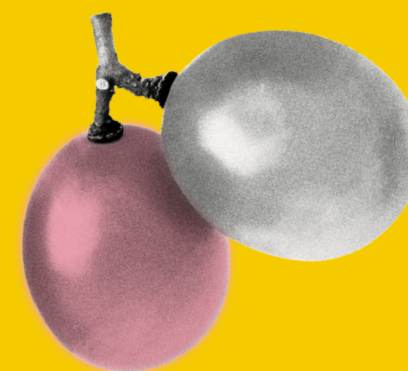


Sur pre nant

BILAN DE SAISON 2025
de mai à septembre



Surprenant
CHOLETAIS

Fréquentation et origine des visiteurs



Une fréquentation en léger recul,
compensée par une hausse des demandes

SYNTHÈSE GLOBALE



- Visiteurs physiques **-2,4 %**
- Demandes **+8,1 %**
Comptoir, téléphone, web, billetterie en ligne
- Taux de conversion des demandes par dossiers consolidés de **45,8 %**, illustrant de la qualité du conseil dans la concrétisation

Des tendances contrastées, mais un **équilibre global préservé**.

 comparatif vs 2024

ORIGINE DES VISITEURS



Français majoritaires
(**96,43 %**)

TOP 3

- **Régions** : Pays de la Loire, Hauts-de-France, Île-de-France
- **Départements** : Maine-et-Loire, Nord, Pas-de-Calais

Retour des clientèles franciliennes et du Nord, recul des voisins vendéens et ligériens.

25 nationalités représentées vs 23 en 2024

NATURE DES DEMANDES

TOP 3



- Boutique
- Recherche d'idées
- Billetterie / Vente de prestations

Tendance observée cet été : clientèle plus réfléchie, moins d'achats impulsifs, davantage de demandes d'information avant concrétisation.

Des demandes stables, centrées sur la **boutique** et la **découverte**.

 Avis Google ★★★★★ 4,6/5 pour 260 avis

Animations estivales



Une programmation recentrée,
au remplissage plus performant



Calendrier condensé :

- Du 16 juillet au 21 août
- 19 visites, dont 1 sur 2 complètes



Fréquentation soutenue :

- Clientèle choletaise, fidèle aux RV estivaux (91 % des dossiers)
- Taux de remplissage à 89 % (+5 pts)
- 20 pers./visite en moyenne (+11 pts)



Thématiques adaptées aux attentes :

- 8 nouveautés, dont le retour des Mercredis Dégustation au BiT



Billetterie simple et efficace :

- Ventes en ligne en hausse (33 %), confirmant la fluidité du parcours d'achat
- Tarification unique, claire et bien perçue



Communication soignée :

- Bonne couverture presse, Synergences spécial Eté et Cholet Mag, radio...

 comparatif vs 2024



Billetterie sites touristiques



Une saison exceptionnelle,
dynamisée par un mois de juillet record

RÉSULTATS CLÉS



- **CA TTC** : 115 143 € (+24 % vs 2024)
- **Juillet : 36 530 €** à lui seul — un niveau jamais atteint
- **82 % du CA et 56 % des billets** liés au **Puy du Fou**

Une performance d'autant plus remarquable malgré les **aléas techniques** du nouvel outil de vente du Puy du Fou.

 comparatif vs 2024

FACTEURS DE RÉUSSITE



- Coordination efficace entre services Groupes et Individuels, offrant plus de souplesse dans la gestion des quotas Cinéscénie
- Météo favorable sur la période

Une **organisation agile** qui a permis d'optimiser le potentiel de la saison.

ÉVOLUTION DES VENTES

TOP 3

Évolution des ventes (en nb de billets)

Site	2024	2025	Évolution
Puy du Fou	1 510	1 957	+30 %
Parc Oriental	843	777	-8 %
Terra Botanica	234	179	-24 %

Hors Puy du Fou, les ventes globales reculent de **-6,6 %**, confirmant la place prépondérante du site vendéen.



