



Office de Tourisme  
chataigneraie  
cantalienne

# Bilan de l'activité touristique 2014 et animation numérique 2015

Conférence de Presse  
Mercredi 3 décembre 14  
au Rouget

# SOMMAIRE :

---

## **ENQUÊTE DE CONJONCTURE 2014**

- Détails de l'Enquête de conjoncture 2014 **3**
- La saison du point du vue des hébergeurs et des prestataires d'activités **4**
- L'évaluation de la satisfaction des acteurs touristiques en Châtaigneraie **5**
- La satisfaction des acteurs touristiques à l'échelle régionale, départementale et en Châtaigneraie cantalienne **6**

## **ANIMATION NUMERIQUE : PERSPECTIVE 2015**

- Les outils numériques en Châtaigneraie **7**
- Le programme des ateliers numériques 2015 à destination des acteurs touristiques **8**

## Enquête de conjoncture 2014

### Détails de l'enquête :

- Enquête téléphonique
- Réalisée entre le 29 septembre et le 10 octobre 2014
- L'enquête donne l'opinion des hébergeurs et des prestataires d'activités touristiques sur :
  - ↳ Leur **activité** (fréquentation et chiffres d'affaires) par rapport à celle de 2013 sur les périodes de : Printemps, juillet, août, globalement sur la saison estivale, et sur le mois de septembre.
  - ↳ Leur **avis sur une liste de facteurs** pouvant influencer la saison.
  - ↳ Leur niveau **de satisfaction** sur les différentes périodes
  - ↳ L'influence **des « services + »** de l'Office de Tourisme sur leur activité.

### Détails des prestataires :

158 adhérents en 2014 (hôtels, chambres d'hôtes, campings, hébergements collectifs, meublés, activités sportives, loisirs, sites de visite, musées, producteurs artisans-hors commerçants, artisans et associations)

- Panel des interrogés : 110 prestataires (tous sauf les propriétaires de meublés)
- Répondants à l'enquête : 105 prestataires
- Taux de retour des interrogés : 95%

Le panel	Interrogés	Répondants	Exprimé en %
Hôtel	16	16	100%
Chambres d'hôtes	18	16	89%
Camping	14	13	93%
Hébergements collectifs	2	2	100%
Villages Vacances/Chalets	4	4	100%
Loisirs/Activités sportives	19	19	100%
Musées	8	8	100%
Producteurs/artisans	20	18	90%
Sites de visites	9	9	100%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>105</b>	<b>95%</b>

# Les hébergeurs

## La tendance générale

- ☞ La météo maussade n'a pas favorisé les hébergements de plein air (campings, tipis) et a également été la cause d'annulations de séjour et de départs anticipés.
- ☞ Pour les hôtels, la saison se caractérise par un printemps assez encourageant, un mois de juillet faible et un mois d'août juste satisfaisant : la saison reste moyenne avec des évolutions de chiffres d'affaires plus faibles que les fréquentations. La météo pluvieuse a surtout favorisé la fréquentation des restaurants.
- ☞ A l'inverse des restaurants d'hôtels, la météo n'a pas eu d'impact positif sur l'activité Table d'Hôtes. Concernant les Chambres d'Hôtes, le printemps encourageant a laissé place à un mois de juillet très difficile en terme de fréquentation. L'activité du mois d'août reste globalement stable.
- ☞ Les villages Vacances et villages de chalets annoncent une satisfaction à hauteur de 75%. L'évolution de la fréquentation et du chiffre d'affaire est majoritairement à la hausse en août et stable en juillet. 2013 et 2014 sont données comme années de référence en terme de chiffre d'affaire.
- ☞ Quelle que soit le type d'hébergement, la tendance à la réservation de dernières minutes sur internet se confirme.
- ☞ Les réservations de septembre sont majoritairement annoncées comme moyennes ou bonnes (21% moyen, 32% bon et 6% très bon).
- ☞ L'OT propose à ses hébergeurs deux services + : la recherche de disponibilités pour les clients et l'affichage des disponibilités hôtelières. 71% des hébergeurs considèrent que ces 2 services ont un impact positif, 16% pensent qu'il n'y a pas d'impact positif, 13% ne savent pas.

