

BILAN TOURISTIQUE À MI PARCOURS

Analyse réalisée par l'Office de tourisme pour COTELUB

Tendances générales

National : Un bilan en demi-teinte à la fin août (Source : Europe 1 – 01/09/18)

Régional : Une forte fréquentation des clientèle internationales dope le tourisme dans la région (Source : CRT Sud PACA – 10/09/18)

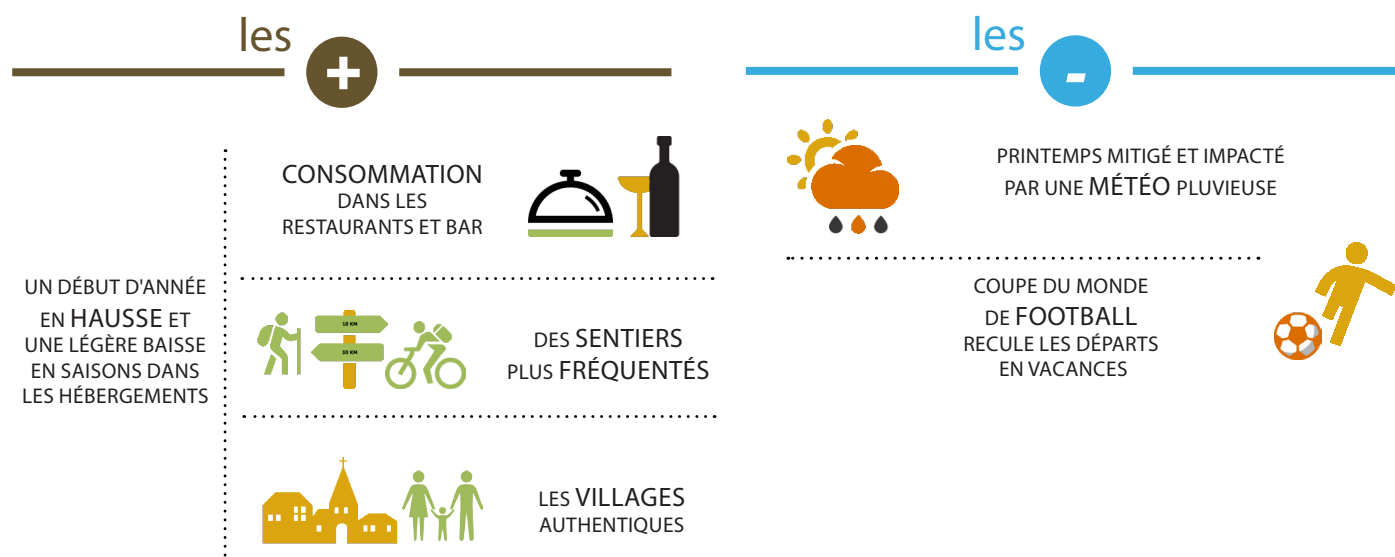
Départemental : Le Vaucluse, en tête des réservations sur Airbnb avec 300 000 arrivées (hors Paris) (Source : France Bleu Vaucluse)

Luberon : 30 % des nuitées en Vaucluse concernent le Luberon (dont Gordes) (Source : Baromètre de conjoncture de Vaucluse Provence Attractivité)

Notre analyse se base sur des données issues de l'enquête régionale 2011, le baromètre de Vaucluse Provence Attractivité, la taxe de séjour rescencée par COTELUB, les statistiques du site Internet ou des accueils touristiques de l'Office de tourisme.

Nous avons également réalisé un sondage en interne. Malheureusement, nous constatons le manque de retour suffisant des acteurs locaux pour réaliser une analyse fine sur notre territoire.

En bref



Les tendances locales qui confirment un bilan en demi-teinte

(sondage Office de tourisme : 67 répondants)

Une baisse générale sur l'ensemble de la saison, qui pourrait s'expliquer par la météo pluvieuse au printemps mais aussi la Coupe du Monde de football qui a fait reculer les départs en vacances et marquer des pauses nettes lors des heures de diffusion des matchs.

Mais effet positif de cet événement chez les bars/restaurants qui ont vu leur fréquentation augmenter Baisse d'autant plus visible chez les hébergeurs : 24 hébergeurs (sur 27) ayant répondu au sondage notent une baisse de leur fréquentation. A cela s'ajoute une durée moyenne de nuitées courte (11 hébergeurs situent entre 5 nuitées et moins).

