

les  
**cahiers**  
DE SCALEN

**#36**  
JUILLET 2017

ÉCONOMIE

# OBSERVATOIRE DE L'HÔTELLERIE ET DE L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

BILAN DE L'ACTIVITÉ HÔTELLIÈRE 2016 DANS LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY

*L'Observatoire de l'hôtellerie est réalisé chaque année par l'Agence Scalen en partenariat avec la Métropole du Grand Nancy et la Chambre de commerce et d'industrie, avec la collaboration de Nancy Tourisme et Évènements, Grand Nancy Congrès & Évènements, la Ville de Nancy, les représentants de l'hôtellerie et l'Insee.*

*Il présente l'offre hôtelière du territoire et ses spécificités, fait le point sur la fréquentation des différentes clientèles, expose 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 d'autres agglomérations françaises.*

EN RÉSUMÉ

*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 dans la Métropole.*

Avec 43 établissements et 2 531 chambres, l'offre en hôtellerie de tourisme dans le bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy reste stable en 2016. Dès 2017, la montée en gamme d'une partie de l'offre 3\* renforcera la capacité d'accueil de l'hôtellerie haut de gamme 4\*.

L'offre des autres formes d'hébergement (résidences et meublés de tourisme, maisons et chambres d'hôtes, campings...) est en progression, avec 12 hébergements supplémentaires en 2016. Le potentiel d'accueil de ces différents hébergements en plus de l'offre hôtelière classique est de 2 407 personnes.

On observe en 2016 une progression du taux d'occupation, qui s'établit à 60,4 %, ainsi qu'une hausse de la fréquentation en termes de nuitées. Cependant, la fréquentation de la clientèle étrangère est en recul, avec une perte globale de 7 411 nuitées en 2016, certainement en raison du climat d'insécurité.

Les résultats de la Métropole suivent la tendance observée dans d'autres grandes agglomérations françaises en 2016, à l'exception de Paris et de Nice, villes fortement impactées par les attentats de novembre 2015 et juillet 2016.

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 touristes sur le territoire. Cet important flux de visiteurs a un impact positif sur la fréquentation hôtelière.

**SCALEN** AGENCE DE DÉVELOPPEMENT  
DES TERRITOIRES  
NANCY SUD LORRAINE

EN PARTENARIAT AVEC

métropole  
GrandNancy

CCI MEURTHE  
ET MOSELLE

AVEC LA COLLABORATION DE

ville de  
Nancy

OFFICE DE  
TOURISME  
NANCY TOURISME ET ÉVÈNEMENTS

GRAND  
NANCY  
CONGRÈS &  
ÉVÈNEMENTS

# SOMMAIRE

- #1** Repères • P3

---

- #2** Présentation du bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy • P4

---

- #3** Les autres formes d'hébergement touristique dans la Métropole du Grand Nancy • P10

---

- #4** L'œil sur les tendances • P14

---

- #5** Bilan de la fréquentation hôtelière 2016 • P16

---

- #6** Le Sud Meurthe-et-Moselle : une offre hôtelière complémentaire • P20

---

- #7** L'activité hôtelière dans les autres grandes agglomérations françaises • P22

---

- #8** Tourisme urbain : impact et retombées de l'activité touristique en 2016 • P26

## Méthodologie

Les informations présentées dans l'Observatoire qui concernent le parc du bassin hôtelier de la Métropole sont fournies par la CCI de Meurthe-et-Moselle.

Les données de fréquentation hôtelière sont issues 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. Les données sur le bassin hôtelier métropolitain font l'objet d'une convention annuelle établie avec le Grand Nancy. Seule l'hôtellerie classique est concernée par ces données.

L'analyse de l'offre et de la fréquentation des autres formes d'hébergement s'appuie sur les informations fournies par les hébergeurs dans le cadre de la collecte de la taxe de séjour sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy.

## 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 leurs propriétaires.

### 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 jours) 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 2016

Nombre d'hôtels	43
Nombre de chambres	2 531
Taux d'occupation moyen annuel	60,4 %
Nombre total de nuitées	804 034
Part des nuitées étrangères	21,5 %

## Chiffres-clés autres hébergements 2016

Nombre d'hébergements	71
<i>dont résidences hôtelières et de tourisme</i>	7
Nombre de chambres / appartements	973
<i>dont résidences hôtelières et de tourisme</i>	660
Capacité d'accueil en nombre de personnes	2 407
<i>dont résidences hôtelières et de tourisme</i>	1 365



Ville de Nancy

## Taxe de séjour

Grille tarifaire appliquée depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015

Catégorie d'hébergement	Tarifs par nuitée et par personne
Palaces <sup>(1) (2)</sup>	2,00 €
Hôtels, résidences et meublés de tourisme 5 étoiles <sup>(2)</sup>	1,50 €
Hôtels, résidences et meublés de tourisme 4 étoiles <sup>(2)</sup>	1,10 €
Hôtels, résidences et meublés de tourisme 3 étoiles <sup>(2)</sup>	0,90 €
Hôtels, résidences et meublés de tourisme 2 étoiles <sup>(2)</sup>	0,70 €
Hôtels, résidences et meublés de tourisme 1 étoile et chambres d'hôtes <sup>(1) (3)</sup>	0,50 €
Hôtels et résidences de tourisme en attente de classement ou sans classement <sup>(1)</sup>	0,75 €
Meublés de tourisme et hébergements assimilés en attente de classement ou sans classement	0,75 €
Terrains de camping classés en 3, 4 et 5 étoiles <sup>(4)</sup>	0,55 €
Terrains de camping classés en 1 et 2 étoiles <sup>(4)</sup> , ports de plaisance	0,20 €

(1) Nouvelle catégorie créée par la loi de finances 2015

(2) 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

## 2 PRÉSENTATION DU BASSIN HÔTELIER DE LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY

### Une offre qui reste stable

Le bassin hôtelier de la Métropole compte 43 hôtels de tourisme et 2 531 chambres. L'offre globale en termes de nombre d'hôtels et de capacité d'accueil est identique à celle de 2015 et la structure du parc a peu évolué.

#### Le parc du bassin hôtelier métropolitain en 2016

Catégorie	Classement 2016		Classement 2015	
	Nombre d'hôtels	Nombre de chambres	Nombre d'hôtels	Nombre de chambres
Sans <sup>(1)</sup>	1	49	1	49
1*	4	247	4	247
2*	14	725	14	725
3*	19	1 190	19	1 193
4*	5	320	5	317
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>2 531</b>	<b>43</b>	<b>2 531</b>

(1) Sans classement - Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

En revanche, suite au rachat de l'ancien Park Inn et son passage sous enseigne Mercure en 2016, un important programme de travaux de transformation a permis à cet établissement d'obtenir début 2017 un classement en catégorie supérieure 4\*, ce qui renforce l'offre haut de gamme de la Métropole.

**43 hôtels  
et 2 531 ch.**  
dans le bassin hôtelier  
de la Métropole  
du Grand Nancy

### Évolution de l'offre dans la Métropole

#### Des travaux de modernisation en cours à l'hôtel Mercure Centre Stanislas

En 2016, l'hôtel Mercure Centre Place Stanislas a démarré un programme d'investissements en vue d'une rénovation intégrale. Toutes les chambres ont été modernisées avec une nouvelle literie. Les espaces restauration ont été rénovés avec l'installation d'un nouveau concept « La Cuisine Lounge » pour une offre de restauration du petit déjeuner au dîner dans l'esprit « Comme à la maison ». La totalité des travaux devrait être terminée pour juillet 2017.

#### L'ancien hôtel Park Inn passe sous enseigne Mercure et gagne une étoile

L'établissement Hôtel Nancy Centre (ancien hôtel Park Inn), situé à proximité immédiate de la gare et du Centre de congrès Prouvé, est passé sous enseigne Mercure (groupe Accor) en 2016. Grâce aux importants travaux de modernisation menés tout au long de l'année, cet établissement de 88 chambres a obtenu

un classement en catégorie supérieure en 2017, renforçant l'offre haut de gamme 4\* de la Métropole.

Par ailleurs, dans le même immeuble une nouvelle résidence de 105 studios meublés a ouvert ses portes. Une moitié de la résidence est proposée en appart-hôtel et l'autre moitié est réservée aux étudiants.

#### L'hôtel de Guise à Nancy quitte la chaîne volontaire Logis

L'hôtel de Guise a quitté le réseau Logis pour devenir indépendant. Cette ancienne demeure seigneuriale classée 3\* est située dans la vieille ville de Nancy et propose 50 chambres.

#### Ouverture en 2018 du nouvel hôtel indépendant à Laxou

L'ouverture du nouvel hôtel situé avenue de la Résistance à Laxou est programmée en septembre 2018. Cet établissement 3\* proposera 54 chambres.

#### Un projet de résidence hôtelière

Suite à l'obtention du permis de construire en juillet 2016, la construction d'une nouvelle résidence de tourisme dans le quartier Nancy Grand Cœur démarrera courant juillet 2017. Cette résidence d'une surface plancher de 3 447 m<sup>2</sup> sera exploitée par Nemea, et comptera 111 appartements (dont 87 studios et 24 T2). La date prévisionnelle de livraison est le 1<sup>er</sup> juillet 2019.

#### Démarrage des travaux au Grand Hôtel de la Reine

Un important programme de développement a été lancé au sein de cet établissement emblématique situé place Stanislas. Les travaux s'échelonnent sur trois ans et doivent aboutir à l'obtention d'un classement 5\* d'ici 2018-2019.

## Les chaînes hôtelières dominent l'offre

Le bassin hôtelier de la Métropole compte une forte proportion d'établissements appartenant aux chaînes hôtelières, qui représentent au total 30 établissements, et proposent 77 % de l'offre en termes de nombre de chambres. On peut noter toutefois l'absence des quatre premiers groupes hôteliers mondiaux : IHG, Hilton Worldwide, Marriott International et Wyndham.

**77 %**  
des chambres  
du bassin hôtelier de la  
Métropole sont proposées  
par des chaînes hôtelières

### Répartition des hôtels par type d'exploitation

Chaînes / indépendants	Nombre d'hôtels	Nombre de chambres
Chaînes intégrées	25	1 718
Chaînes volontaires	5	240
Indépendants	13	573
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>2 531</b>

Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

### 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 également d'une image de marque puissante et homogène.

25 hôtels du bassin hôtelier de la Métropole appartiennent à des chaînes intégrées et proposent une offre cumulée de 1 718 chambres. Principalement exploités par de grands groupes hôteliers, ces établissements sont majoritairement des filiales directes<sup>(1)</sup> (48 %) et des franchisés<sup>(2)</sup> (48 %). Un seul hôtel appartenant à une chaîne intégrée fonctionne en mandat de gestion<sup>(3)</sup>.

Parmi les chaînes intégrées présentes dans la Métropole, le groupe le plus représenté est Accor (1<sup>er</sup> groupe hôtelier européen et 6<sup>e</sup> groupe mondial en 2016), avec ses enseignes phares Ibis, Mercure, Novotel, Novotel Suites et F1. Depuis le passage de l'ancien Park Inn sous enseigne Mercure, ce groupe compte désormais 13 hôtels et plus de 1 000 chambres (soit 40 % de la capacité d'accueil du parc). Également présent à travers les enseignes Campanile, Kyriad et Première Classe, Louvre Hôtels (groupe hôtelier chinois Jin Jiang, 4<sup>e</sup> européen et 10<sup>e</sup> mondial) propose 6 hôtels et 327 chambres (13 % de l'offre).

**25 hôtels**  
du bassin hôtelier de la  
Métropole appartiennent  
à des chaînes intégrées

(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.



Hôtel Mercure Nancy Centre place Stanislas



## Les chaînes volontaires

5 hôtels du bassin hôtelier 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<sup>e</sup> groupe européen et 8<sup>e</sup> à l'échelle mondiale) avec l'Hôtel Crystal à Nancy,
- SEH avec Inter-Hotel Arcole à Houdemont et le Qualys-Hotel à Nancy,
- Logis avec le Cottage Hôtel à Vandœuvre-lès-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 le bassin hôtelier de la Métropole on compte aujourd'hui 13 hôtels indépendants pour un total de 573 chambres, soit 23 % de l'offre. Ce chiffre est en léger recul en 2016, suite notamment au passage de l'ancien Park Inn (classé en indépendant en attendant d'intégrer le groupe Accor), sous enseigne Mercure.

### Répartition détaillée des hôtels par type d'exploitation, groupe et gestion

TYPE D'EXPLOITATION	GROUPE	ENSEIGNE	GESTION	NB HÔTELS	NB CHAMBRES
Chaîne intégrée	Accor	F1	Franchise	2	111
		IBIS	Franchise	6	464
		IBIS	Filiale	1	82
		MERCURE	Filiale	1	80
		MERCURE	Franchise	1	88
		NOVOTEL	Mandat de gestion	1	119
		NOVOTEL SUITES	Franchise	1	68
	B&B Hôtels	B&B	Filiale	3	214
	Exhore	CERISE	Filiale	1	72
	Honotel	CŒUR DE CITY	Filiale	1	43
	Louvre Hôtels	CAMPANILE	Filiale	3	176
			Franchise	1	38
		PREMIÈRE CLASSE	Franchise	1	64
		PREMIÈRE CLASSE	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	1	64
	SEH	INTER-HOTEL	Indépendante	1	57
		QUALYS-HOTEL	Indépendante	1	38
Indépendant	Ferré	Indépendant	Indépendante	1	46
	Indépendant	Indépendant	Indépendante	12	527
<b>TOTAL</b>				<b>43</b>	<b>2 531</b>

Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

## L'offre hôtelière dans les pôles de périphérie

L'offre hôtelière du bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy est répartie sur 6 grands pôles : le pôle Nancy-Ville et 5 pôles situés en périphérie.

Les pôles de périphérie comptent 21 hôtels et proposent 1 407 chambres, soit 56 % de la capacité d'accueil totale.

Les catégories les plus représentées en périphérie sont celles de milieu de gamme : 38 % des chambres sont proposés par des établissements 3\* et 33 % par des hôtels 2\*. Les 4 hôtels 1\* proposent 247 chambres, alors que la catégorie 4\* ne compte qu'un seul établissement pour 119 chambres.

86 % des hôtels de périphérie appartiennent à des chaînes, dont la grande majorité sont des chaînes intégrées représentées notamment par les groupes Louvre Hotels (enseignes Campanile, Première Classe et Kyriad) et Accor (Ibis, F1 et Novotel). Les chaînes volontaires sont représentées à travers deux établissements : Cottage Hôtel à Vandœuvre-lès-Nancy (groupe Logis) et Inter-Hotel Arcole à Houdemont (groupe SEH). En revanche, l'hôtellerie indépendante est très peu présente dans les pôles de périphérie, et ne compte que 3 établissements.

Les pôles hôteliers Ouest et Sud concentrent la majorité de l'offre de périphérie, proposant respectivement 29 % et 28 % des chambres.

