Touraine

Val de Loire

Ici, vivre est un art

Tourisme en Touraine, horizonS 2030
17 mars 2022

Qu’est-ce que le tourisme en Touraine ?

Un apport économique essentiel

1 milliard d' €uros annuel dépensés par les touristes

4 millions d'€uros collectés via la taxe de séjour par les collectivités d'Indre-et-Loire

10 000 Emplois salariés privés dans les activités caractéristiques du tourisme soit

6,4 % de l'emploi salarié privé total

Sources : DGE/INSEE/Collectivités locales/Pilote 41/ADT Touraine

Une activité qui place l'Indre-et-Loire en pôle position dans le tourisme régional

26 % des emplois touristiques régionaux

1/3 de l'offre d'hébergement marchand

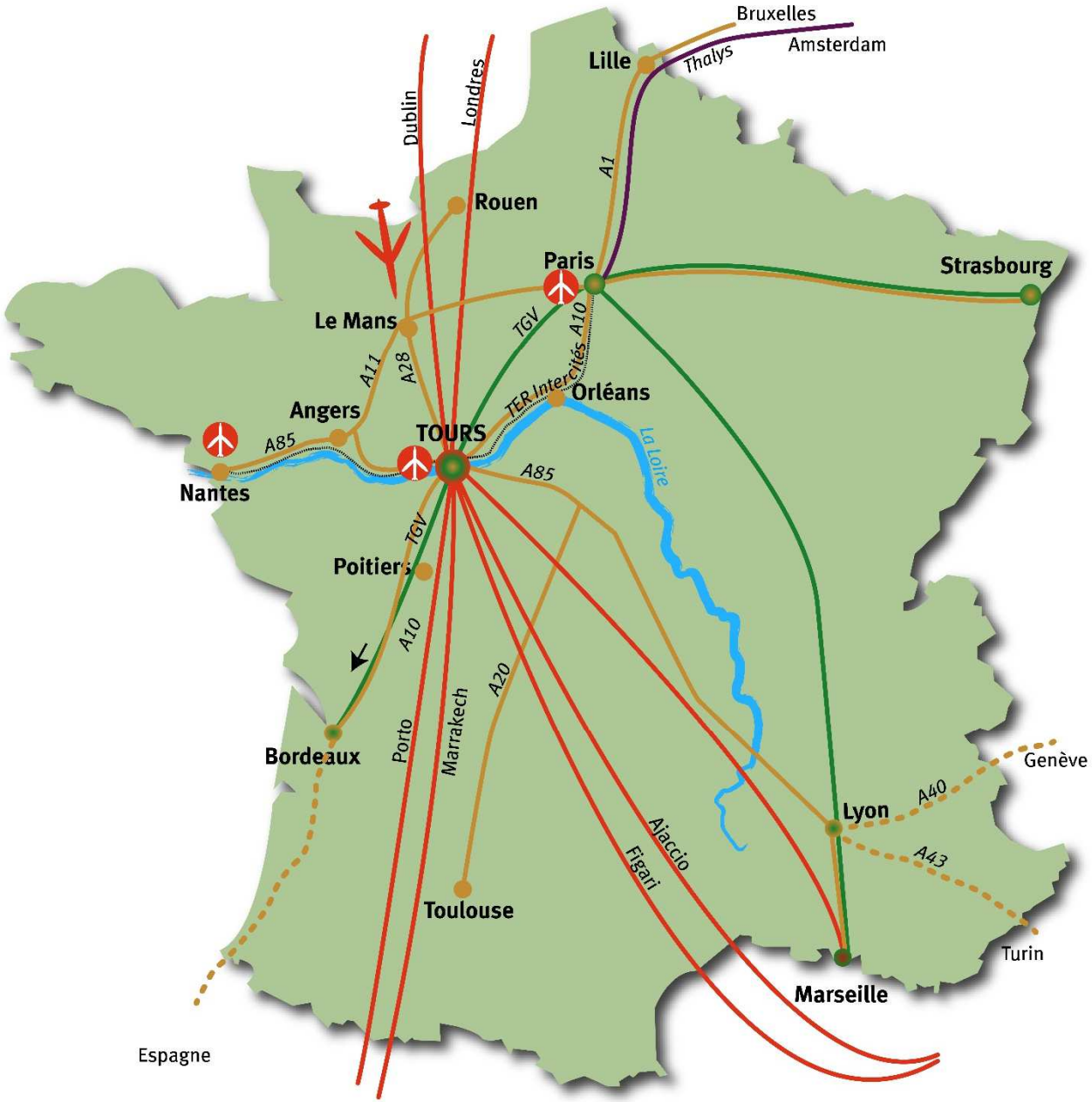
28 % des touristes sédentaires en séjour en région Centre-Val de Loire en 2019

Près de 50 % des touristes itinérants ayant réalisé un séjour en région Centre-Val de Loire en 2019

Sources : CRT Centre-Val de Loire/INSEE/Tourinsoft/Offices de tourisme/ADT Touraine

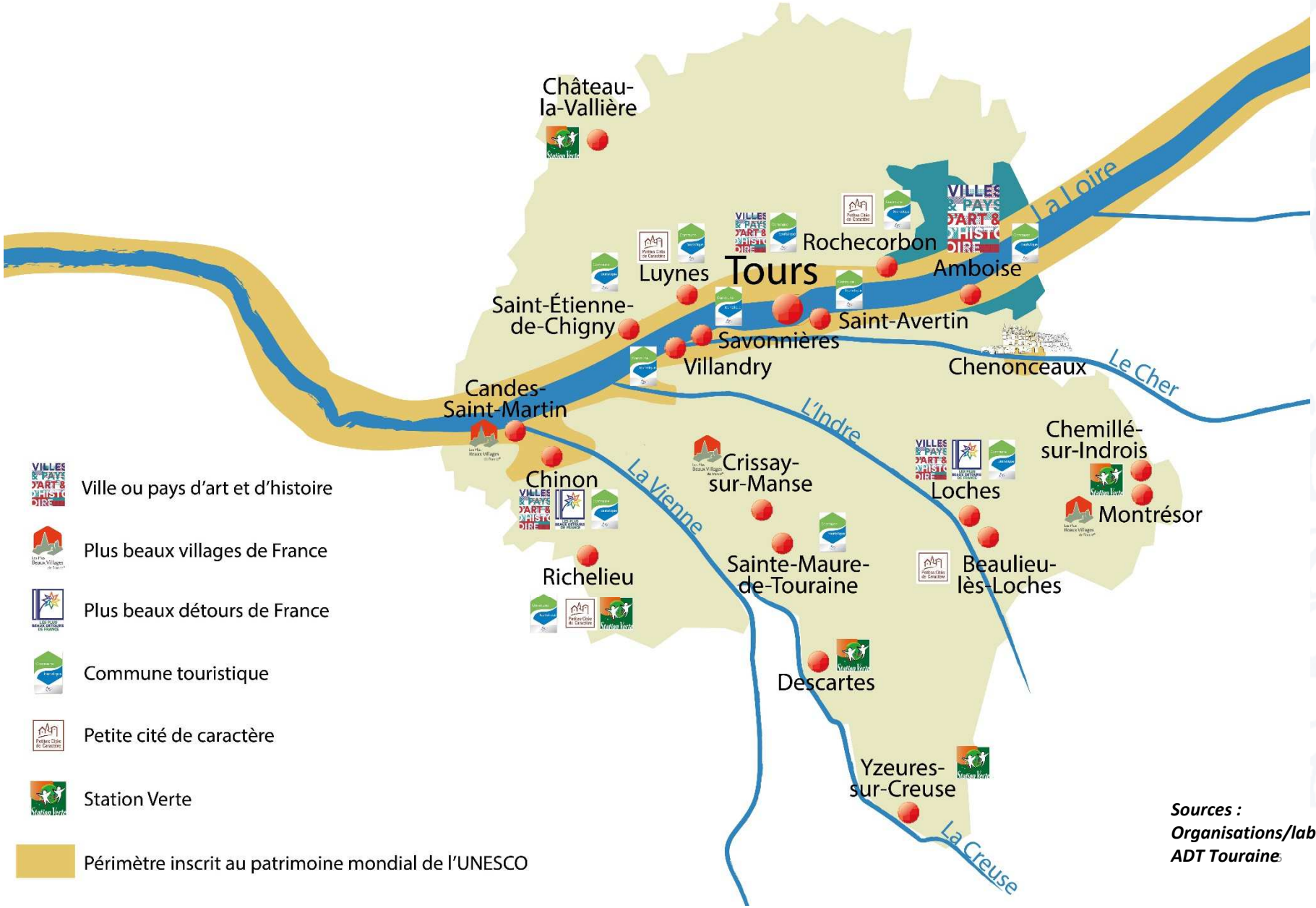
Touraine
Val de Loire
Ici, vivre est un art

Une destination proche de Paris et bien desservie



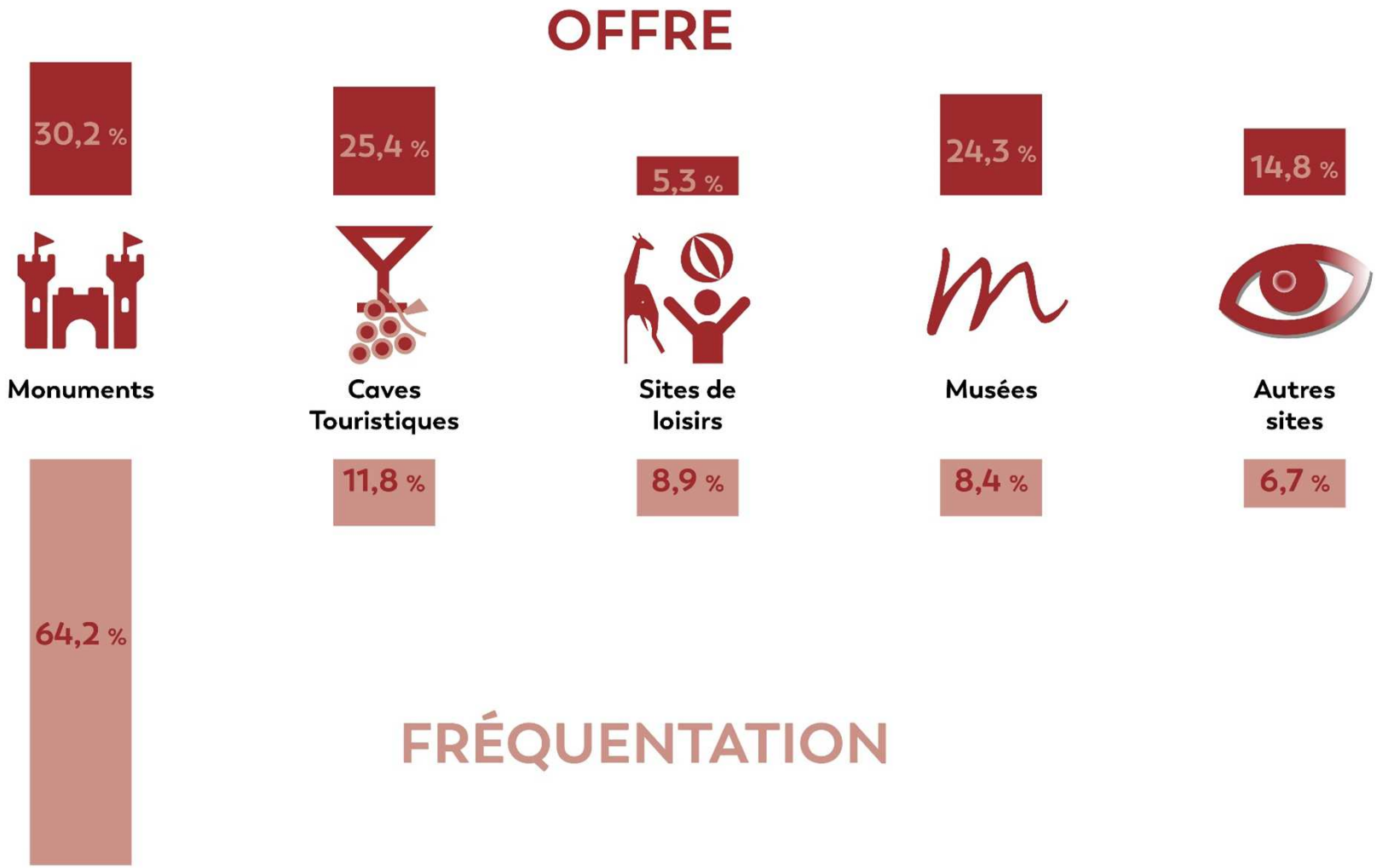
Source : ADT Touraine

Une destination au cœur du périmètre UNESCO avec plusieurs reconnaissances patrimoniales



Sources : Organisations/labels/ ADT Touraine

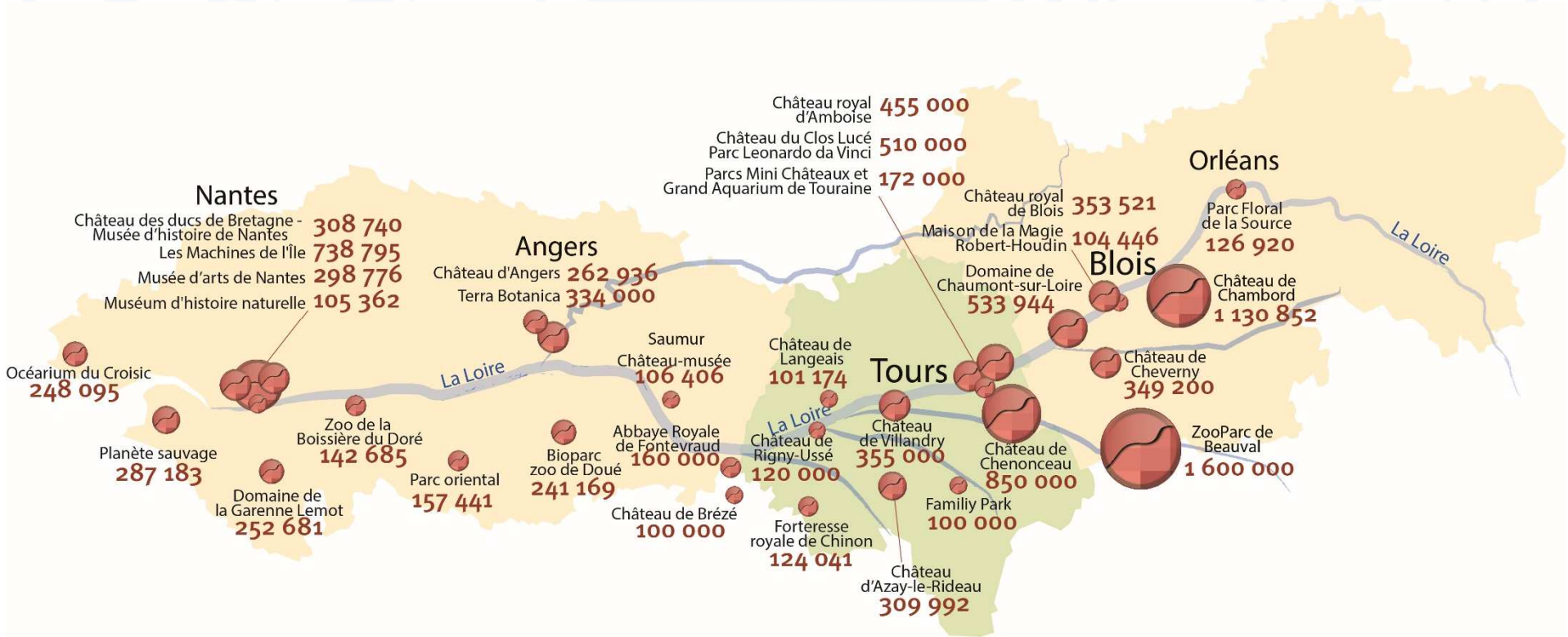
Une pluralité de sites à visiter



Sources : Responsables sites de visite/Interloire/Conseil départemental de Touraine/Tourinsoft/Offices de tourisme/CRT Centre-Val de Loire/ADT Touraine

