

Bilan de l'activité touristique de la saison 2018

Edition novembre 2018



Des ailes de saison plébiscitées en 2018

Contexte



Un démarrage difficile

de la saison



Un exceptionnel

mois de mai



En juin

une fréquentation correcte

malgré l'absence de pont



Un cœur d'été

au ralenti



Une belle rentrée

Des tendances similaires au niveau national

... et sur le territoire français ?



Un mois d'avril orienté
à la baisse



Un mois de mai
très porteur *avec les effets de calendrier*



Un mois de juin
perturbé *par une météo maussade et des grèves*



Un bilan d'été
contrasté



Un mois de septembre
favorable

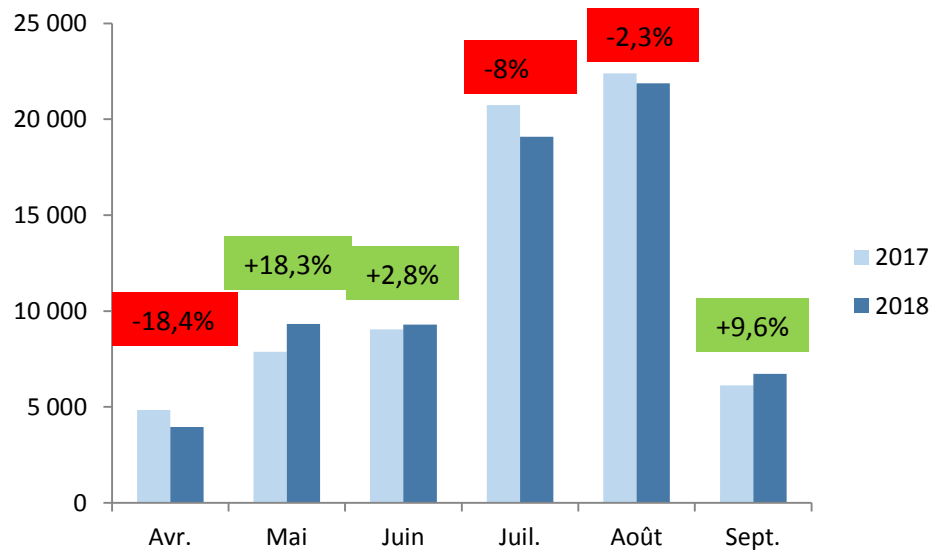
Hébergements : une saison globalement positive



Campings : léger replis des nuitées

Nuitées mensuelles dans les campings* de Tours
Métropole Val de Loire en 2017 et 2018 et
évolutions 2018/2017

**4 campings observés*

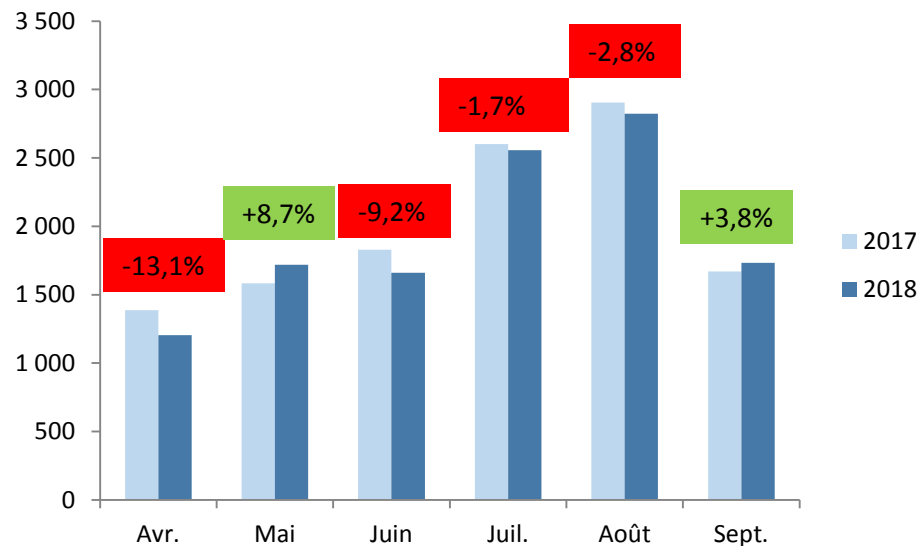


Sources : Enquête TMVL basée sur le questionnaire
INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux et
départementaux - novembre 2018

- Nuitées :
-1,1% /avr.-sept. 2017
- Emplacements nus :
-4,4%
- Emplacements
équipés d'un locatif :
+3,4%

