



# BILAN des fréquentations et des actions 2022



Présentation du 17 novembre 2022



Office de Tourisme  
Montagne d'Ardèche

- 01 Bilan positif
- 02 Fréquentations des BIT – été 2022
- 03 Fréquentations du territoire – 01/01 au 31/08
  - . les touristes
  - . les excursionnistes
- 04 Le territoire sur le web
- 05 Accueil hors les murs
- 06 Ressources humaines
- 07 Stratégie de communication auprès des pros
- 08 Les rencontres d'automne
- 09 Quelques chiffres de taxe de séjour

# 01 BILAN Positif

car météo clémente et fortes chaleurs

## > Baignade

- Le Lac d'Issarlès
- Coucouron
- Saint-Martial

## > Randonnée pédestre

## > VTT

## > Hébergement / restauration

- Complet en juillet et août
- Réservation obligatoire
- Pas de dernière minute



# 02 FREQUENTATIONS DES BIT

> TOTAL sur l'ensemble des bureaux

JUIN : 720 pers

JUILLET : 4045 pers (2021 : 2978 pers)

AOUT : 4279 pers (2021 : 3486 pers)

SEPT : 1029 pers



TOPS 2 des demandes :  
Randonnées pédestres  
Agenda des manifestations



## ➤ BUREAUX PERMANENTS

### . COUCOURON

JUIN : 203 pers

JUILLET : 2276 pers

AOÛT : 2371 pers

SEPT : 357

### . SAINTE-EULALIE\*

JUIN : 72 pers

JUILLET : 351 pers

AOÛT : 387 pers

SEPT : 97 pers

*\*2 jours de - d'ouverture à Ste-Eulalie  
par rapport à Coucouron et Saint-  
Laurent-les-Bains*

### . SAINT-LAURENT-LES-BAINS

JUIN : 290 pers

JUILLET : 576 pers

AOÛT : 838 pers

SEPT : 507 pers



## ➤ BUREAUX SAISONNIERS

### LE LAC D'ISSARLES (20/06 au 10/09)

JUIN : 109 pers

JUILLET : 398 pers

AOÛT : 397 pers

SEPT : 35 pers

### LA MAISON DE SITE (20/06 au 10/09)

JUIN : 31 pers

JUILLET : 444 pers

AOÛT : 286 pers

SEPT : 33 pers

### SAINT-MARTIAL (20/06 au 31/08)

JUIN : 15 pers

JUILLET : 151 pers

AOÛT : 234 pers

SEPT : fermé



### REMARQUES :

#### MAISON DE SITE

- . Ouverte 5 après-midis/sem
- . Pas de réelles demandes touristiques autres que les sources

#### SAINT-MARTIAL

Hors les murs 5 matinées/sem

# 03 FREQUENTATIONS DU TERRITOIRE

(sources : ADT de l'Ardèche)

## . LES TOURISTES

### > JUILLET / AOUT

Forte fréquentation en 2020, 2021 et maintien en 2022 (+ 42% vs 2019)



PICS DE FREQUENTATION très élevés

. 7 400 nuitées le samedi 16 juillet (week-end du 14 juillet 2022)

et . 8000 nuitées le samedi 16 août (week-end du 15 août 2022)

### > PRINTEMPS

+ 24% vs 2019 – grâce à des vacances de printemps et un week-end de Pâques performants.

Mais, contrairement à l'ensemble de l'Ardèche, les week-ends de l'Ascension et de Pentecôte 2022 sont en recul par rapport à 2019.

## > 1ER JANVIER – 31 AOUT

415 000 nuitées ont été estimées sur la zone Montagne d'Ardèche  
+ 6% par rapport à 2021 et + 35% par rapport à 2019

### > Départements d'origine Avril – Août

1er département : Gard (16%)

Bouches-du-Rhône (14%)

Rhône (9%)

Vaucluse (8%)

Drôme (6%)



# . LES EXCURSIONNISTES

## > JUILLET / AOUT



+ 47% vs 2019, + 12% vs 2021

Pic à 24 000 pers le samedi 16 juillet 2022



## > PRINTEMPS



+ 35% vs 2019 grâce aux trois week-ends prolongés.

Pic à 17 400 pers le dimanche de l'Ascension.

Excursionnistes présents au moins 2h dans la journée sur le territoire.



## > 1ER JANVIER– 31 AOUT

1,6 million d'excursions ont été estimées sur la Montagne d'Ardèche  
+ 25% par rapport à 2021 et + 36% par rapport à 2019

## > Départements d'origine des excursionnistes non ardéchois Avril – Août

1er département : Haute-Loire (17 %)

Gard (8%)

Loire (7%)

Rhône (7%)

# Conclusion

- . La Montagne d'Ardèche a bénéficié d'un **tourisme climatique** car températures moins élevées cet été par rapport au sud Ardèche
- . C'est la Montagne d'Ardèche, avec le nord Ardèche, qui enregistre **la plus forte progression** de fréquentation sur l'ensemble du département.

