

OBSERVATOIRE DU TOURISME ET DE L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE 2019/2020

IMPACT DE LA CRISE SUR L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE
DANS LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY EN 2020 ET BILAN 2019

Cette édition 2020 de l'observatoire est particulière à plus d'un titre. En effet, après un arrêt quasi total de l'activité touristique de mars 2020 jusqu'au début de l'été, il était important de prendre le pouls d'un des secteurs les plus impactés par la crise de la Covid-19. Cette édition est donc l'occasion de rendre compte du ressenti des professionnels du tourisme et de l'hébergement touristique de la Métropole du Grand Nancy, et des perspectives qu'ils perçoivent pour l'avenir. Ce numéro est aussi l'occasion de dresser le bilan de l'activité touristique 2019 sur le territoire.

Au regard de la situation inédite que nous vivons, l'observatoire paraît beaucoup plus tard que prévu, le coronavirus ayant aussi eu des conséquences sur notre démarche d'observation et sur le mode de recueil des données pour témoigner de l'activité de l'année passée.

En raison de l'interdiction des grands rassemblements professionnels, culturels et sportifs, de l'interruption brutale de l'activité des restaurants, bars et hôtels, et des restrictions portant sur les voyages internationaux, le tourisme est l'un des secteurs les plus durement touchés dans le monde par la pandémie. L'activité touristique mondiale tourne au ralenti depuis le mois de mars 2020, avec des pertes globales de revenus estimées jusqu'à 3 300 Mrd \$.

Aucun acteur du tourisme n'a été épargné. Parmi les grands groupes hôteliers, Accor a annoncé qu'il se séparait de 1 000 salariés dans le monde ; les acteurs de l'événementiel ont subi les conséquences du report ou annulation des grands salons, foires et congrès ; des géants de la réservation de séjours en ligne ont été fortement impactés (Tripadvisor et Booking prévoient de licencier 25 % de leurs effectifs, Expedia supprime plus de 3 000 emplois...) ; de très nombreux cafetiers et restaurateurs sont au bord de la faillite ; les compagnies aériennes ont enregistré des pertes historiques, avec des dizaines de milliers de suppressions d'emplois... sans parler des conséquences indirectes sur l'activité des prestataires et fournisseurs de ces entreprises, ainsi que sur d'autres secteurs liés au tourisme.

Premier créateur de richesses en France, le tourisme représente 8 % du PIB, génère chaque année 170 Mrd € de recettes et compte près de 2 millions d'emplois directs et indirects. L'impact de la crise sanitaire sur le tourisme français a été catastrophique, avec des pertes estimées à près de 40 Mrd € entre mars et juin 2020, et les professionnels sont nombreux à penser que le secteur mettra entre 12 et 24 mois pour se relever.

Dans la Métropole du Grand Nancy, la reprise de l'activité après confinement est tout en contraste. Si la saison estivale s'est révélée prometteuse pour le tourisme de loisirs, la situation est compliquée pour le tourisme d'affaires en raison de l'interdiction de rassemblements importants. Mais la filière reste mobilisée et positive, comme en témoignent dans ces pages les acteurs du tourisme dans le Grand Nancy.

SOMMAIRE

1/ CRISE SANITAIRE
p. 2-5

1/ TOURISME DE LOISIRS
p. 6-7

2/ TOURISME D'AFFAIRES
p. 8-9

5/ HÉBERGEMENT TOURISTIQUE
p. 10-11

6/ IMPACT ET RETOMBÉES
p. 12-13

7/ E-RÉPUTATION TOURISTIQUE
DE LA MÉTROPOLE DU
GRAND NANCY
p. 14-15

CRISE SANITAIRE

L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE FORTEMENT IMPACTÉE PAR LA PANDÉMIE

DES MESURES EXCEPTIONNELLES POUR RELANCER LE TOURISME

Pour soutenir et relancer l'activité touristique, le gouvernement a mis en place des mesures exceptionnelles pour accompagner les entreprises de la filière, avec le « Plan relance tourisme ». En collaboration avec les ministères de l'Économie et des Finances et de l'Action et des Comptes Publics, ainsi que les Régions, Bpifrance et la Banque des Territoires ont développé une plateforme pour permettre aux entreprises touchées par la crise d'identifier les différentes aides dont elles peuvent bénéficier (prise en charge à 100 % de l'activité partielle des salariés, fonds de solidarité, prêts garantis par l'Etat, exonérations de cotisations sociales, report des mensualités de prêts, plan d'investissements en fonds propres de 1,3 Mrd €...).

À l'échelle de la région Grand Est, des dispositifs d'aide en faveur des acteurs économiques bénéficient également aux professionnels du tourisme : prêts en trésorerie, mesures d'activité partielle, reports

de charges sociales et fiscales, fonds national de solidarité au profit des indépendants, fonds « Résistance »...

A l'instar de l'ensemble des acteurs du secteur touristique en France, les professionnels du tourisme de la Métropole du Grand Nancy ont subi un arrêt brutal de leur activité le 16 mars dernier suite aux annonces du gouvernement. Afin d'aider les entreprises du secteur à faire face à cette situation, le Grand Nancy a accordé un dégrèvement des deux tiers du montant de la Cotisation Foncière des Entreprises (CFE), avec un partage du coût à parts égales entre la Métropole et l'Etat.

Aujourd'hui mobilisés pour assurer une relance pérenne de l'activité touristique sur le territoire, ces acteurs témoignent de la reprise dans l'après-confinement et de la façon dont ils se projettent dans l'avenir.

Conséquence indirecte de la crise, le territoire a beaucoup souffert de l'image négative associée au Grand Est pendant la pandémie.

Afin de renverser cette perception négative, et promouvoir l'attractivité touristique de la région, l'ART a lancé une campagne inédite de communication, composée d'une série d'affiches valorisant l'offre touristique des destinations du Grand Est. Avec un message fort, « **Le soleil se lève plus tôt chez nous, ouvrez les yeux en Grand... Est** », l'objectif est de donner envie aux touristes de venir découvrir les richesses de notre territoire.





LES ACTEURS DU TOURISME DU GRAND NANCY TÉMOIGNENT

L'activité touristique d'affaires et de loisirs

Béatrice CUIF-MATHIEU | Directrice générale DESTINATION NANCY



« Concernant l'industrie des rencontres professionnelles, le Centre Prouvé perd à date plus de 50 % de son chiffre d'affaires et le Parc Expo environ 25 %.