# Les prestataires d'activités

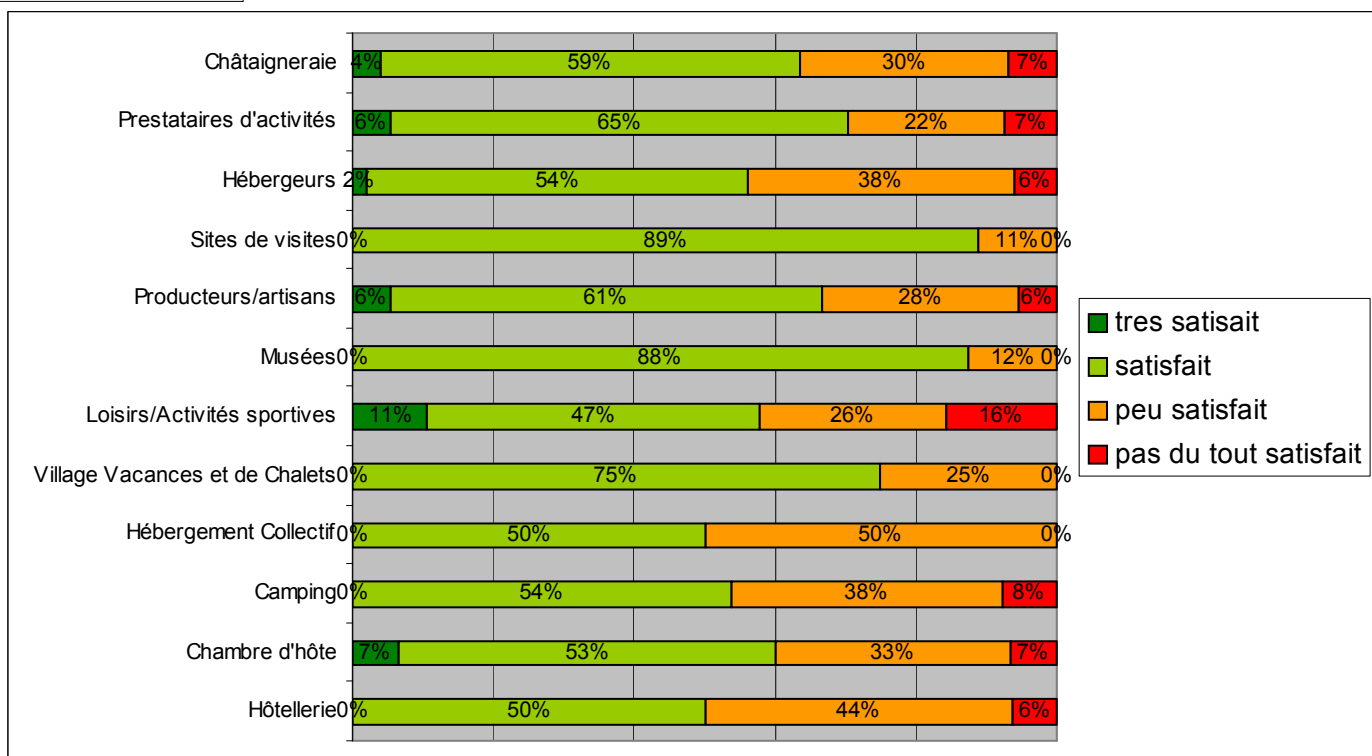
## La tendance générale

- ☞ Les musées et sites de visites tirent globalement leur épingle du jeu. En effet, ils sont respectivement satisfaits à 88 et 89% de leur saison. Le temps pluvieux a favorisé la fréquentation de ces sites
- ☞ La météo maussade est responsable de la mauvaise saison des activités de pleine nature directement liée à cette première.
- ☞ Les producteurs et artisans sont majoritairement satisfaits de leur saison (6% très satisfaits et 61% satisfaits)
- ☞ Quelle que soit l'activité, les prestataires notent une baisse du panier moyen par visiteur
- ☞ Quelle que soit l'activité, le chiffre d'affaire de septembre par rapport à 2013 est majoritairement annoncé comme meilleur ou équivalent ( pour 50% meilleur, 28% équivalent)
- ☞ La proportion d'étrangers est légèrement supérieure à 10% de la clientèle
- ☞ Pour la majorité des prestataires, la meilleure saison depuis 2009 en terme de chiffre d'affaire est 2013.
- ☞ En septembre, les prestataires d'activité annoncent un chiffre d'affaire meilleur pour 50% d'entre eux ou équivalent pour 28% d'entre eux.
- ☞ Un prestataire d'activité sur deux utilise le semainier proposé par l'OT en service +. Il s'agit d'un support promotionnel permettant de mettre en avant une activité spécifique et récurrente en Juillet-Août. Parmi les prestataires concernés, 53% d'entre eux ne peuvent pas quantifier les retombées en terme de visiteurs, 40% estiment avoir reçu des visiteurs grâce à ce document, tandis que 7% n'ont reçu aucune visite.