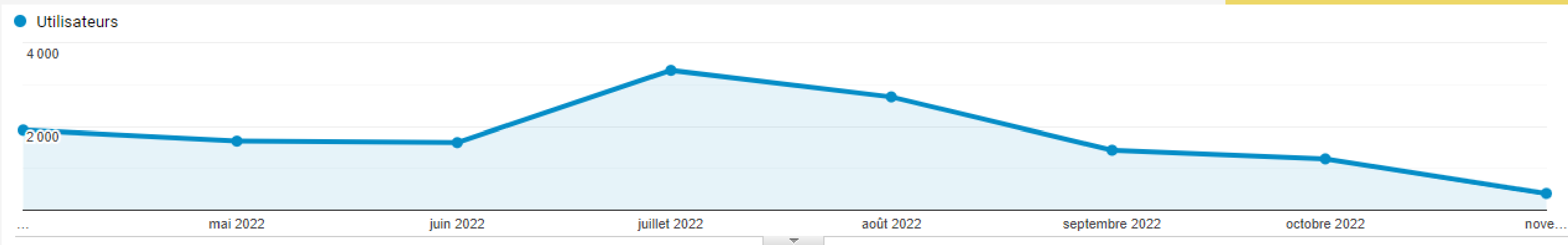
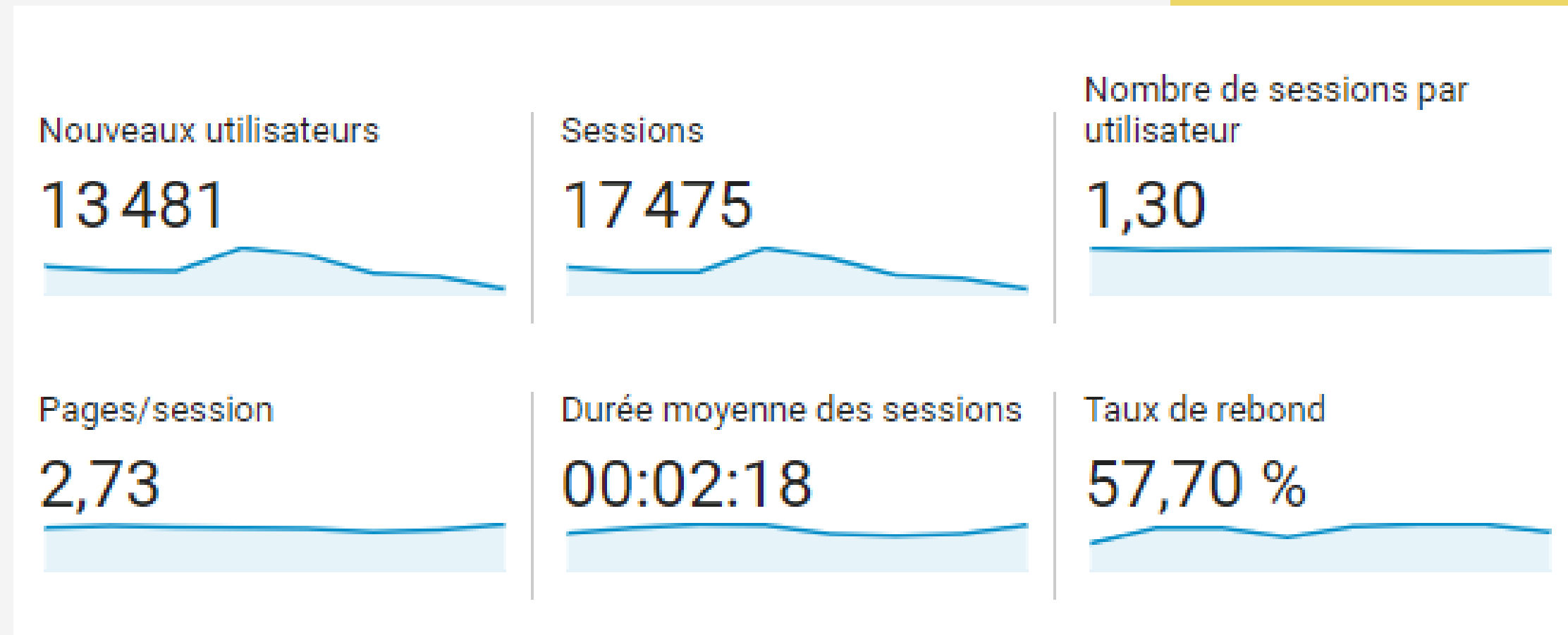


**Attention** toutefois, car l'été 2022 était exceptionnellement chaud.  
Les conditions météo ne seront peut-être pas les mêmes en 2023.

