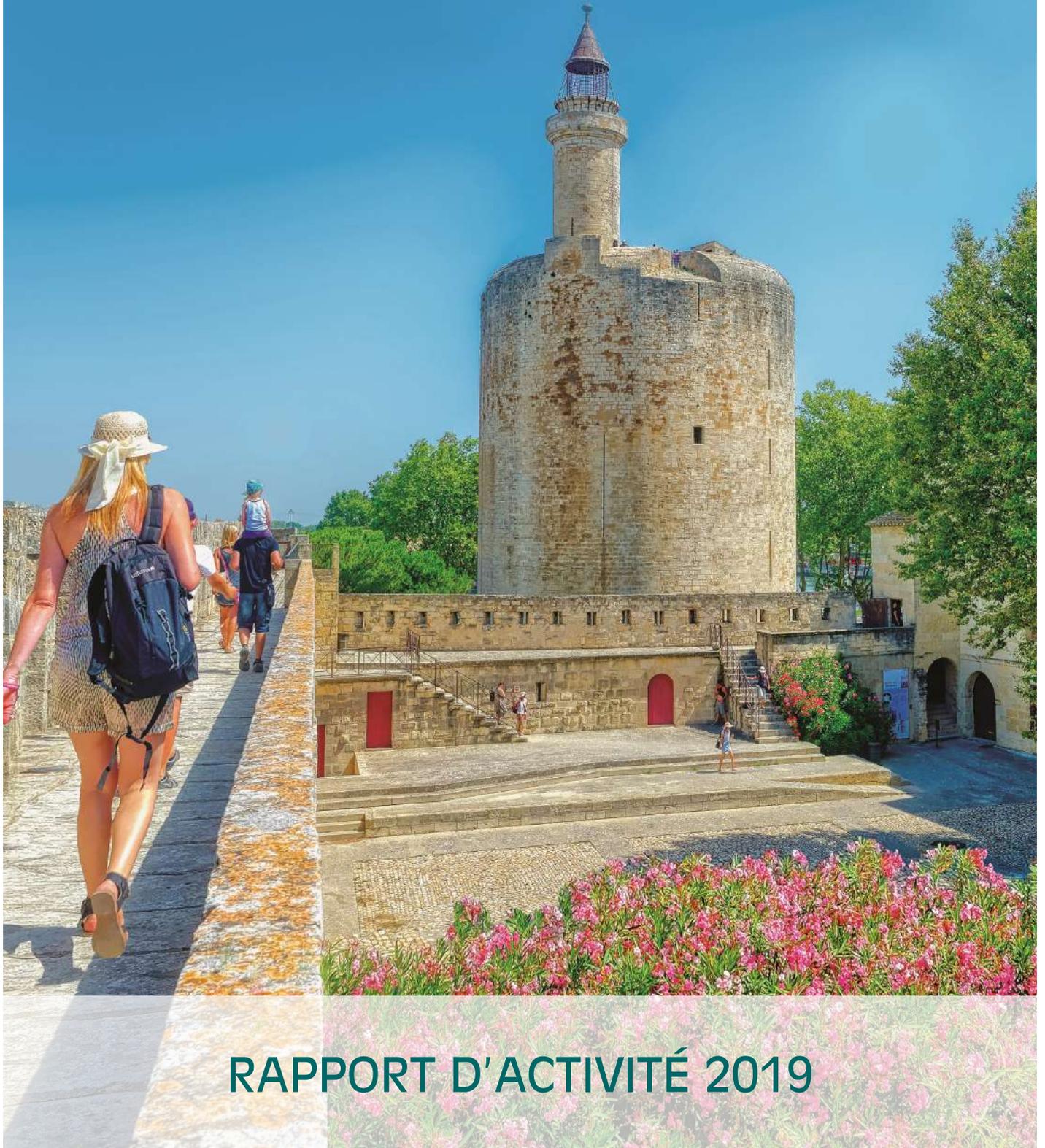


aigues-mortes

ICI nous avons le temps



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019



Le Tourisme d'aujourd'hui et de demain...

Un office de tourisme ne peut pas lutter contre les géants du numérique mais doit comprendre comment les visiteurs se comportent et adapter ses services, réinventer sa valeur.

