

BILAN DE SAISON 2016

OFFICE DE TOURISME DE CARNAC

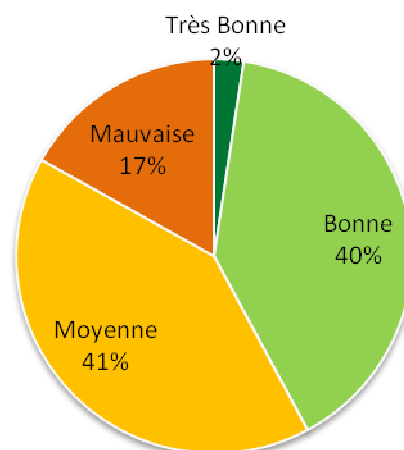


METHODOLOGIE :

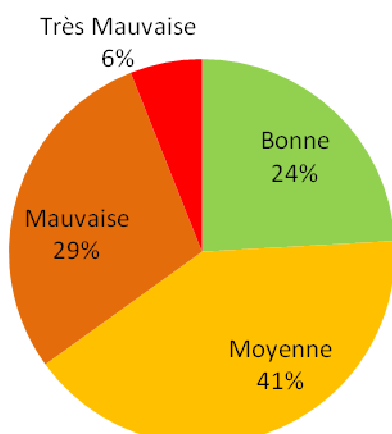
Bilan basé sur les données statistiques des points d'information de l'Office de tourisme de Carnac (bourg et plage) et sur une enquête réalisée fin septembre auprès de 83 professionnels du tourisme de Carnac (13 hôtels, 19 restaurants, 13 campings, 4 agences immobilières et 22 sites de visite ou d'activités de loisirs, 12 chambres d'hôtes)

Les informations collectées fournissent des tendances globales sur la saison 2016.

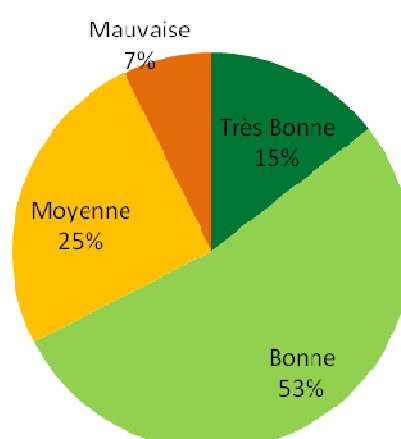
Bilan de saison 2016



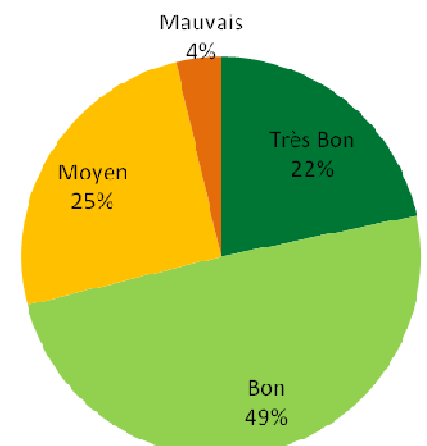
Avril - juin 2016



Juillet-août 2016



Septembre 2016



Satisfaction par filière

Hôtels

Pour vous la saison globale a été :

Très Bonne	Bonne	Moyenne	Mauvaise	Très Mauvaise
	69,2%	23%	7,7%	

Campings

Pour vous la saison globale a été :

Très Bonne	Bonne	Moyenne	Mauvaise	Très Mauvaise
	30,8%	69,2%		

Chambres d'hôtes

Pour vous la saison globale a été :

Très Bonne	Bonne	Moyenne	Mauvaise	Très Mauvaise
	25,0%	58,3%	16,7%	

Agences de location

Pour vous la saison globale a été :

Très Bonne	Bonne	Moyenne	Mauvaise	Très Mauvaise
	50%	50%		

Restaurants

Pour vous la saison globale a été :

Très Bonne	Bonne	Moyenne	Mauvaise	Très Mauvaise
	36,8%	52,6%	10,5%	

Activités

Pour vous la saison globale a été :

Très Bonne	Bonne	Moyenne	Mauvaise	Très Mauvaise
9,1%	54,5%	22,7%	9,1%	4,5%

Fréquentation des bureaux de l'office de tourisme d'avril a septembre 2016 (tous contacts confondus)

