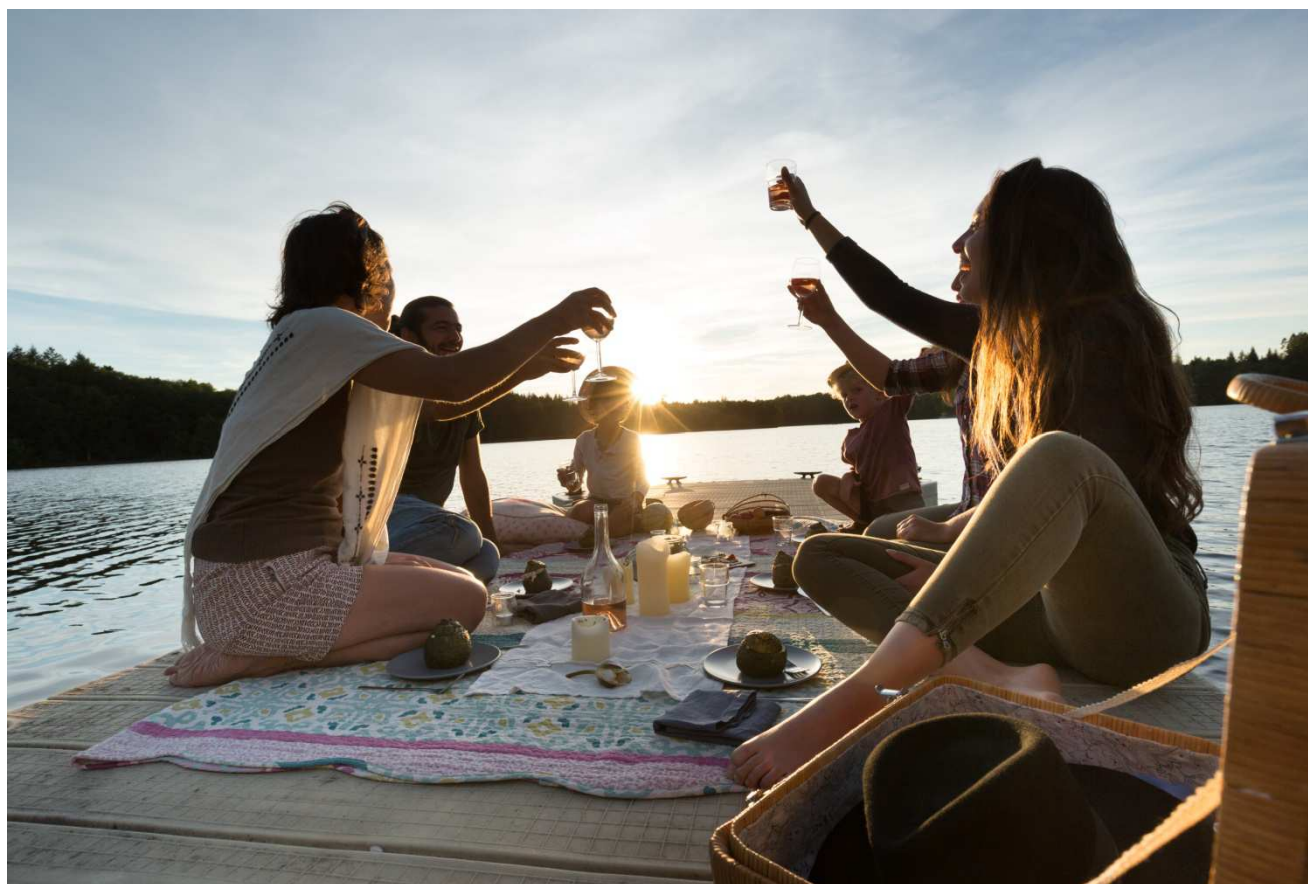


Bilan de saison touristique en Corrèze

02 octobre 2019 - Tulle



La Corrèze, une destination campagne en phase avec les aspirations des clientèles

Après la pluie et la canicule, un cœur de saison exceptionnel



Un début de saison timide et un mois de juillet compliqué (brevet décalé, absence de pont, canicule)



Un mois d'août exceptionnel avec 93% de ressenti positif (25% en 2018)



Un mois de septembre plutôt correct avec une belle présence des clientèles étrangères



Animations / événementiels = des composantes essentielles de la dynamique touristique

Quelques chiffres...

Aéroport : +6% en terme de pratique et + 30% en termes de passagers

Festivals :

Brive Festival : +9%

Festival de la Vézère : +7%

Théâtrales de Collonges : +10%

Sites de visite (chiffres août) :

Musée Néandertal : -5%

Jardins de Colette : +21%

Jardins Sothys : -9%

Pans de Travassac : +17%

Petits trains Seilhac : +9%

Château de Ventadour : +30% août

Tours de Merle : 10 000 visiteurs sur le mois d'août (50% fréq annuelle)

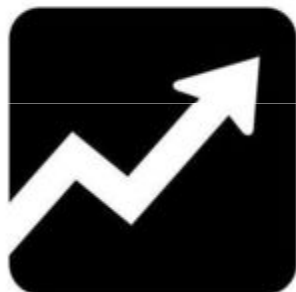
Terra Aventura : La fréquentation a triplé sur la période janvier à juillet pour atteindre 18400 caches découvertes et 88 000 joueurs