Certains commerçants ont fait remarquer que malgré une baisse de leur fréquentation, leur consommation est restée stable voire en hausse : les touristes étant moins nombreux, ils prennent plus de temps dans les boutiques. Sur les 23 réponses (hors hébergement), le panier moyen s'élève à : 32€.

PARTIE 1 - FOCUS SUR L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE DE COTELUB

(Source : la plateforme de la taxe de séjour - COTELUB - maj 23/10/18)

Nombre de nuitées payantes déclarées sur les 16 communes :

137 907 nuitées touristiques de janvier à fin août 2018

Contre 132 643 en 2017 pour la même période soit une légère augmentation de plus de 3%.

Année 2017		Année 2018 (en cours)		
Mois	Nuitées	Mois	Nuitées	%
Janvier	1 355	Janvier	1 904	41%
Février	1 390	Février	1 762	27 %
Mars	1 356	Mars	2 652	96 %
Avril	8 811	Avril	8 127	-8 %
Mai	12 987	Mai	16 753	29 %
Juin	22 224	Juin	21 655	-3 %
Juillet	39 146	Juillet	38 188	-2 %
Août	45 374	Août	46 866	3 %
Septembre	14 984			
Octobre	3 920			
Novembre	1 421			
Décembre	2 291			

Retombées économiques directes pour COTELUB (2018)

*Chiffres clés issues de l'enquête régionale (année 2011)

En moyenne, un touriste présent dans le Luberon dépenserait près de 60 € par jour et par personne*.

- 17 € affectés à l'hébergement
- 20 € pour la nourriture
- 8 € pour les loisirs
- 7 € pour les achats
- 8 € pour les transports

Sur les 137 907 nuitées marchandes, les retombées touristiques sur COTELUB représentent :

2,3 € millions liés à l'hébergement marchand

2,8 € millions liés à la nourriture

3,1 € millions pour les autres dépenses

soit **8,3 millions d'€** de retombées directes

Retombées économiques indirectes pour COTELUB (2018)

Hébergement non-marchand (résidence principale ou secondaire de parents/amis plus particulièrement) :

En moyenne, un touriste chez des amis/famille/résidence 2aire dans le Luberon dépenserait près de 36 € par jour et par personne*.

60 % des touristes séjournent en hébergement non-marchand* :

220 651 nuitées non marchandes

soit **7,9 millions d'€** de retombées indirectes

Globalement

Retombées économiques issues de l'hébergement marchand 2018 : 8,2 M d'€

Retombées économiques issues de l'hébergement non-marchand 2018 : 7.9 M d'€

Total de l'économie touristique sur COTELUB 2018 : 16,1 € d'€

Recette COTELUB issue de la Taxe de séjour (en 2017): 93 673 €

Budget global de l'Office de tourisme (OT) (en 2017): 335 000 €

Subvention allouée par COTELUB à l'OT (en 2017) : 286 200 €

Si l'on compare la subvention allouée à l'hébergement marchand, cette subvention représente :

3 %

PARTIE 2 - FOCUS SUR LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

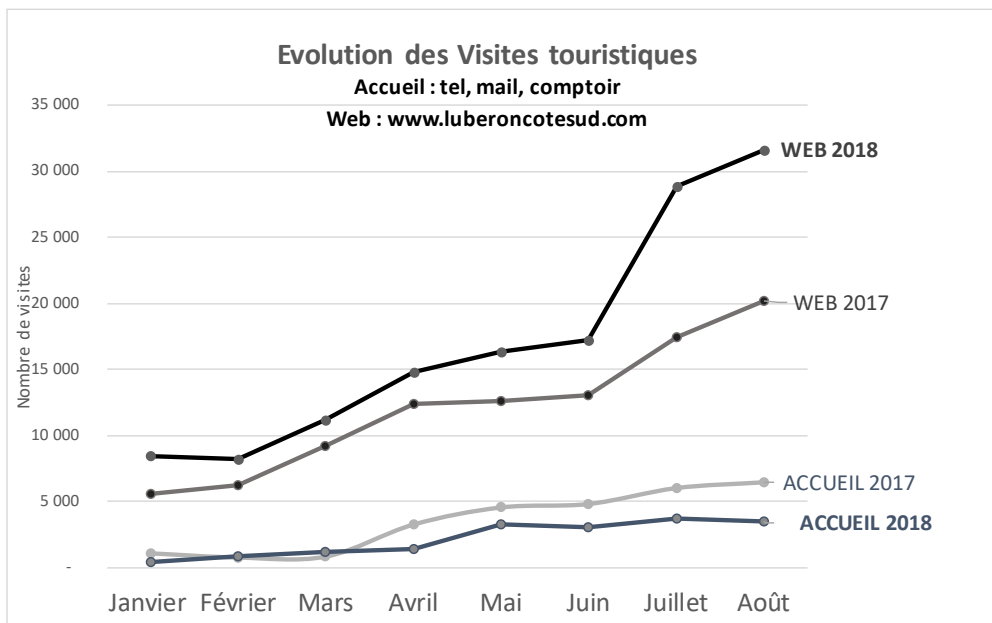
144 331 visiteurs ont été renseignés grâce au travail de l'Office de tourisme

