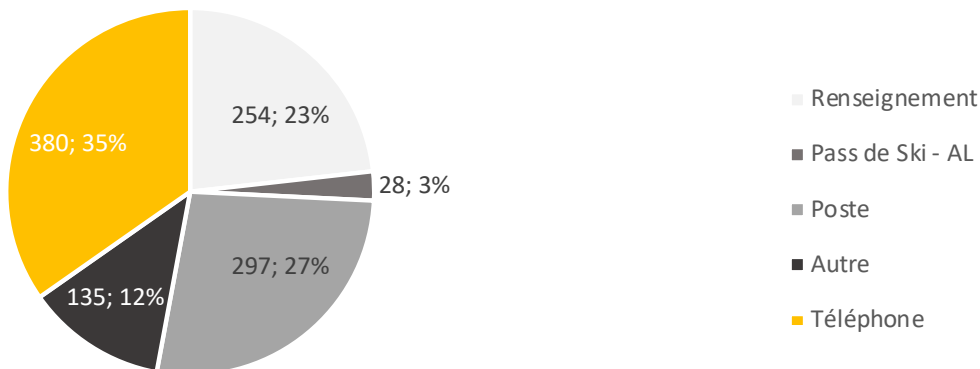


# TABLEAU DE BORD MARS 2024

## ANZÈRE TOURISME

Durant le mois de mars, la fréquentation du bureau a largement baissé. En effet, en mars, la destination était moins fréquentée et les vacanciers ont été beaucoup moins nombreux. Mars est déjà un mois d'entre saison avec peu de vacances scolaires. De plus, les conditions météorologiques ont forcé les remontées mécaniques à fermer le domaine durant plusieurs jours.

### Fréquentation de l'office du tourisme

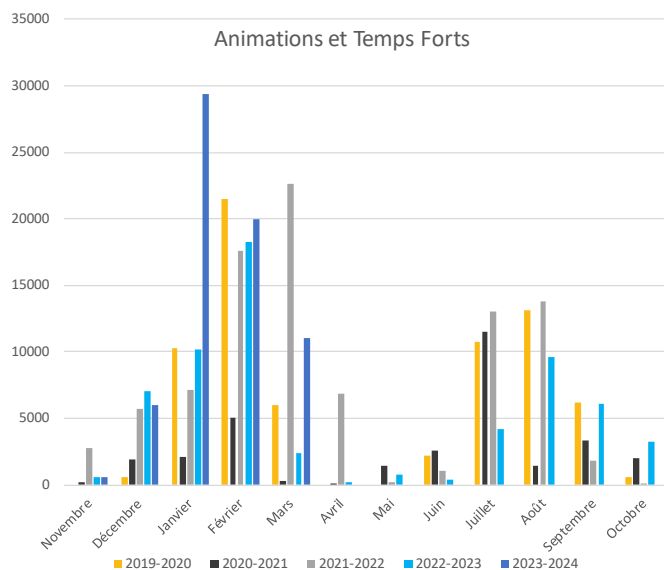
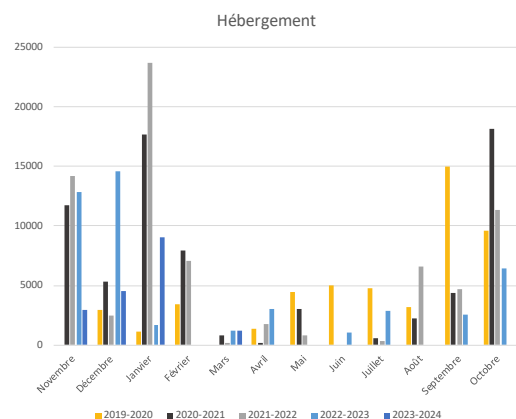


## INGÉNIE

Le chiffre d'affaires enregistré sur la centrale de réservation durant le mois de mars est similaire à celui de l'an dernier, en ce qui concerne l'hébergement. Il ne s'agit que d'une réservation.

Le chiffre d'affaires concernant les activités reste, quant à lui, excellent. Cette situation est due aux événements encore organisés: les dîners de Pierre Crepaud, le Rallye du Gô ainsi que l'anniversaire du Pas de Maimbré.