**21**  
c'est le nombre d'hôtels  
en périphérie de la Métropole  
du Grand Nancy

Hôtel Ibis Styles - Houdemont

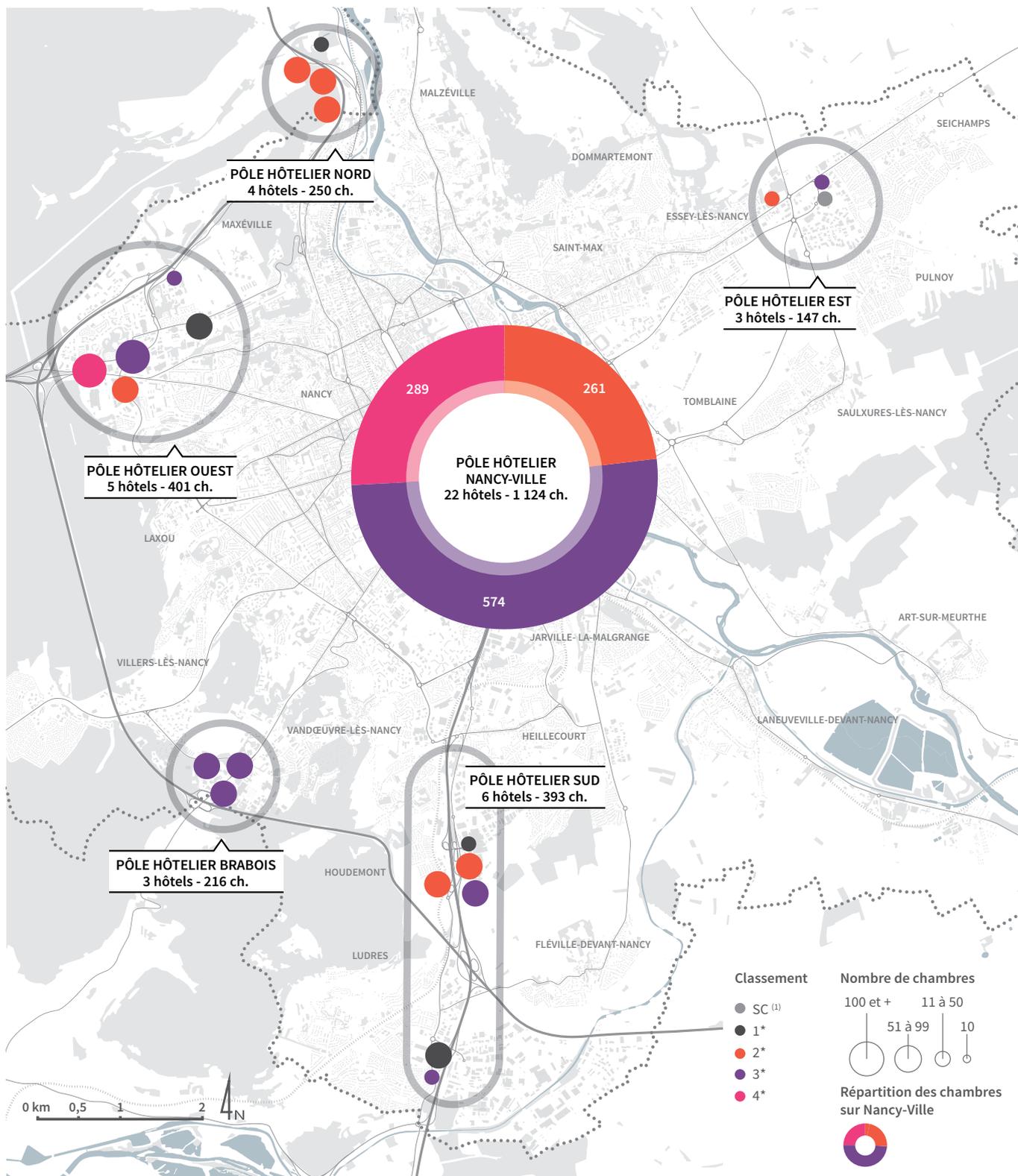


Scalen / Hôtel des Prélats - Nancy



Logis Cottage Hôtel - Vandœuvre-lès-Nancy

## Répartition du parc par pôle hôtelier en 2016 / 2017



(1) SC : sans classement ou en attente de classement - Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

### 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
PREMIÈRE CLASSE	49 ch	SC <sup>(1)</sup>	ESSEY-LÈS-NANCY
QUICK PALACE	50 ch	2*	ESSEY-LÈS-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 BRABOIS

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

### 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
PREMIÈRE CLASSE	64 ch	1*	LUDRES

## L'offre hôtelière du pôle Nancy-Ville

22 hôtels sont localisés dans le pôle hôtelier Nancy-Ville. Ces établissements proposent 1 124 chambres, soit 44 % de la capacité d'accueil du bassin hôtelier.

Avec une offre cumulée de 15 hôtels et 863 chambres, les établissements 3\* (11 hôtels, 662 chambres) et 4\* (4 hôtels, 201 chambres) représentent 77 % de la capacité d'accueil du pôle. Nancy-Ville compte également 7 hôtels de la catégorie 2\*, pour un total de 261 chambres (23 % de l'offre). A noter que les hôtels 1\* ne sont pas représentés dans la ville-centre.

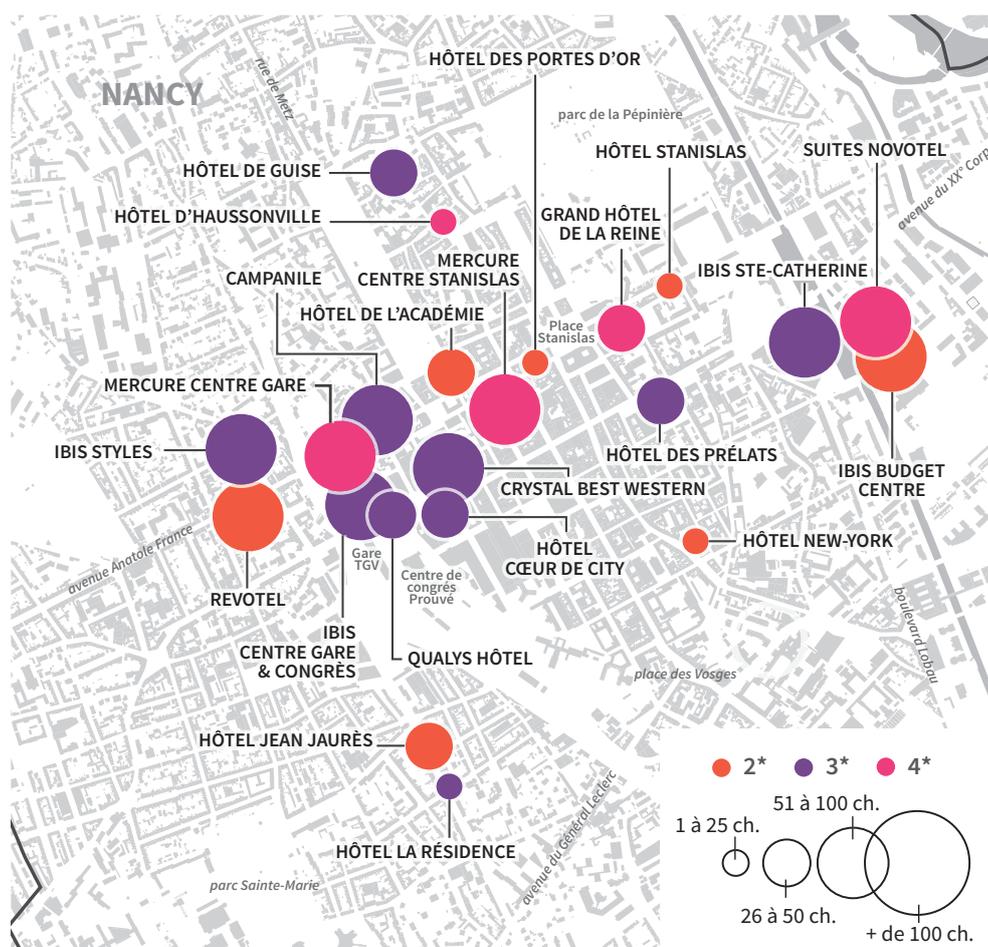
La plupart des hôtels du pôle sont localisés dans le quartier Nancy Grand Cœur, à proximité de la gare TGV et du centre de congrès Prouvé. Ces établissements proposent une offre particulièrement adaptée aux touristes d'affaires.

12 établissements appartiennent aux chaînes, dont 9 aux chaînes intégrées (principalement le groupe Accor), et 3 aux chaînes volontaires à gestion indépendante (Best Western, Citotel et SEH).

45 % des hôtels sont indépendants (soit 10 établissements). Toutefois, ces hôtels disposant d'une capacité moyenne d'accueil par établissement plus faible que celles des hôtels de chaîne, ils ne représentent que 29 % des chambres.

**44 %**  
des chambres sont regroupées dans le pôle hôtelier Nancy-Ville

### Le pôle hôtelier Nancy-Ville en 2016 / 2017



HÔTEL	Nbre chambres	Classement
HÔTEL LE STANISLAS	16	2*
HÔTEL NEW YORK	18	2*
HÔTEL LES PORTES D'OR	20	2*
HÔTEL JEAN JAURÈS	22	2*
HÔTEL DE L'ACADÉMIE	27	2*
REVOTEL	78	2*
IBIS BUDGET CENTRE	80	2*
HÔTEL LA RÉSIDENCE	23	3*
QUALYS-HOTEL	38	3*
HÔTEL DES PRÉLATS	41	3*
HÔTEL CŒUR DE CITY	43	3*
HÔTEL DE GUISE	50	3*
CRYSTAL BEST WESTERN	58	3*
IBIS SAINTE-CATHERINE	66	3*
IBIS CENTRE GARE & CONGRÈS	82	3*
IBIS STYLES CENTRE GARE	85	3*
CAMPANILE CENTRE GARE	88	3*
MERCURE CENTRE GARE	88	3*
HÔTEL D'HAUSSONVILLE	7	4*
GRAND HÔTEL DE LA REINE	46	4*
NOVOTEL SUITES	68	4*
MERCURE CENTRE PLACE STANISLAS	80	4*

Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

## 3 LES AUTRES FORMES D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE DANS LA MÉTROPOLE DU GRAND NANCY

### Une offre supplémentaire à l'hôtellerie classique

L'offre supplémentaire proposée par les autres formes d'hébergement se développe dans la Métropole du Grand Nancy depuis plusieurs années et renforce la capacité d'accueil des touristes de loisirs et d'affaires. Au total, 71 hébergements (meublés de tourisme, chambres ou maisons d'hôtes, résidences de tourisme, campings...) sont identifiés par le Grand Nancy dans le cadre de la collecte de la taxe de séjour sur le territoire métropolitain. Ces hébergements proposent un total de 973 chambres et appartements, ce qui représente un potentiel d'accueil de 2 407 personnes en plus de l'offre hôtelière classique.

**2 407**  
c'est la capacité d'accueil supplémentaire offerte par les autres formes d'hébergement touristique

#### > Les autres établissements d'hébergement touristique

Types d'hébergement	Nombre d'établissements	Classement	Capacité d'accueil (nb de personnes)
Résidences de tourisme	2	SC <sup>(1)</sup>	66
	1	1*	198
	4	3*	1 101
Chambres d'hôtes	20	1*	116
Meublés de tourisme	30	SC <sup>(1)</sup>	107
	3	2*	11
	6	3*	20
	3	4*	14
Campings	1	3*	744
	1	SC <sup>(1)</sup>	30
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>		<b>2 407</b>

(1) SC : sans classement - Source : Métropole du Grand Nancy - 2017

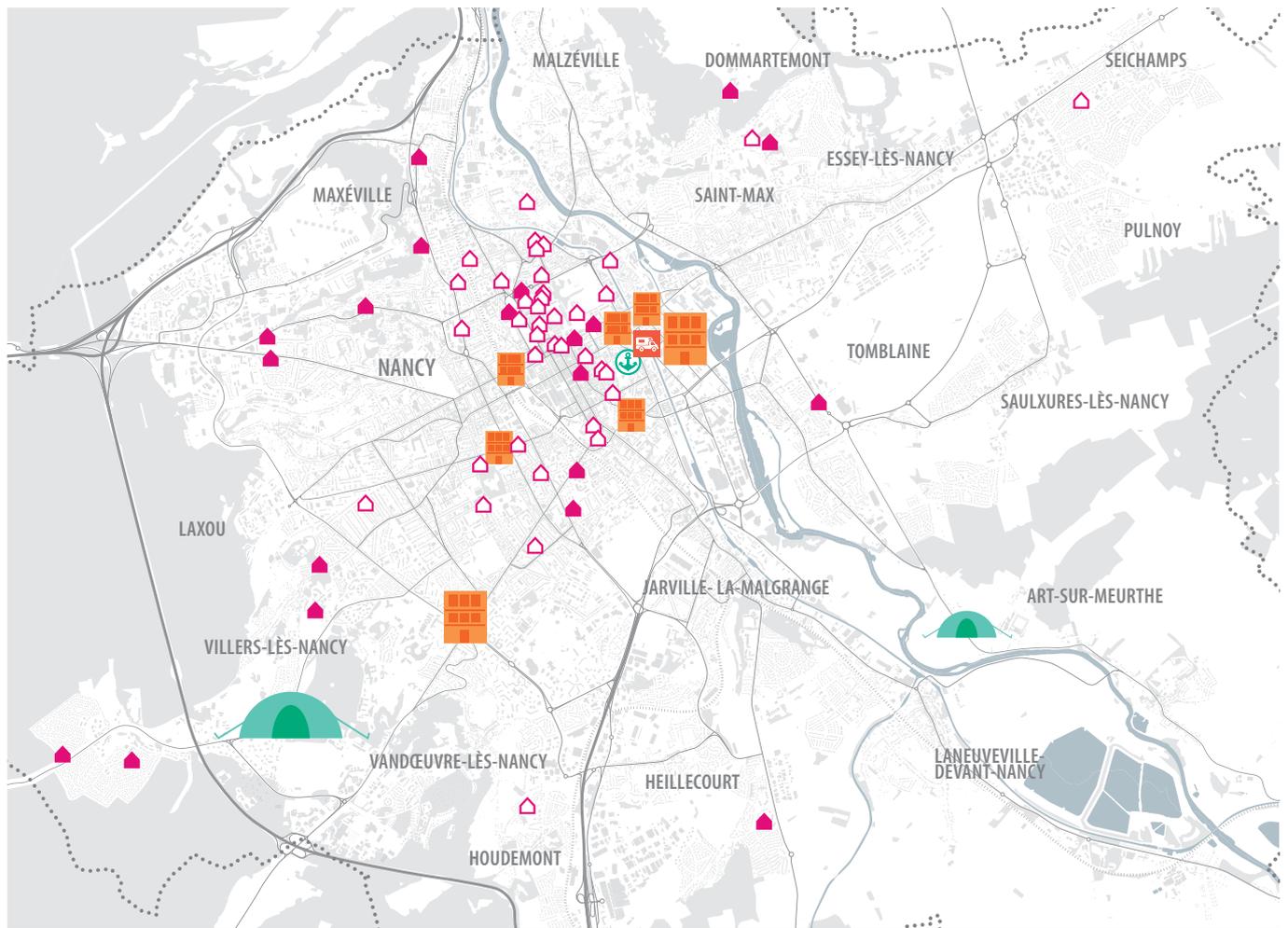


Scalen / Quai Ouest - Architectures Annes Dêmians

#### À noter que :

- La capacité globale d'accueil des autres formes d'hébergement est restée sensiblement stable en 2016. On peut noter toutefois une progression du nombre de meublés de tourisme, qui est passé de 32 en 2015 à 42 en 2016, ainsi qu'une légère baisse de la capacité d'accueil au sein des résidences de tourisme.
- Les chambres d'hôtes, meublés et résidences de tourisme représentent la majorité de l'offre, avec 777 chambres et appartements, et une capacité d'accueil globale de plus de 1 600 personnes. La plupart de ces hébergements (80 %) sont localisés dans la ville de Nancy.
- Les 7 résidences de tourisme regroupent plus de 60 % de l'offre des autres formes d'hébergement dans la métropole, avec 669 appartements meublés et équipés et un potentiel d'accueil de 1 574 personnes.
- La résidence de tourisme Appart'City Cap Affaires (155 appartements dans le quartier Rives de Meurthe) a obtenu un classement en catégorie 3\* en 2016.

