

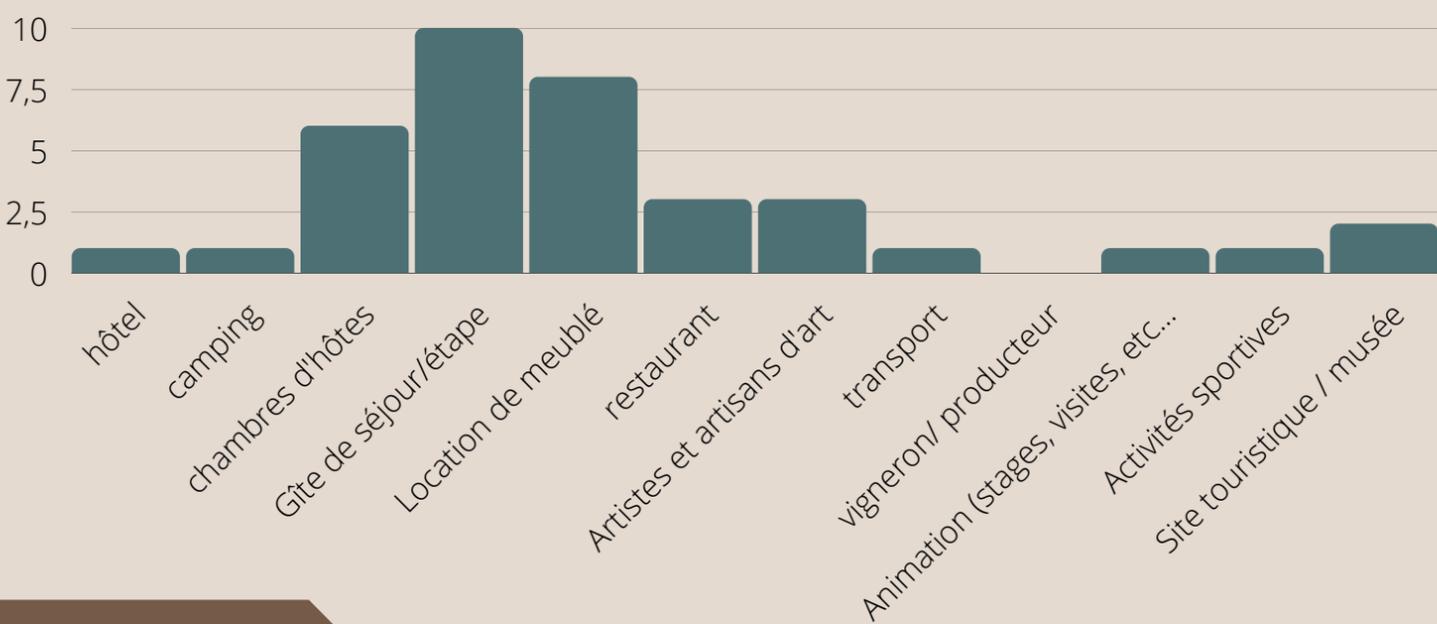
ENQUÊTE DE CONJONCTURE 2020

VALLÉE DE LA DRÔME - SEPTEMBRE OCTOBRE

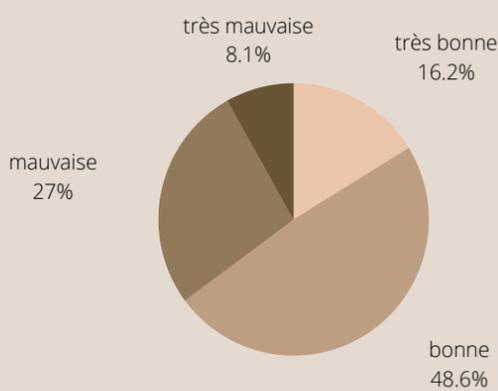


Eléments méthodologiques : Tendances obtenues à partir d'une enquête en ligne auprès des prestataires des offices de Tourisme de la Vallée de la Drôme.

37 professionnels répondants.