L'opportunité de visiter de nombreux sites majeurs du Val de Loire…

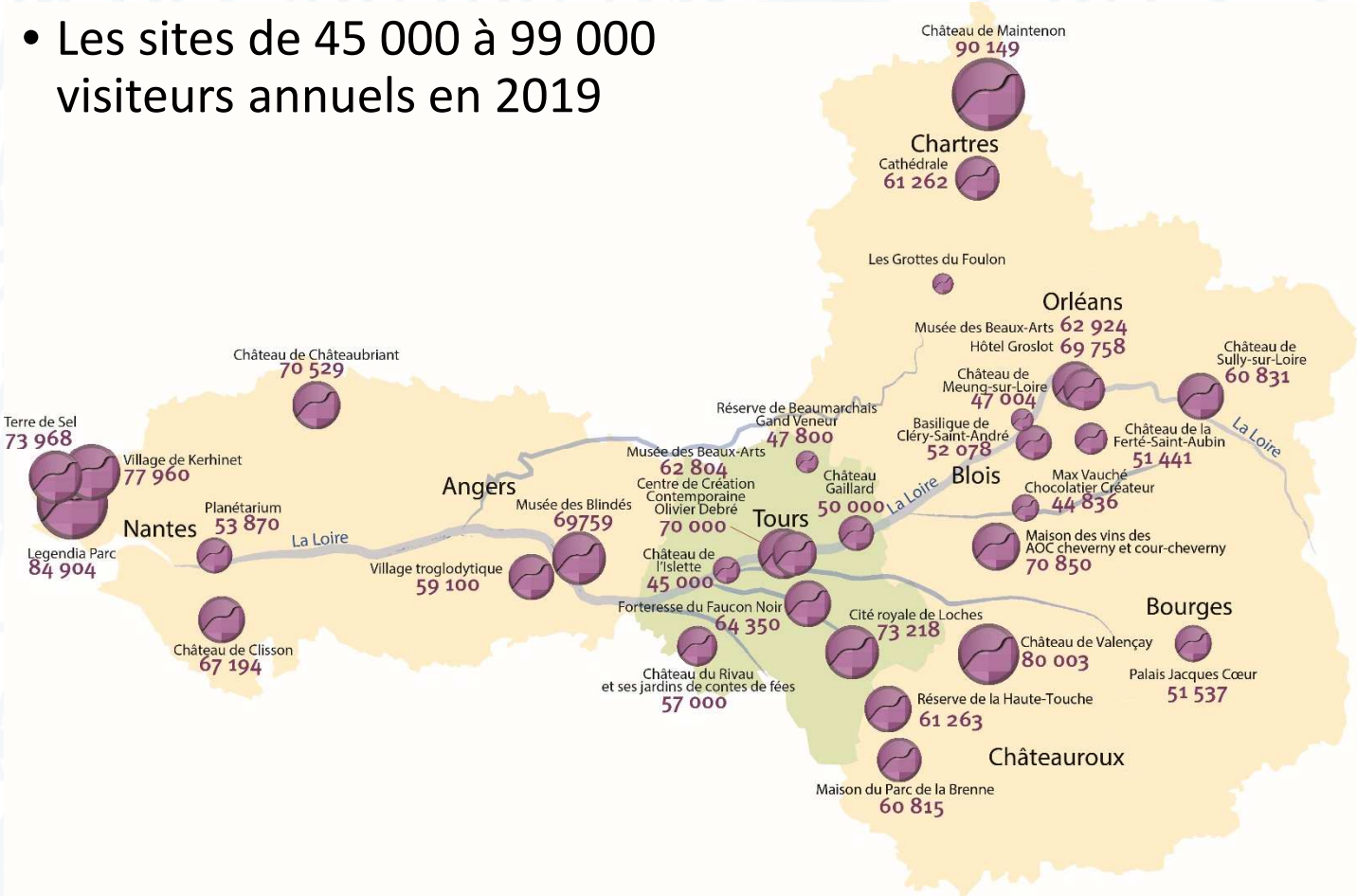
- Les sites de plus de 100 000 visiteurs annuels en 2019



Sources : Responsables sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Organismes d'observation départementaux/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

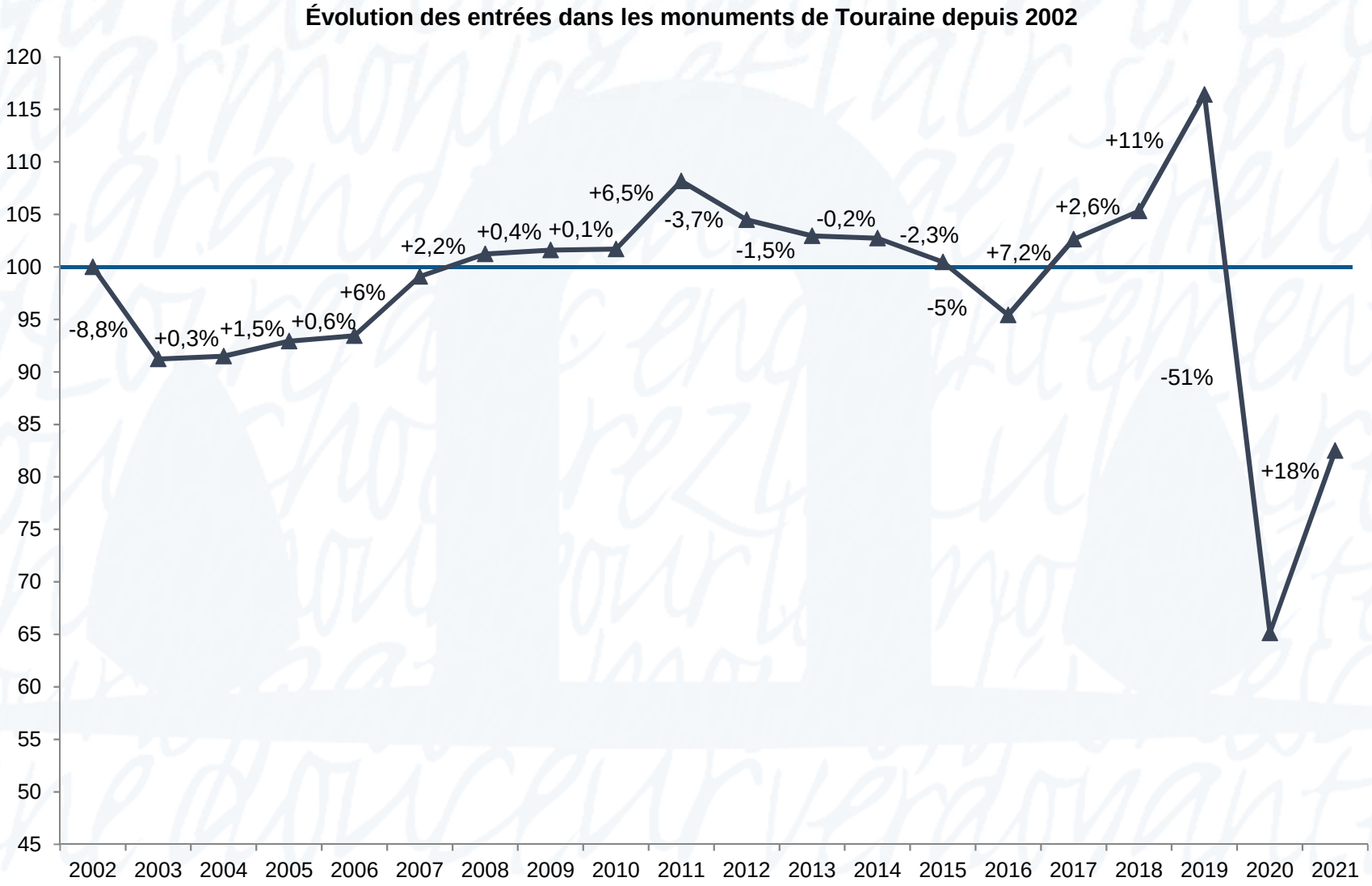
… ce qui n'enlève rien à l'attraction d'autres sites de visite

- Les sites de 45 000 à 99 000 visiteurs annuels en 2019



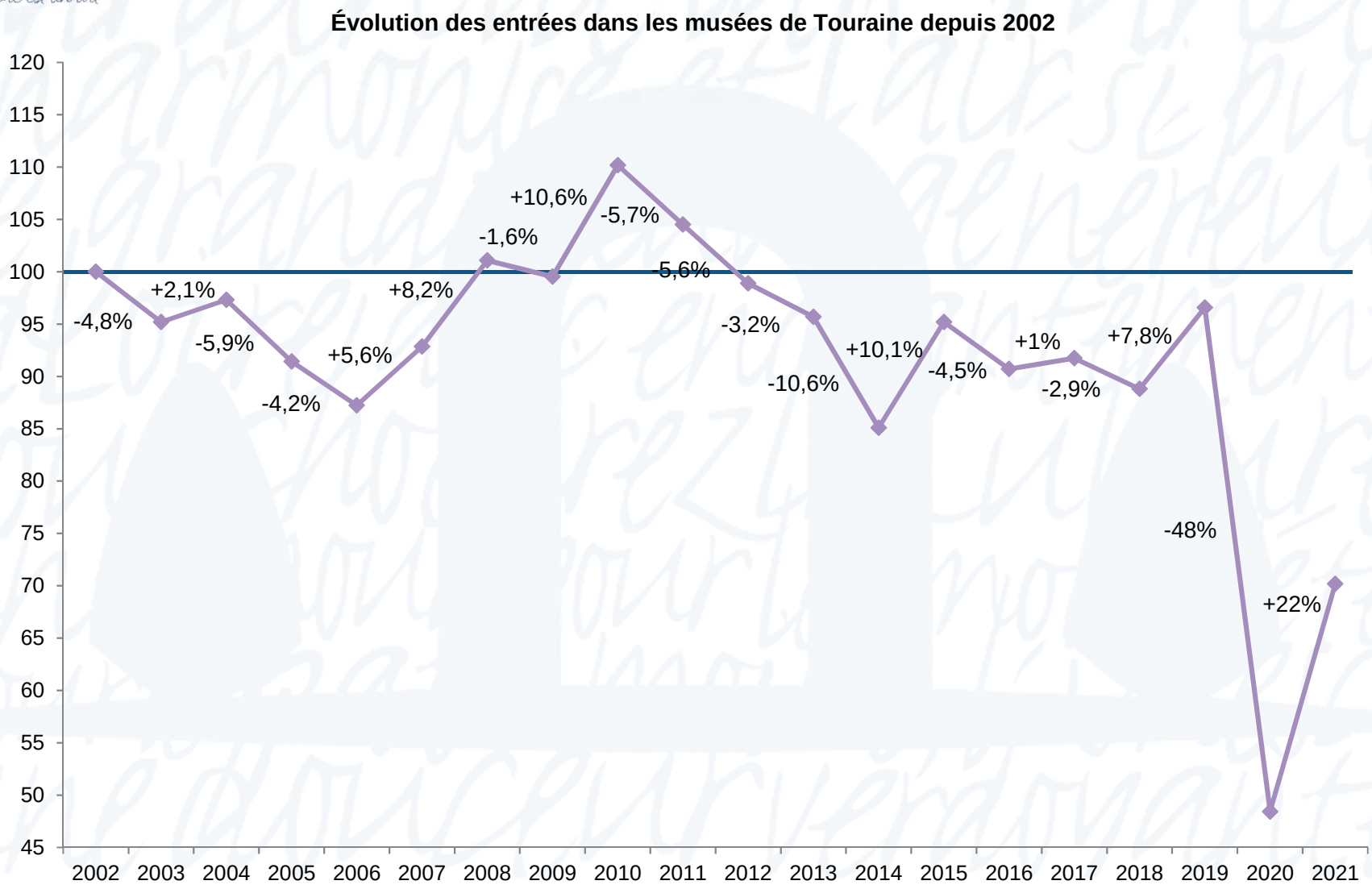
Sources : Responsables sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Organismes d'observation départementaux/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

Une évolution de fréquentation au gré des crises sécuritaires, économiques et sanitaires