Depuis le début de la crise de la Covid-19, nous sommes restés actifs et avons travaillé avec nos associations professionnelles à l'élaboration d'un protocole sanitaire adapté à la reprise. DESTINATION NANCY a adapté ce protocole à ces équipements. Un audit du cabinet Bureau Veritas a d'ailleurs abouti à l'obtention de l'attestation d'adéquation des mesures de prévention sanitaire au risque Covid-19 pour le Centre de congrès Prouvé. Notre protocole permet de faire du sur-mesure pour adapter au mieux les événements accueillis dans le respect des gestes barrières. Grâce à cela et à l'investissement des équipes, nous avons accueilli depuis septembre près de 30 événements dans nos deux équipements. Afin d'améliorer notre offre, nous avons fait des investissements, nous pouvons ainsi proposer à nos clients des événements hybrides : ce sera notamment le cas du Forum de l'Intelligence Artificielle que nous accueillons fin novembre.

Concernant les événements autoproduits :

- DESTINATION NANCY, en accord avec la Préfecture de Meurthe-et-Moselle, a pu maintenir, dans des conditions adaptées et restrictives, le salon Habitat Déco, Métiers d'Art et Antiquaires du 5 au 9 mars. Pendant les 5 jours de l'évènement, près de 230 exposants (51 % issus du Département et 86 % du Grand Est) étaient présents et ont animé leur stand. Compte tenu du contexte « extra-ordinaire », le salon a enregistré une baisse de fréquentation de l'ordre de 30 % mais avec un CA satisfaisant pour la majorité des exposants car les clients qui sont venus avaient souvent un projet.
- L'édition 2020 du salon du Basseur est reporté à 2021.
- Le report de l'édition 2020 de la Foire Expo en 2021 a privé le territoire de 8 697 057 € de retombées économiques et de 106 emplois ETP base annuelle (chiffres de l'édition 2018 car en 2019 la Foire se tenait sur 12 jours).

Pour favoriser la relance de l'activité tourisme d'affaires, une campagne de communication sur cette cible, avec un message fort « 100 % prêts à vous accueillir » a été lancée. Cette campagne s'accompagne d'une reprise des actions de promotion, à commencer par le salon professionnel de la filière, Heavent Meetings Cannes. Le 1^{er} septembre, une offre séminaire a été lancée et nous constatons aussi au niveau du Convention Bureau une reprise des demandes pour l'accueil d'évènements sur le territoire métropolitain.

Concernant le pôle Office de tourisme, au global, avec une prévision de chiffre d'affaires de 660 000 euros HT en 2020, une baisse de 50 % du chiffre d'affaires par rapport à 2019 est à noter. Cette baisse est entraînée par la diminution de l'activité d'accueil de groupes mais ralentie par le maintien d'une activité soutenue de la boutique tournée vers l'artisanat d'art.

Pour le tourisme de loisirs, il est à noter la mise en place d'une campagne de communication pour promouvoir la nouvelle offre City Pass, la reprise des relations presse, l'encartage de notre City Découverte dans le magazine Spectacles (distribution à 30 000 ex.) pour promouvoir nos visites guidées, le partenariat avec 4 médias locaux, la présence accrue sur les réseaux sociaux, ou encore la relance du projet de visites 360 et du projet d'audioguide.

En complément, DESTINATION NANCY travaille avec ses partenaires pour mettre en place un pacte sanitaire et ainsi travailler à la réassurance de la clientèle.

Le plan de relance de notre activité se poursuit en lien avec François WERNER, dont la délégation métropolitaine permet de renforcer le lien entre développement économique, attractivité, et tourisme, ainsi qu'avec les actions entreprises par la Métropole du Grand Nancy et la Ville de Nancy en direction des acteurs du territoire. »

Les grands évènements culturels

Véronique NOËL | Directrice générale adjointe Ville de Nancy, Pôle culture-attractivité



« Le programme de grands évènements organisés par la Ville de Nancy en 2020 a été fortement impacté par la pandémie et la nécessité d'éviter les rassemblements importants de personnes.

L'organisation de nombreux rendez-vous annuels emblématiques a dû être revue afin de proposer au public de nouveaux formats adaptés aux contraintes sanitaires.

Le son et lumière estival « Rendez-vous Place Stanislas » a été remplacé par un spectacle non sonorisé « Couleurs nocturnes », avec une projection en boucle sur une durée plus longue permettant d'éviter un rassemblement de foule à une heure précise. Le spectacle pyrotechnique du 14 juillet a également été adapté, avec des tirs en simultané de feux depuis différents points sur Nancy et dans la Métropole, plutôt qu'à un seul endroit. À la rentrée, le Livre sur la Place a été imaginé sans chapiteau mais sur 10 jours, en de multiples lieux, avec une programmation amplifiée, une rediffusion en streaming des temps forts, et une billetterie gratuite en ligne permettant de gérer le flux de visiteurs.

Une édition « collector » du festival NJP en octobre a été repensée avec des concerts se jouant principalement à ciel ouvert ou en salle. Enfin, les fêtes de Saint-Nicolas se dérouleront autour d'un programme adapté à la crise sanitaire, avec notamment une densification de la scénographie sur l'espace public, permettant de rester présent quelles que soient les contraintes sanitaires, ainsi que la mise en œuvre de programmations dédiées sur les réseaux sociaux.

Malgré le maintien de ces différents grands évènements, et une programmation prévisionnelle riche sur les 12 prochains mois, l'incertitude concernant l'évolution de la situation sanitaire actuelle et les dispositions nationales liées à l'évolution de la pandémie, ne permettent pas de se prononcer sur les perspectives de reprise à long terme. »

L'hébergement touristique

Paul GATINOIS | Président du Club hôtelier Nancy Métropole et gérant de l'Hôtel Crystal Best Western à Nancy



« La période de confinement a été extrêmement compliquée pour les hôtels et résidences de tourisme de la Métropole du Grand Nancy.