Septembre



57%
Des professionnels répondants indiquent ne pas avoir subi de perte de CA en septembre par rapport à 2019

Pour 64% des professionnels répondants la fréquentation de septembre a été bonne voire très bonne, pour 27% mauvaise et pour 8% très mauvaise



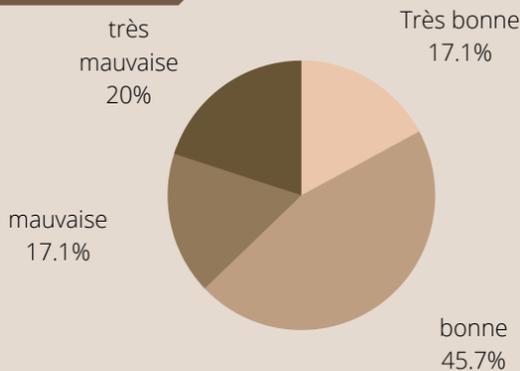
SELON L'ENQUÊTE LES 3 PRINCIPALES RÉGIONS PRÉSENTES EN SEPTEMBRE SONT :



SELON L'ENQUÊTE LES 3 PRINCIPAUX PAYS (HORS FRANCE) PRÉSENTS EN SEPTEMBRE DANS VOS ÉTABLISSEMENTS SONT :



Octobre



42%
Des professionnels répondants indiquent ne pas avoir subi de perte de CA en octobre par rapport à 2019

Pour 62% des professionnels répondants la fréquentation d'octobre a été bonne voire très bonne, pour 20% mauvaise et pour 17% très mauvaise.



SELON L'ENQUÊTE LES 3 PRINCIPALES RÉGIONS PRÉSENTES EN OCTOBRE SONT :



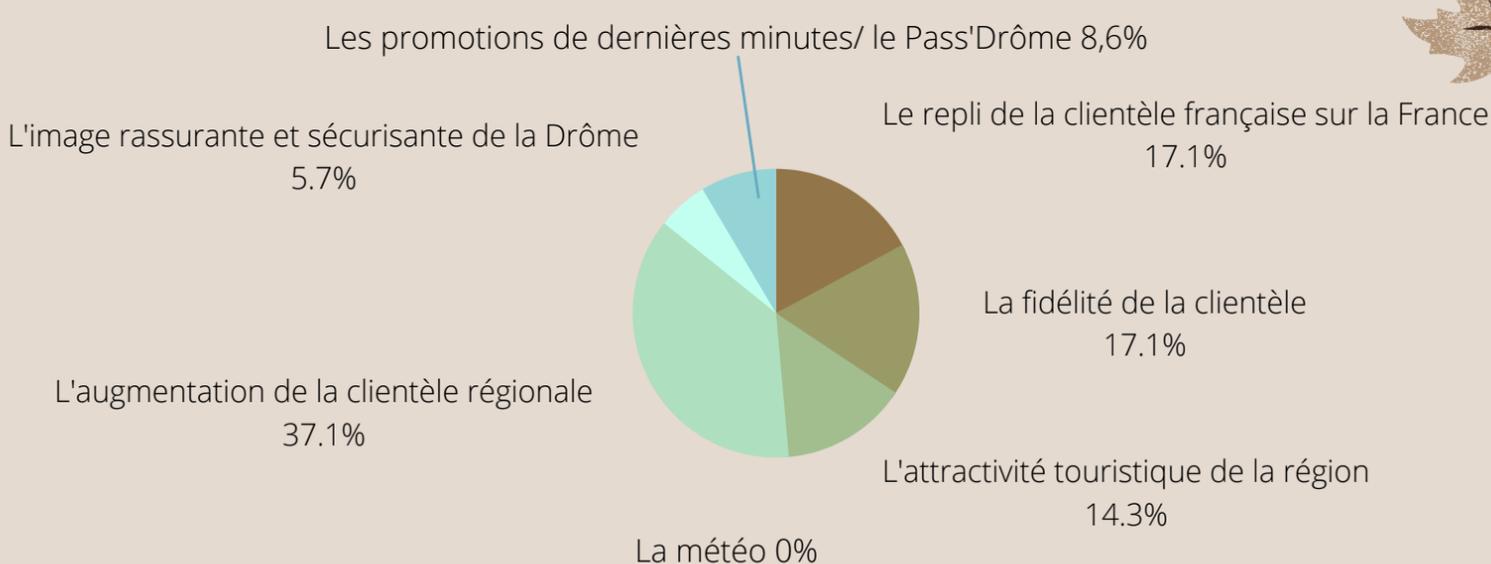
SELON L'ENQUÊTE LES 3 PRINCIPAUX PAYS (HORS FRANCE) PRÉSENTS EN OCTOBRE DANS VOS ÉTABLISSEMENTS SONT :