Chambres d'hôtes : baisse des nuitées

Nuitées mensuelles dans les chambres d'hôtes de Tours Métropole Val de Loire en 2017 et 2018 et évolutions 2018/2017



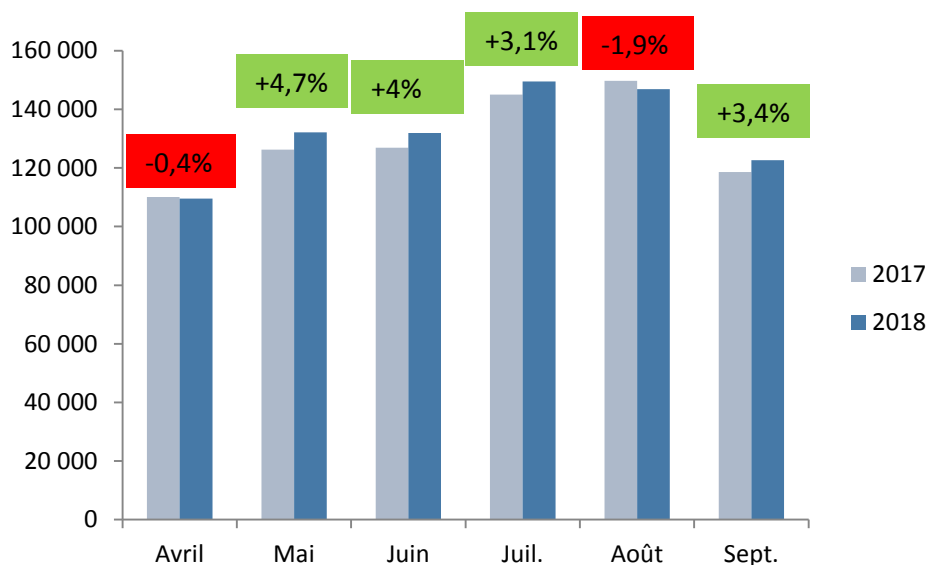
- Nuitées :
-2,3% /avr.-sept. 2017

Sources : Analyse des données transmises dans le cadre de la déclaration de la taxe de séjour/TMVL - novembre 2018

Hôtels : un cru 2018 positif

Nuitées mensuelles dans les hôtels* de Tours Métropole Val de Loire en 2017 et 2018 et évolutions 2018/2017

**Hôtels classés de 1 à 5 étoiles et non classés à vocation touristique de plus de 5 chambres*

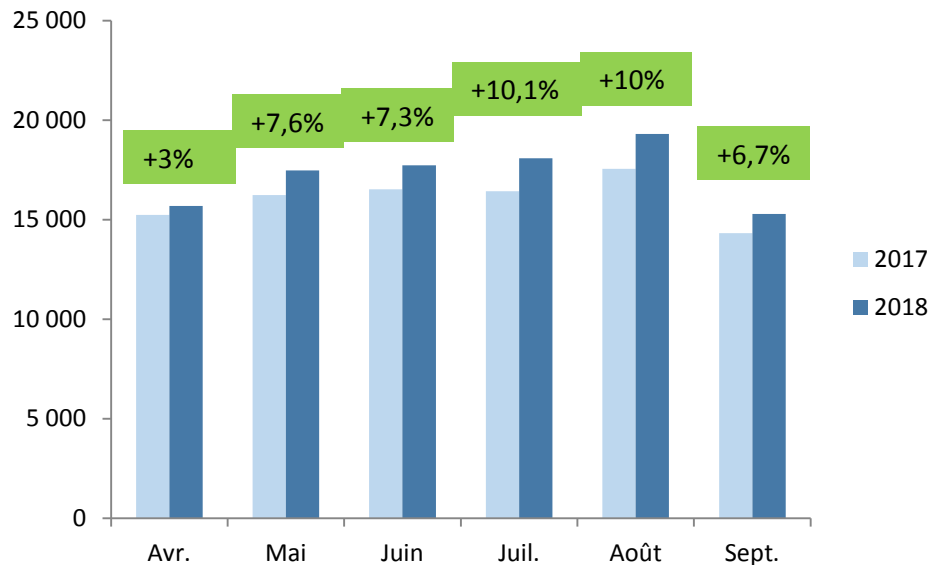


Sources : Enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux et départementaux/TMVL - novembre 2018

- **Nuitées :
+ 2,1%**
- **Taux d'occupation
d'avril à septembre :**
2017 : 69,5%
2018 : 70,1%

Résidences hôtelières et de tourisme : forte progression des nuitées

Nuitées mensuelles dans les résidences hôtelières et de tourisme de Tours Métropole Val de Loire en 2017 et 2018 et évolutions 2018/2017