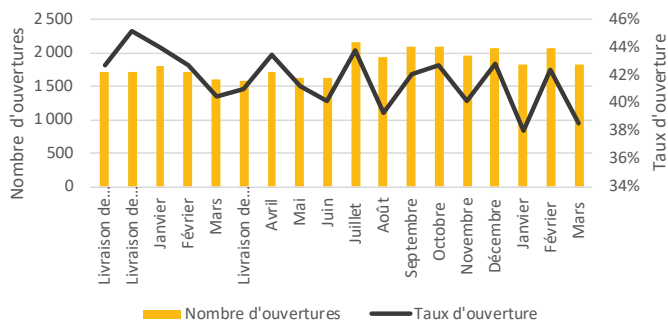
### CA Ingénie - par année et par type de prestation



## NEWSLETTER

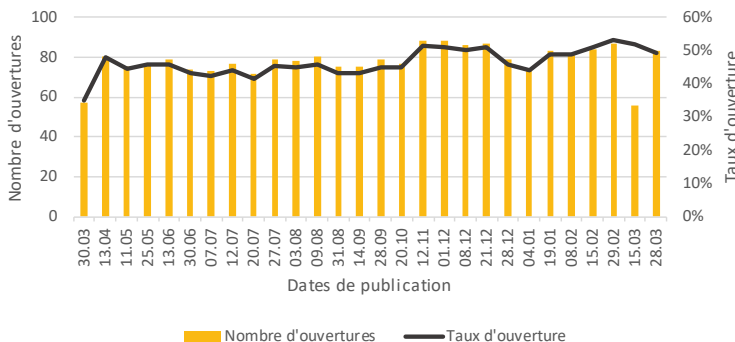
### Grand public

La tendance se poursuit : la newsletter Grand Public est envoyée à un nombre plus important de personnes que l'an dernier, mais le taux d'ouverture est légèrement moins bon. Dans l'ensemble, la situation reste bonne. De plus, nous traquons les clics sur les liens dans la Newsletter et ceux-ci sont en augmentation.



### Partner News

La Partner News est distribuée à 150 professionnels. De manière générale, les partenaires montrent un intérêt constant pour cette communication. Nous observons tout de même un regain d'intérêt avec la haute saison hivernale.

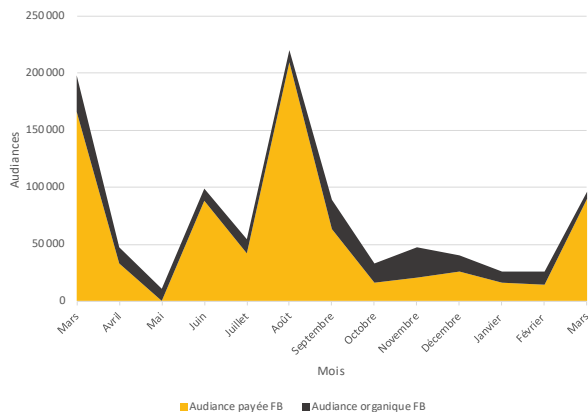


# RESEAUX SOCIAUX

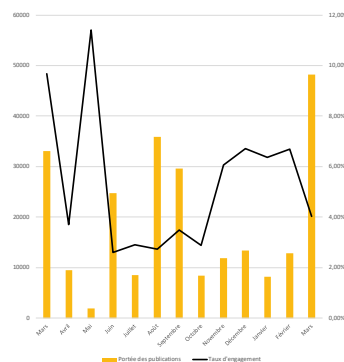
Les statistiques Facebook sont meilleures que celles des derniers mois. Cela s'explique par une plus forte sponsorship due à des impératifs commerciaux. Parallèlement, le même mécanisme s'observe : lors que la portée est accrue (de manière artificielle ou de manière organique) le taux d'engagement baisse.

Nous continuons à gagner des abonnés sur Instagram. Au mois de mars, un focus a été mis sur la publication de stories et de reel. La situation est comparable à celle de janvier. Des contenus « votre week-end à Anzère » ont été publiés en amont des week-ends dans le but de booster les activités et les animations. Ce n'est pas le contenu le plus engagement. Nous avons donc décidé de traiter cela autrement, via des stories.

