



RAPPORT ESTIVAL

ANALYSE CROISÉE DES DONNÉES G2A ET NOUVEAUX TERRITOIRES

ÉTÉ 2024



Découvrez notre site
leman-mountains-explore.com



INTRODUCTION GÉNÉRALE

OBJECTIFS DU SONDAGE

A l'heure où les températures estivales laissent tout doucement place à la douceur automnale, les territoires *Leman Mountains Explore* arborent un taux d'occupation de 70% (avec un pic à 92.4%) à date sur l'ensemble des hébergements marchands et sur la période estivale, marquant ainsi une quasi-stabilité par rapport à la même période l'an passé (+0,1pt). Pour les deux prochaines semaines la montée en charge sur l'ensemble du panel étudié est positive (+ 1,3pts) bien que les réservations aient freiné depuis la semaine dernière. Cette dynamique peut encore évoluer, selon les conditions météo à venir.



METHODOLOGIE

L'Office de Tourisme Intercommunal (OTI) Pays d'Evian - Vallée d'Abondance mesure l'évolution de l'activité touristique estivale grâce à son baromètre conjoncturel, G2A. Ces données sont croisées avec les données collectées dans les accueils via la solution Avizi, logiciel de gestion de la relation client, confortées par la plateforme de collecte de la taxe de séjour, Nouveaux Territoires. Cette étude concerne les 20 communes de notre territoire de compétence et s'applique du 01/06/2024 au 31/08/2024. .



BILAN DE L'ÉTÉ : UN SENTIMENT PARTAGÉ

Le bilan fait état d'un tourisme domestique tardif dans la saison :

- les jours de vacances pris au mois de mai ;
- la fin tardive de l'année scolaire ;
- la mauvaise météo en juillet ;
- le contexte électoral

Les "enjeux financiers" peuvent expliquer une évolution des comportements observés cet été pour la clientèle nationale :

- moins de dépenses de restauration ;
- moindre fréquentation des hébergements collectifs marchands (campings, hôtels) au profit du locatif, plus économique et plus souple en termes d'organisation.



LE MOT DU PRÉSIDENT DE LA RÉGION

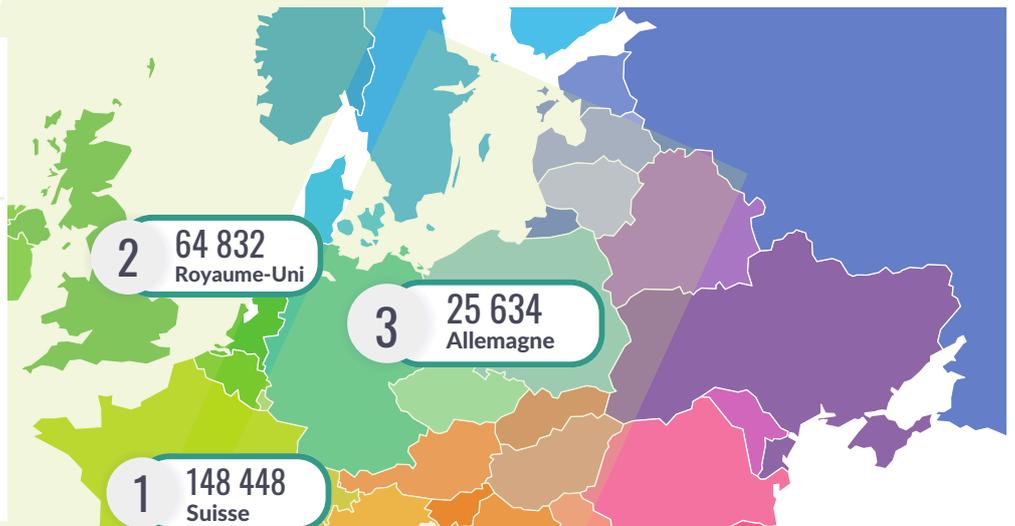
"Après deux années records, l'été 2024 est une saison contrastée pour des raisons clairement identifiées (météo changeante, calendrier électoral imprévu, absence de week-end prolongé en juillet...). Ceci ne doit pas masquer de vrais éléments de satisfaction que sont l'ancrage des clientèles régionales en été, la présence des touristes internationaux et bien évidemment le savoir-faire de nos professionnels qui s'adaptent en permanence aux divers aléas rencontrés. [...]"

Fabrice Pannekoucke – Président d'Auvergne Rhône-Alpes

PROFIL DES TOURISTES

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

Les vacanciers français ont été majoritaires cet été, mais la présence des touristes étrangers est restée stable, représentant 48,8% de notre fréquentation globale. Les Anglais, les Suisses, les Belges, les Néerlandais et les Allemands sont restés fidèles aux stations balnéaires comme de nos stations villages *Leman Mountains Explore*. Une hausse notable a été observée du côté des touristes nord-américains dont la présence a augmenté de manière significative, réaffirmant la stratégie gagnante de la nouvelle marque internationale adoptée par l'Office de Tourisme Intercommunal.



