

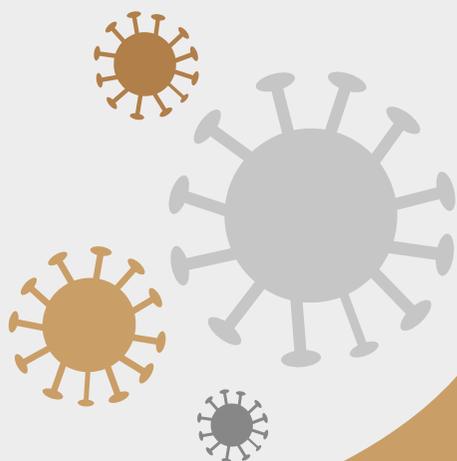
BILAN

PROVENCE ISTRES -TOURISME-

2020

L'année 2020 a été très fortement impactée par la crise sanitaire. Le secteur du tourisme n'a bien entendu pas été épargné.

Annulation des grandes festivités habituelles (Feria, Nuits d'Istres, Fêtes d'Istres, Jeudis Etoilés...), baisse des quotas de participants aux activités et visites, baisse des demandes de groupes, baisse de la fréquentation étrangère : autant de facteurs influant sur la fréquentation de l'Office de Tourisme.



L'Office de Tourisme d'Istres a été ouvert au public seulement **221 jours** en 2020.

Les fermetures liées aux mesures sanitaires s'étendent sur 102 jours ouvrés : 17/03 au 25/05 - 30/10 au 16/12

Soit une période d'ouverture réduite par rapport à 2019 :

-31%

Année 2020

24 686

Visiteurs

- 51,6 %

Par rapport à 2019

Une baisse effective de 20,6 % basée sur la période d'ouverture

22 917

visiteurs accueil

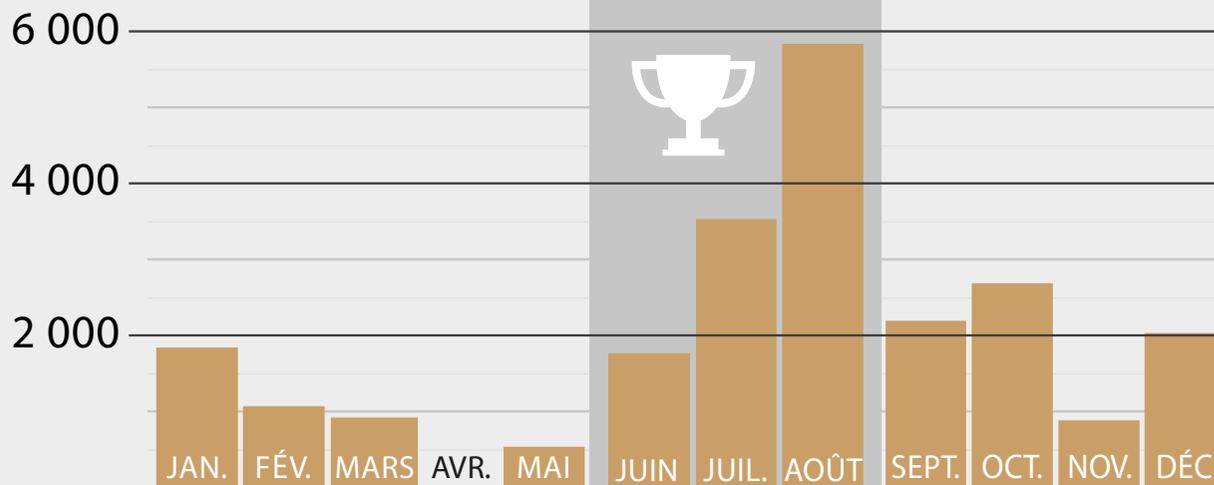
1 769

participants Club Tourisme



FREQUENTATION MENSUELLE 2020

- Accueil OT -



49 %

de la fréquentation annuelle sur la saison estivale (juin-juillet-août)



