

Tableau de Bord Accueil

3ÈME TRIMESTRE 2018

TABLEAU DE BORD ACCUEIL

3^{ÈME} TRIMESTRE 2018

Ce baromètre présente les données de fréquentation trimestrielles de l'Office de Tourisme de la Châtaigneraie cantalienne. Il permet d'obtenir une photographie de la fréquentation physique, téléphonique et numérique de l'Office de Tourisme.

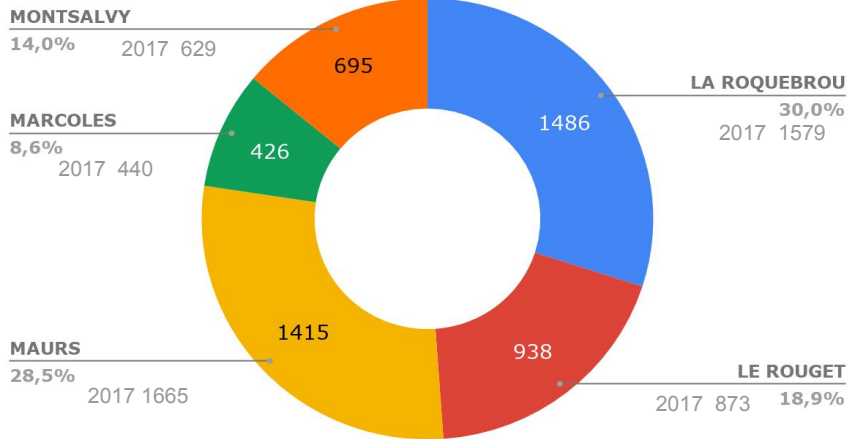
Méthodologie :

- Chaque acte d'accueil est qualifié selon une grille de saisie, avec différents critères pour obtenir les données présentées.
- Les données numériques sont issues des sources Google Analytics de nos sites web.

NOTRE MÉTIER : L'ACCUEIL

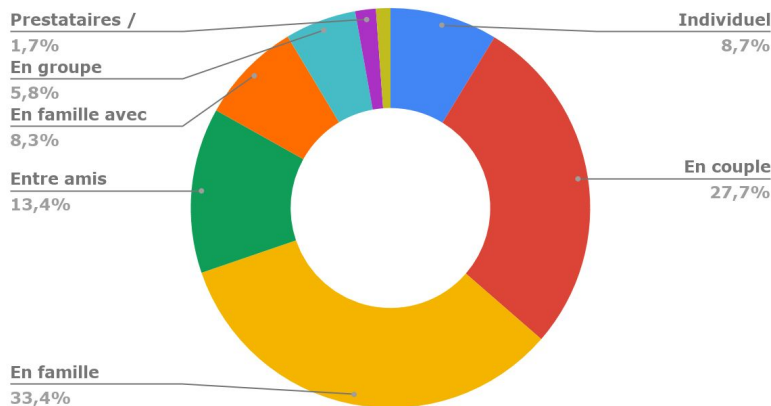
- 4 bureaux d'informations ouverts à l'année : Le Rouget, Maurs, Montsalvy, Laroquebrou.
- 1 point informations saisonnier à Marcolès en Juillet et Août.
- 1 standard téléphonique unique,
- 1 amplitude horaire d'ouverture de 108h / semaine, 236h / semaine en Juillet et Août.
- 1 équipe de conseillers en séjour disponible à l'accueil 6,5 jours / semaine toute l'année, dont les jours fériés (Printemps/Été)

Fréquentation des Points Information



4960 actes en 2018 contre 5186 en 2017 (226 actes d'accueil en moins soit -4,35%) Le passage dans les PI (Point Information) est en légère baisse par rapport à 2017

