

TABLEAU DE BORD ACCUEIL

Office de Tourisme de la Châtaigneraie cantalienne
<http://pro.chataigneraie-cantal.fr>

Tableau de Bord Accueil

4ème trimestre 2020 - Re-confinement

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.

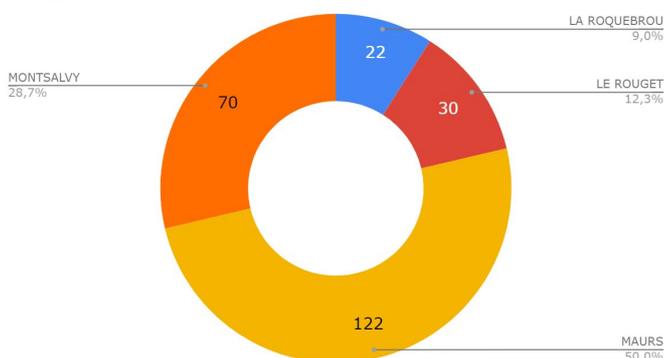
L'ACCUEIL À L'OFFICE AU 4EME TRIMESTRE 2020

- 4 points informations ouverts : Le Rouget-Pers, Maurs, Montsalvy, Laroquebrou.
- 1 amplitude horaire d'ouverture des points informations de 105h / semaine en Octobre et Décembre (fermeture liée au re-confinement du 2 au 30 nov.).
- 1 permanence téléphonique ouverte 6 jours / 7, soit 7h / jour.
- 1 équipe de 8 conseillers en séjour disponibles à l'accueil 6 jours / semaine.



244 actes d'accueil enregistrés au guichet dans les Points Informations

Fréquentation des Points Information au 4e trimestre



Comparatif avec les chiffres **réels** de 2019 conditions différentes par rapport à 2020

- 105 heures d'ouverture hebdomadaire sur le trimestre
- 0 actes d'accueil du 2 au 30 nov 2020 (fermé)
- 0 actes d'accueil liés aux dimanches fermés sur le trimestre.

LAROQUEBROU : 69 soit - 68%

LE ROUGET : 83 soit - 63,8%

MAURS : 229 soit - 46,7%

MONTSALVY : 118 soit - 40,6%

TOTAL : 499 actes d'accueil réalisés en 2019

 - **51,1%**

Comparatif avec les chiffres de 2019 avec les **mêmes conditions** d'accueil qu'en 2020

- 108 heures d'ouverture hebdomadaire sur le trimestre
- 140 actes d'accueil du 2 au 30 nov 2019
- 30 actes d'accueil liés aux dimanches compris dans le total.

LAROQUEBROU : 45

LE ROUGET : 43

MAURS : 159

MONTSALVY : 82

TOTAL : 329 actes d'accueil réalisés en 2019 selon les conditions de 2020.

 - **-26,3%**

Commentaire :

Nous aurions dû subir une perte sèche de fréquentation d'au moins 170 actes d'accueil car une partie des clientèles habituelles que l'on reçoit à l'Office de Tourisme n'a pas pu venir dans nos PI du fait de la fermeture en Novembre et des dimanches.

A situations d'accueil égales entre les 2 années, on constate tout de même une forte baisse entre les 2 années, ce qui peut s'expliquer par les conditions sanitaires très restrictives en terme d'accueil touristique.

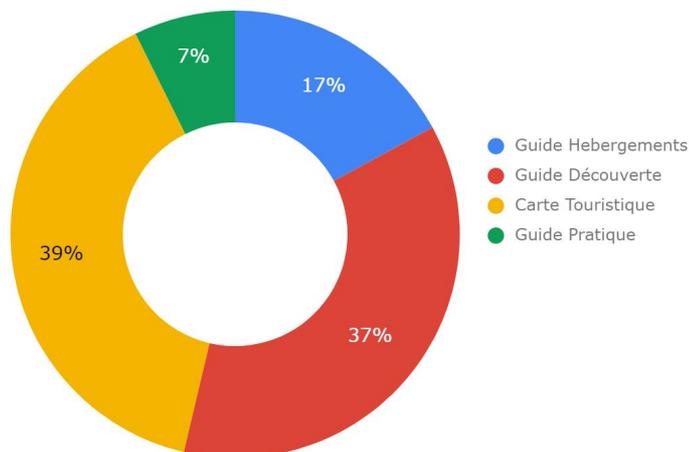


282 appels téléphoniques traités : 40% visiteurs - 60% administratifs
accueil téléphonique assuré normalement pendant le re-confinement

 *Hausse de 15.1% par rapport à 2019*



La demande d'envoi de documentation a diminué par rapport à 2019. **41 brochures (print ou numériques)** ont été envoyées ce trimestre contre 96 l'an précédent.