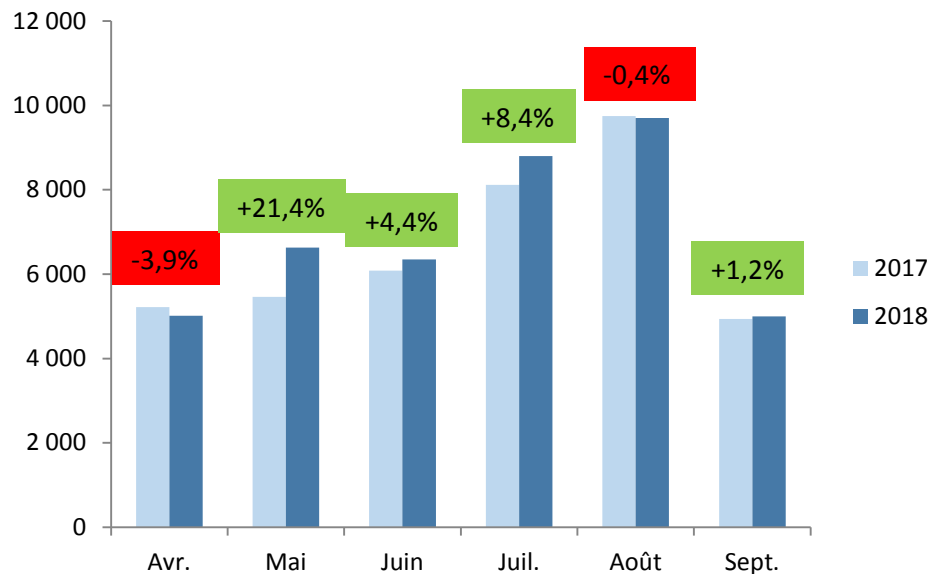


- **Nuitées : +7,5%**

Source : Analyse des données transmises dans le cadre de la déclaration de la taxe de séjour/TMVL - novembre 2018

Meublés : des nuitées plus nombreuses

Nuitées mensuelles dans les Meublés de Tours
Métropole Val de Loire en 2017 et 2018 et
évolutions 2018/2017



- **Nuitées :
+ 4,9%**

Source : Analyse des données transmises dans le cadre de la
déclaration de la taxe de séjour/TMVL - novembre 2018

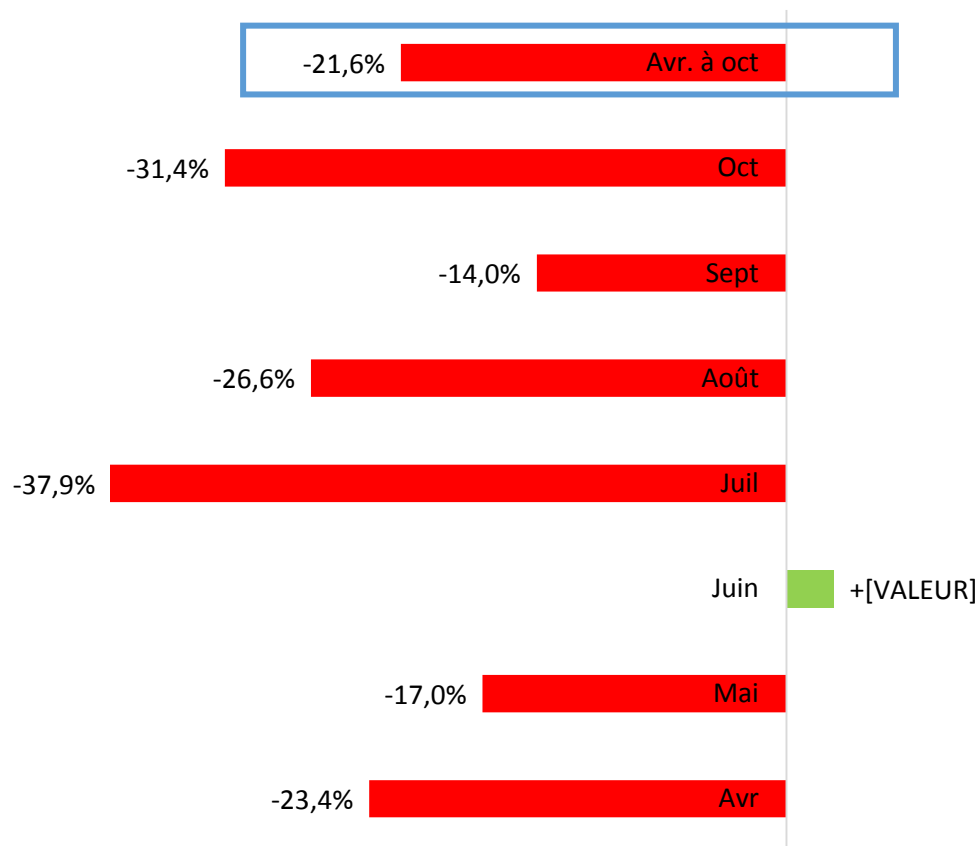
Sites de visite & Activités : des résultats contrastés



