



**OBSERVATOIRE**

**FRÉQUENTATION SUR GAP TALLARD DURANCE**

**Données FLUX VISION TOURISME**

Bornage des téléphones portables ; connaissance de l'origine des visiteurs par le lieu où a été achetée la carte SIM

**NUITÉES**

**JANVIER 2025**

Nuitées FR 05 : 54 770	01/2024 : 66 840
Nuitées FR Hors 05 : 54 260	01/2024 : 71 870
Nuitées ET : 28 280	01/2024 : 28 660

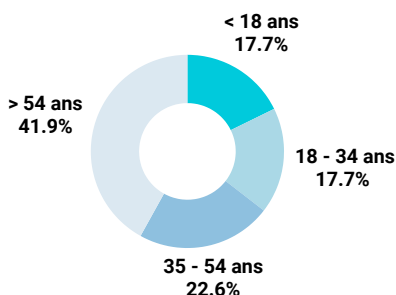
**EXCURSIONNISTES**

**JANVIER 2025**

Excursionnistes FR 05 : 71 370	01/2024 : 78 310
Excursionnistes FR Hors 05 : 183 750	01/2024 : 249 440
Excursionnistes étrangers : 37 210	01/2024 : 35 960

**TYPOLOGIE CLIENTÈLES**

**Moyennes d'âge**



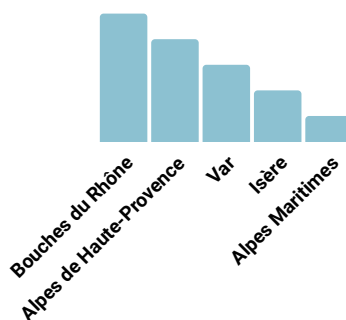
**Origines**

Internationaux : 21%  
Essentiellement du 19 au 26/01 - Rallye de Monté Carlo

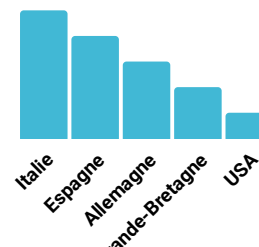


Français : 79%

**Origines françaises (Hors 05)**

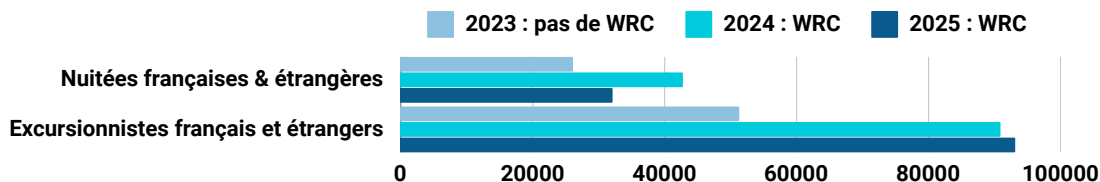


**Origines internationales**



Hors Pologne et Algérie

**Comparatif sur Gap Tallard Durance / Mêmes périodes 2023/2024 & 2025 avec ou sans WRC**



Données FLUX VISION TOURISME : sont pris en compte dans les nuitées : les "touristes" : toute personne présente entre 00H00 et 06H00 plus de 2H + les "habituellement présents" : toute personne qui n'est pas résidente de la zone d'étude mais qui a été vue sur cette zone plus de 4 fois sur des semaines différentes au cours des 8 dernières semaines - Les excursionnistes : toute personne ne réalisant pas de nuitées la veille et le soir du jour étudié sur la zone d'observation et présente plus de 2 heures entre 6h et 0h00, moins de 5 fois en journée sur les 15 derniers jours



**Clientèles reçues aux 2 bureaux d'informations touristiques**

**3 995 Visiteurs**

(Aux compteurs des 2 offices : + 33 % 2024)

**678 Contacts**

(ou demandes touristiques comptoir & tel.)



**760 Appels**

(- 20 % / 2024)

**HOTSPOT WIFI déployé par l'Office de Tourisme**



**300 Connexions** (+15%/2024)

**Origines des connexions**

France : 85 % - Italie : 11 % - USA : 1 % - Grande-Bretagne : 1 % - Turquie : 1 % - Autres : 1 %

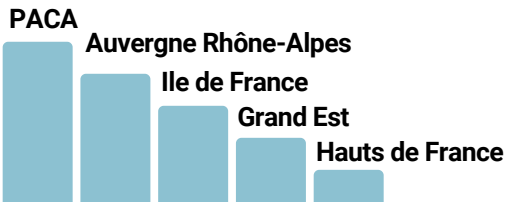


**L'Office de Tourisme  
HORS LES MURS**

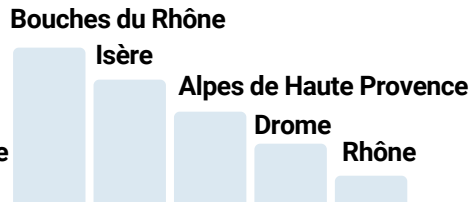
A l'occasion du Rallye de Monté-Carlo, l'Office de Tourisme accueillait les visiteurs sur la FAN ZONE à Gap. Ce sont environ 1 800 personnes qui ont été renseignées sur 5 jours de présence et 265 goodies achetés