# 04 Le territoire sur le web

## › Fréquentations du site internet de l'office de tourisme

Fréquentations  
du 01/04 au 15/11/2022  
[www.montagnedardeche.com](http://www.montagnedardeche.com)



. du 01/04 au 15/11/2022

13 k utilisateurs

17 k sessions

(périodes d'activité)

. **Taux de rebond élevé (57,73 %)**

mais qui reste dans la moyenne

- *un rebond : une session avec consultation d'une seule page*

Pages vues

**47 780**



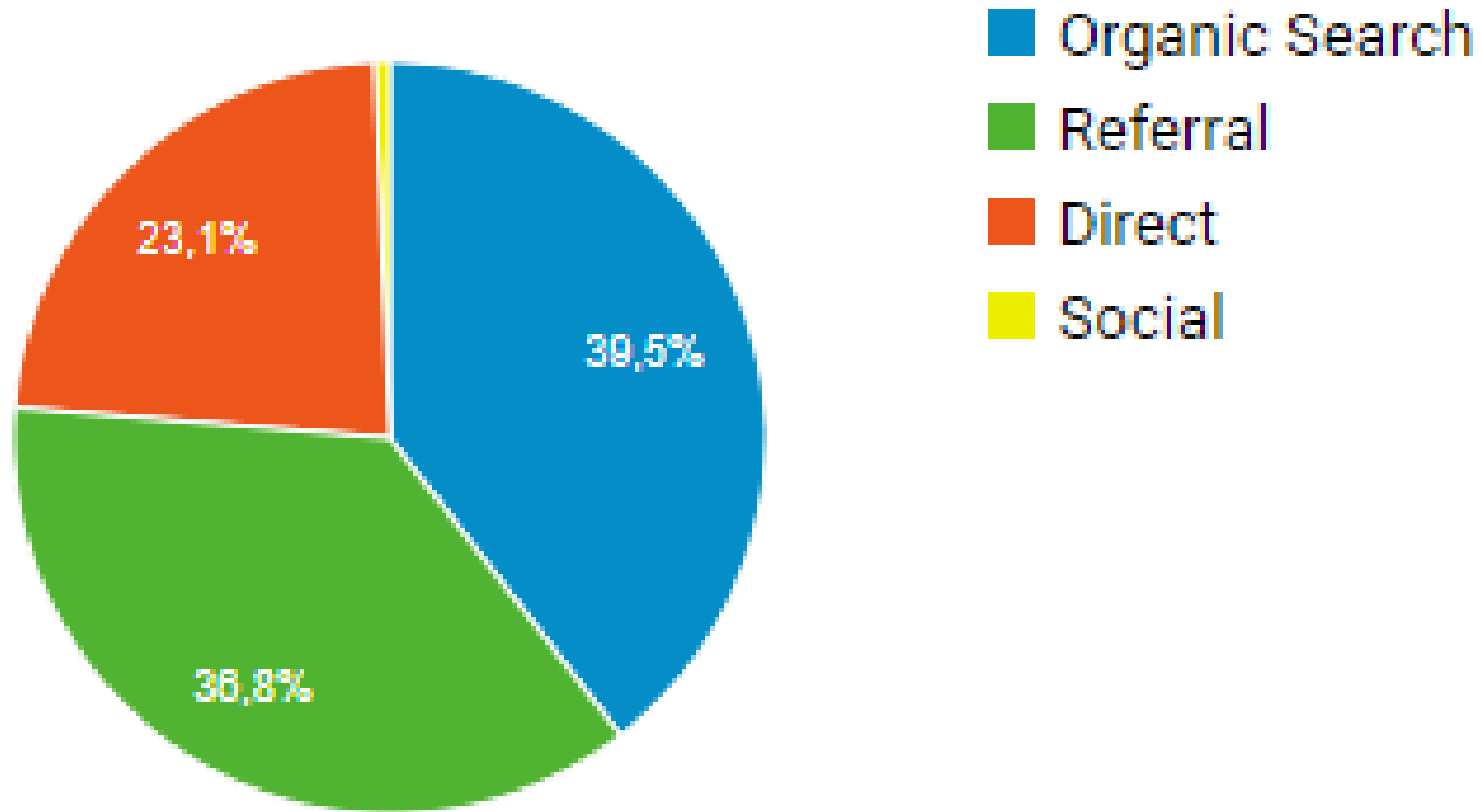
## Pages vues

**47 780**

% du total: 100,00 %  
(47 780)

1.	/		<b>14 964</b> (31,32 %)
2.	/meubles-et-gites/		<b>3 708</b> (7,76 %)
3.	/agenda-des-manifestations/		<b>2 266</b> (4,74 %)
4.	/hotels/		<b>987</b> (2,07 %)
5.	/chambres-dhotels/		<b>878</b> (1,84 %)
6.	/ligne-de-partage-des-eaux/		<b>754</b> (1,58 %)
7.	/se-baigner/		<b>700</b> (1,47 %)
8.	/campings/		<b>587</b> (1,23 %)
9.	/activitesenfamille/		<b>559</b> (1,17 %)
10.	/restaurants/		<b>542</b> (1,13 %)

## Principaux canaux



Organic Search : trafic provenant des moteurs de recherche (Google, Yahoo, Bing etc)

Referral : trafic provenant d'un site possédant un lien qui redirige vers le site de l'OT.

