

les cahiers DE L'ADUAN

#30
JUILLET 2016

ÉCONOMIE

OBSERVATOIRE DE L'HÔTELLERIE

BILAN DE L'ACTIVITÉ HÔTELLIÈRE 2015 DANS LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY

L'Observatoire de l'Hôtellerie est réalisé chaque année par l'Aduan et la Chambre de commerce et d'industrie de Lorraine, en partenariat avec le Grand Nancy, Nancy Tourisme et Évènements, Grand Nancy Congrès et Évènements, la Ville de Nancy, les représentants de l'hôtellerie (Club Hôtelier et Fédération Départementale de l'industrie hôtelière), et l'Insee.

Il présente l'offre hôtelière du territoire et ses spécificités, fait le point sur la fréquentation des différentes clientèles, propose les actualités du secteur, étudie l'impact sur l'hôtellerie des grands événements organisés sur le territoire, et propose une comparaison de l'activité hôtelière du territoire avec celle des autres agglomérations du Nord-Est.

Ce travail partenarial permet de mettre en évidence les tendances qui se dessinent pour demain, et de nourrir les réflexions menées sur la mise en œuvre d'actions spécifiques visant à stimuler la fréquentation hôtelière et à promouvoir le tourisme d'affaires dans la métropole.

EN RÉSUMÉ

Avec 43 établissements et 2 531 chambres, l'offre en hôtellerie de tourisme classée dans la métropole du Grand Nancy reste sensiblement stable en 2015. La capacité d'accueil a légèrement baissé, avec 162 chambres en moins, suite à la fermeture de l'hôtel Eclipse à Heillecourt et la transformation de l'ancien hôtel Park Inn.

L'offre des autres formes d'hébergement est en progression, avec 7 hébergements supplémentaires en 2015. Le potentiel d'accueil de ces différents hébergements en plus de l'offre hôtelière classique est de 2 432 personnes.

On observe en 2015 une relative stabilité du taux d'occupation par rapport à 2014, qui s'établit à 58,6 %, malgré un fléchissement de la fréquentation en termes de nuitées. Cette baisse se ressent uniquement pour la clientèle française, en particulier en fin d'année dans le contexte des attentats terroristes.

Selon l'étude-action prospective du secteur hébergement-restauration initiée par le Grand Nancy et la Maison de l'Emploi, 85 % des établissements d'hébergement touristique ont accueilli une clientèle majoritairement professionnelle en 2015. Dans deux établissements grand nanciens sur trois, le poids des séjours d'affaires est proche de 70 %.

Enfin, les nombreux événements organisés dans la Métropole tout au long de l'année, en particulier les événements culturels et d'affaires, attirent un grand nombre de visiteurs sur le territoire. Ils génèrent un flux de visiteurs important qui a un impact positif sur la fréquentation hôtelière.

aduan AGENCE DE DÉVELOPPEMENT ET D'URBANISME
DE L'AIRE URBAINE NANCÉIENNE

AVEC LE SOUTIEN DE

**métropole
Grand Nancy**

EN COLLABORATION AVEC

ville de
Nancy

EN PARTENARIAT AVEC

CCI LORRAINE

NANCY TOURISME
ET ÉVÈNEMENTS

**GRAND
NANCY
CONGRÈS &
ÉVÈNEMENTS**

SOMMAIRE

- 1/ Repères
- 2 / Présentation du parc hôtelier de la métropole du Grand Nancy
- 3/ Les autres formes d'hébergement touristique
- 4/ Bilan de la fréquentation hôtelière 2015
- 5/ Le Sud Meurthe-et-Moselle : une offre hôtelière complémentaire
- 6/ L'activité hôtelière dans les grandes agglomérations du Nord-Est
- 7/ Tourisme urbain : aperçu de l'impact des événements phares organisés en 2015
- 8/ Perspectives d'évolution du secteur de l'hôtellerie

MÉTHODOLOGIE

Les données de fréquentation hôtelière présentées dans l'Observatoire de l'Hôtellerie sont extraites de l'enquête annuelle de l'Insee réalisée depuis 1982 auprès de 12 000 hôtels de tourisme de la France métropolitaine et des départements d'outre-mer.

En Lorraine, le nombre d'hôtels échantillonnés s'élève à 347 sur 421. 283 réponses ont été traitées, soit un taux de retour de 81,4 % et un taux de couverture en chambres de 80,9 %. Dans la métropole du Grand Nancy, le taux de retour est plus élevé (85,5 %) et le taux de couverture atteint 86,8 % des chambres disponibles.

À noter que seule l'hôtellerie classique est concernée par l'analyse de la fréquentation, car l'Insee ne dispose pas de données pour les autres formes d'hébergement à l'échelle de la métropole.

Par ailleurs, les éléments concernant le parc hôtelier de la Métropole sont fournis par la CCI de Lorraine, et les données portant sur l'offre des autres formes d'hébergement sont extraites de l'outil de gestion de la taxe de séjour du Grand Nancy.

Contraintes d'interprétation des résultats 2015

L'Insee étant dans l'obligation de respecter le secret statistique, certaines données communiquées pour l'année 2015 sont incomplètes. C'est le cas par exemple pour les données concernant la fréquentation par catégorie d'hôtel (taux d'occupation et nombre de nuitées) : l'analyse de ces données restera donc partielle.

Par ailleurs, suite à une rectification du périmètre d'observation, l'année 2015 marque le début d'une nouvelle série de données. La comparaison avec les résultats 2014 se limitera donc aux grands indicateurs réajustés pour prendre en compte le périmètre corrigé.

Définitions

Autres hébergements touristiques

Chambres d'hôtes, meublés de tourisme, résidences de tourisme, campings.

Hôtel indépendant

Entreprise juridiquement et économiquement autonome, souvent familiale. Ces hôtels ne sont rattachés à aucune chaîne et sont gérés librement par leur propriétaire.

Chaîne volontaire

Un regroupement d'hôteliers indépendants unis sous une enseigne commune, afin de mutualiser les actions de promotion et de commercialisation.

Chaîne intégrée

Hôtels portant la même enseigne, avec un style, des prestations et un niveau d'équipements standardisés. Ces hôtels sont principalement exploités par de grands groupes hôteliers et bénéficient d'une image de marque puissante et homogène.

Taux d'occupation

Rapport en % entre le nombre de chambres occupées et le nombre de chambres offertes. Il indique le niveau moyen de fréquentation d'un hébergement sur une période donnée.

Nuitées

Nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel.

Nuitées étrangères

Nuitées en fonction du pays de résidence du client.

Arrivées

Nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même hôtel.

Durée moyenne de séjour

Rapport (en jour) entre le nombre de nuitées et le nombre d'arrivées.

Revenu moyen par chambre disponible (RevPAR)

Rapport (en € HT) entre le chiffre d'affaires de l'hébergement et le nombre de chambres disponibles à la vente. Indicateur hôtelier par excellence, le RevPAR reflète les performances d'un établissement à la fois en termes de fréquentation et de prix moyen.

1 REPÈRES

Chiffres-clés hôtels 2015

Nombre d'hôtels	43
Nombre de chambres	2 531
Taux d'occupation moyen annuel	58,6 %
Nombre total de nuitées	801 992
Part des nuitées étrangères	22,5 %

Chiffres-clés autres hébergements touristiques 2015

Nombre d'hébergements	59
<i>dont résidences hôtelières et de tourisme</i>	7
Nombre de chambres / appartements	961
<i>dont résidences hôtelières et de tourisme</i>	669
Capacité d'accueil en nombre de personnes	2 432
<i>dont résidences hôtelières et de tourisme</i>	1 446



Ville de Nancy

Taxe de séjour 2015

Grille tarifaire appliquée depuis le 1^{er} janvier 2015

Catégorie d'hébergement	Tarifs par jour et par personne
Palaces ^{(1) (2)}	2,00 €
5 étoiles ⁽²⁾	1,50 €
4 étoiles ⁽²⁾	1,10 €
3 étoiles ⁽²⁾	0,90 €
2 étoiles ⁽²⁾	0,70 €
1 étoile et chambres d'hôtes ^{(2) (3)}	0,50 €
Hôtels et résidences de tourisme en attente de classement ou sans classement ⁽¹⁾	0,75 €
Meublés de tourisme et hébergements assimilés en attente de classement ou sans classement ⁽²⁾	0,75 €
Terrains de camping classés en 3, 4 et 5 étoiles ⁽⁴⁾	0,55 €
Terrains de camping classés en 1 et 2 étoiles ⁽⁴⁾	0,20 €

(1) Nouvelles catégories créées par la loi de Finances 2015

(2) Hôtels de tourisme, résidences de tourisme et meublés de tourisme et tous les autres établissements présentant des caractéristiques de classement touristique équivalentes

(3) Catégorie étendue par la loi de Finances 2015 aux chambres d'hôtes

(4) et tout autre terrain d'hébergement de plein air de caractéristiques équivalentes

PRÉSENTATION DU PARC HÔTELIER DE LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY

Un parc qui évolue

Le parc hôtelier de la métropole compte 43 hôtels de tourisme et 2 531 chambres. Suite à la fermeture de l'hôtel Eclipse à Heillecourt et la transformation d'une partie des chambres de l'ancien hôtel Park Inn en résidence suite à son rachat, la capacité d'accueil globale a légèrement baissé en 2015 (162 chambres de moins par rapport à 2014).

**43 HÔTELS
et 2 531 CHAMBRES**
dans la métropole
du Grand Nancy

Le parc hôtelier de la Métropole du Grand Nancy en 2015-2016

Catégorie	Classement 2015		Classement 2014	
	Nombre d'hôtels	Nombre de chambres	Nombre d'hôtels	Nombre de chambres
Sans ⁽¹⁾	1	49	3	159
1*	4	247	4	247
2*	14	725	13	654
3*	19	1 193	19	1 313
4*	5	317	5	320
Total	43	2 531	44	2 693

(1) Sans classement ou en attente de classement - Source : Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016

Évolution de l'offre dans la métropole

Rachat et transformation de l'ancien hôtel Park Inn

L'établissement Hôtel Nancy Centre (ancien hôtel Park Inn), situé à proximité immédiate de la gare, passera sous enseigne Mercure au 2^e semestre 2016. Cet hôtel, qui sera complètement modernisé, complètera l'offre haut de gamme, puisqu'il proposera 90 chambres en catégorie 4*.

Par ailleurs, dans le même immeuble ouvrira une nouvelle résidence de 105 studios meublés, dont une moitié sera proposée en appart-hôtel et l'autre moitié réservée aux étudiants.

L'Hôtel Foch se modernise et passe sous enseigne Qualys-HÔTEL en catégorie 3*

L'hôtel Foch à Nancy a été racheté en 2014. L'établissement, qui a intégré le groupe SEH sous l'enseigne Qualys-HÔTEL, a lancé un important programme de modernisation en 2015 et s'est vu attribuer un classement 3* en 2016.

Fermeture de l'Hôtel Eclipse à Heillecourt

L'Hôtel Eclipse a fermé ses portes et a été démolé en 2015 suite au rachat par le groupe McDonald's, qui a implanté un restaurant fast-food sur le site.

L'hôtel Campanile à Brabois a quitté le giron du groupe Louvre HÔTELS

L'hôtel Campanile implanté à Brabois est sorti du groupe Louvre HÔTELS en 2015 pour devenir indépendant. L'établissement s'appelle désormais Hôtel Nancy Sud Vandœuvre.

Nouvel hôtel indépendant à Laxou

Les travaux de construction d'un nouvel hôtel avenue de la Résistance à Laxou devraient débuter au cours du 2^e semestre 2016, avec une ouverture programmée en septembre 2017.

Projet d'extension pour l'hôtel des Prélats

Cet hôtel indépendant 3* de 41 chambres prévoit un projet d'extension avec doublement de la capacité d'accueil. Ce projet verra le jour en 2017.

Grand Hôtel de la Reine : vers une offre 5*

Suite à un accord signé en décembre 2015 entre la Ville de Nancy (propriétaire de l'établissement) et le groupe Ferré Hôtels (exploitant), un ambitieux projet de développement a été lancé, qui doit aboutir à la transformation du Grand Hôtel de la Reine en établissement 5*, le premier en Lorraine. La superficie du futur hôtel haut de gamme, qui intégrera l'ancien siège du Conseil général rue Saint Catherine, sera doublée et l'offre passera de 43 à 60 ou 80 chambres en 2018.

Vers un renforcement de l'offre haut de gamme

La catégorie 3* représente à elle seule 47 % de l'offre totale du parc. Avec les travaux de rénovation de l'ancien hôtel Park Inn, une partie de cette offre migrera vers la catégorie 4* courant 2016 et renforcera ainsi l'offre haut de gamme dans la métropole, qui reste aujourd'hui inférieure à celle proposée par d'autres agglomérations du quart nord-est (voir page 22).

Grâce à l'obtention du classement 2* pour l'hôtel B&B à Frouard (71 chambres), cette catégorie s'est également renforcée en 2015, et propose désormais 725 chambres (contre 654 en 2014).

Suite à la réforme du dispositif de classement hôtelier et l'introduction de nouvelles normes, un seul établissement reste aujourd'hui sans classement (hôtel Première Classe à Essey-lès-Nancy).

Une forte présence de grands groupes hôteliers

L'offre de la métropole est dominée par les chaînes hôtelières, qui représentent un total de 30 établissements et comptent pour 76 % de l'offre en termes de nombre de chambres.

Répartition des hôtels par type d'exploitation

Chaînes / indépendants	Nombre d'hôtels	Nombre de chambres
Chaînes intégrées	24	1 630
Chaînes volontaires	6	290
Indépendants	13	611
Total	43	2 531

Source : Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016

76 %
des chambres de la métropole
sont proposées par les
chaînes hôtelières

Les chaînes intégrées

Les chaînes intégrées proposent des établissements portant la même enseigne, avec un style, des prestations et un niveau d'équipements standardisés. Ils bénéficient ainsi d'une image de marque puissante et homogène.

24 hôtels du territoire appartiennent à des chaînes intégrées et proposent une offre cumulée de plus de 1 600 chambres. Principalement exploités par de grands groupes hôteliers, ces établissements sont majoritairement des filiales directes⁽¹⁾ (54 %) ou des franchisés⁽²⁾ (42 %). Enfin, un hôtel fonctionne en mandat de gestion⁽³⁾.

