

## Été 2021 : Orléans Métropole conforte son dynamisme touristique

**Dans un contexte sanitaire qui contraint toujours les activités et les déplacements entre pays, et avec une météo estivale plutôt capricieuse, le bilan touristique orléanais à la fin août s'avère très positif.**

Globalement, l'été 2021 est marqué par une fréquentation en forte hausse des visiteurs internationaux (+30% par rapport à l'été 2020). Comme l'été dernier, le besoin d'évasion des français a également dopé le tourisme. Entre les étés 2020 et 2021, l'évolution de la fréquentation globale est de +7 (Source : Fluxvision). Néerlandais, Allemands, Belges, Suisses, Espagnols et Français (notamment des franciliens) sont venus massivement. Leur présence compense largement la fréquentation en baisse d'autres nationalités, notamment des anglais encore très contraints.



### LES PRINCIPALES TENDANCES DE FRÉQUENTATION ESTIVALE (JUILLET/AOÛT)

#### • Origine et nationalités

##### *Une belle fréquentation des français (et notamment des franciliens)*

85% des Français ont passé leurs vacances d'été en France cette année contre 75% l'an passé. Cela représente 32 millions de Français (source Ministère du Tourisme). Ils sont également partis plus longtemps. Cela a également été constaté sur Orléans Métropole. On peut estimer à +35% le nombre de visiteurs français sur le territoire métropolitain sur la période estivale. Les régions et départements français les plus représentés sont Paris et Ile-de-France (21%) mais aussi le Loiret (15%).

##### *Une forte fréquentation étrangère*

Les touristes étrangers, notamment européens, ont été fortement présents sur le territoire : +31% par rapport à 2020 et stable par rapport à 2019 (+2,6%) [Source Flux Vision]. **Le top 4** (en nombre de visiteurs étrangers, par rapport à 2020) est le suivant : **Hollandais** (+40%), **Allemands** (+107%), Belges (+102%), **Espagnols** (+191%). L'attractivité de la destination se consolide sur ce top 4 des marchés européens : Pays-Bas (17,38% des visiteurs étrangers), Allemagne (15,6%), Belgique (11,2%), Espagne (8,2%).

Les nationalités suivantes ont également été bien représentées : **Polonais** - qui émergent cette année (+779% par rapport à 2020 et 5% des visiteurs étrangers), **Italiens** (+253% et 4,6% des visiteurs étrangers) et **Suisses** (+214% et 3,2% des visiteurs étrangers).

**A noter également le retour de nationalités plus lointaines**, comme les USA (+192% et 4,8% des visiteurs étrangers), le Mexique, le Brésil, cette clientèle « long courrier » étant pourtant massivement absente à Paris.

**Cette fréquentation en hausse s'explique notamment par l'impact de la promotion réalisée ces dernières années sur ces marchés et le « bouche à oreille » très positif des visiteurs venus les années précédentes (campagnes promotionnelles réalisées à Paris, Londres, Bruxelles, Amsterdam, Allemagne depuis 4 ans). La localisation de la métropole sur le tracé de la Loire à vélo, et son positionnement nature, ont contribué à en renforcer l'attractivité.**

##### *Le Royaume-Uni toujours moins présent*

La complexité liée à la crise sanitaire rend les voyages d'outre-manche difficiles. La baisse de la fréquentation des britanniques s'est fait fortement sentir avec -25% de visiteurs cette année. Habituellement dans le top 4 des visiteurs étrangers, le Royaume Uni se place 8<sup>ème</sup> position cette année (4,2% des visiteurs étrangers).

## • Fréquentation des hébergements et durée de séjour

### *Des hébergeurs satisfaits*

Une grande majorité des professionnels de l'hôtellerie ou des campings sont très satisfaits de leur saison estivale ; en effet, leurs **taux d'occupation sont bien supérieurs à 2020** : +13,1 points par rapport à 2020 sur le Loiret, **+14 points sur Orléans Métropole** légèrement supérieur à la fréquentation départementale.