L'équipe de l'Office de tourisme travaille au quotidien à mettre à jour les informations, à faire connaître nos villages et notre territoire sur Internet (référencement, rédaction de contenus...). Une équipe d'experts de la destination pour mieux la promouvoir sur tous les réseaux (web, Facebook, youtube...).

La fréquentation du site touristique du territoire est exponentielle. Au total : 126 751 visites depuis janvier (+31 % / 2017).

Les prises de contacts à l'accueil sont de 17 580 visites depuis janvier qui peut s'expliquer par la suppression d'un poste d'accueil en 2018.

L'Office de tourisme est de plus en plus sur le terrain : dans les marchés, dans les campings, les événements. Le but est d'aller directement à l'encontre des visiteurs.



Fréquentation sur le site www.luberoncotesud.com

126 751 VISITES SUR LE WEB DEPUIS JANVIER

Provenance de nos internautes

-  1 - Belgique
-  2 - USA
-  3 - Allemagne
-  4 - Suisse
-  5 - Royaume Uni

Type de supports sur lequel il est consulté

Téléphones	72 248 visites	57 %
Tablettes	13 943 visites	11 %
Ordinateurs	40 560 visites	32 %

Principales recherches

- L'agenda (festivités, animations, événements)
- Horaires de bus
- Les randonnées pédestres
- Les points d'eau et lieux de baignades
- Les villages
- etc...



Fréquentation dans les accueils

17 580 VISITES A L'ACCUEIL DEPUIS JANVIER

Provenance de nos visiteurs

-  1 - Allemagne
-  2 - Belgique
-  3 - Royaume Uni
-  4 - Pays Bas

Modes de contact à l'accueil

Comptoir	13 712 visites	78 %
Mail	2 110 visites	12 %
Téléphone	1 582 visites	9 %
Facebook	176 visites	1 %

Principales recherches

- Les randonnées pédestres, à vélo et de plus en plus en VTT
- (balades de 2 à 4 h)
- Les points d'eau et les activités aquatiques
- Activités en familles (possibles en poussette)
- Les lieux de tournages des films
- Les informations pratiques : bus, toilettes, tri, associations, adresses
- Liste des associations...

Les principales régions françaises dans les accueils

1- Provence-Alpes-Côte d'Azur	51%
2 - Hauts de Seine	25%
3 - Auvergne Rhône Alpes	8%

Les principales régions françaises sur le terrain (source : Flux vision tourisme)

1- Hauts de Seine
2- Nord
3- Auvergne Rhône Alpes

Répartition de la clientèle française et étrangère

Villages	% Français	% Étrangers
Accueil Cucuron	68%	32%
Accueil La Tour d'Aigues	85%	15%
Accueil Cadenet	82%	18%
Moyenne	78 %	22 %

Nous accueillons en moyenne 22 % d'étrangers dans les accueils (et seulement 10 % sur le site internet) alors qu'ils représentent dans le Luberon 48 % de la clientèle touristique (d'après les données de Vaucluse Provence Attractivité).

Notre préconisation :

Des efforts sont à maintenir dans les accueils et sur le site Internet pour renforcer notre communication auprès de la clientèle du nord et auprès de la clientèle étrangère (campagnes de newsletter ciblée, traduction).