# La satisfaction

Saison 2014

En Châtaigneraie

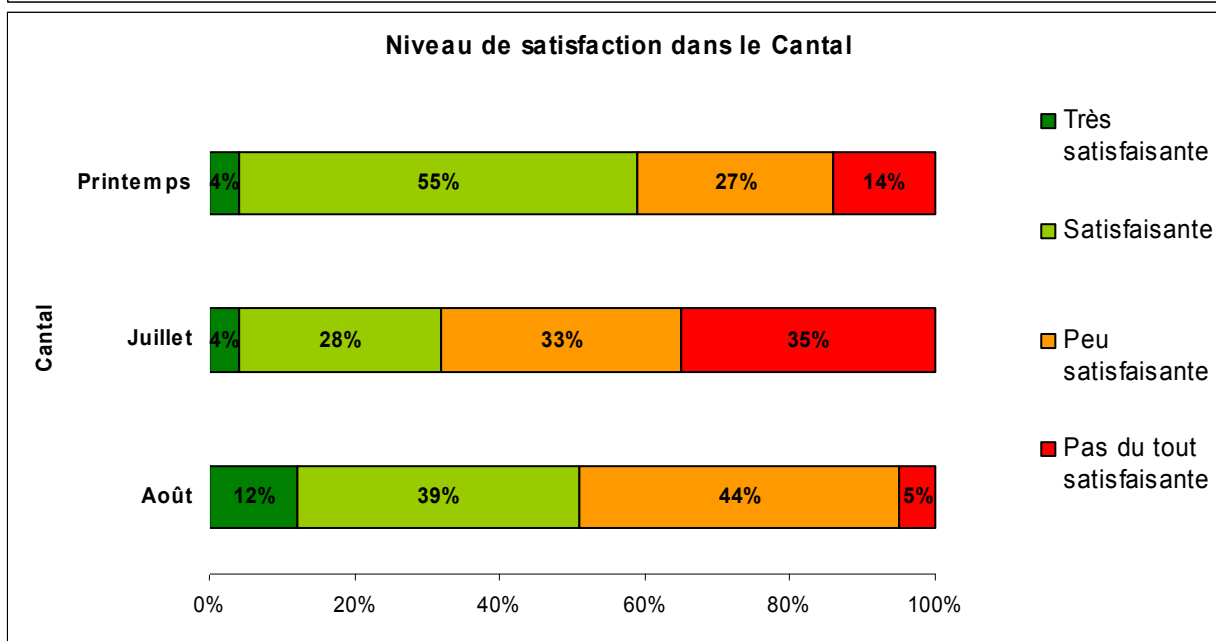
