

OFFICE DE TOURISME D'ISTRES

BILAN DE SAISON 2020

FREQUENTATION MOIS DE JUIN, JUILLET, AOÛT : **15 033** visiteurs

La crise sanitaire a fortement impacté la vie et les mœurs. Le secteur du tourisme n'a bien entendu pas été épargné. Les mesures sanitaires mises en place dans les domaines des festivités et loisirs ont permis d'assurer une programmation estivale riche et variée malgré la situation. Cette programmation a rencontré un vif succès à Istres et la fréquentation générale des visiteurs a dépassé les attentes et pronostics d'avant saison. Le bilan, malgré une baisse inévitable, est positif étant donné les circonstances. Voici les chiffres de cette fréquentation saisonnière liée à l'Office de Tourisme d'Istres.

FREQUENTATION OFFICE DE TOURISME 	2019	2020	% évolution mensuelle 2019/2020	
	4924	1807	-63,3%	juin
	6229	5359	-14,0%	juil.
	9020	7867	-12,8%	août
	20173	15033	-25,5%	SAISON

Ces statistiques font état de la fréquentation générale liée à l'Office de Tourisme. Les contacts qualifiés (demandes traitées exclusivement à l'accueil de la structure) sont plus nuancés, et affichent notamment un écart plus marqué entre les mois de juillet et août.

Les différents impacts de la crise économique sur la fréquentation de l'Office de Tourisme s'expriment via plusieurs facteurs :

- L'annulation des festivités habituelles (Feria, Nuits d'Istres, Fêtes d'Istres, Jeudis Etoilés...) au profit d'une nouvelle programmation spécifique.
- La présence en extérieur de l'équipe de l'Office de Tourisme, notamment sur les stands festivités, n'a exceptionnellement pas eu lieu cette année.
- Le respect des mesures sanitaires imposait, entre autres, une baisse des quotas, que ce soit pour les festivités (soirées d'été), les activités (Istres Tourisme le Club) ou bien les visites guidées.
- Les groupes, habituellement en nombre, ont été très peu cet été à solliciter des sorties sur le territoire.
- Les visiteurs étrangers ont été en baisse de fréquentation importante cette saison, et ce à grande échelle.

Toutefois, le public français a été plus important et des changements ont été perçus dans les flux et les attitudes de consommation touristique. Ce constat se traduit notamment par une demande accrue en termes de **loisirs** mais aussi d'**achats de souvenirs**, et également par une provenance différente des visiteurs qui se déplacent de plus loin (augmentation de l'affluence depuis le **nord de la France**) et restent plus longtemps (les séjours de plus d'une nuitée ont augmenté de **plus de 45%**).

TYPOLOGIE DES VISITEURS

PROFIL :	
Individuels :	61%
Familles :	33%
Professionnels :	3%
Groupes :	4%

Les visiteurs se présentent majoritairement de façon individuelle (seuls ou entre amis) à **plus de 60%**, ce qui constitue une légère baisse du public famille par rapport à l'année 2019.

DUREE DE SEJOUR :	
Journée :	62%
Une nuitée :	13%
Plus d'une nuitée :	25%

La clientèle de passage (visite à la journée) est majoritaire : 62%. En ce qui concerne les visiteurs étrangers il est à noter que 45% d'entre eux passent plus d'une nuitée à Istres. Globalement les séjours de plus d'une nuitée sont en augmentation de **47%**

PROVENANCE DES VISITEURS

Top 5 VILLES (hors Istres) :	
1) - Marseille	
2) - Martigues	
3) - Paris	
4) - Miramas	
5) - Fos-sur-Mer	

Top 5 DEPARTEMENTS (hors Bouches-du-Rhône) :	
1) – Paris	
2) – Gard	
3) – Vaucluse	
4) – Nord	
5) – Hauts de Seine	

Top 5 REGIONS (hors PACA) :	
1) – Île de France	
2) – Auvergne-Rhône-Alpes	
3) – Occitanie	
4) – Nouvelle-Aquitaine	
5) – Hauts-de-France	

Top 5 PAYS (hors France) :	
1) – Belgique	
2) – Allemagne	
3) – Royaume-Uni	
4) – Suisse	
5) – Espagne	