Remarques diverses

- La boutique de Cucuron se démarque dans la vente de produits (carte IGN, Cartes postales, chasse au trésor...).
- L'accueil de la Tour d'Aigues continue à se confondre avec celui du château.
- Les demandes à Cadenet portent de plus en plus sur des compétences de COTELUB (tri, ordures ménagères, inscription à la crèches...), qui ne relèvent pas de l'activité touristique

Nos préconisations pour un accueil de qualité :

Concernant l'Office de tourisme :

- Concentrer nos moyens dans un unique accueil, véritable vitrine de notre territoire (voir encadré ci dessous)
- Maintenir notre présence dans les marchés et nos liens avec les relais tourisme ("Accueil Hors les murs")
- Continuer les actions visant à rendre l'habitant, le premier ambassadeur de son territoire.
- Investir dans des outils numériques (réservation en ligne, bornes connectées, wifi)

Concernant les Communes :

- Veiller à la propreté des rues, des toilettes publiques
- Maintenir le stationnement gratuit
- Impliquer l'Office de tourisme dans les accueils des nouveaux arrivants
- Utiliser le contenu de l'Office de tourisme pour diffuser les actualités touristiques (sur vos sites internet, newsletters, vos accueils, ...)

Repensons la scénographie pour un accueil touristique plus dynamique et innovant

Plus qu'un espace d'information, l'accueil touristique doit devenir un lieu de visite incontournable par son originalité, par ses (nouveaux) services et par sa mise en scène ludique et pédagogique accessible à tous.

Un cahier des charges est prévu pour cette fin d'année afin de mener une étude plus précise (services, équipements, budget...) et présenter courant 2019 un dossier de demande de subvention auprès des instances touristiques.

PARTIE 3 - FOCUS SUR LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS TOURISTIQUES

Afin de mettre en relation plus facilement nos visiteurs avec les propositions des acteurs locaux, nous avons travaillé sur un programme de sorties (ou d'expériences) qui s'appuie sur 6 thématiques en plein développement sur notre territoire : la nature, les activités de plein air, le bien-être, la culture, la gourmandise et le vin.



**60 produits touristiques
+ 1 séjour touristique
conçus par l'Office de tourisme**

Depuis juillet 2018, l'Office de tourisme est officiellement qualifié en tant qu'agent de voyage pour la vente de produits, de services et de séjours touristiques. (Numéro d'immatriculation IM084180007).

De janvier à fin août, l'Office de tourisme est à l'origine de plus de 60 produits touristiques qui ont satisfait plus de 629 participants (pour un total de recettes d'environ 2 800 €).

- 50 visites guidées (5 €/pers.) pour un total de 319 participants
- 6 piques niques paysan (8/10 €/pers.) : 37 participants
- 3 sorties natures (10€/pers.) : 23 participants
- 2 marches populaires (2€/pers.) : 75 participants
- 3 ateliers culinaires (6€/pers.) : 30 participants
- 2 soirées « sous les étoiles » (5 €/pers.) : 145 participants
- 1 week-end géologique: 12 participants

**+ 60 prestations commerciales d'acteurs locaux
promues par l'Office de tourisme**

(restaurants, accompagnateurs, professionnels d'activités de loisirs ou de détente, caves, artisans...).

Notre démarche :

- Miser sur les expériences
- Passer à la vente en ligne
- Valoriser notre identité et nos engagements à travers le projet des Clés du Lub'
- Concevoir, accompagner et promouvoir les produits touristiques de l'Office de tourisme et de ses partenaires

Nos visiteurs viennent pour le repos et la quiétude des lieux.

Notre équipe travaille avec les partenaires volontaires à la conception « d'expériences » ou de « moments magiques » à vivre. La consommation touristique passe alors dans la rencontre avec un producteur local, par la découverte de la cuisine provençale, par la dégustation de vins du Luberon.

Un travail important reste à réaliser dans l'animation pour faire des lieux patrimoniaux ou culturels, des visites ludiques et originales pour le grand public. En parallèle, la randonnée accompagnée ou les « marches populaires » peuvent également contribuer directement à des retombées économiques pour le territoire.

PARTIE 4 - FOCUS SUR LES SERVICES AUX HÉBERGEURS

Savoir s'adapter est une qualité essentielle pour les Offices de tourisme.

Les adhérents témoignent:

Il y a les mécontents ...

« L'adhésion à l'office du tourisme ne m'a rien amené j'ai travaillé avec Airbnb ! »

« Ma clientèle ne vient malheureusement pas de la location par l'intermédiaire de l'office du tourisme »

« Aucune réservation n'a été faite sur 2 ans via votre site internet ».

...et ceux qui attendent autre chose de l'Office de tourisme.