Sites de visite métropolitains : des évolutions contrastées en 2018

- Une année difficile pour les musées de Tours Métropole Val de Loire

Evolutions 2018/2017 du nombre d'entrées dans les musées de
Tours Métropole Val de Loire



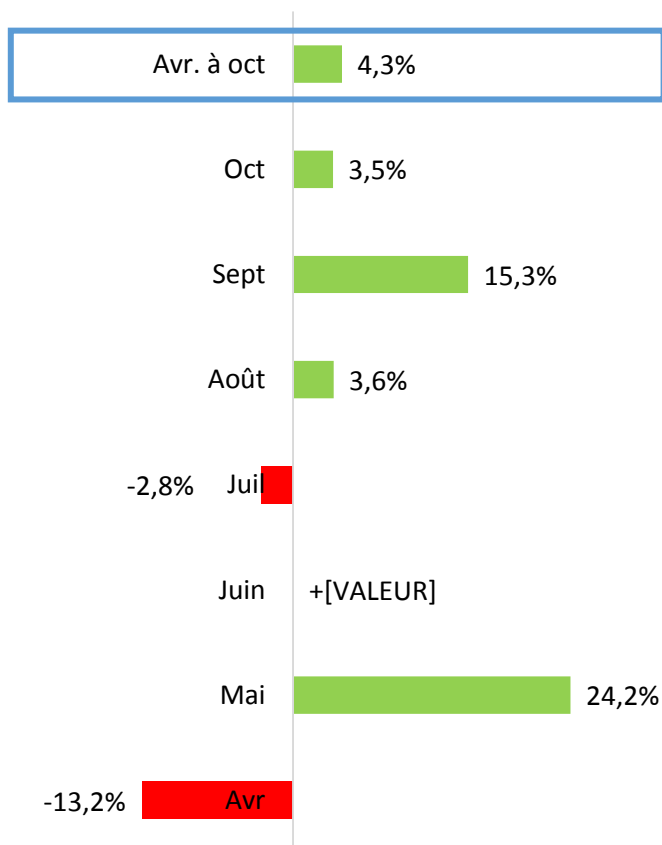
- Des expositions moins attractives ou non renouvelées.
- Des épisodes caniculaires plus dommageables sur la fréquentation des musées que sur d'autres sites de visite.

Sources : Sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental/TMVL - novembre 2018

Sites de visite métropolitains : des évolutions contrastées en 2018

- A l'inverse, les monuments du territoire sont plébiscités...

Evolutions 2018/2017 du nombre d'entrées dans les
monuments de Tours Métropole Val de Loire



➤ Château et jardins de Villandry :
+4,4%

➤ Cloître de la Psalette :
+3,9%

➤ Prieuré St Cosme :
+ 4%

Sources : Sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental/TMVL - novembre 2018

Sites de visite métropolitains : la mise en lumière de la ville de Tours...

...une offre plébiscitée co-financée par Tours Métropole Val de Loire



Illusions de la Cathédrale

Un succès à renouveler

- 80 000 spectateurs en 2017
- 70 000 spectateurs en 2018
- 3 années successives avec la même création artistique et le renouvellement d'1/3 du spectacle
- Nouvelle programmation prévue en 2019



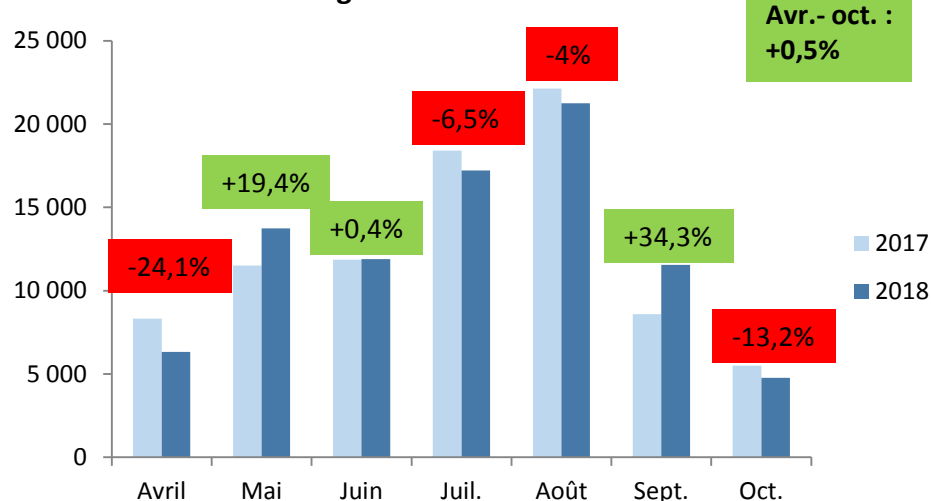
Plan lumière du vieux Tours et de Saint Martin