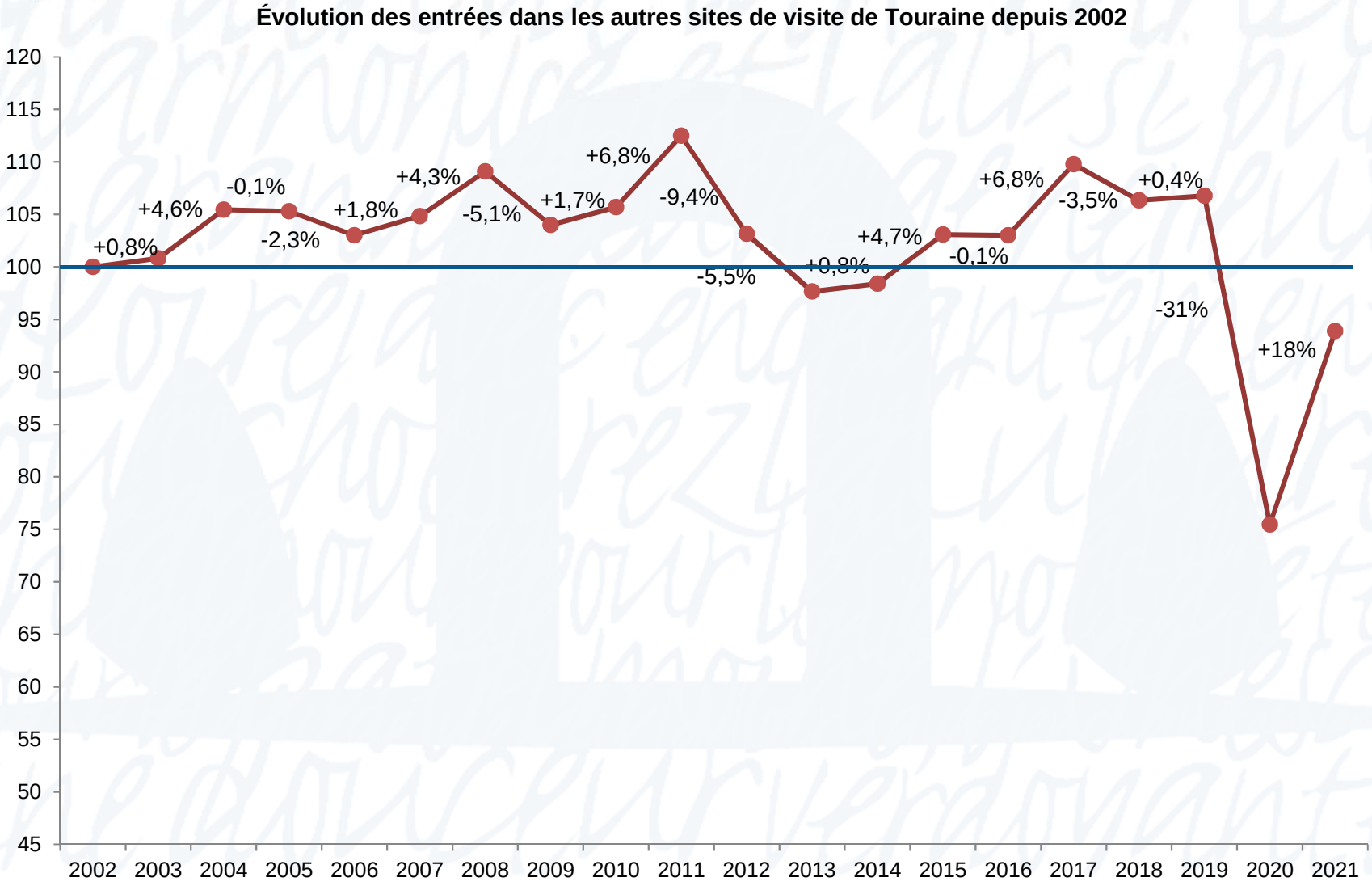
Sources : Responsables sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

Une évolution de fréquentation au gré des crises sécuritaires, économiques et sanitaires



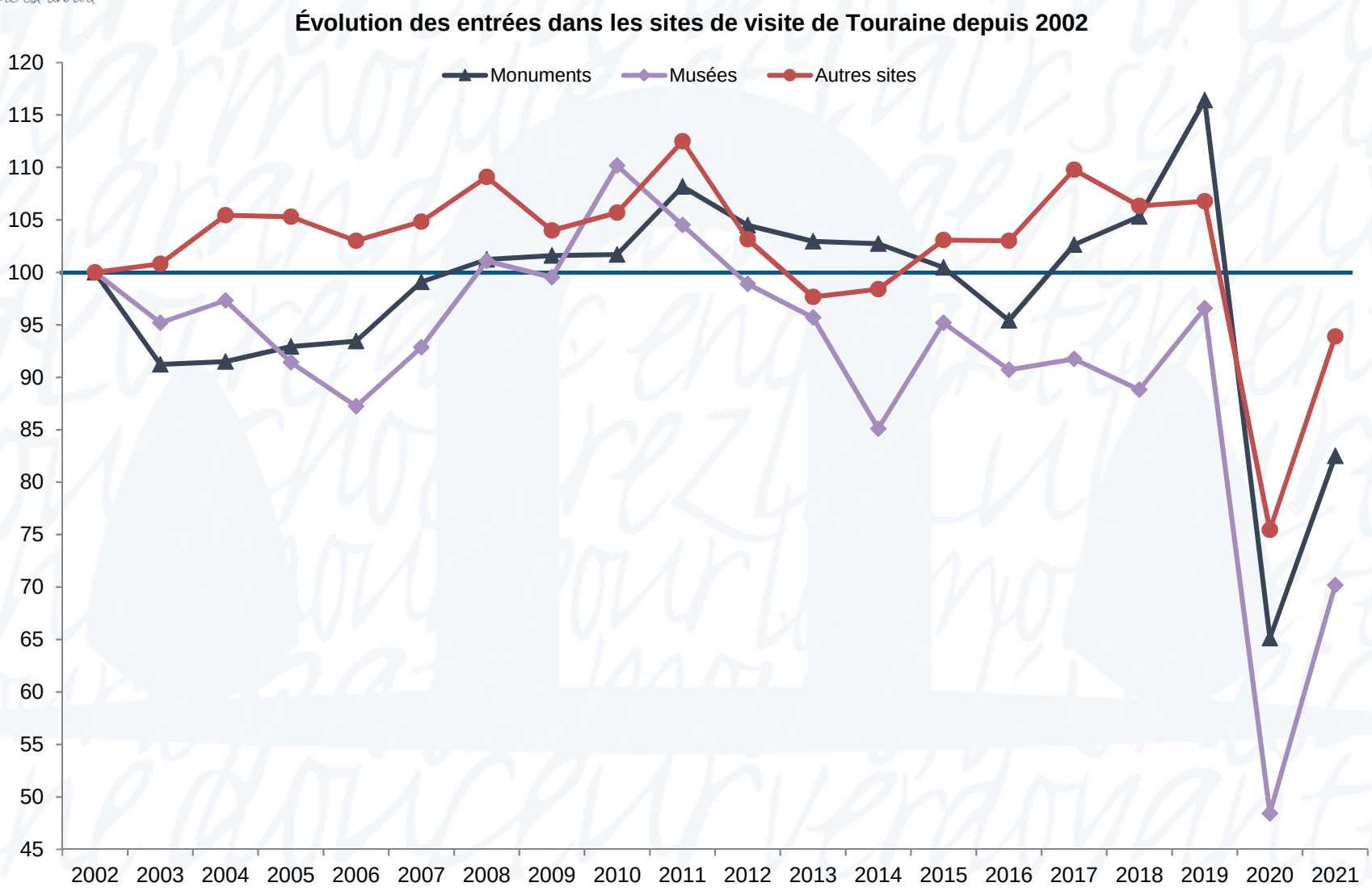
Sources : Responsables sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

Une évolution de fréquentation au gré des crises sécuritaires, économiques et sanitaires



Sources : Responsables sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

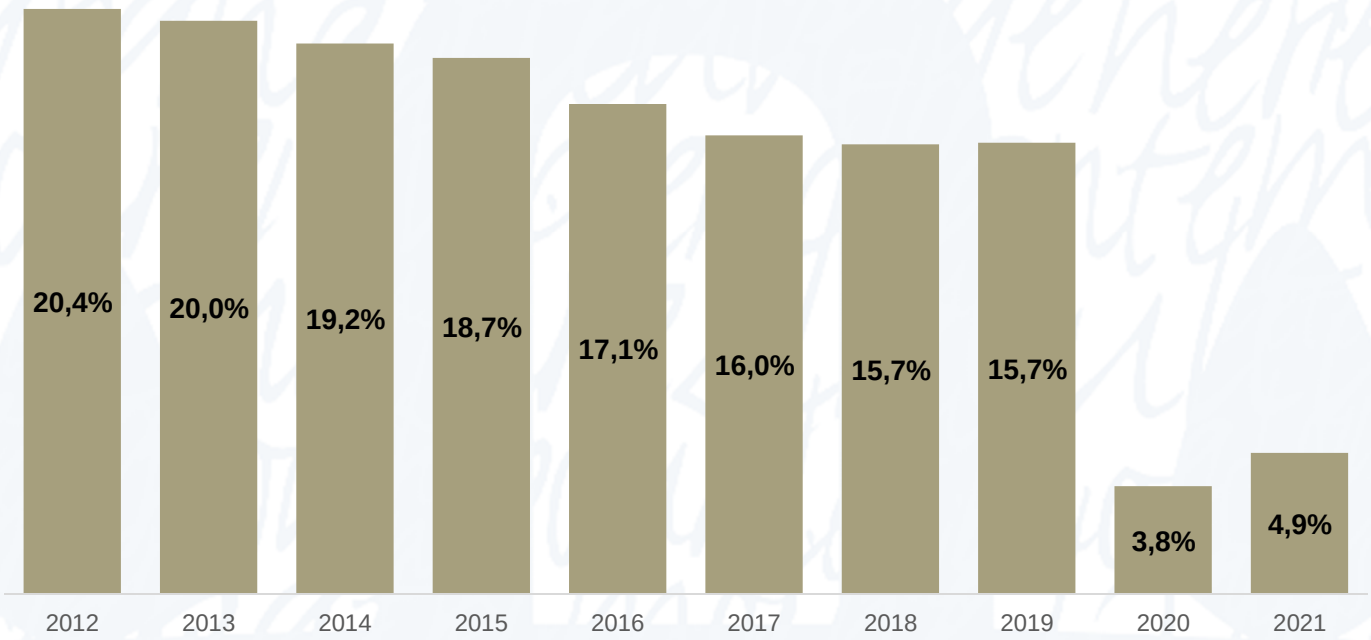
Une évolution de fréquentation au gré des crises sécuritaires, économiques et sanitaires



Sources : Responsables sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

Une baisse structurelle de la clientèle groupe dans les monuments

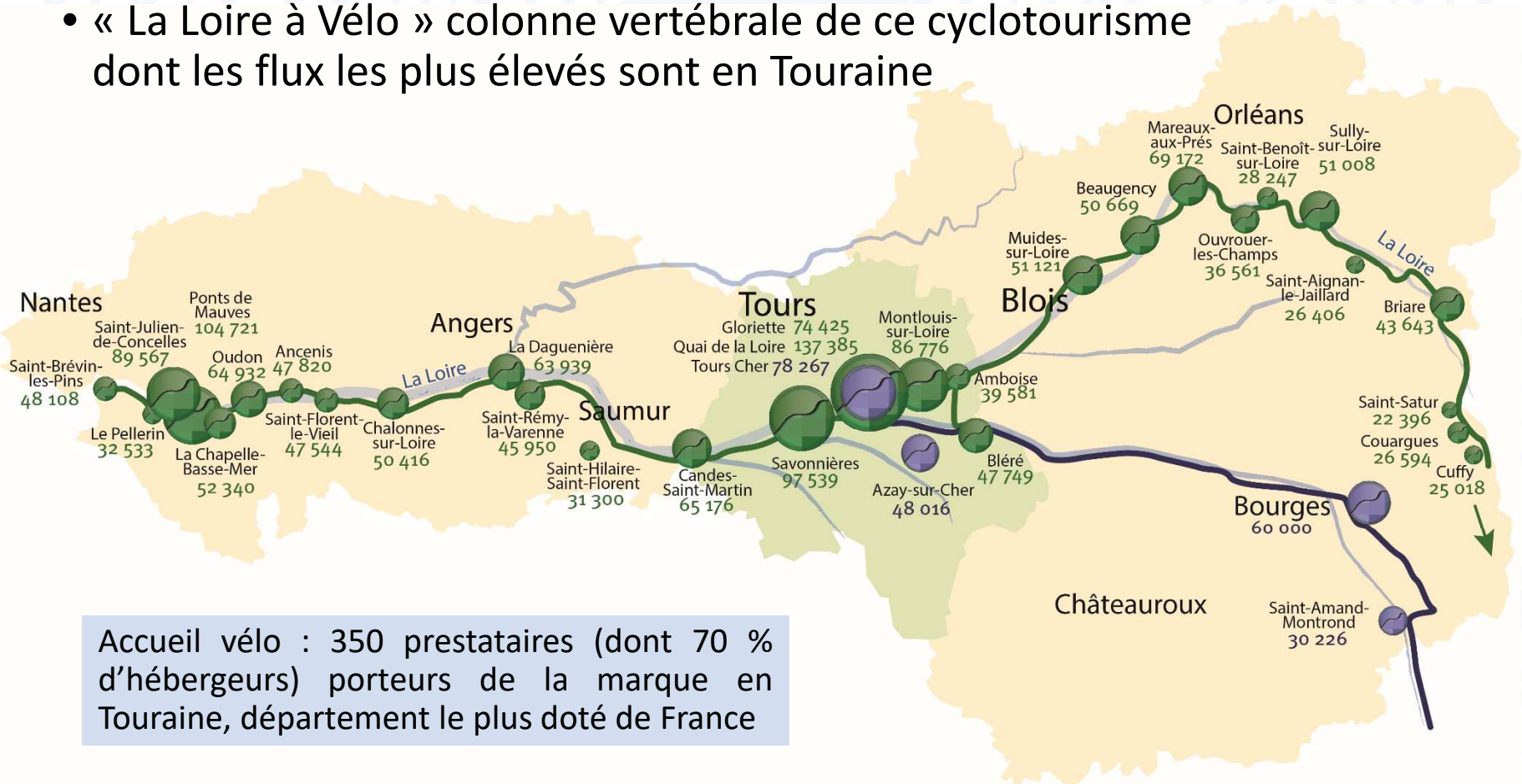
Évolution du poids des visiteurs venus en groupe dans 7 monuments de Touraine



Sources : Responsables sites de visite/CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