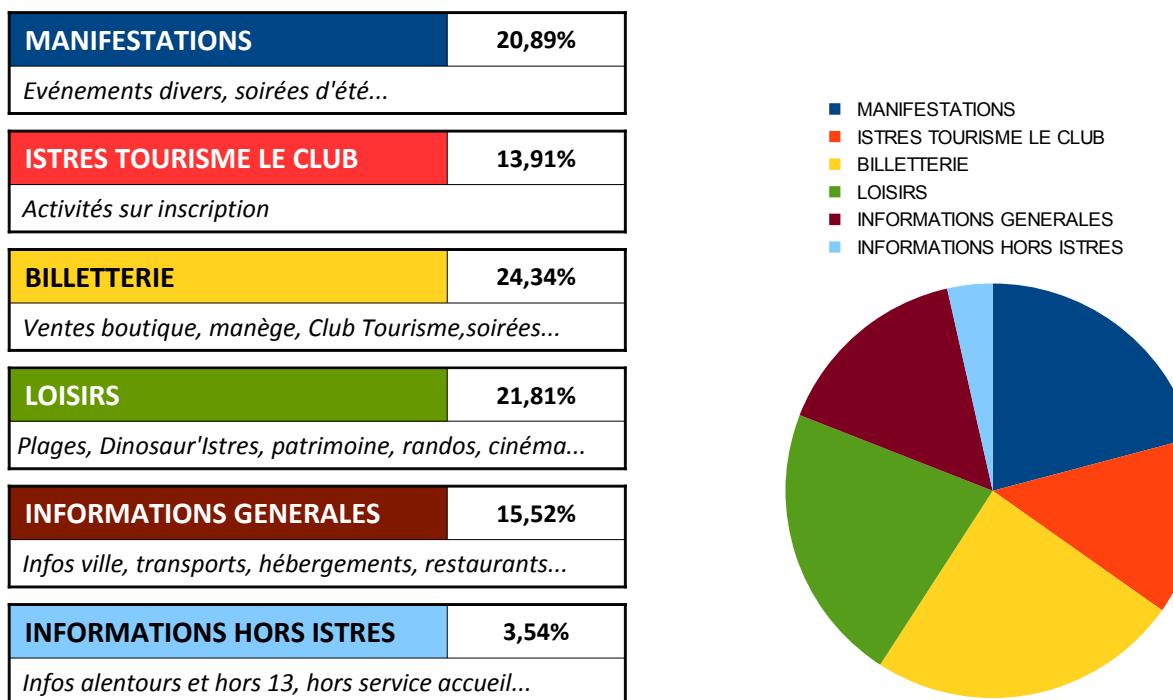
PAYS : Les étrangers représentent **2%** des visiteurs cette saison (contre 5,5% en 2019) soit une baisse de **63,6%**. Cette baisse est ressentie à grande échelle.

REGIONS : La région **Île de France** est la première provenance hors PACA . Les régions du **nord de la France** représentent une part importante des visiteurs français (plus de 30% des Français hors PACA).

DEPARTEMENTS : **Paris est le premier département** provenance hors Bouches-du-Rhône. A noter : le Nord et les Hauts de Seine figurent au **top 5** des départements.

VILLES : **Marseille est en première position** après Istres, et figure avec **Paris** au **top 5** des villes émettrices. La ville de **Paris** équivaut à elle seule à la part d'étrangers habituelle des saisons précédentes.

THEMES DES DEMANDES



La part des demandes est sensiblement équivalente à celle de la saison 2019, excepté la catégorie Manifestations qui subit une légère baisse (21% contre 26% en 2019).

Cette légère baisse est due en partie à une nette augmentation de la demande pour les **loisirs** (plages, patrimoine, vélo, Dinosaur'Istres, randonnées...) : **+47,4%** par rapport à l'été dernier.

LES DOCUMENTS DEMANDES

Au total ce sont **10 440** documents qui ont été distribués aux visiteurs par l'Office de Tourisme cet été.