Parmi ces chaînes intégrées, il est à noter la forte présence du groupe Accor (1^{er} groupe hôtelier européen et 6^e groupe mondial en 2015) avec les enseignes F1, Ibis, Mercure, Novotel et Novotel Suites. Ce groupe compte 12 hôtels dans la métropole, pour 924 chambres (soit 37 % de la capacité d'accueil du parc). Également très présent à travers ses enseignes Campanile, Kyriad et Première Classe, le groupe Louvre Hôtels (racheté en février 2015 par le groupe chinois Jin Jiang, 5^e groupe européen et 10^e groupe mondial) propose 6 hôtels et 327 chambres.

(1) Filiale : la gestion de l'hôtel est assurée par le groupe hôtelier, qui est également propriétaire de l'établissement

(2) Franchise : tout en s'appuyant sur la marque d'un groupe hôtelier, le propriétaire assure indépendamment la gestion de son hôtel

(3) Mandat de gestion : le propriétaire confie au groupe hôtelier tous les aspects de la gestion opérationnelle de son établissement.

Les chaînes volontaires

6 hôtels de la métropole appartiennent à des chaînes volontaires, qui sont des regroupements d'hôteliers indépendants unis sous une enseigne commune afin de mutualiser les actions de promotion et de commercialisation.

À noter en particulier la présence des groupes :

- Best Western (3^e groupe européen et 8^e à l'échelle mondiale) avec l'Hôtel Crystal à Nancy,
- Logis avec l'Hôtel de Guise à Nancy et le Cottage Hôtel à Brabois,
- SEH avec Inter-HÔTEL Arcole à Houdemont et le Qualys-HÔTEL à Nancy.

Les hôtels indépendants

Les hôtels indépendants, juridiquement et économiquement autonomes, ne sont rattachés à aucune chaîne et sont gérés librement par leur propriétaire. Dans la métropole, on compte aujourd'hui 13 hôtels indépendants pour un total de 611 chambres (soit 24 % de l'offre). Ce chiffre est en progression en 2015, avec 137 chambres supplémentaires par rapport à 2014, suite notamment au passage de l'ancien hôtel Campanile de Brabois en établissement indépendant. À noter que l'ancien hôtel Park Inn est actuellement classé en établissement indépendant en attendant de passer sous enseigne Mercure au second semestre 2016.

Répartition des hôtels par type d'exploitation

TYPE D'EXPLOITATION	GROUPE	ENSEIGNE	GESTION	NB HÔTELS	NB CHAMBRES
Chaîne intégrée	Accor	F1	Franchise	2	111
		IBIS (enseignes diverses)	Franchise	6	464
		IBIS CENTRE GARE	Filiale	1	82
		MERCURE	Filiale	1	80
		NOVOTEL	Mandat de gestion	1	119
		SUITE NOVOTEL	Franchise	1	68
	B&B Hôtels	B&B	Filiale	3	213
	Exhore	CERISE	Filiale	1	72
	Honotel	COEUR DE CITY	Filiale	1	43
	Louvre HÔTELS	CAMPANILE	Filiale	3	176
		KYRIAD	Franchise	1	38
		PREMIERE CLASSE (LUDRES)	Franchise	1	64
		PREMIERE CLASSE (ESSEY)	Filiale	1	49
	Quick Palace	QUICK PALACE	Filiale	1	50
Chaîne volontaire	Best Western	BEST WESTERN	Indépendante	1	58
	Citotel	CITOTEL	Indépendante	1	23
	Logis	LOGIS	Indépendante	2	114
	SEH	INTER-HÔTEL	Indépendante	1	57
		QUALYS-HÔTEL	Indépendante	1	38
Indépendant	Ferré	Indépendant	Indépendante	1	43
	Indépendant	Indépendant	Indépendante	12	568
TOTAL				43	2 531

Source : Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016

Une nouvelle dynamique pour le Club Hôtelier de Nancy

À l'issue de la dernière Assemblée Générale du Club Hôtelier, qui s'est tenue le 17 décembre 2015, Stéphane Barber a été élu Président et la nouvelle composition du bureau a été présentée :

- Président : Stéphane Barber (Ibis Nancy Centre Gare et Congrès)
- Vice-présidents : Philippe Girard (Ibis Styles Nancy Centre Gare), Brigitte Fizaine (Appart'City)
- Trésorier : Étienne Girard (Novotel Suites)
- Secrétaire : Pierrick Briant (Adagio Access)
- Assesseurs : Paul Gatinois (Best Western Crystal), Frédéric Humblot (Kyriad), Gilles Ramjoie (Campanile Nancy Est).

Le nouveau Président entend redynamiser l'association pour en faire la porte parole de l'hôtellerie à Nancy et en Lorraine. Fort de 28 hôtels et résidences membres, le Club Hôtelier se veut un interlocuteur privilégié pour les organismes de promotion touristique, afin de valoriser à leurs côtés la destination Nancy.



Aduan

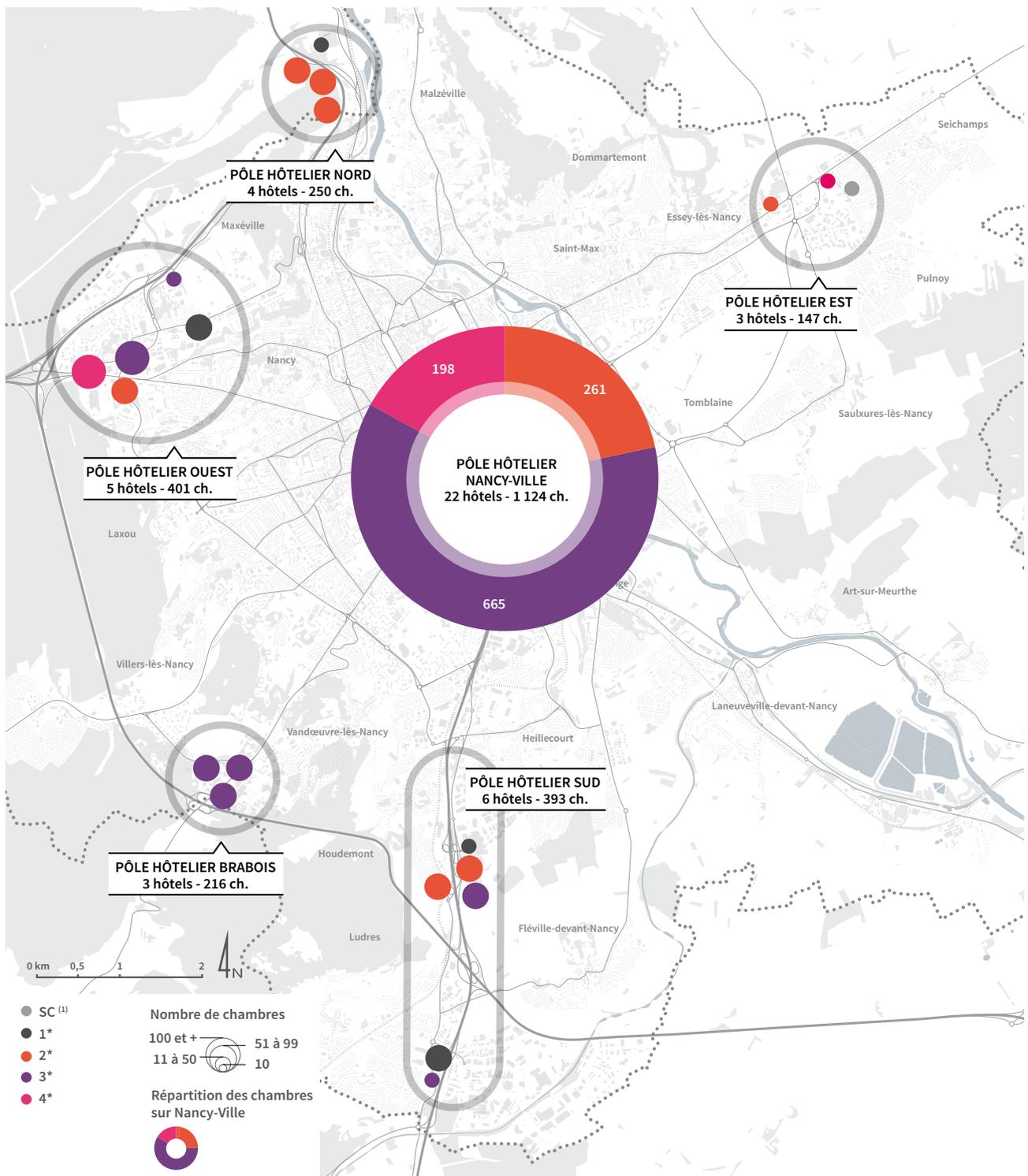


L'offre hôtelière dans les pôles de périphérie

Les 21 hôtels localisés dans les 5 pôles hôteliers de périphérie proposent un total de 1 407 chambres (soit 56 % de la capacité d'accueil du territoire). Contrairement à la plupart des hôtels de centre-ville, ils sont majoritairement exploités par des chaînes intégrées, représentées notamment par les groupes Accor (enseignes Novotel, Ibis et F1) et Louvre HÔTELS (enseignes Campanile, Première Classe et Kyriad).

Plus de 70 % des chambres proposées en périphérie appartiennent aux catégories 2* et 3*. On constate également la présence de 4 hôtels 1* (247 chambres), 1 hôtel 4* (119 chambres), et un établissement sans classement.

Répartition du parc par pôle hôtelier en 2015/2016



(1) SC : sans classement ou en attente de classement Source : Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016

PÔLE HÔTELIER NORD

B&B	71 ch	2*	FROUARD
B&B	73 ch	2*	FROUARD
F1	47 ch	1*	BOUXIERES-AUX-DAMES
IN HÔTEL	59 ch	2*	FROUARD

PÔLE HÔTELIER EST

CAMPANILE	48 ch	3*	ESSEY-LÈS-NANCY
PREMIERE CLASSE	49 ch	SC ⁽¹⁾	ESSEY-LÈS-NANCY
QUICK PALACE	50 ch	2*	ESSEY-LÈS-NANCY

PÔLE HÔTELIER BRABOIS

COTTAGE HÔTEL	64 ch	3*	VANDEUVRE-LÈS-NANCY
HÔTEL NANCY SUD VANDEUVRE	89 ch	3*	VANDEUVRE-LÈS-NANCY
IBIS	63 ch	3*	VANDEUVRE-LEÈS-NANCY

PÔLE HÔTELIER OUEST

ARIANE	100 ch	3*	LAXOU
B&B	70 ch	2*	LAXOU
CAMPANILE	40 ch	3*	MAXÉVILLE
CERISE	72 ch	1*	NANCY
NOVOTEL	119 ch	4*	LAXOU

PÔLE HÔTELIER SUD

F1	64 ch	1*	HOUEMONT
IBIS BUDGET	84 ch	2*	HOUEMONT
IBIS STYLES	86 ch	3*	HOUEMONT
INTER-HÔTEL ARCOLE	57 ch	2*	HOUEMONT
KYRIAD	38 ch	3*	LUDRES
PREMIERE CLASSE	64 ch	1*	LUDRES

L'offre hôtelière dans le pôle Nancy-Ville

Sur les six grands pôles hôteliers, c'est le pôle Nancy-Ville qui propose la plus grande concentration de l'offre de la métropole, avec 22 hôtels et 1 124 chambres (soit 44 % de la capacité totale d'accueil).

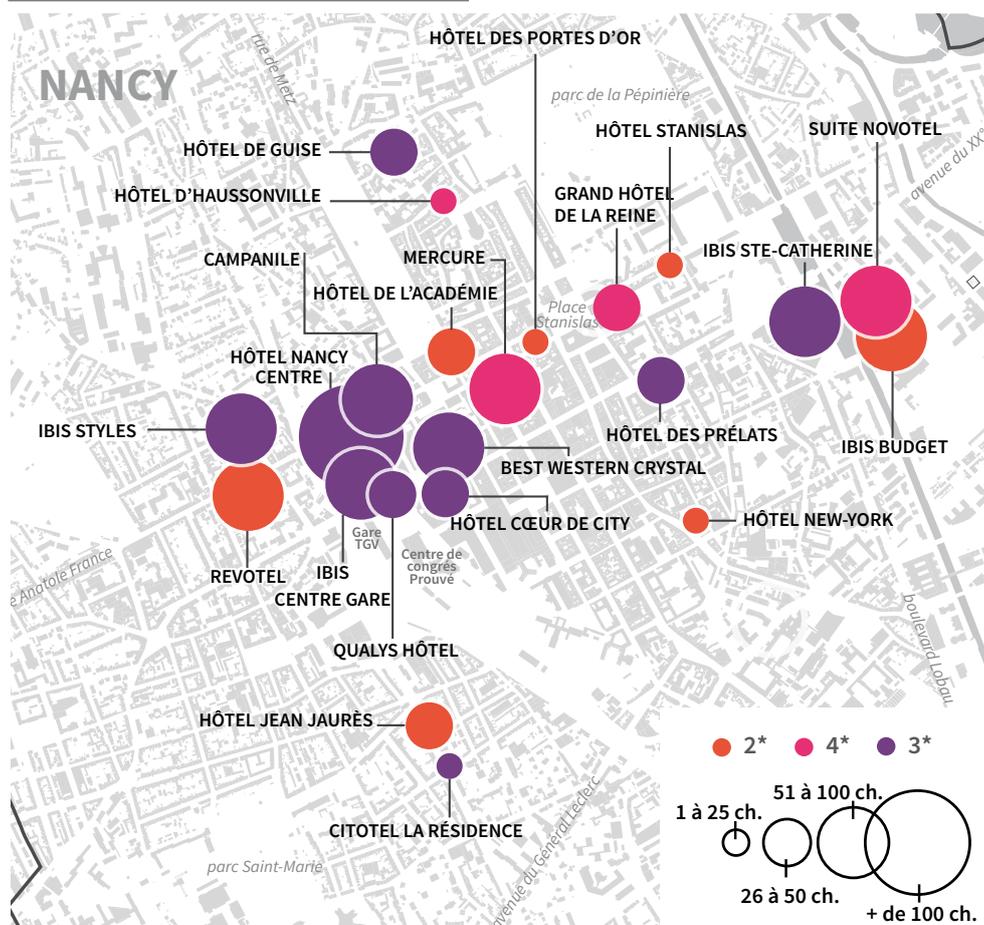
Avec 863 chambres, les hôtels de milieu et haut de gamme 3* et 4* regroupent 77 % de la capacité d'accueil du pôle hôtelier Nancy-Ville. Ces hôtels sont principalement localisés dans le quartier Nancy Grand Cœur à proximité de la gare TGV et du centre de congrès Prouvé, et proposent une offre particulièrement adaptée aux touristes d'affaires.

Le pôle hôtelier Nancy-Ville compte également 7 hôtels de la catégorie 2*, pour un total de 261 chambres. En revanche, la catégorie économique 1* n'est pas représentée dans la ville-centre.