Une destination cyclable qui a pris sa place dans le paysage français

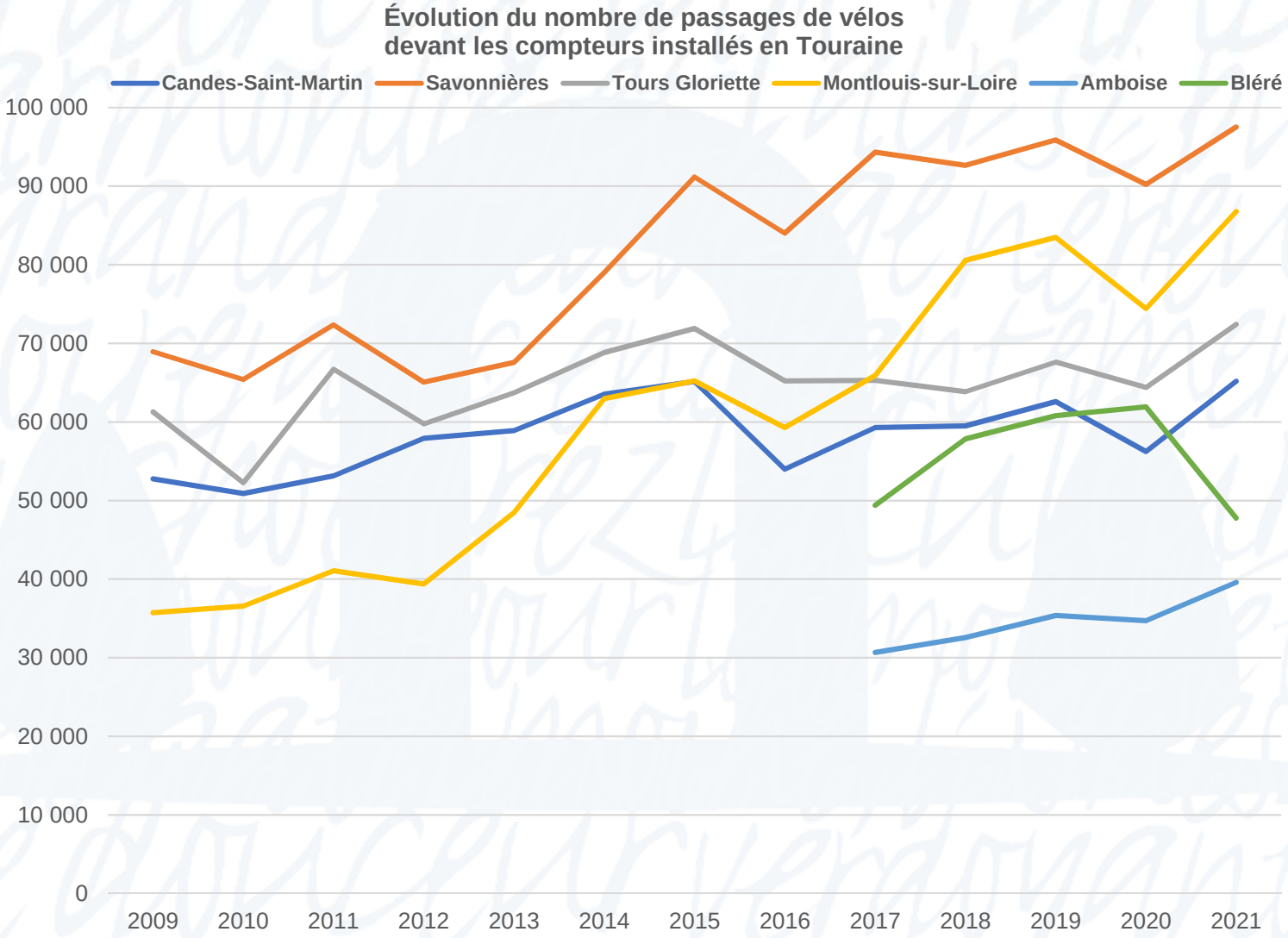
- 2 000 km de voies avec 4 véloroutes qui se croisent à Tours
- « La Loire à Vélo » colonne vertébrale de ce cyclotourisme dont les flux les plus élevés sont en Touraine



Accueil vélo : 350 prestataires (dont 70 % d'hébergeurs) porteurs de la marque en Touraine, département le plus doté de France

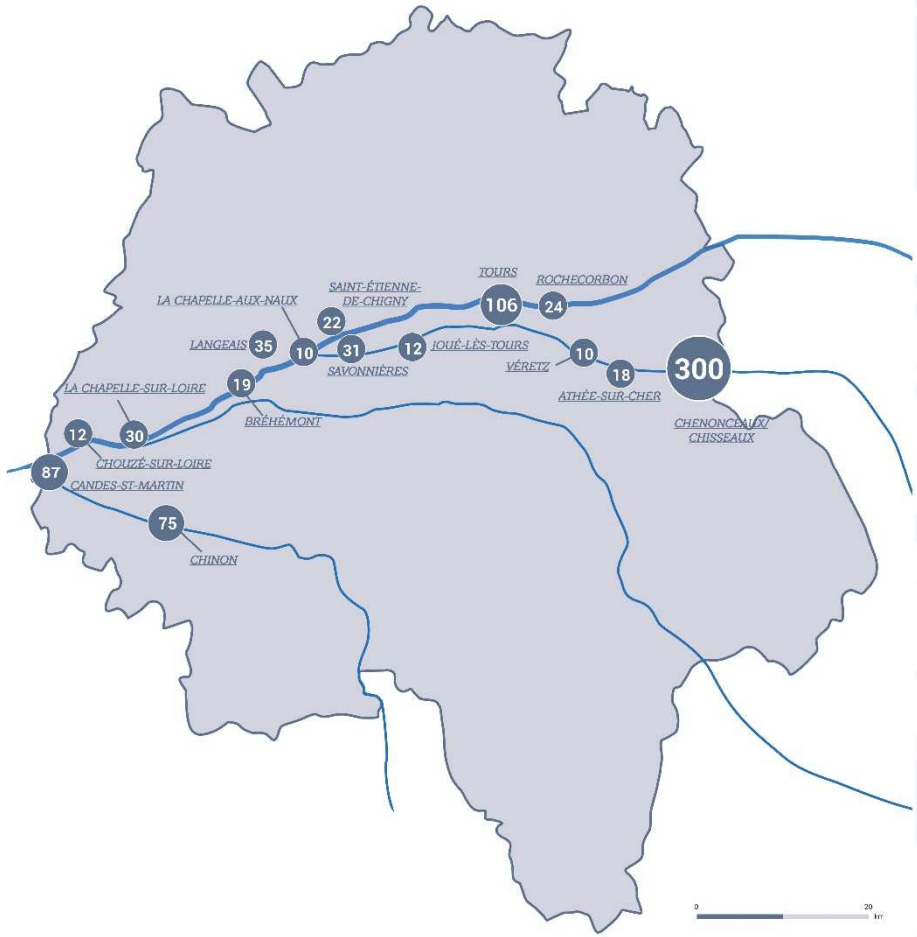
Sources : CRT Centre-Val de Loire/Organismes d'observation départementaux/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/Tours Métropole Val de Loire/ADT Touraine

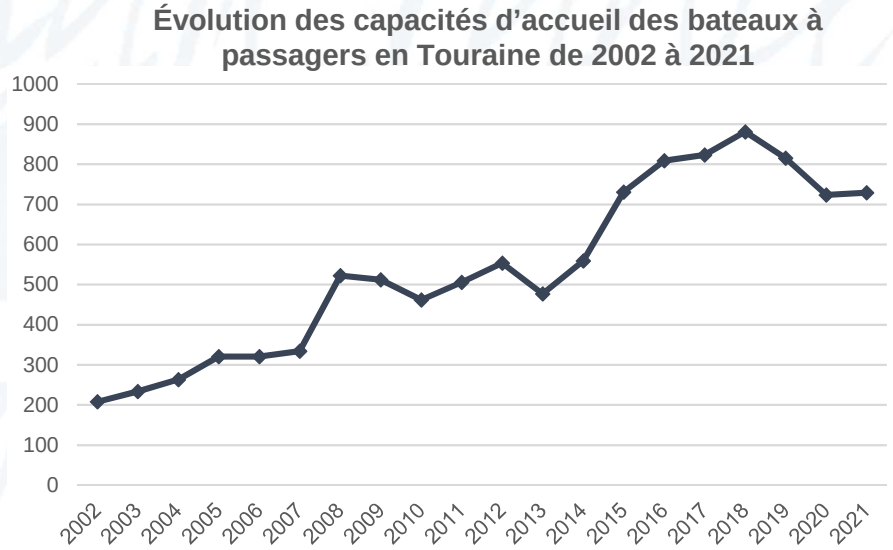
La fréquentation de l'itinéraire de La Loire à Vélo ne connait pas les crises

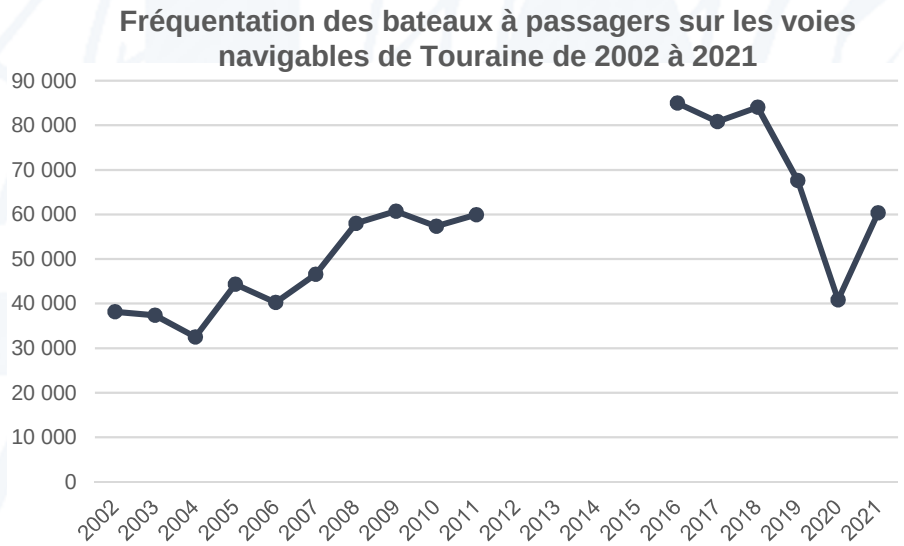


Sources : CRT Centre-Val de Loire/Conseil départemental d'Indre-et-Loire/ADT Touraine