Même s'ils n'ont pas fait l'objet d'une fermeture administrative, la plupart des établissements ont décidé de fermer leurs portes par manque de réservations. A partir du 2 juin, avec la réouverture des restaurants et bars, un début de reprise d'activité s'est fait sentir. Mais le bilan de la saison estivale reste globalement négatif avec des performances en demi-teinte (-30 à 40 %), en raison notamment de l'absence de la majorité des clientèles internationales (asiatique, américaine...) et des groupes, ainsi que de la forte baisse de fréquentation des touristes urbains et des touristes d'affaires.

L'impact a été très variable d'un établissement à un autre. Les hôtels de charme, ainsi que ceux situés à proximité des bretelles d'autoroute, prisés par la clientèle de passage qui revient progressivement (Belges, Néerlandais...), s'en sont le mieux sortis.

Les pertes subies ne seront jamais compensées, et 2020 restera une année catastrophique pour l'hôtellerie. Avec l'incertitude liée à l'évolution de la pandémie, la clientèle reste prudente et, malgré la reprise enregistrée depuis le mois de juin, il est très difficile de se projeter sur une relance pérenne de l'activité ».

La restauration

Thierry VINCENT | Président des restaurateurs UMIH et gérant du restaurant "Crêperie La Bolée" à Nancy



« Pendant la crise, la restauration a accusé une baisse moyenne d'activité de 30 à 40 %. Les chaînes ont été fortement touchées, en raison des charges importantes qui pèsent sur leur trésorerie. Mais la fermeture de nombreux petits établissements de moins de 10 salariés est également à craindre, notamment dans la restauration traditionnelle qui souffre de la concurrence des restaurants thématiques ou à concepts novateurs. Couplé avec les nouvelles exigences d'une clientèle qui privilégie de plus en plus une cuisine de qualité à base de produits locaux, ce phénomène conduira certainement à un égrainage de l'offre de restauration dans la Métropole.

Une diversification d'activité (plats à emporter, livraison à domicile via Uber Eats ou Deliveroo...) a permis de pallier en partie les pertes dues à la crise, et la présence en nombre en juillet de touristes des pays européens

limitrophes (Pays-Bas, Allemagne...) a pu compenser la forte baisse de la clientèle étrangère en provenance de pays lointains (Chine, États-Unis...).

Globalement, malgré les contraintes imposées par le respect du protocole sanitaire, l'activité a bien redémarré dans la Métropole en juillet, en particulier pour les restaurants bénéficiant d'un emplacement privilégié.

Certains bars-restaurants ayant obtenu une autorisation provisoire de la Ville de Nancy pour l'installation d'un bar éphémère sur l'espace public, ont même vu leur chiffre d'affaires doubler, voire tripler par rapport à 2019.

Aujourd'hui, je reste relativement confiant sur les perspectives de reprise durable de l'activité dans la Métropole, grâce notamment à la solidarité des habitants qui soutiennent les petits restaurateurs et commerçants locaux. »

Le commerce spécialisé dans les produits régionaux

Nicolas GÉNOT | Gérant de la Maison des Sœurs Macarons à Nancy (fabrication et vente de confiseries lorraines)



« Malgré la réouverture partielle du magasin dès début avril, l'activité de la Maison des Sœurs Macarons a été durement touchée par la crise Covid-19, avec un chiffre d'affaires en forte baisse : -50 % en mars, -70 % en avril et mai, et -35 % en juin.

La livraison à domicile et l'explosion des ventes sur internet nous a toutefois permis d'éviter un scénario catastrophe, notamment à Pâques, qui avec juillet-août et les fêtes de Noël et de Saint-Nicolas, est l'une des périodes de plus forte activité pour notre magasin. Les ventes en ligne représentent un important potentiel de développement et je souhaite poursuivre cette dynamique. Mais compte tenu de l'incertitude concernant l'évolution de la pandémie sur les 6 prochains mois, voire au-delà, il est actuellement impossible d'engager des investissements de fonds propres, et il est donc envisagé de solliciter une aide de la Région dans le cadre de ce projet.

Les touristes plébiscitent les courts séjours à Nancy, notamment pendant la saison estivale et au moment de grands événements (Jardin éphémère, fêtes de Saint-Nicolas...), et cette clientèle génère 30 à 40 % du CA annuel du magasin. Leur absence s'est fait ressentir sur les derniers mois, mais depuis le déconfinement nous avons constaté un rebond de touristes français et de quelques visiteurs belges, allemands et luxembourgeois.

Depuis début juillet, nous avons enregistré une belle reprise de l'activité, en particulier sur le long week-end du 14 juillet, avec un chiffre d'affaires supérieur de 15 % à celui de juillet 2019, et un retour marqué des touristes frontaliers. »

Au début de l'année 2020, le tourisme dans la Métropole du Grand Nancy dessinait une trajectoire plutôt prometteuse, marquée par la montée en puissance du tourisme d'affaires, la progression des nuitées (+122 000 par rapport à l'année précédente) et l'augmentation et la diversification de l'offre d'hébergement touristique. La crise de la Covid-19 risque de changer la donne.

D'un côté, le secteur pourrait payer un lourd tribut avec notamment la fermeture définitive de bars, de restaurants ou d'hébergements touristiques. Mais de l'autre, beaucoup de Français, en particulier des locaux, pourrait décider à long terme d'opter pour des vacances dans l'Hexagone. Notre territoire pourrait en profiter et tirer son épingle du jeu.

Retour sur le bilan 2019 de l'activité touristique de loisirs et d'affaires, les retombées économiques générées, l'offre et la fréquentation de l'hébergement touristique.

TOURISME DE LOISIRS.....

UN LEVIER POUR L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE MÉTROPOLITAIN

OFFICE DE TOURISME DU GRAND NANCY



266 970

visiteurs accueillis
dont 36 % d'étrangers
(+22 % par rapport à 2018)



66 864

demandes renseignées
dont près de 90 % en face-à-face
(+20 % par rapport à 2018)



578

**groupes touristiques
accueillis**
soit 15 918 personnes
(-12 % par rapport à 2018)



74

**balades organisées
avec des greeters**



175

visites guidées organisées
soit 2 985 participants



1 249

City Pass diffusés



475 895

**entrées dans les musées
et maisons d'artistes**



80 000

**festivaliers
aux concerts de
Nancy Jazz Pulsations**



200 000

**spectateurs pour le
son et lumière de
Saint-Nicolas**



50 000

**spectateurs sur le
parcours du Tour de
France 2019 dans
la Métropole**



165 000

**visiteurs pour le
Livre sur la Place**



714 000

**spectateurs pour
"Les Rendez-vous
Place Stanislas"**



300 000

**visiteurs le week-end
de Saint-Nicolas**
dont 100 000 pour le défilé



9

**millions de voyageurs
en gare TGV de Nancy**

50 000 SPECTATEURS SUR LE PARCOURS GRAND NANCÉIEN DU TOUR DE FRANCE 2019

Le mardi 9 juillet 2019, la Ville de Nancy et la Métropole du Grand Nancy ont accueilli avec succès l'arrivée de la 4^e étape du Tour de France, reliant Reims à Nancy, après un parcours sur la Métropole de 13,7 km (Villers, Laxou, Jarville, Vandœuvre, Nancy).