Nancy-Ville compte 45 % d'hôtels en gestion indépendante (soit 14 établissements). Les hôtels appartenant aux chaînes intégrées ne sont que 8, dont 6 appartenant au groupe Accor. Cependant, avec une capacité moyenne d'accueil par établissement plus importante que les hôtels indépendants, ces hôtels de chaîne représentent plus de la moitié des chambres du pôle.

44 %
des chambres d'hôtel
de la métropole sont regroupées
dans le pôle hôtelier Nancy-Ville

Le pôle hôtelier Nancy-Ville en 2015/2016



HÔTEL	Nb Chamb.	Classement
HÔTEL DE L'ACADÉMIE	27	2*
HÔTEL DES PORTES D'OR	20	2*
HÔTEL JEAN JAURES	22	2*
HÔTEL NEW YORK	18	2*
HÔTEL STANISLAS	16	2*
IBIS BUDGET NANCY CENTRE	80	2*
REVOTEL	78	2*
CAMPANILE NANCY CENTRE GARE	88	3*
CŒUR DE CITY	43	3*
CRYSTAL BEST WESTERN	58	3*
HÔTEL DE GUISE	50	3*
HÔTEL DES PRELATS	41	3*
HÔTEL LA RESIDENCE	23	3*
HÔTEL NANCY CENTRE ⁽¹⁾	91	3*
IBIS CENTRE GARE	82	3*
IBIS SAINTE CATHERINE	66	3*
IBIS STYLES CENTRE GARE	85	3*
QUALYS-HÔTEL	38	3*
GRAND HÔTEL DE LA REINE	43	4*
HÔTEL D'HAUSSONVILLE	7	4*
MERCURE	80	4*
NOVOTEL SUITES	68	4*

⁽¹⁾ L'Hôtel Nancy Centre (ancien Park Inn) passera sous enseigne Mercure au 2nd semestre 2016
Source : Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016

3 LES AUTRES FORMES D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

Le développement des autres formes d'hébergement se poursuit

Les autres formes d'hébergement touristique augmentent tous les ans et renforcent la capacité d'accueil de la métropole. En 2015, le recensement annuel effectué par le Grand Nancy dans le cadre de la collecte de la taxe de séjour a permis d'identifier 59 hébergements de ce type (soit 6 de plus qu'en 2014). Ces meublés de tourisme, chambres ou maisons d'hôtes, résidences de tourisme, campings... représentent 961 chambres et appartements, soit un potentiel d'accueil de 2 432 personnes en plus de l'offre hôtelière classique.

2 432
C'est la capacité d'accueil supplémentaire grâce aux autres hébergements touristiques

> Les autres établissements d'hébergement touristique

Types d'hébergement	Nombre d'établissements	Classement	Capacité d'accueil (nb de personnes)
Résidences de tourisme	3	sans classement ⁽¹⁾	478
	1	1*	272
	3	3*	696
Chambres d'hôtes	19	1*	110
Meublés de tourisme	24	sans classement ⁽¹⁾	100
	2	2*	6
	3	3*	12
	3	4*	14
Camping	1	3*	744
Total	59		2 432

(1) ou en attente de classement au 1^{er} janvier 2016 - Source : Grand Nancy, 2016

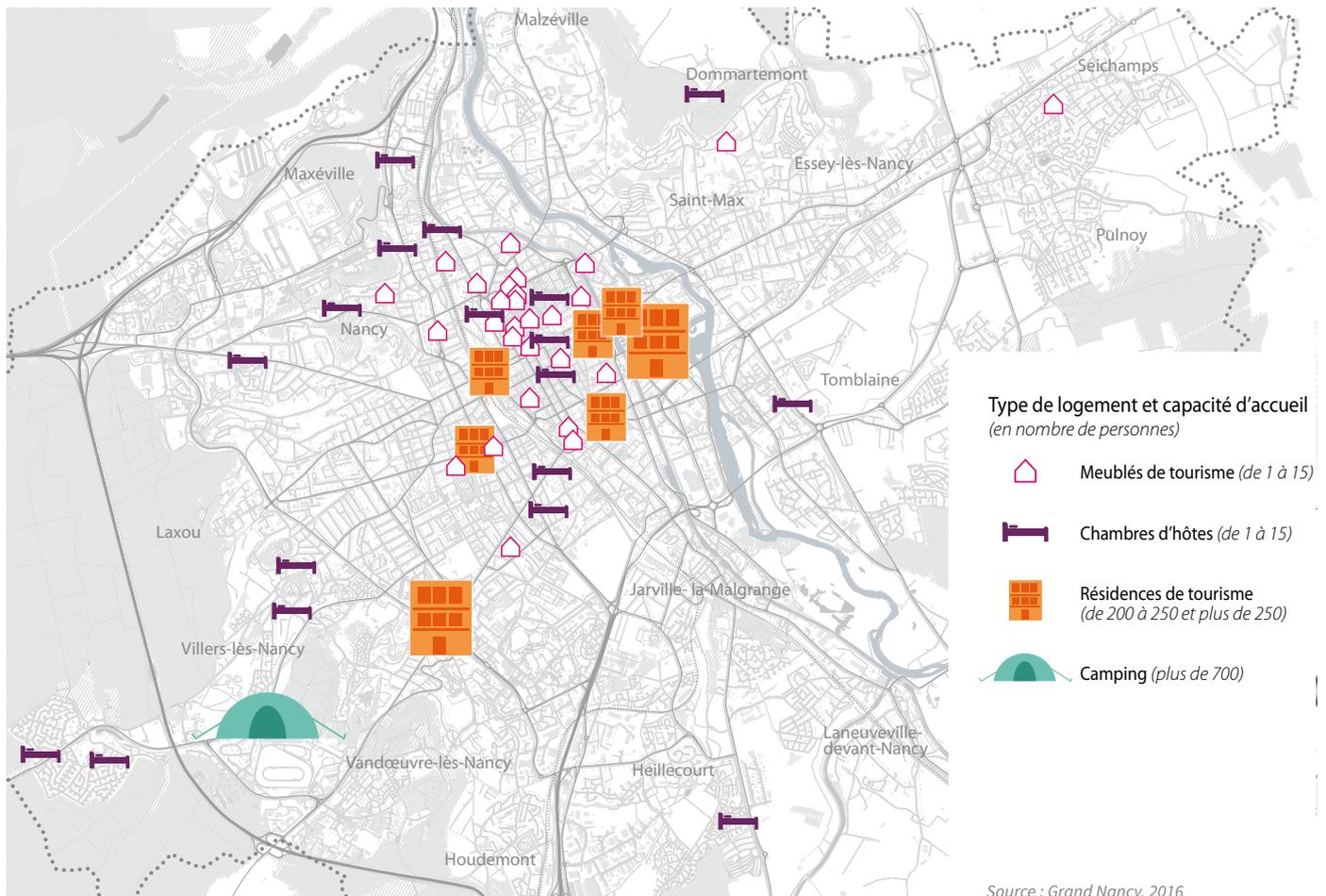


Aduan / Quai Ouest - Architectures Annes Démians

À noter que :

- 79 % des hébergements touristiques (hors hôtels), soit 56 % de la capacité totale d'accueil en termes de nombre de personnes, se situent dans la ville de Nancy.
- 7 résidences hôtelières et de tourisme proposent 669 appartements meublés, et comptent ainsi à elles seules pour 60 % de cette offre supplémentaire du territoire, avec un potentiel d'accueil de 1 446 personnes.
- 46 % de ces hébergements sont actuellement sans classement ou en attente de classement, ce phénomène étant souvent lié (notamment pour les meublés de tourisme) à un début récent d'activité.
- L'offre des autres formes d'hébergement s'est renforcée en 2015 avec une capacité d'accueil de 136 personnes supplémentaires par rapport à 2014, suite notamment à l'ouverture d'une résidence hôtelière proposant 45 appartements dédiés à l'accueil touristique dans une partie de l'ancien Park Inn, et à l'ouverture de plusieurs nouveaux meublés de tourisme.

Les autres formes d'hébergement touristique dans la métropole du Grand Nancy



Chambre d'hôtes de la place d'Alliance - Nancy



Camping de Brabois

L'hébergement collaboratif en plein essor

Un phénomène en développement

Le contexte économique des dernières années a favorisé le fort développement de l'économie collaborative en France et dans le monde. L'essor des plateformes de location de logements entre particuliers s'amplifie en permanence, et aujourd'hui des millions de voyageurs préfèrent ce type d'hébergement proposé par des sites comme Airbnb.

Les hôteliers dénoncent une concurrence déloyale

Paris est la première ville Airbnb du monde devant New York et Londres, avec plus de 40 000 logements parisiens proposés sur le site. Ce chiffre est significatif lorsque l'on considère que la capitale ne propose que 80 000 chambres d'hôtel... En effet, les hôteliers parisiens estiment que 30 % du marché hôtelier serait passé dans les mains de l'hébergement collaboratif. Ils décrient les sites comme Airbnb, et dénoncent une concurrence déloyale de la part des loueurs, dont les locataires échappaient jusqu'alors à la taxe de séjour.

En revanche, avec plus de 47 millions de visiteurs en 2014, Paris est clairement en déficit de chambres d'hôtels, et on peut aussi considérer l'offre d'hébergement des plateformes de location entre particuliers comme un atout pour l'accueil de touristes à Paris, qui contribue en même temps au développement de l'économie collaborative.

Toutefois, les pratiques de certains multipropriétaires, qui louent leurs résidences secondaires à prix fort aux touristes, provoquent un net recul du parc locatif de longue durée à titre d'habitation principale. Face à ce constat, certaines grandes villes européennes ont décidé de réagir, et tentent de rééquilibrer le marché de l'hébergement touristique en renforçant la réglementation autour de la location entre particuliers.

Paris renforce la réglementation relative au marché de location entre particuliers

À Paris, la ville a engagé des mesures strictes pour tenter d'encadrer l'hébergement collaboratif. Un particulier peut désormais louer sa résidence principale sans en demander l'autorisation, mais la durée de location ne doit pas dépasser 4 mois par an. Si le propriétaire ne respecte pas ces règles, il pourra se voir appliquer une amende de 25 000 €. Les propriétaires d'une résidence secondaire ont l'obligation de demander une autorisation de location à la Mairie. En cas de dépassement de la durée légale de 4 mois, l'appartement devra être reconverti en "meublé touristique", sous peine de se voir appliquer une amende de 80 000 €, qui pourrait bientôt être portée à 100 000 €.

La municipalité a également mis en place une équipe chargée de vérifier la légalité des locations mises en ligne sur la plateforme, et a lancé des opérations coup de poing dans des quartiers touristiques pour identifier les locations illégales. Elle a même publié récemment sur internet la liste des propriétaires autorisés à louer leur logement sur des plateformes de location, initiative que certains médias ont interprété comme une incitation à la délation.

En termes de fiscalité, les revenus issus de la location d'un logement à un particulier doivent désormais être déclarés à l'administration. Par ailleurs, conformément à la loi de Finances 2015, la Mairie de Paris a contraint Airbnb à collecter la taxe municipale et départementale de séjour pour le compte de ses clients, au titre de « meublé touristique non classé ».

Appartement Airbnb, rue Lafayette - Paris



Hospitality On

Cette taxe s'élève à 0,83 € par voyageur et par nuit. S'il est difficile d'évaluer l'impact dissuasif de cette mesure, elle aura permis de rassurer les hôteliers et de rapporter quelques 4,6 millions d'euros aux caisses de la Ville en 2015.

Berlin interdit la location des logements entiers

À Berlin, le récent envol de l'hébergement collaboratif a provoqué une forte pénurie de logements et une flambée des loyers, ce qui a accentué le phénomène de départ des habitants qui travaillent en centre-ville pour aller vivre en périphérie. Afin de « rendre la ville aux Berlinoises » et surtout freiner l'activité des investisseurs et des loueurs professionnels, il est désormais interdit de louer un logement entier via la plateforme Airbnb, et la municipalité soumet les locations temporaires à l'obtention d'une autorisation préalable. Les autorités berlinoises encouragent même les habitants à dénoncer les loueurs qui ne sont pas en règle, par le biais d'un document mis à disposition sur internet. Les contrevenants encourent des amendes pouvant s'élever à 100 000 euros.

D'autres villes considèrent cette activité comme un facteur stimulant pour le tourisme

Alors que Paris et Berlin se battent contre l'activité d'Airbnb, d'autres grandes villes sont plus libérales dans leur approche. Amsterdam a adopté une stratégie que la ville a baptisé « Airbnb friendly ». Depuis 2014, il est légal d'y louer son appartement, que l'on soit locataire ou propriétaire, à condition que les vacanciers paient leur taxe de séjour et que les loueurs déclarent leur revenu supplémentaire. Le nombre de locataires est limité et le bien ne peut pas être loué plus de deux mois dans l'année.

En Angleterre, depuis avril 2015 les londoniens ont le droit de louer leur logement sans autorisation préalable, à condition de ne pas dépasser 90 jours de location par an. Grâce à cette politique, l'activité d'Airbnb a connu une croissance significative dans la capitale britannique, avec une hausse de 86 % des logements proposés. Londres est désormais la troisième destination mondiale pour les adeptes du site.

Une pratique qui répond aux nouveaux comportements d'achat du consommateur

Ces nouvelles formes d'hébergement se sont développées aussi parce qu'elles répondent aux nouvelles attentes du consommateur, qui cherche à vivre des expériences fortes plutôt qu'à satisfaire un simple besoin. Aujourd'hui l'individu n'est plus passif face à sa consommation et il est devenu un co-créateur de valeur, où la standardisation ne répond plus à sa demande : il est en quête d'authenticité, et veut vivre des expériences uniques, pour les partager ensuite.

L'impact des nouvelles technologies

Les nouvelles technologies ont également fortement contribué au succès de l'économie collaborative. Elles jouent un rôle majeur dans les nouveaux comportements d'achat et il est de plus en plus important d'exploiter ces nouvelles technologies pour capter les clients. Le modèle d'Airbnb s'appuie exclusivement sur ces technologies d'aujourd'hui et de demain (web, mobile...) dans la relation avec ses clients loueurs et locataires.

www.airbnb.fr



www.airbnb.fr

> Les 9 tendances qui font les hôtels d'aujourd'hui et de demain

ÉPHÉMÈRES, MOBILES, HIGH TECH, DÉDIÉS AUX FEMMES... OU PRIVILÉGIANT LA QUALITÉ DU SOMMEIL ET LA SANTÉ. FACE À LA CONCURRENCE COLLABORATIVE DE PLATEFORMES COMME AIRBNB, LES NOUVEAUX CONCEPTS HÔTELIERS REDOUBLENT D'INVENTIVITÉ POUR RÉ-ENCHANTER L'EXPÉRIENCE CLIENT. PANORAMA AUTOUR DE 9 TENDANCES CLÉS.