Le tourisme fluvial a beaucoup progressé et conserve des marges de développement

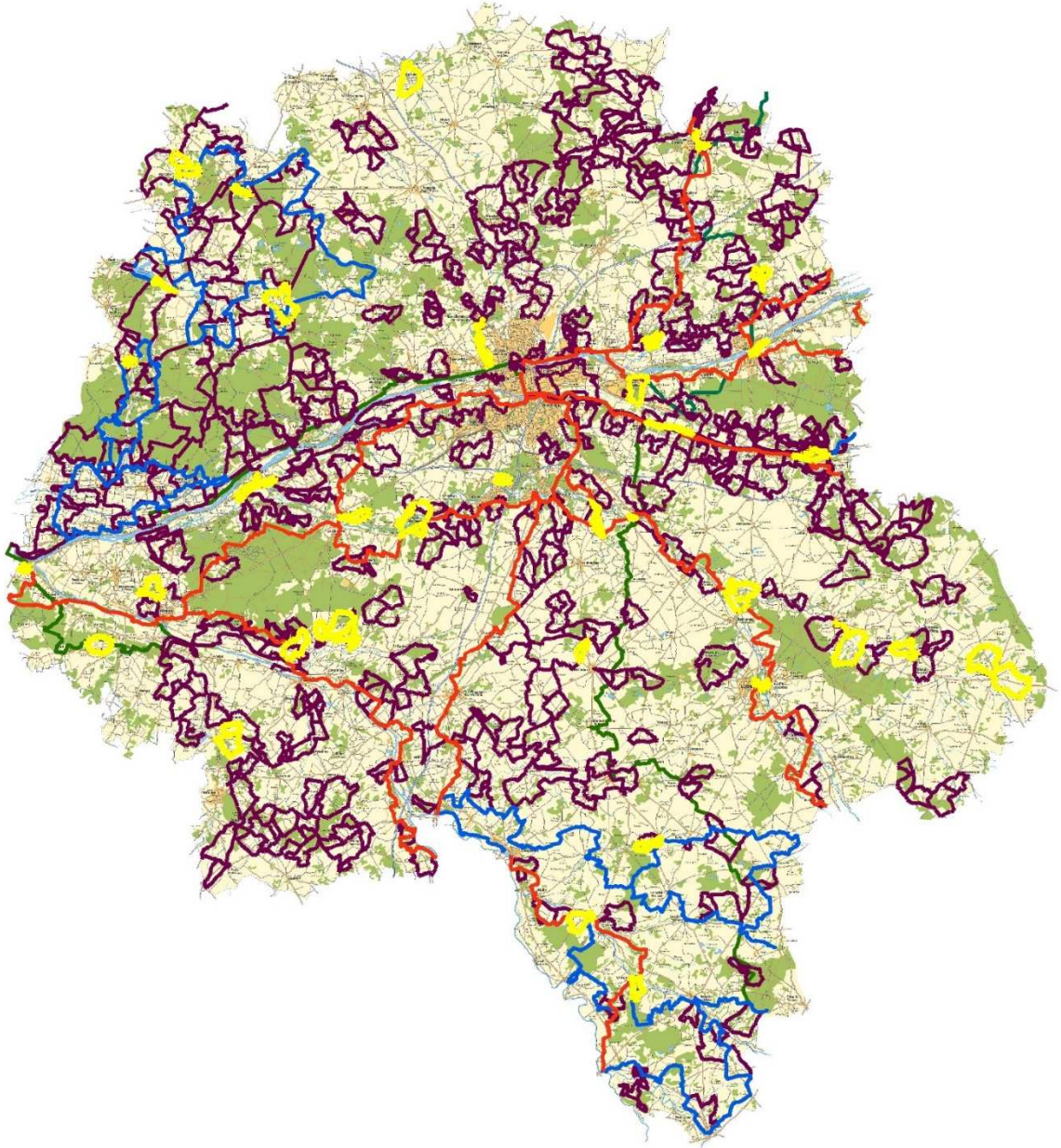






Sources : CRT Centre-Val de Loire/Tours Métropole Val de Loire/ADT Touraine

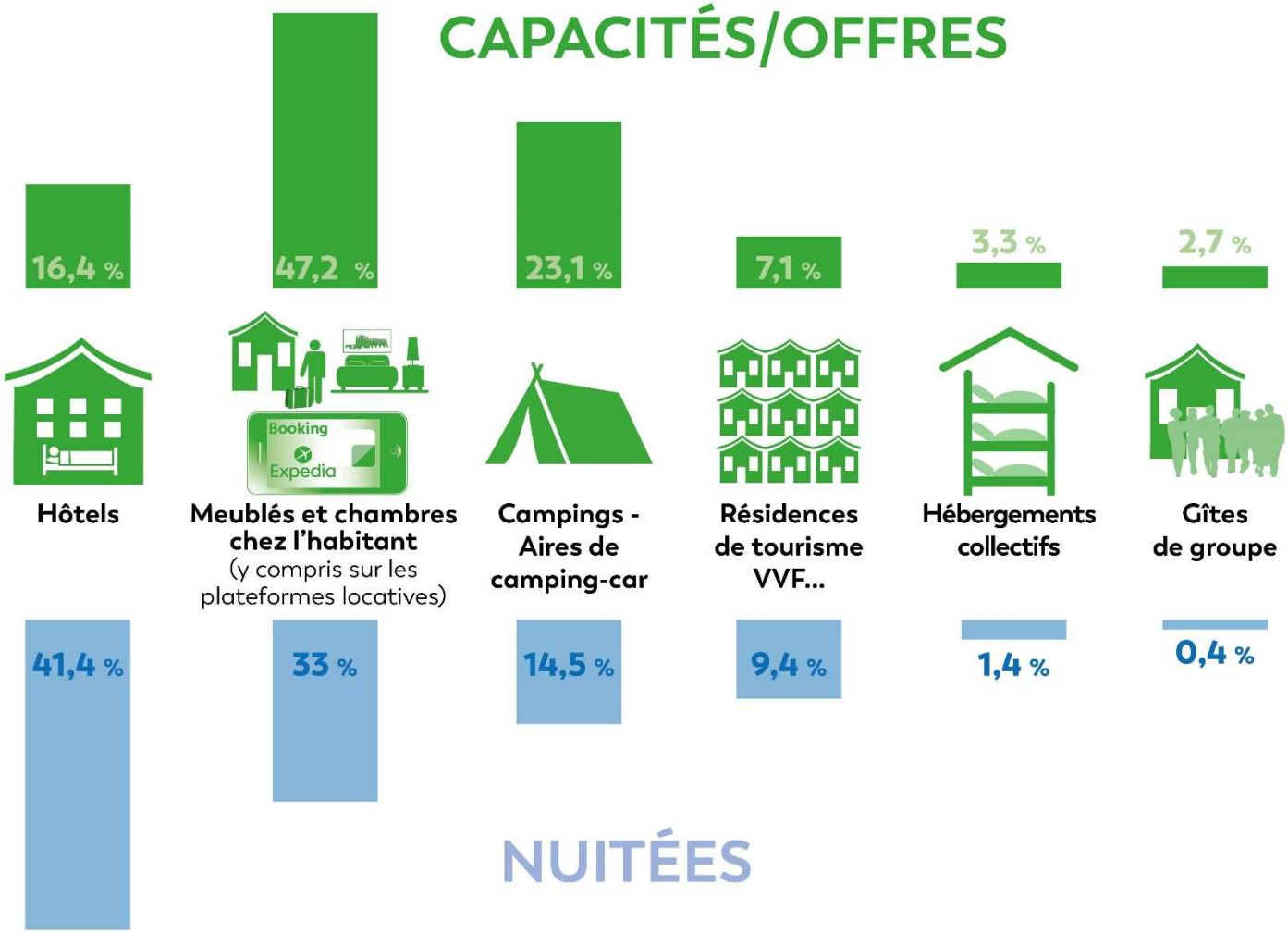
Près de 6 800 kms d'itinéraires de randonnée pédestre



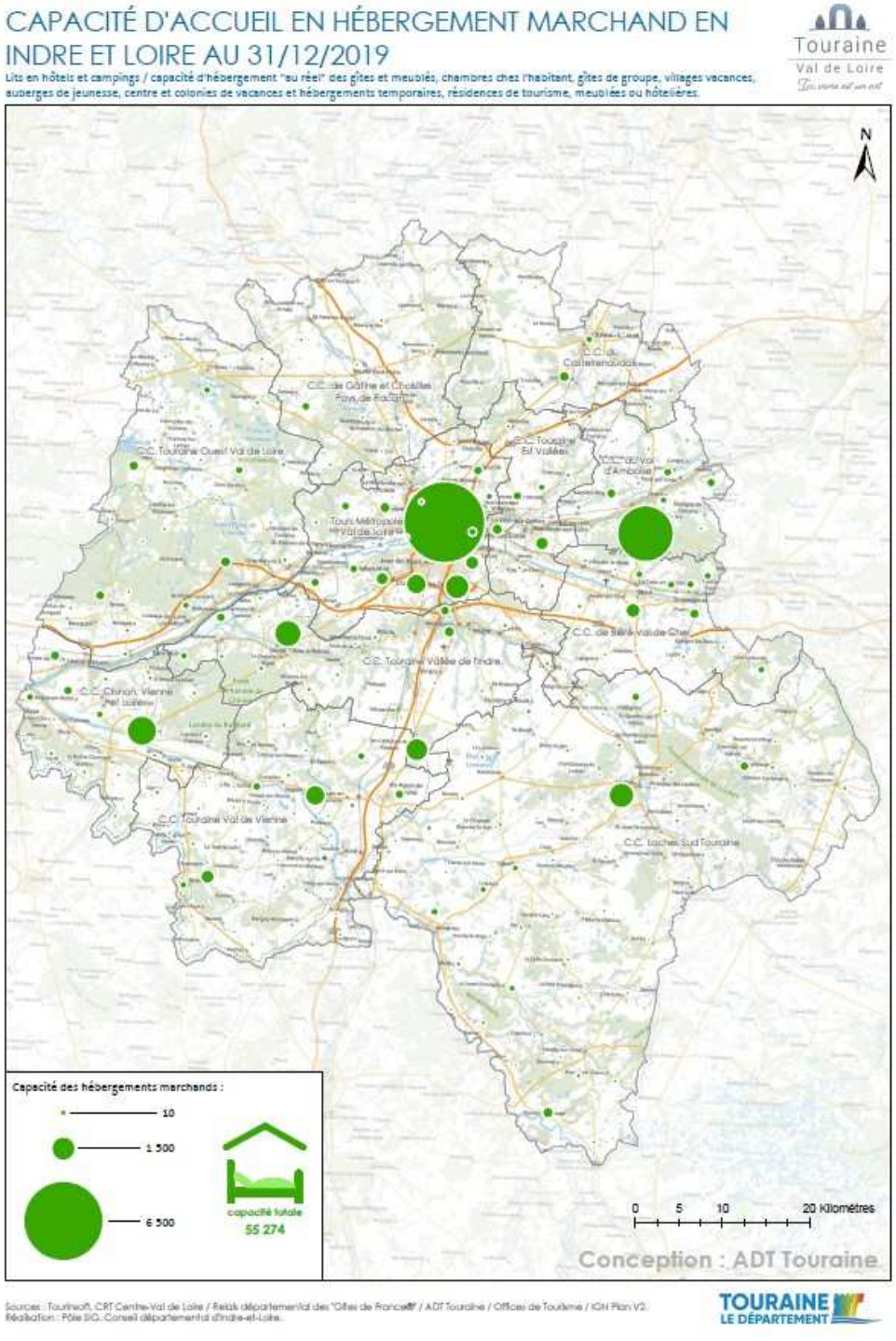
- 5 000 km de Promenade et Randonnée (PR)
- 560 km de Grande Randonnée (GR)
- 480 km de Grande Randonnée de Pays (GRP)
- 400 km répartis en 36 circuits « Balades en Touraine »
- 330 km d'itinéraires Martiniens

GR3
GRP
Itinéraires Martiniens
Itinéraires de Promenade et de Randonnée
Balades en Touraine

Une activité qui s'appuie sur une pluralité d'hébergements



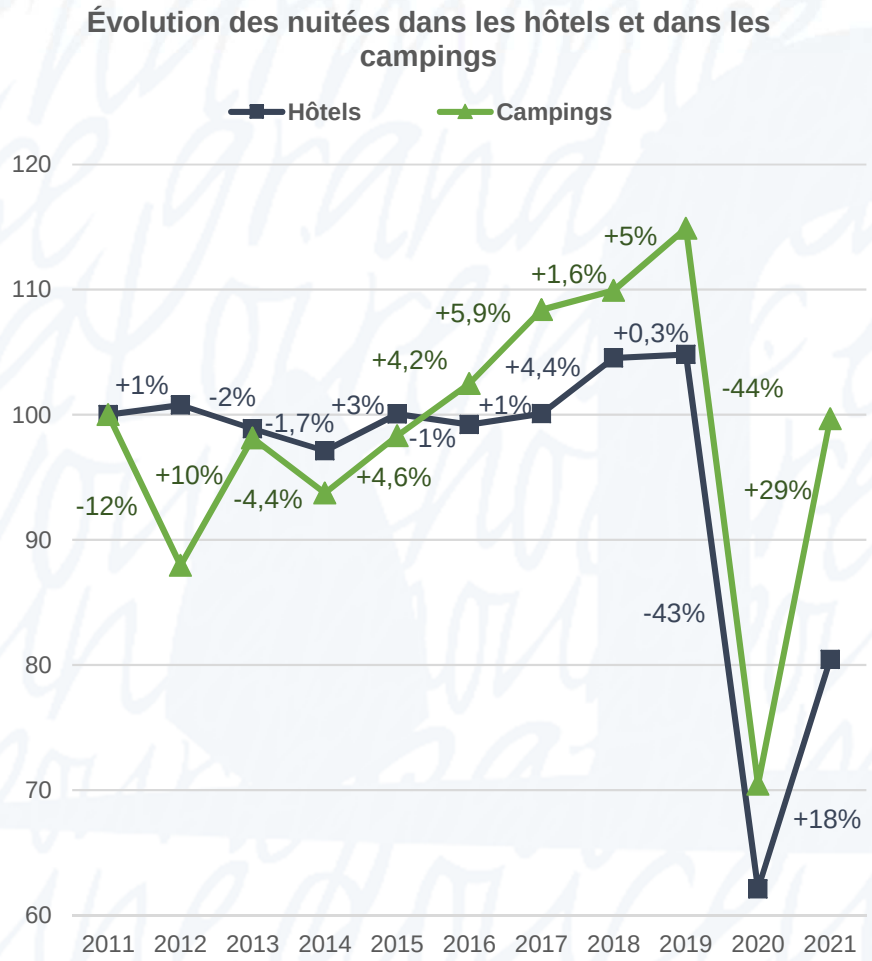
Sources : Collectivités locales via la collecte de la taxe de séjour/Tourisnsoft/CRT Centre Val de Loire/ADT Touraine

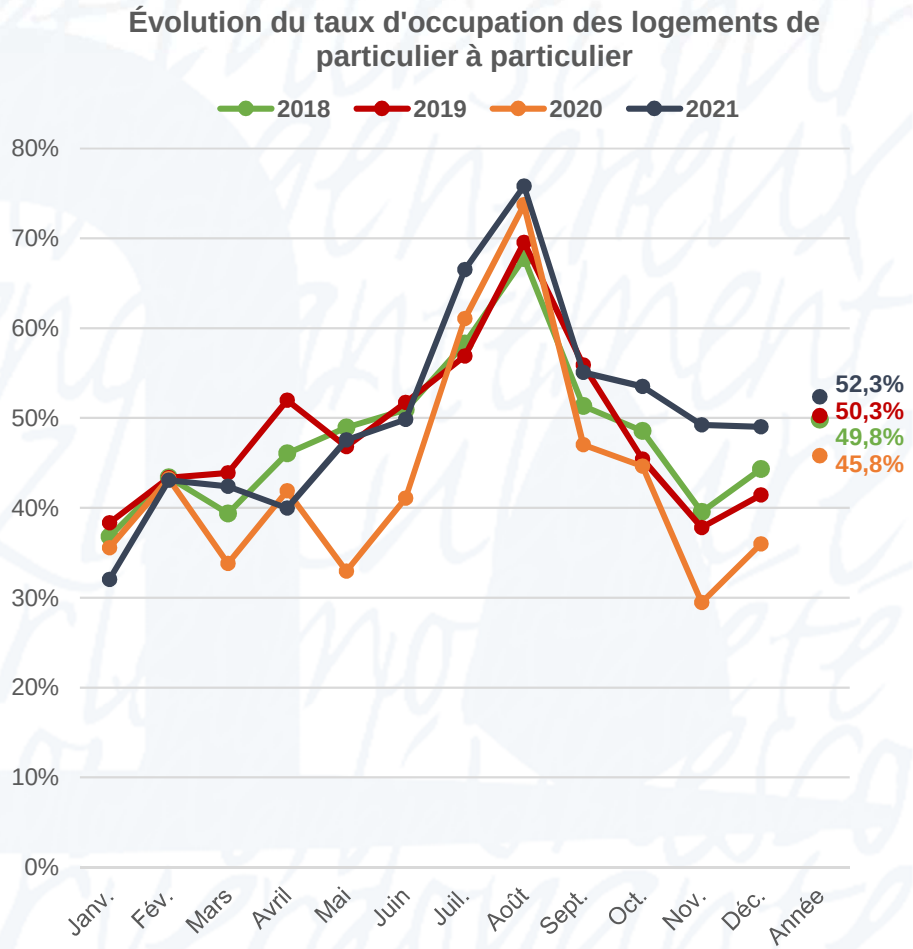


Une activité qui s'appuie sur une pluralité d'hébergements

- Tours concentre beaucoup d'hébergements en raison du nombre important d'hôtels et de résidences de tourisme ou hôtelières qui s'appuient sur le tourisme d'affaires
- Les hébergements touristiques sont ensuite assez concentrés dans :
  - les principales villes du département : Amboise, Chinon, Azay-le-Rideau et Loches,
  - les communes limitrophes à Tours avec une présence importante d'hôtels(Chambray-les-Tours, Joué-lès-Tours),
  - les communes où sont implantés de gros campings (Sainte-Catherine-de-Fierbois, Trogues).