- Inauguration samedi 17 novembre 2018

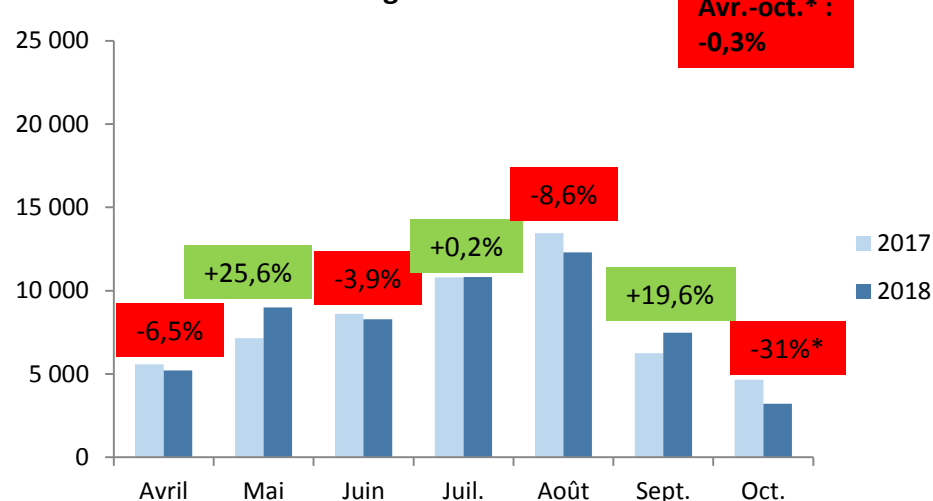
La Loire à Vélo : Une fréquentation stable en 2018

Fréquentation mensuelle des compteurs de Savonnières et Tours en 2017 et 2018 et évolutions 2018/2017

Passages de vélos à Savonnières



Passages de vélos à Tours



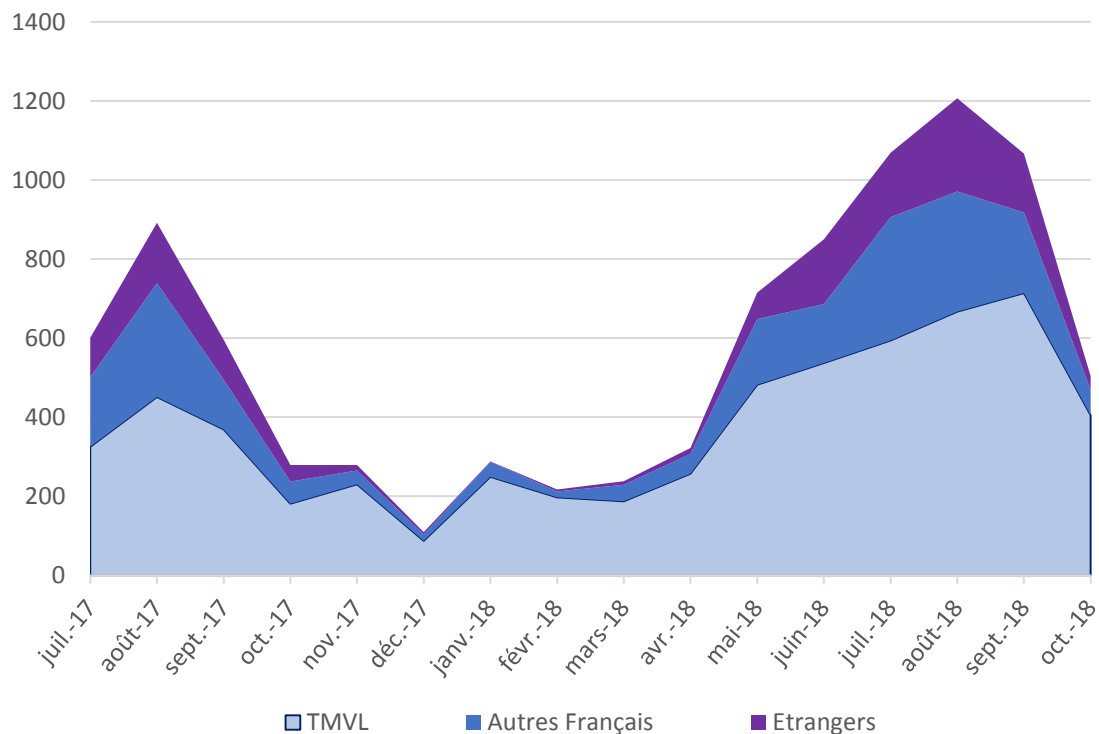
Sources : CRT Centre-Val de Loire/TMVL - novembre 2018

