

NOTE DE CONJONCTURE SUR L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE DONNÉES À FIN SEPTEMBRE 2022



© Cécile Langlois

UN DÉBUT D'ARRIÈRE-SAISON CORRECT

L'activité touristique retrouve des niveaux plus habituels en 2022. Les flux touristiques sont même supérieurs à ceux d'avant Covid dans les locations de meublés, sur les itinéraires cyclotouristiques et dans les campings. Les monuments, fers de lance du tourisme en Touraine, ne retrouvent pas l'exceptionnelle fréquentation de 2019 mais flirtent avec celle de 2018 avec un été particulièrement porteur malgré les périodes de canicule. De mois en mois, le taux d'occupation des hôtels a

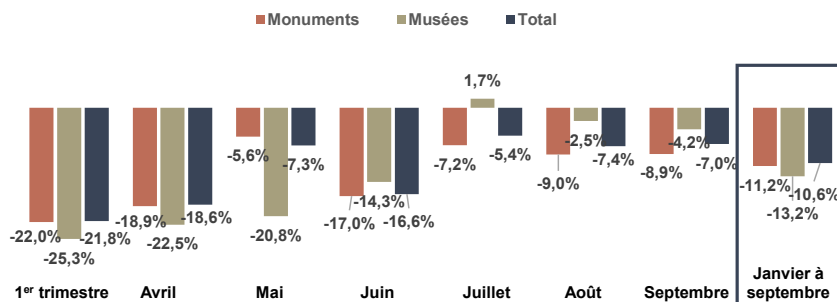
progressivement rattrapé son retard par rapport à 2019 pour parvenir à une équivalence en août 2022. S'il manque encore un peu de clientèle étrangère, les Français continuent de plébisciter la destination. Dans ce contexte, et selon une enquête d'opinion, 80 à 90 % des professionnels du tourisme tourangeaux sont satisfaits ou très satisfaits de ce cru 2022. Ils sont aussi une majorité à espérer une bonne arrière-saison ce que semble déjà confirmer le mois de septembre.

LES SITES DE VISITE

Source : enquête web auprès d'un panel de sites de visite/Conseil départemental de Touraine/CRT Centre-Val de Loire/ADT Touraine - Données hors château de Chenonceau, site le plus fréquenté du département

Les entrées dans les sites de visite sont restées nombreuses en septembre 2022 mais néanmoins en recul tant dans les musées (-4,2 %/sept. 19 ; -6,8 %/sept. 18) que dans les monuments. Le repli est un peu plus fort par rapport à septembre 2019 (-9 %) que par rapport à septembre 2018 (-5 %) en raison des 500 ans de Renaissance(s) en Val de Loire qui avaient boosté leur fréquentation en 2019.

ÉVOLUTION 2022/2019 DU NOMBRE DE VISITEURS DANS LES SITES DE VISITE D'INDRE-ET-LOIRE



De janvier à septembre 2022, les sites de visite ont respectivement enregistré

Poids du nombre d'entrées en septembre 2019 par rapport au total annuel : 10 %

11 % et 4 % d'entrées en moins par rapport aux mois de janvier à septembre 2019 et 2018. Les baisses interviennent tant dans les musées (-13 %/ 2019 ; -12 %/2018) que les monuments (-12 %/ 2019 ; -3 %/2018).

LES HÉBERGEMENTS

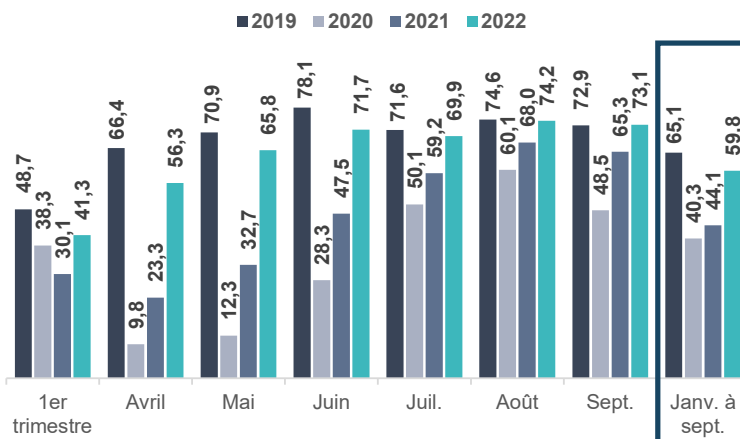
LES HÔTELS

Source : baromètre hôtellerie - Observatoire du tourisme Centre-Val de Loire - MKG_destination