25 000 personnes étaient présentes sur le site d'arrivée et dans le dernier kilomètre, avec un total, sur l'ensemble du parcours grand nancéien, de 50 000 spectateurs.



© Métropole du Grand Nancy



100 chaînes de télévision
ont diffusé les images du Tour de France
et de la Métropole

dans plus de **190 pays**
à travers le monde

4 500 personnes
ont séjourné dans des hébergements
touristiques sur le territoire
(organisateur, groupes sportifs, médias,
partenaires, caravane, prestataires...)

2 500 véhicules techniques
(TV, bus équipés, voitures...)

176 coureurs
(22 équipes de 8 coureurs)



Le grand village de Saint-Nicolas, 2019 © Ville de Nancy

300 000 VISITEURS PENDANT LE WEEK-END DE SAINT-NICOLAS

Mariant tradition et création actuelle, cette grande fête des Lorrains attire chaque année des centaines de milliers de visiteurs. Pendant plus d'un mois (de fin novembre à début janvier), cet événement populaire crée une effervescence sur tout le territoire, grâce à une riche programmation autour de la légende du saint patron, des valeurs de la fête, du rassemblement et du partage.

Principal temps fort de ces fêtes, le week-end de Saint-Nicolas rassemble tous les ans un public familial de tous âges, venu de la région et de la France entière. Cette manifestation majeure marque l'identité culturelle de la Métropole du Grand Nancy et renforce son rayonnement et son attractivité.

- WEEK-END DE SAINT-NICOLAS

100 000 spectateurs pour le défilé

950 participants au grand défilé
(chars, machines géantes...)

84,1 % taux moyen d'occupation hôtelière
le samedi soir du week-end de Saint-Nicolas

720 artistes

68 compagnies fanfares ou associations mobilisées

91 spectacles autour des thèmes de l'amour
et des super héros

- FÊTES DE SAINT-NICOLAS

5 villages et 3 quartiers commerçants répartis dans le
centre-ville de Nancy proposant des ambiances et programmations
différentes et complémentaires

201 programmations de festivals, concerts, spectacles,
installations artistiques, visites, ateliers... (hors week-end de Saint-Nicolas
et spectacle « les Rendez-vous de Saint-Nicolas »)

308 sapins lumineux installés chez les commerçants du centre-ville

TOURISME D'AFFAIRES

LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY, UNE DESTINATION PHARE

CENTRE PROUVÉ


150
événements
accueillis
dont 26 congrès


78 224
journées
congressistes
enregistrées


22 000
nuitées
d'affaires
générées

CONVENTION BUREAU


439
demandes traitées
par le Convention Bureau


68
partenaires
référéncés


4 316
nuitées
réservées
via le service
de gestion des
hébergements


28
événements accueillis
au Parc Expo

PARC DES EXPOSITIONS


107 000
visiteurs à la
Foire Expo Internationale
de Nancy


63,8%
part des nuitées
d'affaires dans les
hôtels de la Métropole

NOTE DE LECTURE

Sont présentés les principaux chiffres-clés de l'activité « tourisme d'affaires » en 2019. À noter, le Centre Prouvé, le Parc des Expositions et le Convention Bureau ne résument pas à eux seuls l'ensemble de la gestion du tourisme d'affaires sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy.

UN NOUVEAU PACTE D'ACCUEIL DES GRANDS ÉVÈNEMENTS



Le Centre de congrès Prouvé © Nicolas DOHR

S'appuyant sur une convention d'accompagnement et d'accueil tripartite, le Pacte d'accueil des grands événements a été créé fin 2018. Il s'articule autour d'engagements réciproques pris par la Métropole du Grand Nancy, la Ville de Nancy et DESTINATION NANCY et impliquant neuf autres partenaires : l'Université de Lorraine, SCALEN, la CCI Grand Nancy Métropole Meurthe-et-Moselle, le Club Hôtelier, les Vitrites de Nancy, la SNCF, Lorraine Airport, la Fédération Départementale de l'Industrie Hôtelière et l'Agence régionale du tourisme Grand Est.

La dynamique du dispositif s'appuie sur deux notions essentielles à même de convaincre les organisateurs que Nancy est la destination adaptée à leurs besoins : une organisation facilitée et la possibilité pour les participants de bénéficier de services exclusifs :

- Aide au montage d'un dossier de candidature.
- Courriers de soutien institutionnel.
- Mise en relation avec les professionnels, mise en valeur de la manifestation (kit de communication fourni, accueil personnalisé en gare, affichage en ville, etc.).
- Distribution de City Pass (accès gratuit dans les musées, réduction auprès des commerçants, etc.).
- Cadeaux en chambre...

Sont éligibles au Pacte d'accueil les événements professionnels de type congrès ou convention sur deux nuitées minimum de plus de 500 participants (ou de 300 participants dans le cadre d'un dossier en lien avec les filières d'excellence du territoire).



Le Pacte d'accueil renforce l'attractivité d'une offre touristique globale qui ne cesse de se structurer avec DESTINATION NANCY, la porte d'entrée unique pour la promotion touristique, l'accueil et l'organisation d'événements.

Depuis son lancement officiel au premier semestre 2019, 8 événements répondant aux critères d'éligibilité ont pu bénéficier du Pacte en 2019, tel que le congrès de la FNSEA. En 2019, 497 City Pass affaires ont été distribués dans le cadre du Pacte d'accueil.

1 200 CONGRESSISTES ACCUEILLIS LORS DU CONGRÈS DE LA FNSEA

Le Centre de congrès Prouvé a porté avec succès la candidature du 73^e Congrès national de la Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles.