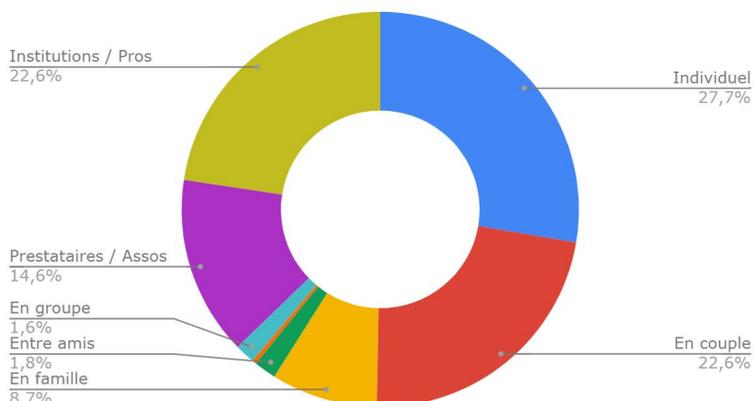
Fréquentation Globale Accueil :

Guichet + Téléphone + Email + Courrier

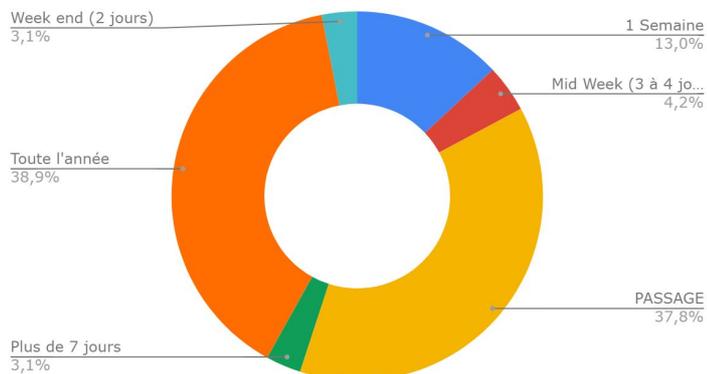
553 actes d'accueil
1 063 personnes renseignées
soit une baisse de 27,5% par rapport à 2019.

Typologie des clientèles :

Typologie de clientèles

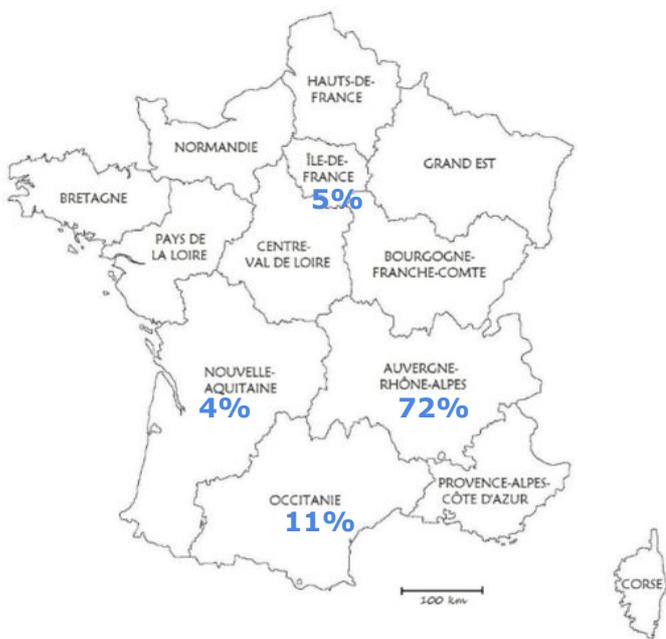


Durée de séjour



La clientèle Châtaigneraie est constitué en majorité des individuels (27,7%) et de couples (22,6%). La part des Institutions/Pros augmente fortement entre 2019 et 2020 (+45%).