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Total
2014	3720	3661	5013	10988	14720	5661	43763
2015	4788	4977	6675	15355	17798	6717	56310
2016	5275	5162	6862	14694	17100	7473	56566
Evolution 2015-2016	10,17%	3,72%	2,80%	-4,30%	-3,92%	11,26%	0,45%

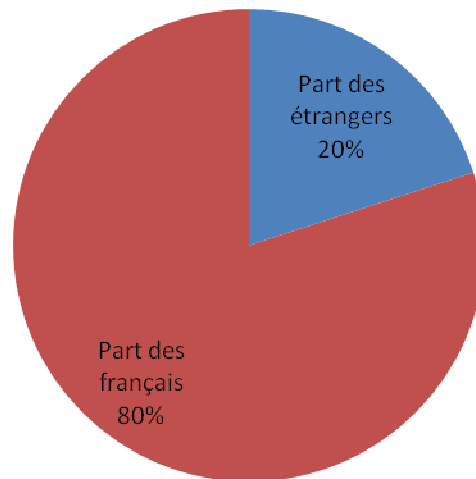
Une fréquentation stable sur la saison

Fréquentation par point d'information

		DECOMPTE DE LA DEMANDE							
		Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Total	
2015	Plage	2811	2602	3242	9026	9853	3121	30 655	
	Ville	1977	2375	3433	6329	7945	3596	25 655	
2016	Plage	2658	2273	2958	7923	8963	3289	28 064	
	Ville	2617	2889	3904	6771	8137	4184	28 502	
Evolution 2015/2016 plage		-5,44%	-12,64%	-8,76%	-12,22%	-9,03%	5,38%	-8,45%	
Evolution 2015/2016 ville		32,37%	21,64%	13,72%	6,98%	2,42%	16,35%	11,10%	

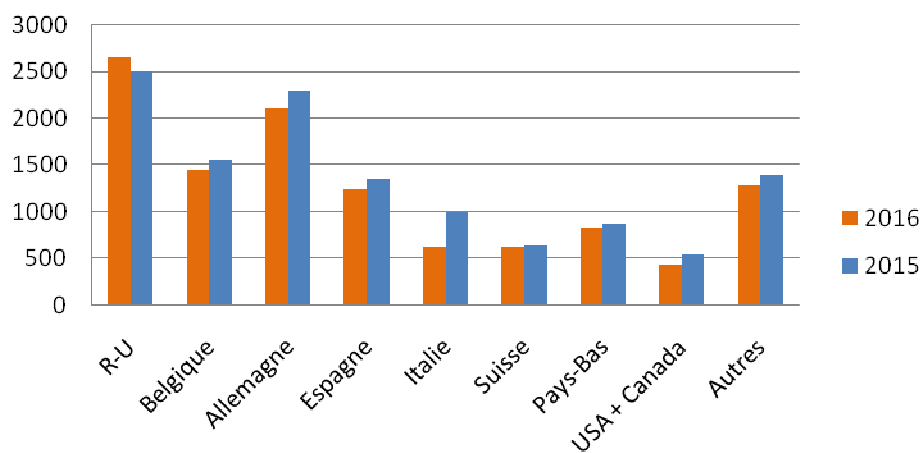
L'évolution de la fréquentation sur nos 2 point d'information a été très importante : +11% au bourg et - 9% à la plage par rapport à 2015 (à horaires constant). La répartition s'est maintenant inversée entre les 2 sites, avec une fréquentation plus importante au bourg : 48% à l'OT de la plage, 52% au bourg.