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



Type de logement et capacité d'accueil (en nombre de personnes)

Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique  
Juillet 2017

-  Meublés de tourisme (de 1 à 15)
-  Résidences de tourisme (de 200 à 250 et plus de 250)
-  Chambres d'hôtes (de 1 à 15)
-  Camping (de 30 à 744)
-  Port de plaisance
-  Aire d'accueil de camping-cars

### Paroles d'acteur

« L'activité des appart'hôtels a connu une fin d'année 2015 compliquée. La menace des attentats s'est traduite par une augmentation du taux d'annulation et une baisse du volume de réservations de la clientèle loisirs internationale. Toutefois, le marché s'est montré résilient à partir du deuxième trimestre 2016, dopé notamment par le tourisme d'affaires. L'avènement du collaboratif vient également redistribuer les cartes, et la concurrence exercée par des nouveaux acteurs comme « Airbnb » sera perceptible à moyen terme avec un impact sur les prix moyens. Les appart'hôtels ont ainsi développé des produits adaptés à la demande urbaine habituelle des hôtels :

espace plus important, présence d'une cuisine équipée, d'une laverie, ainsi que d'une salle de fitness et d'une piscine dans certains appart'hôtels de la Métropole. Ces deux phénomènes nous poussent à être efficaces, à essayer et à tester de nouvelles offres. Une importance particulière est accordée à l'expérience client, et nos espaces communs sont dorénavant aménagés pour favoriser la socialisation. »

#### **Pierrick BRIANT**

Directeur Aparthotel Adagio Access Nancy Centre - Secrétaire du Club Hôtelier de la Métropole du Grand Nancy

## Le port de plaisance Saint-Georges : un équipement touristique attractif

Le port de plaisance, comprenant l'espace fluvial Saint-Georges et l'aire de camping-cars, représente un lieu d'accueil et d'hébergement touristique au sein de la Métropole et compte pour plus de 12 000 nuitées en 2016. Le port dispose de 40 emplacements d'amarrage et a accueilli 925 bateaux et 2 070 touristes en 2016. L'aire de camping-cars, quant à elle, propose 15 emplacements et a accueilli 1 760 camping cars et 4 253 touristes.

Le flux de plaisanciers de tourisme en escale au port est particulièrement important de mai à octobre, avec un pic d'activité en juillet et en août : plus de la moitié des touristes sont accueillis pendant ces deux mois.

Le taux d'occupation pour l'aire de camping-cars est élevé toute l'année, avec une fréquentation plus importante pendant la période estivale (de juillet à septembre), et également en décembre pendant les fêtes de Saint-Nicolas.

Le port accueille 79 % de touristes étrangers de toutes les nationalités. Cette clientèle étrangère vient majoritairement de l'Europe, puisque près de la moitié est allemande (776 touristes) et 15 % est suisse (246 touristes). Le pays non-européen le plus représenté en 2016 est l'Australie, avec 4 % de la clientèle étrangère (soit 68 touristes).

Situé au cœur de la Métropole, le port de plaisance est labellisé « Pavillon Bleu » depuis 2005. Ce label récompense les actions menées en faveur du développement durable : réduction des déchets et tri sélectif, site de compostage, maîtrise de l'énergie et régulation de la consommation d'eau, respect du site et surveillance de sa faune et de sa flore... Une station de dépotage gratuite et dont l'utilisation est obligatoire (eaux grises, eaux noires, huiles) permet d'éviter le rejet des eaux usées sur la zone de plaisance de Nancy, tout en préservant l'écosystème aquatique du site portuaire du canal de la Marne au Rhin.

La capitainerie propose un service 7j/7 toute l'année, avec un espace d'accueil et d'information touristique. Le port dispose d'équipements de qualité : sanitaires (WC et douche accessibles aux PMR...), aires de tri sélectif et de compostage, équipement de premiers soins (défibrillateur, pharmacie, extincteur...), points de distribution d'eau et d'électricité.

---

### 196 232 NUITÉES POUR LES AUTRES FORMES D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE DE LA MÉTROPOLE EN 2016

- **Meublés de tourisme : 11 244 nuitées** (dont 83,31 % dans les meublés sans classement et 13,6 % pour les établissements classés 4\*)
  - **Chambres d'hôtes : 6 555 nuitées** (l'ensemble de ces hébergements sont classés 1\*)
  - **Résidences de tourisme : 138 225 nuitées** (dont 61,7 % pour des résidences classées 3\*)
  - **Campings : 27 967 nuitées**
  - **Port de plaisance Saint-Georges : 12 000 nuitées** (dont 10 101 pour les bateaux de plaisance et 2 140 pour les camping-cars)
- 

**12 000 nuitées**  
au sein du port de plaisance  
de la Métropole du  
Grand Nancy en 2016



Port Saint-Georges / Ville de Nancy

## L'hébergement collaboratif représente près de 26 millions de nuitées en France en 2016

Selon une étude de l'Insee, la fréquentation des logements touristiques proposés par des particuliers sur des plates-formes internet de type Airbnb a atteint près de 26 millions de nuitées en France en 2016, soit une hausse de 30 % par rapport à 2015.

Cette forte progression des nuitées est principalement tirée par la clientèle française, qui a augmenté de 36 % en 2016 et représente désormais 66 % des nuitées (contre 63 % en 2015). La fréquentation de la clientèle étrangère est également en augmentation en 2016, mais de façon moins marquée (+ 19 %).

En 2016, les hébergements collaboratifs localisés en province comptent pour 80 % de la fréquentation (contre 76 % en 2015) et l'activité y a progressé de 36 %. En région parisienne, la progression est moins significative (seulement 10 %) car le marché semble être davantage arrivé à maturité. A noter également que le marché parisien a été plus fortement pénalisé par l'impact de la menace terroriste qu'en province.

L'hébergement collaboratif représente aujourd'hui incontestablement un composant important de l'hébergement touristique marchand en France, et compte pour 11 % de la fréquentation totale en 2016 (contre 9 % en 2015).

Source : Insee - Le Quotidien du Tourisme - Mars 2017

**406**  
c'est le nombre d'offres  
d'hébergement proposés à Nancy  
sur le site Airbnb



Source : Observatoire Airbnb - Novembre 2016

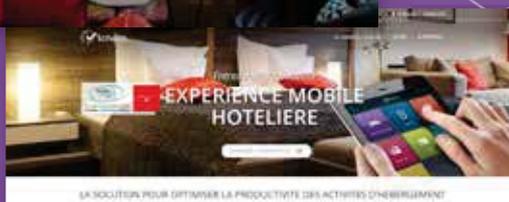
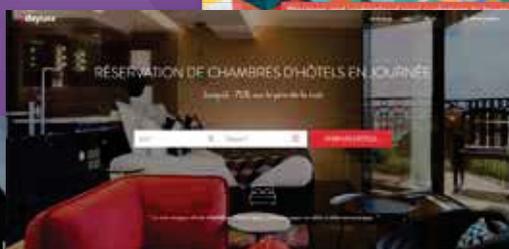
## Plates-formes de location touristique : la collecte de la taxe de séjour s'étend progressivement en France

Les plates-formes de location d'hébergements entre particuliers ont désormais la possibilité de collecter la taxe de séjour pour le compte des hôtes et de la reverser directement à la commune ou intercommunalité concernée.

La plate-forme Airbnb a ainsi mis en place un système de calcul et de collecte automatique de la taxe de séjour qui concerne aujourd'hui 50 villes en France. Après Paris et Chamonix en 2015, le système a été étendu en 2016 à Nice, Marseille, Lyon, Bordeaux, Strasbourg, Montpellier, Lille, Toulouse, Cannes, La Rochelle, Avignon, Nantes, Biarritz, Saint-Malo, Antibes, Annecy et Ajaccio. Airbnb a récemment annoncé vouloir étendre cette initiative en 2017 à 31 nouvelles destinations françaises, dont notamment les principales stations de ski des Alpes et des Pyrénées.

Dans ces villes, où Airbnb a passé des accords avec les collectivités locales, la plate-forme calcule les taxes locales applicables et les prélève aux voyageurs au moment de la réservation. Airbnb se charge ensuite de reverser les taxes collectées directement aux autorités fiscales compétentes au nom des hôtes. La taxe de séjour ainsi collectée et reversée par Airbnb dans les destinations concernées en 2016 a représenté un total de 7,3 millions d'euros de recettes pour les municipalités et intercommunalités concernées.

Ne figurant ni parmi les plus grandes métropoles françaises, ni parmi les destinations les plus touristiques, la Métropole du Grand Nancy ne fait pas encore partie des priorités d'Airbnb pour le déploiement de leur système de collecte de la taxe de séjour.



## Ces start-up qui réinventent l'hôtellerie

RÉSERVER EN JOURNÉE OU POUR QUELQUES HEURES, ANALYSER LES DONNÉES EN LIGNE DES CLIENTS POUR ANTICIPER LEURS ENVIES ET PERSONNALISER LES SERVICES, SUIVRE EN TEMPS RÉEL L'ACTIVITÉ DES ÉQUIPES...

LES START-UP HOTELIÈRES RIVALISENT D'IMAGINATION, OCCUPANT PROGRESSIVEMENT TOUS LES MÉTIERS DE L'HOSPITALITÉ. SI CERTAINES APPORTENT UN VÉRITABLE ÉLAN D'INNOVATION À LA FILIÈRE, D'AUTRES REQUESTIONNENT LES PRATIQUES DES PROFESSIONNELS.

**SÉLECTION DE QUELQUES UNES D'ENTRE ELLES.**

## Stratégie digitale

### Le marketing digital pour booster la visibilité sur Internet et l'e-réputation

Premier secteur de prédilection investis par les start-up, le marketing digital. Des agences de web marketing spécialisées comme Api & You, Diadao, ou Eliophot développent des solutions intégrées pour aider les hôteliers à améliorer leur présence sur Internet : création de sites, optimisation du référencement, gestion de la e-réputation, pilotage des campagnes de marketing digital, veille concurrentielle, avec pour mots d'ordre : augmenter les réservations et fidéliser la clientèle.

## Réservation

### De nouvelles solutions pour optimiser le remplissage de l'hôtel

À l'instar de ce qui se fait déjà dans le secteur des voyages, il est ainsi possible aujourd'hui possible de réserver son hôtel à la dernière minute tout en bénéficiant de prix attractifs. C'est ce que Verylathroom propose avec son application mobile. Mais certaines start-up vont plus loin et bousculent les codes de la réservation : Supertripper propose ainsi l'hôtel en abonnement illimité pour les voyageurs en déplacement régulier, tandis que Dayuse, première plateforme de réservation de chambres d'hôtels en journée, permet aux hôteliers de louer des chambres vides en journée et ainsi, d'accroître leurs revenus.

## Relation client

### L'intelligence artificielle au service de l'expérience client

Si les solutions d'e-conciergerie se multiplient (Lounge Up, Myconcierge, Mytravelmate, etc.) de même que les applications permettant aux voyageurs d'un hôtel d'échanger via un réseau social (Wombee), la dernière tendance est au recours à l'intelligence artificielle pour améliorer l'expérience du client et s'assurer que celui-ci ne manque de rien pendant son séjour. Victor & Charles ou encore Local Measure proposent ainsi un service qui analyse les données publiques en ligne des clients pour en déduire leurs préférences et fournir une expérience sur-mesure.

## Services

### Lorsque l'hôtel se transforme en conciergerie pour les habitants du quartier

La plateforme de location d'appartements entre particuliers Airbnb inspire également les start-up, ces dernières se positionnant soit comme de véritables gestionnaires des biens loués (We Host, BnbSitter, BnBCare, BnbLord, etc.), ou en offrant de multiples services pour faciliter le séjour des voyageurs, comme Myloby qui permet aux locataires de retirer les clés dans des Points Relais.

La start-up At The Corner va encore plus loin et invite les hôtels à devenir les réceptionnistes des loueurs privés de maisons et autres appartements. L'avantage pour les hôteliers étant de pouvoir proposer aux voyageurs des services additionnels comme le stockage des bagages, le petit-déjeuner, ou encore des excursions. Plus globalement, c'est la logique de conciergerie qui est étendue et ouverte à l'ensemble des habitants du quartier, avec pour objectif de capter la clientèle locale...



## Et dans le Sud Lorrain ?

Terre d'innovations, le Sud Lorraine accueille de nombreuses pépites. Pour certaines hébergées au sein de la PAPinière, l'incubateur de Pôle Capital et du groupe Prêt à Partir à Gondreville, les start-up interviennent aussi bien dans les stratégies digitales, la gestion hôtelière ou l'expérience client.

Les start-up nancéiennes **You In** et **Exelis Conciergerie** se veulent ainsi être les assistants idéaux pour faciliter la vie des particuliers qui veulent mettre en location leurs biens sur des plateformes collaborative type Airbnb. Sélection des voyageurs, remise des clés, services, optimisation du bien loué... tout est pris en charge.

**Le Comptoir du Tourisme** à Gérardmer cible les hôteliers en leur proposant une box de services complète pour les aider à améliorer leur visibilité sur Internet et à simplifier la relation client grâce à la création d'un livret d'accueil numérique personnalisé accompagnant le vacancier du début à la fin du séjour.

La société **Horega** à Toul développe quant à elle des solutions logicielles pour simplifier l'intendance quotidienne des hôtels et optimiser la gestion des plannings des équipes.

Enfin, **Curionomie** réenchante les visites guidées à Nancy quarante ans après la création du Petit Futé (lancé pour la première fois dans la cité ducale en 1976 par un étudiant de passage à l'ICN), en proposant des escapades touristiques mystères ponctuées de cadeaux personnalisés.

## 5 BILAN DE LA FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE 2016

### Progression du taux d'occupation et des nuitées pour l'hôtellerie en 2016

Le taux d'occupation moyen annuel dans le bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy est en hausse, passant de 58,6 % en 2015 à 60,4 % en 2016 (+ 1,8 point). C'est le taux d'occupation annuel le plus élevé enregistré depuis plus de 12 ans. Une évolution positive a également été enregistrée en 2016 à l'échelle départementale (+1,8 point) et pour la Lorraine (+1,4 point).

Les nuitées sont également en légère hausse. On observe en effet un gain de 2 132 nuitées sur l'ensemble de l'année 2016. On constate une évolution positive sur 5 mois de l'année, en particulier une forte progression des nuitées en mars (+ 17,5 %), compensant ainsi la baisse d'activité enregistrée en janvier et sur la période d'avril à septembre, par rapport aux mêmes périodes en 2015.

### La catégorie 3\* accueille toujours le plus de nuitées, mais la fréquentation des catégories économiques est en hausse en 2016

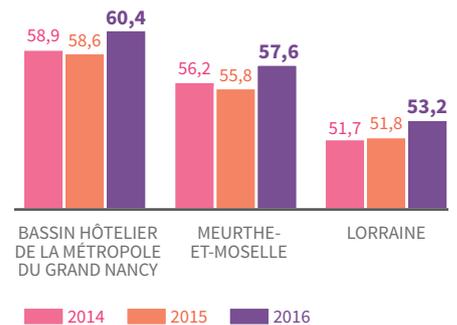
Le nombre de nuitées enregistrées pour les hôtels de catégorie 3\* est resté sensiblement stable en 2016, et représente 43 % des nuitées totales dans le bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy.