Direct : saisie directe de l'URL

Social : trafic provenant des réseaux sociaux

	Acquisition	
	Utilisateurs ↓	Nouveaux utilisateurs ↓
	13 443	13 481
1 Organic Search	5 551	
2 Referral	5 174	
3 Direct	3 245	
4 Social	89	

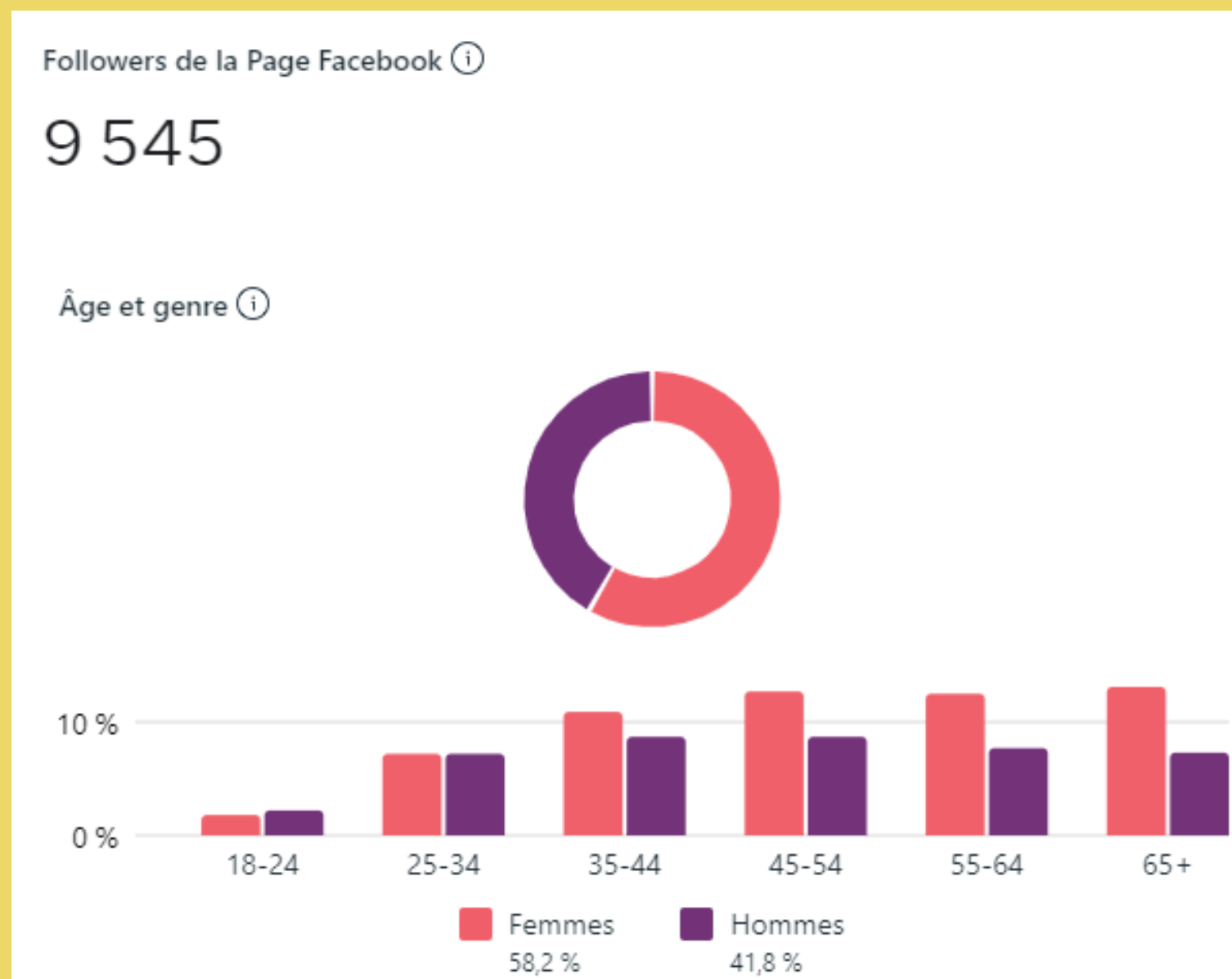
2023 : données de fréquentations du site internet à améliorer avec la nouvelle version du site qui permettra la **réservation en ligne (Ardèche Résa)**

## > Les réseaux sociaux

### . Facebook

Hauteurs d'Ardèche – 9 545 followers

(Tourisme Montagne d'Ardèche – 2 322 followers)