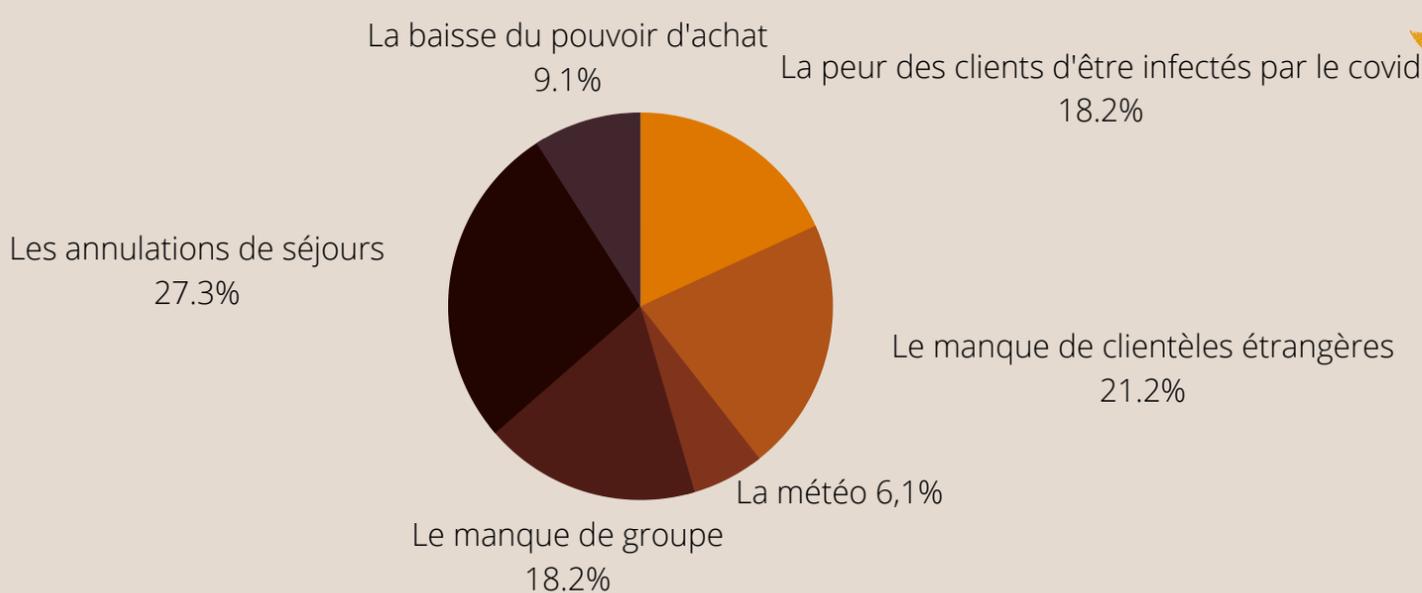


COMPORTEMENTS ET SATISFACTION

Selon les répondants, les principaux facteurs à l'origine des aspects positifs de cet automne



Selon les répondants, les principaux facteurs à l'origine des aspects négatifs de cet automne



Pour la majorité des répondants le manque de visibilité ne permet pas encore d'envisager des changements pour 2021, pour certains la réorganisation envisagée serait :

Une sélection de la clientèle "nature-sport - outdoor"

Une ouverture plus tardive au printemps

Une diversification des activités

Un ciblage sur la clientèle individuelle, moins de souplesse dans les conditions d'annulation des groupes



Les remarques des répondants concernant les évolutions dans les demandes et/ou les comportements des clientèles:

Beaucoup d'annulation de groupe en octobre

Les petits groupes familiaux et d'amis ont encore de l'avenir, et notre département à les atouts qu'il faut pour cela

Réservations à la dernière minute pour les individuels

une clientèle toujours plus exigeante, il faut savoir être disponible et réactif

la clientèle la plus importante, non captive, vient randonner essentiellement à la journée car le tourisme vert "c'est gratuit"!

Autres remarques

- Poursuivre des promotions comme le passDrôme
- Après le déconfinement, il y aura beaucoup de demandes de séjours de courte durée. Il serait judicieux de fournir un effort particulier pour capter la clientèle des régions limitrophes (au plus proche, au mieux)
- Mettre en place des formations numériques
- Renforcer, reprendre le rôle prescripteur qualitatif des OT face aux plateformes.
- Promotion de la Drôme comme un département varié pour des vacances réussies et mise en place de planning partagés sur petite zone
- Développer un tourisme conscient des valeurs
- Questionnement sur les aides financières mises en place