L'absence de certaines données INSEE pour 2020 et 2021 et leur livraison tardive a conduit le CRT Centre-Val de Loire à acheter des données à la société MKG qui suit chaque mois un panel d'hôtels de chaîne. Pour l'Indre-et-Loire, les résultats sont basés sur 55 hôtels répondants soit un taux de couverture en chambres de 50 %.

À 73 %, le taux d'occupation (TO) des hôtels du panel MKG de septembre 2022 est stable par rapport à celui de 2019. Le niveau d'avant Covid est donc retrouvé pour le 2^{ème} mois consécutif. Dans le même temps, le prix moyen de vente d'une chambre ainsi que le RevPar (chiffres d'affaires hébergement divisé par le nombre de chambres disponibles) augmentent chacun d'environ 11 % par rapport à septembre 2019.

TAUX D'OCCUPATION (EN %) MENSUELS DE 2019 À 2022 DES HÔTELS DU PANEL MKG EN INDRE-ET-LOIRE



Poids du nombre de nuitées en septembre 2019 par rapport au total annuel : 10,3 %

Entre les périodes de janvier à septembre 2019 et 2022, le TO diminue de 5 points mais le prix moyen et le RevPar progressent respectivement de 11,4 % et 2,4 %.

Zoom sur les résultats d'un panel de 14 hôtels "Touraine Hôtels"

En septembre 2022, les hôtels du panel « Touraine Hôtels » ont un TO légèrement supérieur à celui de septembre 2019 : 70,4 % contre 69,6 %. Le chiffre d'affaires (CA) global progresse de 9 % par rapport à septembre 2019 avec des progressions des CA « affaires » (+8 %) et « loisirs » (+10 %). Côté groupe, la hausse de 29 % de la clientèle d'affaires compense le repli de 19 % de la clientèle loisirs. A l'inverse, la clientèle individuelle augmente grâce aux clients loisirs (+24 %) alors que c'est équivalent côté « affaires ».

En cumul depuis janvier 2022 et par rapport aux mois de janvier à septembre 2019, le TO est plus bas (-5,6 points) et le CA global est stable. Le gain de CA de 8 % de la clientèle loisirs contrebalance la perte de CA de 9,5 % des clients d'affaires. Le CA « Individuels » augmente de 10 % grâce à la clientèle loisirs (+26 % ; -8 % côté affaires). Le recul du CA de la clientèle groupe est généralisé : -43 % sur le segment loisirs, -16 % pour les clients d'affaires soit -31 % en global.

LES CAMPINGS

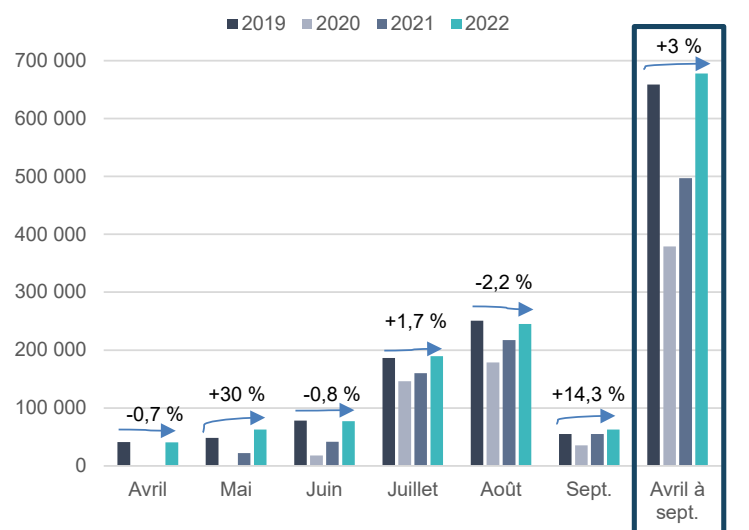
Source : enquête mail et téléphone auprès d'un panel de campings d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