Il doit également accompagner les socio-professionnels notamment dans la transformation numérique de leur prestation, les aider à se professionnaliser.

Le touriste veut dans ses voyages bénéficier des technologies qu'il a chez lui (4G, Wifi, connectique...). Il est donc nécessaire de se mettre à niveau.

Cette révolution numérique n'est pas simplement le développement d'une nouvelle technologie, elle est, désormais, le bouleversement fondamental de notre manière de produire, de consommer, de penser et de vivre ensemble.

C'est une révolution des usages !

Le client a pris le pouvoir et nous devons passer d'une industrie de l'offre à une économie qui prend réellement la demande en compte. C'est à dire : les changements d'usages, l'évolution des comportements dans le choix des voyages et des séjours, la façon même de les réserver, de les vivre et de les partager.

L'ensemble du parcours client est désormais digitalisé. Il est devenu un expert exigeant qui veut de la personnalisation.

Et les nouvelles technologies sont dotées pour répondre à ces demandes. Innover c'est personnaliser, cibler ce qui plaît, se différencier, se démarquer.

Mais cette innovation doit répondre, également, aux demandes croissantes d'un tourisme durable.

En effet, le Tourisme cristallise les préoccupations sociétales et éthiques de la population et le devenir climatique de notre monde en fait partie.

Nous devons proposer des offres sur-mesure, des expériences de séjour et de visite augmentées grâce à l'exploitation des données et au mobile. Autant de pistes d'innovations pour un tourisme responsable.

Innover pour faire découvrir notre destination, proposer des expériences authentiquement locales, créer des rencontres et des souvenirs uniques !

Le tourisme est un des secteurs économiques où la transformation numérique a été la plus forte.



L'accueil sous toutes ses formes

... téléphonique... Numérique... Papier... réseaux sociaux ... etc...

Les chiffres clés de 2019

Accueil physique (bureau) :

100 714 visiteurs « physiques » toutes nationalités confondues. ➔

La fréquentation à l'accueil des bureaux continue de baisser et l'accueil numérique d'augmenter.

- Le profil des visiteurs en 2019 :

Couples : 52,28% ↗ - familles : 24,82% ↘ - individuel : 3,24% ➔ - groupes 9,66% ↗

- La première fréquentation française provient des départements limitrophes (tourisme de proximité), puis de la vallée du Rhône, de la région parisienne, de l'Est et du Nord. Les provenances les moins représentées sont le Nord Est (Vosges, Ardennes, Aude...) et le Centre Ouest (Vienne, Loire et Cher, Sarthe...).

- La nature des demandes au guichet, par courriers, mails, téléphones, réseaux :

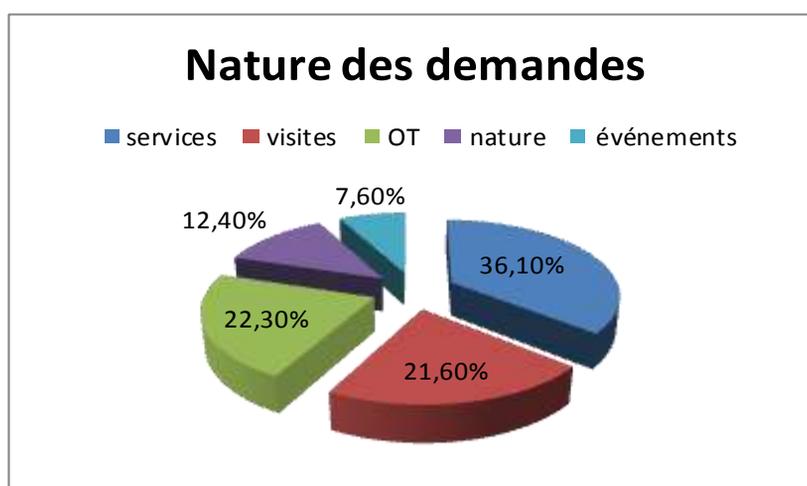
36,10% = services divers (hébergement, restauration, transports, commerces...) ➔

21,60% = les visites et sites ↗

22,30% = les services de l'office de tourisme, ➔

12,40% = les activités de pleine nature et les randonnées ↘

7,60% = les événements ➔





L'accueil sous toutes ses formes

Statistique site Internet 2019 :

1 029 674 pages vues ↑ (contre 834 713 en 2018)

254 821 sessions - 4,04 pages/session. (contre 2,89 pages) ↑

FR= 83,61% - GB = 2,80% - D= 2,15% - IT= 1,65% - B= 0,98% - autres=2,58%

Supports utilisés : MOBILE= 58,62% (+15%) - PC= 39,26% (-20%) - TABLETTE= 10,89% (- 2%).