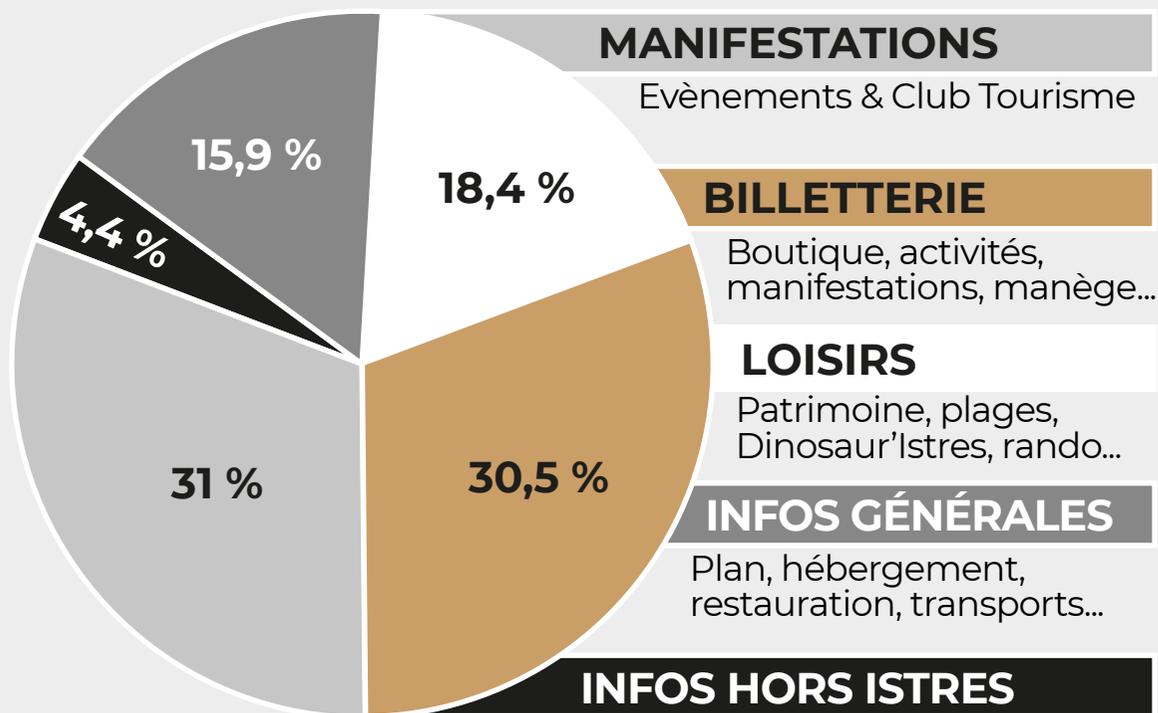
Les étrangers constituent seulement **1,4%** des visiteurs en 2020. Près de la moitié d'entre eux viennent de **Belgique** et d'**Allemagne**. Les **Pays-Bas** viennent compléter ce top 3.



LES DEMANDES DES VISITEURS

DEMANDES DIRECTES

- Accueil / Téléphone -



La part des demandes concernant les manifestations a baissé au profit de celles des loisirs et de la billetterie. Les visiteurs se tournent vers des activités axées plein air et autonomes.

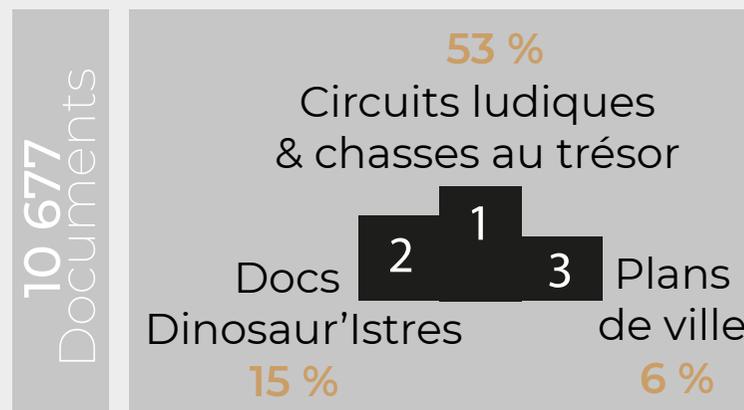
DEMANDES A DISTANCE

- Envois de documentations -



Bouches-du-Rhône	27,3 %
DOM - TOM	5,3 %
Alpes Hautes Provence	4,6 %

- Téléchargements -



10 677 Documents



LES PRODUITS

6 253 produits vendus

- 14% par rapport à 2019



Best Sellers

Masques de protection 407

Bières 343

Boîtes de savon 278

Tubes de tapenade 213

Miels 211

23% du total produits vendus



Nouveautés 2020

Jeux de société Créacom Games

Livres Edition Equinoxe

Peluches dinosaure

Miels de Sulauze

Jeu «la Légende de Grégoire»



LES TRANSACTIONS

1 905 actes de vente

- 26% par rapport à 2019

LE PANIER MOYEN

19,70 €

+ 11,8% par rapport à 2019

LES PANIERS GOURMANDS

84 commandes pros

- 48% par rapport à 2019



Périodes de vente



50,8 %
des transactions

47,4 %
des produits vendus



DOCUMENTS

18 400 documents édités

20 623 documents diffusés

1

Magazine Destination

2

Plan de ville

3

Carte touristique



BILLETTERIES

10 701 tickets vendus

366 billetteries

En moyenne 48 tickets par jour



COURRIERS

1 499 courriers affranchis

4 731 documents envoyés

TOUTOURISME

21 villes labellisées

+ 5 en 2020

Istres labellisée depuis 2011



ISTRES TOURISME
Le club«Club Tourisme» devient
Istres Tourisme - Le Club**Modification du nom du club****Mise en place de la billetterie en ligne**
*pour le grand public.***235 visites***Soit - 26% mais sur une période d'ouverture inférieure de 31%***1769 participants***Soit 7,5 personnes / groupes
Baisse due aux limitations des quota max de participants par visite. 21 personnes / groupes en 2019***TOP**