Les pratiques les plus plébiscitées :

- Randonnées : 38%
- Activités de plein air : 11%
- Baignades et plages : 11%
- Remontées mécaniques : 9,5%
- Activités : 8%
- Visites culturelles : 7%
- Pass Léman / Multipass : 6,5%

Les services sollicités :

- Transports & mobilité : 30%
- Boutique : 28%
- Billetterie : 19%
- Hippockets, internet : 4,5%
- Autres (musées, garderie, commerces et services) : 18%

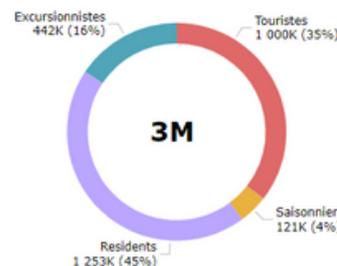
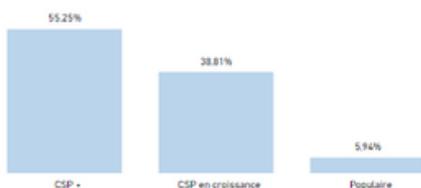
DONNÉES COMPLÉMENTAIRES DES PROFILS



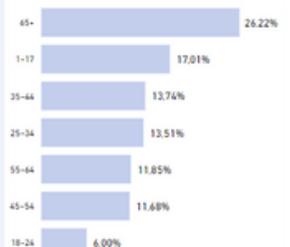
DURÉE MOYENNE
DU SÉJOUR

5,19 jours

CATÉGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES



SEGMENTATION PAR ÂGE DES TOURISTES



MONTANTS TAXE DE SÉJOUR

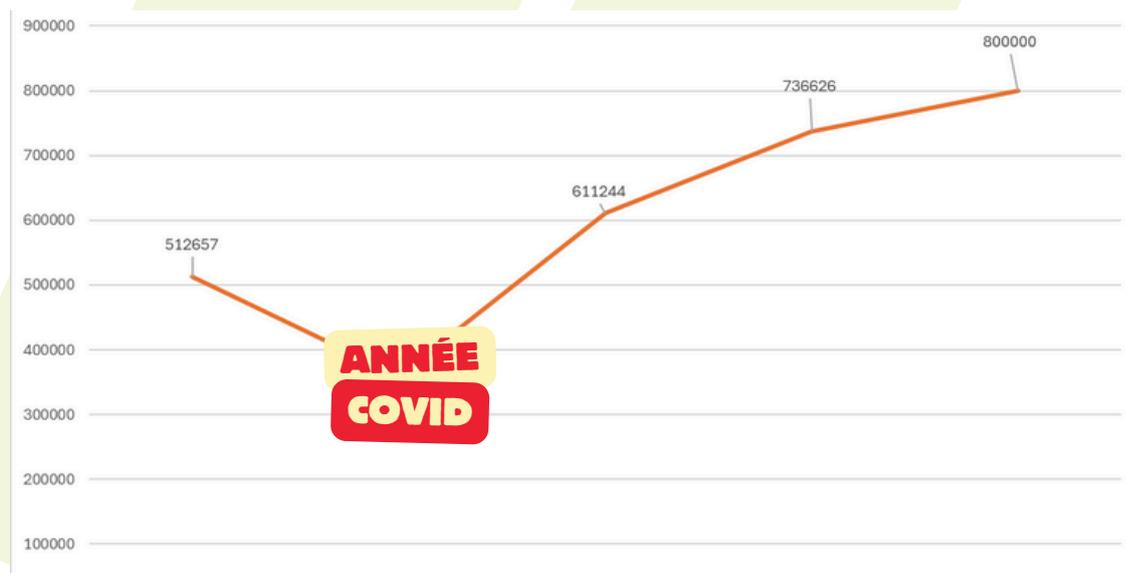
DEFINITION

La taxe de séjour est une contribution que les touristes paient lorsqu'ils séjournent dans un hébergement marchand, sur un territoire qui en a institué la perception. Les hébergeurs la collectent et la reversent à la collectivité. Son utilisation est dédiée à financer des dépenses destinées à favoriser la fréquentation touristique du territoire ou aux dépenses relatives à des actions de protection et de gestion des espaces naturels à des fins touristiques.