Les catégories d'entrée de gamme 1\* et 2\* poursuivent la hausse déjà constatée en 2015 (+ 35 692 nuitées par rapport à 2014) et ont enregistré un gain de 25 006 nuitées supplémentaires en 2016, soit une progression de près de 24 % en 2 ans. Les hôtels 1\* et 2\* représentent désormais 39 % des nuitées. Ce phénomène s'explique en partie par le transfert progressif vers ces catégories depuis 2014 des nuitées des hôtels anciennement non-classés, lors de l'obtention de leur nouveau classement.

82 % de cette hausse de fréquentation des catégories inférieures (soit près de 50 000 nuitées) est attribué à la clientèle française.

### Évolution du taux d'occupation moyen annuel (%)

Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017



**43 %**  
c'est le poids de la catégorie 3\* dans les nuitées totales



### Paroles d'acteur

« Malgré une perte de 1,2 point de taux d'occupation au cours du second trimestre, l'hôtellerie nancéienne a su tirer son épingle du jeu en 2016. En effet, nous pouvons observer une hausse de la fréquentation hôtelière de 1,8 point pour l'année 2016, ce qui représente une augmentation de 3 % par rapport à 2015. Cette hausse s'explique en partie par l'organisation de manifestations de plus grande ampleur au Centre Prouvé. »

#### Stéphane BARBER

Gérant de l'hôtel Ibis Nancy Centre Gare et Congrès,  
Président du Club Hôtelier de la Métropole du Grand Nancy

## Des résultats en hausse pour les chaînes et les indépendants, et un écart qui se resserre

On observe des résultats en hausse pour les chaînes et les indépendants en 2016. Le taux moyen d'occupation annuel s'établit à 61,3 % pour l'hôtellerie de chaîne (+ 0,9 point) et à 58,2 % (+ 4 points) pour les hôtels indépendants.

Le taux d'occupation pour les indépendants a évolué de façon plus marquée que celui des chaînes en 2016, et grâce à cette progression l'écart entre indépendants et chaînes se resserre en 2016 (3,1 points contre 6,2 points en 2015).

L'hôtellerie indépendante enregistre des résultats en hausse sur tous les mois de l'année par rapport à 2015. Une progression particulièrement forte du taux d'occupation est enregistrée pour les mois de juin (+ 17,5 points), octobre (+ 9,2 points) et septembre (+ 7,5 points).

Pour les chaînes, les résultats sont plus mitigés. On observe une baisse du taux d'occupation sur 5 mois de l'année, avec notamment une perte de 3,7 points en avril par rapport à la même période en 2015. La plus forte progression pour l'hôtellerie de chaîne est enregistrée en mars (+ 7,4 %).

## Une durée moyenne de séjour qui reste stable

La durée moyenne de séjour est stable dans le bassin hôtelier de la Métropole depuis plusieurs années. En 2016, elle s'établit à 1,44 jour (contre 1,45 jour en 2015). Les taux mensuels enregistrés en 2016 sont globalement proches de ceux constatés en 2015, avec toutefois des résultats en hausse en mars 2016 par rapport à l'année précédente (+0,06 jour), et des résultats en baisse en mai (-0,6 jour) et en décembre (-0,08 jour).

En 2016, on observe les durées de séjour les plus longues en mars (1,54 jour), octobre et novembre (1,5 jour), alors que les séjours les plus courts sont enregistrés en période estivale (1,34 jour en juillet et 1,38 jour en août).

La clientèle française affiche une durée de séjour plus longue que celle des touristes en provenance de l'étranger (1,48 contre 1,32 jour). Parmi les différentes clientèles étrangères, ce sont les touristes en provenance du Proche et Moyen Orient (1,7 jour), de l'Afrique (1,67 jour), des États-Unis (1,59 jour) et de l'Italie (1,53 jours) qui séjournent le plus longtemps à l'hôtel. Les séjours les plus courts sont observés pour les clientèles néerlandaise (1,16 jour) et japonaise (1,11 jour).

La durée de séjour est plus élevée pour la clientèle française dans les hôtels des catégories 1\* et 2\* (1,58 jour), alors que la clientèle étrangère séjourne plus longtemps dans les établissements des gammes supérieures (1,36 jour pour les hôtels 4\* et 5\*).

## Croissance de la part déclarée de clientèle d'affaires

La part déclarée des touristes d'affaires dans la fréquentation hôtelière globale a légèrement évolué en 2016, et s'établit à 64,8 % (+0,9 point par rapport à 2015). C'est le chiffre le plus élevé enregistré depuis 5 ans.

La part de clientèle d'affaires accueillie dans le bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy est supérieure à 60 % sur 10 mois de l'année et on observe des taux particulièrement élevés en janvier (71,9 %), mars (73,5 %) et avril (71,0 %). Ces taux élevés s'expliquent en partie par l'organisation sur la même période de plusieurs événements importants au Centre Prouvé :

- en janvier-février : la Convention Leroy Merlin qui s'est déroulée sur 3 semaines en janvier et la première semaine de février (4 476 nuitées générées directement)
- en mars : les 5<sup>èmes</sup> journées nationales de la Fédération française des maisons et pôles de santé (800 congressistes sur 3 jours) et les 6<sup>èmes</sup> rencontres nationales de MECS (500 congressistes sur 2 jours)
- en avril : le congrès de pharmacologie, l'assemblée générale de la Fédération nationale de handball et l'assemblée générale de la Macif ayant généré 850 nuitées directes.

Ensemble, ces grands événements ont généré directement plus de 7 200 nuitées sur la destination.

À l'inverse, la part des touristes d'affaires est inférieure à 50 % en juillet et août (respectivement 48,8 % et 41,7 %), période habituellement creuse pour les événements d'affaires, même si ces résultats sont en hausse par rapport à 2015 (+3,8 points en juillet et + 4,9 points en août).

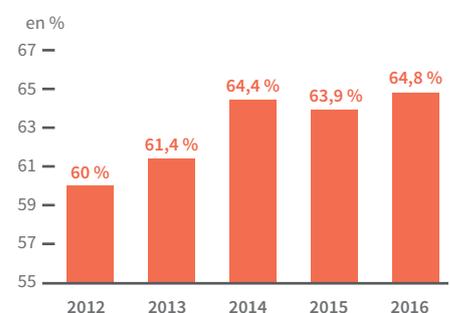
En termes de volume absolu de nuitées, les résultats pour 2016 sont stables par rapport à 2015, avec un gain net de 116 nuitées sur l'année. On observe toutefois des résultats mensuels contrastés, avec une très forte progression des nuitées d'affaires au mois de mars (gain de près de 10 000 nuitées par rapport à l'année précédente), ainsi qu'une hausse d'activité en juillet (+ 1 577 nuitées), août (+ 3 028 nuitées) et décembre (+ 2 657 nuitées). En revanche, on constate des résultats en baisse notamment en septembre (perte de près de 4 000 nuitées) et mai (- 2 254 nuitées).

Les hôtels d'entrée de gamme et de moyenne gamme affichent les parts de clientèle d'affaires les plus importantes (65,8 % pour les catégories 1\* et 2\*, et 65,1 % pour les hôtels 3\*). En termes de volume, les hôtels 3\* accueillent 43,4 % des nuitées d'affaires, contre 39,7 % pour les hôtels d'entrée de gamme et 12,6 % pour les hôtels 4\*.

**64,8 %**

**c'est la part déclarée de la clientèle d'affaires en 2016**

Évolution de la part déclarée de clientèle d'affaire depuis 2012 en %<sup>(1)</sup>



**21,5 %**  
**c'est la part de nuitées étrangères en 2016**

## Baisse de fréquentation pour les touristes étrangers en 2016

### Recul de la part de la clientèle étrangère

La part de la clientèle étrangère dans l'activité hôtelière est en légère diminution, passant de 22,5 % en 2015 à 21,5 % en 2016. On observe une part importante d'étrangers en juillet et août, avec des taux proches de 40 %, alors que les mois de janvier, novembre et décembre affichent des taux beaucoup plus faibles (respectivement 13,4 %, 13,3 % et 15,9 %).

Lorsque l'on étudie l'évolution des taux mensuels par rapport à 2015, on constate que la proportion de touristes étrangers est en baisse sur 7 mois de l'année, notamment en avril et mai, où la part de la clientèle étrangère est en recul respectivement de 18,7 % et 12,8 %. En revanche, on observe une forte croissance des touristes étrangers en mars (+ 18,1 %).

Les touristes étrangers privilégient les hôtels des gammes supérieure et moyenne, puisque les parts les plus élevées de cette clientèle sont observées dans les hôtels 4\* (40,2 %) et 3\* (21,3 %), alors que la part des touristes étrangers n'atteint que 15,8 % pour les hôtels d'entrée de gamme 1\* et 2\*. En revanche, en termes de volume de nuitées, ce sont les hôtels 3\* qui accueillent la majeure partie de cette clientèle (42,8 %), suivis des établissements 1\* et 2\* (28,8 %) puis 4\* (25,7 %). Les hôtels non-classés n'accueillent que 2,8 % des nuitées de la clientèle étrangère.

### Les nuitées étrangères sont également en baisse

En ce qui concerne le volume de nuitées, on observe une baisse de fréquentation pour la clientèle étrangère en 2016, avec une perte globale de 7 441 nuitées sur l'année. Cette baisse est particulièrement marquée en avril et mai, qui perdent plus de 20 % de nuitées étrangères par rapport à 2015.

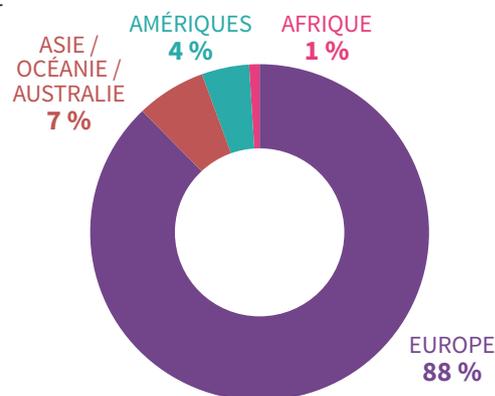
La clientèle européenne est fortement majoritaire dans le bassin hôtelier de la Métropole, puisqu'elle représente 88 % des nuitées étrangères (+ 4 points par rapport à 2015). Les Pays-Bas arrivent en haut du classement des clientèles étrangères avec 40 699 nuitées (23,5 % des nuitées étrangères), suivis de l'Allemagne (30 830 nuitées), puis de la Belgique (28 451 nuitées) et enfin du Royaume-Uni (14 018 nuitées).

En 2016, on observe une légère progression de cette clientèle européenne (+ 1 000 nuitées), avec en particulier une hausse de fréquentation pour les clientèles belge (+ 12,4 %) et néerlandaise (+ 6,3 %), représentant un total de 5 542 nuitées supplémentaires, et compensant la baisse enregistrée pour la clientèle britannique.

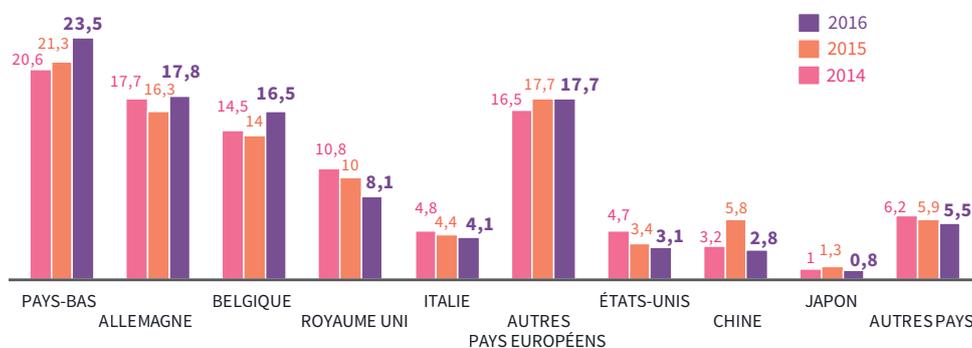
La baisse de fréquentation en 2016 concerne surtout les clientèles en provenance de la zone Asie/Océanie/Australie, qui perd 40 % de nuitées en un an (-7 455 nuitées, dont 5 564 pour la seule clientèle chinoise), et du Royaume-Uni (- 3 934 nuitées, soit une régression de 22 % par rapport à l'année précédente).

A noter que la clientèle du continent africain est en hausse en 2016 (+ 14,3 %), toutefois cette évolution porte sur de petits volumes (gain de 257 nuitées) et l'impact sur l'activité hôtelière globale n'est pas significatif.

Répartition de la part des nuitées étrangères par continent en 2016 <sup>(1)</sup>



Évolution de la répartition de la part des nuitées étrangères en 2016 par pays d'origine <sup>(1)</sup>



(1) Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

## 6 LE SUD MEURTHE-ET-MOSELLE : UNE OFFRE HÔTELIÈRE COMPLÉMENTAIRE

**Complémentarité avec l'offre de la Métropole du Grand Nancy :** les 26 hôtels et 596 chambres du parc hôtelier du Sud Meurthe-et-Moselle (hors bassin hôtelier métropolitain<sup>(1)</sup>) complètent l'offre d'hébergement touristique du Grand Nancy. Les hôtels sur ce territoire accueillent un grand nombre de visiteurs (137 064 nuitées en 2016), attirés par l'offre touristique du territoire. Ce tourisme profite également au Grand Nancy, puisque la majorité des visiteurs s'y rendent au moins une fois au cours de leur séjour pour découvrir le riche patrimoine historique et culturel de la cité ducale.

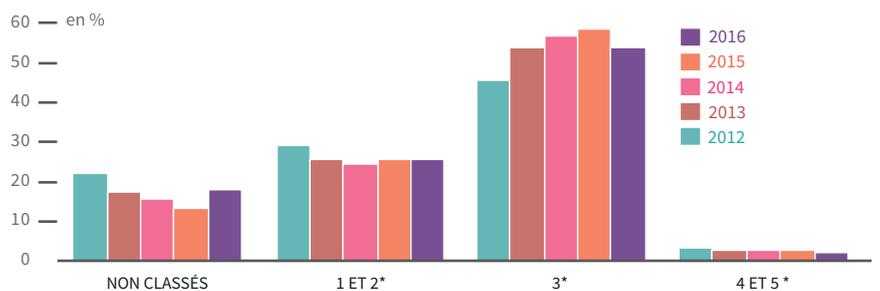
### Un parc hôtelier qui reste stable

La structure du parc hôtelier du Sud Meurthe-et-Moselle en dehors du bassin hôtelier de la métropole reste sensiblement stable d'année en année. Ces établissements sont essentiellement concentrés sur les principaux axes autoroutiers du Sud Meurthe-et-Moselle, à proximité des villes de Pont-à-Mousson, Lunéville et Toul.

Les hôtels de milieu et d'entrée de gamme représentent la majeure partie de l'offre, avec 80 % des chambres disponibles. Le nombre de chambres 3\* a fortement progressé sur ce territoire depuis 2012, et cette catégorie propose aujourd'hui 322 chambres (soit 54 % de l'offre).