Un bon maintien de la fréquentation des hébergements

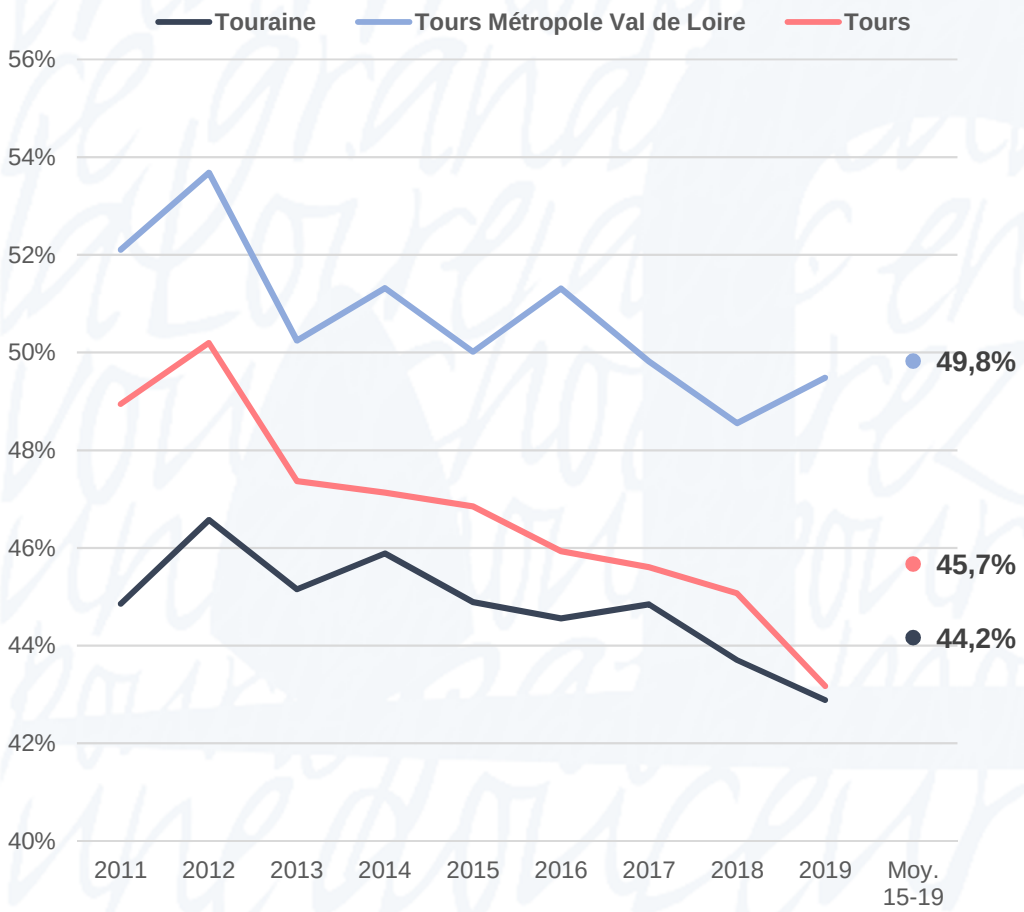




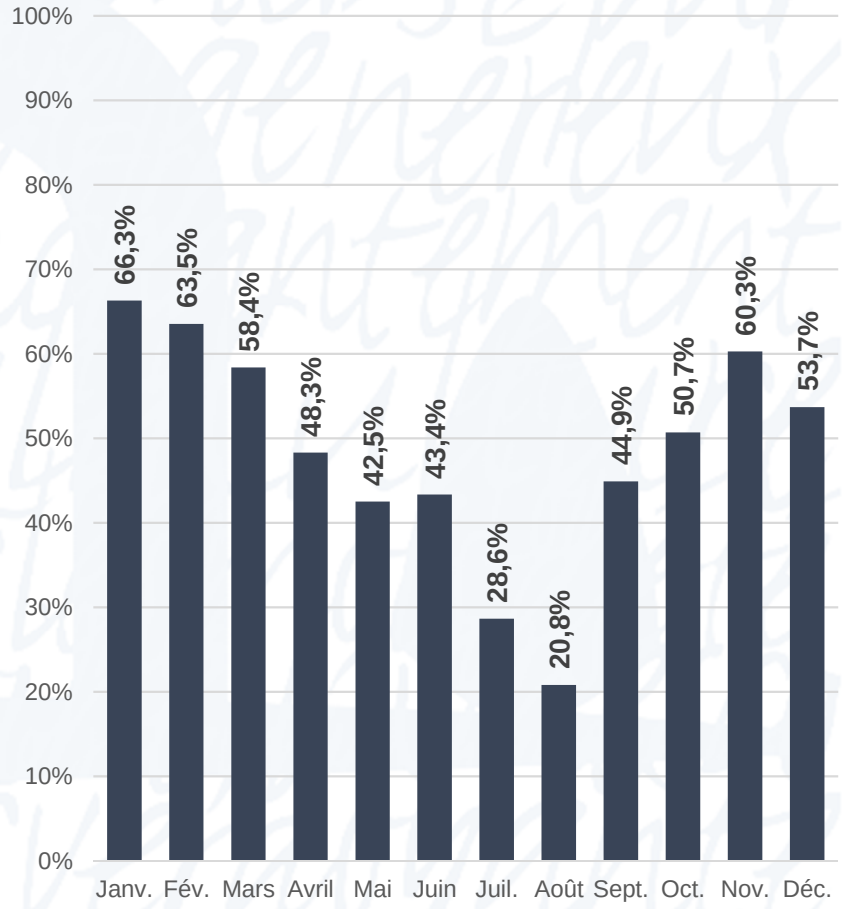
Sources : Enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux, départementaux et locaux/AirDNA/ADT Touraine

Une destination de tourisme d'affaires : dans les hôtels, près d'1 client sur 2 vient pour un motif professionnel

Poids annuel de la clientèle d'affaires dans les hôtels depuis 2011 en Touraine, à Tours Métropole Val de Loire et à Tours

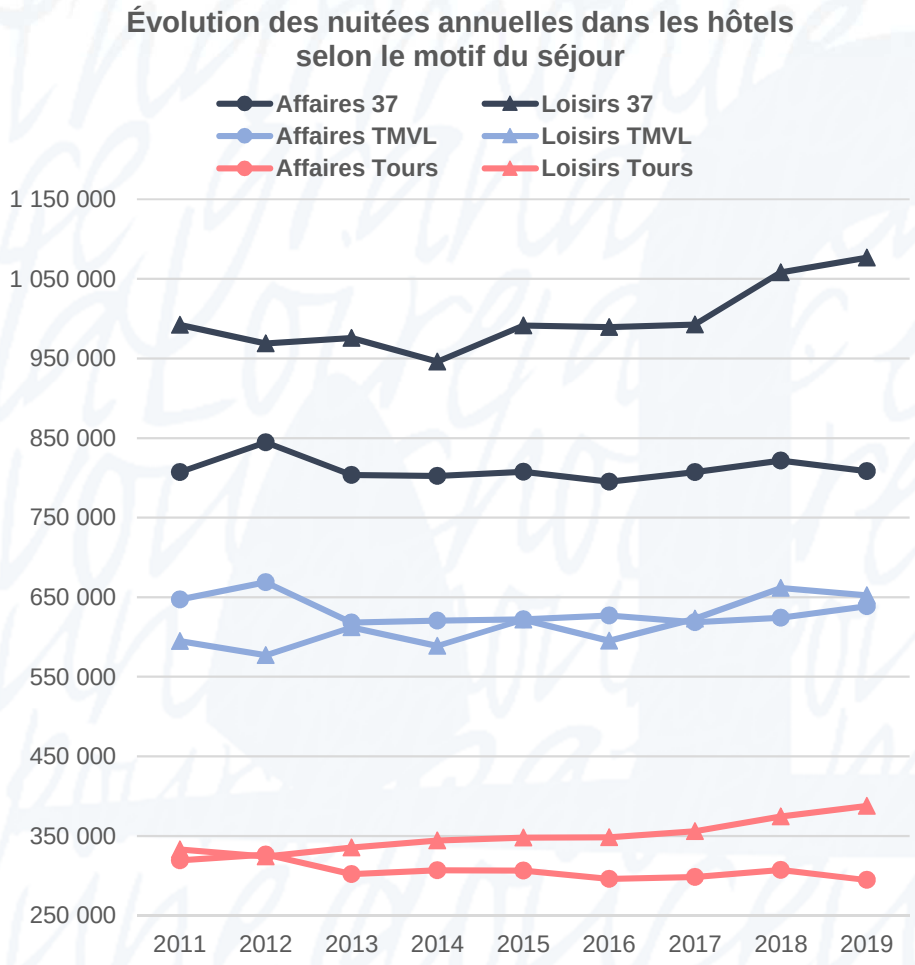


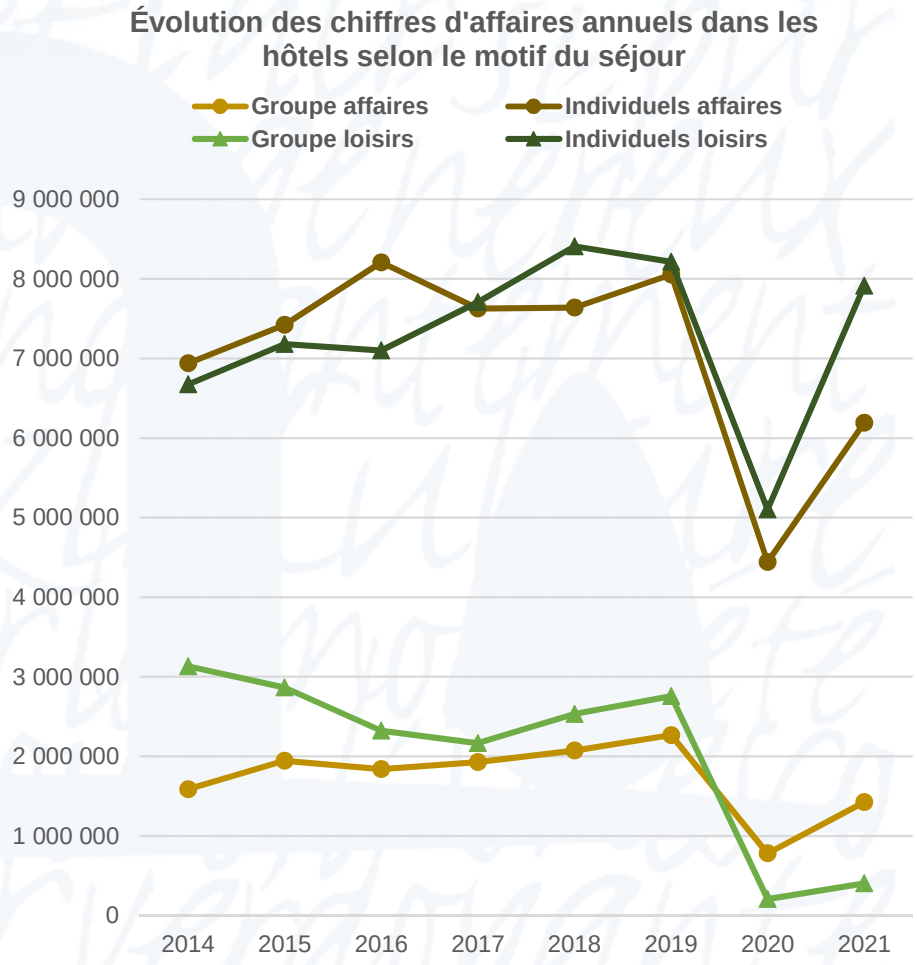
Poids mensuel de la clientèle d'affaires dans les hôtels de Touraine en moyenne 2015-2019



Sources : Enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux, départementaux et locaux/ADT Touraine

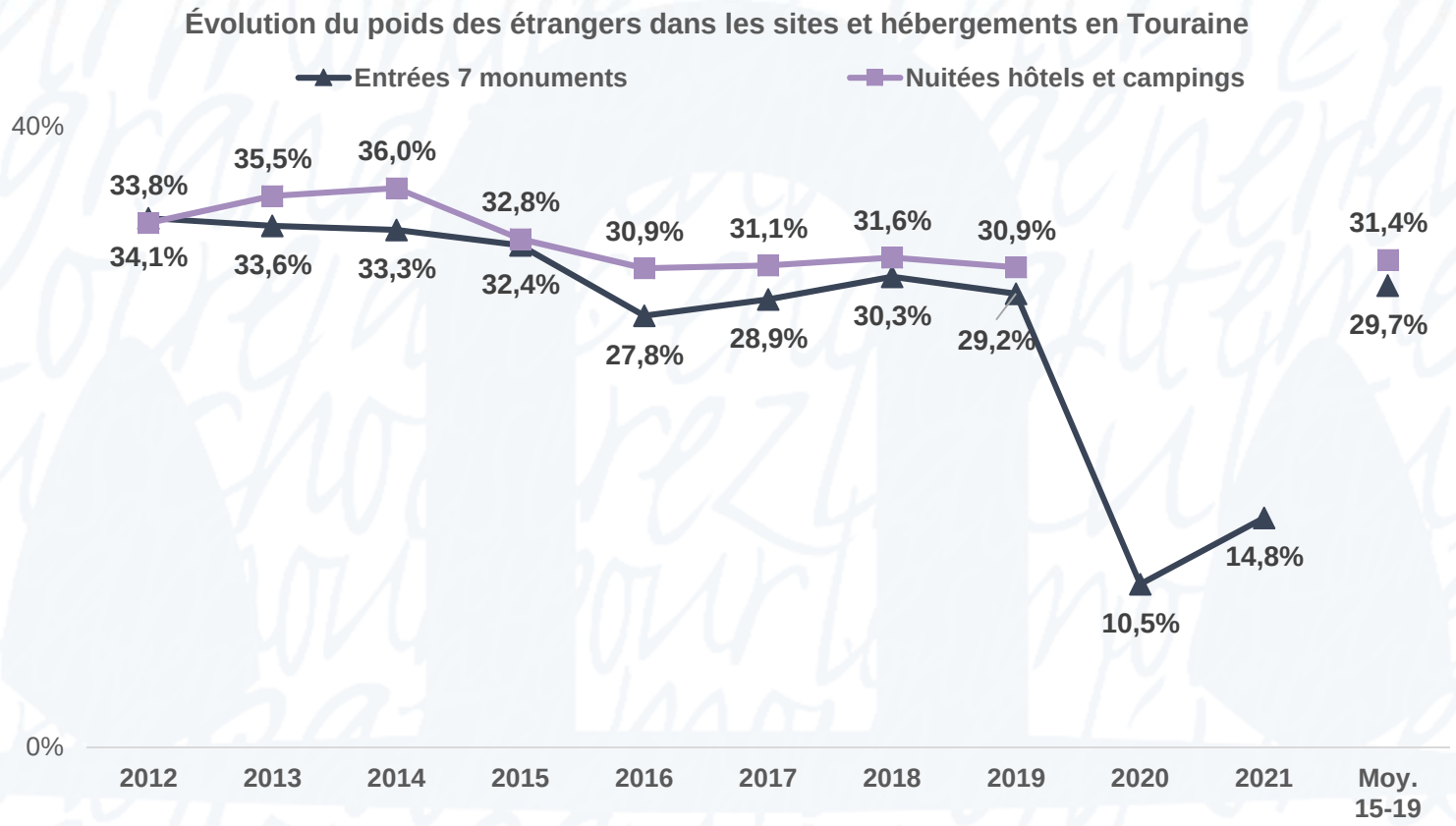
Un tourisme d'affaires plutôt stagnant par rapport au tourisme de loisirs





Sources : Enquête mensuelle auprès d'un panel d'hôteliers "Touraine Hôtels"/ADT Touraine

3 touristes sur 10 sont originaires de l'étranger mais cette part diminue



Sources : Enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux, départementaux et locaux/Responsables de sites/Cd 37/ADT Touraine