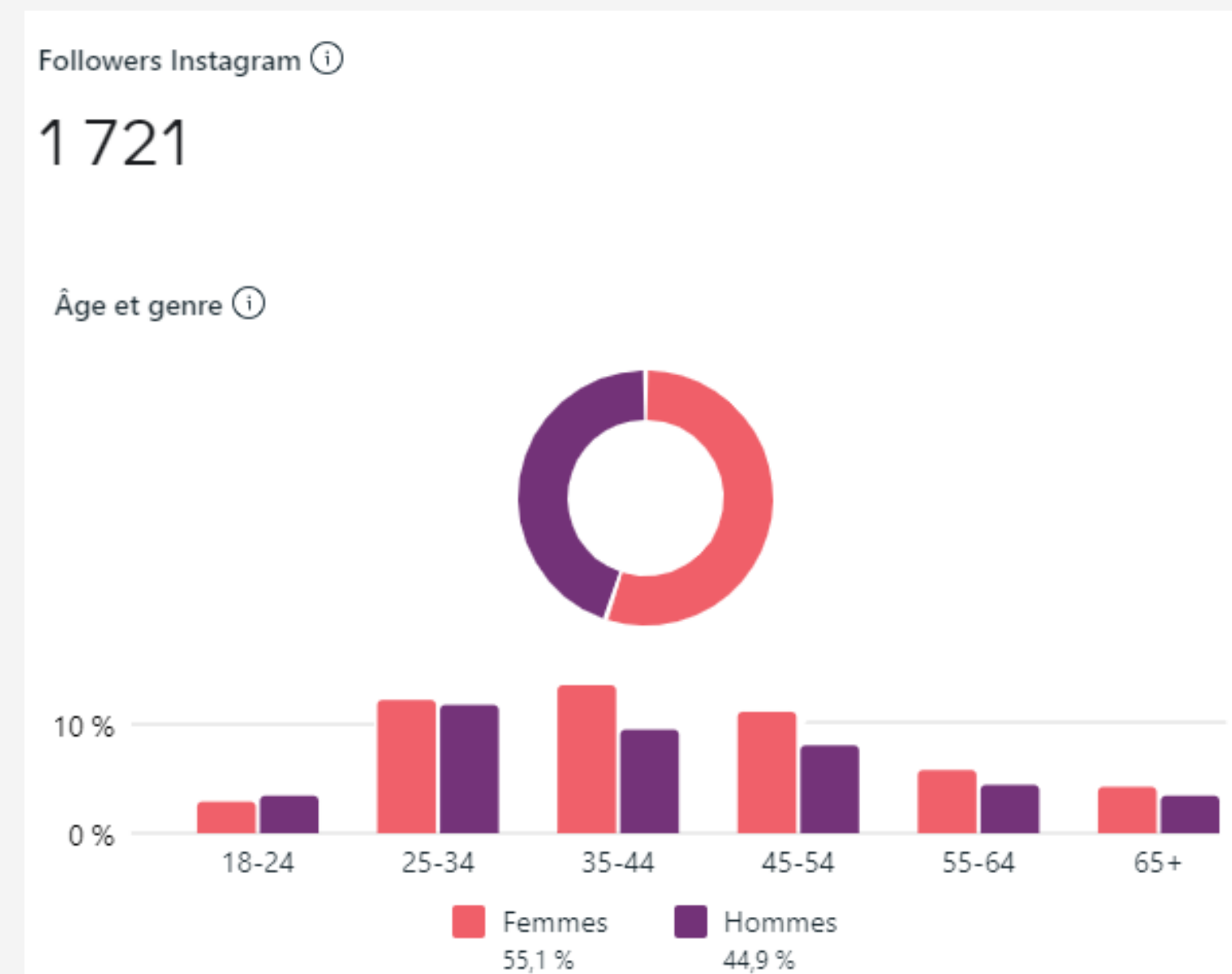


Couverture\* de la Page Facebook : 103 788 pers

- Couverture : nb de pers qui ont vu du contenu issu de la page (01/04 au 16/11)

### . Instagram

Montagne d'Ardèche Tourisme – 1 721 followers



Couverture Instagram : 12 375 pers

Constat :

- Followers + jeunes sur Instagram
- les 18-24 ans peu nombreux (FB + Inst)