Des résultats en nette progression, portée par la souplesse opérationnelle et un mois de juillet historique.

Boutique



Une belle dynamique,
malgré des comportements d'achat plus variés

PERFORMANCES GLOBALES

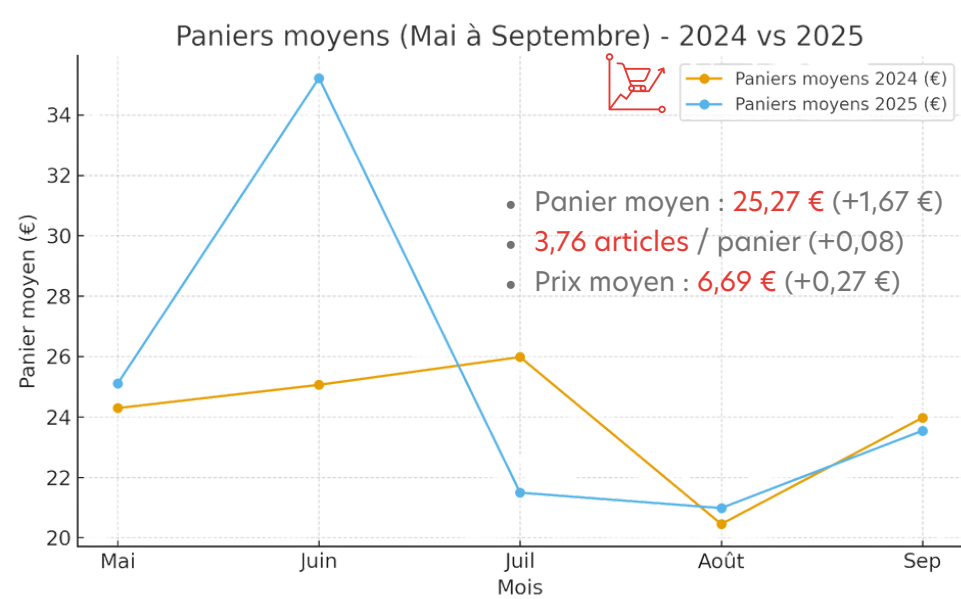
Tous les indicateurs sont en hausse :

- **CA TTC** : 53 057 € **(+15 %)**
- **Marge HT** : 14 659 € **(+40 %)**
- **Articles vendus** : 7 995 **(+11 %)**
- **Nombre de clients** : 2 184 **(+12 %)**

Des résultats qui soulignent la **vitalité de la Boutique**.

 comparatif vs 2024

PANIER MOYEN



Des variations mensuelles marquées traduisent la **diversité des comportements d'achat** : petits budgets et achats groupés coexistent.

PROFIL DES CLIENTS



- Appétence marquée pour les produits estampillés *Cholet*
- Les articles "souvenirs" séduisent les petits budgets

Des attentes qui confortent la place de la Boutique dans la **valorisation du territoire**.

 Entre achats plaisir et budgets comptés, la boutique reste un lieu de curiosité et d'attachement local.

Web



Ventes en ligne : une dynamique en nette progression

RÉSULTATS GLOBAUX



- **563 dossiers (+43 %)**
Boutique et billetteries en ligne
- **37 854,11 € de CA (+47 %)**

Des résultats en forte hausse, portée par la **place du digital dans les ventes**.

 *comparatif vs 2024*

BOUTIQUE



- **3 971,22 € de CA TTC (+21 %)**
- **511 articles vendus (+30 %)**
- **135 commandes (+13 %)**
- **Mai et juillet** : mois les plus dynamiques

Des résultats qui confirment l'intérêt croissant pour des modes d'achat pratiques et l'**agilité de la Boutique** face aux besoins de ses clients.

BILLETTERIES



- **428 dossiers (+56 %)**
- **33 882,89 € de CA (+50 %)**

Une progression soutenue par la simplicité d'achat et la montée en puissance des **billetteries dématérialisées**.