« Je m'implique avec l'Office de tourisme pour le développement touristique du territoire »

« L'Office de tourisme me permet de mieux connaître les actualités du territoire et mieux conseiller mes hôtes »

« J'ai pu, grâce aux services de l'Office de tourisme faire classer mon meublé de tourisme ».

Notre démarche :

Face aux nouveaux modes de comportement de réservation des touristes et face aux retours et attentes des hébergeurs, l'Office de tourisme modifie pour l'année 2019 ses services vis-à-vis des hébergeurs

- **Aucun guide de l'hébergement ne sera réalisé**, des listes (exhaustives) seront imprimées à la demande
- Pour tous les hébergeurs déclarés et qui perçoivent la taxe de séjour pour le compte de la collectivité, **il sera possible de détenir gratuitement une fiche descriptive sur le site www.luberoncotesud.com**
- L'Office de tourisme reste un facilitateur pour l'internaute dans la réservation et le paiement en ligne. **Il sera envisagé de commissionner les réservations en ligne ou bien de supprimer les liens redirigeant vers les plateformes de réservation (type Booking ou Airbnb)**
- L'Office de tourisme continuera de proposer les visites de classement pour les hébergeurs qui en font la demande et restera **un relais local pour les hébergeurs souhaitant entrer dans une démarche de qualité** (marque parc, accueil vélo, ...)
- Bientôt en charge de la gestion et de l'animation de la taxe de séjour, l'Office de tourisme aura un **rôle d'observateur sur les données statistiques** liées à l'hébergement et aux nuitées touristiques sur le territoire.

L'Office de tourisme accompagne les partenaires dans leur visibilité et leur qualité

L'Office de tourisme accompagne le réseaux d'acteurs touristiques dans le développement de leur performance à travers plusieurs rendez-vous.

Les ateliers numériques 2018 de l'office

Jeu 11 octobre de 10h à 13h : « Penser et organiser son site web pour améliorer ma visibilité et vendre en ligne »

Jeu 18 octobre de 10h à 13h : « Mon image pour séduire » Apprendre à faire des photos efficaces et les utiliser sur Canva

Jeu 8 novembre de 10h à 13h : « Ma page Facebook pour fidéliser et Instagram pour faire rêver »

Jeu 13 décembre de 10h à 13h : « Utiliser le contenu de Luberon Côté Sud sur mon site Internet (Formulaire de brochures, Agenda à la semaine, carte etc... »

Ouvert à tous les partenaires de l'Offices de tourisme, à toutes les mairies de Cotelub, aux associations culturelles...

Contact : Sylvie HUYNH – sylvie@luberoncotesud.com - 09 72 66 57 09

Les « Petits Dejs' de l'Office » sur les thématiques suivantes :

29 octobre : Bilan et perspectives des Clés du Lub'

Novembre : Construire une offre Mariage pour promouvoir une destination romantique

Les permanences d'information pour tous les hébergeurs touristiques de COTELUB.

Lundi 15 octobre entre 17h et 19h au point infos de La Tour-d'Aigues

Mercredi 24 octobre entre 9h30 et 12h30 à l'Office de Tourisme de Cucuron

Lundi 5 novembre entre 17h et 19h au point infos de Cadenet

Vendredi 9 novembre entre 14h et 17h à l'Office de Tourisme de Cucuron

Mardi 27 novembre entre 9h30 et 12h30 au point infos de La Tour-d'Aigues

Mardi 4 décembre entre 17h et 19h à l'Office de Tourisme de Cucuron

Vendredi 14 décembre entre 14h et 17h au point infos de La Tour-d'Aigues

Lundi 17 décembre entre 9h30 et 12h30 au point infos de Cadenet

Contact : Marine ALAIN – marine@luberoncotesud.com - 09 72 66 57 10

Extrait de l'article publié le 01-09-2018 sur Europe 1.fr qui résume très bien la tendance touristique nationale. Bilan en demi-teinte à fin août.

LE PIC TOURISTIQUE
CETTE ANNÉE S'EST
CONCENTRÉ SUR

14 jours

Paris et la Côte d'Azur tirent leur épingle du jeu, grâce à la fréquentation étrangère. Dans le même temps, les Français n'ont jamais été aussi nombreux à partir à l'étranger.

Le chiffre d'affaires des professionnels du tourisme est en augmentation de 3% pour cette saison, grâce à l'Île-de-France et la Côte-d'Azur qui ont tiré les moyennes vers le haut (+7%).

