

Office de Tourisme Intercommunal

# Lacs et Gorges du Verdon

TOURISME

## Lettre d'information n°10 à l'attention des professionnels du tourisme

**Bilan d'activité 2018 – 2020**

**Bilan de saison 2020**



**Octobre 2020**

# BILAN DE L'ACTIVITE DE L'OFFICE DE TOURISME DEPUIS 3 ANS

## LES GRANDS CHIFFRES DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

- ✓ Une taxe de séjour multipliée par 2 en deux ans :  
529.725 € déclarés en 2019 (266.398 € en 2018), dont 118.000 € par les opérateurs numériques
- ✓ Un budget de 621.000 € en fonctionnement et 72.000 € en investissement, 9 Equivalents Temps plein.  
+ de 70.000 personnes accueillies par an dans nos 8 Bureaux d'Information Touristique ;  
35.000 renseignements fournis par an en moyenne ;  
+ de 150.000 utilisateurs par an de nos sites web.
- ✓ Près de 100.000 vues pour notre 1ère vidéo sur les lacs de Sainte-Croix et d'Artignosc-sur-Verdon ;  
+ de 22.000 personnes atteintes sur certaines photos de la mission commandée à Philippe MURTAS  
+ de 3.000 abonnés sur Facebook – Verdon Expérience et + de 1.000 abonnés sur Facebook – Verdon News
- ✓ De 10 à 20 accueils presse nationaux et internationaux par an ;  
5 salons touristiques en moyenne an an (Bruxelles, Genève, Lyon, Nice, Marseille...).

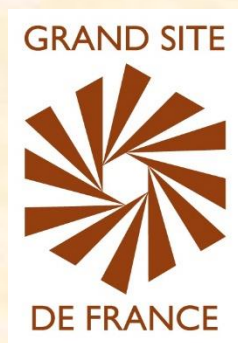
## DE NOMBREUX PROJETS REALISES

- ✓ Un OTI classé en catégorie 2 depuis le 09/12/2019  
et
- ✓ labellisé Accueil Vélo depuis le 11/03/2019
- ✓ Transfert de la compétence itinérance (rando à pied, à vélo, en VTT, à cheval) au 01/01/2020 avec un schéma d'itinérance dédié
- ✓ Ouverture d'un 8ème Bureau d'Information Touristique à La Martre, sur la Route Napoléon, le 1<sup>er</sup> juillet 2020
- ✓ Un Bureau d'Information Touristique itinérant sous forme d'un « Travel Truck » qui peut se déplacer sur les différentes manifestations de la destination.



## UN SCHEMA DE DEVELOPPEMENT 2018-2020 ABOUTI

- ✓ Toutes les actions de promotion ont été mises en œuvre
- ✓ L'équipe a été formée et est montée en compétences : Maud DUMONTANT, Community manager (réseaux sociaux) et Sabine LIONS, Référente des Accueils Touristique (diplôme niveau bac + 3).
- ✓ Le dispositif accueil a été renforcé
- ✓ Un BIT de plus depuis la création
- ✓ Développement de l'OTI « hors les murs »
- ✓ Les actions à conforter :
  - Obtention du label Grand Site de France à horizon 2021 pour le canyon par le PNR Verdon
  - Contribuer à un meilleur aménagement des rives du lac de Sainte-Croix avec les communes.



## PARTICIPATION A LA SMART DESTINATION VERDON

- ✓ Un financement européen LEADER et Région Sud à hauteur de 90% - Reste à charge OTI : 5.000 €/an
- ✓ Une stratégie marketing approuvée par le comité de pilotage ;
- ✓ Les actions à venir sur 2021 :
  - Déploiement de la marque Verdon ;
  - Création d'un kit de communication à l'attention des professionnels ;
  - Un site web portail dédié ;
  - Un événementiel fédérateur et itinérant sur la destination ;
  - Une étude pour consolider la gouvernance commune.



## QUI FAIT QUOI AU SEIN DE L'OTI ?



### **Fabien PERROT**, Directeur

- Management de l'équipe
- Suivi budgétaire
- Mise en œuvre du schéma de développement et du plan de promotion annuel



### **Sabine LIONS**

- Responsable accueil : coordinatrice des accueils touristiques, plannings
- Accueil au Bureau d'Information Touristique de Bauduen



### **Marta SYROCKA**

- Référente qualité, classement OTI en catégorie 2, labellisations Accueil Vélo, Chambres d'Hôtes Référence...
- Itinérance
- Accueil au Bureau d'Information Touristique d'Aiguines



### **Sandrine DI GIOIA**

- Référente APIDAE : suivi de la base de données touristique régionale APIDAE
- Animatrice du réseau de prestataires
- Accueil au Bureau d'Information Touristique de Régusse



### **Sabrina CIOFI**

- Référente web et éditions : suivi des éditions (brochure de séduction, guide pratique, plans de ville et parcours de découverte) et suivi du site web et de l'application mobile
- Accueil au Bureau d'Information Touristique d'Aups