Le congrès s'est déroulé à Nancy du 26 au 28 mars 2019, rassemblant plus de 1 200 participants pendant trois jours.

Les congressistes ont été logés dans 13 hôtels répartis sur l'ensemble de la Métropole, générant ainsi 665 nuitées (315 personnes hébergées dans 292 chambres) gérées par la centrale de réservation du Convention Bureau.

Le Pacte d'accueil aux grands événements a été mis en place pour la première fois à l'occasion de cet événement.



73^e Congrès national de la FNSEA © Radio France - Thierry COLIN

HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

BILAN DE L'OFFRE ET DE LA FRÉQUENTATION DANS LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY

HÔTELLERIE CLASSÉE



749 974

nuitées

-25 000 par rapport à 2018



39 hôtels



2 284
chambres



63,8%

taux d'occupation
moyen annuel

-0,9 point par rapport
à 2018



51%

des chambres
appartiennent
à la catégorie 3*



25,2%

part des nuitées
étrangères

**1,2 million
de nuitées
marchandes
en 2019**

SOIT +122 000
PAR RAPPORT
à 2018



63,8%

de clientèle
d'affaires

+0,4 point par
rapport à 2018



1,4 jour

durée moyenne
de séjour



71
hébergements



2 606 personnes
Capacité d'accueil
supplémentaire à
l'hôtellerie classique
hors offre plateformes



418 971¹

nuitées
+147 000 par rapport
à 2018



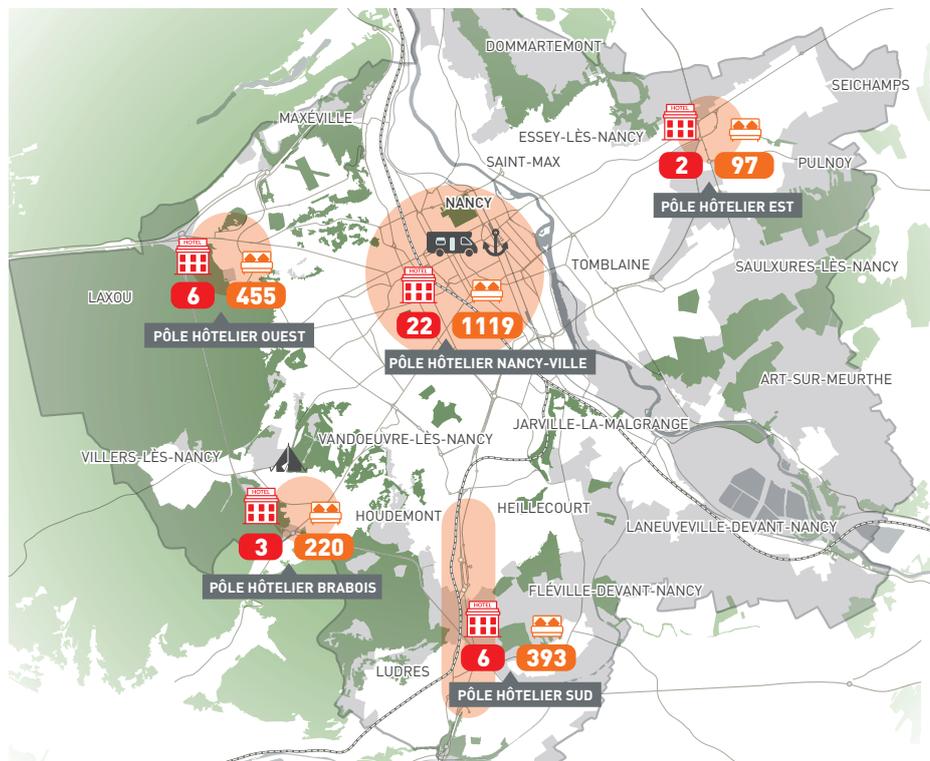
plus de **800**
logements
proposés
sur Airbnb

¹ Projection établie à partir des données Taxe de Séjour 2019 de la Métropole du Grand Nancy et des statistiques issues du site Airdna portant sur les hébergements loués par Airbnb, dont une estimation de 152 000 nuitées pour les hébergements proposés sur les plateformes de réservation en ligne

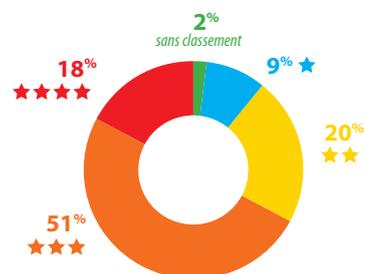
RAPPEL : Suite à un ajustement du périmètre d'observation, le bilan de l'activité hôtelière porte depuis 2018 sur la Métropole du Grand Nancy stricto sensu.

L'OFFRE D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE dans LA MÉTROPOLÉ DU GRAND NANCY

Source : INSEE - Observatoire du tourisme et de l'hébergement touristique - septembre 2020



> Répartition des chambres par catégorie d'hôtel



> Capacité d'accueil des autres hébergements touristiques

	Nancy ville	Métropole du Grand Nancy hors Nancy-ville
RÉSIDENCES DE TOURISME	7 • 1427	1 • 198
MEUBLÉS DE TOURISME	42 • 141	5 • 24
CHAMBRES D'HÔTES	6 • 41	7 • 31
LOGEMENTS AIRBNB	632 • NC	186 • NC

Nbre d'hébergements • Nbre de personnes

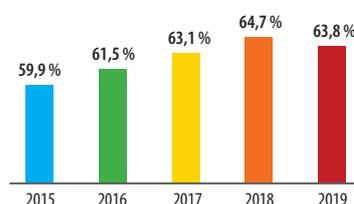
De bons résultats en 2019

- Le nombre de nuitées marchandes augmente de près de 12 % (+122 000) en 2019, porté par la fréquentation des autres formes d'hébergement qui progresse de 147 047 nuitées (soit +54 %) par rapport à 2018, dont 60 000 nuitées supplémentaires pour les résidences de tourisme.
- En revanche, après 4 années de progression, la fréquentation hôtelière est en recul :
 - le taux moyen annuel d'occupation est en baisse sur 7 mois de l'année et s'établit à 63,8 % (-0,9 point par rapport à 2018)
 - une perte de 25 199 nuitées hôtelières par rapport à 2018 (soit -3,3 %), avec des résultats en progression sur les seuls mois de janvier, mars et avril.
- La baisse la plus importante de la fréquentation hôtelière est observée au mois de décembre (-4,5 points de taux d'occupation et une perte de 5 881 nuitées), certainement en raison des mouvements sociaux de fin d'année en France. La moitié des nuitées perdues à cette période concerne la clientèle internationale, beaucoup moins présente en France qu'habituellement.