On constate entre 2015 et 2016 une légère baisse de l'offre des catégories 1\* et 2\*, qui s'est reportée sur la catégorie des hôtels non-classés suite à des classements non-renouvelés en 2016. Selon l'Insee, cette dernière catégorie compte 9 hôtels en 2016 et représente désormais 18 % des chambres. Enfin, la catégorie 4\* ne compte qu'un seul hôtel de 14 chambres sur ce territoire (soit 2 % de la capacité d'accueil).

Évolution de la répartition de la capacité d'accueil par catégorie d'hôtel dans le Sud Meurthe-et-Moselle<sup>(2)</sup>



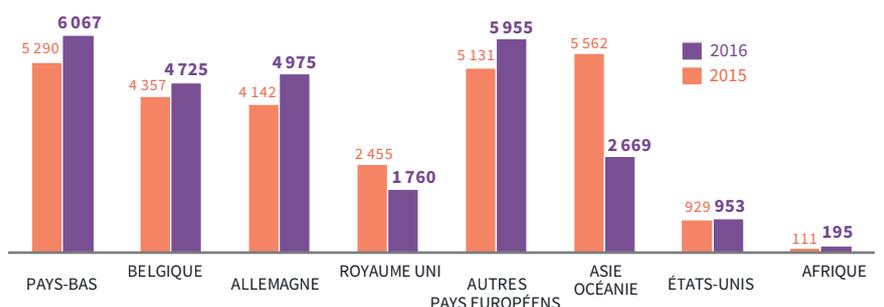
### Bilan de l'activité hôtelière en 2016

Le taux moyen d'occupation sur ce territoire est en légère progression par rapport à 2015, et s'élève à 46,6 %. Ce taux est toutefois inférieur de 13,8 points à celui constaté au sein du bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy. Le taux d'occupation le plus élevé (56 %) est constaté pour les hôtels 3\*, alors que les catégories 1\*/2\* et sans classement n'affichent respectivement que 32,9 % et 36,9 %.

La part des nuitées d'affaires dans le Sud Meurthe-et-Moselle hors bassin hôtelier métropolitain est également inférieure à celle enregistrée pour la Métropole. En revanche, ce chiffre est en croissance en 2016, puisque les nuitées d'affaires représentent 59,2 % des nuitées totales (contre 57,7 % l'année précédente). Les taux d'occupation les plus élevés pour la clientèle d'affaires sont observés pour les catégories d'hôtels non-classés et 1\* et 2\*.

La part des nuitées étrangères sur ce territoire est sensiblement stable en 2016 et s'établit à 19,9 %. La clientèle étrangère accueillie est majoritairement européenne (86 %), en provenance notamment des Pays-Bas (6 067 nuitées), de l'Allemagne (4 975 nuitées) et de la Belgique (4 725 nuitées). Malgré une forte baisse de la clientèle en provenance de la Chine (perte de près de 3 000 nuitées), le nombre total de nuitées étrangères reste stable grâce à la progression des nuitées allemandes et néerlandaises.

Évolution des nuitées des principales clientèles étrangères dans le Sud Meurthe-et-Moselle<sup>(2)</sup>



(1) Il s'agit ici de l'offre complémentaire du Sud Meurthe-et-Moselle de laquelle a été exclue l'offre du bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy habituellement étudiée dans le cadre de l'observatoire / (2) Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

## Gîtes de France : une offre importante sur le Sud 54

Le Sud Meurthe-et-Moselle compte 82 gîtes ruraux, soit 72 % de l'offre départementale pour ce type d'hébergement. Près d'un gîte sur deux est situé sur le territoire du Lunévillois, qui compte 38 établissements. La Métropole du Grand Nancy propose seulement 16 hébergements, principalement des appartements et chambres d'hôtes labellisés City Break.

La fréquentation des gîtes a progressé en 2016, notamment sur les secteurs Nancy Portes d'Or, qui couvre le territoire dans un rayon d'environ 20 km autour de Nancy (+ 4,7 points d'occupation), et Terres de Lorraine, qui regroupe les bassins de vie du Toulinois et du Sud Nancéen (+ 5,3 points). Le secteur Nancy Portes d'Or affiche le taux d'occupation le plus élevé (45,8 %), suivi de Terres de Lorraine avec 42,3 % et enfin le Lunévillois (35,2 %).

Comme chaque année, la Foire Internationale de Nancy est pourvoyeuse de nuitées pour les gîtes localisés dans une zone de 30 km tout autour de la manifestation, qui accueillent de nombreux exposants pendant cette période. On observe également un taux d'occupation plus élevé lors des fêtes de Saint-Nicolas dans les appartements Gîtes de France situés dans le centre-ville de Nancy.

Toutefois, sachant que l'offre des gîtes reste limitée en milieu urbain, les autres grands événements organisés dans la Métropole du Grand Nancy ont relativement peu d'impact sur l'activité globale des gîtes du Sud Meurthe-et-Moselle.

D'autres manifestations organisées dans le reste du Sud Meurthe-et-Moselle en 2016 sont plus génératrices de nuitées. On peut citer notamment la finale de la coupe de France des Rallyes, organisée à Lunéville par le Comité régional du sport automobile Lorraine-Alsace. Pendant cette manifestation, qui s'est déroulée du 14 au 16 octobre 2016, la fréquentation des gîtes du Lunévillois était en très forte hausse : plus de 90 % de l'offre sur tout le Sud Meurthe-et-Moselle, y compris dans le Grand Nancy, était complètement saturée.

A noter qu'en semaine, la clientèle professionnelle des gîtes ruraux, constituée en partie par du personnel de chantier, représente un tiers des locations.

### Activité des gîtes du Sud Meurthe-et-Moselle en 2016

Source : Gîtes de France Meurthe-et-Moselle - 2017

Territoire	Nombre de gîtes	Taux d'occupation 2016	Taux d'occupation 2015	Ecart 2016/2015 (en points)
<b>Secteur Nancy Portes d'Or</b>	25	45,8 %	41,4 %	+ 4,7
<i>dont Métropole du Grand Nancy</i>	16			
<b>Secteur Terres de Lorraine</b>	19	42,3 %	37,0 %	+5,3
<b>Secteur Lunévillois</b>	38	35,2 %	35,2 %	0
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>			



Gîtes de France Meurthe-et-Moselle

### Paroles d'acteur

« Après une année 2015 difficile, 2016 a été une bonne année pour les Gîtes de France de Meurthe-et-Moselle, avec un volume d'activité au niveau de l'année 2014. 2 124 séjours ont été réalisés, ce qui représente 2 380 semaines louées et 66 602 nuitées. L'année 2016 a été particulièrement marquée par une reprise du tourisme professionnel, ainsi qu'une excellente activité sur l'automne. Une nouvelle hausse significative des courts séjours a été enregistrée pour les gîtes du département, avec une progression de 10 % en 2 ans pour les contrats de moins de 5 jours.

1 contrat sur 3 a désormais une durée inférieure ou égale à 4 jours. La Métropole est particulièrement touchée par cette tendance. On note 83 % de clientèle française et 17 % de clientèle étrangère sur le département. Toutefois, les hébergements urbains situés au centre de Nancy se démarquent avec une part de clientèle étrangère beaucoup plus importante, proche de 50 %.

**Patrick PERRIN**  
Président, Gîtes de France de Meurthe-et-Moselle

# 7 L'ACTIVITÉ HOTELIÈRE DANS LES AUTRES GRANDES AGGLOMÉRATIONS FRANÇAISES

## Un bilan national terni par le climat d'insécurité

Le bilan de l'activité hôtelière française est globalement négatif en 2016, avec une baisse de 1,2 point du taux moyen annuel d'occupation et un recul de 5,1 % de l'indicateur clé de l'hôtellerie, le RevPAR.

Les attentats terroristes qui ont touché Paris en novembre 2015 et Nice en juillet 2016 ont eu un impact considérable sur l'activité hôtelière en Île de France et en région PACA, qui ont enregistré un effondrement de leurs résultats, que ce soit en termes de fréquentation, de taux d'occupation, de prix moyen par chambre ou de RevPAR. L'absence de certains grands salons parisiens (comme Batimat ou Le Bourget) a également terni l'activité hôtelière de la capitale en 2016.

Ces deux territoires représentant plus de 50 % du chiffre d'affaires « hébergement » de l'hôtellerie en France, l'impact sur les résultats nationaux est important.

Toutefois, pour les autres grandes villes de Province on observe des résultats en progression, avec une fréquentation globale en hausse de 1,5 point et une augmentation de 1,9 % des prix moyens. Plusieurs métropoles, comme Lille, Toulouse, Bordeaux, Lyon ou Marseille, ont profité de l'impact très positif de l'Euro de football, dont le flux important de visiteurs a dopé l'activité hôtelière.

## Comparaison de l'activité hôtelière dans des grandes agglomérations françaises

Afin de mieux comprendre le positionnement de la Métropole du Grand Nancy par rapport à d'autres grandes agglomérations françaises, une comparaison de l'offre et de la fréquentation hôtelières a été réalisée dans quinze intercommunalités ayant un profil similaire à la nôtre (population entre 200 000 et 300 000, hors territoires majoritairement touristiques et/ou maritimes), ou situées dans le Grand Est.

### L'offre hôtelière

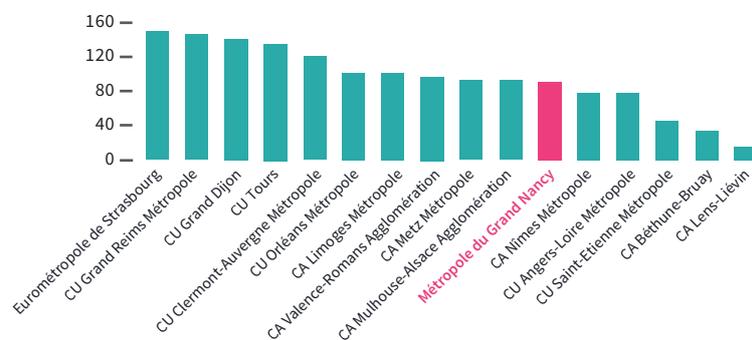
En termes de capacité d'accueil, l'Eurométropole de Strasbourg affiche le plus grand nombre de chambres d'hôtel pour 10 000 habitants, devant Reims, Dijon et Tours. L'offre de la Métropole du Grand Nancy<sup>(2)</sup> se situe au même niveau que Mulhouse et Metz, dans la tranche basse de l'échantillon.

### Une structure de l'offre relativement homogène

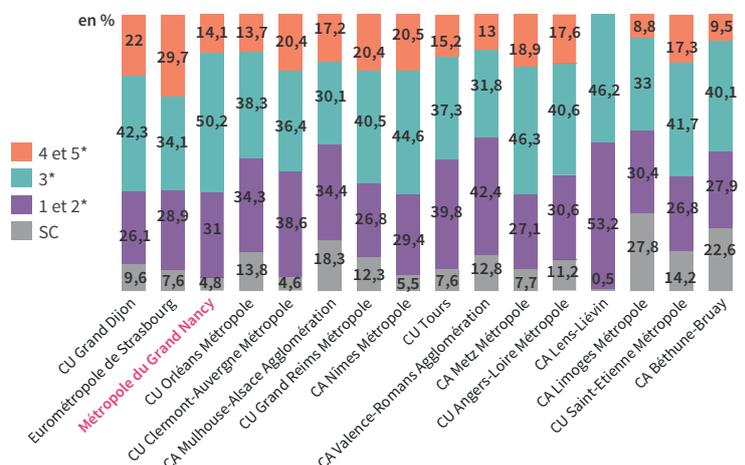
La structure de l'offre hôtelière dans les territoires étudiés est relativement similaire en termes de répartition par catégorie d'hôtel. Pour la plupart des territoires, c'est la catégorie 3\* qui propose la part la plus importante de chambres, et cette part est particulièrement élevée pour la Métropole du Grand Nancy, où les chambres 3\* représentent 50,2 % de la capacité d'accueil.

En contraste, la Métropole est relativement peu pourvue en établissements haut de gamme, puisque les chambres 4\* et 5\* ne représentent que 14,1 % de l'offre totale, contre 29,7 % pour Strasbourg, 22 % pour Dijon, 20,5 % pour Nîmes, 20,4 % pour Clermont-Auvergne et Reims, ou encore 18,9 % pour Metz. Toutefois, l'offre 4 et 5\* devrait évoluer positivement dans la Métropole dans les années à venir, notamment dans le cadre de la montée en gamme du Grand Hôtel de la Reine et en lien avec l'activité croissante du Centre de congrès Prouvé.

Nombre de chambres pour 10 000 habitants <sup>(1)</sup>



Structure de l'offre hôtelière par catégorie d'hôtel en 2016 <sup>(1)</sup>



(1) Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017  
 (2) il s'agit ici du périmètre de la Métropole du Grand Nancy stricto sensu.

## Des taux d'occupation annuels contrastés

La Métropole du Grand Nancy affiche le troisième taux moyen d'occupation pour 2016, derrière Dijon et Strasbourg.

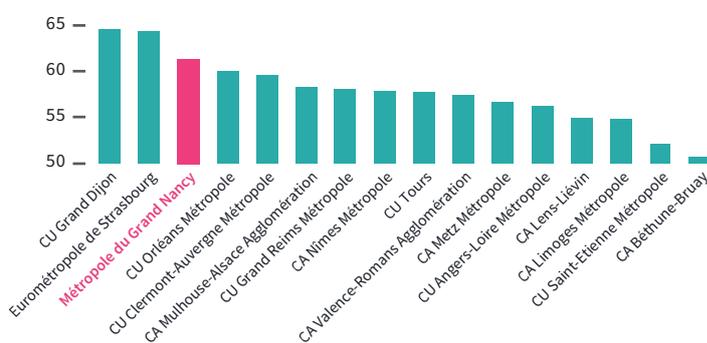
Dans la Métropole, le taux d'occupation le plus élevé est enregistré pour les établissements haut de gamme (62,9 %), et celui le moins élevé pour la catégorie sans classement.

Les taux d'occupation observés dans les différentes catégories d'hôtel sont très contrastés selon les territoires, sauf pour la catégorie 3\*, qui affiche un taux dépassant 50 % pour l'ensemble des territoires étudiés. Par ailleurs, pour la majorité des territoires, le taux d'occupation enregistré dans ces hôtels 3\* est supérieur aux taux constatés dans les autres catégories d'hôtel.

Le taux le plus élevé pour la catégorie 3\* est observé à Dijon (66,1 %). Des taux très élevés sont également observés dans la catégorie 4\* et 5\* : 68,1 % pour Reims et 67,5 % pour Strasbourg. Les taux enregistrés pour les catégories des gammes inférieures sont globalement plus faibles que ceux des autres catégories, à l'exception de Metz, qui affiche un taux d'occupation de 69,5 % pour les hôtels sans classement, et de Dijon, Strasbourg et Valence, dont les taux d'occupation dans la catégorie 1 et 2\* dépassent 62 %.