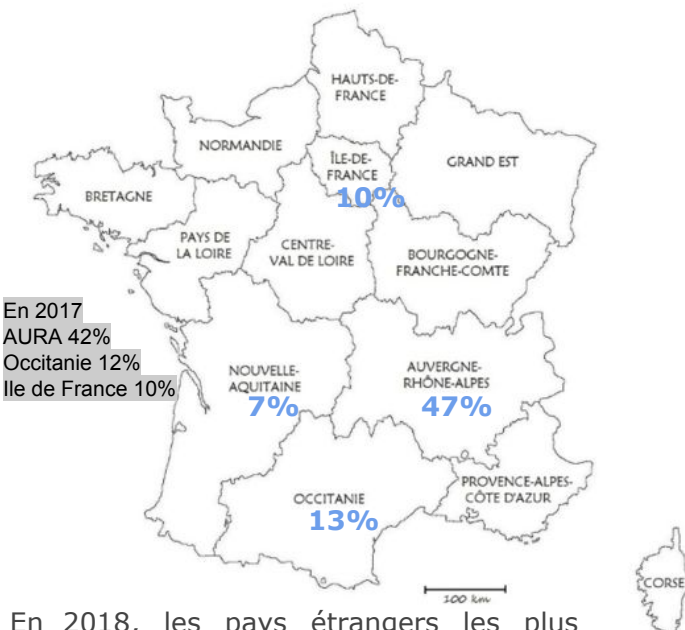
Typologie de clientèles



Fréquentation Globale au 3^{ème} trimestre 2018 :
6359 actes d'accueil
 (physique téléphone)
 soit **14 306,5 personnes***
 (6389 actes d'accueil en 2017)

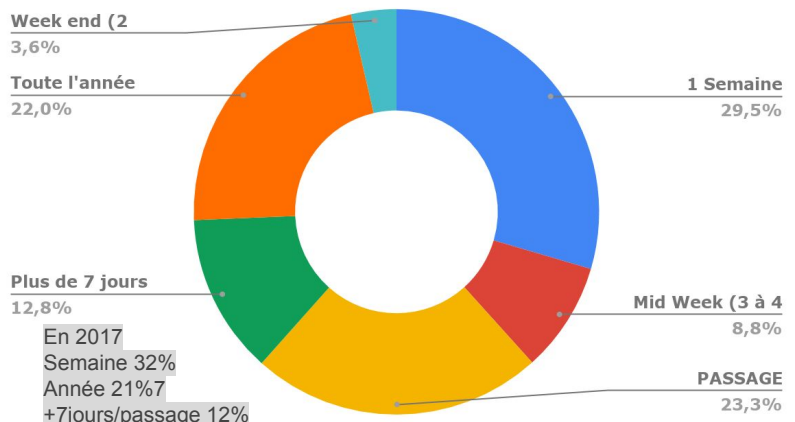
* 789 actes d'accueil non qualifiés

Provenance géographique des clientèles :



Parmi les **47% d'Auvergne-Rhône-Alpes** qui ont fréquenté l'OT, la part des **cantaliens est de 77%**. Parmi les **cantaliens, 83%** représentent le territoire de la **Châtaigneraie cantalienne**.

Durée de séjour

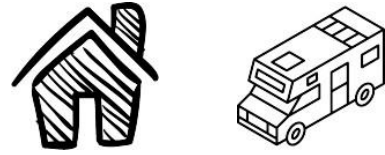
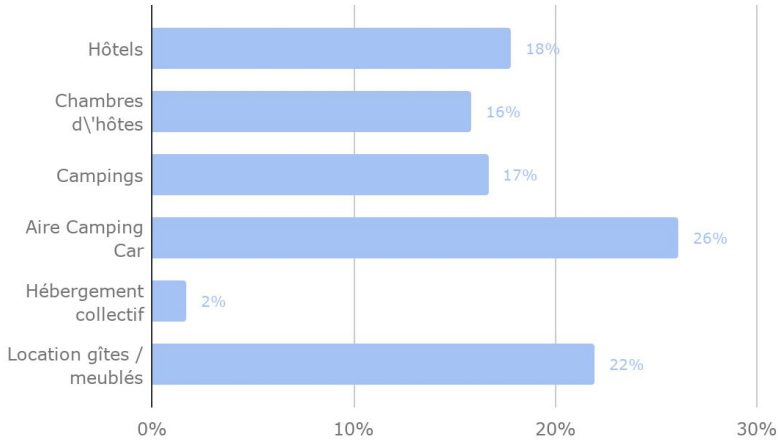


Les touristes résidant "1 semaine" en Châtaigneraie ont été les plus nombreux à fréquenter les Points Informations, ou à nous contacter par téléphone.

En 2018, les pays étrangers les plus représentés sont les mêmes qu'en 2017 : BELGIQUE - PAYS-BAS - ROYAUME UNI

Type d'informations demandées :

Demandes en hébergement



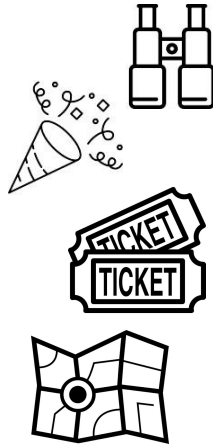
Les aires des camping car suivies de près par les locations meublées ont été les types d'hébergements les plus demandés au cours du 3ème trimestre.