La durée de séjour la plus représentée est "Toute l'année", suivi de près par "Passage", puis "1 semaine". (Idem 2019).



Provenance géographique des clientèles :

Les **72%** d'Auvergne Rhône-alpins sont majoritairement représentés par les cantaliens (idem 2019).

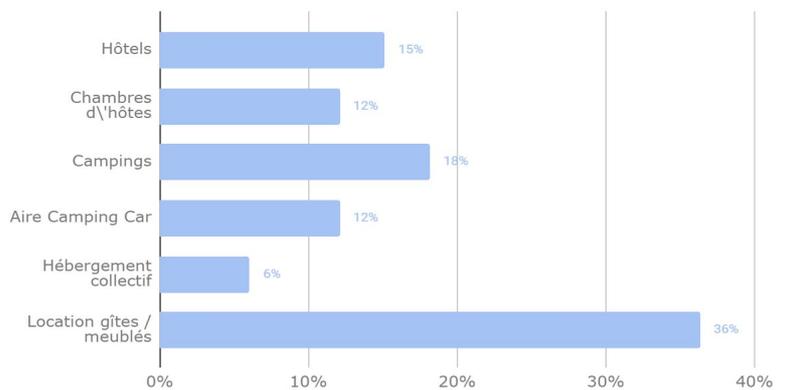
En 2020, sur ce trimestre, on note une baisse spectaculaire de clientèle étrangère de 74% (conditions de voyage liées au covid).



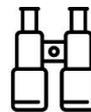
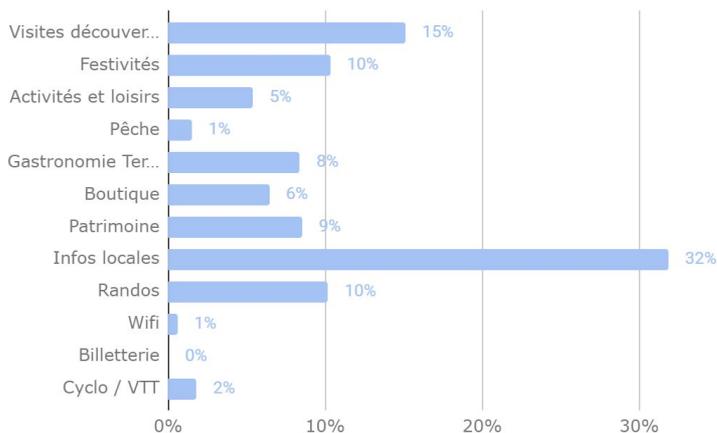
Les hébergements en location Gîtes et Meublés ont été les plus demandés, suivi par les campings et les hôtels. La tendance est la même qu'en 2019.

Type d'informations demandées :

Demands en hébergement



Informations touristiques demandées



Les informations les plus demandées ce trimestre à l'accueil sont les "Infos locales" à 32%, les "Visites Découvertes" à 15% et les "Randos" à 10%.

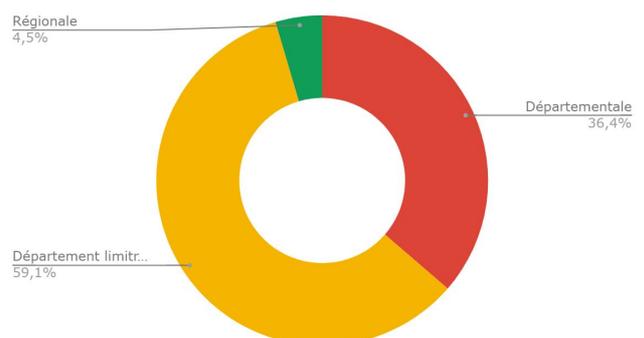
En 2019, on note que les demandes étaient quasiment les mêmes, les festivités ont pour autant été moins demandées cette année.

Les demandes sur les autres territoires sont assez fréquentes à l'accueil.

Les demandes sur les départements limitrophes (Aveyron, Lot, Corrèze...) représentent 59,1% des demandes.