### **Elena MAHIEUX**

- Responsable boutique
- Référente salons et accueils presse
- Billetterie et boutique Maison de la Truffe
- Accueil au Bureau d'Information Touristique d'Aups



### **Maud DUMONTANT**

- Référente taxe de séjour touristique
- Community Manager (réseaux sociaux)
- Visites guidées et itinérance
- Accueil au Bureau d'Information Touristique de Villecroze



### **Geneviève BOURGUIGNON**

- Référente gestion des stocks de documentation
- Bourses d'échanges
- Accueil au Bureau d'Information Touristique de Tourtour



### **Marie PELLEGRIN** (CDD 6 mois)

- Référente Route Napoléon
- Accueil au Bureau d'Information Touristique de La Martre - Artuby



### **Audrey BERGERON** (CDD 6 mois)

- Accueil au Bureau d'Information Touristique des Salles sur Verdon

# BILAN DE SAISON 2020

## UN PRINTEMPS CONFINÉ ET INEXISTANT SUR LE PLAN TOURISTIQUE

- Confinement ordonné par l'Etat à partir du 17 mars 12h et jusqu'au 11 mai
- Limitation des déplacements dans un rayon de 100 kms jusqu'au 2 juin
- = Aucune activité touristique pendant les vacances de Pâques des trois zones ;
- = Aucune activité touristique pendant les ponts de mai pourtant très favorables (Les 1er et 8 mai tombaient des vendredis cette année).

**COVID-19**  
coronavirus



## UN RECU HISTORIQUE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE DANS LE MONDE ENTIER



- Un recul historique de l'activité touristique dans le monde entier ;
- 61 milliards d'euros de pertes pour le secteur sur l'année rien qu'en France ;
- Un chiffre d'affaires en baisse de 20 à 25 % en moyenne par entreprise du secteur touristique.

## UNE BAISSSE DE LA FREQUENTATION DANS LES HÔTELS JUSQU'EN JUILLET :

- Une baisse de la clientèle dans les hôtels jusqu'en juillet ;
- Une chute de l'activité à Paris : 14 millions de touristes perdus ;
- Une désaffection « cohérente » pour les lieux confinés, en particulier les sites culturels : musées, expositions temporaires, cinémas...
- L'annulation de la plupart des événements susceptibles de générer des clusters... Et l'arrêt du tourisme d'affaires...

## UNE SAISON NEANMOINS SAUVÉE DANS LE SUD PAR LES FRANÇAIS

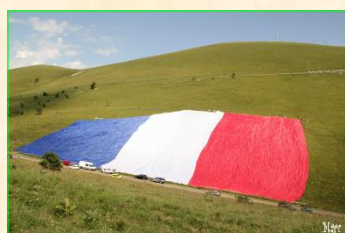
Le Sud plébiscité par les Français !

Palmarès des régions qui ont réussi à sauver en partie leur saison :

- 1/ Provence Alpes Côte d'Azur
- 2/ Nouvelle-Aquitaine et Occitanie
- 3/ Auvergne Rhône Alpes



## DES FRANÇAIS QUI ONT JOUÉ LE JEU EN RESTANT EN FRANCE



9 Français sur 10 sont restés en France (contre 6 sur 10 en 2019) ;  
+ 23% de clientèle française en Sud PACA ;

Des Français de toute la France y compris de l'Ouest (Occitanie, Nouvelle-Aquitaine...)

Baisse moins forte que prévue sur certaines clientèles européennes : Belges, Néerlandais, Suisses...

## HAUSSE DE LA FREQUENTATION DANS LES HEBERGEMENTS DIFFUS, EN PARTICULIER LES MEUBLES DE TOURISME

Une hausse de fréquentation de 10% dans les meublés de tourisme au plan national ;

L'hébergement diffus a tiré son épingle du jeu par sa capacité à rassurer sur le plan sanitaire (petite capacité, pas de contacts ou peu de contacts avec d'autres touristes...).



## LA FREQUENTATION DANS NOS BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE



Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, la fréquentation de nos Bureaux d'Information Touristique est mesurée grâce au logiciel AVIZI qui est notre outil de Gestion Relation Client (GRC), reconnu et recommandé par la Région pour une harmonisation des comptages.

Afin de mieux répondre à nos demandes, Avizi utilise également les données issues d'APIDAE (base de données d'information touristique acquise dans le cadre d'un groupement de commandes régional (1 500 € / an)).

	<b>Contacts</b>	<b>Personnes</b>		<b>Contacts</b>	<b>Personnes</b>
AIGUINES	1800	3284	LES SALLES	3157	6038
AUPS	1771	4461	REGUSSE	975	2702
BAUDUEN	2666	7049	TOURTOUR	1066	1907
LA MARTRE	145	333	VILLECROZE	1429	3155

Total : **13009 contacts et 28929 personnes** pour l'été 2020

*A noter cette année : aucun recrutement de saisonnier, et donc des jours de fermeture en plus.*

Au niveau de la fréquentation, on note une réelle progression de la fréquentation française avec dans le top 3 des départements : 1) le Var, 2) les Bouches du Rhône et 3) les Alpes-Maritimes.