L'utilisation des tablettes a encore baissé au profit des portables, l'utilisation des PC est en chute.

Réseaux sociaux 2019 :

Facebook Aigues-Mortes Tourisme : **20720 fans** ↑

Instagram OTAiguesMortes : **6500 abonnés** ↑ (triplé en 1 an)

Twitter OTAiguesMortes : **891 abonnés** ↑

#OTAiguesMortes - portée de publication 795 - #AiguesMortes - portée de publication 64138

Accueil administratif 2019 :

Accueil téléphonique = **10389 appels** ↑

Accueil Mail= **1168 mails** + abonnés Newsletter : **916**

Courriers envoyés = **915 courriers postaux** ↓

(nombre d'appels et courriers postaux en baisse, accueil numérique en hausse)

Statistiques autres Sites Aigues-Mortes 2019 :

Monument = **191 604 visiteurs** ↑ - Salin = **140 274 visiteurs** ↓ - Parkings = **312 513 voitures** ↑

ESTIMATION DE FREQUENTATION TOURISTIQUE DE LA VILLE 2019 :

1.007 140 visiteurs ↓(- 2%)

FR=78,45% ↑ - GB=2,41% ↓ - D=3,96% ↓

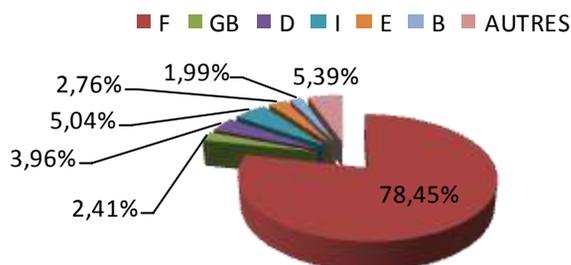
IT=5,04% ↑ - E=2,76% → - B=1,99% ↓

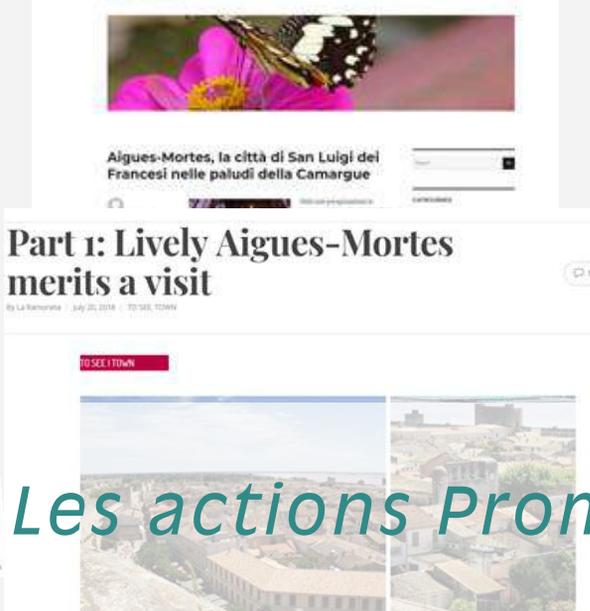
Autres=5,39% ↓

La clientèle française est en légère augmentation malgré les événements sociaux qui ont ponctué l'année. La fréquentation du mois d'avril a été bien supérieure à 2018 alors que celle du mois de mai a chuté de même que celle de septembre. Les clientèles étrangères sont soumises également aux climats politiques.

Statistiques basées sur la fréquentation bureau selon le ratio national.

Origine de la fréquentation touristique 2019





Les actions Promotion 2019

LES ACCUEILS PRESSE !