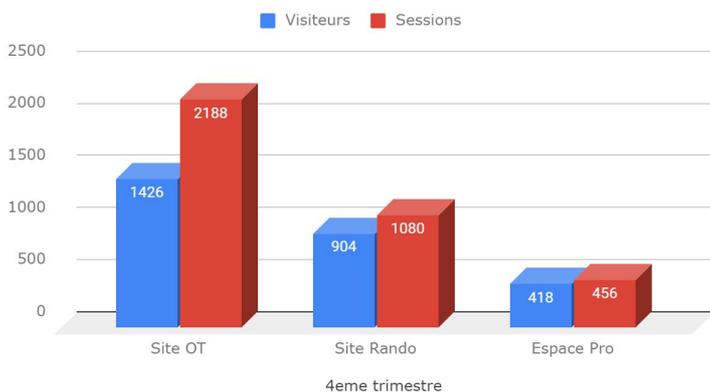
Ce trimestre on a vu apparaître quelques demandes sur l'échelle régionale.

Demands sur les autres territoires



Promotion sur les sites internet et réseaux sociaux :

Fréquentation de nos supports numériques - 4eme trimestre



En 2019 , nbre visiteurs :

Site OT 1959

Rando 902

Site Pro 364

Fréquentation Globale au 4ème trimestre 2020 :
2748 visiteurs
 (3225 en 2019)

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 du site OT a baissé par rapport au 4ème trimestre 2019.

Le site Rando est tout à fait stable.

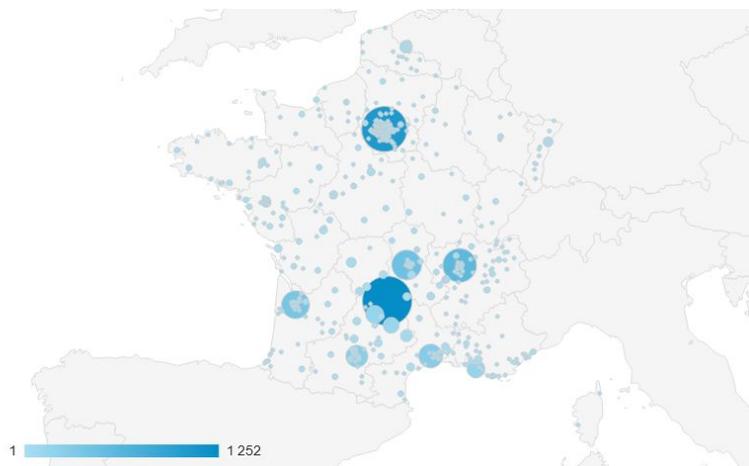
Le site destiné aux professionnels et institutions est en augmentation de 15% (publications des documents de l'Assemblée Générale organisée en novembre).

Principales villes :

Aurillac
 Paris
 Lyon
 Clermont-Ferrand
 Bordeaux
 Montpellier
 Toulouse
 Figeac
 Marseille

Principales régions :

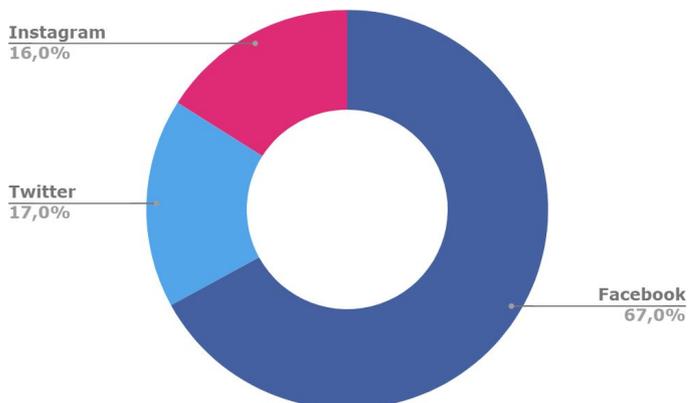
Auvergne Rhône Alpes
 Occitanie
 Ile de France
 Nouvelle Aquitaine
 Paca
 Hauts de France
 Pays de la Loire
 Centre Val de Loire
 Grand-Est
 Bourgogne Franche Comté



L'office de tourisme assure également la promotion de la destination via les réseaux sociaux. Notre présence sur Facebook, Instagram et Twitter représente au 31 Décembre 2020 :

7 029 abonnés

Le nombre d'abonnés a augmenté de **+9%** par rapport au 4ème trimestre 2019.



4408 pers touchées
 351 interactions
 18 j'aime
 8 partages

Meilleure publication du trimestre sur Facebook