Le mois de septembre clôt très positivement la saison 2022 pour une majorité de campings avec une hausse globale des nuitées par rapport à septembre 2019 de 14 %. Les Français ont bien prolongé l'été avec des nuitées en hausse de 21 %. Les étrangers sont également bien présents avec +7 % de nuitées. Parmi ces derniers, le nombre de nuitées des Néerlandais (+4 %/sept. 19), des Allemands (+25 %), et des Britanniques (-5 %) sont à un niveau assez proche. Les emplacements locatifs qui représentent un peu plus d'1/3 des nuitées du mois en septembre 2022 ont été très plébiscités : +21 %. La hausse des nuitées sur les emplacements nus est plus modérée mais reste importante : +11 %.

Les nuitées dans les campings progressent de près de 3 % entre les périodes d'avril à septembre 2019 et 2022. C'est un très bon résultat compte tenu du bon niveau de la saison 2019 dont les nuitées avaient augmenté de 5 %.

Si la fréquentation des étrangers n'est pas encore tout à fait retrouvée (-4,8 %/avril-sept. 19) celle des Français est meilleure (+8,1 %). Les nuitées sur les emplacements nus sont stables (+0,8 %) alors que celles sur les emplacements équipés de locatifs sont plus nombreuses que d'avril à septembre 2019 (+5,5 %). Le top 5 des nationalités étrangères retrouve l'ordre constaté en 2019 avec en 1^{ère} position, les nuitées des Néerlandais (+6,2 %/avril-sept. 19), puis celles des Britanniques (-27,4 %), des Allemands (+13,3 %), des Belges (+0,2 %) et des Espagnols (-30 %).

ESTIMATION DU NOMBRE DE NUITÉES DANS LES CAMPINGS D'INDRE-ET-LOIRE ET ÉVOLUTIONS PAR RAPPORT À 2019



Poids du nombre de nuitées en septembre 2019 par rapport au total d'avril à septembre : 8,1 %

LES PLATEFORMES LOCATIVES

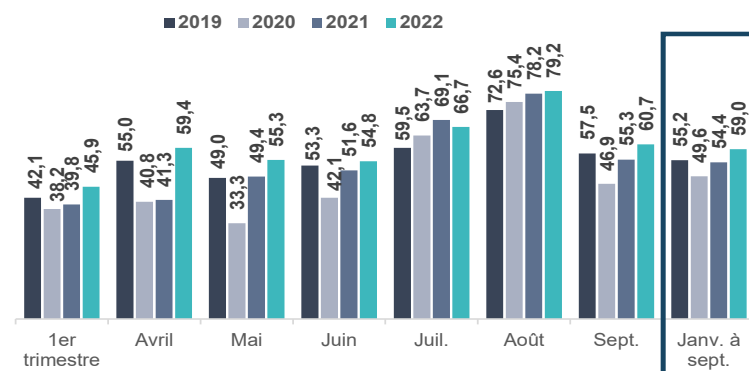
Sources : AirDNA/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires départementaux/ADT Touraine

La société AirDNA a développé une solution d'observation qui absorbe des données des plateformes AirBnB et Vrbo et les retraite (Vrbo alimente entre autres Aritel.fr, HomeAway.com et Homelidays.com).

Le nombre de logements disponibles sur les plateformes locatives ne cesse de progresser de mois en mois et la demande continue de suivre. Le taux d'occupation des meublés passe de 57,5 % en septembre 2019 à 60,7 % en septembre 2022. Les résultats de ce mois de septembre sont très supérieurs à ceux de septembre 2019 quels que soient les indicateurs :

- Nombre de logements entiers disponibles : +13,4 %
- Taux d'occupation : +3,1 points
- Nuits réservées* : +39 %
- Chiffre d'affaire : +70 %
- Revenu par logement : +29 %

TAUX D'OCCUPATION MENSUELS ENTRE 2019 ET 2022 DES MEUBLÉS COMMERCIALISÉS EN INDRE-ET-LOIRE



Poids du chiffre d'affaires réalisé en septembre 2019 par rapport au total annuel : 10,7 %

