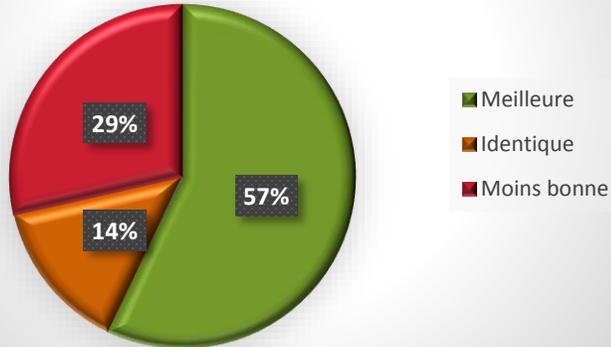


L'avis des Prestataires Touristiques

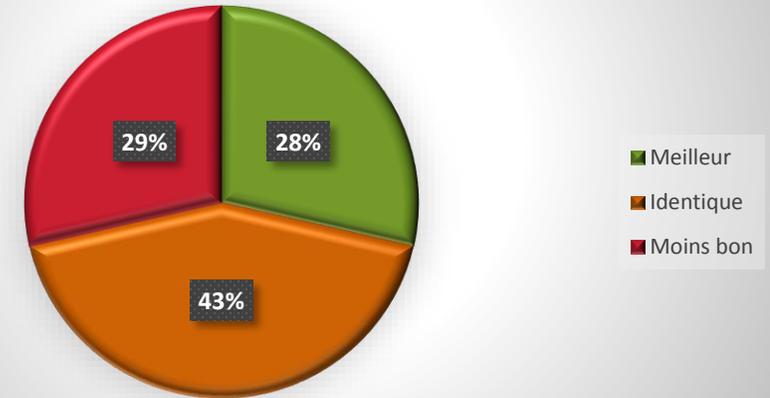
Restaurants

Sur 32 prestataires interrogés, 8 ont répondu à l'enquête sur la période de janvier à septembre ⇒ Taux de réponse : 25%

Comment les restaurateurs jugent-ils la fréquentation de leur établissement par rapport à 2016?



Comment estiment-ils le ticket moyen par rapport à 2016?



A noter:

- Des restaurateurs qui tirent leurs épingles du jeu puisque plus de la moitié estime que la saison 2017 a été meilleure avec un ticket moyen qui reste stable voire supérieur
- Des changements de comportements : baisse de la consommation d'alcool d'où la nécessité pour les restaurateurs de s'adapter (ex. Le restaurant Papillon à St-Jean du Bruel a proposé le vin au verre ⇒ +20% sur la vente de boissons).



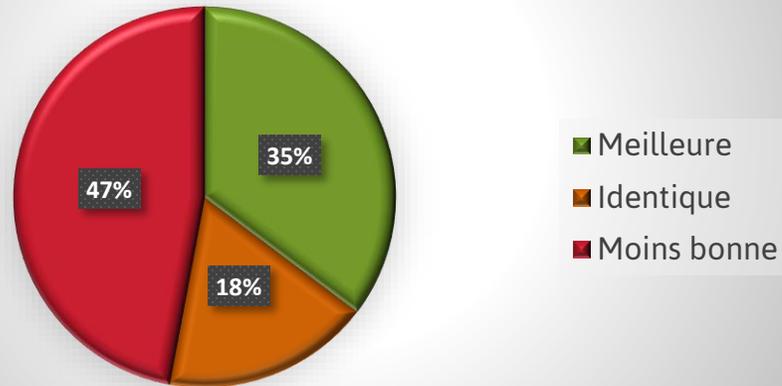
OFFICE
DE TOURISME
LARZAC ET VALLÉES

L'avis des Prestataires Touristiques

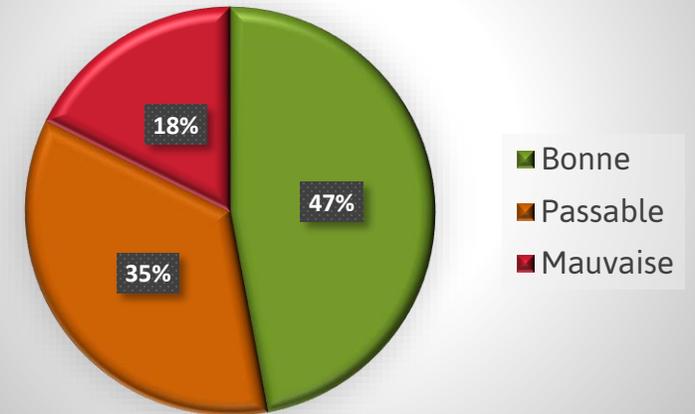
Producteurs – Artisanat d'art – Commerces

Sur 70 prestataires interrogés, 17 ont répondu à l'enquête sur la période de janvier à septembre ⇒ Taux de réponse : 24%

Comment les producteurs, artisans, commerçants jugent-ils la consommation des visiteurs de notre territoire?



Comment les producteurs, artisans, commerçants jugent-ils la saison en terme de chiffre d'affaire?



A noter:

- Des producteurs plutôt satisfaits de la saison avec un engouement pour les produits locaux et bio
- Des artisans qui ont constaté que la consommation était inférieure à celle de l'an passé
- Un mois d'août qui permet de rattraper le mauvais mois de juillet
- Des clients en recherche d'offres promotionnelles



Bilan global

Faits marquants de la saison

Une saison 2017 marquée par :

- un calendrier électoral qui n'a pas favorisé les déplacements au printemps
- un départ des vacanciers plus tardif avec une concentration sur la 3^{ème} semaine de juillet et sur le mois d'août (raccourcissement de la pleine saison)
- la météo, déterminante dans la décision du départ et du choix de la destination

Des consommateurs qui :

- grâce à l'utilisation d'internet, voient une multitude d'offres tout au long de l'année, ce qui favorise le développement du court-séjour et va avoir un impact sur le budget global consacré aux vacances
- attendent le dernier moment pour réserver leur vacances et recherchent la bonne affaire
- sont toujours plus exigeants sur la qualité des prestations offertes

Des prestataires touristiques qui:

- doivent être réactifs et adapter l'offre aux mutations des comportements de la clientèle.