#1



#2



#3



#4



#5



#6



#7



#8



#9

#1. Le dépaysement

Le glamping

Le besoin de trancher d'avec le quotidien et les produits standardisés fait de l'originalité un atout. Le séjour à l'hôtel devient l'occasion d'expériences nouvelles, pour plus d'émotions sans pour autant renoncer au confort. Qu'il s'agisse de cabanes dans les arbres, de roulottes, de tipis, de yourtes, de tentes bulles, ou encore d'hébergements flottants et d'écolodges, le glamping (agrégation des mots glamour et de camping) est la nouvelle tendance de l'hôtellerie de plein air.

#2. L'éphémère

L'hôtel pop-up

Lancée en 2011 par la société britannique The Pop-up HÔTEL pour le Festival de musique de Glastonbury, la tendance des hôtels éphémères a depuis gagné l'Europe. Constitués d'anciens containers ou de matériaux éphémères (comme la neige), ces hôtels mobiles peuvent être installés à l'occasion de manifestations culturelles ou sportives, ou dans des lieux insolites ou prestigieux. Créant une offre restreinte dans le temps et l'espace, ces hébergements font naître un sentiment d'exclusivité chez le voyageur.

#3. L'insolite

L'hôtel patrimoine

S'endormir dans une ancienne abbaye, prendre un petit-déjeuner dans un ancien commissariat, admirer la vue depuis les barreaux d'une prison... Transformer le patrimoine en hébergement de luxe est l'une des tendances de l'hôtellerie. Couvents, hôpitaux, écoles, banques, châteaux d'eau, lieux industriels, boulangeries... Qu'il s'agisse d'anciens édifices religieux ou civils, de bâtiments classés ou non, ces hôtels redonnent vie à un patrimoine souvent devenu difficile à entretenir. C'est ainsi que l'ancien palais de justice de Nantes est devenu un hôtel 4 étoiles.

#4. Le bien-être

L'hôtel santé

Les voyageurs expriment désormais le besoin de conserver un mode de vie sain lorsqu'ils sont en déplacement. Les hôtels santé rivalisent d'imagination pour y répondre : spa, salle de sport, séances de yoga, coach virtuel de fitness, menus diététiques ou sans gluten, distributeur de produits locaux, service digital detox... L'hôtel santé est aussi celui qui veille à la qualité du sommeil, avec bouteilles d'oxygène et luminothérapie. À New York, au Benjamin, une mauvaise nuit est même une nuit gratuite !

#5. La personnalisation

L'hôtel sur mesure

Voyager n'est plus exceptionnel. Les voyageurs veulent se sentir chez eux à travers l'ambiance, les aménagements et les services proposés. Certains hôteliers permettent ainsi au client de choisir en ligne les équipements et la décoration de sa chambre. Le groupe Novotel explore par exemple les possibilités de la domotique et du big data pour garder en mémoire les préférences des clients réguliers. D'autres hôteliers ciblent une clientèle spécifique. Le Naumi HÔTEL de Singapour a ainsi été le premier à mettre en place l'étage réservé uniquement aux femmes, qui bénéficient d'un accueil personnalisé et d'accessoires dédiés.

#6. Le corporate

L'hôtel bureau

Avec les nouvelles technologies et les horaires de travail plus flexibles, la frontière entre le travail et le temps de loisir perd de sa netteté. Le client s'attend donc à une dimension loisir dans son hôtel d'affaires, et à des services affaires dans son hôtel de loisirs. Pour répondre aux besoins des travailleurs nomades, les hôteliers dépoussièrent la traditionnelle offre de salles de réunion en intégrant des espaces informels et des salles de co-working ultra-technologiques, pour faciliter les échanges et la créativité (avec visioconférence, Xbox 360, tableau blanc du sol au plafond, etc.).

#7. La convivialité

L'hôtel relationnel

La quête de la convivialité et le renforcement des liens entre clients est au cœur de l'approche des hôtels sociaux. Pour attirer la génération Y et aider les voyageurs à sortir de leur isolement, des cours de cuisine ou de brassage de bière sont dispensés, ou encore des performances artistiques. Des réseaux sociaux et des applications propres aux hôtels sont également développés, permettant aux voyageurs de s'échanger leurs bons plans pour découvrir la ville. Le Mama Shelter, à Paris, a même installé un espace qui permet aux clients de se prendre en photo et de la diffuser sur tous les écrans tactiles de l'hôtel.

#8. Le high tech

L'hôtel digital

Pour répondre aux attentes de clients plus connectés et en quête d'une expérience différenciée, les hôtels digitaux proposent un parcours client totalement digitalisée du check-in (entrée) au check-out (sortie). Robot majordome, service sans clé avec accès aux chambres par scan de l'iris, miroir intelligent qui montre les prévisions météo et qui se connecte au téléphone, écran interactif, programme pour visiter en réalité virtuelle les hôtels appartenant à un même groupe... ont ainsi fait leur apparition. Au Japon, le premier hôtel complètement géré par des robots (humanoïdes et en forme de dinosaures) a ainsi ouvert ses portes mi 2015.

#9. Le développement durable

L'hôtel éco-friendly

Oreillers et couettes faits à base de bouteilles de plastique recyclées, équipements économes en énergie, utilisation de produits écologiques, certifications ISO, programmes caritatifs, location de vélos ou de voitures électriques... Les professionnels de l'hôtellerie se sont d'ores-et-déjà emparés de nombreux outils pour répondre aux enjeux du développement durable. L'hôtel éco-responsable va cependant plus loin et offre la possibilité aux clients de réduire leur facture, en supprimant les options dont il n'a pas besoin via une tablette : air conditionné, fréquence du ménage, consommation d'eau, etc.

Légendes photos :

- #1. Ferme aventure (La Chapelle-aux-Bois, Vosges, France)
- #2. Hôtel Everland, La Suite Nomade (Paris, France)
- #3. Hôtel L'Abbaye de Fontevraud (région de Saumur, France)
- #4. Vichy Spa Hôtel Les Célestins (Vichy, France)
- #5. Nomad Hôtel (Paris-Roissy, France)
- #6. Marriott Hotel de Kesington (Londres, Angleterre)
- #7. Hôtel Mama Shelter (Marseille, France)
- #8. The Jefferson Washington Hotel (Washington, États-Unis)
- #9. Hôtel Stadthalle (Vienne, Autriche)

4 BILAN DE LA FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE 2015

Un taux d'occupation sensiblement stable en 2015, malgré une baisse des nuitées

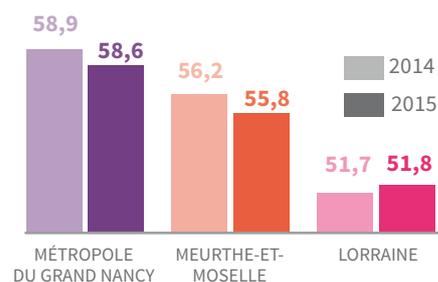
Le taux d'occupation moyen annuel est passé de 58,9 % en 2014 à 58,6 % en 2015, soit une baisse légère de 0,3 point. Une évolution similaire a été constatée à l'échelle de la Meurthe-et-Moselle, alors que la fréquentation a légèrement progressé pour la Lorraine (+0,1 point).

En ce qui concerne les nuitées, on constate en 2015 un léger recul de la fréquentation de 1,6 % (soit - 12 745 nuitées sur l'année). Les résultats sont globalement positifs sur la première moitié de l'année, toutefois on constate une baisse notable de la fréquentation hôtelière au cours du deuxième semestre (- 26 000 nuitées par rapport à la même période en 2014). Le contexte de menace terroriste en 2015 a certainement contribué à ce ralentissement de l'activité de fin d'année. Les mois de novembre et décembre ont effectivement connu un recul de la fréquentation (- 10 636 nuitées), dont la majeure partie (92 %) est imputable à la clientèle française.

La clientèle étrangère est restée stable sur l'année 2015 avec une baisse de 71 nuitées par rapport à 2014. Une comparaison des résultats mensuels montre toutefois des écarts sensibles entre les deux périodes, avec de bonnes performances en mai et juillet (+ 7 436 nuitées) qui compensent la forte baisse d'activité constatée pour cette clientèle en juin, août et septembre (- 9 400 nuitées).

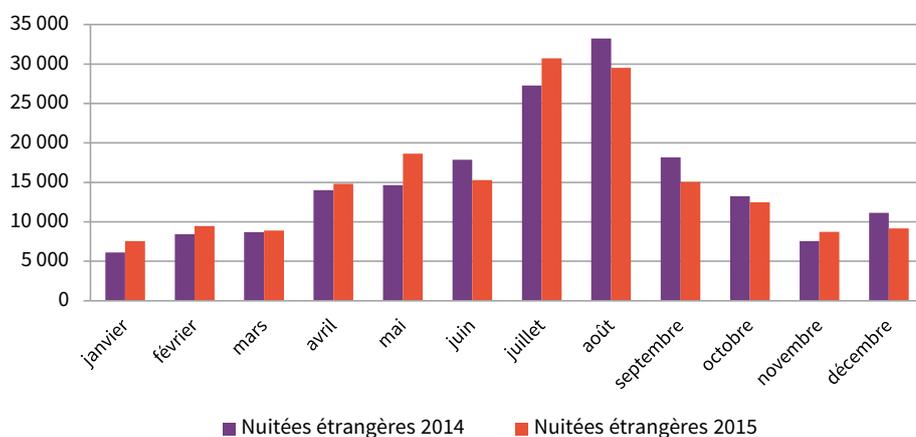
Évolution du taux d'occupation moyen annuel (%)

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Évolution mensuelle des nuitées étrangères en 2014 et 2015

Source : Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



58,6 %
c'est le taux d'occupation moyen constaté en 2015



Le RevPAR en progression dans la métropole en 2015

Indicateur hôtelier de référence, le RevPAR (revenu moyen par chambre disponible) est en progression pour l'ensemble des catégories d'hôtel de la métropole du Grand Nancy en 2015 ⁽¹⁾. Comparée aux autres grandes agglomérations de province, Nancy enregistre la meilleure progression du RevPAR pour la catégorie milieu de gamme 3* (+ 6,2 %), derrière Bordeaux (+ 12,7 %), Nantes (+ 6,4 %). Les autres métropoles du Nord-Est (Dijon, Metz, Reims, Strasbourg) affichent des résultats bien moins élevés (voire négatifs pour certaines catégories d'hôtel) en termes d'évolution du RevPAR, sauf Dijon qui affiche une progression de 3,7 % pour la catégorie haut de gamme / grand luxe.

La baisse de fréquentation constatée dans la métropole du Grand Nancy sur la fin de l'année 2015 a concerné l'ensemble du territoire français. Les effets des attentats du 13 novembre sont particulièrement marqués à Paris en décembre, avec un recul du taux d'occupation allant de - 15,4 % à - 24,3 % selon les catégories d'hôtel. En province, cette tendance à la baisse se confirme dans la majorité des grandes agglomérations, pour la plupart des catégories d'hôtel. Seules exceptions, les agglomérations de la Côte d'Azur (Marseille, Nice, Monaco...), qui bénéficient d'une progression du taux d'occupation pour la catégorie haut de gamme / grand luxe.

Dans l'ensemble, les prix moyens par chambre se sont maintenus à Paris durant la période difficile de fin d'année, et la baisse de fréquentation a donc tiré le RevPAR vers le bas. En province le RevPAR est également en recul, essentiellement sous l'effet de la baisse du prix moyen par chambre louée. Seule l'hôtellerie haut de gamme sur la Côte d'Azur, avec une hausse sensible de la fréquentation pour cette catégorie, voit son RevPAR progresser.

Source : Performances Hôtelières en France, In Extenso (membre de Deloitte) 2015
(1) Hors catégorie haut de gamme / grand luxe (données indisponibles car offre nancéienne insuffisante pour établir des données fiables)

Transfert des nuitées vers la catégorie 3* et les établissements d'entrée de gamme

Depuis 2 ans, au fur et à mesure des reclassements d'hôtels appartenant auparavant à la catégorie « sans classement », on peut constater un phénomène de transfert de nuitées vers les catégories classées, notamment vers les gammes 1*, 2* et 3*. En effet, en 2015 les catégories économiques 1* et 2* ont vu leur fréquentation augmenter de 35 692 nuitées, et les hôtels 3* ont également enregistré un gain de 28 368 nuitées (soit un total de 64 060 nuitées supplémentaires pour ces deux catégories par rapport à 2014).

L'écart entre chaînes et indépendants se creuse en faveur de l'hôtellerie de chaîne pour la 3^e année consécutive

Le taux moyen d'occupation annuel pour l'année 2015 s'établit respectivement à 60,4 % pour les chaînes et à 54,2 % pour les indépendants. Cet écart de 6,2 points est plus prononcé que celui enregistré en 2014 (3,5 points).

Les chaînes réalisent une meilleure performance que les indépendants sur 11 mois de l'année et l'écart est particulièrement marqué en juin et en juillet (respectivement 14,9 et 9,5 points en faveur des chaînes).

Les taux d'occupation les plus élevés de l'année sont observés au mois de septembre 2015, aussi bien pour l'hôtellerie de chaîne (69,3 %) que pour les établissements indépendants (62,4 %), alors que les taux les plus bas sont enregistrés en janvier et février.

Une durée moyenne de séjour stable

La durée moyenne de séjour reste stable en 2015 et s'établit à 1,45 jour (contre 1,47 jour en 2014). Il y a très peu d'évolution des taux mensuels enregistrés en 2015 par rapport à l'année précédente.

On observe des durées de séjour plus longues en mai, juin, novembre (1,49 jour) et décembre (1,5 jour), alors que les séjours les plus courts enregistrés en période estivale sont de 1,35 jour en juillet et 1,38 jour en août.

La clientèle française enregistre une durée moyenne de séjour plus longue que celle des touristes en provenance de l'étranger (1,49 contre 1,33 jour). En 2015, seules les clientèles en provenance d'Afrique et d'Espagne (respectivement 1,69 et 1,62 jour) séjournent plus longtemps à l'hôtel. Les séjours les plus courts sont constatés pour les Pays-Bas (1,17 jour) et le Japon (1,09 jour).

Comme en 2014, la durée de séjour est plus élevée pour la clientèle française dans les établissements des catégories d'entrée de gamme (1* et 2*). En revanche, la clientèle étrangère enregistre des durées de séjour plus longues dans les hôtels des catégories des gammes supérieures.

