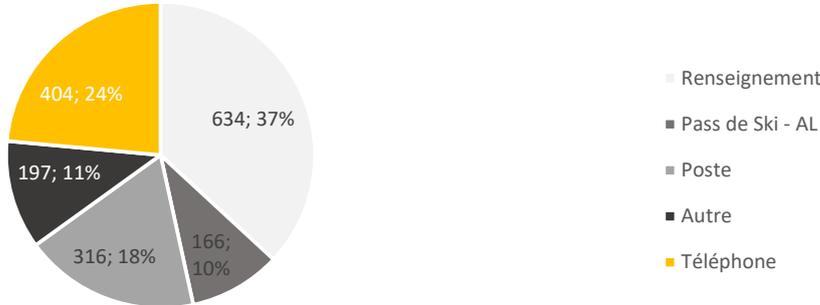


# TABLEAU DE BORD AOÛT 2024

## ANZÈRE TOURISME

Durant le mois d'août, la fréquentation du guichet a légèrement baissé par rapport au mois de juillet. Cette même tendance s'observe dans l'ensemble de la destination avec une baisse générale de la fréquentation à partir du 17 août.

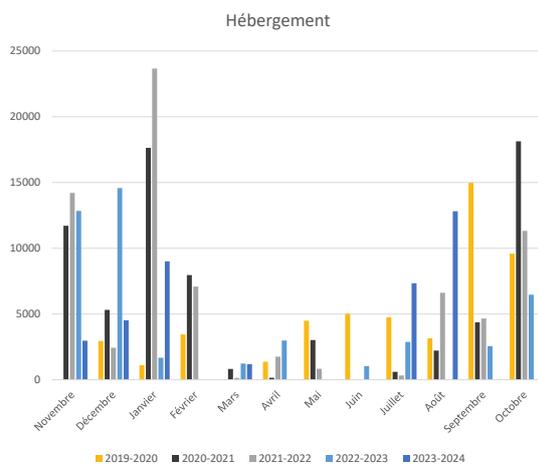
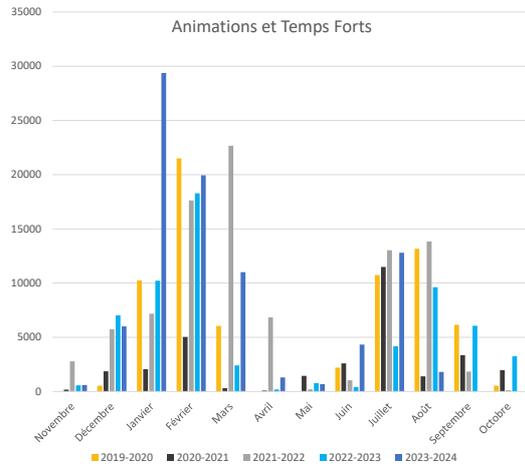
### Fréquentation de l'office du tourisme



## INGÉNIE

La centrale de réservation a particulièrement bien fonctionné durant le mois d'août. Nous avons eu un nombre significatif de réservations en vue de la saison hivernale. Cette situation est, entre autres, due à des campagnes de SEA qui renvoyaient sur la page reservation.anzere.ch. L'an dernier, à la même période, nous n'avions pas de réservation via la centrale. Toutefois, la situation sur l'année reste stable.

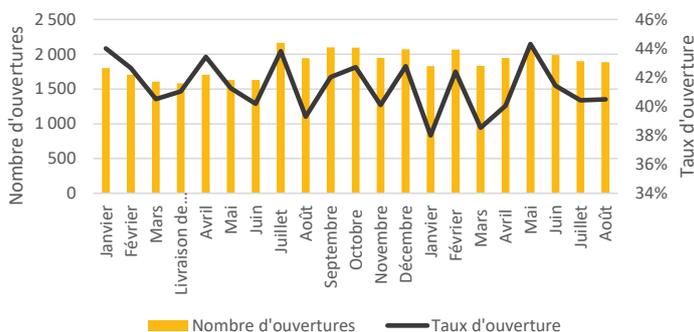
### CA Ingénie - par année et par type de prestation