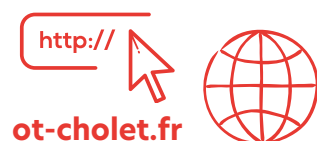
 *Une évolution qui confirme la transformation numérique des usages des clients.*

Web & Réseaux Sociaux



Une présence digitale en progression
et un virage éditorial

AUDIENCE WEB



- **+28 % de visiteurs** et **près d'1 million de pages vues**
- L'**agenda**, 2^e page la plus consultée après l'accueil

Effet TF1 : la page "Chemin de Fer de la Vendée" dépasse le Carnaval après un reportage en juillet

Une audience en hausse, reflet d'un site plus visible et en phase avec les besoins d'informations locales et pratiques.

 *comparatif vs 2024*

ANIMATION ÉDITORIALE



- **1 page "expérience"** et **1 newsletter par mois** avec liens vers la Boutique et les billetteries
- **2 reportages terrain photo / vidéo** au service de tous les supports

Une production éditoriale régulière, au service de la visibilité du territoire et de la performance des ventes en ligne.

RÉSEAUX SOCIAUX

-  Visibilité en hausse
-  Bon maintien de l'engagement
-  Au service du lien avec les Partenaires

Contenus :

"Événements" = visibilité

"Patrimoine" = engagement

Des réseaux complémentaires, vecteurs de trafic vers le site et l'agenda.

 *Une dynamique cohérente, qui consolide la place du digital dans la performance globale.*

Groupes



Des indicateurs au vert,
consolidés par le mois de septembre

ACTIVITÉ ET RÉPARTITION

- 73 dossiers : volume stable, répartition très différente
- 85 % de séjours (vs 97 %)
- Retour de dossiers circuits journée / demi-journée et Affaires
- **45 pers. / dossier** en moyenne (**+13 %**)
- 3,9 prestations / dossier vs 4,7
- Durée moy. de séjour : 1,3 nuitée (vs 1,4)

Une activité stable mais **rééquilibrée** entre **types de groupes et formats de séjours**.

 comparatif vs 2024

PERFORMANCES



- CA TTC : 789 890 € (+2,1 %)
- Marge HT : 129 344 € (+2,4 %)
- **Revenu moyen HT / dossier** : 1 771 € (**+4,9 %**)

Des résultats soutenus par la **progression du nombre de participants** par groupe.

TENDANCES ET PERSPECTIVES



- Des résultats appuyés par le **démarchage commercial** mené à l'automne 2024
- Développement de l'activité sur les **ailes de saison** (printemps / automne)

2025 en voie d'être la **meilleure année** pour le segment Groupes.

 Une saison maîtrisée, qui confirme la solidité du segment Groupes et la pertinence des actions engagées

Observatoire local



Une saison inégale selon les activités



HÔTELLERIE

Une dynamique qui se confirme

- **Prix moyen** et **RevPar*** en hausse (+6 %), atteignant respectivement **93 € HT** et **66,5 € HT**
- **Taux d'occupation** en léger recul (73,8 %, -1,2 pt)
- **Disparités** entre établissements, le **milieu de gamme** affichant les meilleurs résultats
- **Mix clientèle** équilibré : **43 % Affaires / 57 % Loisirs**

Des indicateurs qui confirment la **bonne santé du marché hôtelier** sur le territoire.

 *comparatif vs 2024*

*Revpar = CA/nb de chambres disponibles

Panel de 11 établissements soit 65% de l'offre hôtels du territoire et 72% de l'offre chambres



SITES TOURISTIQUES

Une saison en demi-teinte

- **Musées de Cholet** : juillet en hausse, mais repli saisonnier
 - Musée d'Art et d'Histoire : -15,2 %
 - Musée du Textile et de la Mode : -1.3%
- **Parc Oriental** : légère baisse de fréquentation (≈ -5 %) malgré une météo favorable
 - **Nocturnes** : progression notable (+15 %), confirmant leur attractivité

Une fréquentation contrastée, marquée par des **dynamiques variables** selon les sites et les périodes.