Le tourisme d'affaires évolue positivement

En 2015, 85 % des établissements d'hébergement touristique (hôtels et résidences de tourisme notamment) ont majoritairement accueilli des clients dont le motif de déplacement était professionnel (visite ou réunion d'affaires, séminaire, congrès, salon professionnel...). Dans deux établissements sur trois, le poids des séjours d'affaires dépasse 70 %.

Par ailleurs, selon un sondage mené auprès des hôteliers de la métropole, 32 % des établissements estiment que la part de la clientèle d'affaires est restée stable depuis 2013, et 54 % ont enregistré une augmentation de cette activité.

Cette tendance à la hausse confirme que le tourisme d'affaires représente pour la métropole un moteur de développement majeur, qui contribue à l'attractivité et au rayonnement du territoire.

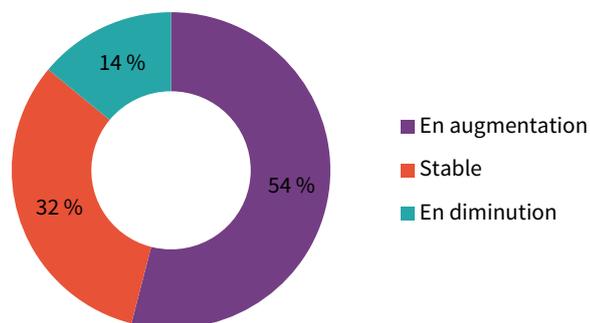
Répondre aux attentes spécifiques de la clientèle d'affaires est devenu un enjeu de taille, et représente une véritable priorité pour les entreprises du secteur de l'hébergement, qui jugent ce segment comme hautement contributeur à leur dynamisme.

Avec le développement de cette activité dans la métropole du Grand Nancy, l'offre hôtelière doit évoluer afin de satisfaire les besoins des organisateurs d'événements, à la fois en termes de services supplémentaires dédiés aux touristes d'affaires et de capacité d'accueil en catégorie haut de gamme.



Perception de l'évolution de la part de la clientèle d'affaires dans les hôtels de la métropole du Grand Nancy de 2013 à 2015

Source : Etude-action prospective du secteur hébergement-restauration, Maison de l'Emploi du Grand Nancy 2016



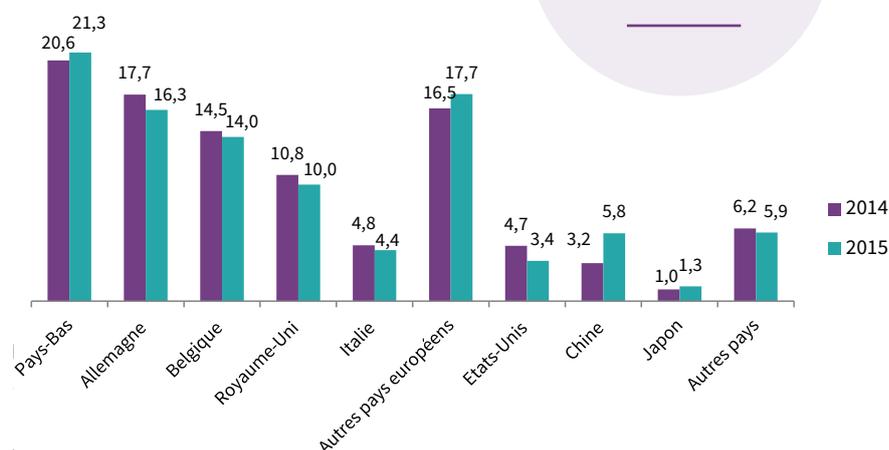
La part des nuitées étrangères en progression en 2015

Avec 180 277 nuitées étrangères enregistrées en 2015, la part de cette clientèle progresse de 0,4 point pour atteindre 22,5 %. Comme tous les ans, on observe une proportion de clients étrangers particulièrement élevée pendant la période estivale (38,6 % en juillet et 39,3 % en août).

Les touristes étrangers continuent de préférer les hôtels de milieu et haut de gamme, puisque près de 70 % ont choisi des établissements de 3* et plus pendant leur séjour. Les touristes français privilégient les hôtels d'entrée de gamme 1* et 2* (39 %) et les établissements 3* (43 %).

Répartition des nuitées étrangères en 2015 par pays d'origine (%)

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



22,5 %
de part de nuitées étrangères dans la métropole en 2015

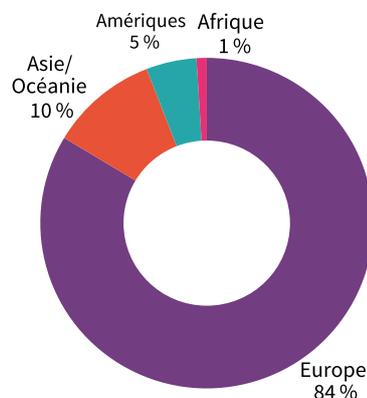
La clientèle européenne représente la grande majorité des nuitées étrangères, puisqu'elle compte pour 84 % des nuitées étrangères enregistrées dans la métropole en 2015. Malgré une progression de la fréquentation des touristes en provenance des Pays-Bas, une perte est enregistrée pour les autres pays européens par rapport à 2014, avec une perte globale de 2 165 nuitées sur l'année 2015. À noter une diminution de 7,5 % (- 2 374 nuitées) pour la clientèle allemande.

Les Pays-Bas figurent depuis plusieurs années en haut du classement des premières clientèles étrangères. En 2015, la clientèle néerlandaise représente 38 300 nuitées, soit une progression de 3,3 % par rapport à 2014. En deuxième position vient l'Allemagne (29 458 nuitées), puis la Belgique (25 308 nuitées) et le Royaume-Uni (17 952 nuitées).

En ce qui concerne le reste du monde, la fréquentation de la clientèle du continent américain a baissé en 2015, avec une perte de 2 715 nuitées. En revanche, la clientèle en provenance d'Asie/Océanie/Australie a progressé de près de 40 %, avec 5 322 nuitées supplémentaires enregistrées, dont 4 621 pour la Chine.

Répartition des nuitées étrangères par continent en 2015

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



5 LE SUD MEURTHE-ET-MOSELLE : UNE OFFRE HÔTELIÈRE COMPLÉMENTAIRE

Le sud Meurthe-et-Moselle représente une offre hôtelière supplémentaire à celle de la métropole du Grand Nancy. Ce sont 21 hôtels et 532 chambres qui complètent l'offre métropolitaine⁽¹⁾. Ces établissements sont essentiellement concentrés sur les principaux axes routiers, à proximité des villes de Pont-à-Mousson, Lunéville et Toul.

Avec 9 établissements et 311 chambres, la catégorie 3* concentre la majeure partie de l'offre sur ce territoire (58 %). La capacité d'accueil de ces établissements a augmenté de 50 % depuis 2012, grâce aux reclassements d'hôtels non-classés ou économiques. Les hôtels 3* comptent désormais pour 68 % des nuitées sur ce territoire.

Structure du parc hôtelier dans le sud Meurthe-et-Moselle

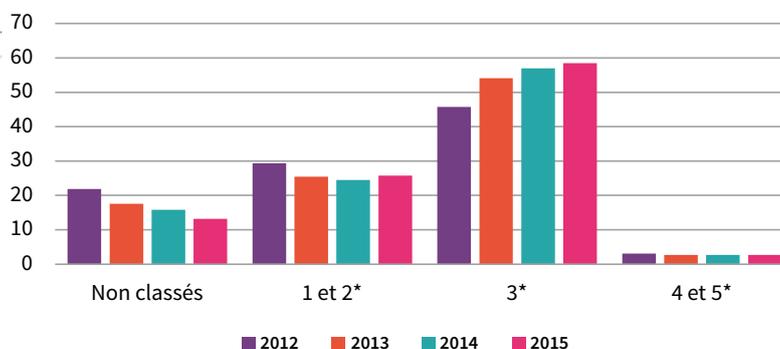
Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016

Catégorie	Nb d'hôtels	Nb chambres	Part des chambres
Sans classement	2	70	13%
1 et 2*	9	137	26%
3*	9	311	58%
4 et 5*	1	14	3%
Total	21	532	100%

Les gammes inférieures 1* à 2* comptent 9 établissements et représentent 26 % de la capacité d'accueil en termes de nombre de chambres. L'offre de cette catégorie a très peu varié depuis 2012. L'offre haut de gamme reste très limitée sur ce territoire puisqu'un seul hôtel 4* proposant 14 chambres y est implanté (Le Château d'Adoménil à Lunéville).

Évolution de la répartition de la capacité d'accueil par catégorie d'hôtel dans le Sud Meurthe-et-Moselle (2012-2015)

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Château d'Adoménil - Lunéville



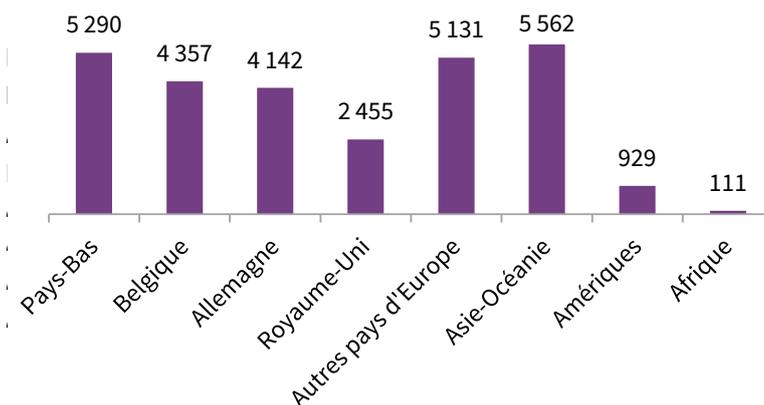
(1) Il s'agit ici de l'offre supplémentaire du sud Meurthe-et-Moselle, de laquelle a été exclue l'offre métropolitaine habituellement étudiée dans le cadre de l'Observatoire

Le taux d'occupation moyen annuel s'élève à 45,3%. Ce taux est nettement inférieur (-13,3 points) à celui enregistré pour les hôtels de la métropole. La part de la clientèle d'affaires (57,7 %) y est également inférieure.

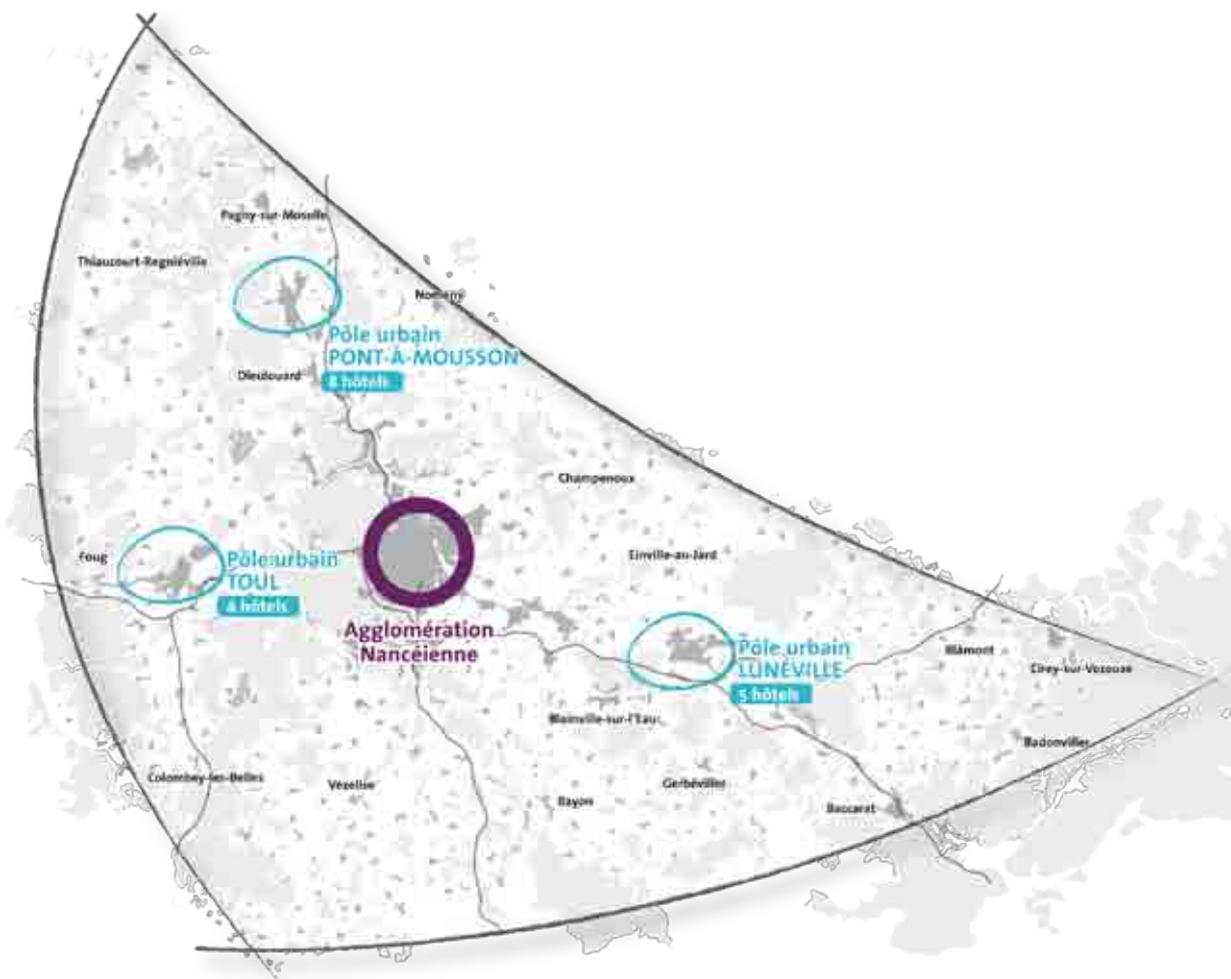
La clientèle étrangère compte pour 20,4 % des nuitées en 2015, contre 16,9 % en 2014, soit une progression de 3,5 points. Dans le Sud 54, la clientèle étrangère est majoritairement européenne (76 % des nuitées totales), et les principaux clients sont néerlandais, belges ou allemands (respectivement 18,9 %, 15,6 %, et 14,8 % des nuitées étrangères). La clientèle chinoise y est en forte progression en 2015, puisqu'elle représente 18,1 % des nuitées étrangères (contre 9,4 % en 2014)

Nuitées des principales clientèles étrangères dans le Sud Meurthe-et-Moselle

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Une concentration des hôtels à proximité des pôles urbains du Sud Meurthe-et-Moselle



L'ACTIVITÉ HÔTELIÈRE DANS LES GRANDES AGGLOMÉRATIONS DU NORD-EST

Cet exercice est une comparaison de l'offre et de la fréquentation hôtelière de la Métropole du Grand Nancy avec 4 grandes agglomérations françaises du quart Nord-Est de la France : Metz Métropole, l'Eurométropole de Strasbourg, Reims Métropole et le Grand Dijon. Les chiffres sont extraits de l'enquête nationale de fréquentation touristique (source : Insee - DGE - Observatoire lorrain du tourisme).