Dans les autres régions, le constat est moins favorable, avec certaines destinations en net recul comme la côte atlantique.

Plusieurs explications : le souvenir d'une mauvaise météo l'an passé, un effet Coupe du monde qui a décalé une partie des départs, et une forte progression des séjours à l'étranger. Le nombre de vacanciers français à l'étranger a bondi de 12% par rapport à l'année dernière.

Le pic touristique cette année s'est concentré sur 14 jours, entre le 4 et le 18 août.

Le mois de juillet a été médiocre sur 80% du territoire national. Les Français ont attendu, pour beaucoup, leur salaire de juillet avant de partir et de se préoccuper des vacances.

Ils sont tous partis au mois d'août, avec une hyper concentration. C'est trop faible pour faire une excellente saison touristique.

(...) Une fois de plus, une saison ne se qualifie plus au regard de la seule fréquentation de l'été. Elle doit prendre en compte les résultats de l'avant-saison, de la fin de l'été (septembre), voire même de l'arrière-saison, certaines destinations jouant les prolongations, particulièrement lorsque les conditions météorologiques sont favorables, comme cela a été le cas cette année.

Les perspectives de fréquentation de l'arrière-saison 2018 sembleraient encourageantes ...

Le Vaucluse, département en tête des réservations sur Airbnb cet été



Mercredi 5 septembre 2018 à 8:59 Par Thomas Schonheere, France Bleu Vaucluse et France Bleu

Le Vaucluse est en tête du classement des départements qui ont enregistré le plus de réservations sur Airbnb cet été.

C'est un record : 60 millions de réservations ont été faites sur la plateforme Airbnb cet été, six millions rien qu'en France. Si Paris arrive première des villes qui enregistrent le plus de nuitées, le Vaucluse arrive en tête des départements.

"Nous avons eu cet été 300.000 arrivées dans le Vaucluse, c'est une augmentation de 25% à 30% par rapport à l'année dernière", explique Emmanuel Marill, le patron d'Airbnb en France, en direct ce mercredi matin sur France Bleu Vaucluse.

Selon Emmanuel Marill, si Avignon a logiquement marqué des points avec le Festival, *les voyageurs réservent également de plus en plus en zone rurale, notamment dans le Luberon.*

Pas de concurrence déloyale selon le patron d'Airbnb.

Les hôteliers accusent régulièrement la plateforme internet de concurrence déloyale. "Nous voulons que les mêmes règles soient appliquées à tout le monde, explique Patrice Mounier, le président de l'Umih 84, l'Union des Métiers et des Industries de



Le directeur général d'Airbnb France était ce mercredi dans France Bleu Vaucluse Matin.

l'Hôtellerie du Vaucluse. Un hôtelier récolte la taxe de séjour et la transmet à la mairie, un hôtelier paye de la TVA aux finances publiques."

Mais pour Emmanuel Marill, Airbnb ne fait pas perdre de clients aux hôteliers : *"L'année 2018 sera un cru exceptionnel pour l'hôtellerie française et même dans des zones où Airbnb est très présente. Je ne pense pas qu'il y ait concurrence mais complémentarité."*



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MARSEILLE, LE 10 SEPTEMBRE 2018

LA FORTE FRÉQUENTATION DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES DOPE LE TOURISME DANS LA RÉGION

Avec près de 5,2 millions d'arrivées et plus de 10,1 millions de nuitées enregistrées dans l'hôtellerie, **la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur signe le meilleur niveau de fréquentation touristique jamais enregistré depuis 10 ans au cours du 1^{er} semestre 2018 (+74 000 nuitées par rapport au 1^{er} semestre 2017).**

Ces performances sont notamment portées par **l'accentuation de la poussée des clientèles internationales** qui, après le fort rebond de 2017, confirme l'attractivité de la région et récompense les efforts déployés par le Comité Régional de Tourisme et ses partenaires pour inscrire les 3 destinations Monde Provence, Alpes et Côte d'Azur dans la compétition internationale.

Dans cette bonne lancée, **l'été 2018 semble d'ores et déjà satisfaisant**, tout comme les mois de septembre et d'octobre qui s'annoncent à la hausse. De quoi **impacter sensiblement les retombées économiques et l'emploi dans la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur qui reste une destination prisée, à l'offre particulièrement variée.**