## . Facebook

### Principaux pays



## . Instagram

### Principaux pays

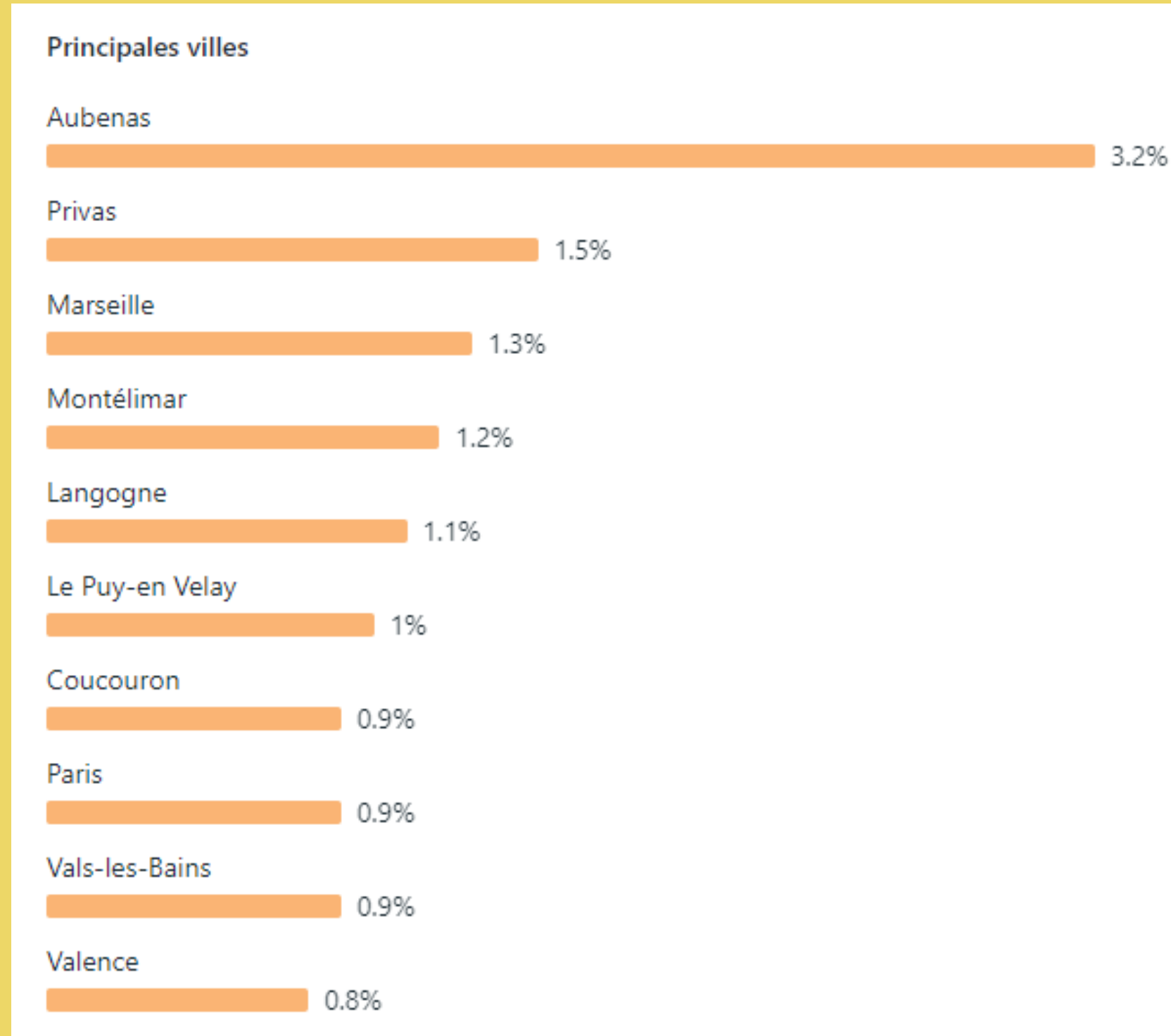


Constat :

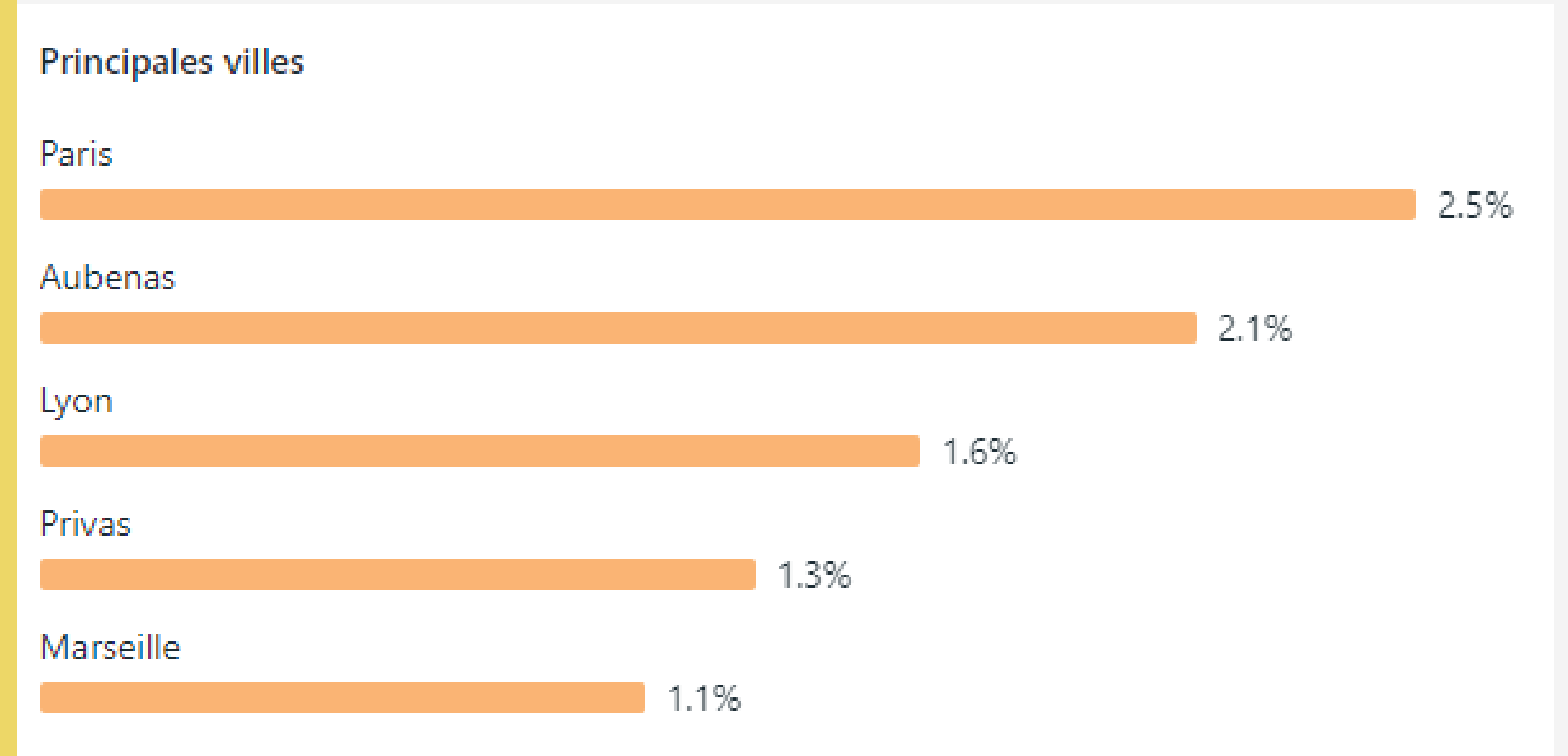
- + de followers français sur Facebook
- + de followers étrangers sur Instagram
- + de facilité à toucher les étrangers sur Instagram