Répartition clientèle française / étrangère



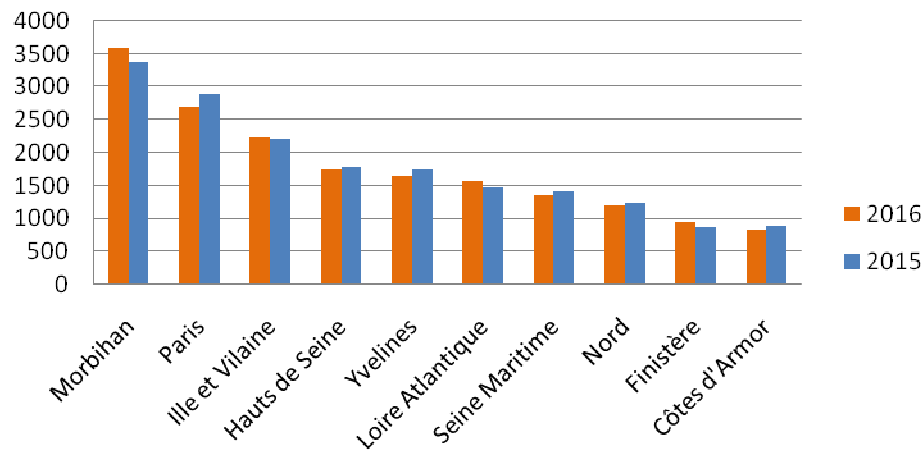
La fréquentation de la clientèle étrangère baisse de 10% compensée par une hausse de la fréquentation française de +2,5%

Répartition par clientèle étrangère



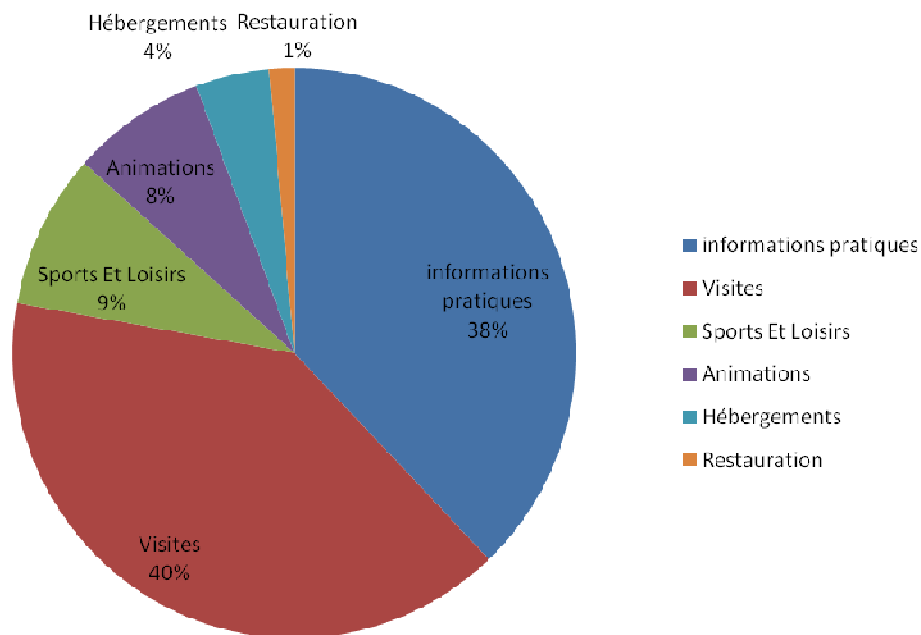
Seule la clientèle anglaise, malgré le Brexit, progresse en 2016 (+5%).

Répartition par département



La fréquentation de la clientèle provenant de l'Ile de France a diminué en 2016 (-5%) au profit de la clientèle régionale (+4%)