En 2019, notre office de tourisme a participé à de nombreux Accueils Presse en apportant une aide technique et physique. Les différents canaux ont résulté sur :

25 interventions radios

dont des interviews sur les manifestations en direct, des interventions Coups de Cœur...

5 émissions TV

dont « Les Carnet de Julie, la chaîne Voyages, TF1 pour un reportage, la BBC Food... »

33 articles blog

Blogs français et étrangers

20 articles de Presse écrites

Dont Géo Magazine, Maxi cuisine...

2 grands événements Accueil TO et Presse

Le WorkMed avec des cibles européennes et RV France 2019 avec des cibles internationales.

LE SALON DE BRUXELLES !

Pour cette 4ème édition, seul quelques destinations gardoises et héraultaises représentaient l'Occitanie. Nous avons partagé le stand avec l'OT du Grau du Roi dans une volonté d'unir nos atouts et de faire de notre territoire une force alliant patrimoine, Camargue et bord de mer.



Ce premier salon des Vacances Européennes a accueilli en 4 jours 100 117 visiteurs. Une campagne média a été faite avec 132 journalistes (48 néerlandophones, 84 francophones) avec 123 articles de presse édités.

Une ligne aérienne Montpellier-Méditerranée = Bruxelles vient de voir le jour avec 2 vols par semaine et porte ainsi le nombre total de destinations offertes par Transavia depuis l'aéroport à 18.

Ainsi notre office de tourisme rejoint pour 2020, la commission Languedoc Camargue, commission de l'aéroport de Montpellier-Méditerranée pour planifier des actions de promotion dans les villes de départ des lignes et des campagnes publicitaires via tous les réseaux (voir page 6)

Les supports de promotion

Le comportement des visiteurs continue d'évoluer et aujourd'hui plus de 85% des visiteurs préparent et organisent leurs séjours via Internet.

Via Facebook + 12% - Instagram + 66% - Twitter + 9%.

Via le Site Internet + 19%.

Les demandes téléphoniques ont augmentées de + 3%, de même que celle de la Newsletter + 3%.

Les demandes par courriers postaux ont baissées - 4% et celles par emails ont chutées de - 59% ! Elles ont été remplacées par les réseaux. En effet, les visiteurs utilisent de plus en plus leurs comptes pour poser des questions et planifier son séjour.

- ◇ **Le Site Internet** disponible en F, GB, D, I, E et NL, 2062 pages (x 2 en 2019/2020)
- ◇ **La borne tactile** sur la place Saint Louis, F, GB, D, I, E et NL (mises à jour quotidiennes)
- ◇ **La Newsletter** 916 abonnés (bimensuelle)
- ◇ **Le compte Facebook Aigues Mortes Tourisme**
- ◇ **Le compte Instagram #OTAiguesMortes**
- ◇ **Le compte Twitter OTAiguesMortes et Pinterest**
- ◇ **Le compte Trip Advisor et Google MyBusiness**



La diffusion de la brochure touristique papier se fait comme suit :

77% au bureau d'accueil, 22% auprès des prestataires et OT, 2% par courrier.

Ces tendances nous ont amenés à modifier notre stratégie de promotion.

Après un essai fructueux en 2018, les supports papier ont été élaborés en 2019 comme suit :

- ◇ **La brochure touristique**

La brochure papier présentée sous forme de magazine, d'incitation à la découverte selon les différents attraits du territoire. 6 langues / 55000 ex.

- ◇ **Le guide des hébergements**

Guide édité à part avec plan intégré de leur situation. 6 langues / 10000 ex.

- ◇ **Le plan touristique**

Entièrement avec situation des partenaires et nomenclature 55000 ex. inséré

- ◇ **Le dépliant Groupe**

Édité à 20000 exemplaires (F, GB, D, I, E, NL)

- ◇ **Le dossier Groupe**

Édité à 3000 exemplaires et en 2 langues (autocaristes, T.O, agences...)