De janvier à septembre 2022, l'activité des meublés commercialisés via les plateformes locatives est très dynamique. Une reprise s'était même amorcée dès la fin 2021. Les évolutions par rapport aux mois de janvier à septembre 2019 sont fortes :

- Taux d'occupation : +3,8 points
- Nuits réservées* : +43,3 %
- Chiffre d'affaire : près de 2 fois plus élevé
- Revenu par logement : +35 %

*Nuits réservées = nombre de nuits louées par des visiteurs sans distinction du nombre d'occupants. Ainsi, par exemple, 2 nuits réservées pour 2 personnes impliquent un décompte de 2 nuits. Le nombre d'occupants par nuit réservée n'étant pas connu, il n'est pas possible de déterminer un nombre de nuitées (qui serait ici de 2 pers*2 nuits = 4 nuitées)

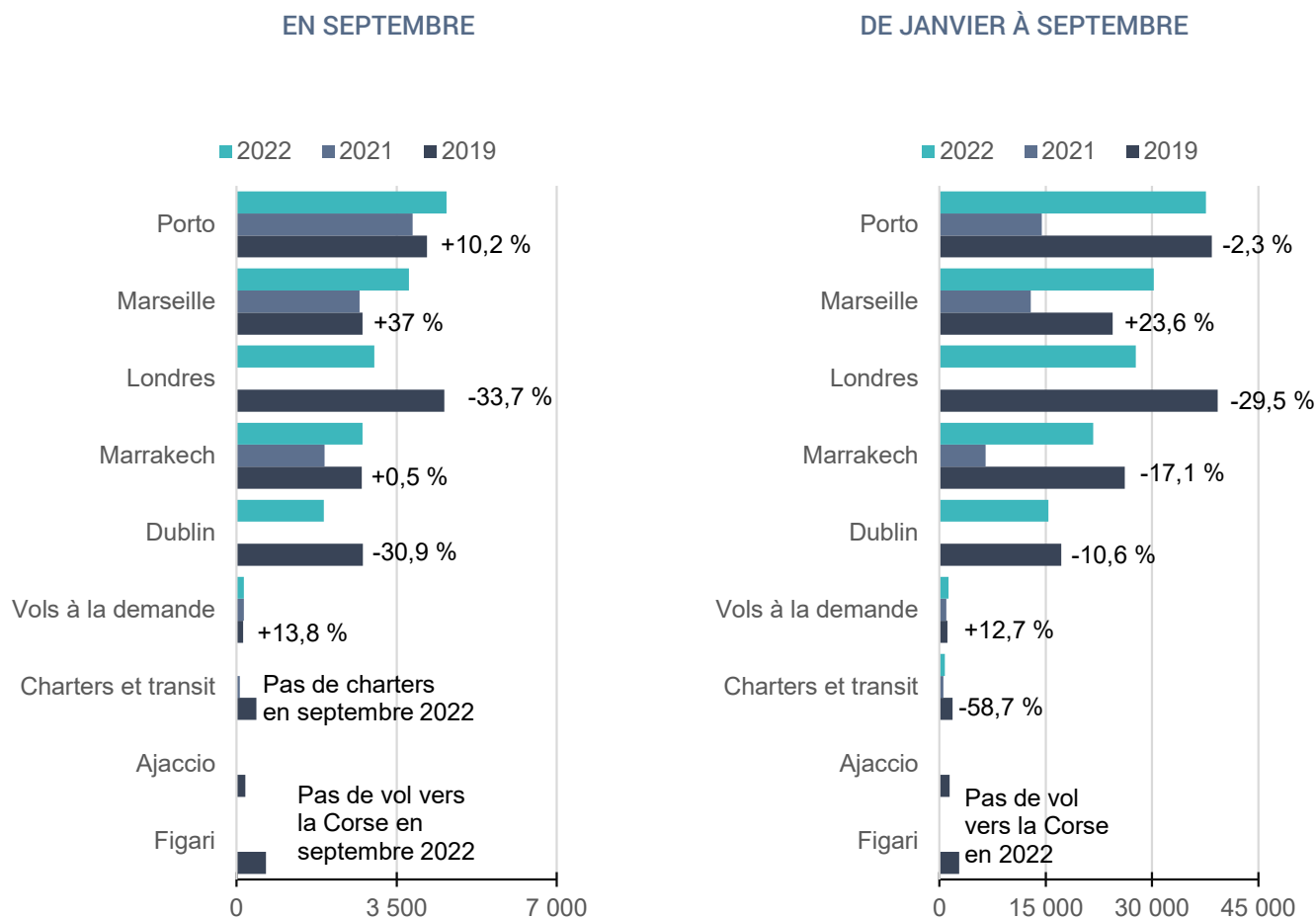
L'AÉROPORT TOURS VAL DE LOIRE

Source : Edeis, aéroport de Tours/ADT Touraine

En septembre 2022, le nombre de passagers à l'aéroport Tours Val de Loire diminue de 11,8 % par rapport à septembre 2019 (-7,6 % hors vols vers la Corse et charters). L'évolution de la demande est très corrélée à celle de l'offre de sièges : en repli pour les lignes vers les Iles Britanniques, stable pour Marrakech et en hausse pour Porto et Marseille. Il n'y a par ailleurs pas eu de vols charters ni vers la Corse en septembre 2022 contrairement à septembre 2019.