A noter que le record de fréquentation dans l'hôtellerie s'est tenu les 30 et 31/07 avec des taux d'occupation de 92% et 88%. Les séjours se font désormais toute la semaine, et non plus uniquement le week-end, avec de belles évolutions par rapport à 2020 : +9,3 points la semaine, + 13,3 points le week-end. Avec ces bons résultats, malgré les circonstances et la météo, l'hébergement sur Orléans Métropole est quasiment revenu au niveau d'avant crise, à l'excellent niveau de l'été 2019 (-4,5 points) [Source : MKG consulting pour le CRT CVL 2021].

### *Une durée de séjour qui augmente*

Longtemps considérée que comme une destination « étape », on constate que le challenge de l'Office de Tourisme d'en faire une destination de « fixation » d'où l'on rayonne, est en train de se concrétiser d'année en année. De plus en plus de visiteurs prolongent leur séjour sur la métropole pour découvrir l'ensemble des richesses des 22 communes, de l'Orléanais et du Val de Loire. Exemples d'établissements ayant confirmé ce constat : l'Empreinte Hôtel ou encore le camping d'Olivet.

Globalement, les résultats sont supérieurs aux attentes, avec une proportion plus importante qu'anticipée des clientèles européennes (néerlandaises, allemandes, belges). Dans les différentes structures hôtelières du territoire, beaucoup de réservations de dernière minute ont été effectuées mais qui au final ont permis à ces établissements de réaliser des taux d'occupation supérieurs à ceux de 2020 et parfois très souvent supérieurs à 2019.

## • Groupes

### *Une reprise réelle des visites de groupes cet été, mais qui peinera probablement à rattraper un premier semestre compliqué*

L'activité des visites de « groupes » commence tout juste à reprendre : +123% par rapport à l'été 2020 et +11,27% par rapport à 2019. Le premier semestre avait été très en recul par rapport à 2019 : -59%. Le nombre de groupes est stable, mais leurs tailles sont plus importantes (59 groupes et 1311 personnes en 2021 contre 40 groupes et 713 personnes à l'été 2020). L'été est aussi marqué par le retour des touristes étrangers (ex : Allemands).

## TOUR D'HORIZON DES TENDANCES DE CONSOMMATION TOURISTIQUE ESTIVALE À ORLÉANS MÉTROPOLE

- Du côté de l'Office de Tourisme, avec **16 865 visiteurs en juillet (+ 50 %)**, près de **19 110 visiteurs en août (+23%)**, soit **35 975 sur juillet-août (+50%)** et **48 271 comptabilisés depuis l'ouverture de l'office place du Martroi**, le bilan s'avère très positif (source : cellule de comptage MPC / Office de Tourisme).
- **Le bestseller de l'été est le petit train**, dont la fréquentation a été dopée par le nouvel emplacement de l'office du tourisme et par une météo favorisant les balades à l'abri de la pluie. 5121 billets ont été vendus via l'office du tourisme en juillet et août 2021 contre 1845 en 2020 (+177%) A noter le prestataire vend également des billets en direct.
- **Les visites audioguidées** ont également rencontré un franc succès, avec un score à +57% ; les visites « individuelles » réalisent un bon score mais en recul par rapport à l'année passée, marquée par le plébiscite des français pour ce mode de visite à l'issue des confinements, et la recherche d'activité à faire en petits « groupes » ou en duo (-27%).
- **Les balades sur la Loire**, commercialisées directement par l'office, ont maintenu le cap cette année et continué à se développer (+4,6% par rapport à 2019).

A retenir également :

- **+27% de recettes pour la billetterie (Châteaux/Musées/Parcs)** grâce à la diversification de l'offre proposée depuis cette année, et malgré des réticences liées au pass sanitaire ;
- **Des ventes de CityPass Orléans Métropole relativement stables** avec près de 640 CityPass vendus, mais avec un démarrage plus lent du fait notamment de la météo ;
- **Les achats au sein de la boutique de l'Office de Tourisme explosent avec un bond de plus de + 119 % du chiffre d'affaires par rapport à juillet-août 2020 et +13,7% par rapport à l'été 2019**, s'expliquant par l'ouverture des nouveaux locaux, disposant d'un espace dédié à la vente de produits et souvenirs beaucoup plus grand et plus moderne. (Source : recettes Office du tourisme)