Cependant, la fréquentation étrangère physique est en baisse, du fait des restrictions de voyages liées à la crise sanitaire.

Toutes les demandes autres que physiques (téléphone, mail, courrier, réseaux sociaux) sont en nette hausse, en particulier par téléphone et mail.

Ces types de demandes compensent la baisse des chiffres de l'accueil physique.

## FREQUENTATION DU SITE INTERNET LACS-GORGES-VERDON.FR



Du 1<sup>er</sup> janvier au 31 août, nous avons enregistré 74 050 utilisateurs (x 2,5 / 2019) et 89 176 visites (x 2,4 / 2019).

93 % sont d'origine française et parmi les étrangers : 2.46 % sont d'origine Belge.

A près de 79 %, le trafic se fait via les moteurs de recherche.

Par ailleurs, nous avons mis en place une Foire Aux Questions (FAQ) dispatchée en trois thèmes : « Je découvre la destination », « Je prépare mon séjour » et « Je suis là ».

Enfin, une nouvelle rubrique « Bonnes pratiques sanitaires de notre destination » est apparue avec les ambassadeurs sanitaires et l'ensemble des protocoles et mesure sanitaires applicables à ce jour.

PRESENCE SUR L'ENSEMBLE DES RESEAUX SOCIAUX : #VERDONEXPERIENCE

Du 01.09.2019 au 31.08.2020	PAGE FACEBOOK VERDON EXPERIENCE	PAGE FB VERDON NEWS Agenda et actualités touristiques
Nombre de J'aime :	<b>3705</b> De 2874 à 3705 : + 29 %	<b>1296</b> De 910 à 1296 : + 42 %
Meilleure publication photo :	Post sur la fin des 100 km Photo d'un pédalo devant Bauduen - <b>13 192</b> personnes atteintes (contre 22 089 en 2019 pour une photo du saut à l'élastique)	Article Var Matin « Le Lac va retrouver ses plages » du 06.07.20 <b>13 215</b> personnes atteintes
Meilleure publication vidéo :	« Un terroir authentique dans les villages du Haut-Var » : <b>86 000 vues</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=35Up_kLnICM">https://www.youtube.com/watch?v=35Up_kLnICM</a> contre 94 761 en 2018 pour « Un rêve à portée de main » par notre prestataire vidéo Mise en boîte Production	-
Public :	60 % de femmes / 40 % d'hommes Moyenne d'âge : 35-44 ans	
Publication	2 / semaine pour la programmation + publications régulières en fonction de l'actualité	Le lundi pour l'agenda et au jour le jour pour les news



Détail ci-dessus.

À noter la multiplication des pages et autres groupes sur Facebook autour du territoire du Verdon : 13 recensés à ce jour. La concurrence est là !



161 publications / 1801 abonnés (+ 87 %)

Public : 57 % de femmes / 43 % d'hommes. 25-34 ans

Beaucoup plus de Like par post que Facebook

Communauté plus présente, plus active

Publications différentes du compte Facebook pour toucher une cible supplémentaire

Photos en repost uniquement

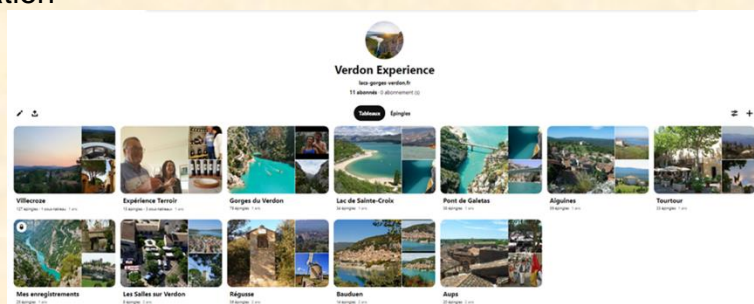
De plus en plus d'identifications sur les posts et les stories

Par conséquent, partages de stories tous les 2 à 3 jours environ



Toutes nos vidéos sont classées par thème sur 4 playlists différentes en fonction de nos 4 territoires.

Chaque vidéo est envoyée à tous les hébergeurs et prestataires pour suivi et communication



## LES PISTES POUR 2021

- Développer toujours et encore les ailes de saison, attirer davantage la clientèle au printemps et en automne pour ne pas rester aussi dépendants d'une seule période dans l'année ;
- Continuer à accompagner les professionnels par une diffusion optimale de l'information sur les aides et au niveau de la réassurance sanitaire (diffusion des protocoles, des meilleures pratiques) ;
- Favoriser l'économie circulaire et les productions locales, agricoles et artisanales...

**Lacs et Gorges  
du Verdon**  
TOURISME



### Office de Tourisme Intercommunal Lacs et Gorges du Verdon

Place Martin Bidouré  
83630 AUPS  
04 94 70 19 12  
[www.lacs-gorges-verdon.fr](http://www.lacs-gorges-verdon.fr)  
[tourisme@cclgv.fr](mailto:tourisme@cclgv.fr)



YouTube