Taux moyen annuel d'occupation en 2016 <sup>(1)</sup>



Comparaison du taux moyen annuel d'occupation en % <sup>(1)</sup>

	SC	1 et 2*	3*	4 et 5*	TOTAL
CU Grand Dijon	61,2	65,5	66,1	62	64,5
Eurométropole de Strasbourg	50,5	62,9	65,8	67,5	64,3
<b>Métropole du Grand Nancy</b>	<b>54,3</b>	<b>62</b>	<b>61</b>	<b>62,9</b>	<b>61,3</b>
CU Orléans Métropole	49,3	59,3	65,9	55,9	60
CU Clermont-Auvergne Métropole	32,9	61,1	61,1	60,1	59,6
CA Mulhouse-Alsace Agglomération	56,4	57,7	62,9	53,6	58,3
CU Grand Reims Métropole	46	54,9	58,7	68,1	58,1
CA Nîmes Métropole	24,8	60,6	61,9	53,8	57,9
CU Tours	56,6	55,6	60,5	57	57,7
CA Valence-Romans Agglomération	46,9	62,4	54	59,3	57,4
CA Metz Métropole	69,5	56	53,9	58,8	56,6
CU Angers-Loire Métropole	49,2	53,2	58,4	61,7	56,3
CA Lens-Liévin	41,6	56,5	53,5	0	55
CA Limoges Métropole	50,7	51,9	60,5	58,1	54,9
CU Saint-Étienne Métropole	53,7	58,3	50,8	45	52,2
CA de Béthune-Bruay	47	40,9	66	32,2	50,7

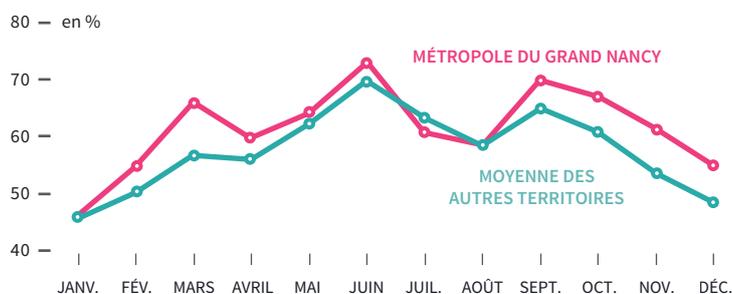
(1) Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

## Une évolution similaire au cours de l'année, mais des écarts mensuels importants

Le taux d'occupation (rapport entre le nombre de chambres occupées et le nombre de chambres offertes) reflète l'intensité d'utilisation de l'équipement hôtelier d'un territoire. Les taux d'occupation observés dans la Métropole du Grand Nancy étant supérieurs aux taux moyens des autres agglomérations sur 11 mois de l'année, on peut conclure qu'en 2016 l'offre hôtelière de la Métropole est légèrement plus sous tension que celle des autres territoires étudiés.

L'évolution des taux suit la même tendance au cours de l'année pour l'ensemble des agglomérations. Globalement on observe des taux d'occupation assez faibles en début d'année, avec un pic d'activité en mars, suivi d'une nouvelle hausse des taux en juin.

Évolution mensuelle du taux d'occupation en % <sup>(1)</sup>



La fréquentation baisse ensuite pendant la période estivale, suivi d'un regain d'activité en septembre, puis d'une nouvelle baisse de fréquentation jusqu'à la fin de l'année. Toutefois, en valeur absolue, on constate des variations assez importantes entre les taux dans les différentes agglomérations.

Quelques résultats sont à noter. Tout d'abord les forts taux d'occupation enregistrés pour Dijon, qui sont supérieurs à ceux des autres territoires sur 6 mois de l'année, en particulier pendant la période estivale. On observe également que les taux d'occupation se démarquent en décembre pour les grandes agglomérations du Grand Est, grâce aux événements populaires organisés à l'occasion des fêtes de Saint-Nicolas : Strasbourg 80,4 %, Mulhouse 58,1 %, Metz 55,6 % et Nancy 54,9 %. Les taux d'occupation dans les autres territoires à la même période n'atteignent pas 50 %.

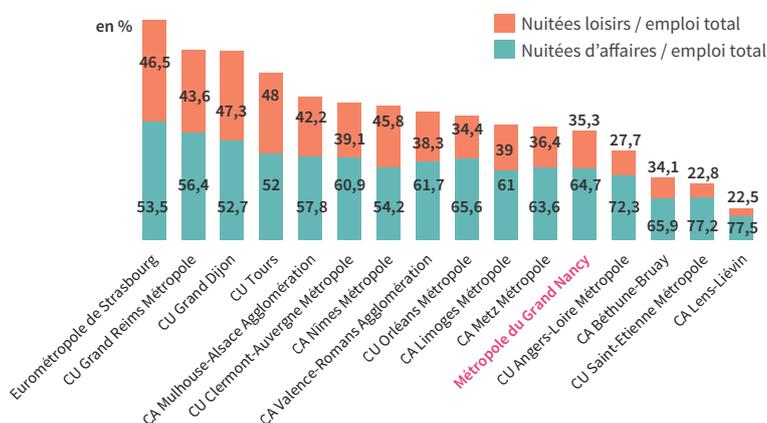
## Certains territoires bénéficient de la forte attractivité des vignobles

Lorsque l'on compare le nombre de nuitées à l'emploi total dans chaque territoire, on obtient le poids relatif de l'activité hôtelière dans l'activité économique globale.

En 2016, Strasbourg, Reims, Dijon et Tours se démarquent nettement des autres agglomérations, car l'activité hôtelière représente un poids important dans l'économie locale. Ces résultats sont dus en grande partie à la forte attractivité des vignobles d'Alsace, de Champagne, de Bourgogne et de la Loire.

En revanche, dans ces destinations principalement perçues pour du tourisme de loisirs, la part de la clientèle d'affaires est proportionnellement moins élevée que celle dans d'autres territoires ayant plutôt un profil de destination d'affaires. On peut citer notamment Lens (77,5 %), Saint-Étienne (77,2 %), Angers (72,3 %), Béthune (65,9 %), Orléans (65,6 %) et la Métropole du Grand Nancy (64,7 %).

Comparaison du poids de l'activité hôtelière dans l'économie globale en 2016 <sup>(1)</sup>



(1) Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

# Cluster tourisme en ville : 1<sup>er</sup> éclairage



Fréquentation hôtelière 2016 dans les grandes villes françaises

20 métropoles françaises et 10 communautés d'agglomération<sup>1</sup> hors Paris

## LE PARC HÔTELIER des grandes villes hors Paris en 2016



280 000 lits pour 2 700 hôtels soit 52 chambres par hôtel en moyenne (vs 37 chambres en France métropolitaine)

SOIT

23%

du parc en nombre de lits hôteliers en France métropolitaine (vs 24% pour l'agglomération Parisienne)

## FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE EN 2016 dans les grandes villes hors Paris

28,2 MILLIONS D'ARRIVÉES



dont 7,2 millions d'arrivées étrangères

25%

45,7 MILLIONS DE NUITÉES



dont 12,7 millions de nuitées étrangères

28%

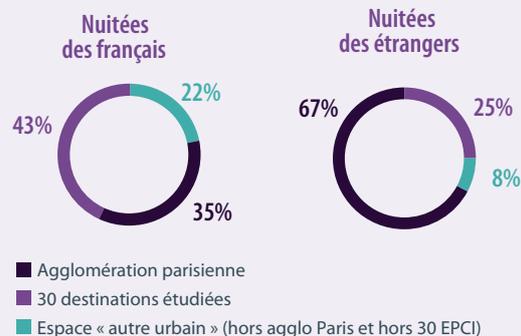
## ÉVOLUTION DES ARRIVÉES ET NUITÉES 2015-2016 en hébergement hôtelier\*

	30 destinations étudiées	Agglomération parisienne	France métropolitaine	
ARRIVÉES	Totales	+3 %	-5 %	0 %
	Françaises	+4 %	-1 %	+2 %
	Étrangères	-1 %	-9 %	-4 %
NUITÉES	Totales	+3 %	-7 %	-1 %
	Françaises	+5 %	-2 %	+2 %
	Étrangères	-2 %	-11 %	-6 %

Les résultats de l'évolution 2016-2015 sont fortement conditionnés par un contexte particulier (attentats, Euro2016)

(Source INSEE EFH, réalisation Atout France)

## En espace urbain



(Source INSEE EFH, réalisation Atout France)

## TOP 3 DES NUITÉES ÉTRANGÈRES hôtelières en 2016 dans les grandes villes hors Paris



Ces pays émetteurs représentent 36% des nuitées étrangères hôtelières (affaires et loisirs) observées dans les grandes villes françaises hors Paris.

## TAUX D'OCCUPATION HÔTELIÈRE mensuel moyen en 2015/2016 dans les grandes villes hors Paris



(Source INSEE EFH, réalisation Atout France)

<sup>1</sup> Champ des 30 EPCI étudiés : Bordeaux Métropole, Brest Métropole, EuroMétropole de Strasbourg, Grenoble-Alpes-Métropole, Métropole d'Aix-Marseille-Provence, Métropole de Lyon, Métropole Européenne de Lille, Métropole Nice Côte d'Azur, Métropole Rouen Normandie, Montpellier Méditerranée Métropole, Nantes Métropole, Rennes Métropole, Toulouse Métropole, CA Amiens Métropole, Clermont Auvergne Métropole, CA de la Rochelle, CA de Nîmes Métropole, CA du Grand Avignon (Coga), CA Grand Poitiers, CA Havraise (CO.D.A.H.), Metz Métropole, CA Mulhouse Alsace Agglomération (M2a), Orléans Métropole, CA Reims Métropole, Tours Métropole Val de Loire, CA Versailles Grand Parc (C.A.V.G.P.), CU Angers Loire Métropole, Métropole du Grand Nancy, Dijon Métropole, Saint-Etienne Métropole. Brest Métropole, Métropole de Lyon et Métropole Rouen Normandie ne sont pas membres du Cluster en 2017

## 8 TOURISME URBAIN : IMPACT ET RETOMBÉES DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE EN 2016

*Le tourisme urbain attire des visiteurs dans la Métropole du Grand Nancy et génère des retombées économiques importantes pour le territoire. À ce titre, les différents acteurs du tourisme mettent en œuvre des actions de promotion pour valoriser le territoire et renforcer son attractivité, afin d'éveiller l'intérêt des touristes. Ces derniers sont particulièrement attirés par les grands événements organisés au sein de la métropole. Ces manifestations, qu'elles soient culturelles, sportives ou d'affaires, ont un rayonnement qui va souvent bien au-delà de la Lorraine, et peuvent avoir un impact significatif sur la fréquentation hôtelière.*

### Bilan de l'activité de l'Office de tourisme de Nancy

Outil d'attractivité de la Métropole du Grand Nancy, l'Office de tourisme participe au développement de l'activité touristique sur le territoire. Au-delà de la promotion de la destination (site internet dédié, élaboration de documents en plusieurs langues, présence dans des salons professionnels et grand public, actions presse et de promotion), il assure l'accueil des touristes (conseils, information, hébergement, billetterie), l'animation (visites guidées du territoire), l'organisation de programmes sur mesure (individuels et groupes), et enfin propose dans sa boutique la vente de cadeaux et articles artisanaux locaux. Par ailleurs, l'office est membre actif des principales instances nationales et locales du secteur du tourisme, tels que Atout France, Offices de Tourisme de France et le Comité régional du tourisme de Lorraine.

En 2016, l'Office de tourisme de Nancy a accueilli près de 250 000 visiteurs, dont plus de 66 000 conseillés au comptoir. Cette fréquentation est en baisse d'environ 11 % par rapport à 2015, vraisemblablement en raison de l'impact durable des attentats, ainsi que d'autres éléments de conjoncture (grèves, météo).

### L'accueil des groupes en baisse en 2016

Après des résultats exceptionnels enregistrés en 2015, l'année 2016 a été moins avantageuse pour l'activité de groupes. Sur 774 groupes accueillis, 44 ont acheté des forfaits groupes pour 1 162 personnes, contre 50 forfaits et 1 604 personnes en 2015. Toutefois le nombre de groupes ayant bénéficié d'une visite guidée est en légère hausse (730 contre 721 en 2015).

Le contexte de menace terroriste et une importante baisse de la programmation par les professionnels du tourisme, tant français qu'étrangers, expliquent en partie cette diminution d'activité, qui a été particulièrement marquée durant les fêtes de la Saint-Nicolas, puisque le nombre de groupes accueillis à cette période est passé de 21 en 2015 à 12 en 2016.

45 % des groupes accueillis sont de nationalité étrangère. Le pays le plus représenté est l'Allemagne. À noter que l'accueil des groupes japonais a connu une forte baisse, passant de 95 en 2015 à 42 en 2016.

### CHIFFRES CLÉS

- **250 000 visiteurs** à l'Office de tourisme
- **66 180 visiteurs renseignés** par le service accueil
- **61,5 %** sont des touristes qui visitent Nancy pour la 1<sup>ère</sup> fois
- **61 % de touristes français**, dont 17 % en provenance de l'Île de France
- **34,5 % des touristes étrangers** sont allemands, 17,5 % belges ou luxembourgeois et 16,3 % néerlandais
- **774 groupes accueillis**, dont 45 % sont de nationalité étrangère
- **24 000 personnes** ont suivi une visite guidée (soit 730 groupes)
- **745 000 visites** sur les sites internet de promotion de la destination [www.nancy-tourisme.fr](http://www.nancy-tourisme.fr) et [www.nancy-tourisme.info](http://www.nancy-tourisme.info)

**402 971**  
c'est le nombre d'entrées  
enregistrées  
dans les musées de la Métropole  
a enregistré en 2016



Nancy Tourisme et Événements

## 202 M€ de retombées économiques du tourisme pour le territoire en 2016

Source : Nancy Tourisme et Événements - Observatoire Lorrain du Tourisme - Juin 2017

Le bassin hôtelier de la Métropole du Grand Nancy a accueilli 3 millions de visiteurs en 2016, qui ont dépensé un total de 262 M€ sur le territoire.

1 visiteur sur 3 est un touriste. Ces derniers ont généré un total de 3 millions de nuitées touristiques, dont 1 million de nuitées pour les hébergements marchands.

Composées de retombées directes, indirectes et induites, les retombées économiques totales générées par l'activité touristique dans le bassin hôtelier de la Métropole s'élèvent à 202 M€.



Source : Nancy Tourisme et Événements / Observatoire Lorrain du Tourisme - 2017

### Méthodologie

La méthode de calcul issue du groupe de travail « Calcul des retombées économiques » piloté par l'Observatoire Lorrain du Tourisme et en partenariat avec Meurthe-et-Moselle Tourisme, CDT Meuse, Moselle Tourisme et Vosges Développement, s'appuie sur la méthode développée par le cabinet Protourisme.

Une enquête « dépenses » a été réalisée auprès de 4 000 visiteurs sur l'ensemble des 4 départements lorrains, de juin 2013 à juin 2014 (57 lieux d'enquêtes, 8 enquêteurs, un guide d'entretien traduit en anglais et en allemand).

Les résultats de cette enquête permettent de connaître les dépenses moyennes par jour, par personne, par territoire, sur différents postes de dépenses (hébergement, activités de loisirs, restauration, carburant...). Ces ratios de dépense sont la clé du calcul des retombées économiques globales du tourisme.

### Définitions

#### Touriste

Visiteur qui passe une nuit sur place.

#### Excursionniste (ou visiteur de la journée)

Visiteur dont le voyage n'inclut pas de nuit sur place.

#### Retombées directes du tourisme

Retombées générées par les entreprises caractéristiques du tourisme : hébergements touristiques, sites de visite (musées, expositions permanentes, sites naturels, sites de découverte économique...), équipements structurants (centre de congrès, golf, casino, centre de remise en forme...) ou activités et animations à vocation touristique (festivals, foires et marchés, expositions temporaires, spectacles, visites guidées...).