A noter: un présentoir placé à l'extérieur devant l'entrée afin de faciliter l'information auprès du grand public. Les documents écoulés via ce présentoir sont estimés à 2160, soit environ **20%** du total

Top 5 DOCUMENTATION DISTRIBUEE	
1	Plan de ville
2	Carte touristique
3	Magazine « Destination Istres »
4	Programme « Votre été à Istres »
5	Chasses au trésor

LES BILLETTERIES

NB BILLETS		Nombre de billetteries disponibles à l'Office de Tourisme	
BILLETTERIE (Juillet/Août)	OT	WEB	
Festivités estivales Ville	3325	8188	52 soirées spectacles
Istres Tourisme Le Club	1074	604	261 sessions activités
Journée Taurine (18 octobre)	104	0	3 (Novillade, Corrida, forfait)
Carrousel	1030	0	2 tickets de manège
TOTAL	5533	8792	318 billetteries

Part des ventes & inscriptions :

- Festivités ville : **28,9%** des ventes au guichet Office de Tourisme
- Club Tourisme : **65%** des ventes au guichet Office de Tourisme

En moyenne **89 billets par jour** ont été vendus à l'Office de Tourisme (5533 en l'espace de 2 mois).

ISTRES TOURISME LE CLUB

L'Office de Tourisme a du s'adapter aux nouvelles mesures sanitaires instaurées cet été, ce qui s'est traduit notamment par des jauge de participants réduites. En prévision de ces baisses de quotas inévitables, Istres Tourisme le Club a développé ses activités en augmentant le nombre de dates et de sessions proposées, afin de satisfaire la demande du grand public. Celui-ci a pu donc jouir d'une offre de loisirs très diversifiée avec plusieurs activités, sorties, visites et découvertes **chaque jour du lundi au samedi en juillet-août**.

SAISON 2020 (Juillet / Août)		
INSCRIPTIONS OT	1074	65%
Dont NB transactions :	582	
INSCRIPTIONS WEB	604	35%
Dont NB transactions :	300	
		% 19-20
TOTAL INSCRIPTIONS	1678	-33,5%
NOMBRE D'ACTIVITES	261	44,0%
TAUX REMPLISSAGE	80%	6,7%

Côté ventes, on note que 35% d'entre elles se font via le site Internet contre 65% au guichet. La clientèle est majoritairement locale.



Le Club enregistre ainsi **plus de 260 activités** cet été (soit +44% par rapport à 2019), avec un taux de remplissage de **80%**. Il est à noter que suite à une forte demande, des activités supplémentaires ont été ajoutées au mois d'août.

Les succès de l'été

Top 5 NOMBRE DE PARTICIPANTS			Top 5 TAUX DE REMPLISSAGE	
1) Baptêmes de poney	220	Soit 49% des inser- ptions	1) Nage en eaux vives	100 %
2) Balades en voilier	218		2) Eco balades	100 %
3) Visites Dinosaur'Istres	130		3) Découverte bambouseraie	100 %
4) Balade nautique commentée	128		4) Yoga dans un jardin zen	100 %
5) Séances bien-être	127		5) Visite des écuries Gonzalez	99 %

Les **activités nautiques** sont très plébiscitées, de même que les **balades en nature** et les visites axées sur le **patrimoine** et les monuments. Le ressenti est indiscutable : la tendance est à la détente, au bien-être et à l'évasion.

Le public se veut plus exigeant en matière de qualité et se tourne plus naturellement vers les **activités packagées** (accompagnées d'un professionnel ou d'un passionné, commentées, pédagogiques...) et d'une gamme tarifaire supérieure.

De fait, malgré une diminution des jauge et un total de moins de **1700 participants** (soit -33,5% par rapport à 2019), Istres Tourisme le Club enregistre tout de même une augmentation de ses recettes d'environ **25%**. Un constat positif au vu de la situation de crise qui sévit en ce moment.

les CHASSES AU TRESOR	
NB Circuits	8
NB d'enfants (SCOLAIRES)	190
NB d'enfants (INDIVIDUELS)	960
TOTAL	1150

Les chasses au trésor sont toujours très appréciées des familles et des scolaires. Toutefois les circuits jeu ont été moins nombreux cet été, notamment en raison d'un mois de juin peu fréquenté et du nombre de groupes (écoles, centres aérés) très en baisse.

NOUVEAU : LES BALADES SONORES, une nouvelle manière de découvrir le patrimoine de la ville !

L'Office de Tourisme propose depuis cet été une visite du centre historique sous forme audio, basée sur la technologie QRCode. Ce circuit, disponible sur simple demande à l'accueil, permet de s'immerger dans un voyage dans le temps, en toute autonomie et uniquement équipé d'un smartphone.