## NEWSLETTER

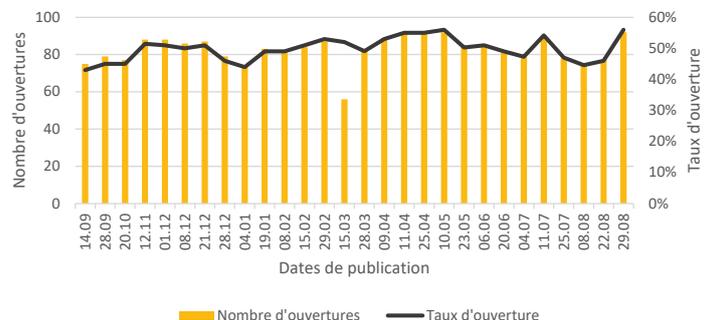
### Grand public

La Newsletter du mois d'août a bien fonctionné, avec un taux d'ouverture de 41%. L'effet yoyo n'est en réalité dû qu'à une très légère variation du taux d'ouverture.



### Partner News

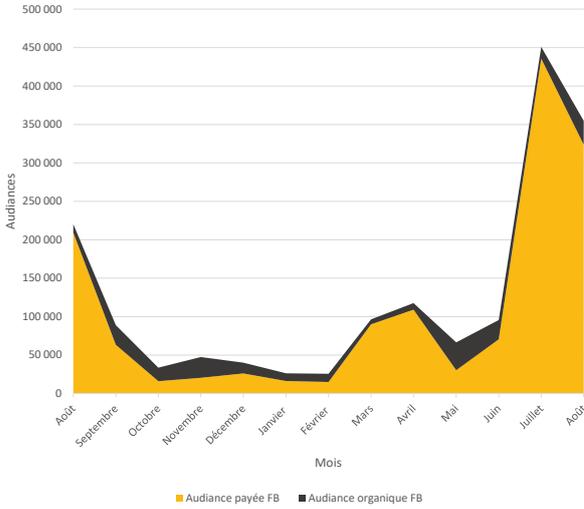
La Partner News est distribuée à 150 professionnels. De manière générale, les partenaires montrent un intérêt constant pour cette communication.



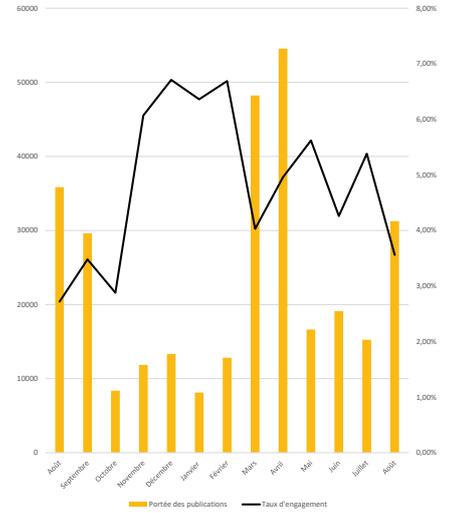
# RESEAUX SOCIAUX

Le mois d'août a été un bon mois sur les réseaux sociaux. Malgré une sponsoring moins importante et uniquement faite sur Facebook (pour des raisons liées aux droits d'auteur des musiques utilisées pour les reels Instagram), nous avons maintenu une portée relativement similaire ainsi qu'un bon taux d'engagement. Sur Instagram, nous continuons à remarquer que les reels sont largement plus consommés mais qu'ils induisent un nombre moins important d'interactions. Cet état de fait est dû à la manière de visionner les reels par rapport aux publications et nous sommes satisfaits des résultats malgré une diminution du taux d'engagement en faveur de la portée organique.