Répartition par type de demande



Fréquentation du site Internet avril / septembre

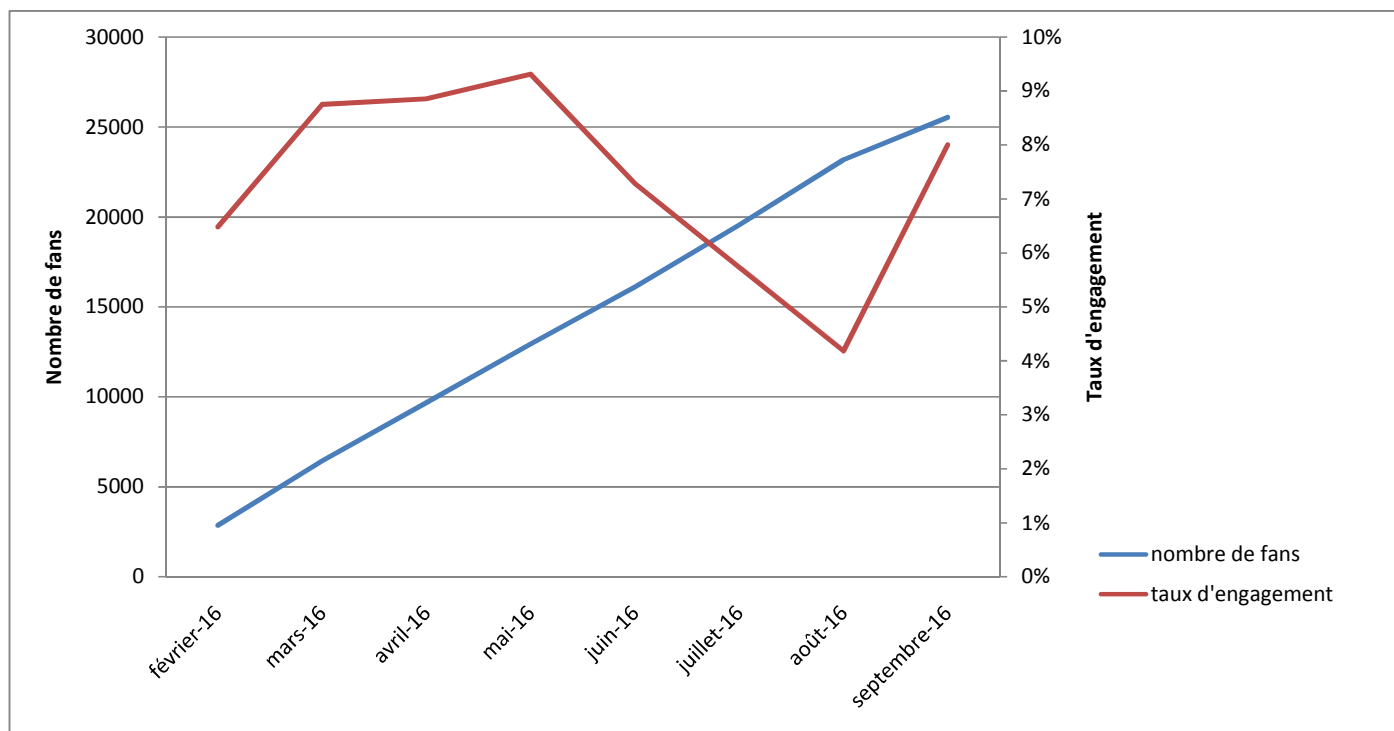
SITES INTERNET FR + GB +DE

Statistiques de consultation du site internet de l'Office. Outil de mesure : Google analytics.

2016

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Totaux et moyennes d'évolution
Sessions	38667	41671	41377	80709	89211	32952	324587
Evolution N-1	26,54%	43,78%	36,58%	35,50%	47,43%	57,32%	40,60%
Utilisateurs	29539	31242	29623	56925	61254	23212	231795
Evolution N-1	30,49%	41,02%	29,56%	27,48%	36,53%	48,55%	34,14%

Evolution du nombre de fans facebook



26042 fans à ce jour sur Facebook

CONCLUSION :

Les principaux points clés de la saison 2016 :

- Un contexte national et international défavorable aux déplacements touristiques
- Une quasi absence de ponts en mai
- Des vacances de pâques avancées de 2 semaines par rapport aux années précédentes
- Une météo peu clémente au printemps puis très favorable à partir du 14 juillet jusqu'à fin septembre
- Un contexte international favorable aux destinations françaises
- Une forte baisse de la fréquentation en juin.
- Une saison marquée encore une fois, par des réservations de plus en plus tardives.
- Des séjours toujours plus courts
- La Bretagne, destination encore plébiscitée cette année

Ce premier bilan de la saison, qui se veut volontairement élargi d'avril à septembre, afin d'avoir un regard au plus proche de la réalité économique du tourisme sur notre territoire, permet d'établir une grande tendance : la saison touristique 2016 a été correcte, globalement en recul par rapport à 2015.

42% des professionnels du tourisme estiment avoir réalisé une bonne ou très bonne saison 2016 (72% en 2015) et seulement 17% une mauvaise saison (7% en 2015)

C'est particulièrement l'avant saison qui cristallise cette baisse de satisfaction, on constate que 24% seulement des établissements estiment avoir réalisé une bonne ou très bonne avant saison (61% en 2015)

Pour la période juillet-août, les professionnels sont globalement satisfaits avec néanmoins une période de forte activité plus courte qu'en 2015 : un début de mois de

juillet calme, et les première et dernière semaines de vacances amputées avec la fin / début des cours le mercredi.