BOUTIQUE La Suite

Nombre de TRANSACTIONS		% 19-20
JUIN	184	-40%
JUIL.	310	22%
AOUT	354	3%
SAISON	848	-4%

Nombre de PRODUITS VENDUS		% 19-20
JUIN	531	-26%
JUIL.	884	42%
AOUT	1108	22%
SAISON	2523	12%

Ces 5 articles représentent à eux seuls près de **17% des ventes**



Les produits vendus parmi ces 5 familles constituent près de **38% des ventes**

Les habitudes d'achat ont indéniablement changé cet été : les clients de la boutique ont tendance à effectuer des achats plus conséquents et les cadeaux souvenirs en fin de séjour de la part des touristes sont en hausse.

En effet, malgré une fréquentation moindre et une forte baisse du nombre de transactions au mois de juin, la boutique enregistre sur la saison une **augmentation du nombre de produits vendus (+12%) et de ses recettes (+22%) par rapport à l'été 2019**. Ce qui engendre naturellement une **hausse du panier moyen (+27%)**.

Top 5 PRODUITS VENDUS*		
1	Savon Natives + boîte	103
2	Bière de Sulauze	92
3	Figurine dinosaure	84
4	Magnet photo carré	84
5	Montre enfant dinosaure	62

Top 5 TYPES DE PRODUITS VENDUS*		
1	DINOSAURES	260
2	SAVONS	256
3	MAGNETS	156
4	BIERES	150
5	TARTINABLES	124

*Hors disques de stationnement

Les statistiques démontrent que **92%** des demandes concernant la boutique engendrent des actes d'achat.

Les NOUVEAUTÉS De l'été	Tabliers sardine & olives
	Tisanes et aromates Esprit Provence
	Confiseries César et Léon
	Plateaux et boîtes en zinc provence
	Magnets divers (cigales, santons, huile d'olive)
	Diffuseurs nomades et huiles essentielles
	Peluches dinosaures grands modèles
	Masques de protection (adultes & enfants)

E-TOURISME

SITE INTERNET

TOUT NOUVEAU, TOUT BEAU !

Le **22 juin 2020**, l'Office de Tourisme lançait son nouveau site Internet. A la suite d'une refonte complète, les internautes découvraient une toute nouvelle interface, charte graphique, fonctionnalités...Cette nouvelle version du site, plus épurée et élégante, est tournée vers l'expérience et le conseil client.

Son adresse URL n'a pas changé : www.istres-tourisme.com. En revanche le site adopte désormais le design « **Mobile First** », qui permet une lecture et un usage optimisés lors des consultations via les smartphones.

De plus il dispose d'une fonctionnalité de **réservation en ligne**, qui permet aux usagers de s'inscrire directement via le site, notamment pour l'offre de loisirs d'Istres Tourisme le Club (plus de 600 personnes se sont inscrites par ce biais cet été, pour un total de 300 transactions).

A venir : la commande en ligne des **produits boutique**.

FREQUENTATION SAISON 2020	
Sessions	48 941
Utilisateurs	36 009
Pages vues	126 211
Documents téléchargés	4 470

La crise sanitaire est indirectement à l'origine d'une baisse de fréquentation web sur les pages habituellement les plus consultées, notamment les grandes manifestations et les festivités istréennes en général.
En revanche on constate un **taux de rebond largement inférieur** aux années précédentes et un **temps de visite plus long** sur le site.

Top PROVENANCE	NB Page vues
1) BOUCHES-DU-RHONE (Istres, Marseille, Martigues, Salon)	49 245
2) ILE DE FRANCE	16 708
3) RHONE-ALPES	10 898
4) HERAULT	2 383

Top THEMES des pages visitées	%
DINOSAUR'ISTRES	11%
AGENDA / MANIFESTATIONS	10%
LES PLAGES	7,9%
RESERVATION EN LIGNE	5%

RESEAUX SOCIAUX

FACEBOOK – état au 31 août 2020	
Nombre de "J'aime"	9125
Evolution des fans	426
Taux d'engagement	8,32%
Portée total des publications	1 022 748
Utilisateurs engagés	56 466

La page Facebook a gagné **426 fans supplémentaires** depuis le 31 mai 2020.