De janvier à septembre 2022, le recul du nombre de passagers est de 11,9 % (-9,4 % hors vols vers la Corse) par rapport aux mois de janvier à septembre 2019. L'offre de sièges diminue globalement de 4,5 % et de -0,6 % hors vols vers la Corse. La baisse des passagers (-29,5 %) est plus forte que celle des sièges (-13,8 %) sur la ligne avec Londres. Avec Dublin, une offre légèrement supérieure n'a pas permis un rétablissement de la demande. Le recul du nombre de passagers (-17,1 %) sur la ligne avec Marrakech est légèrement plus accentué que celui des sièges (-11,8 %). La liaison avec Porto est quasiment à l'équilibre. La meilleure reprise intervient sur la ligne avec Marseille avec une offre de sièges plus conséquente (+28 %) et des passagers plus nombreux (+23,6 %).

RÉPARTITION DES PASSAGERS (ARRIVÉES ET DÉPARTS) DE L'AÉROPORT DE TOURS EN 2019, 2021 ET 2022 ET ÉVOLUTIONS 2022/2019



Poids du nombre de passagers en septembre 2019 par rapport au total annuel : 9,3 %

LA MÉTÉO

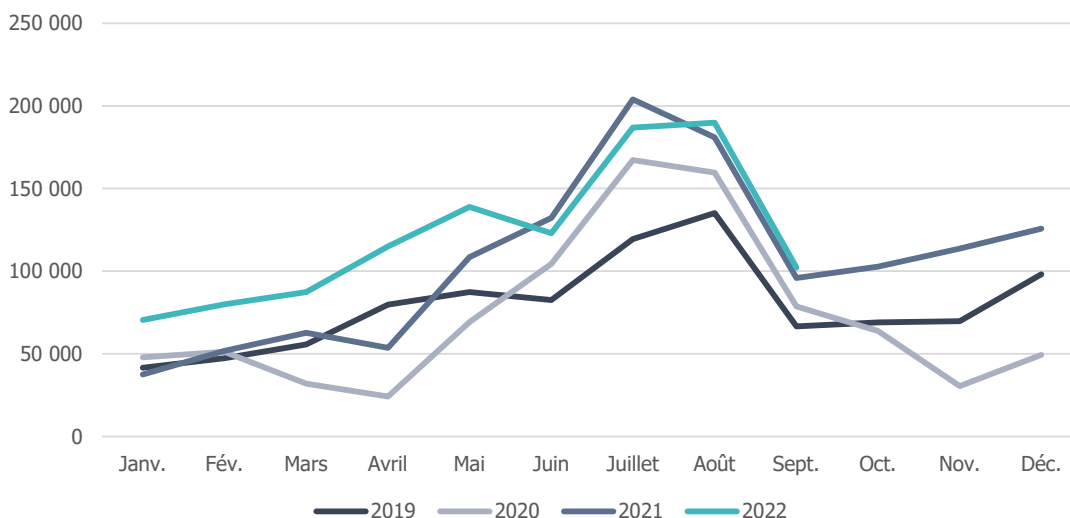
Source : ADT Touraine

La 1^{ère} quinzaine de septembre 2022 a prolongé l'été avec des températures très largement au-dessus de la normale. Il a néanmoins plu sur 8 jours. La 2^{ème} quinzaine a été beaucoup plus fraîche avec des températures en-dessous de la normale et des précipitations régulières en fin de mois. Cette météo mitigée ne semble pas avoir eu d'impact sur les flux touristiques compte tenu des évolutions constatées en septembre.