## . Facebook



## . Instagram



Constat :

- . Paris arrive en tête sur Instagram
- . Aubenas/Privas et les villes de proximité sont plus nombreuses sur Facebook

# Conclusion

La communication web est un vrai sujet à traiter en 2023  
qui demande des compétences précises.

Comment utiliser ces données ?

Comment construire une stratégie digitale valable à l'échelle de la Montagne ?

**Et surtout comment élaborer une stratégie digitale qui déclenche  
l'achat d'un séjour sur le territoire ?**



. Site internet :  
une réflexion entamée avec le  
webmaster pour préparer la  
refonte du site afin que celui-ci soit  
plus performant

. Réseaux sociaux :  
dynamiser les réseaux en  
changeant/variant le format des post.  
A savoir que l'OT s'est inscrit dans la  
réflexion sur la stratégie digitale  
partagée pilotée par l'ADT

# 05 Accueil hors les murs

(x 14)

- Fin Gras du Mézenc à St- Front
- Fête de printemps au Lac d'Issarlès
- Plage du Lac d'Issarlès (x4) dont 2 avec l'OT du Puy-en-Velay
- Plage du lac de Coucouron (x3)
- Festival des Arts de la Rue à St-Etienne-de-Lugdarès
- Festival du Cerf-volant à Lachamp Raphael
- Foire du 16 août à Saint-Cirgues-en Montagne
- Fête des Tourbières aux Sagnes et Goudoulet
- Fête du Roi de L'Oiseau dans les locaux de l'OT du Puy-en-Velay

2 hors les murs annulés (mauvaise météo) le dimanche 14/08 :

. St Martial (VSD) et La foire agricole de St-Etienne-de-Lugdarès



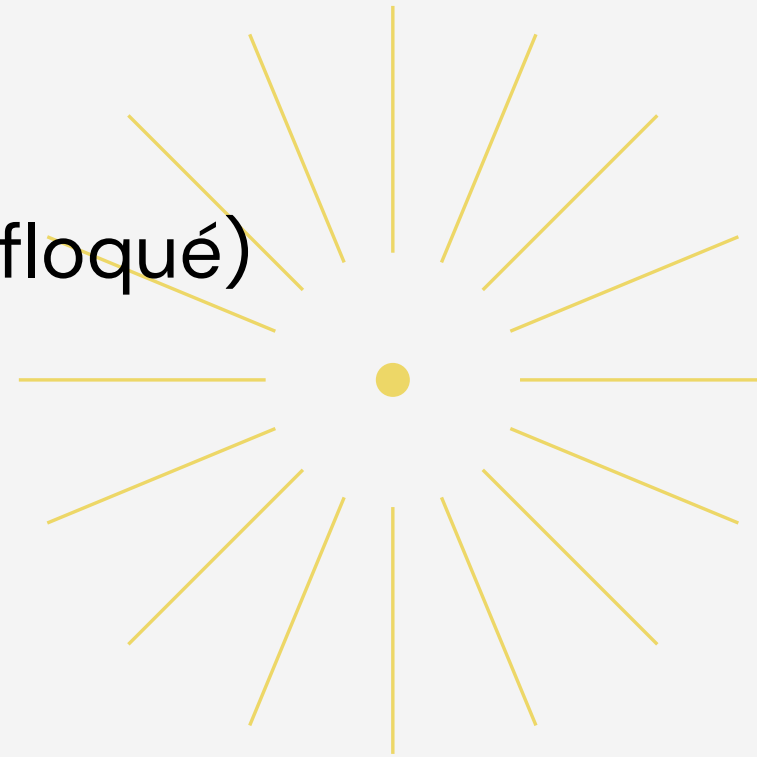
En 2023, hors les murs à la Croix de Bauzon/La Chavade (hiver)  
+ Chauvet Il envisagé (Espace Welcome)  
+ Salon du randonneur en mars  
+ Fête du Roi de l'Oiseau etc.