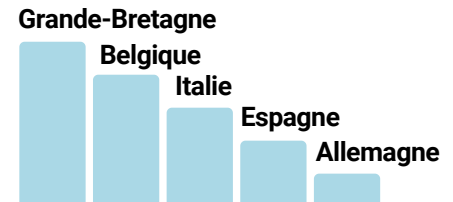
## Top 5 régions françaises reçues



## Top 5 départements (Hors 05)



## Top 5 nationalités reçues



## Documentations & recherches des clientèles

218

Documentations  
téléchargées  
sur le site Internet

TOP 5 des documentations  
les plus  
TÉLÉCHARGÉES  
sur le site Internet  
de l'Office de Tourisme

- 1 Carnet Rando
- 2 Carnet VTT
- 3 Carnet Gravel
- 4 Carnet Raquettes
- 5 Plan de Gap

278

Documentations  
lues  
sur le site Internet

TOP 5 des documentations  
les plus  
LUES  
sur le site Internet  
de l'Office de Tourisme

- 1 Carnet VTT
- 2 Carnet de Raquettes
- 3 Carnet Randos
- 4 Carnet Gravel
- 5 Guide des transports  
de l'Agglo

Attentes des clientèles  
enregistrées aux 2 Bureaux  
d'informations touristiques

### Demandes touristiques

- Animations, programme WRC
- Billetterie & boutique
- Plans de villes et cartes  
touristiques
- Transports
- Commerces & services (*dont  
marchés, centres de bien-être, WC  
publics, soins médicaux,  
différentes agences, garages...*)

Recherches des clientèles  
sur le site Internet  
de l'Office de Tourisme



2 400 Utilisateurs  
3 160 Sessions  
8 100 Pages vues

- 1 Agenda
- 2 Domaine de Charance
- 3 Patrimoine
- 4 Rallye de Monté-carlo
- 5 Billetteries

## L'animation sur nos réseaux



22 424

Abonnés au  
31/01/2025



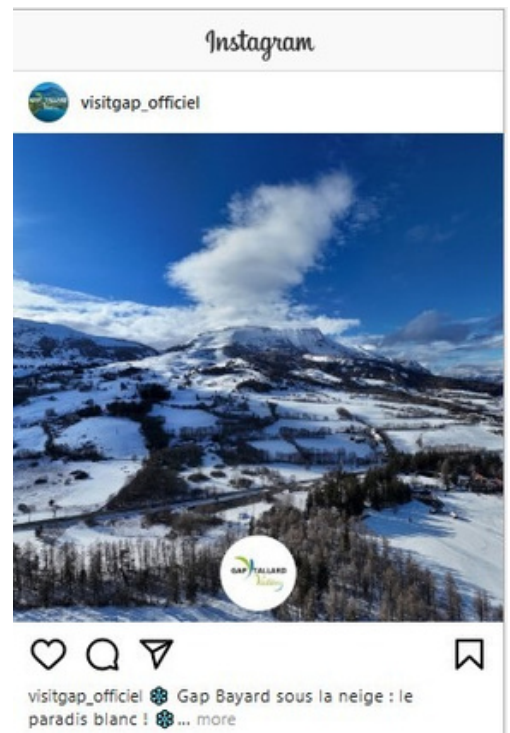
5 037

Abonnés au  
31/01/2025



Publications FACEBOOK

L'Office de Tourisme présent sur la  
FAN ZONE du WRC : 3400 vues  
Événement Gap Bayard au Féminin  
5300 vues



Publication INSTAGRAM  
Gap Bayard sous la neige !  
4000 vues

## Point presse

16 Articles  
parus sur la destination  
tous médias confondus

Estimation audience  
21 713 485  
personnes touchées

Sur la 1ère marche du podium, un article  
WEB sur MSN France

"Rallye Monte-Carlo : le classement final des pilotes locaux à  
l'issue de la 93ème édition de la course"

## Partenariat 2025



100 partenaires de  
l'Office de Tourisme  
pour l'année 2025

Achats d'encarts dans le  
guide pratique, d'espaces  
PUB, parutions sur le site  
Internet de l'Office, dépôts  
de flyers dans les deux  
bureaux d'accueil



## Les PRO & Nous

Mardi 28 janvier, un  
Atelier PRO était proposé  
à 5 professionnels  
partenaires de l'Office de  
Tourisme : se former sur  
le thème " Google Fiche  
Etablissement"

Une organisation en petit groupe souhaitée afin que  
chaque participant puisse être accompagné de  
manière efficace. Ainsi 3 hébergeurs, 1 prestataire  
d'activités sportives et 1 autre de bien-être ont pu  
bénéficier de cette formation gratuite pour  
approfondir leur référencement sur Google My  
Business : objectif : une meilleure visibilité de leur  
activité sur le WEB, aujourd'hui une présence  
incontournable !