Elle enregistre une augmentation de **43%** sur la portée des publications avec **plus d'1 millions de personnes touchées** et **plus de 55 000 utilisateurs** ayant interagi avec la page cet été.

INSTAGRAM – état au 31 août 2020	
Nombre de followers	2296

Le compte Instagram enregistre **230 followers supplémentaires** depuis le 31 mai 2020

CAMPAGNE ENVIE D'ISTRES



Suite à la crise sanitaire, l'Office de Tourisme d'Istres a présenté un plan de relance de la destination basé sur les codes du territoire : une ville de Provence, entre littoral et arrière pays hors des sentiers battus.

Cette campagne multi-canal (affichages, médias, digital) comprend **deux volets** : un premier pour le grand public et un autre pour les prestataires touristiques.

Des visuels : affiches décos, entrée de ville , des arrières de bus et des cartes postales.

- **ENVIE DE PRENDRE LE TEMPS** : représentant les terrasses, le partage et la convivialité.
- **ENVIE DE BEAU TEMPS** : pour le littoral, les plages et les activités nautiques
- **ENVIE DE REMONTER LE TEMPS** : pour le parc Dinosaur'Istres
- **ENVIE D'ARRETER LE TEMPS** : pour les sentiers de randonnée, les points de vue et paysages inspirants.

ISTRESTOURISME#EnviedIstres :

Un nouveau site internet. Ces quatre déclinaisons sont intégrées dans le nouveau site internet de Destination et sont orientées vers l'expérience et le conseil client.

ISTRESTOURISME#EnviedIstres :

Une web-série - par Travel Me Happy (blogueur suivi par plus de 85 000 personnes). Une web-série de 6 épisodes a été lancée fin juin pour présenter via des experts de notre destination des idées de balade, de lieux, de sorties, en somme des envies...



#EnviedIstres :

Le Kit «Prestataires du territoire» Pour relayer le message, l'Office de Tourisme offre aux prestataires du tourisme Istréens un kit de communication comprenant des visuels, des cartes postales , la web-série, des capsules vidéos: plus de 30 films capsules valorisant les professionnels du tourisme (hébergements, loisirs, campings, hôtels, restaurants)



QU'EN DISENT LES PROS ?

UN BILAN GLOBAL POSITIF POUR LES PROFESSIONNELS DU TOURISME

En ces temps troublés par la crise sanitaire, l'Office de Tourisme a sollicité des hébergeurs professionnels, des restaurateurs et des prestataires de loisirs afin de connaître leurs conclusions concernant cette saison estivale 2020.

Cette enquête était axée sur les retombées économiques et autres impacts potentiels de la crise sur les activités des professionnels.

PRESTATAIRES

Les prestataires de loisirs dans l'ensemble obtiennent de bons résultats en termes de fréquentation et d'économie, avec même une hausse par rapport à 2019 pour certains d'entre eux.

HERBERGEMENTS

Les hébergeurs istréens annoncent une bonne saison dans l'ensemble, ce qui a constitué pour eux une agréable surprise au vu de la tournure de la situation et des pronostics établis aux mois de mai et juin.

Le mois de juin est en baisse, parfois forte, mais les mois de juillet et août viennent compenser cette perte de clientèle et les professionnels constatent même une **hausse du taux d'occupation au mois d'août** par rapport à 2019. Ce taux d'occupation sur les **3 mois d'été** subit quant à lui une baisse d'un peu moins de **10%**.

La clientèle a évolué cette année : la part d'étrangers est moins importante, à l'image de la fréquentation touristique globale. Les hôteliers rapportent également de nombreuses réservations de dernière minute.

RESTAURANTS

Les restaurateurs de la ville annoncent eux aussi une bonne saison. On constate toutefois une disparité dans la fréquentation des établissements selon leur zone d'implantation. A ce titre on notera que les restaurateurs de la **zone du centre-ville** font une **très bonne saison**, de même que ceux de la **zone portuaire**. En revanche les restaurants situés en dehors de ces zones plus touristiques (dans les **zones commerciales et industrielles** notamment) enregistrent une **baisse parfois conséquente** de leur clientèle. Cela s'explique certainement par la typologie de la clientèle, plutôt d'affaires dans ces zones.



**Données renseignées par les professionnels ayant répondu à l'enquête de l'Office de Tourisme.
Ces informations ne sont pas exhaustives.*