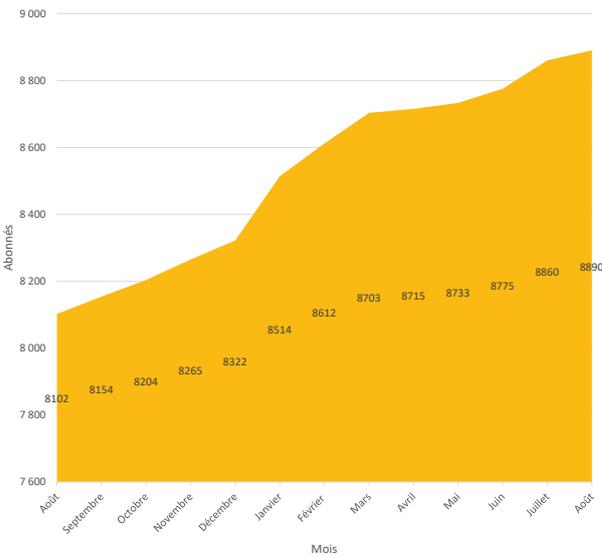
## Evolution des audiences FB



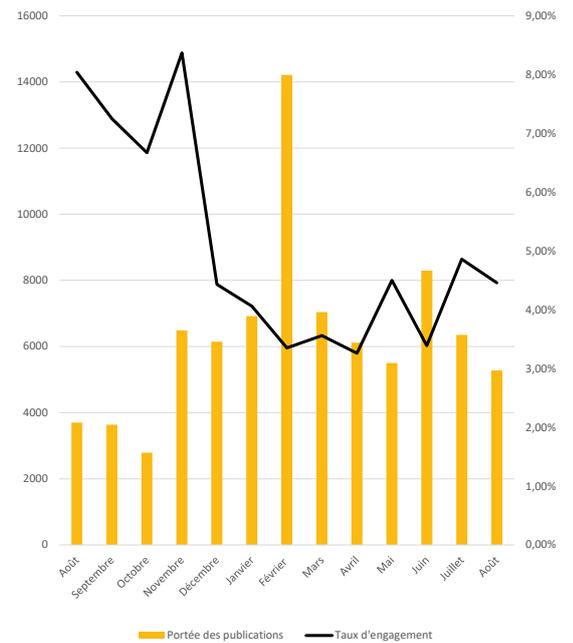
## Evolution du taux d'engagement FB



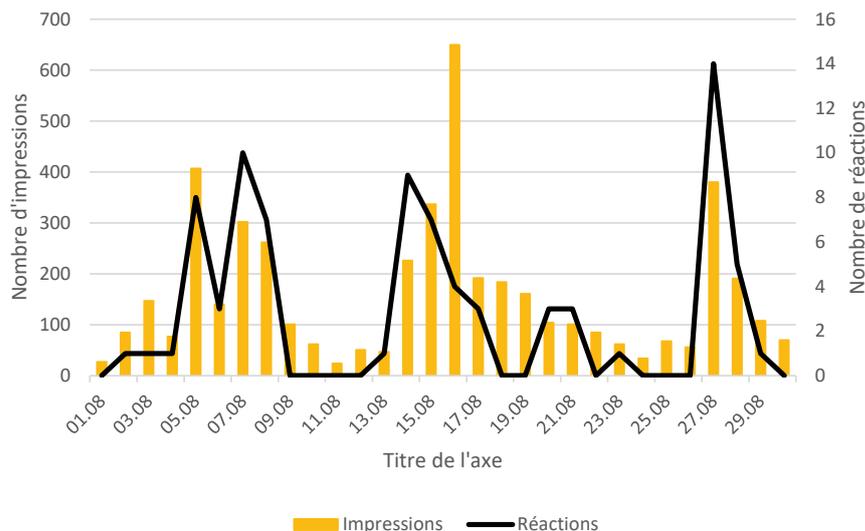
## Nombre de personnes abonnées IG



## Evolution du taux d'engagement IG



## Impressions et réactions sur Linked In

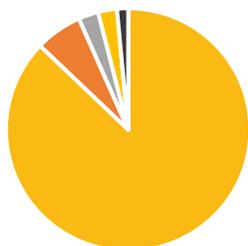


Nous gagnons chaque mois des abonnés sur LinkedIn. Nous approchons des 1000 abonnés. L'engagement a été assez bon, meilleur que durant le mois de juillet.