**plusieurs périodes de travaux en octobre ont détourné les cyclotouristes du compteur. La baisse ne devrait donc pas être aussi forte*

- Des évolutions très variables d'un mois à l'autre
- Pour rappel, année 2017 record à Savonnières, compteur dont les relevés de fréquentation sont les plus élevés sur l'ensemble du tracé La Loire à Vélo

Accueil Vélo Rando : un indispensable confirmé en 2018

Fréquentation mensuelle de l'espace Accueil Vélo Rando depuis son ouverture en juillet 2017



Source : Accueil Vélo Rando/TMVL - novembre 2018

- Evolution de juillet à octobre 2018/2017 :
 - Etrangers :
+ 47,2%
 - Visiteurs originaires du territoire de Tours Métropole Val de Loire (TMVL) :
+ 79,5%
 - Autres Français :
+ 36,8%
 - **Total visiteurs :**
+ 62,5%

Tourisme Fluvial : des évolutions notables en 2018



+6,6% pour
Naviloire



Boutavant

- 9 992 passagers (7 992 sans le Maine, bateau inauguré en 2018)
- +30% (sans le Maine pour calculer une évolution comparable)



+20% (976 en 2017 / 1 176 en 2018) pour
La Jocondie

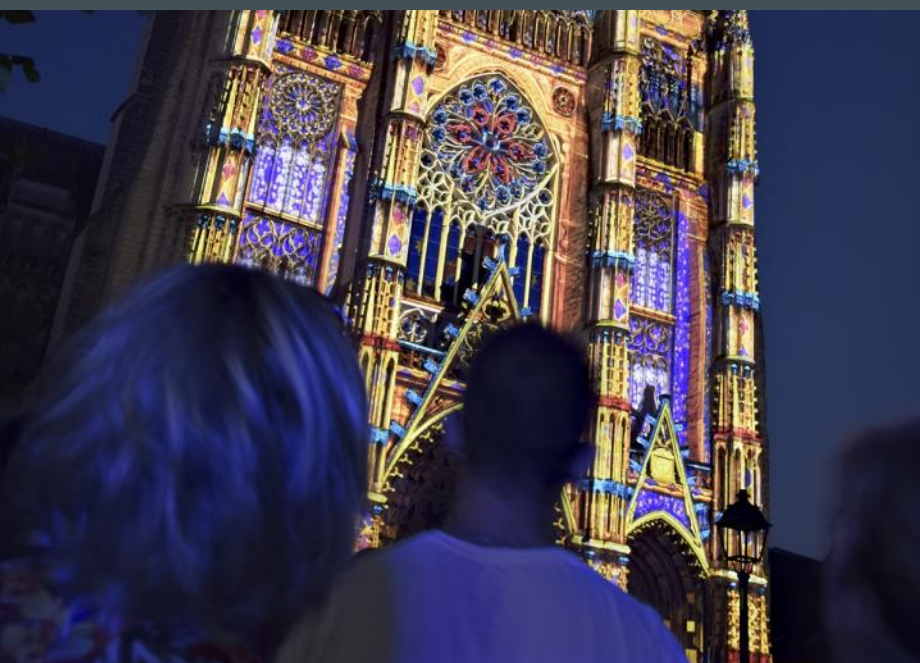


Les Bateliers du Cher

Entre +1% et +5%

Source : Enquête TMVL - novembre 2018