Ainsi, on constate que 70% des établissements estiment avoir réalisé une bonne ou très bonne saison 2016 (80% en 2015) et seulement 7% estiment avoir réalisé une « mauvaise » saison (4% en 2015).

71% des professionnels jugent le mois de septembre satisfaisant (58% en 2015), 4% estiment avoir réalisé un mauvais mois de septembre (9% en 2015)

Au vu des statistiques de fréquentation de l'office de tourisme, on peut constater une stabilité des demandes touristiques par rapport à 2015, avec les caractéristiques suivantes :

- La clientèle française en hausse par rapport à 2015 (+2,5%) est majoritairement représentée par les régions suivantes :
 - 1- Ile de France : 24% de la clientèle française en baisse de 5% par rapport à 2015
 - 2- Bretagne : 18% de la clientèle française, + 4% par rapport à 2015

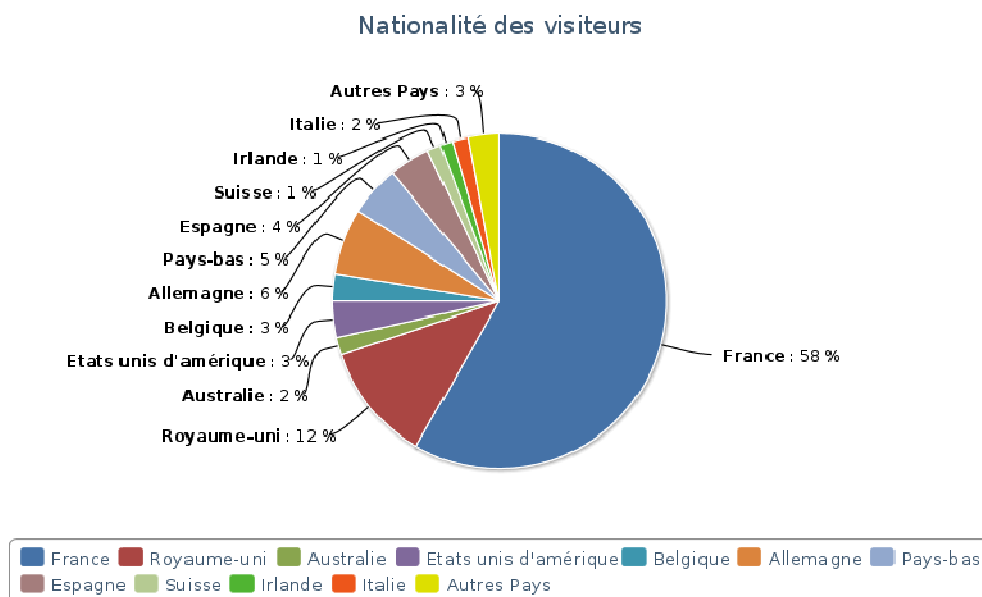
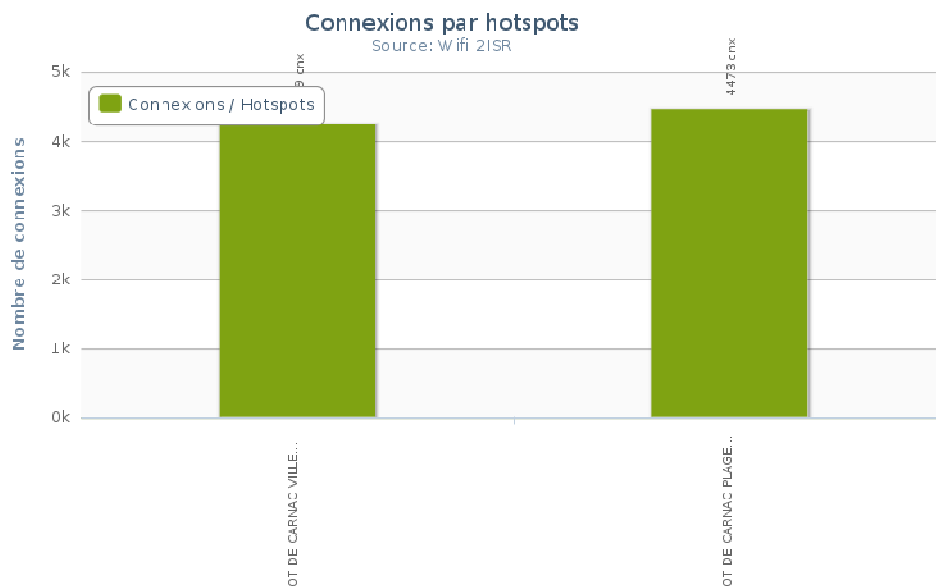
 - La fréquentation de la clientèle étrangère est en baisse de 10%
 - 1- Les Anglais restent la clientèle la plus présente sur le territoire (23% de la clientèle étrangère) en hausse de 5%
 - 2- Les allemands sont de plus en plus présents à Carnac (18% de la clientèle étrangère) en baisse de 9%
 - 3- La clientèle belge est la 3^{ème} clientèle étrangère (12,5%) devant la clientèle espagnole (11%), toutes les 2 en baisse (respectivement -8% et -9%)
 - 4- La plus forte baisse provient de la clientèle italienne -35%
-