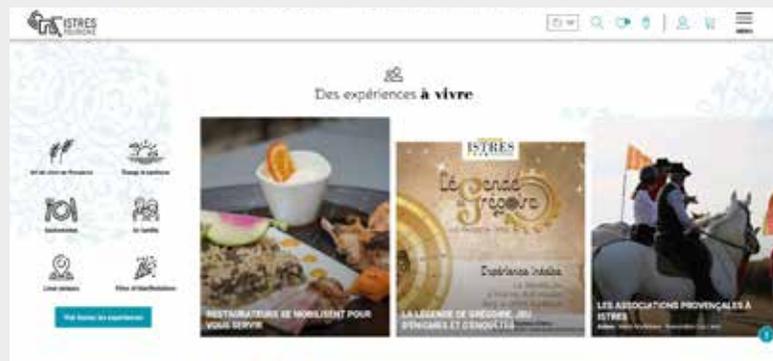
activités :

Activités nautique : nage en eau-vives, kayak et paddle
Visites patrimoniales, (bâti et naturel) très appréciées
notamment par la clientèle locale.

A noter : avec la conjoncture actuelle, l'essentiel des visites a été réalisé dans le cadre du Club, avec des groupes sous forme de GIR. Les groupes constitués sont clairement à la marge et représentent des groupes de jeunes à la découverte de Dinosaur'Istres



SITE INTERNET
Istres-tourisme.com



Lancement du nouveau site de Destination

Juin 2020

- Nouvelle version du site,
- + épurée et élégante
- Tourné vers l'expérience et le conseil client

135 000 sessions - 16 150 docs téléchargés

TOP

Provenance utilisateurs
1er : Paris / Ile de France
2 : Marseille
3 : Istres
4 : Lyon
5 : Martigues

TOP

Pages visitées
1ère : Dinosaur'Istres
2 : Agenda et manifestations
3 : L'étang de Berre
plage et nautisme

Lancement de la nouvelle billetterie

Juillet 2020

- Billetterie en ligne
- Forte hausse de son utilisation dès août
- Nouvelle interface pour + de renseignements

RÉSEAUX SOCIAUX**Stratégisation et investissement + important**

Conjoncture amenant à : demande de distraction en forte hausse, mise en avant de nos partenaires nécessaire et un besoin constant d'informations.

- Développement des stories

Quizz et QCM

- Web série avec «Travel Me Happy»

6 épisodes avec une campagne de diffusion sponsorisée

- Capsules prestataires

+ de 30 capsules sur les loisirs, les producteurs, hébergeurs, restaurateurs...
Diffusion sur Youtube, site internet et Facebook

**Instagram**

2 440 followers + 25 %
179 publications + 43 %

**Photos les plus likées**

- 1 Noël s'installe
- 2 Fontaine moussue
- 3 Etang de Lavalduc
- 4 Arc en ciel Etang de l'Olivier
- 5 Lever de soleil étang de Berre

Augmentation des publications Instagram

179 publications, soit +43% p/r à 2019

RÉSEAUX SOCIAUX



Facebook

- officedetourismeistres -

**+ 30 vidéos publiées sur facebook**Jeux, présentations, campagne
«Envie d'Istres»**- Page « Toutourisme France »****4 465 abonnés + 203 (+ 4,8 %)****- Développement de la page « Dinosaur'Istres »****2 854 abonnés + 30 %**
2 790 fans + 29 %**- Création de la page « Istres Tourisme Le Club »**
en mars 2020 (avant le premier confinement).**258 abonnés**
236 fans
depuis mars 2020

S'ÉMERVEILLER
DE PRENDRE LE TEMPS
SE DÉPENSER
DE PARTAGER
SE RETROUVER
SE DÉCONNECTER DE PROVENCE
SE RESSOURCER DE SAVOURER DE REMONTER LE TEMPS

CAMPAGNE «ENVIE D'ISTRES»

- Axe Grand Public -

**Films promotionnels**

- Production d'une web série de 6 épisodes avec le blogueur «Travel Me Happy» et diffusion sur RS pendant saison estivale (27 juin > 8 juillet)

+ 200 000 vues et + 410 000 personnes touchées

Affichages et print

- Campagne affiches Decaux sur Istres
- Distribution de cartes postales
- Affichettes A3 des quatre messages
(*Envie de prendre le temps, envie de beau temps, envie d'arrêter le temps, envie de remonter le temps*)
- Intégration sur les supports des Bus CT5

Supports numériques

- Visuels en homepage du site Istres Tourisme
- Panneaux lumineux entrées de ville
- Ecrans Hôtel de ville



CRÉATION EXPÉRIENCES

ludique et en autonomie

Les balades sonores

La balade moyenâgeuse

- Circuit audio immersif dans le centre historique
- Environ 1h d'audio scénarisé
- Informations patrimoniales
- Accessible PMR
- Necessite un smartphone



La légende Grégoire

- Jeu type «Escape Game» dans le centre historique
- Enigmes, jeux de pistes...
- Kit à la vente en boutique
- De 2 à 6 joueurs, niveau de difficulté moyen
- Durée : environ 2 heures