- ◇ **Le dossier de Presse**

Édité à 500 exemplaires, disponible à la demande de tout contact Presse

- ◇ **Le dossier Accessibilité**

Édité à 100 exemplaires, il est diffusé avec un plan et historique en braille

- ◇ **Les chasses aux trésors des templiers et chevaliers**

Découverte de la ville sous forme d'énigmes avec trésor à la clé (2h chaque circuit)

- ◇ **L'agenda des festivités**

Rédigé, mis à jour et imprimé quotidiennement, diffusion courrier et tout visiteur

- ◇ **Le carnet de coloriages**

Unique, édité en 2 langues et proposé avec une boîte de 12 crayons de couleurs



TOUS SUPPORTS DÉMATÉRIALISÉS, TÉLÉCHARGEABLES DEPUIS INTERNET



Les actions 2020

LA COMMISSION TOURISME LANGUEDOC CAMARGUE

L'office de tourisme a rejoint cette commission créée par l'aéroport de Montpellier-Méditerranée qui regroupent quelques sites exceptionnels de la Région.

Nous travaillons en partenariat sur la promotion via des campagnes d'e-news, les réseaux sociaux, des salons et workshops dans les villes nationales et internationales desservies par les lignes aériennes de l'aéroport pour valoriser notre destination (pour rappel 12 compagnies aériennes d'Air France, Easyjet à Transavia desservent en vols réguliers notre territoire).

UNE GOUVERNANCE PARTAGÉE AVEC LES OFFICES DE TOURISME DU GARD ET GARD TOURISME

Aigues-Mortes a adhéré à cette gouvernance commune afin de développer une stratégie marketing partagée et un positionnement innovant pour nos destinations gardoises. Les courts séjours thématiques se sont avérés comme une évidence collective s'appuyant sur des offres expérientielles valorisantes. Un travail commun (plan marketing, stratégie digitale...) est entrepris afin d'élaborer ces séjours à proposer tout au long de l'année sous forme de collections 4 saisons. Cette gouvernance partagée est financée avec le budget de l'office de tourisme.



SALON DES VACANCES EUROPÉENNES À BRUXELLES 2020

Dans le cadre de cette gouvernance partagée avec le Département du Gard, nous participons à nouveau au salon et cette année dans un grand îlot consacré au Département avec 11 comptoirs gardois ! Cette union de tout le territoire s'avère une vraie force identitaire avec une visibilité incontournable dans ce salon européen. Une dégustation des Vins Sables de Camargue est également proposée.



POURSUITE DES ACTIONS DE NOTRE GRAND SITE OCCITANIE « AIGUES-MORTES, CAMARGUE GARDOISE »

Notre office, nommé chef de file ainsi que les communes constituant notre GSO ont mandaté une chargée de mission en 2019 pour porter toutes les actions de promotion, de réflexion et de montage des dossiers. Pour rappel il existe 40 GSO en Occitanie et 4 dans le Gard. Ces actions ont abouti à diverses opérations de promotion, vidéos, totem photos au Pont du Gard... D'autres opérations qualifiantes sont en cours de projet pour 2020.



AIGUES-MORTES, CŒUR DU SPÔTT CAMARGUE

Le contrat SPÔTT Camargue dont Aigues-Mortes fait partie, vise à garantir un développement maîtrisé et durable du Tourisme de la zone qu'il couvre. Dans cette optique, le comité de pilotage dont l'office fait partie a élaboré la première carte Camargue qui englobe tout le territoire cœur et les zones d'influences allant de St Rémy de Provence à Palavas. Les prochains projets 2020 sont un carnet de route découverte cyclo comprenant hébergements, services, activités, sites...) et un guide « fluvestre » consacré à la découverte du territoire SPÔTT Camargue sur les eaux.



D'autres actions sont menées en 2020 avec des produits séjours autour de l'EuroVélo8, la participation à la commission des SRG, le nouveau réseau des Ambassadeurs etc...



OFFICE DE TOURISME
Place Saint Louis - 30220 AIGUES-MORTES

04 66 53 73 00 - info@ot-aiguesmortes.com - www.ot-aiguesmortes.com

Ouvertures : Juillet, août : 10h - 18h / Avril, mai, juin, septembre, octobre : 10h - 17h
De novembre à mars : 10h - 16h, fermeture les dimanches hors vacances scolaires.

Fermeture 25 décembre et 1er janvier.