Les clientèles

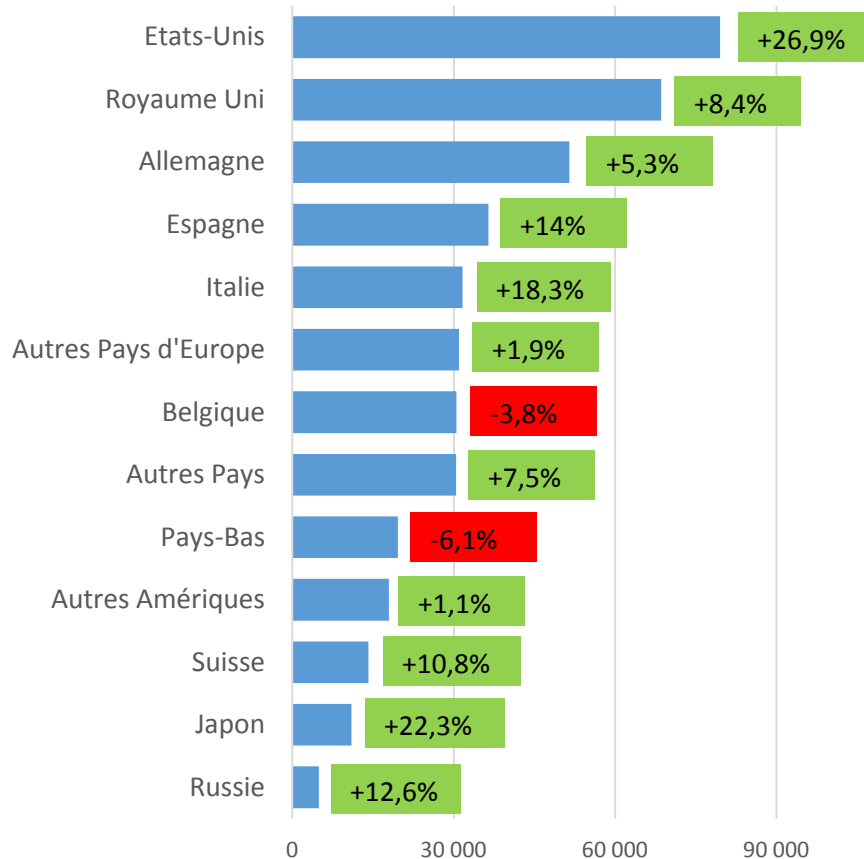


Très forte progression des clientèles étrangères dans les hôtels

Nuitées étrangères dans les hôtels ⁽¹⁾ de Touraine ⁽²⁾
d'avril à septembre 2018 et
évolutions 2018/2017

(1) Hôtels classés de 1 à 5 étoiles et non classés à vocation touristique de plus de 5 chambres

(2) Données mensuelles non disponibles à l'échelle de Tours Métropole Val de Loire

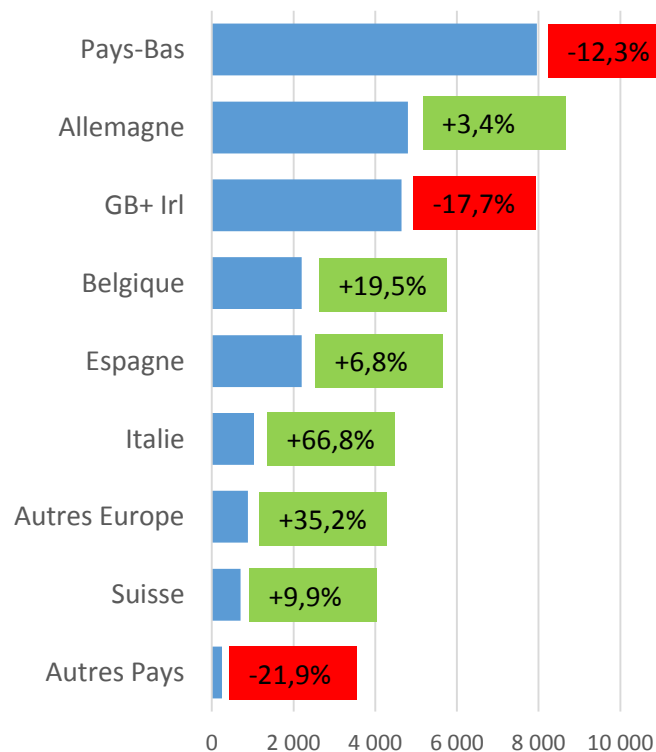


- Nuitées Françaises :
+ 1,4%
- Nuitées Étrangères :
+ 9,9%
dont :
 - ✓ Europe : +6,4%
 - ✓ Hors Europe : +18%

Léger repli des nuitées étrangères dans les campings

Nuitées étrangères dans les campings*
de Tours Métropole de Loire
d'avril à septembre 2018 et évolutions 2018/2017

**sur la base des données détaillées fournies par 3 campings*



- Nuitées Françaises :
- 0,6%
- Nuitées Étrangères :
- 3,3%
dont :
 - ✓ Europe : -3%
 - ✓ Hors Europe : -21,9%

Sources : Enquête TMVL basée sur le questionnaire
INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux et
départementaux - novembre 2018

Une rubrique dédiée sur le site internet de Tours Métropole



Vous souhaitez des compléments d'information ?