WIFI

Les 2 points d'accueil de l'Office de tourisme sont équipés de bornes WIFI accessibles gratuitement en illimité de 8h à 20h

Le Wifi est désormais un service attendu et indispensable. Un service très utilisé par les étrangers. (42%)

Fréquentation : 8712 connexions entre le 1er avril et le 30 septembre



LES ANIMATIONS DE L'OT

Rappel : Le programme d'animations avait pour objectif cet été, de donner un rythme à la saison, de donner des rendez-vous régulier (avoir systématiquement le même genre d'animation, sur le même lieu, le même jour)

Le programme :

- Apéro Breizh le lundi à l'OT du Bourg avec les caractéristiques suivantes:
 - animation musicale bretonne plus conséquente avec danseurs
 - dégustation de cidre / jus de pomme uniquement

Le nouveau principe plaît aux estivants. La fréquentation était très fortement liée aux conditions météo (fortes chaleurs = moins de monde). En moyenne, 300 personnes chaque lundi.

- Zumba le soir, cette animation a été prise en charge en 2016 par l'OT.

Une vraie évolution par rapport aux années précédentes d'après Francine, l'animatrice Zumba, avec globalement plus de communication et une augmentation de la fréquentation significative (+ de 400 personnes à certaines séances)

- Festival place aux mômes le mardi au jardin de Césarine.

Animation toujours autant appréciée, 300 personnes en moyenne par spectacle.

La fréquentation a, certains mardis, légèrement baissé vu les conditions météo.

- Concert le mercredi soir à Carnac plage (7 concerts en juillet-août)

Une nouvelle animation, qui a rencontré son public, appréciée des estivants avec une programmation orientée musique actuelle ciblant une population plus jeune. Environ 400 personnes par concert. Un concert annulé (pluie)

- Animation « Expérience Zen by Carnac Thalasso » le jeudi matin.

Le succès de l'été pour cette nouvelle animation. Plus de 100 personnes chaque jeudi, et jusqu'à 250 personnes début août. L'activité a parfois souffert de cette forte fréquentation. Une animation tendance et jugée de qualité par les participants, Tamara, l'experte Zen de la Thalasso a participé grandement à ce succès.

Sur l'été, **c'est plus de 10000 personnes** qui ont participé aux différentes animations gratuites proposées par l'OT.

Le succès de ces animations tient aussi à la communication mise en place cet été :

- Agenda de l'été diffusé par les sociaux-pro et la mairie aux résidents
- Carnac s'anime hebdomadaire en français et anglais envoyé à nos sociaux pros
- Kakémonos dans les rues, réalisés en partenariat avec la Commune
- Bâches « animations » à Port en Drô et à l'OT plage
- Message spécifique sur les écrans d'affichage dynamique
- Publicités facebook toutes les semaines, géolocalisées sur Carnac +15km sans segmentation

En outre, la récurrence des animations permet une information plus aisée des professionnels vers leurs clients, sans connaître la programmation exact,