Formation créée par La Fabrik de Compétences By Région Sud, animée par Aurore,  
notre animatrice du réseau des socioprofessionnels et Emilie notre référente Data Numérique

## Point 2024 sur les services BOUTIQUE & BILLETTERIE de l'Office



246 références de produits

30 fournisseurs

4 215 unités vendues

-6% de ventes / 2023

+ 1,6 % de chiffre d'affaires / 2023



134 billetteries programmées

29 productions

11 206 billets vendus

+ 3,4% de ventes / 2023

+ 16,4 % de chiffre d'affaires / 2023

## Point sur satisfaction 2024 : Destination Gap Tallard Vallées

Selon FAIRGUEST, une application qui compile les avis en ligne de plusieurs sites

A noter : pas assez d'avis pour les prestataires d'activités

**Satisfaction Hôtels (14/5874 avis) :** Accueil : 86 % - Cadre 68,5 % - Environnement : 92,8 % - Chambres : 55 %

Petit déjeuner : 72,2 % - Restauration : 72,7 % - Equipements : 61,3% - Rapport qualité/prix : 68,3 %

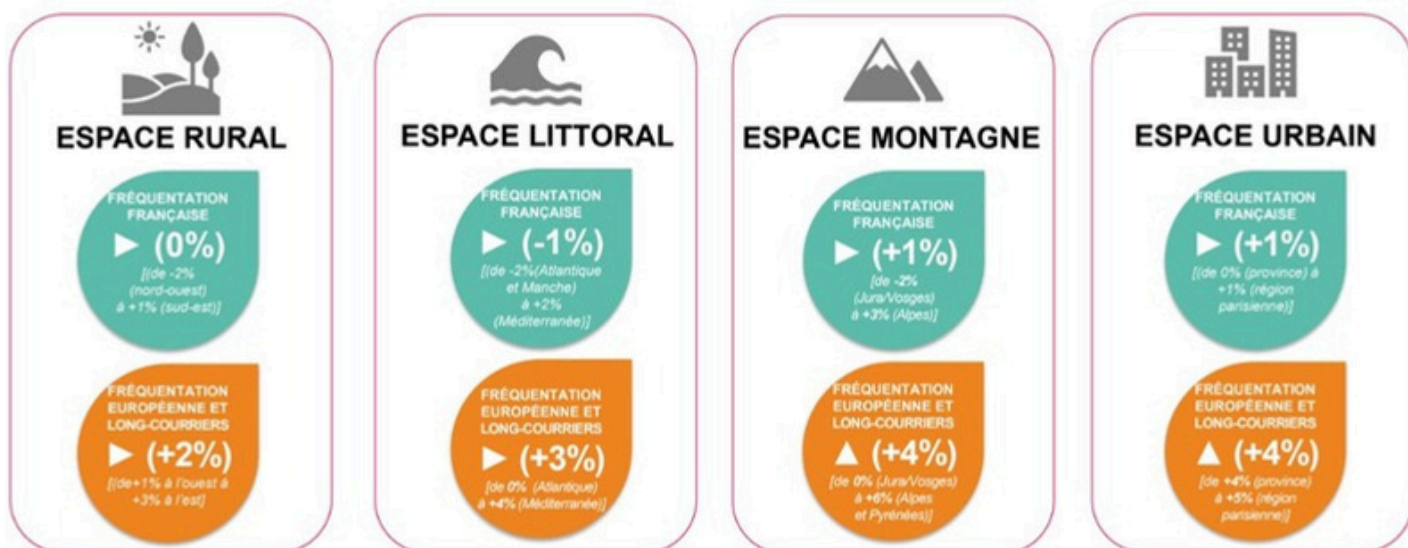
**Satisfaction Restaurants (22/1704) :** Accueil : 81,3 % - Cadre : 72,8 % - Environnement : 85,3 % - Restauration : 83,3 %

Carte : 66,7 % - Rapport qualité/prix : 73,9%

**Satisfaction Campings (7/259 avis) :** Accueil : 74,8 % - Cadre : 85,1 % - Environnement : 93,3 % - Emplacements : 81,3 %

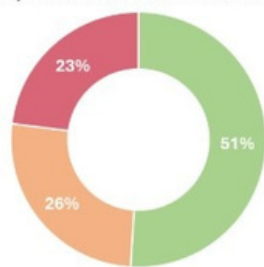
Equipements : 72,4 % - Activités : 71,4 % - Rapport qualité/prix : 66,7 %

## Retour sur la fréquentation nationale par espaces en 2024



# Bilan des vacances de Noël 2024/2025 en Région Sud

Par rapport à l'année dernière, comment jugez-vous la fréquentation des vacances de Noël ?