# MATERIEL HORS LES MURS

## Achat :

- véhicule Kangoo (floqué)
- 3 oriflammes
- 6 tables
- 3 barnums
- tee-shirts



# 06 RESSOURCES HUMAINES



. 3 conseillères en séjour à l'année dont :  
1 en charge de la relation avec les socio-pros  
1 en charge de la taxe de séjour  
1 en charge de la communication.

+ 5 saisonniers dont un embauché du 1er juin au 31 octobre chargé plus précisément de la communication auprès des professionnels.

**Bilan positif** avec une équipe qui a bien fonctionné et que l'OT espère retrouver l'été prochain.  
Mais difficulté à embaucher 3 mois car les candidats sont, soit des étudiants ne pouvant pas travailler plus de 2 mois, soit des demandeurs d'emploi qui souhaitent un contrat plus long.

# 07 STRATEGIE DE COMMUNICATION AUPRES DES PROS

- . Partenariat
- . Taxe de séjour et DéclaLoc

## . SEPTEMBRE / OCTOBRE

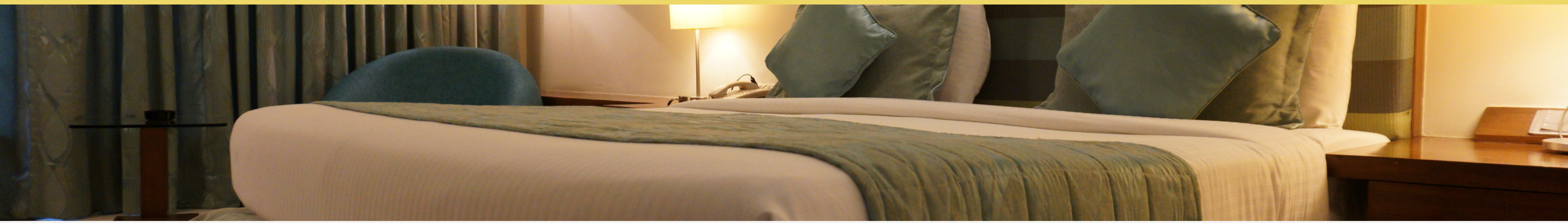
- . E mailing : appel à partenariat lancé début septembre à tous les professionnels
- . Rencontre des professionnels par village
- . Appels téléphoniques (contact gîtes et chambres d'hôtes)



- . PARTENARIAT proposé à tous
- . TAXE DE SEJOUR présentée à tous les logeurs
- . DECLALOC présentée aux loueurs de gîtes et chambres d'hôtes  
(et à toutes les communes)

*en 2022*  
69 part. (3740 €)

*le 14/11/2022*  
58 part (3555 €) pour 2023



# 08 LES RENCONTRES D'AUTOMNE

à destination des professionnels

**Mardi 04/10** : réunion de présentation du dispositif *Ardèche Résa*

**Mardi 11/10** : réunion de présentation de la marque *Bistrots de Pays*  
et réunion de présentation de la marque *Emerveillés par l'Ardèche*



## **BILAN POSITIF**

- . occasion donnée aux professionnels de se rencontrer
- . partage d'expérience très apprécié : intervention de Jérémie PEREZ (Bistrot de pays, Auberge du Bez)

**ANNULATION** car 1 seule inscription

**Jeudi 10/11** : présentation du dispositif de **Ferme en Ferme** et **Accueil Paysan**  
à La Ferme de La Louvèche

# 09 QUELQUES CHIFFRES

## . Taxe de séjour

Opérateurs numériques  
(Booking, Airbnb, Abritel etc)

15 718,36 euros

Titres ordonnancés

33 505,90 euros

**TOTAL : 49 224,26 euros au 15/11**



**Entre octobre et décembre  
l'essentiel des déclarations**

MODALITÉS  
2022



JE DÉCLARE MES NUITÉES







# A VENIR

- . Classement de l'OT
- . Mise en place/aux normes des bureaux
- . Elaboration d'une stratégie digitale valable
  
- . Comment générer des recettes (vente boutique, organisation d'évènements) ?
- . Comment mieux accompagner les professionnels partenaires ?