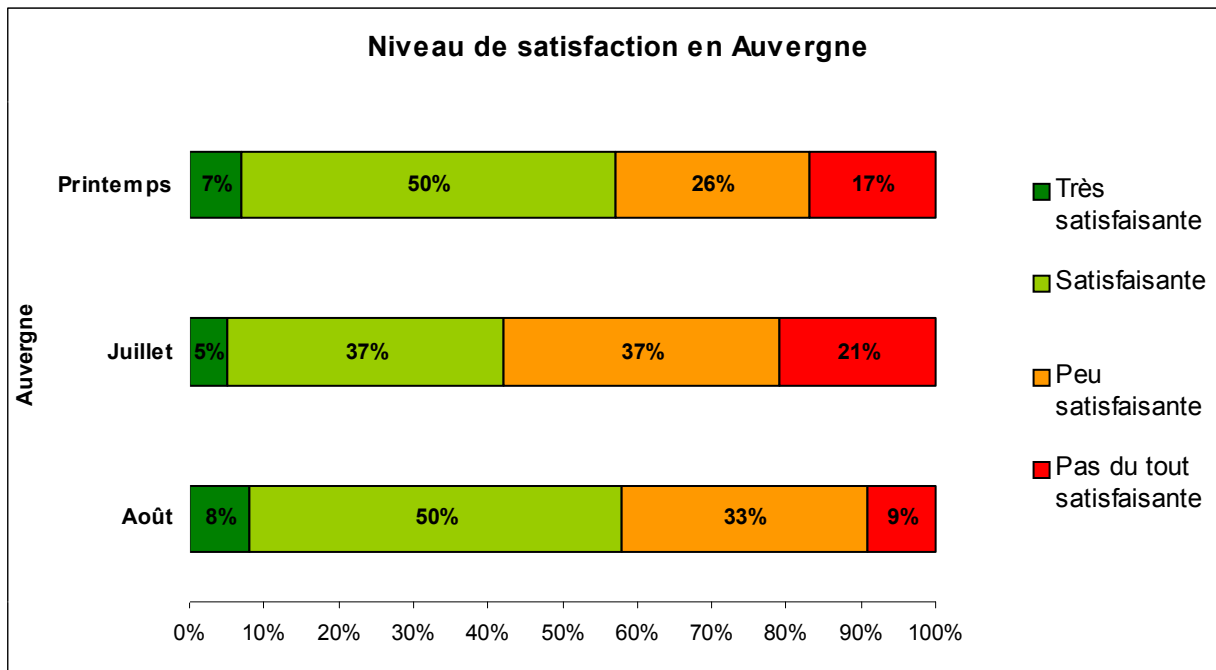


L'expression du degré de satisfaction est le suivant :