- Un recul significatif des nuitées hôtelières est également enregistré pour les mois de mai (-4 193 nuitées, dont 67 % de nuitées françaises) et de septembre (-2,6 points de taux d'occupation et -4 415 nuitées, dont 75 % de nuitées françaises).
- Les hôtels ont enregistré une forte augmentation des nuitées de la clientèle internationale en avril (+3 746 nuitées).
- À noter également pour les hôtels de la Métropole, une évolution positive de 0,4 point de la part de clientèle d'affaires, qui atteint 63,8 % (+0,4 point).

> Évolution du taux moyen annuel d'occupation hôtelière entre 2015 et 2019

Source : INSEE - Observatoire du tourisme et de l'hébergement touristique - septembre 2020



IMPACT ET RETOMBÉES

LE TOURISME, MOTEUR ÉCONOMIQUE POUR LE TERRITOIRE

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

3,2 M de visiteurs
dont 2,1 M d'excursionnistes
et 1,1 M de touristes

1,2 M de
nuitées marchandes

372 € budget moyen
d'un séjour en
hébergement marchand ¹

EMPLOIS

5 600
emplois touristiques
dans la Métropole
du Grand Nancy ³

CENTRE PROUVÉ

19,4 M€
de retombées
économiques ²

280
emplois induits

DESTINATION NANCY

13,64 M€
de retombées
économiques
générées par les
événements produits



ACCUEIL DE GROUPES

273 K€
de chiffre d'affaires

WEEK-END DE SAINT-NICOLAS

84,1 %
de taux d'occupation
hôtelière le samedi soir
pendant le week-end
de Saint-Nicolas

TOUR DE FRANCE

91,7 %
taux d'occupation hôtelière
le 9 juillet 2019
pour l'arrivée de la 4^e étape
du Tour à Nancy

WEEK-END DE SAINT-NICOLAS : UN TAUX D'OCCUPATION HÔTELIÈRE DE 84,1 % LE SAMEDI SOIR

Si la fréquentation pendant le week-end de Saint-Nicolas se démarque à nouveau en 2019 par rapport aux taux constatés les mêmes jours de la semaine précédente et de la semaine suivante, elle est toutefois en légère baisse par rapport à l'année précédente, certainement en raison des nombreux mouvements sociaux les week-end de décembre 2019.

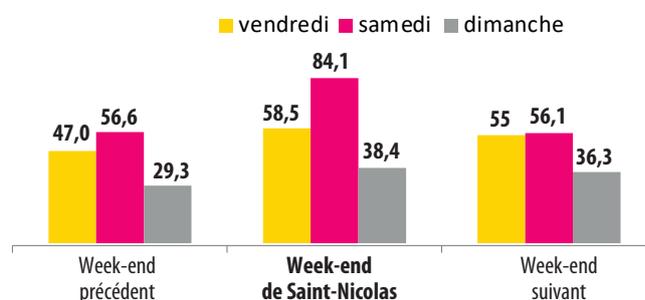
Avec 100 000 spectateurs au traditionnel grand défilé de Saint-Nicolas, c'est le samedi soir qui enregistre la fréquentation la plus élevée du week-end, avec un taux moyen d'occupation qui atteint 84,1 % dans les hôtels de la Métropole du Grand Nancy. Ce taux est supérieur de près de 30 points par rapport au week-end précédent et au week-end suivant.



© Ville de Nancy

> Taux moyens d'occupation hôtelière pendant le week-end de Saint-Nicolas (du 6 au 8 décembre 2019)

Source : INSEE - Observatoire du tourisme et de l'hébergement touristique - septembre 2020



L'ACCUEIL DE L'ARRIVÉE DU TOUR DE FRANCE À NANCY DOPE LA FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE

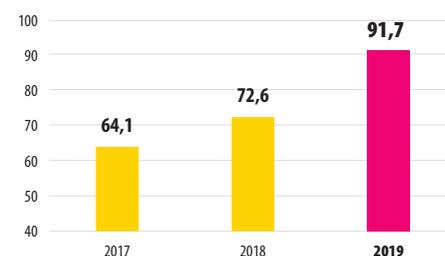
L'accueil du Tour de France a eu un impact significatif sur l'activité hôtelière dans la Métropole du Grand Nancy le mardi 9 juillet, puisque le taux d'occupation observé le jour de l'arrivée à Nancy de la 4^e étape de la course est supérieur de près de 20 points aux taux observés le mardi de la même semaine en 2017 et 2018.



© Métropole du Grand Nancy

> Taux moyen d'occupation hôtelière enregistré le mardi 9 juillet 2019 pour l'arrivée du Tour de France à Nancy (comparé aux taux observés le même jour en 2017 et 2018)

Source : INSEE - Observatoire du tourisme et de l'hébergement touristique - septembre 2020



E-RÉPUTATION TOURISTIQUE

ÉTUDE DE LA VISIBILITÉ DU TERRITOIRE AU 2^E TRIMESTRE 2020 SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

Une étude des traces numériques portant sur l'offre touristique de la Métropole du Grand Nancy a été réalisée par Scalen au deuxième trimestre 2020 à partir de données récoltées sur Tripadvisor, Booking, Airbnb, Facebook, Instagram, La Fourchette, Twitter et Google Maps. Cette analyse a permis de quantifier et qualifier les traces numériques liées au tourisme laissées par les utilisateurs sur les réseaux sociaux dans le périmètre de la Métropole du Grand Nancy, afin de nourrir la réflexion sur l'attractivité et la visibilité touristique du territoire.

Réseaux sociaux, plateformes de réservation, sites d'avis, applications mobiles pour faciliter le parcours des visiteurs... le tourisme est l'un des premiers secteurs économiques à s'être approprié les nouvelles technologies du numérique, en développant des outils web destinés à accompagner le touriste avant, pendant et après son séjour. Les traces numériques (commentaires, photos, avis, notes...) partagées par le biais de ces outils représentent une mine d'informations qui améliorent l'expérience du touriste à chaque étape de son séjour, du choix de la destination au retour d'expérience après la visite.