L'offre hôtelière

En termes d'offre, c'est Strasbourg qui propose le plus grand nombre de chambres d'hôtel pour 10 000 habitants. Viennent ensuite Dijon et Reims (137 ch/10 000 habitants). Metz et Nancy sont les moins pourvus, avec seulement 92 chambres pour 10 000 habitants.

Structure de l'offre

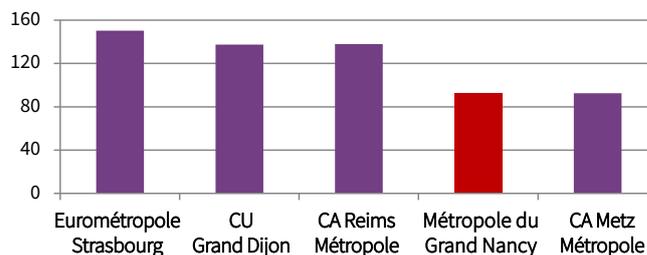
La structure du parc dans les cinq territoires est très similaire : la catégorie 3* représente la majeure partie des chambres. Cette catégorie est particulièrement bien représentée dans le Grand Nancy, puisqu'elle représente 51 % des chambres (contre 35,1 % à Strasbourg).

En revanche, le Grand Nancy propose une faible part d'hébergements en catégorie 4* et 5* (13,9 %), alors qu'à Strasbourg les chambres des établissements haut de gamme représentent 27,4% de l'offre.

La Métropole de Grand Nancy offre donc des perspectives de développement pour l'hôtellerie haut de gamme, en lien avec l'activité croissante de centre de congrès Prouvé.

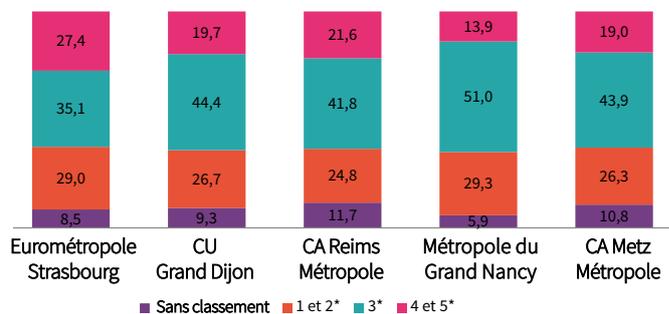
Nombre de chambres pour 10 000 habitants

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Structure de l'offre hôtelière par catégorie d'hôtel en 2015

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Analyse de l'activité hôtelière

Une comparaison de l'activité hôtelière montre que le Grand Dijon enregistre le taux moyen annuel d'occupation le plus élevé (65,6 %). Vient ensuite l'Eurométropole de Strasbourg avec un taux de 62,4 %. La métropole du Grand Nancy arrive en troisième position avec 56,9 %, suivie de Reims (56,9 %) et de Metz (55,9 %).

Comparaison du taux moyen annuel d'occupation

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016

	1 et 2*	3*	4 et 5*	Non classé	Total
Eurométropole Strasbourg	59,5 %	64 %	65,6 %	56,1 %	62,4 %
CU Grand Dijon	64,7 %	67,9 %	64,5 %	59,4 %	65,6 %
CA Reims Métropole	53,9 %	55,6 %	67,2 %	48,8 %	56,9 %
Métropole du Grand Nancy	60,8 %	Données masquées	65 %	Données masquées	59,6 %
CA Metz Métropole	56,1 %	Données masquées	58,2 %	Données masquées	55,9 %

Dans le Grand Dijon, la catégorie 3* affiche le taux d'occupation le plus élevé (67,9%). A Strasbourg le taux le plus important est relevé pour les hôtels haut de gamme (65,6 %). A Reims, le taux d'occupation dans les établissements 4* et 5* est fortement supérieur aux taux enregistrés pour les autres catégories et atteint 67,2 %. Pour ces trois territoires, les taux les plus faibles sont observés pour la catégorie « non-classé ».

L'Insee étant dans l'obligation de respecter le secret statistique, les données de fréquentation pour les catégories d'hôtel comptant un faible nombre d'établissements sont masquées. Dans ce cadre, les données relatives à la catégorie « non-classé » ne sont pas communiquées pour la métropole du Grand Nancy et pour la CA de Metz Métropole. L'Insee ayant également masqué les données concernant la catégorie 3*, une analyse des taux d'occupation par catégorie pour ces deux territoires n'est donc pas possible.

Évolution mensuelle du taux moyen d'occupation

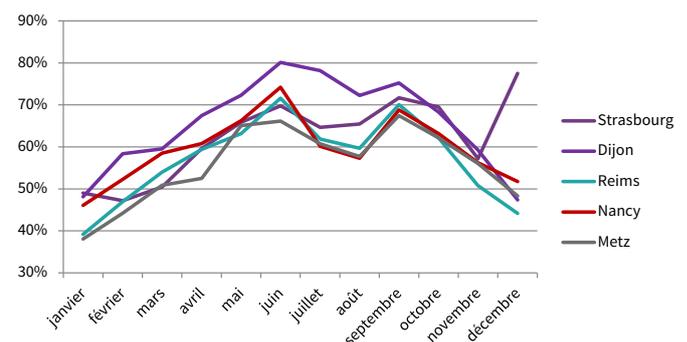
L'évolution mensuelle du taux moyen d'occupation en 2015 montre une tendance similaire pour les cinq territoires étudiés, avec des pics de fréquentation enregistrés en juin et septembre, et des taux d'occupation assez faibles en début et fin d'année.

On peut noter toutefois une exception en décembre pour Strasbourg, qui affiche un taux d'occupation de 77,5 %. Ce taux est supérieur de plus de 25 points à ceux des autres territoires à cette période, grâce aux marchés de Noël, qui attirent un grand nombre de visiteurs dans la capitale alsacienne. Le Grand Nancy bénéficie aussi d'un taux d'occupation plus élevé que ceux constatés à Metz, Reims ou Dijon en décembre, grâce aux festivités de Saint-Nicolas.

A noter que Dijon affiche des taux d'occupation supérieurs à ceux des autres territoires sur 10 mois de l'année. Cette tendance est particulièrement marquée pendant la période estivale, pour Dijon mais aussi pour Strasbourg, destinations davantage perçues pour du tourisme de loisirs que les autres territoires.

Évolution mensuelle du taux d'occupation en 2015

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Poids de l'activité hôtelière dans l'économie globale

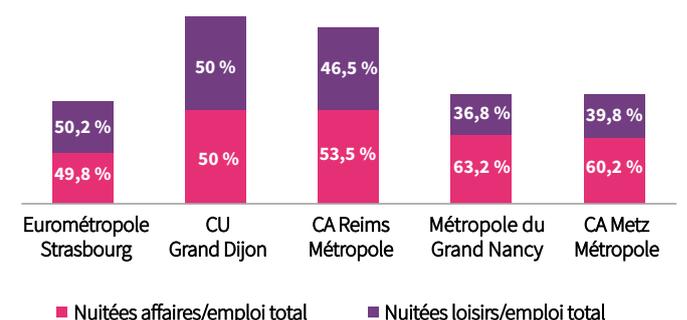
Lorsque l'on compare l'activité hôtelière (nuitées) à l'emploi total dans chaque territoire, représentatif de son activité économique, Dijon et Reims se démarquent nettement. Ces résultats sont dus en grande partie à l'attractivité des vignobles de Bourgogne et de Champagne.

La part de la clientèle d'affaires dans ces agglomérations est proportionnellement moins élevée que celles constatées dans la métropole du Grand Nancy (63,2 %) qui a plutôt un profil de destination d'affaires.

Si le plus grand nombre de nuitées en valeur absolue est enregistré dans l'Eurométropole de Strasbourg (1 617 092 nuitées en 2015), l'activité hôtelière y pèse moins dans l'économie globale que dans les autres territoires étudiés.

Comparaison de l'activité hôtelière à l'emploi total en 2015

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



TOURISME URBAIN : APERÇU DE L'IMPACT DES ÉVÈNEMENTS PHARÈS ORGANISÉS EN 2015

Les grands événements organisés dans la métropole du Grand Nancy attirent un grand nombre de touristes sur le territoire. Ces manifestations, qu'elles soient culturelles, sportives ou d'affaires, ont un rayonnement qui va souvent bien au-delà de la Lorraine, et génèrent un flux de visiteurs qui peut avoir un impact significatif sur la fréquentation hôtelière. L'étude de l'évolution journalière du taux d'occupation hôtelier a permis d'évaluer l'incidence de ces événements sur l'activité hôtelière.

Les événements culturels

Analyse de l'impact sur l'hôtellerie

La métropole du Grand Nancy brille par son offre culturelle riche et variée programmée tout au long de l'année. Parmi les grands événements culturels organisés les **Fêtes de Saint-Nicolas** sont une manifestation phare. De nombreuses animations se sont déroulées entre le 27 novembre 2015 et le 9 janvier 2016 (voir encart), avec en point focal de ce riche programme, les spectacles de rue proposés pendant le weekend de Saint-Nicolas, du vendredi 5 au dimanche 6 décembre.



Ville de Nancy

Les fêtes de Saint-Nicolas : une édition 2015 réussie

Le cœur de Saint-Nicolas a continué de battre à Nancy en 2015 ! Plus que jamais, son esprit a soufflé sur la ville avec des fêtes empreintes de chaleur humaine et de convivialité. Du 27 novembre 2015 au 10 janvier 2016, Saint-Nicolas a invité les Grands Nancéiens à faire vivre cette tradition, avec 70 spectacles de rue et 236 représentations mobilisant 558 artistes et... 400 litres de soupe servis !

Le Village de Saint-Nicolas

Organisé sur la place Charles III du 27 novembre au 10 janvier par Les Vitrines de Nancy, le Village de Saint-Nicolas s'est étoffé en 2015 avec des horaires élargis, des nocturnes et des animations. Le village était organisé autour de 65 chalets, avec une projection des personnages de la légende de Saint-Nicolas* sur les bâtiments de la place et sur l'église Saint-Sébastien.

L'illumination du sapin

Le vendredi 4 décembre sur la place Stanislas s'est déroulée l'illumination du grand sapin, décoré de 1 800 mètres de guirlandes LED (contre 900 mètres en 2014) et de 80 figurines reprenant les personnages de la légende de Saint-Nicolas*.

*Créées par le collectif Schlep et réalisées grâce au mécénat des ateliers CINI.

Le week-end de Saint-Nicolas

En 2015, la Ville de Nancy a réinventé le week-end de Saint-Nicolas. Du vendredi 4 au dimanche 6 décembre, elle a offert aux habitants et à leurs hôtes trois jours complets de programmation en continu, avec 260 artistes et 45 spectacles. Plusieurs compagnies venues de France, de Belgique, des Pays-Bas et d'Espagne se sont mêlées aux compagnies et aux musiciens du territoire. Ce week-end a été une porte ouverte sur le rêve, une invitation au voyage, une occasion de placer l'humour aux couleurs de la fête. Les spectateurs ont également été acteurs de ces rencontres, avec les pilleuses de câlins, la machine à café incongrue, les déambulations embarquées... Au total, ce sont 120 représentations qui se sont déroulées sur l'espace public et 20 sous chapiteau, réparties entre les places Carrière, Stanislas, Saint-Epvre, Maginot et Charles III, et les rues principales qui les lient, ainsi que la rue de la Primatiale et la rue du Pont Mouja.

Le Village fermier de Saint-Nicolas

Place Maginot, un Village Fermier de Saint-Nicolas, entièrement dédié à la gastronomie lorraine, a été mis en place sur les week-ends du 5 au 6, et du 19 au 20 décembre, de 10h à 20h.

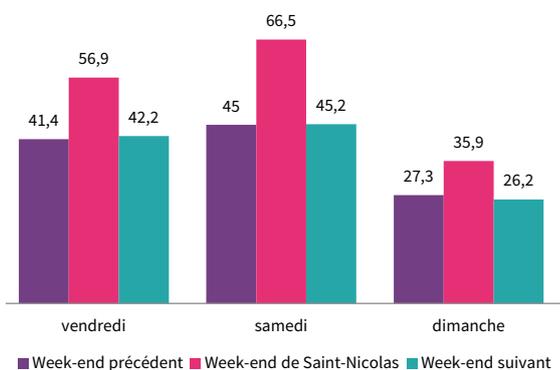
Source : Ville de Nancy, 2016

L'afflux de visiteurs attirés par les animations a eu un impact important sur la fréquentation hôtelière dans la métropole, puisque les taux d'occupation pendant le week-end de Saint-Nicolas sont nettement supérieurs à ceux enregistrés aux mêmes jours de la semaine précédente et de la semaine suivante.

Malgré l'absence des traditionnels défilé et feux d'artifice, qui compte tenu de l'actualité n'ont pas pu se dérouler en 2015, les taux d'occupation dans les hôtels pendant ces trois jours restent aussi élevés que les années précédentes.

Taux moyens d'occupation pendant le week-end de Saint-Nicolas (du 4 au 6 décembre 2015)

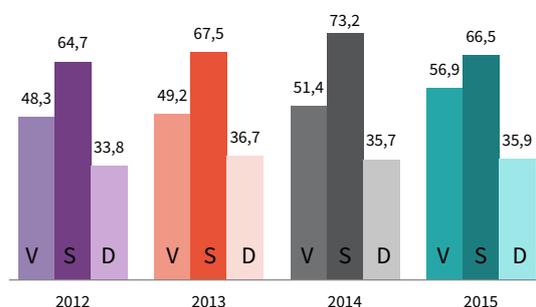
Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Ville de Nancy

Évolution des taux moyens d'occupation pendant le week-end de Saint-Nicolas (de 2012 à 2015)

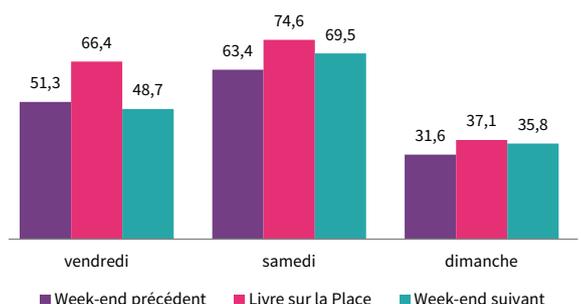
Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Autre rendez-vous culturel incontournable, **le Livre sur la Place**. Ce grand salon de la rentrée littéraire s'est déroulé du 11 au 13 septembre 2015 place de la Carrière à Nancy, et a attiré cette année plus de 180 000 visiteurs (soit une progression de 6 % par rapport à 2014) autour de 616 auteurs. L'organisation de cet événement a également un impact sur l'activité hôtelière du Grand Nancy en 2015, puisque l'on constate des taux d'occupation pendant l'événement qui sont légèrement supérieurs à ceux observés une semaine avant et une semaine après la manifestation.