LES DISPOSITIFS WEB DE L'ADT TOURAINÉ

Source : ADT Touraine

NOMBRE DE VISITES MENSUELLES DU SITE WWW.TOURAINEVALDELOIRE.COM DE JANVIER 2019 À SEPTEMBRE 2022



Zoom sur l'une des images qui a touché le plus de personnes en septembre 2022



Cette vue aérienne du château d'Ussé est le visuel qui a le mieux fonctionné sur Facebook en septembre 2022 avec un peu plus de 670 000 personnes touchées et près de 46 500 interactions ("J'aime", commentaires et partages). À ce jour, c'est le post montrant le château de Chenonceau dans son écrin naturel en août 2022 qui a généré le plus d'intérêt depuis le début de l'année 2022 (plus d'1,2 millions de personnes touchées et près 68 500 interactions).

Les visites du site www.tourainevalde Loire.com augmentent de 6,5 % en septembre 2022 par rapport à septembre 2021 et de 53,1% par rapport à septembre 2019. Ce niveau n'a jamais été égalé sur un mois de septembre depuis 2019 notamment sur la version internationale dont le nombre de visites a triplé. De janvier à septembre 2022, le million de visites est déjà dépassé, un record à ce stade de l'année depuis 2019, soit +53 %/2019 et +17,9 %/2021. Que ce soit par rapport à 2019 ou 2021, le site international a multiplié sa fréquentation par environ 2,4. Les hausses sont également soutenues pour la version française : +12,2 %/janv.-sept 21 et +47,2 %/janv.-sept 19).

La Touraine reste en 2^{ème} position dans le classement des départements établi par l'agence "We Like Travel"* en septembre 2022, toujours derrière le Morbihan et devant Savoie Mont Blanc.

Sur Facebook, près de 2,85 millions de personnes ont été touchées en septembre 2022 avec un taux d'engagement de 9,16 % ce qui constitue de bons résultats.

À 125 000, le nombre de personnes touchées par les posts Instagram en septembre 2022 reste, comme en août, à un niveau assez bas. Le taux d'engagement oscille peu en septembre 2022 mais, à 3,8 %, il est légèrement supérieur aux mois précédents. C'est une tendance générale constatée sur l'ensemble des destinations en France. Dans ce contexte, la Touraine est bien placée et conserve sa position dans le top 10 des destinations sur ce critère.

Sans aucune sponsorship, le compte Pinterest a obtenu 29 000 impressions en septembre 2022 et une audience totale de 15 740 personnes. Depuis le début de l'année, ce média a permis de recueillir près d'1 million d'impressions avec une audience totale de près de 614 000 personnes.

Sur Tik Tok, une vidéo a été vue 39 000 fois. Elle portait sur le château du Rivau.

* Qu'est-ce que le score We Like Travel (WLT) ?

Sur la base de 3 réseaux sociaux, 15 indicateurs de performance et 30 paliers de notation, le score WLT mesure la performance sociale media globale des destinations. Il permet de valoriser chaque mois celles qui ont eu la stratégie la plus efficace sur les réseaux sociaux, sur des critères quantitatifs et qualitatifs. Cet algorithme est calculé automatiquement, et ces critères sont mis à jour chaque année.

Voici certains des indicateurs retenus dans le score WLT :

- La taille des communautés (nombre de fans, nombre d'abonnés)
- Le volume d'interaction par post sur Facebook, Instagram et Twitter
- Le taux d'engagement sur Facebook, Instagram et Twitter
- La croissance des communautés
- Le rythme de publications
- Le type de contenus publiés, et notamment les vidéos