En complément des études d'observation traditionnelles, ces traces numériques représentent également une source d'information incontournable pour les territoires et les professionnels du tourisme. En effet, elles forgent l'e-réputation touristique d'une destination et contribuent fortement à sa visibilité et à son attractivité. Leur analyse met en évidence les nouvelles attentes et pratiques des visiteurs, et permet aux acteurs du tourisme d'adapter leurs stratégies digitales et outils de promotion et de valorisation touristiques en cohérence avec la réalité constatée, afin de faire évoluer positivement l'image touristique de la destination.



Près de **670 000**
publications¹ recensées

sur la Métropole du Grand Nancy
dont 544 733 à Nancy (soit 82 %)



Plus de **1 000**
points d'intérêt² commentés

dans la Métropole du Grand Nancy
dont 938 à Nancy (soit 85 %)

PARMI LES RÉSEAUX ÉTUDIÉS, INSTAGRAM ET GOOGLE MAPS COMPTENT POUR 2/3 DES PUBLICATIONS

666 733 publications sur la Métropole du Grand Nancy dont 544 733 sur Nancy



262 407
242 673



207 044
134 827



84 803
69 033



46 962
39 491



25 390
23 231



23 099
19 120



8 750
8 750



8 278
7 608

Sources : Instagram, Google Maps, Tripadvisor, Booking, Facebook, Airbnb, La Fourchette, Twitter – avril / mai 2020

1 Publications : avis, commentaires, notations, photos, vidéos ...

2 Points d'intérêt : lieux touristiques, restaurants, hébergements, loisirs...

LES LIEUX TOURISTIQUES ET LES RESTAURANTS GÉNÈRENT LE PLUS DE PUBLICATIONS

	Métropole du Grand Nancy	dont Nancy-ville
lieux touristiques	237 605	227 616
restaurants	233 231	169 129
loisirs	73 238	49 058
hébergements	98 429	76 469
événements	24 230	22 461
TOTAL	666 733	544 733

La place Stanislas arrive en tête du classement DES LIEUX TOURISTIQUES LES PLUS COMMENTÉS ET MIEUX NOTÉS

La place Stanislas arrive en première position pour chacune des différentes sources étudiées, autant en nombre de commentaires qu'en notation, et devance de loin les autres lieux touristiques recensés dans le Grand Nancy. Les parcs, jardins et musées occupent les autres places en haut du classement.

> Les lieux les plus commentés

1. Place Stanislas (24 517 publications)
2. Parc de la Pépinière
3. Parc Sainte-Marie
4. Muséum-aquarium de Nancy

> Les lieux les mieux notés

1. Place Stanislas (notation moyenne 4,8/5)
2. Parc de la Pépinière
3. Parc Sainte-Marie
4. Muséum-aquarium de Nancy

Source : tous réseaux étudiés - données d'avril / mai 2020

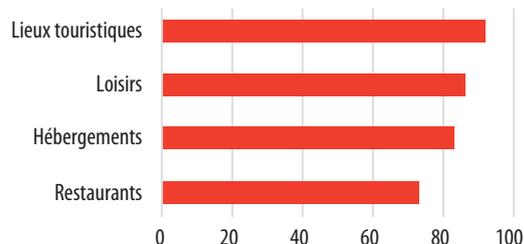
NOTE MÉTHODOLOGIQUE

La visibilité des grands événements difficile à évaluer : Les grands événements sont des moments forts qui contribuent à l'attractivité de la Métropole du Grand Nancy. Cependant, recueillir les traces de ces événements pour étudier leur visibilité sur les réseaux s'avère compliqué, car hormis les rares pages web et comptes officiels liés à ces événements (qui ne comptent qu'un nombre faible de publications) il n'existe pas d'autres plateformes d'avis dédié aux événements pour partager des commentaires ou attribuer des notes. Par conséquent, étudier l'e-réputation des événements qui se déroulent dans la Métropole du Grand Nancy, toutes les publications (commentaires, photos, vidéos...) sur les différents réseaux sociaux ont été rassemblées, en utilisant des termes de recherche très ciblés afin de limiter le nombre de résultats non-pertinents (par exemple un événement qui n'a pas une appellation spécifique ou unique, ou qui n'est pas bien référencé sur les réseaux donnera un volume important de résultats qui ne sont pas liés à l'événement). Les événements les plus commentés témoignent de la grande variété des manifestations qui se déroulent dans le Grand Nancy. En tête du classement pour le nombre de publications, on retrouve le Jardin Éphémère de Nancy avec plus de 4 000 publications. Anim'Est (convention annuelle sur le thème de la culture pop japonaise qui se déroule au Centre de congrès Prouvé) vient en 2^e position avec 3 552 publications, puis le Festival Nancy Jazz Pulsations avec 3 506 publications, suivi du Livre sur la Place (2 667 publications) et de la Foire Attractive (2 592 publications). En termes de nombre d'abonnés¹, c'est le festival NJP qui figure largement en tête avec 32 033 abonnés, suivi de la Foire Attractive avec 22 621 abonnés. Enfin en termes de fréquentation, les événements qui se déroulent sur une durée de plusieurs semaines arrivent en tête de classement : la Foire Attractive de Nancy rassemble le plus de visiteurs (2 M de personnes), suivie du spectacle son et lumière « Rendez-vous place Stanislas » (714 000 spectateurs) et du Jardin Éphémère (680 000 visiteurs).

1 Le nombre d'abonnés correspond au nombre de personnes ayant choisi de suivre une page afin de se tenir au courant du contenu partagé sur les réseaux sociaux.