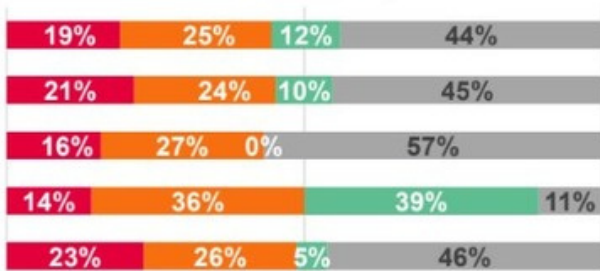
■ En hausse ■ Stable ■ En baisse

Niveau de satisfaction de la fréquentation des vacances de Noël



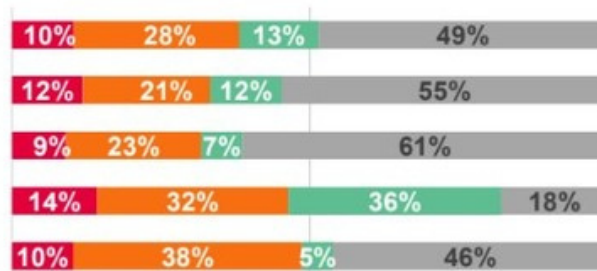
## Tendances de fréquentation nationale de l'hiver 2025 par espace

Tendances entre-vacances janv-fev 2025\*



■ - ■ = ■ + ■ NSP

Tendances vacances d'hiver 2025\*



■ - ■ = ■ + ■ NSP

## Pour INFO

**Les voyages d'affaires** déjà dans une bonne dynamique de reprise en 2024 vont continuer de croître en 2025 et 1 voyageur d'affaires sur 2 devrait être en mode "bleisure" : mélange des affaires et des loisirs. Innovation technologique et durabilité seront au centre de ces voyages.

**Le marché du tourisme culinaire** connaît une transformation importante, motivée par l'appétit croissant des voyageurs pour des expériences culinaires uniques et authentiques. Les consommateurs modernes recherchent des destinations qui offrent des aventures gastronomiques immersives, notamment des repas de la ferme à la table, des visites gastronomiques locales et des cours de cuisine avec des chefs autochtones.

le tourisme culinaire s'imposerait même comme un acteur majeur du développement durable.

C'est certainement le marché touristique qui devrait connaître la plus forte croissance d'ici à 5 ans (x4 !)

Selon le cabinet iMark, un puissant groupe d'études économiques, "la taille du marché mondial du tourisme culinaire a atteint 1 090 milliards de dollars en 2024 et devrait frôler les 4 210 milliards d'ici 2033.

**Virage comportemental en 2025** : évolution économique oblige, l'une des grandes tendances de 2025 portera sur la disparition progressive des "options obligatoires" honnies du public pour une tendance de fond en faveur des offres "tout compris". En 2024, l'expression de recherche "tout compris" ou "all inclusive" a battu des records : + 60% par rapport à 2023 ! Les voyageurs-consommateurs sont littéralement fatigués par les offres soit-disant abordables à première vue, mais dont le prix gonfle au fur et à mesure que l'on avance dans le process de réservation durant lequel s'entassent les fameuses options "obligatoires" ou non ... Toutes les études comportementales de 2024 le démontrent : le prix cassé n'est pas ce qui est recherché en priorité ; les clients cherchent le bon prix, soit le tout compris et le juste prix, sans surprise, sans excès.

**Le boom de l'IA** : aujourd'hui, 40% des Français déclarent avoir recours à l'Intelligence artificielle pour les aider à organiser leur voyage. L'utilisation des chatbots conversationnels rentrent de plus en plus dans les habitudes des nouvelles générations de voyageurs qui sont nombreux à demander à l'IA de leur créer un itinéraire sur-mesure ou de trouver des recommandations adaptées à des demandes de plus en plus précises. Si la croissance de contenus touristiques textuels générés par l'IA est exponentielle, il faut également s'attendre à un contenu évoluant de plus en plus vers des photos ou des vidéos ...

En 2025, plus qu'une destination, les touristes veulent connaître une transformation. Cette aspiration s'inscrit dans la lignée du succès du développement personnel depuis plusieurs années : un intérêt grandissant pour l'écotourisme qui s'attache à préserver les territoires et à défendre le bien-être des locaux, par le vélotourisme et les randonnées pédestres.

(Sources : Eloha, Flux Vision, CRT PACA, Expédia, ADN Tourisme, Atout France, Booking...)