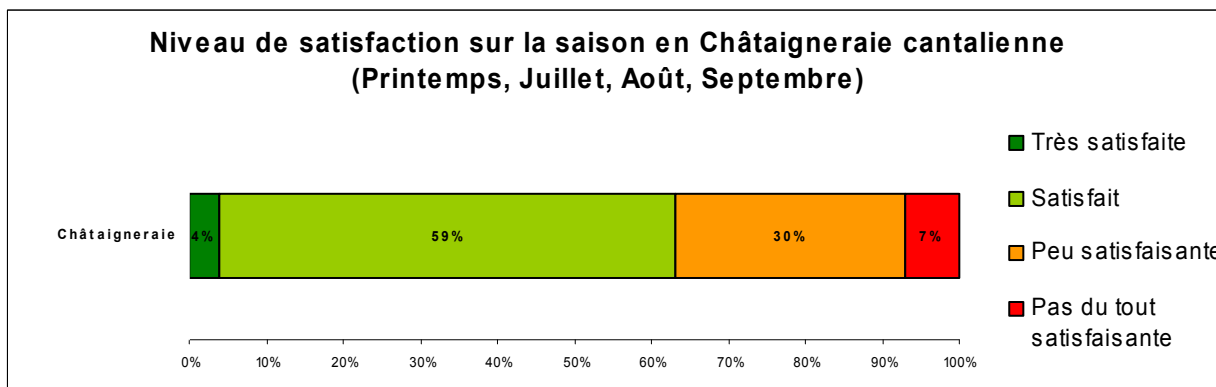
- Côté hébergeurs, 54% d'entre eux sont satisfaits de leur saison et 2% sont même très satisfaits. 38% se disent peu satisfaits et 6% pas du tout satisfaits. Les villages de vacances et villages de chalets obtiennent un taux de satisfaction à hauteur de 75%. De manière générale, les 2 principaux facteurs de satisfaction sont : la fidélité de la clientèle et l'image de l'Auvergne. Les 2 principaux facteurs d'insatisfaction sont : la météo et la crise.
- Les prestataires d'activités expriment une satisfaction pour 65% d'entre eux et 6% se disent très satisfaits. 22% sont peu satisfaits et 7% très peu satisfaits. Les musées et sites de visites sont satisfaits pour près de 90% d'entre eux (conditions météo favorables). De manière générale, les 2 principaux facteurs de satisfaction sont : les conditions météorologiques qui ont été favorables aux musées et autres sites couverts et la fidélité de la clientèle. Les 2 principaux facteurs d'insatisfaction sont : les conditions météorologiques pour les activités de pleine nature et la crise.

# Les tendances régionales, départementales

Source Enquête CRDTA



Source Enquête OT Châtaigneraie Cantalienne



## Détails de l'enquête : du CRDTA :

Le panel		Interrogés	Répondants	Taux retour	Moyenne %
Auvergne	printemps	615	300	49%	44%
	juillet	671	301	45%	
	août	753	301	40%	
Cantal	printemps	117	56	48%	47%
	juillet	124	54	44%	
	août	118	57	48%	
Châtaigneraie	printemps	11	8	73%	58%
	juillet	17	9	53%	
	août	15	7	47%	

- Enquête téléphonique
- Réalisée à 3 reprises sur 3 périodes de l'année (Printemps, Juillet, Août)

### La tendance générale

La satisfaction des acteurs touristiques laisse apparaître la tendance suivante :

- Au Printemps, au niveau régional, la majorité des acteurs se disent satisfaits (50%) voire très satisfaits (7%). Les résultats au niveau du Cantal, montre une satisfaction quasi identique (55% satisfaits et 4% très satisfaits).
- En juillet, en Auvergne, l'activité est jugée pour 37% satisfaisante. Elle est également jugée peu satisfaisante pour le même pourcentage des répondants soit 37%. Par contre, 21% la juge pas du tout satisfaisante. Le tendance s'accroît au niveau départemental : ils sont 35% à estimer leur bilan d'activité comme très peu satisfaisant auxquels s'ajoutent les 33% de peu satisfaits.
- En août, la satisfaction des acteurs en Auvergne se rapproche de celle du printemps, avec une majorité des acteurs interrogés qui sont satisfaits (50%) ou très satisfaits (8%). Au niveau départemental, la satisfaction au mois d'août est plus mesurée avec 39% des acteurs satisfaits et 12% très satisfaits. Pour 44% d'entre eux, ils sont peu satisfaits.