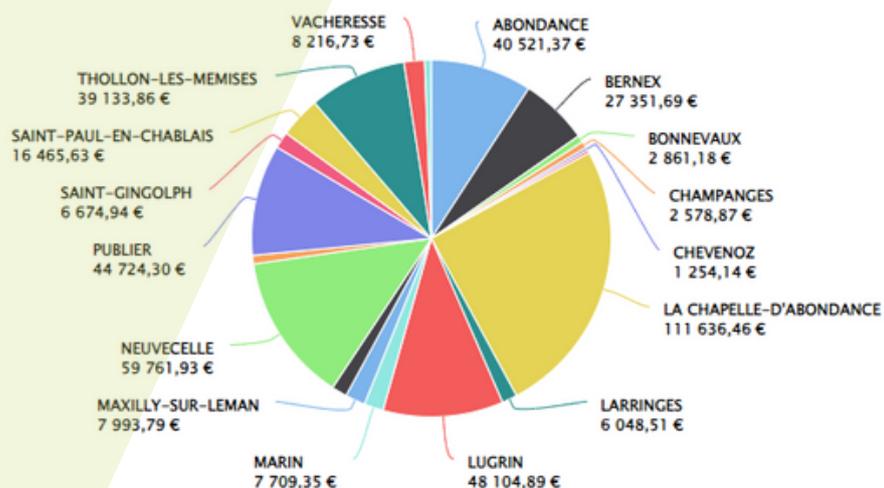
Lorsqu'il existe un office de tourisme sous statut d'EPIC comme cela est le cas sur notre territoire, le produit de la taxe de séjour lui est intégralement reversé.

La taxe de séjour a pour objectif de ne pas faire supporter au seul contribuable local les frais liés au tourisme. Les recettes de la taxe de séjour sont entièrement affectées à la promotion du tourisme de la collectivité perceptrice (Article L. 2333-27 du CGCT).

EVOLUTION DE LA PERCEPTION 2020-2024



VOLUME DE COLLECTE EN 2024 À DATE



RÉSULTAT DES VENTES

PRODUITS ET SERVICES PROPOSÉS PAR L'OTI

L'engouement pour les nouvelles billetteries et produits boutique offrent de belles perspectives pour l'avenir.

De nouveaux développements sont prévus pour l'hiver 2024.

La transformation progressive de nos bureaux d'information en tiers lieux donnent ses premiers résultats très positifs sur le volet fréquentation comme dans les attentions d'achats et notamment des effets sur la progression du panier moyen.

FRÉQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION



+34%

83 423 € de CA* en 2024
contre **55 346 €** en 2023.

Un succès permis par l'arrivée des nouvelles billetteries et services (CGN, musées, Vignettes suisse etc.)

*En moyenne 10% de commission.



+42%

26.36 € pour le panier moyen
contre 15.09 € en 2023.

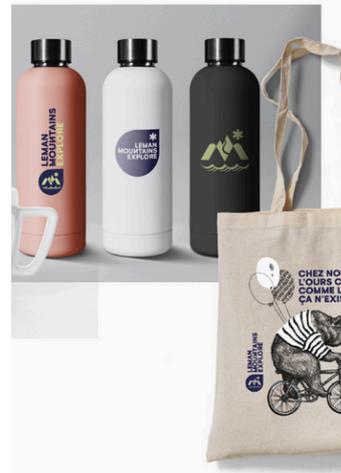
Côté vente en ligne on enregistre 581 ventes contre 386 en 2023, dynamisée par la mise en ligne de notre nouveau site web



+11%

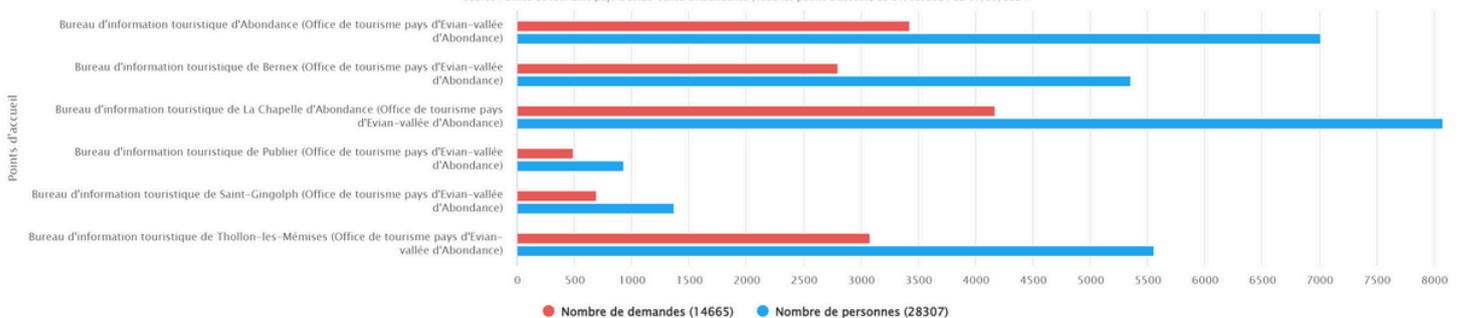
5545 personnes accueillies dans nos 6 bureaux d'informations touristiques (4 ouverts à l'année) contre 4988 en 2023.