Une destination internationale
Top 5 des principales nationalités en 2019

- Dans les hôtels et campings

ROYAUME-UNI : 19,6 %

PAYS-BAS : 15,2 %

ALLEMAGNE : 12,1 %

ÉTATS-UNIS : 12 %

BELGIQUE : 7,5 %

- Dans 7 châteaux

ÉTATS-UNIS : 13,7 %

ALLEMAGNE : 11,8 %

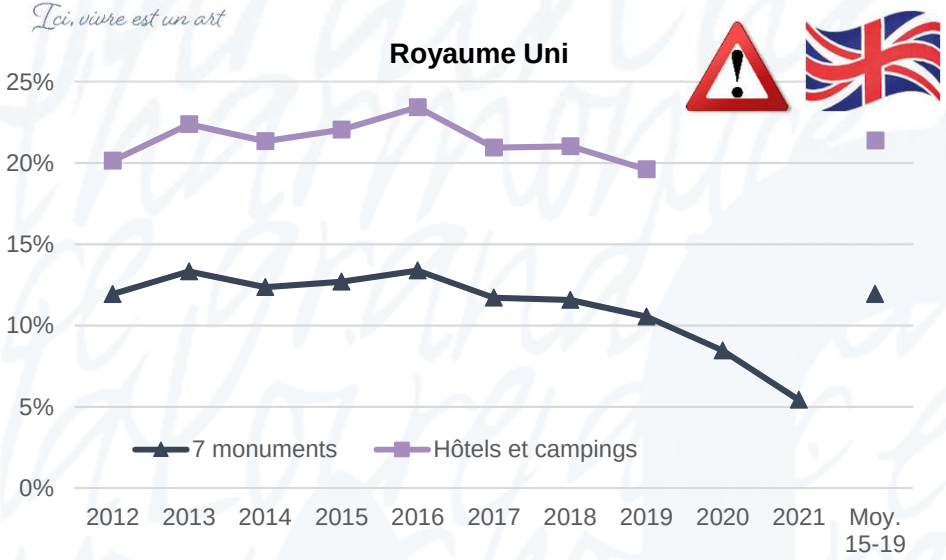
ROYAUME-UNI : 10,6 %

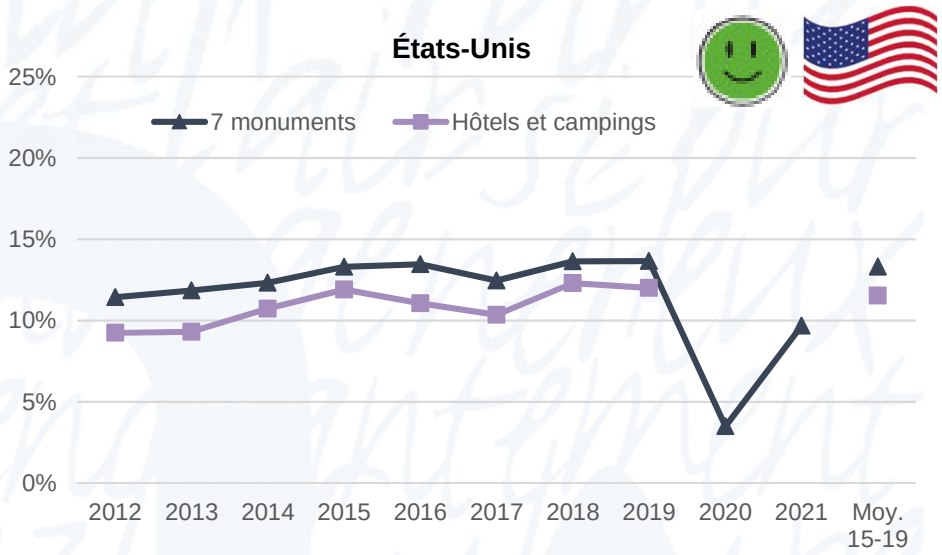
ITALIE : 10,5 %

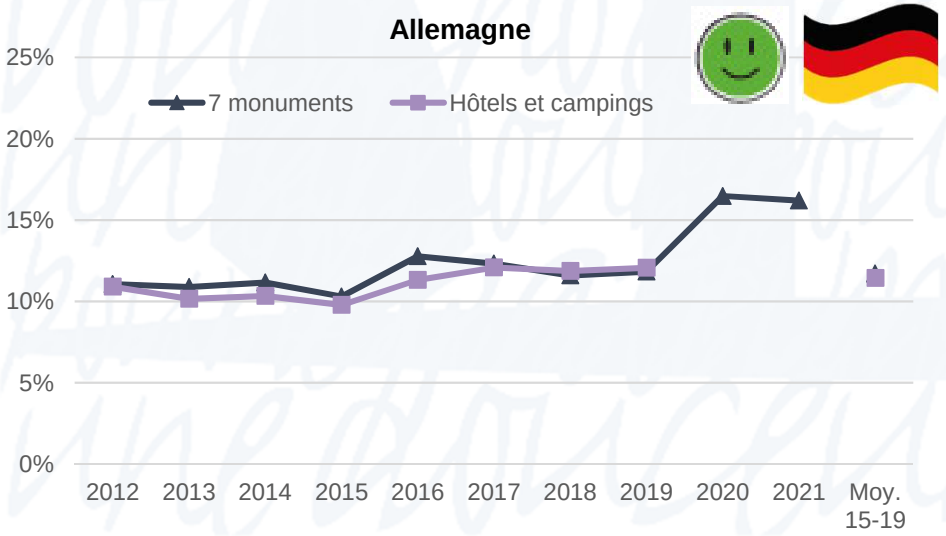
ESPAGNE : 10,2 %

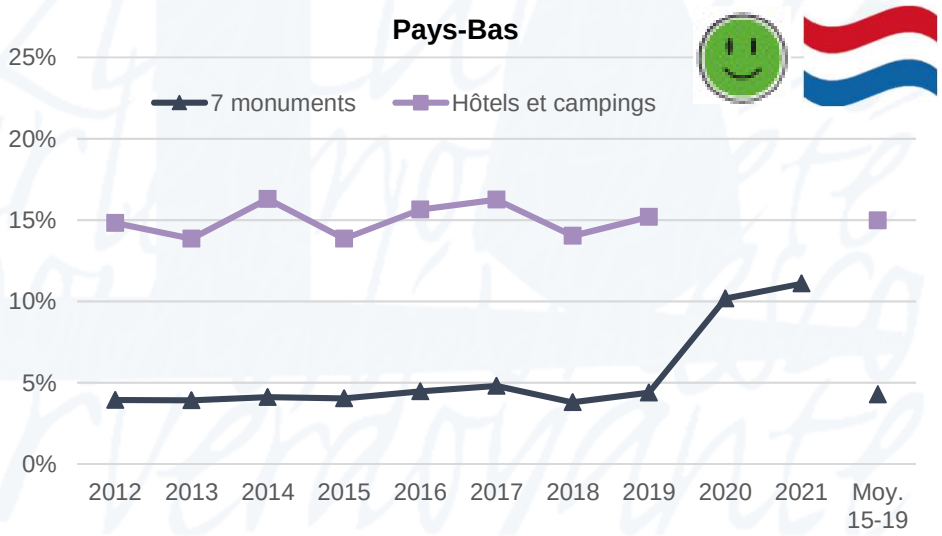
Sources : Enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux, départementaux et locaux/Responsables de sites/Cd 37/ADT Touraine

L'évolution des poids de chacune des nationalités est contrastée



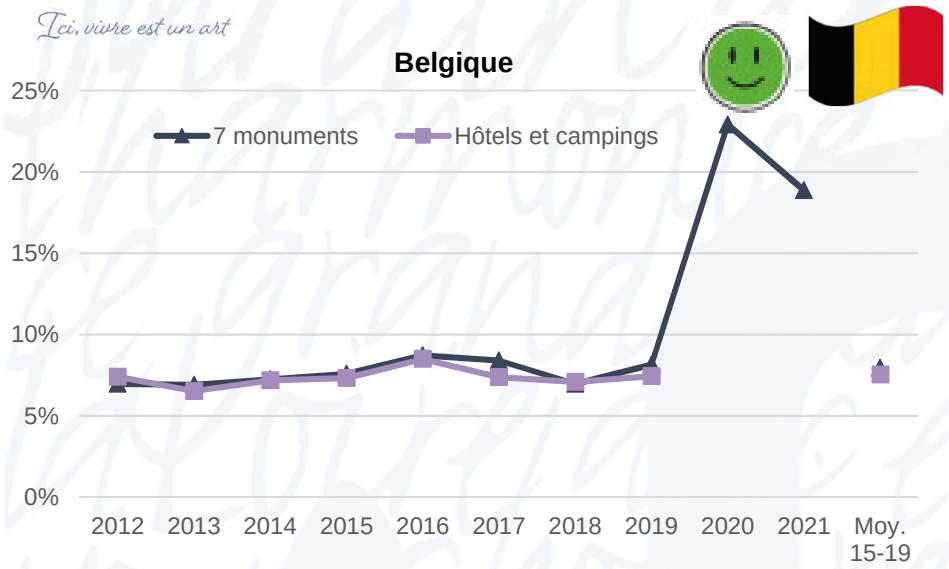


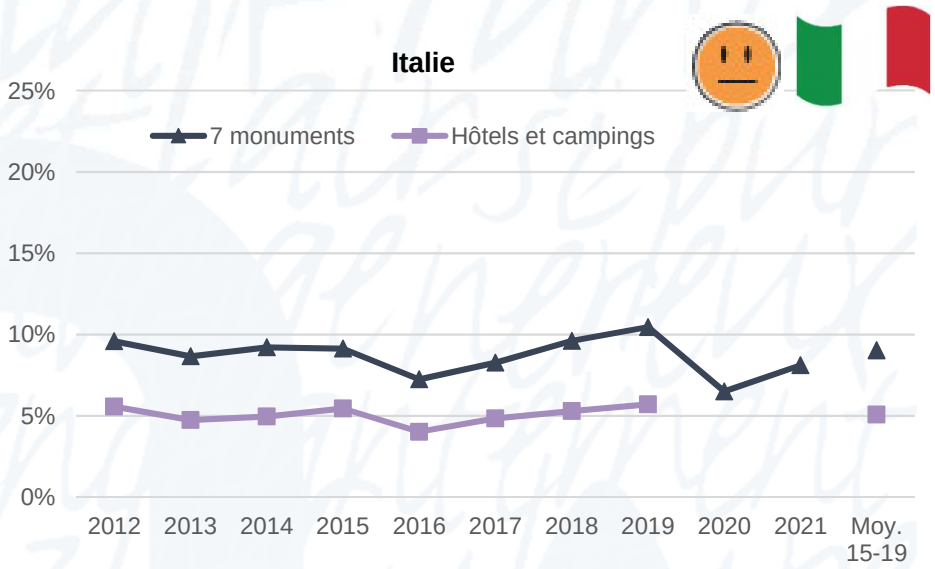


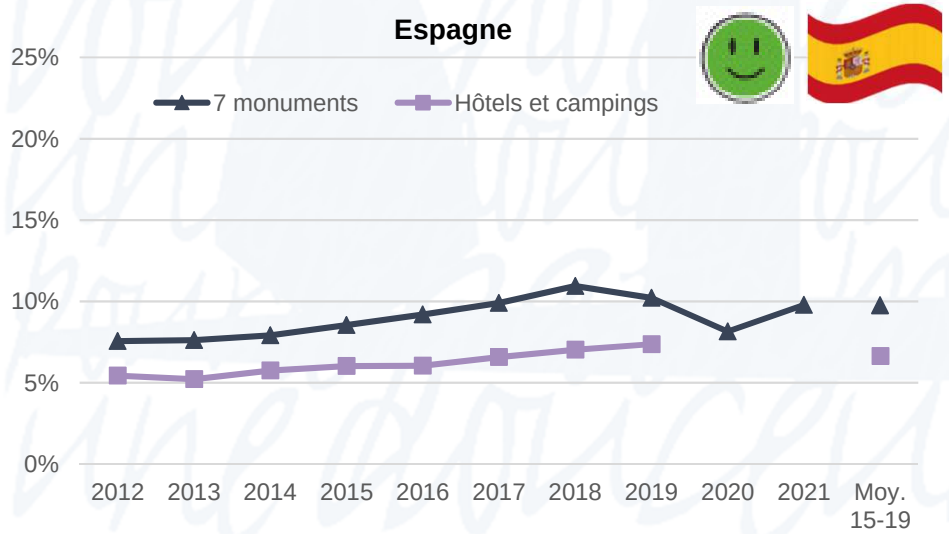


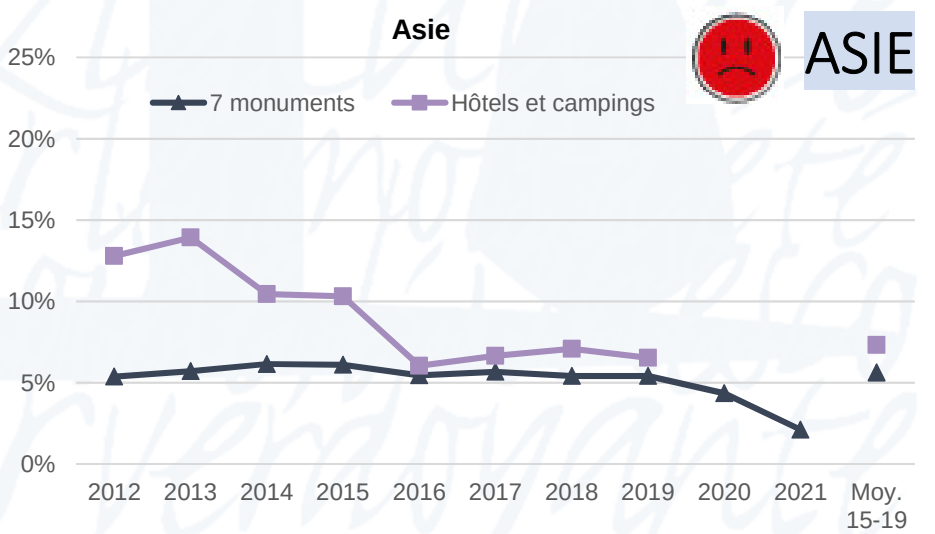
Sources : Enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux, départementaux et locaux/Responsables de sites/Cd 37/ADT Touraine