#### Retombées indirectes du tourisme

Retombées générées par les entreprises considérées comme non caractéristiques du tourisme, soit celles dans lesquelles les touristes sont amenés à dépenser (hors hébergement et activités culturelles et de loisirs) : restauration, commerces de proximité (alimentaire, cadeaux, produits du terroir...), services à la personne (coiffeur, médecin, garagiste...), transports en commun...

#### Retombées induites

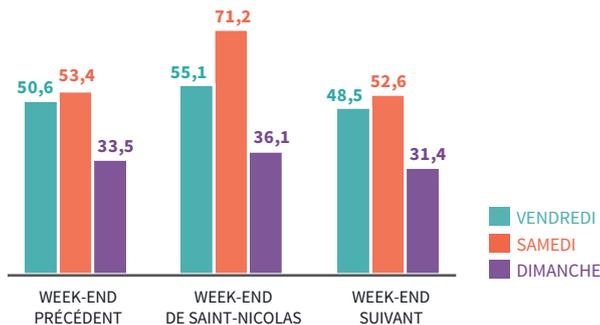
Les retombées induites correspondent à la valeur ajoutée générée par les dépenses effectuées, non pas par les visiteurs, mais par les entreprises bénéficiaires des effets directs et indirects : dépenses faites par les entreprises touristiques auprès de leurs fournisseurs, dépenses faites par les salariés de ces entreprises dans l'économie locale. C'est l'effet « boule de neige », ou effet multiplicateur.

## Impact des événements culturels phares organisés en 2016

### Tourisme culturel : impact des manifestations sur la fréquentation hôtelière

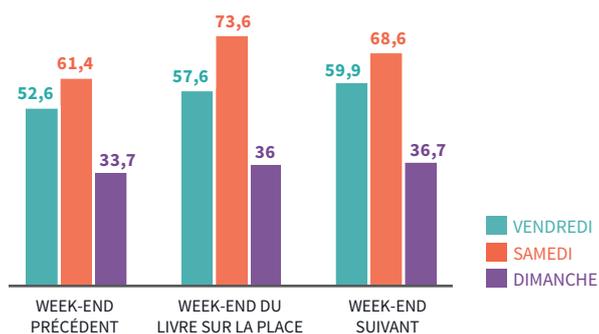
Les animations organisées à l'occasion des **fêtes de Saint-Nicolas** en 2016 ont eu un impact significatif sur la fréquentation hôtelière dans le bassin hôtelier de la Métropole, puisqu'on observe des taux d'occupation pendant le week-end de Saint-Nicolas qui sont nettement supérieurs à ceux enregistrés aux mêmes jours de la semaine précédente et de la semaine suivante.

Taux moyens d'occupation pendant le week-end de Saint-Nicolas du 2 au 4 décembre 2016 <sup>(2)</sup>



**Le Livre sur la Place**, grand rendez-vous littéraire de la rentrée qui s'est déroulé du 9 au 11 septembre 2016 place de la Carrière à Nancy, a attiré cette année plus de 170 000 visiteurs autour de 584 auteurs. L'organisation de cet événement a également un impact sur l'activité hôtelière du bassin hôtelier en 2016, puisque l'on constate des taux d'occupation pendant l'évènement 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 9 au 11 septembre 2016 <sup>(2)</sup>



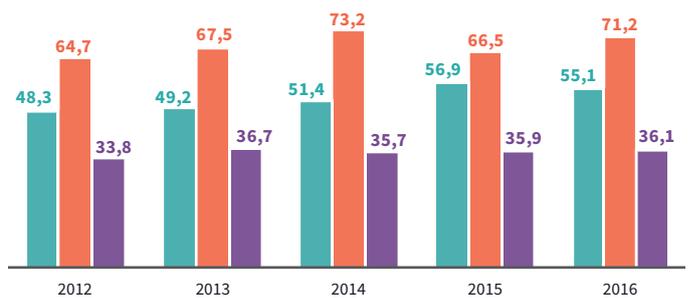
Après une pause pendant l'été 2015, afin de rénover une partie du décor architectural 18<sup>e</sup> classé au patrimoine mondial de l'UNESCO, le spectacle son et lumière « **Rendez-vous Place Stanislas** » a fait son grand retour du 18 juin au 18 septembre 2016. Gratuit et en plein air, ce spectacle de vidéo-projection est devenu un événement populaire incontournable dans le Grand Est et a rassemblé plus de 600 000 spectateurs sur la saison, soit une moyenne de 7 000 spectateurs chaque soir.

Le rayonnement de cet événement dépasse les limites départe-

Suite au retour en 2016 <sup>(1)</sup> du traditionnel défilé dans les rues de la vieille-ville, les taux d'occupation dans les hôtels pendant ces trois jours sont aussi élevés que les années précédentes, voire plus élevé le samedi soir, avec un taux qui atteint 71,2 % cette année (contre 66,5 % en 2015).

*(1) Le défilé a été annulé en 2015 suite aux attentats du 13 novembre à Paris*

Évolution des taux moyens d'occupation pendant le week-end de Saint-Nicolas de 2012 à 2016 <sup>(2)</sup>



L'édition 2016 a eu un impact aussi important sur la fréquentation hôtelière que les éditions précédentes, et les taux d'occupation enregistrés du vendredi au dimanche en 2016 sont très proches des taux observés entre 2012 et 2015.

Évolution des taux moyens d'occupation pendant le Livre sur la Place de 2012 à 2016 <sup>(2)</sup>



mentales, puisque 19 % des personnes interrogées lors des enquêtes terrain sont originaires des autres départements du Grand Est ou d'autres régions françaises, et 2 % sont d'origine étrangère.

73 % des personnes ayant répondu aux enquêtes résident sur le territoire. Les autres personnes sondées sont des touristes, dont près d'un tiers a déclaré séjourner dans un hébergement marchand (hôtel, chambre d'hôtes, location...).

<sup>(2)</sup> Source : Insee - Observatoire de l'hôtellerie et de l'hébergement touristique - Juillet 2017

## Analyse du profil des visiteurs de grands évènements culturels organisés en 2016<sup>(3)</sup>



Ville de Nancy



Ville de Nancy

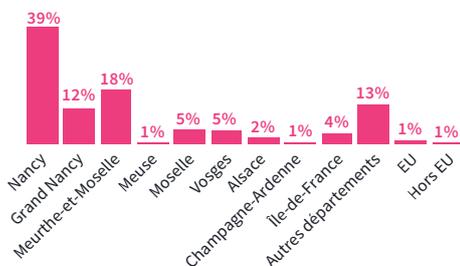


Ville de Nancy - Jef Aérosol - Galerie Mathgoth

### « Rendez-vous Place Stanislas »

PLACE STANISLAS,  
DU 18 JUIN AU 18 SEPTEMBRE 2016

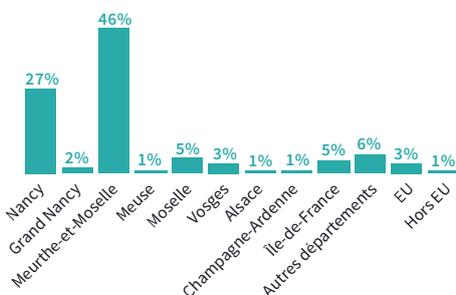
**plus de 600 000 spectateurs**



### Exposition « Émile Friant, le dernier naturaliste ? »

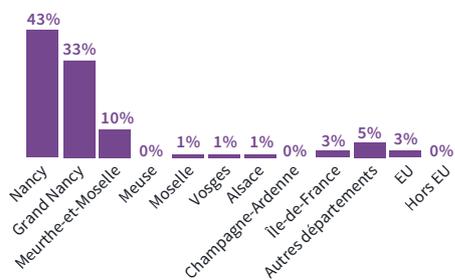
MUSÉE DES BEAUX-ARTS  
DU 4 NOV. 2016 AU 27 FÉV. 2017

**69 883 visiteurs**



### ADN « Art dans Nancy »

DANS LES RUES DE NANCY  
PÉRIODE ESTIVALE 2016



Inaugurés en 2007, les « Rendez-vous Place Stanislas » sont devenus un évènement populaire incontournable dans le Grand Est. Gratuit et en plein air, ce spectacle de vidéo-projection conçu par la société Spectaculaires – Allumeurs d'Images a rassemblé plus de 600 000 spectateurs pendant l'été 2016.

Chaque soir, pendant plus de 20 minutes, le roi Stanislas convie le public à rêver avec lui de toutes les lumières : à la première aube de l'humanité, à l'encre lumineuse de la Lune, à la renaissance de chaque lever de soleil. Rêver au Siècle des Lumières et à la flamboyance des artistes nancéiens ; s'éblouir des lumières des 5 continents et du génie de ceux qui ont créé l'une des plus belles places du monde. Rêver de liberté, dans toutes les langues, pour un monde multicolore.

Le Musée des Beaux-arts de Nancy a proposé une grande exposition monographique consacrée à Émile Friant. Des premiers dessins à l'évocation des grandes peintures décoratives, cette rétrospective s'est attachée à souligner les talents multiples de l'artiste.

Rassemblant plus de 200 œuvres provenant de nombreuses collections privées, mais aussi d'institutions publiques françaises telles que le musée d'Orsay, le musée Fabre de Montpellier, l'École nationale supérieure des Beaux-arts, le musée de la Comédie française... et d'institutions étrangères, cette exposition a permis de redécouvrir ce génie lorrain, auquel il n'avait pas été consacré de rétrospective depuis 1988.

La Ville de Nancy a affirmé comme priorité le développement de l'art dans la ville, dans la continuité des actions déjà menées avec les installations de Daniel Buren, Pierre Bismuth, François Morellet ou Robert Stadler. À partir de l'été 2015, le Street Art a ainsi investi les rues de Nancy. Des artistes locaux, nationaux et internationaux ont été sollicités pour poser leur regard sur les murs ou les sols de la cité.

En 2016, la Ville de Nancy a encore densifié la présence de la création contemporaine sur le domaine public, en offrant un véritable parcours artistique urbain. En complémentarité des œuvres déjà présentes, un nouvel Arbre à Livres et une création de Gilbert Coqalane ont été installés, respectivement place Charles III et au parc de la Pépinière, ainsi qu'un portrait du roi Stanislas de 16 mètres de haut, réalisé à l'aide de pochoirs par l'artiste Jef Aérosol.

(3) Ces éléments sont les résultats des enquêtes « Connaissance des Publics » menées au cours de l'année 2016 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

À noter que les questionnaires recueillis dans le cadre de l'exposition Emile Friant étant trop peu nombreux pour offrir des résultats exploitables, les origines géographiques des visiteurs ont été extraites des données de billetterie, dont la fiabilité est incontestable.



## Les fêtes de Saint-Nicolas

*Les fêtes de Saint-Nicolas, emblèmes traditionnels et populaires de la vie culturelle du territoire, sont organisées à Nancy sur plus d'un mois de programmations, du 25 novembre au 31 décembre. Plus que jamais, en 2016, son esprit a soufflé sur la ville avec des fêtes empreintes de chaleur humaine et de convivialité.*

### Le week-end de Saint-Nicolas

Temps fort de cette programmation, le week-end de Saint-Nicolas propose trois jours de fête, de magie, de féerie au travers de programmations spécifiques, de spectacles et d'un défilé traditionnel en décembre.

En 2016, ces festivités ont réuni plus de 200 000 spectateurs du vendredi 2 décembre au dimanche 4 décembre.

Le week-end a démarré avec l'illumination du sapin place Stanislas, puis un programme riche de représentations de rue a rythmé ces 3 jours, grâce à la participation de nombreux artistes et musiciens :

- **46 compagnies-fanfares-associations pour 52 spectacles**, dont 17 compagnies régionales, 19 compagnies françaises et 10 compagnies européennes (Espagne, Catalogne, Hollande, Belgique).
- **303 artistes**
- **environ 80 musiciens** avec la Fanfare des Enfants du Boucher.

Ce week-end rassemble chaque année un public familial de tous âges, venu de la France entière célébrer le Saint patron de la Lorraine. Cette manifestation majeure permet également de renforcer un rayonnement et une attractivité qui dépassent largement les frontières de la Métropole du Grand Nancy.



Ville de Nancy



Ville de Nancy



Ville de Nancy



Ville de Nancy

### Les villages : trois lieux et un marché fermier

L'édition 2016 des fêtes de Saint-Nicolas a été marquée par le développement de la programmation et des festivités sur de nouveaux espaces : c'est un véritable parcours dans la ville qui a été proposé aux visiteurs.

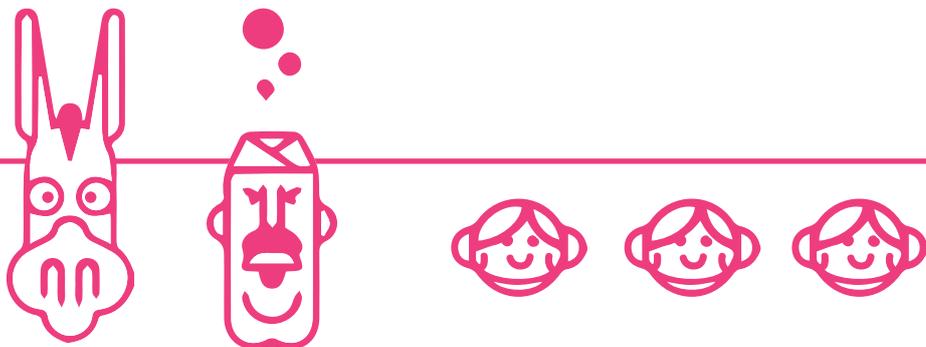
Organisé sur la place Charles III du 25 novembre au 31 décembre, le traditionnel **Village de Saint-Nicolas** a présenté deux nouveautés en 2016 :

- un carrousel en hommage à Nancy
- un chalet polonais ayant pour thème l'artisanat d'art et la gastronomie, pour célébrer la Pologne, pays invité à l'honneur en 2016.

Le **Village Gourmand de Saint-Nicolas** s'est tenu place Vaudémont du 25 novembre au 31 décembre 2016, avec notamment 8 chalets dédiés aux métiers de bouche et produits régionaux.

Du 2 au 24 décembre 2016, à la porte de la Craffe, le **hameau des artisans de Saint-Nicolas** a rassemblé une dizaine de chalets consacrés aux métiers de bouche et à l'artisanat d'art.

Enfin, les **marchés fermiers de Saint-Nicolas** se sont déroulés place Maginot les 3, 4, 17 et 18 décembre.



### D'autres animations proposées dans le cadre des festivités de Saint-Nicolas :

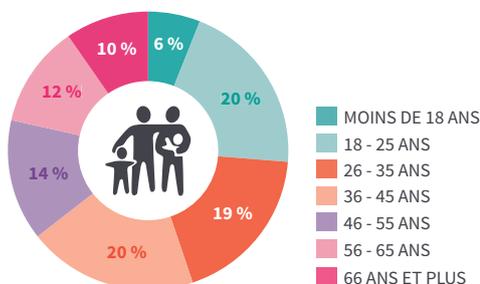
- **La course des garçons de café** organisée le dimanche 11 décembre place Stanislas par l'association des Vitrites et la Ville de Nancy.
- **L'entrée gratuite aux musées** et lieux d'exposition municipaux pendant tout le week-end (le Musée des Beaux Arts, le Palais des Ducs de Lorraine-Musée Lorrain, le Musée de l'École de Nancy et la Galerie Poirel).
- **Le P'tit Baz'art**, marché de Noël d'objets d'artistes, organisé sur le site Alstom les samedi 10 et dimanche 11 décembre.
- **Des ateliers de découverte et d'initiation au film d'animation**, ainsi que projections en avant-première dans les salles obscures du centre-ville le 4 décembre.