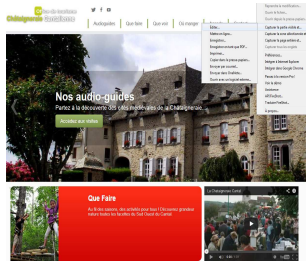
*Pour rappel : Détail des prestataires interrogés et répondants dans le cadre de l'Enquête de l'OT de la Châtaigneraie cantalienne :*

- Panel des interrogés : 110 prestataires (tous sauf les propriétaires de meublés)
- Répondants à l'enquête : 105 prestataires
- Taux de retour des interrogés : 95%

# L'Animation Numérique

## Les outils numériques de l'Office de Tourisme :

Site général de l'Office :  
[www.chataigneraie-cantal.com](http://www.chataigneraie-cantal.com)

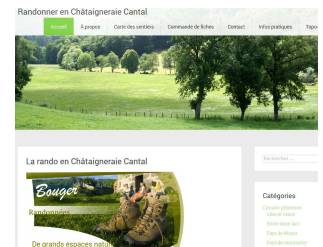


Site mobile de l'Office :  
[www.chataigneraie-cantal.mobi](http://www.chataigneraie-cantal.mobi)

Site randonnée de l'Office :  
[www.rando-chataigneraie.fr](http://www.rando-chataigneraie.fr)

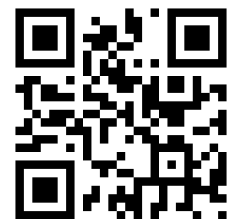


Le Blog de l'Office :  
[www.office-tourisme-chataigneraie-cantal.fr](http://www.office-tourisme-chataigneraie-cantal.fr)



## Les Q-R codes :

Donnant accès à l'information numériques : sit web, site mobile, site randonnée, vidéo de présentation de la Châtaigneraie et visites audio guidées adaptées aux Smartphones



## Les réseaux sociaux :

Au troisième trimestre 2014 ce sont **4956 personnes** qui suivent l'actualité de la Châtaigneraie via les réseaux sociaux (Facebook et Twitter).





# Forums, ateliers, accompagnement numérique...

*"Nos forums et ateliers ont pour vocation de vous accompagner dans votre démarche de promotion / vente de votre activité touristique via les outils et canaux numériques..."*

## **Une nouvelle mission des offices de tourisme :**

Aujourd'hui ce sont près de 9 touristes sur dix qui préparent leurs vacances sur internet, et 1 sur 3 qui reste derrière son écran pour acheter son séjour. Le tourisme en mobilité et l'internet de séjour connaît un véritable essor grâce aux smartphones, tablettes, les applications et le déploiement du wifi. Face à cette évolution rapide des outils et canaux de communication, une nouvelle mission, assurée par l'Office de Tourisme, a vu le jour afin de favoriser l'accompagnement des professionnels et acteurs touristiques locaux.

## **L'engagement numérique de l'office de Tourisme de la Châtaigneraie :**

Suite à la formation de son personnel en 2012, un diagnostic numérique complet de son territoire en 2013, un 1er programme de forums et d'ateliers en 2014, l'Office de tourisme renouvelle pour 2015 son engagement dans cette démarche.

Le programme 2015 va permettre de développer les ateliers autour de modules dans lesquels les participants pourront s'engager dans un vrai travail de mise en pratique concrète des sujets traités, d'analyser les retours et tirer bilan des actions suivies.

## **MODULE 1 - LA RELATION CLIENT**

Scindé en 3 ateliers pratiques cette section reprend les bases de la Gestion de la Relation Client (GRC) pour favoriser la mise en place d'une stratégie visant à optimiser les échanges avec les clients : création / gestion d'une base de contacts, création d'emails personnalisés, automatisation de processus etc.

## **MODULE 2 - OPTIMISER MON SITE WEB**

Sur la base de 2 rendez-vous, cette rubrique traite de la mise en place d'un site web mais également de sa gestion, de l'utilisation de ses statistiques, de l'amélioration de son référencement...

## **MODULE 3 - PRESENCE ET VISIBILITE**

Deux rencontres abordant la notoriété sur la toile passant par la présence dans les réseaux sociaux, la veille de sa e-réputation, la gestion des avis clients.

## **Forums et ateliers complémentaires**

L'une des 2 autres rencontres proposées par l'office de tourisme dans le cadre de la mission d'Animation Numérique consistera à découvrir et utiliser des outils et sites web permettant de créer ou retoucher ses photos, vidéos, campagnes d'emailings etc.