### CONTACT PRESSE

Germain Fournier - [germain.fournier@orleans-metropole.fr](mailto:germain.fournier@orleans-metropole.fr)

06.77.27.93.38



@RPOrleansMetro

ORLÉANS  
MÉTROPOLÉ

Parmi les autres lieux de visites importants, les musées et l'Hôtel Groslot connaissent des fréquentations en progression, malgré les contraintes sanitaires :

- **Musées des Beaux-Arts** : Malgré les réticences constatées suite à la mise en place du pass sanitaire, **la fréquentation reste en nette progression (+86 % - 7284 visiteur)** par rapport à la même période l'année dernière ;
- **MOBE** : Sur le mois de juillet 2021, le tout nouveau Muséum d'Orléans pour la Biodiversité et l'Environnement aura enregistré **près de 20 000 visiteurs** ;
- **Hôtel Groslot** : **en juillet et août 2021, 17 510 visiteurs** (13 742 français et 3 768 étrangers) **sont venus profiter des lieux**. Parmi les visiteurs Français, 3 155 provenaient de l'Île de France, 2 850 de la Région Centre-Val de Loire et 7 737 des autres départements ;
- La **fréquentation du son & lumières** : Près de 50 000 spectateurs comptabilisés pour juillet et août 2021 ;
- Le **Parc Floral de La Source** connaît lui aussi une très belle fréquentation ;
- Le **Parc de Loire** participe lui aussi à ce bilan positif. Avec XX visiteurs comptabilisés sur juillet et août.

Par ailleurs, concernant la fréquentation des cyclistes sur le territoire, lorsque l'on analyse les passages sur la « Loire à Vélo » au niveau d'Orléans Métropole grâce aux compteurs situés à proximité, on constate une baisse des passages vélo durant l'été 2021 (météo compliquée) par rapport à l'été 2020 (année du déconfinement, belle météo ...) : -7,2%. Toutefois cela reste une très nette progression par rapport à 2019 avec +16,2%. Malgré la météo, ces chiffres sont très satisfaisants, démontrant qu'Orléans Métropole devient une étape incontournable de la « Loire à Vélo » avec des passages nombreux (supérieurs à 15000 par mois en moyenne) et s'installe comme une véritable « destination vélo ».

## QUE FAUT-IL EN RETENIR ?

Depuis le début de la crise sanitaire, le secteur du tourisme a dû et su se réinventer. Le tourisme vert ou « doux », alliant nature et authenticité a su se faire sa place. Orléans Métropole possède tous ces atouts sur son territoire. C'est ce qui fait sa force. Plus que jamais, Orléans Métropole conforte sa position et son dynamisme sur la carte des destinations de citybreaks ou l'on peut vivre des expériences.

Du côté de l'Office de Tourisme, sa nouvelle localisation a véritablement ouvert de nouvelles perspectives. L'élargissement de la gamme de produits au sein de la boutique de souvenirs, les nouvelles thématiques de visites guidées, les nouveaux produits marketing ont permis d'accroître l'attractivité de la structure. En parallèle, des actions de promotion spécifiques à destination des cyclotouristes ont également été menées permettant de toucher un public de plus en plus nombreux et porteur.

Par ailleurs, les différentes promotions publicitaires en France et en Europe, dans la presse nationale et sur les réseaux sociaux participent également fortement à ces chiffres très encourageants.

Les perspectives sont belles : le principal challenge qui est de faire d'Orléans Métropole une réelle destination touristique devient une réalité. La fréquentation touristique estivale qui étonnait encore il y a quelques années devient désormais une « habitude » dans l'esprit de nos visiteurs comme des acteurs locaux. Encore considérée l'été dernier comme « la star (touristique) inattendue de l'été » (JT de 20h de TF1 en août 2020), le dynamisme touristique devient désormais durablement une réalité sur notre territoire.

Soyons surs que l'après COVID-19 aura un effet forcément bénéfique et accélérateur touristique des efforts menés. Le retour des britanniques viendra conforter les chiffres de la fréquentation. La saison estivale laisse présager une bonne arrière-saison et probablement une saison touristique automnale qui suivra le même élan.