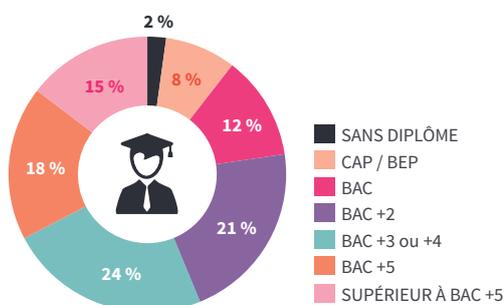
Ville de Nancy

### Un public qui rassemble toutes les générations

- **Un public plutôt jeune :** près de 1 spectateur sur 2 a entre 19 et 35 ans



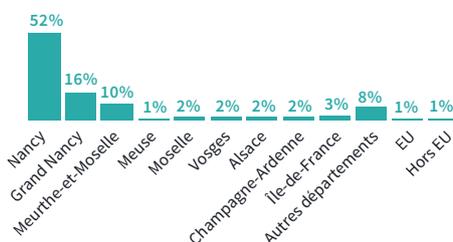
- **La diversité des spectateurs** se traduit au regard de leur niveau d'études :



- **Un public majoritairement féminin :** 65 % de femmes



- **Un évènement populaire :** les employés représentent 29 % des sondés, suivis des étudiants (18%) et des cadres et professions intellectuelles supérieures (17 %)
- **Un rayonnement local :** 68 % des sondés résident dans la métropole du Grand Nancy (avec en outre 19 % des visiteurs résidant dans d'autres territoires de la région Grand Est et 13 % dans d'autres régions ou à l'étranger)



- 27 % des spectateurs interrogés ont déclaré être venus dans le cadre d'une **excursion ou d'un séjour touristique**, soit plus de 1 sondé sur 4.
- Parmi les sondés, 9 % ont déclaré **séjourner dans un hébergement marchand** (hôtel, chambre d'hôtes, location, hébergement Airbnb), soit près de 1 touriste sur 3.

Source : enquêtes "Connaissance des Publics", Ville de Nancy - 2016

## Les grands évènements sportifs rythment la vie métropolitaine

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. De grands évènements organisés au sein de la Métropole, tels que le Meeting Stanislas Pro Athlé Tour, le tournoi de volley-ball FIVB World League, la course féminine Octobre Rose, le Meeting Stanislas Seven Rugby, ou encore le challenge Eisenbach autour du basketball, ont réuni plus de 19 000 personnes.

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) ont également rythmé la vie des grands nancéiens en 2016. Toutefois, ces différents évènements ayant attiré un public majoritairement local, l'impact sur la fréquentation hôtelière n'est pas significatif.

D'autres rencontres sportives ont déjà mobilisé un large public en 2017. On peut citer notamment le semi-marathon du Grand Nancy qui a réuni plus de 2 000 coureurs en mars, mais également deux rendez-vous importants d'athlétisme : le Championnat du Monde d'athlétisme scolaire (plus de 700 jeunes participants représentant 32 nations) et le meeting Stanislas Pro Athlé Tour, qui se sont déroulés fin juin.



Métropole du Grand Nancy

### CHIFFRES CLÉS DE GRAND NANCY CONGRÈS & ÉVÈNEMENTS

#### Centre de Congrès Prouvé

- **173 évènements accueillis**, dont 36 congrès (29 en 2015)
- **78 000 visiteurs accueillis** (62 000 en 2015)
- **23 600 nuitées d'affaires générées** (9 850 en 2015)
- **108 303 journées congressistes** (96 460 en 2015)
- **21,5 M€ de retombées économiques** (18 M€ en 2015)
- **320 emplois induits** (255 en 2015)

#### Foire Internationale de Nancy

- **12 M€ de retombées économiques**
- **169 emplois induits**

## Le tourisme d'affaires générateur de retombées économiques pour le territoire

### Une activité en hausse pour Grand Nancy Congrès & Évènements

Depuis son ouverture en septembre 2014, le Centre de congrès Prouvé a accueilli plus de 330 évènements, dont certains se sont distingués par leur portée nationale ou internationale. Sur la même période, le parc des Expositions en a accueilli près de 170.

La stratégie de Grand Nancy Congrès & Évènements portant sur le développement des manifestations à fort rayonnement (de type congrès avec exposition) a porté ses fruits en 2016, avec une progression significative du nombre de congrès et congrès-expositions accueillis.

La forte hausse de l'activité « congrès » s'accompagne d'une baisse du nombre de manifestations de petit et moyen formats (réunions, concours, cérémonies...), souvent d'origine locale ou régionale. Les évènements de grande envergure utilisant un maximum de ressources au sein du Centre Prouvé (salles avec temps de montage et démontage important), les disponibilités pour les plus petites manifestations sont plus rares et cette activité est en recul au second semestre 2016.



Grand Nancy Congrès & Évènements / Vinci Innovation's Day



Grand Nancy Congrès & Évènements / Convention Batigère 2016

## Centre Prouvé : d'importantes retombées pour le territoire métropolitain

Les événements d'affaires organisés au Centre Prouvé ont généré des retombées économiques significatives sur le territoire, notamment en termes de nuitées pour les hébergements touristiques. À titre d'exemple, l'importante convention organisée par Leroy Merlin a généré directement 4 476 nuitées entre le 10 janvier et le 5 février 2016.

Grâce à l'impact direct fort de l'activité congrès, le CA moyen par événement accueilli est en progression constante. Ce chiffre a plus que doublé entre 2013 et 2014, et a encore augmenté de 4 % entre 2014 et 2015. Enfin, une nouvelle progression de près de 20 % est à noter entre 2015 et 2016.

Les retombées économiques totales sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy s'élèvent à 21,5 M€ pour l'année 2016. Celles-ci comprennent les retombées économiques directes, auxquelles il faut ajouter les retombées économiques indirectes, ainsi que les retombées économiques induites.

L'impact économique social total peut s'évaluer à 320 ETP. Cela comprend les emplois directs de Grand Nancy Congrès & Événements, les emplois indirects (emplois qui résultent des dépenses des congressistes) et l'impact social induit.

*Ces chiffres sont calculés à partir d'indicateurs générés par l'activité du Centre de congrès Prouvé et en appliquant la matrice France Congrès*

## De belles perspectives pour l'activité du Centre Prouvé en 2017-2018

Les années d'élections nationales sont souvent moins propices à l'accueil de grands événements professionnels. Néanmoins, le carnet de commandes 2017 reste dense et évolue tous les jours (140 événements à date). Les congrès sont bien en place, avec 25 événements confirmés à ce jour, et les événements fidélisés ont confirmé leur tenue. L'année 2018 se travaille depuis 2015 pour les congrès les plus importants et compte déjà de nombreuses confirmations.

## Les retombées de la Foire Internationale de Nancy en 2016

Grand Nancy Congrès & Événements s'est appuyé sur le Calculateur de Performance Globale de l'industrie Française de l'Événement développé par l'UNIMEV (Union Française des Métiers de l'Événement) et le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France, pour mesurer les retombées économiques, sociales et environnementales de la Foire Internationale 2016 :

- les retombées économiques totales s'élèvent à 12 M€
- les retombées sociales totales à 169 équivalents temps plein (dont 67 ETP directs pour l'organisation de la Foire et 102 indirects liés à l'hébergement, la restauration, le commerce, etc.)

La présence à la Foire de nombreux exposants non-résidents du territoire a généré 2 475 nuitées sur la période du 27 mai au 6 juin 2016, principalement dans des hébergements économiques de type gîtes, chambres d'hôtes et résidences hôtelière.

**21,5 M€**  
de retombées économiques  
totales sur le territoire de  
la Métropole en 2016

## Le programme Ambassadeurs Grand Nancy Congrès & Événements

Le programme Ambassadeurs, lancé par Grand Nancy Congrès & Événements en septembre 2015, a impulsé une nouvelle dynamique pour porter la candidature de Nancy à l'accueil de congrès ou de rencontres emblématiques des filières d'excellence de la Métropole.

Le 9 mars 2017, un dîner de remise de trophées aux ambassadeurs s'est tenu au Centre Prouvé, afin de récompenser 22 porteurs de projets locaux qui ont contribué au succès observé aujourd'hui, mais qui ont aussi œuvré à la promotion de notre territoire métropolitain.

L'occasion de mettre en avant les pépites du territoire, mais aussi de poursuivre le programme Ambassadeurs avec l'annonce des prochains rendez-vous : visite de la Foire Internationale, atelier découverte des outils de communication digitaux proposés aux ambassadeurs pour promouvoir la Métropole du Grand Nancy et ses équipements, atelier autour de l'intégration dans la société du Bureau des Congrès, découverte de lieux insolites du territoire, etc.



Grand Nancy Congrès & Événements

## Forte progression d'activité pour le Bureau de l'Évènementiel en 2016

Grâce aux différentes actions de promotion menées, l'activité du Bureau a vu une forte progression de son activité en 2016, avec 323 dossiers évènementiels traités (contre 285 en 2015), pour l'organisation d'évènements jusqu'en 2020.

Le Bureau 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 101 partenaires et une base clients de plus de 1 200 contacts, il 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).

En 2016, le Bureau de l'Évènementiel a présenté la destination lors d'opérations de promotion spécifique « affaires » : trois salons (IBTM à Barcelone et Mice Connect à Paris avec Grand Nancy Congrès & Evènements, France Meeting Hub à Paris ...), et trois éductours, dont 2 avec le Lorraine Meeting Club.

## Le service hébergement

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. 2 496 nuitées ont été réservées par le biais de ce service gratuit en 2016, essentiellement en lien avec avec les évènements de type congrès accueillis au Centre Prouvé.

**323**  
c'est le nombre  
de dossiers traités par le  
Bureau de l'Évènementiel  
en 2016

## Airbnb à la conquête du marché des voyages d'affaires

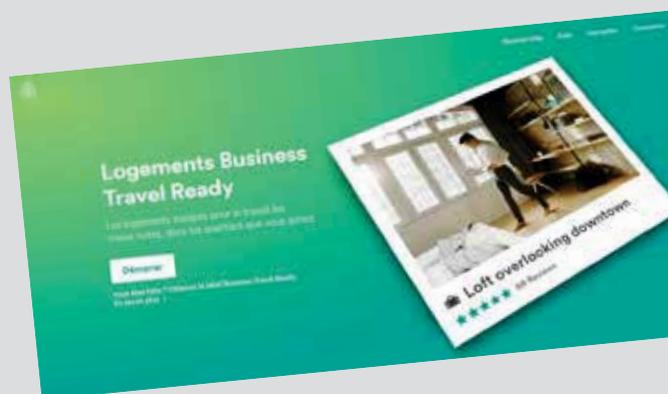


Le recours aux plates-formes d'hébergements entre particuliers dans le cadre de voyages d'affaires est en plein développement. Dès 2014 Airbnb a lancé un site spécialement dédié aux voyageurs d'affaires. Aujourd'hui 10 % de l'ensemble

de ses réservations sont liées à l'activité « business travel », qui a vu ses revenus tripler en peu de temps.

Selon la plate-forme, plus de 50 000 entreprises ont déjà utilisé son offre business.

Airbnb a également créé le label "Business Travel Ready", pour des logements qui sont particulièrement adaptés aux besoins des voyageurs d'affaires, en proposant par exemple le WiFi gratuit, des espaces de travail, ou encore un check-in 24H/24.



## Le cluster « Tourisme d'affaires »

Dans le cadre de sa stratégie de développement économique, la Métropole du Grand Nancy a engagé une démarche de structuration des filières d'avenir susceptibles de s'inscrire dans une compétition de niveau européen et international. Le tourisme d'affaires a été identifié comme l'un de ces secteurs clés au vu de ses atouts déjà existants et de son potentiel de développement sur le territoire.

La SAPL Grand Nancy Congrès & Évènements a été désignée comme animateur de cette filière, positionnée dans un double rôle de développeur (initiation d'actions d'animation, de projets collaboratifs avec les entreprises...) et de fédérateur, notamment des différents acteurs pouvant intervenir dans ce secteur d'activité. Le comité de pilotage du cluster est composé des principaux partenaires de la filière : Métropole du Grand Nancy, Grand Nancy Congrès & Évènements, Nancy Tourisme et Évènements, le Club Hôtelier, Lorraine Tourisme, Ville de Nancy, Université de Lorraine, CCI 54 et l'Agence Scalen. Autour de ce comité de pilotage, des cercles d'acteurs pourront intervenir sur des sujets spécifiques (commerçants, traiteurs, etc.).

Michel Leclerc



Grand Nancy Congrès & Évènements / Salon IBTM - Barcelone 2016

Une convention cadre d'objectifs et de partenariat sur la période 2016-2020 a été établie entre la Métropole du Grand Nancy et Grand Nancy Congrès & Évènements. En 2016, année de préfiguration et de lancement de la construction du Cluster, Grand Nancy Congrès & Évènements et le comité de pilotage ont engagé des réflexions sur les premières actions à mener et ont défini les enjeux du cluster :

- Attirer davantage d'évènements d'entreprises et de manifestations :
  - promotion de l'offre réceptive sur la base d'un recensement qualitatif,
  - aide à la participation à des salons (exemple : Salon IBTM à Barcelone).
- Accompagner et inciter les acteurs de la filière à tirer les bénéfices de l'accueil d'évènements économiques :
  - accompagnement des hôteliers (partage des informations utiles pour qu'ils s'organisent et anticipent les évènements pour mieux accueillir les congressistes),
  - engagement d'actions avec les commerçants pour inciter à consommer « Grand Nancy »,
  - mise en place de solutions packagées.
- Développer la filière tourisme d'affaires pour faire émerger de nouvelles entreprises du secteur qui répondent à des besoins spécifiques (ex : agences réceptives spécialisées qui n'existent pas à Nancy) et développement de l'activité des agences de communication.

2017 sera l'année de pleine expression du Cluster Tourisme d'Affaires, avec sa structuration autour d'un plan d'actions visant à fédérer et développer la filière. Cette dynamique est accentuée par l'intégration du Bureau de l'Évènementiel au sein de Grand Nancy Congrès & Évènements depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2017.

LES CAHIERS DE SCALEN N°36 | JUILLET 2017

OBSERVATOIRE DE L'HÔTELLERIE ET DE L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE  
Bilan de l'activité hôtelière 2016 dans la Métropole du Grand Nancy

DIRECTION DE LA PUBLICATION : PASCAL TATON | RÉDACTION : JACQUELINE IANNAONE | EN COLLABORATION AVEC : YVES SCHULTZ (CCI 54) | ONT CONTRIBUÉ À CE NUMÉRO : JASMINE CAILLER (AGENCE SCALEN), AURÉLIE CIANELLI (MÉTROPOLE DU GRAND NANCY), FRANÇOIS GLET (VILLE DE NANCY), THIERRY BOTTARD (GRAND NANCY CONGRÈS & ÉVÈNEMENTS), LAURENCE FLAYEUX (NANCY TOURISME & ÉVÈNEMENTS), STÉPHANE BARBER (CLUB HÔTELIER), PIERRICK BRIANT (ADAGIO ACCESS), PATRICK PERRIN (GÎTES DE FRANCE 54) | PILOTAGE ET COORDINATION ÉDITION : PRISCILLA PIERRE | CONCEPTION ET MISE EN PAGE : GÉRARD SACCOMANDI