Enfin, un atelier sera réservé aux collectivités afin, par exemple, de mettre en place ou développer des stratégies de communication à l'échelle du territoire.

# Forums, ateliers, accompagnement numérique...

## Calendrier 2015

MOIS	ATELIER	MODULE
JANVIER	Introduction à la Gestion de la Relation Client	GRC
FEVRIER	Création de site web (introduction)	Web
MARS	Optimiser ma base de contacts clients	GRC
AVRIL	Gestion de site web (stats, référencement, contenus...)	Web
MAI	Incontournables (réseaux sociaux, plate formes d'avis etc)	Présence / visibilité
SEPTEMBRE	Optimiser ma relation client (sites d'avis, fidélisation)	GRC
OCTOBRE	Veille et e-réputation	Présence / visibilité
NOVEMBRE	Bien utiliser mes outils et supports numériques	Autres
DECEMBRE	Communication institutionnelle	Collectivités

### Forum "se vendre en ligne"

ce forum pourra être proposé plusieurs fois dans l'année.

Il est destiné au professionnel souhaitant mettre en place la réservation en ligne depuis son site web, et sur sa fiche pro depuis le site OT, Cantal et Auvergne grâce à OPEN SYSTEM. Cet outil GRATUIT propose une solution complète de gestion des disponibilités et des dossiers de réservation.

### Forum "proposer le wifi a ses clients"

ce forum pourra être proposé plusieurs fois dans l'année.

Il est destiné au professionnel souhaitant proposer l'accès libre, sécurisé et légalisé au wifi à ses clients au sein de son établissement

---

### Comment s'inscrire ?

Les ateliers et forums sont gratuits et ouverts aux partenaires de l'OT.

Les formulaires d'inscription en ligne sont sur la page "Animation Numérique" du Blog de l'Office de Tourisme [www.office-tourisme-chataigeraie-cantal.fr](http://www.office-tourisme-chataigeraie-cantal.fr)

Vous y retrouverez le calendrier de nos ateliers avec les dates précises et le lieu où se déroulera l'atelier.

Dans cet "espace pro", vous trouverez également les nouveautés, les tutoriels vidéos, les outils présentés en atelier...

### Avant de venir...

j'apporte mon ordinateur portable équipé en wifi.

je me munis de mes codes d'accès à mes comptes (e-mail, sites webs, réseaux sociaux...).

je dispose de photos redimensionnées en 800x600 pixels, de textes de description commerciale de mon activité dans mon ordinateur ou sur une clé usb.

## CONCLUSIONS

**Enquête d'opinion 2014 :** L'enquête d'opinion réalisée par la Châtaigneraie cantalienne montre que les acteurs du tourisme du territoire sont globalement satisfaits (à 58%) auxquels s'ajoutent 4% de très satisfaits. Cette enquête peut être jugée fiable étant donné que 95% des interrogés y ont répondu.

Les résultats quant à la satisfaction des acteurs de la Châtaigneraie au niveau de l'enquête régionale peuvent être considérés comme moins probants au regard du nombre de prestataires interrogés et répondants.

**Animation numérique :** L'Office de Tourisme continue son travail d'animation numérique en proposant des outils sans cesse améliorés afin de répondre à la demande des visiteurs .

En 2015, des ateliers adaptés aux besoins des acteurs du territoire seront proposés.

**Projets 2015 :** La promotion est primordiale via les outils numériques.

En complément, des projets de développement qui répondent aux besoins des visiteurs et qui ont pu être identifiés lors des demandes à l'accueil restent à venir : notamment, la mise en place de sentiers VTT à l'échelle du territoire de la Châtaigneraie cantalienne.



**Office de tourisme de la Châtaigneraie**  
28 avenue du 15 septembre 1945 15290 LE ROUGET

**04 71 46 94 82**  
[www.chataigneraie-cantal.com](http://www.chataigneraie-cantal.com)