En 2017, la demande d'hébergement concernait

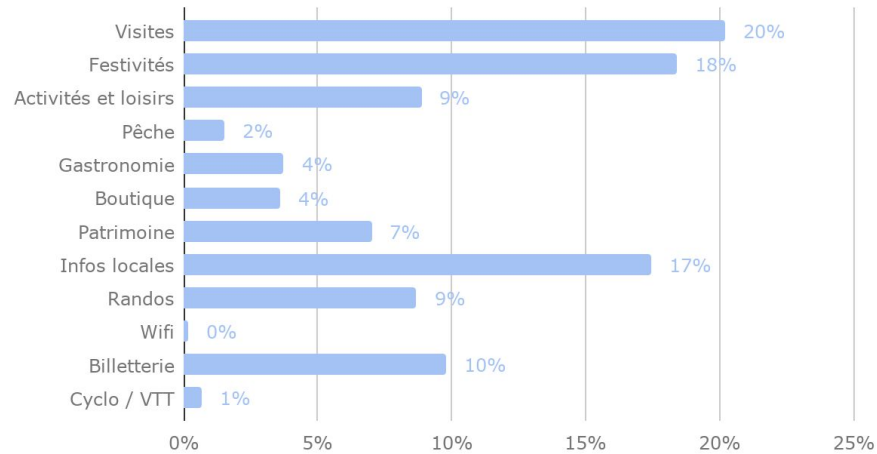
- les campings 21%
- les Gîtes 21%
- les hôtels 17%

Les informations les plus souvent demandées à l'accueil sont les **Visites** dans 20% des accueils.

Les **Festivités** et les **Infos locales** représentent 18% et 17% des autres informations demandées à l'accueil.



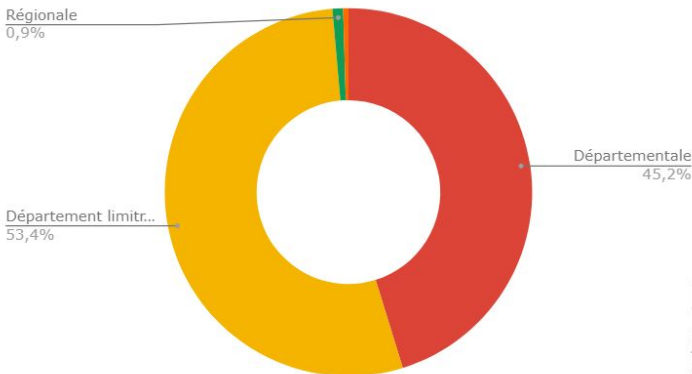
Informations touristiques demandées



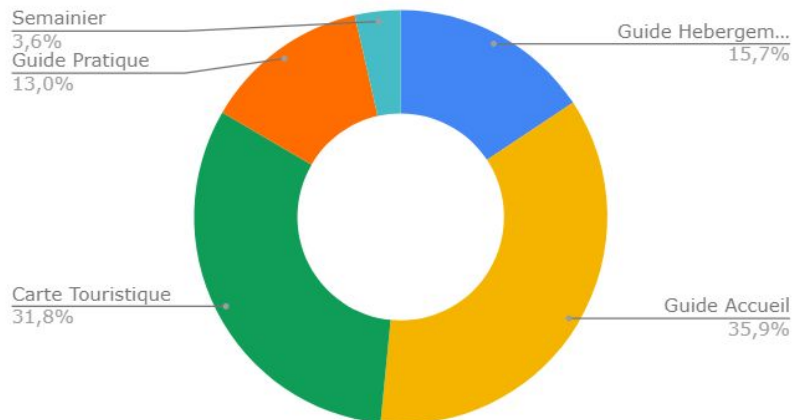
En 2017, l'information touristique demandée était

- les visites découverte 20%
- les festivités 19%
- les infos locales 18%

Demandes sur les autres territoires



Documentation touristique envoyée



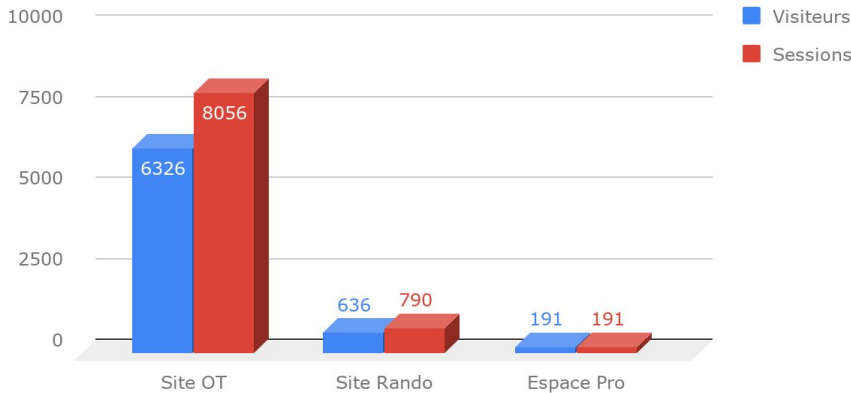
1399 appels téléphoniques traités :
85% visiteurs - 15% administratifs