Taux moyens d'occupation pendant le Livre sur la Place (du 11 au 13 septembre 2015)

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016

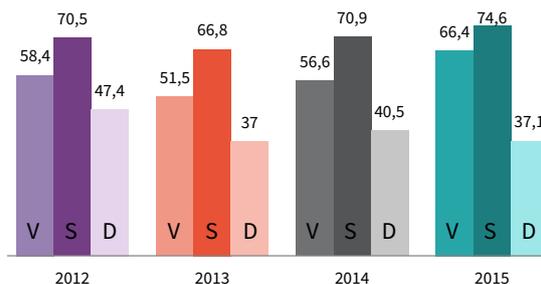


L'édition 2015 a eu un impact plus important que les éditions précédentes sur la fréquentation hôtelière, puisque les taux d'occupation enregistrés pour les vendredi et samedi soirs étaient nettement plus élevés que ceux constatés entre 2012 et 2014.

À noter que pour la première fois depuis son lancement en 2007, le spectacle son et lumière « **Rendez-vous Place Stanislas** » a dû faire une pause l'été 2015, le temps de la rénovation d'une partie de l'illustre décor classé au patrimoine mondial de l'UNESCO. Devenu un moment clef et une valeur sûre de l'été lorrain, le spectacle est de retour depuis juin 2016.

Évolution des taux moyens d'occupation pendant le Livre sur la Place (de 2012 à 2015)

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



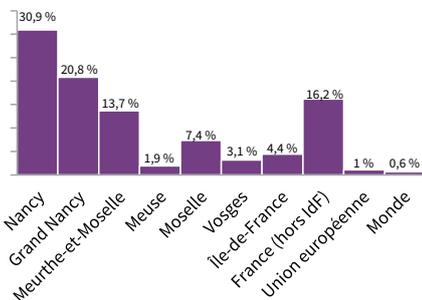
Analyse du profil des visiteurs de grands événements culturels organisés en 2015*



Exposition « CharElie NCY-NYC »

GALERIE POIREL, DU 28 NOVEMBRE 2014 AU 1^{ER} MARS 2015

12 836 visiteurs



« CharElie, NCY – NYC » a réuni pour la première fois une centaine d'œuvres réalisées par CharElie Couture de son adolescence à aujourd'hui, dont certaines créées spécifiquement pour l'exposition. Né à Nancy où il a été diplômé des beaux-arts, l'artiste plasticien vit depuis 10 ans à New York.

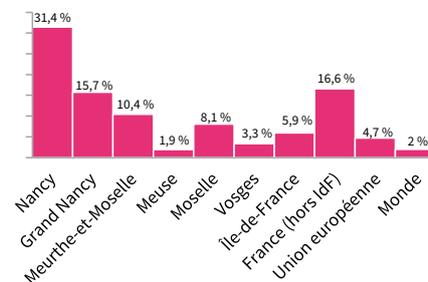
CharElie effectue des passages permanents entre différents univers : peinture, gravure, dessin, photo, sculpture, installation, son, vidéo... présentés sur les 1 000 m² de la galerie Poirel, en plein centre-ville de Nancy.



Exposition « autoportraits du musée d'Orsay »

MUSÉE DES BEAUX-ARTS, DU 29 MAI AU 31 AOÛT 2015

34 378 visiteurs



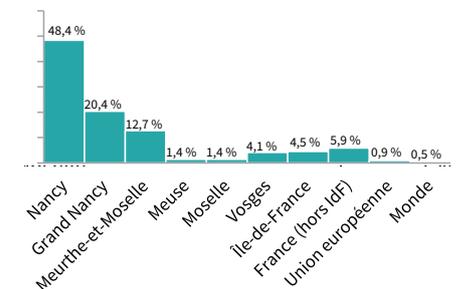
Le musée des Beaux-arts de Nancy, avec le soutien exceptionnel du Musée d'Orsay, a rassemblé dans une même exposition, plus de quarante œuvres provenant des collections du musée national, à travers une galerie d'autoportraits prestigieux : Van Gogh, Cézanne, Gauguin, Courbet, Degas... et d'œuvres plus confidentielles.

Dans le cadre de sa politique de présentation de ses collections sur l'ensemble du territoire, le musée d'Orsay s'est associé avec les musées des Beaux-arts de Nancy et de Quimper pour concevoir une exploration de ses collections couvrant la deuxième moitié du XIX^e siècle entre 1848 et 1914, autour du thème original de l'autoportrait en peinture.



Animation « street art »

DE LA RUE DES PONTS À LA RUE LÉOPOLD LALLEMENT, PÉRIODE ESTIVALE 2015



L'art urbain était à l'honneur lors de l'été 2015 et a investi les rues de Nancy. Artistes internationaux ou locaux ont réalisé des œuvres en direct, créant un parcours à découvrir entre la rue des Ponts et la rue Léopold Lallement.

La Ville de Nancy a proposé tout un éventail de programmations autour du « street art » : manifestations éphémères, mur permanent, grands formats, peintures sur les murs, sur le bitume... L'art est venu à la rencontre de tous et s'est voulu un moment d'échanges avec les artistes.



415 608

c'est le nombre de entrées que les musées de la métropole ont enregistré en 2015

*Ces éléments sont les résultats des enquêtes « Connaissance des Publics » menées au cours de l'année 2015 par le Pôle Culture-Attractivité de la Ville de Nancy. Des questionnaires ont été administrés lors de chaque manifestation culturelle, afin de connaître plus précisément les publics touchés par les projets portés ou soutenus par la Ville de Nancy. La méthodologie retenue a été celle de la sélection aléatoire, afin de diminuer au maximum les risques de biais dans la sélection des personnes interrogées.

Les évènements d'affaires

Grand Nancy Congrès & Évènements : 224 évènements accueillis en 2015

En 2015, les deux sites gérés par Grand Nancy Congrès & Évènements (le centre de congrès Prouvé et le Parc des expositions) ont accueilli un total de 224 évènements. Cette activité, qui représente 255 emplois enduits, a généré 18 M€ de retombées économiques, en grande partie dues à l'activité « congrès ».

Le centre de congrès Prouvé peut accueillir tous types d'évènements. Cela s'est confirmé en 2015 : du congrès au séminaire, en passant par les salons, conventions, spectacles, réunions professionnelles ou encore les manifestations culturelles, le centre Prouvé a accueilli un total de 183 évènements.

La position déportée de la surface d'exposition, avec son accès direct par la place de la République, a permis d'accueillir plusieurs salons à destination des professionnels (Forum bois-construction, Salon des comités d'entreprises...) ou du grand public (Salon des vins de Bordeaux, Salon du mariage, Salon du tatouage...). Cela témoigne de l'intérêt pour les organisateurs de salons à positionner leurs évènements en cœur de ville et de la métropole pour toucher un public urbain.

La commercialisation de l'année 2016 s'annonce très bien, avec une grande variété d'évènements en carnet de commandes et de forts niveaux de chiffre d'affaires en perspective sur certains d'entre eux.

CHIFFRES CLÉS CENTRE PROUVÉ 2015

29 congrès, dont 4 de dimension internationale (Science & You, Economic Ideas 2015, 13th SGA Biennial Meeting, ICDAR 2015)

62 435 congressistes accueillis au centre Prouvé

94 460 journées congressistes enregistrés

9 850 nuitées d'affaires générées

Trophée « Congrès et ville de l'année » pour le SGA Biennial Meeting 2015

Le 1^{er} prix Jacqueline Piétri « Congrès et ville de l'année » pour le meilleur congrès international a été remis par France Congrès au laboratoire nancéien GeoRessources (ENSG) et à Grand Nancy Congrès & Évènements, co-organisateur du congrès « 13th SGA Biennial Meeting 2015 ».

Avec pour thématique « Des ressources minérales dans un monde durable », l'édition 2015 de ce congrès biennal s'est déroulé au centre Prouvé du 24 au 27 août. Il a rassemblé 61 nationalités et plus de 700 chercheurs, universitaires, industriels et partenaires institutionnels de très haut niveau scientifique.

Cet évènement a généré d'importantes retombées économiques pour le territoire en période estivale, et a eu un impact significatif sur la fréquentation hôtelière. Les taux d'occupation pendant les trois premiers jours du congrès étaient nettement supérieurs à ceux constatés les mêmes jours de la semaine précédente et de la semaine d'après, l'écart constaté entre les taux atteignant même 20 points pour le lundi soir.

C'est une belle reconnaissance pour la destination nancéienne, qui était en compétition avec l'Écosse et le Brésil pour l'accueil de ce congrès : cela conforte le choix de la métropole du Grand Nancy d'investir dans un équipement phare pouvant accueillir des évènements d'affaires d'ampleur, et capable de rivaliser avec des grandes métropoles françaises et internationales.

Lancement du programme « Ambassadeurs »

Grand Nancy Congrès & Évènements a réuni plus de 200 décideurs du territoire le 3 septembre 2015 au centre Prouvé, autour du lancement du programme « Ambassadeurs ». Cette démarche innovante propose, à travers des rencontres annuelles, un accompagnement sur mesure aux professionnels souhaitant se former à l'organisation d'évènements.

Un outil spécifique a été développé par l'équipe de Grand Nancy Congrès & Évènements. Il s'agit du « guide Ambassadeurs », véritable boîte à outils du programme, qui offre les éléments d'informations indispensables au montage de dossiers de candidature, ainsi que les étapes incontournables à l'organisation d'un évènement au centre Prouvé ou au Parc Expo.

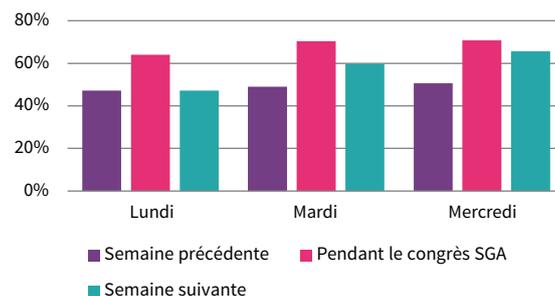
Aujourd'hui, le programme compte déjà plus de 300 ambassadeurs.



David Grandmougin

Taux moyens d'occupation pendant les 3 premiers jours du congrès SGA (du 24 au 26 août 2015)

Source : Insee - Observatoire de l'Hôtellerie, juillet 2016



Nancy Tourisme et Évènements

Cette structure, en charge de la promotion de la métropole du Grand Nancy, est composée de deux départements : l'Office de tourisme et le Bureau de l'Évènementiel. Avec l'appui de ses 345 adhérents-partenaires de la destination, Nancy Tourisme et Évènements au travers de ses missions d'accueil, d'animation et de promotion, concourt à l'attractivité de la destination et au développement du tourisme de loisirs et d'affaires. Membre des principales instances, Atout France, Conférence nationale du Tourisme urbain, Offices de tourisme de France, Comité régional du tourisme, et dernièrement du Club des partenaires de LÉVÈNEMENT, Nancy Tourisme et Évènements permet une représentation large et une mise en avant forte du territoire.



Nancy Tourisme et Évènements

285

dossiers évènementiels
traités en 2015,
soit une augmentation de 70 %



Bureau de l'Évènementiel : une forte activité !

Le Bureau de l'Évènementiel a deux missions : la promotion de la destination et le conseil auprès des organisateurs d'évènements (entreprises, associations, agences de communication/évènementielles, réseaux...).

Avec un réseau de 95 partenaires, le Bureau représente les principaux acteurs du tourisme d'affaires de la métropole. Il propose notamment :

- un service d'accompagnement et d'information sur l'offre de la destination en termes de lieux d'accueil d'évènements et les prestations proposées par les différents partenaires de l'évènementiel.
- un service hébergement (hôtels, chambres d'hôtes, résidences),
- un service de gestion évènementielle (inscriptions, badges, mini-site).

Le travail de promotion entrepris depuis 2 ans, au travers les nombreuses rencontres, développement réseaux, salons, emailing et newsletters, s'est traduit par une forte progression de l'activité du Bureau, qui a traité 285 dossiers évènementiels en 2015 (soit une hausse de 70 % par rapport à 2014).

Enfin, en 2015 le Bureau de l'Évènementiel a lancé le site internet dédiée spécifiquement à la promotion de la destination auprès des organisateurs d'évènements : www.nancy-events.com

Service Hébergement : un doublement des nuitées

Au sein du Bureau de l'Évènementiel, le Service Hébergement propose une prestation de réservation entièrement dédiée aux évènements d'affaires. Dans ce cadre, une charte a été signée avec le Club Hôtelier de Nancy afin d'assurer un accueil optimal des participants et des organisateurs d'évènements sur le territoire, et de mieux répondre aux attentes réciproques des organisateurs et des hébergeurs. Ce service sans frais a progressé très nettement, puisque 4 436 nuitées ont été réservées par ce biais en 2015, contre 1 999 en 2014, soit une augmentation de 148 %. On compte également une progression de 69 % du nombre de personnes hébergées en 2015.

4 486

c'est le nombre de nuitées
d'hôtel réservées par le Service
Hébergement en 2015

Chiffres clés de l'Office de Tourisme de Nancy

- 300 000 visiteurs à l'Office de tourisme
- 105 549 touristes renseignés par le service accueil
- 92 541 visiteurs accueillis au comptoir (dont 62 % de touristes français)
- 31 % des touristes étrangers accueillis au comptoir sont allemands, 16 % belges ou luxembourgeois et 15 % néerlandais
- 50 forfaits groupes vendus, pour 1 604 personnes (soit une progression de 30 % par rapport à 2014)
- 721 groupes ont bénéficié de l'organisation d'une visite guidée
- 49 % des groupes sont de nationalité étrangère

Un office de tourisme engagé

Impliqué dans une démarche qualité depuis 2001, l'Office de tourisme a obtenu en novembre 2015 le renouvellement de la marque « Qualité Tourisme » pour l'ensemble de ses services (accueil et information, promotion et boutique) garantissant un niveau de service élevé en termes d'accueil du public, de maîtrise des langues étrangères, de personnalisation des prestations, de découverte de la destination, etc.