# SITE INTERNET

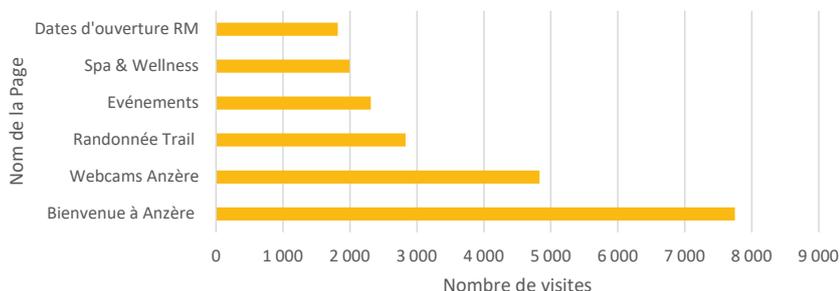
En proportion, la tendance générale reste la même quant à l'utilisation de notre site internet. Nous avons une écrasante majorité de suisses qui le consultent et la page Webcams ainsi que la page d'accueil sont les plus visitées.

## Sessions pour la dimension «PAYS»

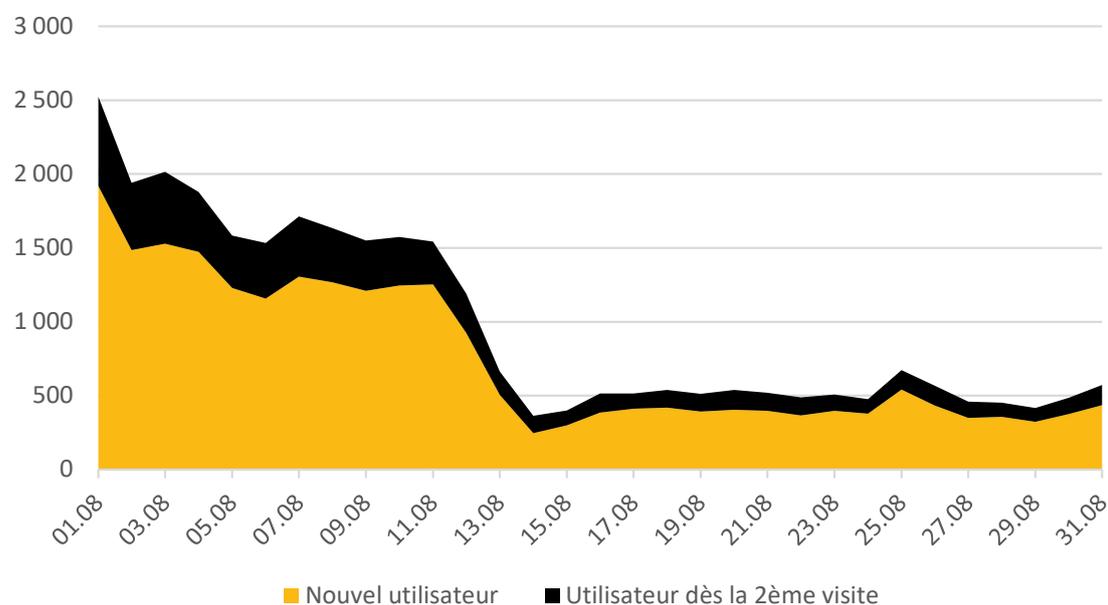


■ Suisse ■ France ■ Germany ■ Belgium ■ Pays-Bas

## Les pages les plus vues



## Nombre de visiteurs



Le mois d'août marque un réel tournant quant à l'analyse de visiteurs sur notre site internet. En effet, une adaptation de la loi sur la protection des données (nLPD) nous a forcé à revoir notre mode de consentement quant à la gestion des données utilisateurs (outil de gestion des cookies). Le résultat est sans appels, nous n'avons plus autant de données clients et n'avons plus la possibilité de faire remonter autant d'informations que par le passé. Dès lors, dès le mois prochain, nous nous concentrerons sur l'analyse des campagnes créant du trafic sur notre site, plus que sur le trafic global.