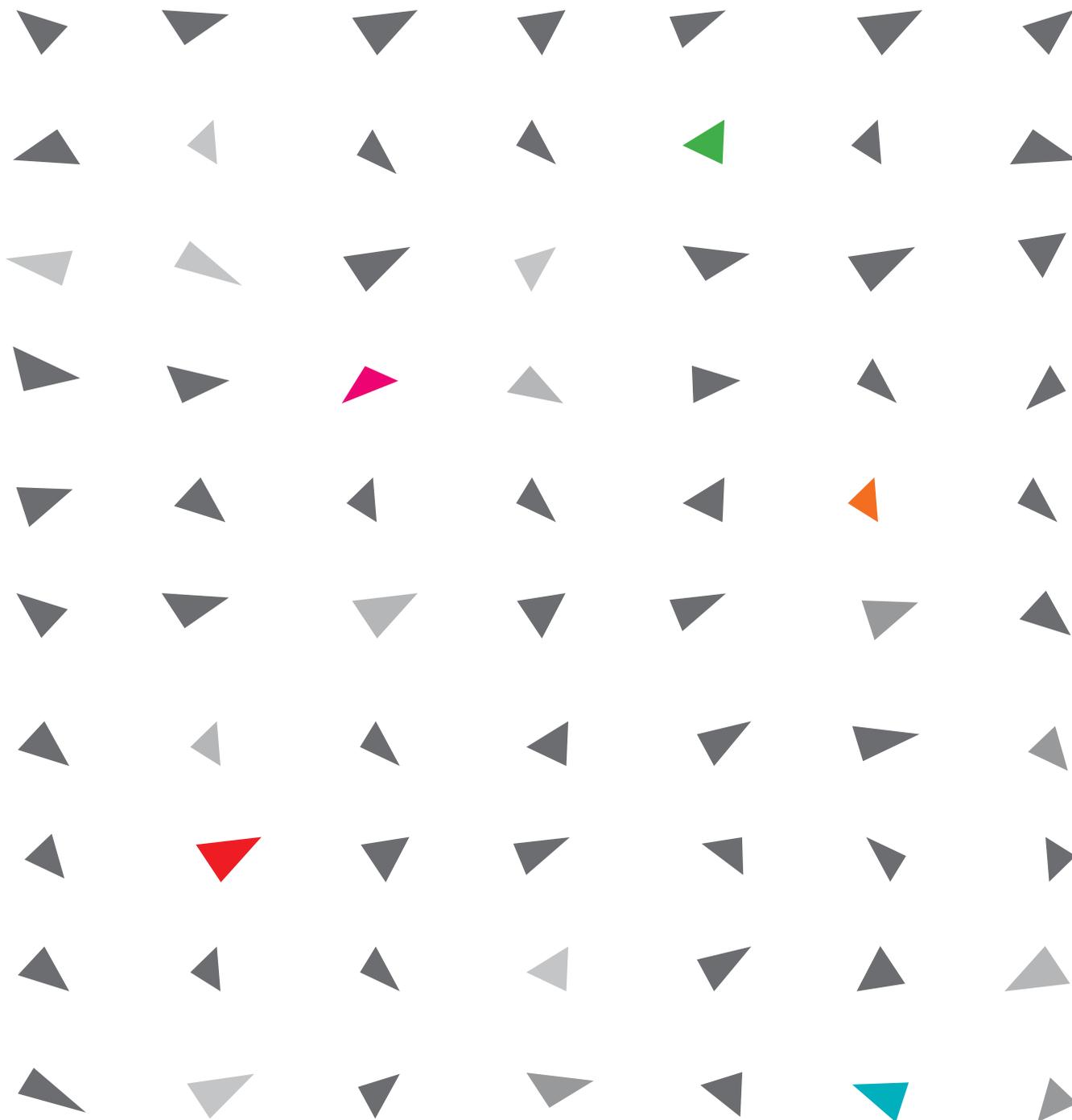
93 % D'AVIS POSITIFS : UN NIVEAU DE SATISFACTION ÉLEVÉ POUR LES LIEUX TOURISTIQUES DE LA MÉTROPOLE

> Taux global de satisfaction des touristes



Le Jardin Éphémère : évènement LE PLUS PUBLIÉ

Évènements	Nbre de publications sur les réseaux étudiés	Nbre d'abonnés suivant une page web liée à l'évènement	Fréquentation de l'évènement (nbre de personnes)
Jardin Éphémère	4 102	7 326	680 000
Anim'Est	3 552	11 674	7 000
Nancy Jazz Pulsations	3 506	32 033	80 000
Livre sur la Place	2 667	15 773	165 000
Foire Attractive de Nancy	2 592	22 621	2 000 000
Foire Expo de Nancy	1 734	3 537	107 000
Festival international du film	1 627	5 868	10 000
Grand défilé de Saint-Nicolas	1 001	2 293	100 000
Week-end de Saint-Nicolas	852	7 744	300 000
Rendez-vous place Stanislas	749	NC	714 000



LES CAHIERS DE SCALEN N°50 | SEPTEMBRE 2020

OBSERVATOIRE DU TOURISME ET DE L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE 2019/2020

IMPACT DE LA CRISE SUR L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE DANS LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY EN 2020 ET BILAN 2019

DIRECTION DE LA PUBLICATION : PASCAL TATON | RÉDACTION : JACQUELINE IANNAcone | ONT CONTRIBUÉ À CE NUMÉRO : AURÉLIE FRENTZ (MÉTROPOLE DU GRAND NANCY), YVES SCHULTZ (CCI GRAND NANCY MÉTROPOLE - MEURTHE-ET-MOSELLE), VÉRONIQUE NOËL ET STÉPHANE SCHMITT (VILLE DE NANCY), BÉATRICE CUIF-MATHIEU, THIERRY BOTTARD, LAURENCE FLAYEUX ET MARGOT PIGELET (DESTINATION NANCY), LAURÈNE DUPONT (LICENCE PROFESSIONNELLE ANIMATION DES COMMUNAUTÉS ET RÉSEAUX SOCIO-NUMÉRIQUES, IUT CHARLEMAGNE), PAUL GATINOIS (CLUB HÔTELIER NANCY MÉTROPOLE / HÔTEL CRYSTAL BEST WESTERN), THIERRY VINCENT (UMIH / RESTAURANT-CRÊPERIE LA BOLLÉE), NICOLAS GÉNOT (MAISON DES SŒURS MACARONS) | PILOTAGE ET COORDINATION ÉDITION : PRISCILLA PIERRE | CONCEPTION ET MISE EN PAGE : GÉRARD SACCOMANDI

SCALEN
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
DES TERRITOIRES
NANCY SUD LORRAINE

LES ATELIERS DU BRAS VERT
49 BOULEVARD D'AUSTRASIE • CS 20516 • 54008 NANCY CEDEX
TÉL. 03 83 17 42 00 • contact@agencescalen.fr

www.agencescalen.fr