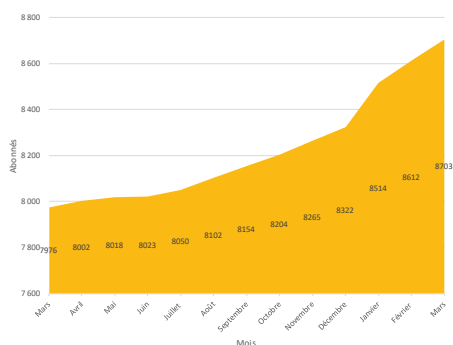
## Evolution des audiences FB



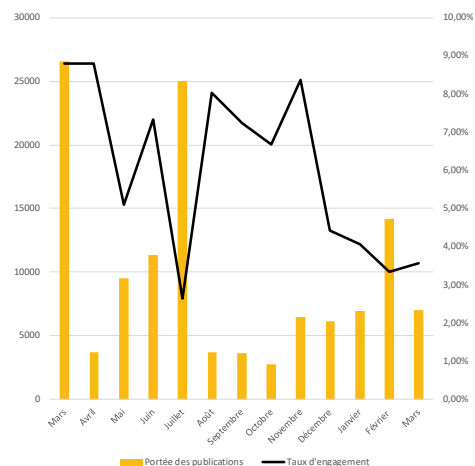
## Evolution du taux d'engagement FB



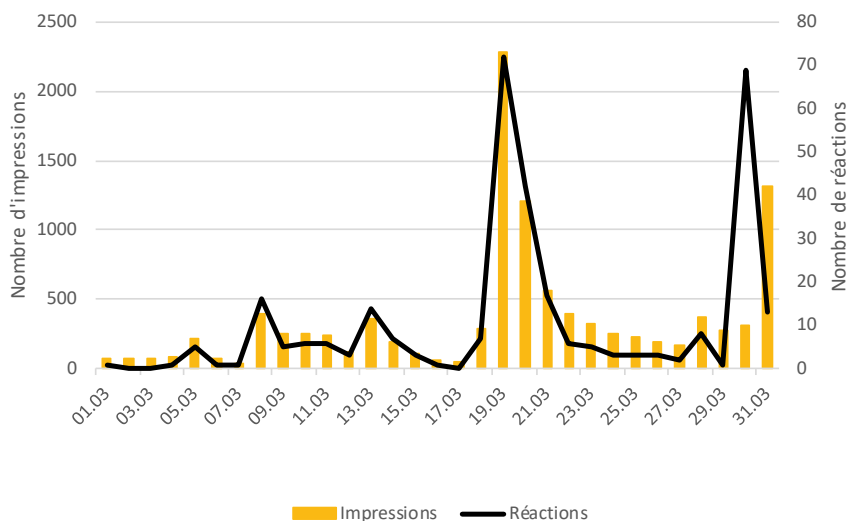
## Nombre de personnes abonnées IG



## Evolution du taux d'engagement IG



## Impressions et réactions sur Linked In

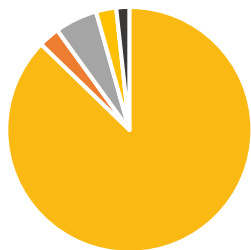


Nous gagnons un nombre important d'abonnés sur Linked In. Toutefois, notre communauté reste petite par rapport aux deux autres réseaux que nous exploitons.

# SITE INTERNET

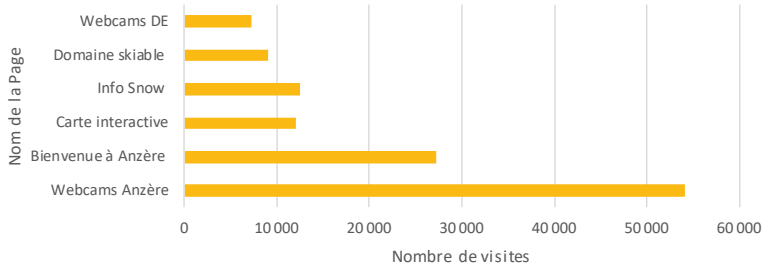
En proportions, la tendance générale reste la même quant à l'utilisation de notre site internet. Nous avons une écrasante majorité de suisses qui le consultent et la page Webcams ainsi que la page d'accueil sont les plus visitées.

## Sessions pour la dimension «PAYS»



■ Suisse ■ Germany ■ France ■ Belgium ■ United Kingdom

## Les pages les plus vues

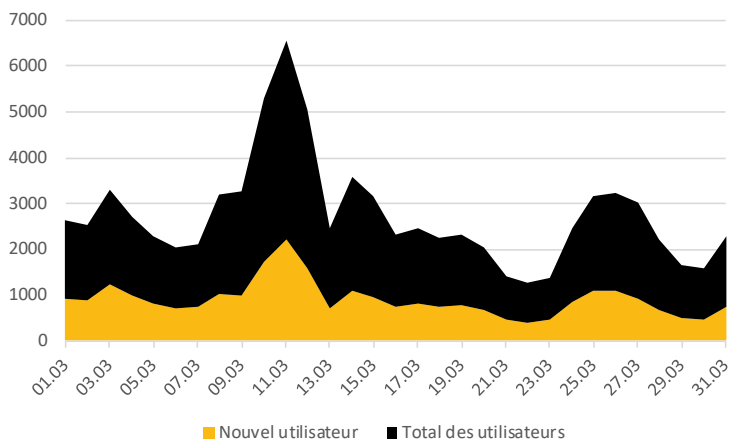


## Nombre d'utilisateurs

La fréquentation de notre site au mois de mars a été plus importante qu'à la même période l'an dernier. Cette situation s'explique par les conditions météorologiques plus clémentes.

De plus, le peu de chutes de neiges survenues en moyenne altitude ont forcé certaines destinations moins hautes à fermer plus tôt. Nous avons donc récupéré des clients « Magic Pass » familiers à ces destinations, à la fois sur nos pistes, mais également sur notre site ; d'où le nombre important de sessions sur les pages : « Webcams », « Carte interactive » et « Domaine skiable ».

### 2023



### 2024