Grâce à la mise en œuvre de sa démarche qualité, l'Office de tourisme est classé Catégorie I depuis le 7 janvier 2014.

Par ailleurs, l'Office est labellisé Tourisme et Handicap.



Les évènements sportifs

La Métropole du Grand Nancy accueille chaque année des rendez-vous sportifs d'envergure au sein d'équipements à la qualité reconnue, et ces temps forts sont autant d'occasions de mettre en lumière le territoire.

En 2015, de grands évènements tels que le Meeting Stanislas Pro Athlé Tour, le match amical de football féminin France / Ecosse, ou encore le match de basket France / Serbie ont réuni plus de 22 000 personnes.

Les participants aux grandes courses à pied ont été très nombreux : la 1^{re} édition nancéienne de The Color Run en mai et la 9^e édition du semi-marathon du Grand Nancy organisée en octobre avec la course féminine Octobre Rose, ont réuni chacune 10 000 personnes.

On peut citer également les matchs réguliers des équipes de foot de l'ASNL (13 000 à 15 000 spectateurs par match), et de basket du SLUC (4 500 à 5 000 spectateurs par match), ou encore les 16^e de finale de la Coupe de France de Handball avec l'équipe Grand Nancy ASPTT Handball.

Cependant, ces évènements ayant attiré un public majoritairement grand nancéen, l'impact sur la fréquentation hôtelière n'est pas significatif.



Ville de Nancy



8 PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DU SECTEUR DE L'HÔTELLERIE

Étude-action prospective du secteur hébergement-restauration

Secteur dynamique et porteur de nombreuses opportunités d'emplois, notamment pour les actifs les moins diplômés, le secteur hébergement-restauration de la métropole du Grand Nancy fait néanmoins face à des difficultés de recrutement et de fidélisation de ses salariés.

L'étude-action prospective de l'hébergement-restauration, initiée par la Maison de l'Emploi et la Métropole, apporte un éclairage sur les spécificités des emplois et des compétences du secteur, et interroge les facteurs clés d'évolution des entreprises.

Cette démarche atypique, alliant diagnostic quantitatif et approches qualitatives, ouvre surtout la perspective d'un plan d'actions pour répondre aux enjeux des compétences de l'hébergement-restauration, à l'aune des projets et équipements d'envergure portés par le Grand Nancy.

Éléments de méthode

L'étude-action prospective du secteur hébergement-restauration, animée entre décembre 2015 et mai 2016, repose sur quatre approches complémentaires :

- Diagnostic socio-économique : un état des lieux exhaustif du tissu productif, des caractéristiques des emplois, des spécificités du marché du travail.
- Entretiens qualitatifs en face à face avec les experts locaux : dans quelles dynamiques le secteur s'inscrit-il ; quelles perspectives d'évolution à moyen et long termes ?
- Enquête RH : en mars 2016, quelques 200 employeurs du secteur ont été interrogés sur leurs pratiques de recrutement, de formation et de fidélisation de leurs collaborateurs. Le questionnaire de l'enquête a été élaboré en atelier de concertation.
- Ateliers de concertation : quatre rendez-vous ont été organisés avec les professionnels et les acteurs du développement touristique et de la formation, pour recueillir des expériences de terrain et donner du sens aux données statistiques. Les thèmes des ateliers :
 - Enjeux sectoriels : janvier 2016
 - Enquête RH et scénarii prospectifs du secteur : février
 - Pratiques digitales & connaissance des clientèles : mars
 - Résultats de l'enquête RH : avril.

Le secteur est appréhendé à partir de la section « l'Hébergement et Restauration » de la nomenclature d'activité française (NAF rév. 2, 2008, édition 2015), à l'exception de la restauration collective dont les marchés, les clientèles, les modes d'organisation et les métiers ne répondent pas aux mêmes enjeux.

Le rapport complet de l'étude-action prospective du secteur hébergement-restauration est disponible sur le site internet de la Maison de l'Emploi du Grand Nancy www.mde-nancy.org

Regards sur l'emploi et les ressources humaines

Le sourcing, l'embauche et la fidélisation des salariés sont le principal enjeu pour les employeurs grand nancéiens de l'hébergement-restauration. Les métiers professionnels de la restauration (serveurs, cuisiniers) concentrent les besoins en recrutement liés au fort turnover et aux pics d'activité du secteur. Dans l'hébergement touristique, secteur dominé par les chaînes hôtelières et où le recrutement est plus standardisé, les difficultés s'expriment plutôt en termes de fidélisation des salariés, souvent attirés par d'autres secteurs de l'économie de la métropole (grande distribution notamment). Enfin, les « soft skills » (les compétences relationnelles et comportementales), plus que le diplôme et les compétences techniques du candidat, jouent un rôle décisif dans le processus du recrutement.

À noter :

- Près de la moitié des établissements (45%) déclare embaucher régulièrement des étudiants, pour pallier le manque d'attrait des postes ou faire face à une suractivité temporaire.
- Pour diffuser leurs offres d'emploi, rencontrer et sélectionner des candidats, les chefs d'entreprises mobilisent le plus souvent leur réseau personnel ou professionnel (cooptation, « bouche à oreille ») ou les intermédiaires de l'emploi (Pôle emploi, missions locales...).
- Deux grandes tendances vont influencer la montée en compétences des actifs : l'individualisation de la relation client et le déploiement d'outils numériques dans toutes les sphères de l'activité du secteur.

Pistes et voies d'action pour soutenir le développement du secteur

L'étude-action prospective du secteur hébergement-restauration formule 15 pistes et voies d'action, parmi lesquelles on peut mentionner :

- **Encourager les dynamiques collectives** dans la profession (clubs, groupements, clusters), vecteur de diffusion des bonnes pratiques et de recherche de complémentarité entre les acteurs.
- **Élargir le vivier de recrutement**, et diversifier les canaux d'accès aux candidatures, en développant notamment des partenariats avec le secteur de l'insertion par l'activité économique.
- **« Ré-enchanter » les jeunes et les métiers**, redonner envie de s'investir dans le secteur, recréer un environnement motivant et valorisant.
- **Adapter l'offre de formation continue** aux contraintes et aux attentes des entreprises.



Aduan

Le secteur hébergement-restauration du Grand Nancy

- 680 établissements employeurs, dont plus de 600 restaurants, bars, cafés, traiteurs, fast-foods
- 4 500 emplois salariés et 1 560 demandeurs d'emploi
- Top 5 des secteurs recruteurs du Grand Nancy en 2015
- Secteur fortement intégrateur des jeunes : 1 salarié sur 2 a moins de 30 ans...
- ...mais caractérisé par une grande précarité de l'emploi : 40 % des contrats de travail sont à temps partiel et la moitié des salariés gagne moins de 12 000 € par an.

Sources : Acooss (établissements d'au moins 1 salarié au 31/12/14) - Insee DADS (2013) - Pôle emploi Lorraine (offres d'emploi recueillies en 2015 et demandeurs d'emploi au 31/12/15)

La transformation numérique du secteur hôtelier : de nouvelles règles de concurrence

L'industrie hôtelière se voit actuellement bouleversée par la révolution numérique. Elle doit notamment faire face à une concurrence protéiforme qui recompose en profondeur le parcours client et sa chaîne de valeur. D'un côté, les hôteliers se sont fait confisquer la relation numérique au client avant le séjour par les intermédiaires en ligne, et après le séjour, par les plateformes d'avis comme Trip Advisor. De l'autre, une nouvelle offre émerge via les plateformes d'hébergement collaboratif, portées par l'évolution des attentes des consommateurs.



LA MULTIPLICATION DES INTERMÉDIAIRES EN LIGNE

- Internet, 1^{re} source d'informations
- La domination des centrales de réservation et de distribution en ligne (ex : Booking, Expedia, Hotel.com, etc.)
- Le rôle incontournable des comparateurs d'offres (ex : Kayak, Trivago, etc.)



LES NOUVEAUX ENTRANTS DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE

- Le succès d'Airbnb et des autres plateformes d'hébergement entre particuliers, qui font émerger une offre alternative, communautaire et importante
- Une transformation de la façon de voyager : se déplacer en covoiturage, manger chez l'habitant, balade avec un greeter...



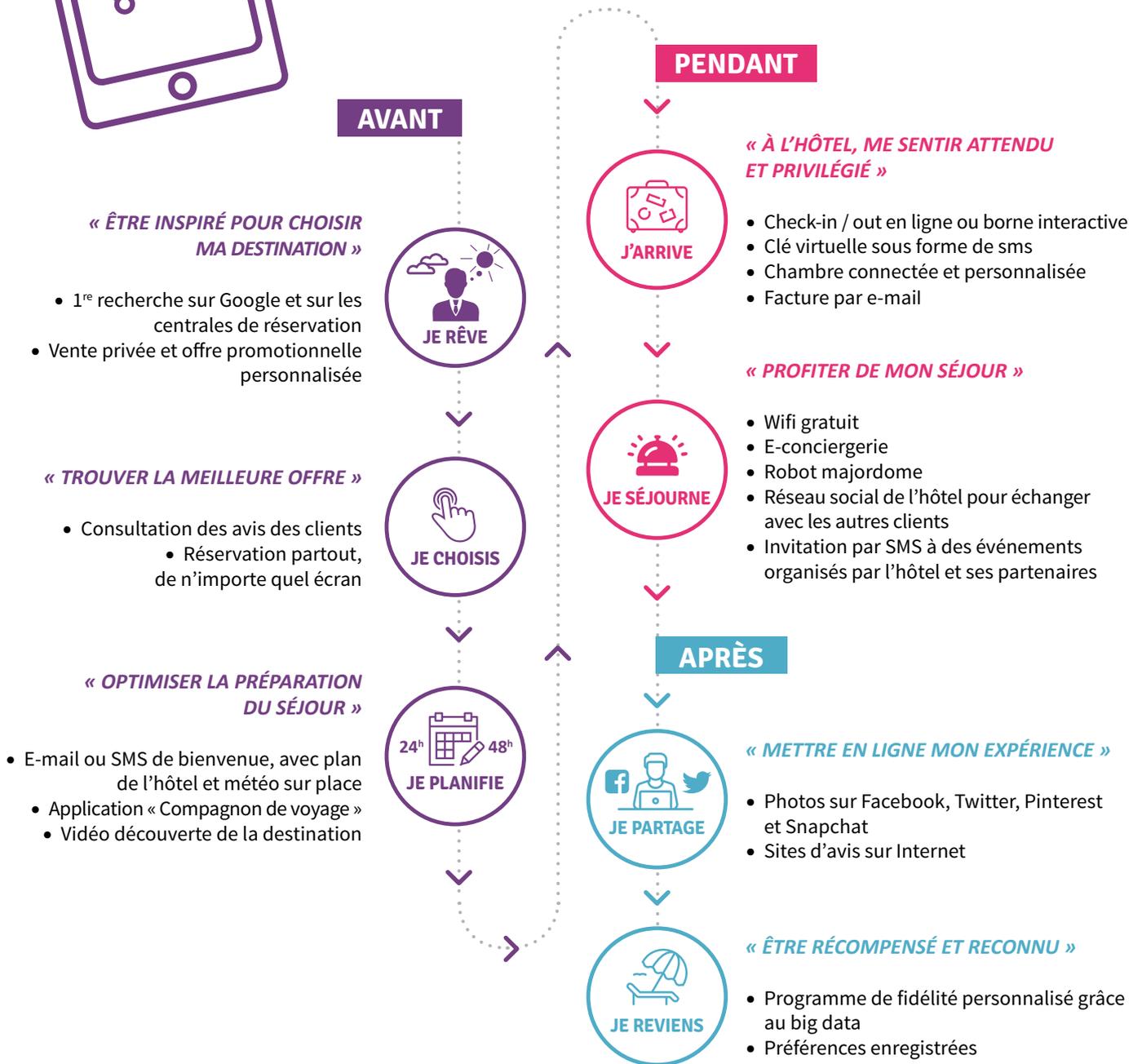
LA TRANSFORMATION DES ATTENTES DU CLIENT-INTERNAUTE

- 26 millions de smartphones, tablettes et objets connectés vendus en France en 2015
- De nouvelles exigences : wifi gratuit, transparence des prix, expérience client centrée sur l'émotion
- Un nouveau pouvoir d'influence des clients via les avis laissés sur Internet
- Une segmentation accrue de la demande : génération Y, baby boomers, affaires...



Un parcours-client digitalisé avant, pendant et après le séjour

Les voyageurs sont de plus en plus connectés. Pour les hôteliers, c'est la possibilité d'une communication s'adressant de façon personnalisée au client, grâce au numérique et à l'intégration des nouvelles technologies (commerce en ligne, habitat connecté...).



aduan

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
ET D'URBANISME DE L'AIRE
URBAINE NANCÉIENNE

Jacqueline IANNAZONE

Agence de développement et d'urbanisme
de l'aire urbaine nancéienne

49 bd d'Austrasie, CS 20516, 54008 NANCY Cedex
Tél. : 03 83 17 42 33

www.aduan.fr

Yves SCHULTZ

Chambre de Commerce et d'Industrie
de Lorraine

53 rue Stanislas, CS 24226, 54042 NANCY Cedex
Tél. : 03 83 85 54 37

www.lorraine.cci.fr

DIRECTION DE LA PUBLICATION : PASCAL TATON RÉDACTION : JACQUELINE IANNAZONE, JASMINE CAILLER (ADUAN) EN COLLABORATION AVEC :
YVES SCHULTZ (CCI LORRAINE) ONT CONTRIBUÉ À CE NUMÉRO : THIERRY BOTTARD (GRAND NANCY CONGRÈS & ÉVÈNEMENTS), SYBILLE GAXOTTE
(GRAND NANCY), FRANÇOIS GLET (VILLE DE NANCY), MATHIAS-LUCIEN RAPEAUD, LAURENCE FLAYEUX (NANCY TOURISME & ÉVÈNEMENTS),
MARIE-LAURE CLAUSSE (BUREAU DE L'ÉVÈNEMENTIEL), EKATERINA MINTCHEVA (MAISON DE L'EMPLOI DU GRAND NANCY), AURÉLIA JUIF-LECLERC (ADUAN)
COORDINATION ÉDITION : PRISCILLA PIERRE CONCEPTION / MISE EN PAGE : ESTELLE PATOUT, ALEXANDRE COLIN