↑ Hausse de 16,3% par rapport à 2017

La demande d'envoi de documentation baisse régulièrement. L'information est trouvée sur le site internet ou par téléphone.

Promotion sur les sites internet et réseaux sociaux :

Fréquentation de nos supports numériques - 3eme trimestre



En 2017 , nbre visiteurs
Site OT 6522
Rando 1237
Site Pro 110

3eme trimestre

Fréquentation Globale au 3ème trimestre 2018 :

7153 visiteurs soit 9,1% de baisse (7869 en 2017)

Principales villes :

Paris
Clermont-Ferrand
Aurillac
Montpellier
Toulouse
Compiègne
Lyon
Bordeaux
Agde

Principales régions :

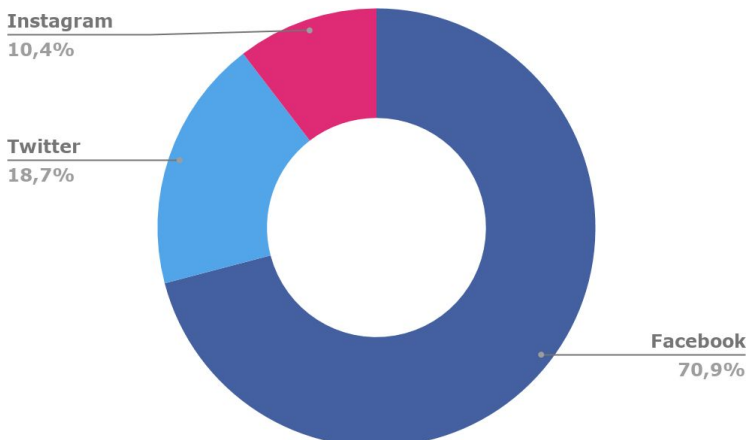
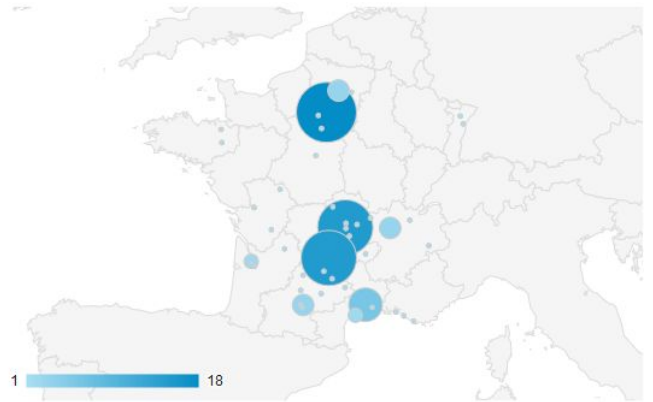
Auvergne Rhône Alpes
Occitanie
Ile de France
Nouvelle Aquitaine
Hauts de France
Paca
Bretagne
Bourgogne Franche Comté
Grand Est
Centre Val de Loire

L'OT dispose de plusieurs outils numériques destinés aux visiteurs et aux professionnels.

- un site web d'information touristique du territoire,
- un site d'information dédié aux professionnels et collectivités,
- un site dédié à la filière randonnées pédestres.

La fréquentation trimestrielle de nos sites a baissé par rapport à 2017 de -9,1% pour les utilisateurs, et de -9,6% pour les visites.

Cette baisse s'explique notamment par le changement de méthode d'affichage des résultats de Google.



L'office de tourisme assure également la promotion de la destination via **les réseaux**

sociaux. Notre présence sur Facebook, Instagram et Twitter représente au 30 septembre 2018 :

5864 abonnés

Le nombre d'abonnés a augmenté de 8,7% par rapport au 3ème trimestre 2017 (5394 personnes en septembre 2017).

Nous constatons une baisse d'engagement auprès des utilisateurs de Facebook, au profit du réseau social Instagram.