La transformation de nos BIT en tiers lieux présentent ses premiers résultats positifs



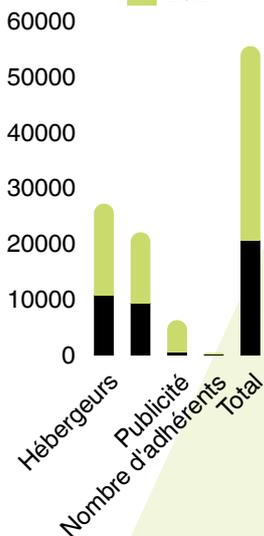
Demands et personnes par points d'accueil

Source : Office de tourisme pays d'Evian-vallée d'Abondance (Tous les points d'accueil) du 01/06/2024 au 01/09/2024



EVOLUTION DES PARTENARIATS

■ 2023
■ 2024



Au 1er septembre, l'OTI compte 233 partenaires (127 en 2023) : +45%

Pour 31 090 euros de CA (20 043 en 2023) : +34% pour les hébergeurs et 28% pour les socioprofessionnels



233 partenaires
contre 127 en 2023

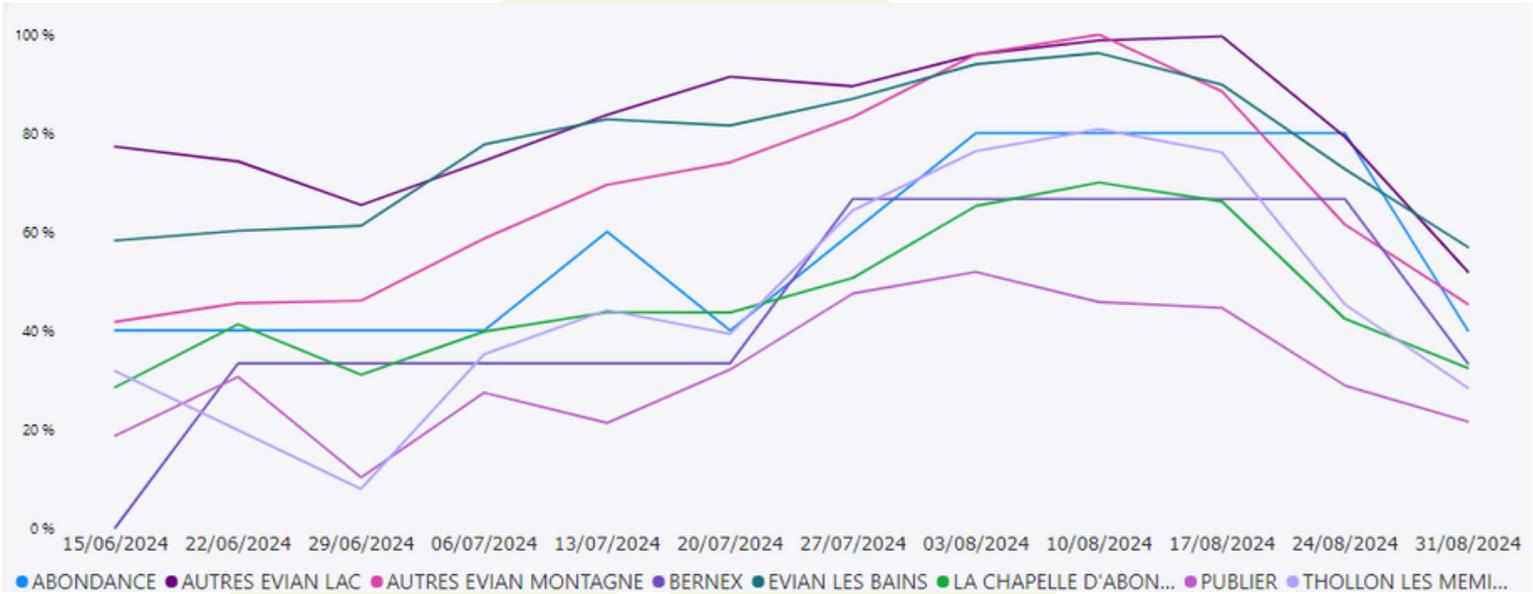


CA Adhésions + Pub :
34 940 euros

CONCLUSION

CLEFS D'ANALYSE

Le taux d'occupation est calculé sur la base de la capacité maximale de la station (professionnels et de particulier à particulier) pour une vue globale et lissée sur l'année.



TAUX D'OCCUPATION PAR RAPPORT À LA CAPACITÉ MAXIMALE



DÉTAIL DES STOCKS ANALYSÉS





Pssst... On tenait à vous dire...

MERCI !