**Rendez-vous
sur l'espace dédié aux chiffres de Tours Métropole Val de Loire**

<http://tours-metropole.fr/espace-pro-tourisme#donn-es-chiffr-es-observations>

Le bilan de l'office de tourisme intercommunal





153 871

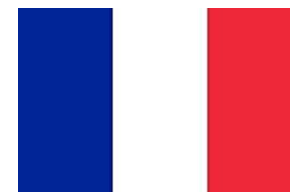
Visiteurs de janvier à fin octobre 2018

TOP 5 des clientèles étrangères



TOP 5 des clientèles françaises

37 / 75 / 44 / 59 / 92



Les clientèles de l'Office de Tourisme

Les Offices de tourisme Métropolitains



6558

visiteurs à Luynes, Villandry
& Rochecorbon (Juillet-Septembre 2018)

0 %

+ 26 %

par rapport à 2017 sur le
troisième trimestre 2018

Aéroport International Tours Val de Loire



719

Voyageurs
renseignés

0 %

+ 18 %

par rapport à 2017

Accueil dans la ville en triporteur



2451

Visiteurs renseignés
dans la ville

0 %

+ 15 %

par rapport à 2017



25 803

billets vendus en 2018 majoritairement à destination des châteaux
(Chenonceau : 4 700 / Chambord : 2 900 / Amboise : 2 200 / Villandry : 1 800 / Azay : 1 500)



+ 15 %

par rapport à 2017



12 820

visiteurs sur la page billetterie vs 10 687 en 2017
www.tours-tourisme.fr



854

groupes accueillis en 2018 vs 750 en 2017
(+/- 25 000 pers. – Var.: + 13,8%)



4

Nouvelles sorties « nature » TESTEES avec un éco-guide et combinées avec dégustations de produits terroir, batellerie et vélo (+ 100 testeurs)



2

nouveaux points de location de vélo dans nos offices de Luynes et Villandry (plus de 150 réservations pour Villandry seul en 2 mois)



+ 61%

de visites guidées individuelles vendues par l'Office de Tourisme à plus de 5 000 visiteurs (vs. 2 870 en 2017)

Une destination affaires qui s'affirme

Convention Bureau



500 000 €_{TTC}
de CA en 2018



+ 154 %
par rapport à 2017



10
Participations à des salons
et workshops affaires

Gestion hébergement



4 383
nuitées en 2018



+ 109 %
par rapport à 2017



435 000 €_{TTC}
CA générés auprès
des hôteliers

Une campagne de communication « inattendue » ou presque



Communication touristique : une destination qui s'affiche ...



- Promouvoir Tours Métropole, comme destination à part entière de courts-séjours urbains.
- Renouveler l'image traditionnelle du territoire pour faire valoir celle d'une ville en renaissance permanente, créative.

3 nouveaux visuels en 2018, dans l'idée de créer une « collection » et de capitaliser sur la notoriété de la campagne 2017

Communication touristique : une destination qui s'affiche ...



600 faces dans le métro parisien durant l'été

Une campagne vue et qui a créé de l'adhésion, de la fierté, a fait réagir....



Des insertions presse dans une sélection de supports spécifiques tourisme et courts-séjours

Figaro destination Grand-ouest, Express supplément Tourisme, Express spécial vignoble, Femme actuelle Edition Ile-de-France, Paris Worldwide (aéroport de Paris), magazine aéroport de Marseille (liaison directe Tours), magazine Transavia...

Communication touristique : une destination qui s'affiche ...



Les ventes en ligne
(excursion, billets,
hébergements) sur
le site de l'OT ont
augmenté de 52%
sur l'été 2018 par
rapport à 2017.

**Facebook : campagnes digitale « produits » en lien avec l'Office de
Tourisme**

Communication touristique : une destination qui s'affiche ...



**Une gamme d'objets dérivés de la campagne en édition limitée
2000 affiches, 4 000 cartes postales, 750 magnets, 250 carnets diffusés au total**

En conclusion...

- Des évolutions contrastées au fil de la saison ET selon les offres
MAIS
- Une saison au bilan globalement positif
- Un bilan qui confirme la stratégie de développement touristique



S'imposer comme Capitale Touristique du Val de Loire



Être une destination d'excellence du « vélo »



Conforter Tours Métropole comme destination Tourisme d'affaires



Confirmer le positionnement national et international
notamment pour les courts séjours urbains tout au long de l'année