

## Une saison atypique

### Le bilan reste positif.

Entre « chaud et froid » avec des indicateurs mitigés, à l'instar de la météo irrégulière, une saison bien partie mais freinée par la suite.

## Des visiteurs toujours plus « connectés »



55% des consultations du site web en mobilité, dont 44% sur smartphone.

- Une progression constante de l'audience web : barre des 100 000 visiteurs uniques\* dépassée sur la saison. Pages les + consultées : agenda, sorties, nature, patrimoine.
- Évolution de la part des résas web : + 7 points.
- Une montée en puissance de nos communautés sur les réseaux sociaux avec des indicateurs records. Palme des publications autour du Parc Oriental.

\*Nb de visiteurs différents ayant visité au moins 1 page du site sur la période

## Habitudes de voyage



Une anticipation plus forte des réservations, dès l'automne pour la saison suivante.

- Paradoxalement des dernières minutes difficiles à satisfaire sur juillet-août faute de disponibilités.
- Des clients en recherche d'originalité : près de 3 fois plus de séjours vendus en formules forfaitaires « BOX » thématiques.
- En progression depuis 2 saisons, une stabilité de la durée moyenne de séjour en 2017.

## De nouveaux comportements

### Une fréquentation stable.



- Une progression des sollicitations par téléphone dépassant le léger recul des demandes physiques à l'accueil.



- L'OT se déplace de + en + et va à la rencontre du public. Près de 1 000 visiteurs accueillis « hors les murs », notamment au Camping Lac de Ribou et au Parc Oriental, soit +50%.

## Une adaptation permanente

### Des clients en quête d'expériences à vivre et d'insolite.

- Un programme d'animations estivales varié avec des nouveautés, telles qu'une balade en 2CV, un atelier relaxation...

#### TOP 3 En taux de Remplissage

- Balade dans les vignes
- Médiation Animale et Art Thérapie
- Sortie Histoire et Géobiologie

- Des circuits Géocaching toujours autant plébiscités.
- Des coups de cœur de nos partenaires intégrés à nos supports de communication et partagés.

## Profil des visiteurs



Des visiteurs en recherche d'activités de loisirs et consommateurs des services de l'OT : boutique, billetterie.

- Une clientèle régionale représentant + de 60% de la fréquentation globale. Les Hauts de France Nord et Pas-de-Calais très présents au camping du Lac de Ribou arrivent en tête des régions représentées.
- Une fréquentation étrangère stable, soit 6% de la clientèle. Top 3 : Royaume-Uni, Belgique et Espagne.

# Bilan de SAISON

## Une boutique



*Des cadeaux, des souvenirs, ... et même de l'insolite!*

- Une saison record avec près de 3 400 articles vendus en 5 mois. 23 articles/jours vendus en moyenne, soit +50%
- Nouveaux partenariats, nouveaux articles et surtout nous vendons plus et mieux : quand le CA progresse de 30%, la marge double 😊
- Au top des ventes le mouchoir de Cholet et ses dérivés, suivis des articles de la marque Surprenant Choletais puis des produits alimentaires.

## Segment Groupes



*Des partenariats gagnant-gagnant et une activité commerciale profitable au territoire.*

- Le Puy du Fou = le produit Groupes autocar par excellence pour une clientèle fidélisée auprès de qui nous optimisons la composition des séjours.
- De très bons mois de juin et juillet après un recul du volume de dossiers au printemps impacté par le calendrier électoral.
- Un revenu moyen par dossier stable. Une marge dépassant dès le 31/07 la barre des 100 000 € HT, soit ¾ du volume annuel.

## Témoignages



*Des retours positifs sur nos services.*

« Un accueil chaleureux et de nombreuses explications qui donnent envie de visiter cette très belle ville. Bravo pour votre sérieux ».

« Office du tourisme au top avec un accueil de qualité, un espace pour que les enfants jouent en attendant, un espace avec des souvenirs locaux. Ils organisent des sorties hors des sentiers battus dans la région (ferme, vignoble...). Détour obligatoire pour bien profiter de son séjour dans la région ».

« Accueil des plus sympathiques et grâce à quoi nous avons pu obtenir des places pour la Cinéscénie du Puy du Fou à la date désirée!... »

## Un service billetterie



*Des bons plans... et finies les files d'attente aux entrées des sites.*

- Une forte anticipation des achats billetteries lieux de visite avec une activité soutenue dès l'ouverture des ventes Puy du Fou fin 2016.
- Le Puy du Fou reste la « locomotive » au top des ventes mais la part des autres billetteries progresse de 10% Le Parc Oriental en tête +d'1/4 de billets en plus.
- Une progression exceptionnelle des ventes de billetteries culturelles grâce à la programmation de spectacles de plein air en juin et septembre.

## Chez nos partenaires

*Des disparités entre les structures mais des résultats globaux satisfaisants.*



- Lieux de visite : une fréquentation globale en hausse de + de 4%

*Panel : Musées de Cholet et des Métiers de la chaussure ainsi que le Parc Oriental.*



- Fréquentation hôtelière : stabilité du taux moyen d'occupation.

*Panel de 10 établissements représentant 63% de l'offre Choletaise.*

*La saison tout juste terminée,  
déjà de nombreuses demandes et  
de belles réservations pour 2018*



OFFICE DE TOURISME DU CHOLETAIS  
14 avenue Maudet - CHOLET  
Place Charles de Gaulle - VIHIERS  
Tél. 02 41 49 80 00 - www.ot-cholet.fr

Surprenant Choletais