Vente de produits « Groupes » : + 25% de volume d'affaires
(Corrèze Tourisme)

La saison vue par les prestataires

Un bilan plutôt positif

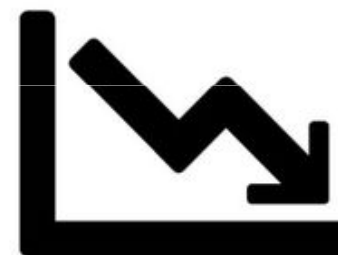
La saison de mai à septembre est jugée :



Pour 37% des
professionnels



Pour 20% des
professionnels



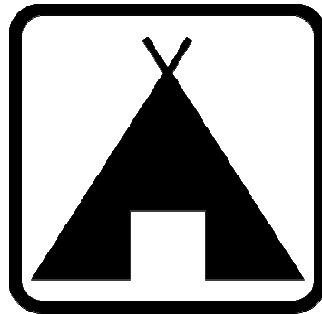
Pour 43% des
professionnels

Des disparités selon les secteurs

Les plus satisfaits



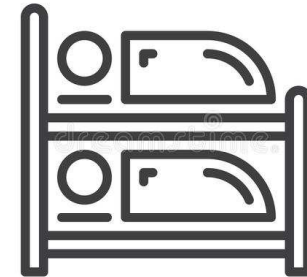
Les hôteliers sont 48 % à estimer la saison 2019 supérieure à 2018.



Pour les campings, 68 % pensent que la saison 2019 est meilleure que l'an passé.



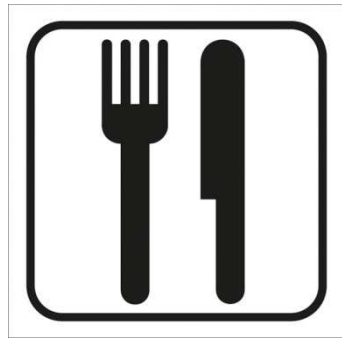
Les sites de visites sont 63 % à juger la saison 2019 supérieure également.



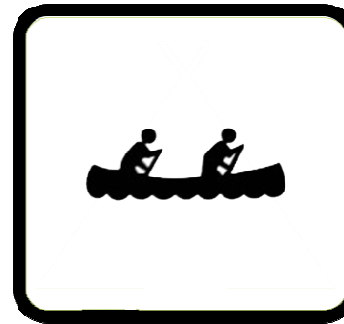
Les hébergements collectifs déclarent une saison supérieure à 2018.

Des disparités selon les secteurs

Les plus modérés



Les restaurateurs :
la saison 2019 est
pour eux
équivalente à
2018.



Les prestataires
d'activités, très météo
dépendant estiment une
saison juste équivalente à
2018.

Des disparités selon les secteurs

Les plus déçus



60 % des **chambres d'hôtes**, même si la fréquentation de septembre a été plutôt bonne, estiment la saison 2019 en baisse



Même constat pour les **meublés de tourisme** qui jugent leur activité en baisse pour 43%



Les **offices de tourisme** ne sont pas convaincus par ce cru 2019. 60 % estiment leur fréquentation moyenne pour l'ensemble de la saison.

Les clientèles étrangères

Les professionnels du tourisme ont relevé les phénomènes suivants :



les touristes allemands et suisses : en progression



Les belges : stables



les britanniques et néerlandais : en léger retrait



les espagnols en nette émergence - plus timidement les italiens.

→ 57% des gestionnaires de campings et 31% des restaurateurs s'accordent à dire que la fréquentation étrangère a été supérieure voire très supérieure à 2018.

Le numérique, au cœur du parcours du visiteur

Quelques indicateurs

www.tourismecorreze.com

- 25% de fréquentation sur le site tourismecorreze.com depuis le début de l'année (770 000 visiteurs et 2.1M de pages vues)
- Pics de fréquentation le WE du 14 juillet et le 15 avec plus de 8000 visiteurs jours contre 5 000 en moyenne l'été.
- Top 3 des rubriques les + fréquentées : Agenda – Sites étonnants – Plus Beaux Villages
- 54 000 clics sortant vers les sites web des partenaires (+26%)
- Progression des clientèles de proximité : Toulouse (+66%) et Bordeaux (+80%)

Le numérique, au cœur du parcours du visiteur

Quelques indicateurs



+12% fans sur FB (112 000) et +29% sur IG (12 300)



40 000 avis publiés en ligne entre janvier et août (500 prestataires suivis) = +33%



173 prestataires corréziens engagés sur la plateforme départementale de vente en ligne dont 100 ont réalisé des ventes pour 5 000 réservations et 1M€ de volume d'affaires

En synthèse

- Une tendance de fond qui se dessine : l'émergence du slow tourisme
- La recherche de l'insolite et des propositions qui sortent des standards
- L'importance de l'animation et des événementiels pour doper la fréquentation sur les périodes plus creuses mais aussi en cœur de saison pour séduire une clientèle familiale
- Un ressenti sur l'émergence de nouvelles clientèles de proximité mais aussi sud européennes
- Le digital, un enjeu pour tous = web – e-réputation – vente en ligne – etc.
- Une nécessité : investir, se renouveler, mutualiser



CORREZE

tourisme

Agence de développement touristique