


Chers adhérents, chers partenaires,

Tout au long de l'année 2025, nos équipes ont œuvré quotidiennement au rayonnement de la Destination Grand Saint-Émilionnais, à l'accueil des visiteurs et à la valorisation de vos offres.

Nous souhaitons partager avec vous les indicateurs clés de l'année.

[Retour sur 2025](#) 



# Bilan 2025

## *Au-delà des chiffres...*

Ces résultats sont le fruit d'un travail collectif, mené avec et pour vous.  
Merci pour votre confiance et votre engagement à nos côtés.

---

### Fréquentation & profils de visiteurs



### 205 392 personnes accueillies en 2025

→ Une fréquentation globalement stable dans un contexte touristique contrasté.

### 150 248 visiteurs de nos monuments



**63 % de clientèle française** (67 % en 2024) → progression de l'international.



→ À noter : la clientèle irlandaise, présente en 2024, est moins visible en 2025, tandis que les Pays-Bas font leur entrée dans le top.

## Réseaux sociaux & notoriété digitale

### Site web destination

**135 900 visiteurs uniques** (+33 % vs 2024)

**667 000 pages vues**

→ Forte progression de l'audience, signe d'un intérêt renforcé pour la Destination et ses offres.

#### INSTAGRAM

**+3 015 abonnés → 20 980 abonnés**  
(+17 %)

#### FACEBOOK

**+108 abonnés → 21 500 abonnés**  
(+17 %)

#### LINKEDIN

**+678 abonnés → 5 186 abonnés**  
→ Un réseau en forte croissance, notamment sur les cibles professionnelles.

**6 958 avis Google cumulés** (Office, Église monolithe, Tour du Roy)

**Moyenne des avis : 4,4 ★**

**2 578 abonnés à la Newsletter Grand Public**

**Taux d'ouverture moyen : 49 %**

→ Un excellent niveau d'engagement, confirmant l'intérêt pour nos contenus éditoriaux.

# Influence & Relations Presse

## Collaboration “Les Moustachus en Vadrouille”

+ de **4,1 millions de vues sur les Reels Instagram**

**35 000 vues sur YouTube**

→ Une opération à fort impact pour la notoriété de la Destination, bien au-delà du territoire.



**31 journalistes accueillis**

**10 communiqués de presse**

**35 retombées presse et réseaux sociaux**

→ Une visibilité médiatique soutenue et une e-réputation solide, au service de l'attractivité collective.

---

## Billetterie Partenaires

♦ **97 665 € de chiffre d'affaires généré pour nos partenaires** via la billetterie de l'Office de Tourisme  
*↗ +13 % par rapport à 2024*

**38 partenaires référencés en billetterie**

**92 900 visiteurs uniques** sur la billetterie en ligne

**46 % des ventes en ligne / 54 % au comptoir**

→ Ces résultats confirment l'intérêt croissant de la billetterie comme levier de visibilité et de ventes, en ligne comme à l'Office.



## Tendances d'achat

- Les visites en **anglais** sont essentielles pour attirer une clientèle internationale, notamment sur les ailes de saison.
- Une forte demande pour les visites en **espagnol** se fait sentir, car les offres sont encore limitées.
- **Facteurs d'Achat :**  
Les principaux éléments qui influencent les achats incluent :
  - Architecture
  - Proximité du village
  - **Disponibilité et flexibilité** (de nombreux créneaux disponibles et/ou options de dernière minute)
- Un intérêt croissant pour les offres de **type "balade"** (vélo, tuk-tuk, train...) ainsi que pour les **options "gourmandes"** (pique-nique, planches apéritives...) est à noter.
- En revanche, les offres jugées trop "techniques" peinent à séduire. La clientèle en billetterie semble être principalement composée de "novices" curieux en quête de nouvelles découvertes.
- La clientèle française reste très attentive au **prix** en tant que critère d'achat.
- La **clarté de l'offre sur la billetterie en ligne** est cruciale pour attirer cette part importante de clients. La description doit permettre d'identifier clairement et rapidement les conditions de la visite ainsi que l'expérience proposée.



# CAP SUR 2026





#### • De nouveaux formats de rendez-vous réseau

Des temps d'échange plus ciblés, concrets et opérationnels, pour favoriser le partage d'expériences et les synergies locales.



**Prochain rendez-vous :**

#### **Académie du Jeudi 05 Février**

**"Améliorer la gestion client : avant, pendant et après" par Jean-Daniel Debart - 9h30 à 11h00**

#### • Un Pass' Saisonnier pour faciliter vos recrutements

Un nouvel outil au service de l'emploi touristique, pensé pour attirer, accueillir et fidéliser les saisonniers tout en valorisant la qualité de vie du territoire.

#### • Une nouvelle collaboration influence (*Chut... encore un peu de patience.*)

Une opération d'envergure en préparation pour renforcer la notoriété de la Destination auprès de nouvelles clientèles.

#### • Une billetterie en ligne 2.0

Plus de performance, plus de visibilité pour vos offres et une expérience utilisateur optimisée pour les visiteurs.

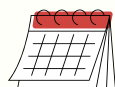
#### • Un accompagnement partenaires amélioré

#### • Des Rencontres Locales tout au long de l'année

Des rendez-vous de proximité pour mettre en lumière les savoir-faire et produits de nos commerçants, et encourager les circuits courts.



**SAVE THE DATE**



**Assemblée Générale**  
Le Mercredi 29 Avril 2026



Et bien d'autres initiatives verront le jour tout au long de l'année.

Vous commencez à nous connaître : votre Office de Tourisme reste pleinement mobilisé pour saisir chaque opportunité, innover et continuer à faire rayonner, ensemble, notre territoire.

[Gérer mes préférences](#) | [Me désabonner de tous les e-mails](#)

Vous recevez cet e-mail car vous vous êtes inscrit à la newsletter professionnelle de l'Office de Tourisme du Grand Saint-Emilionnais.