L'évolution des poids de chacune des nationalités est contrastée



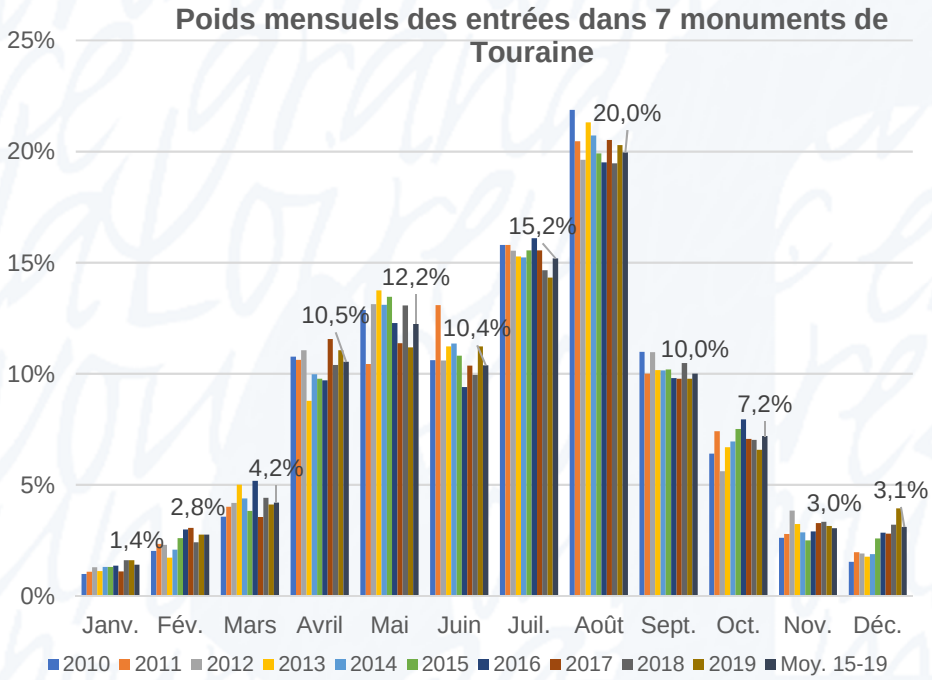


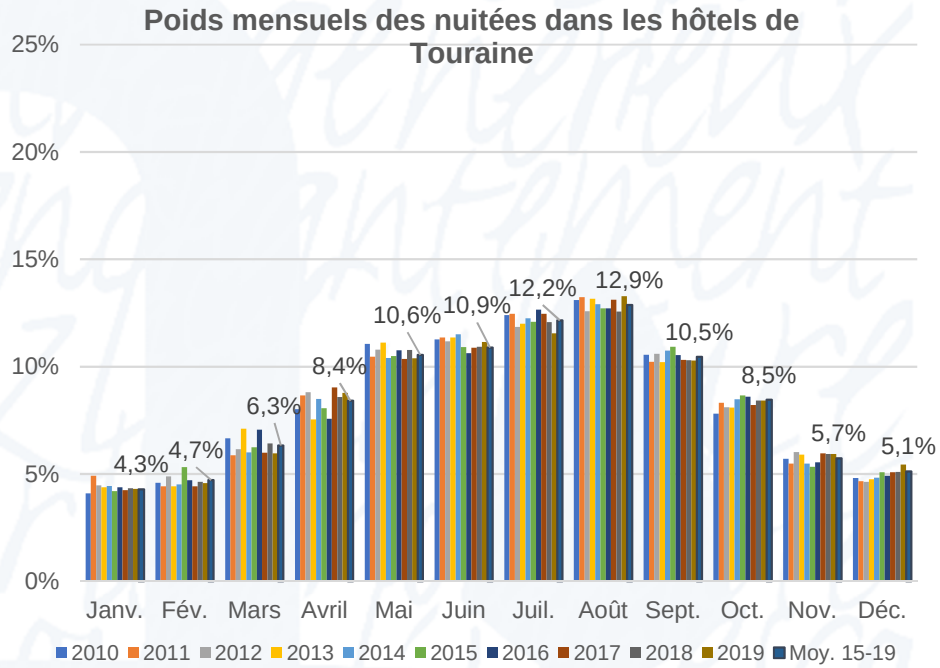




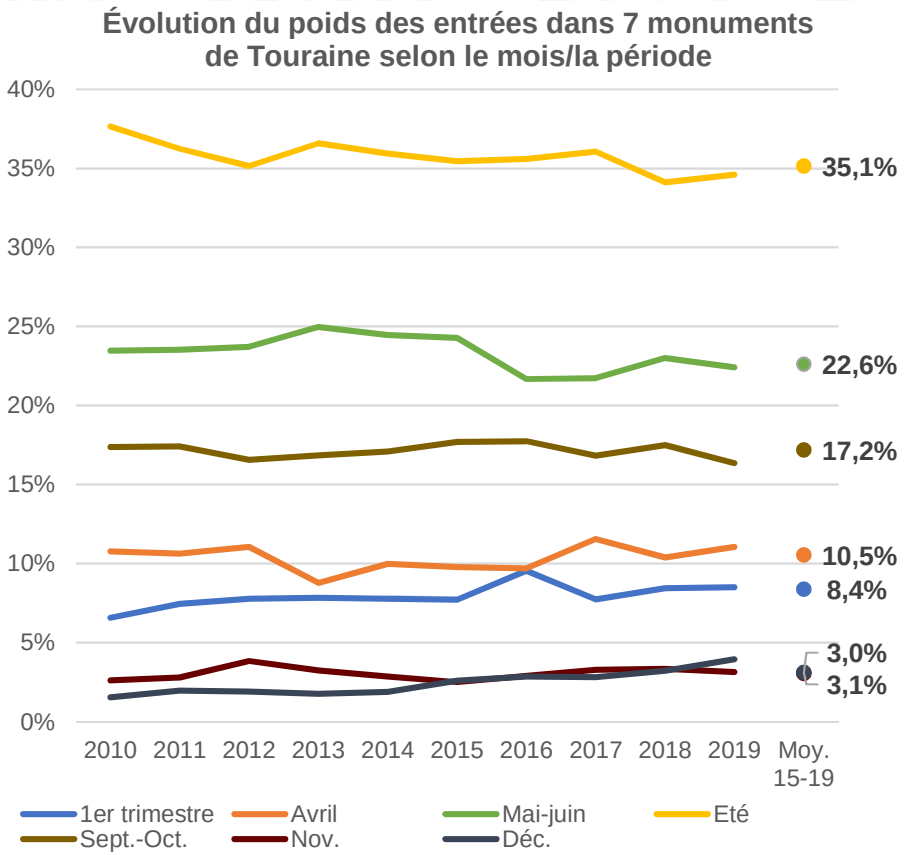
Sources : Enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux, départementaux et locaux/Responsables de sites/Cd 37/ADT Touraine

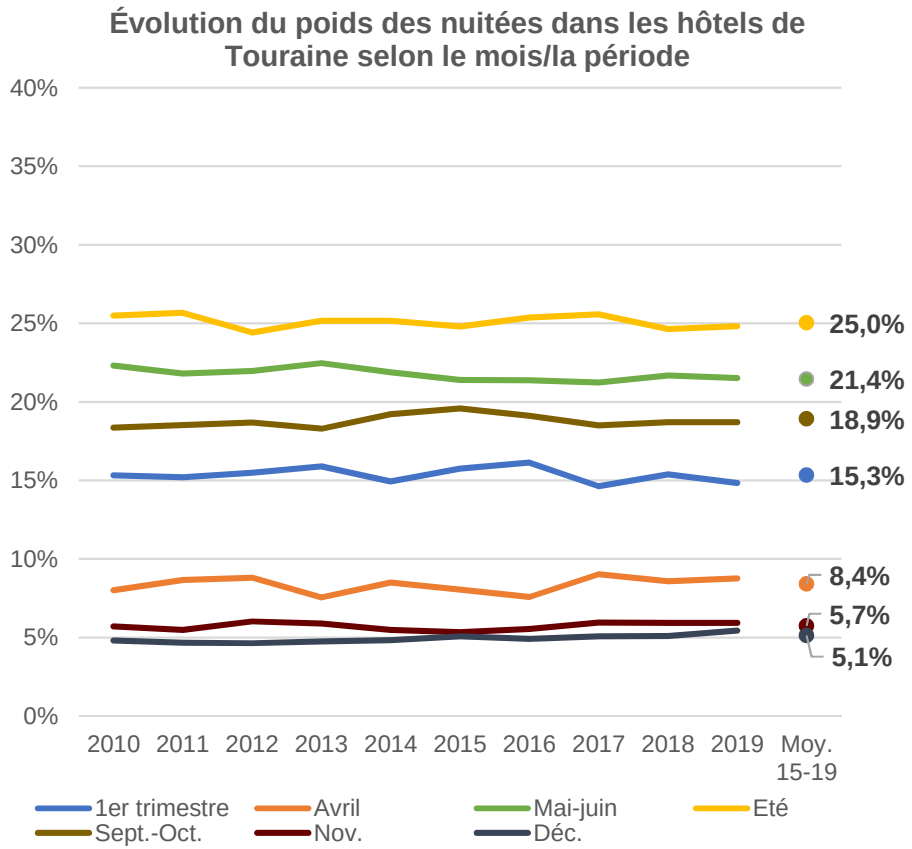
Juillet et août restent les mois de plus fortes fréquentation dans l'année





Les périodes de fréquentation les plus fortes perdent un peu de leurs poids





Sources : Enquête INSEE/DGE/CRT Centre-Val de Loire/Partenaires régionaux, départementaux et locaux/Responsables de sites/Cd 37/ADT Touraine

Touraine

Val de Loire

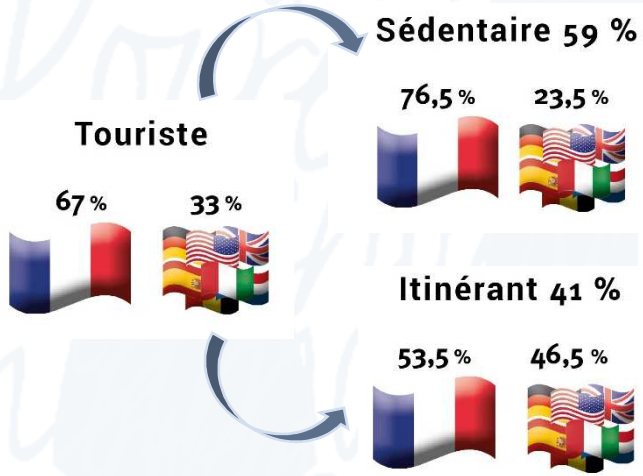
Ici, vivre est un art

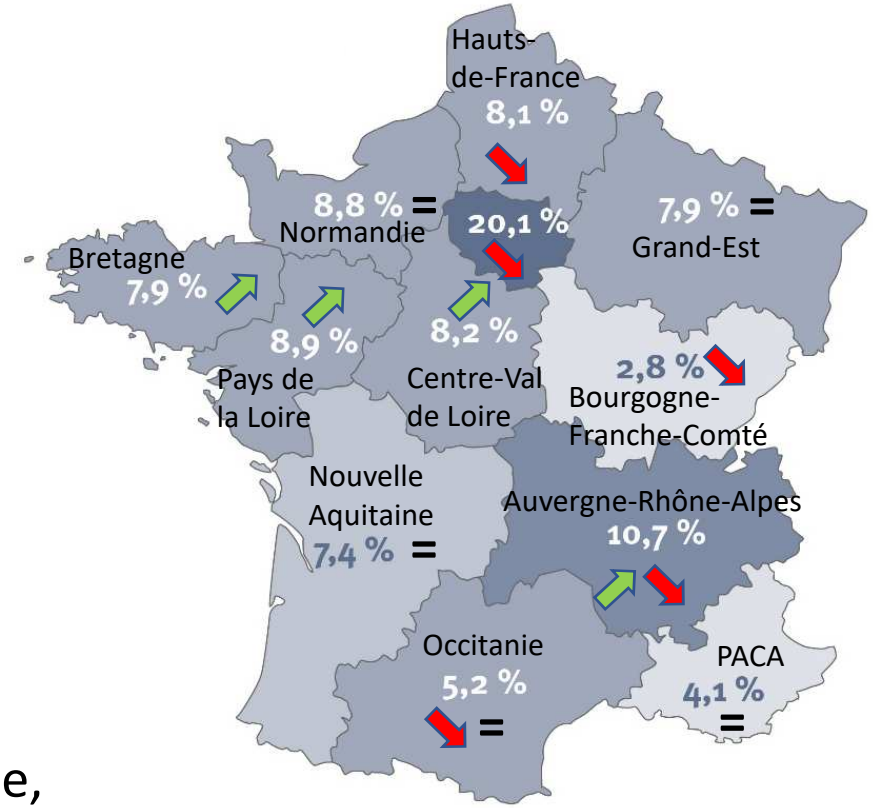
Tourisme en Touraine, horizonS 2030

Résultats de l'enquête profil réalisée en 2019 auprès des touristes en séjour en Touraine

Touraine : une vocation à l'international mais aussi des clientèles fidèles

- 47 % de primo-visiteurs/ 53 % déjà venus
- Une part d'étrangers et d'itinérants plus forte qu'en région Centre-Val de Loire



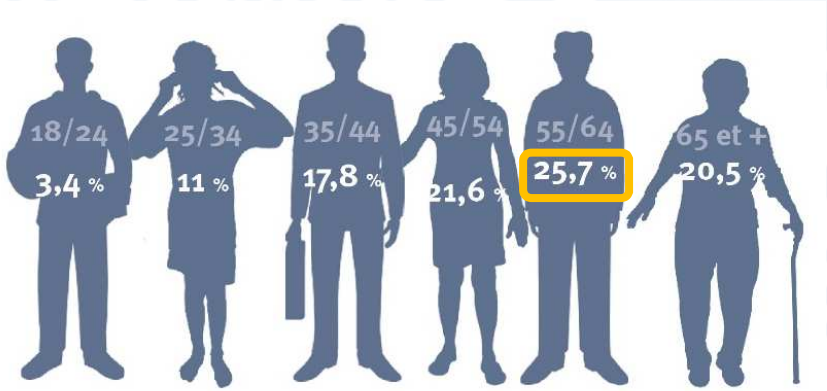


- 2 touristes sur 10 viennent d'Ile de France, part qui tend à diminuer au profit des Pays de la Loire et de la région Centre

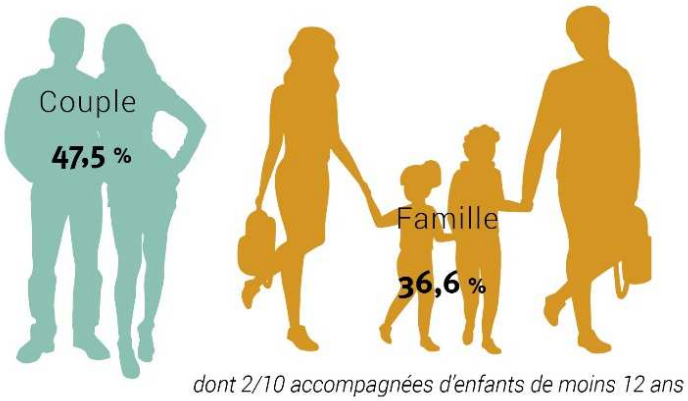
Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Une clientèle plutôt âgée, voyageant avant tout en couple

- Une clientèle qui vieillit…



- Près d'un touriste sur 2 voyage en couple



- Baisse progressive du poids des touristes de moins de 45 ans
- Stabilité de la tranche 45-65 ans
- Forte hausse des 65 ans et plus

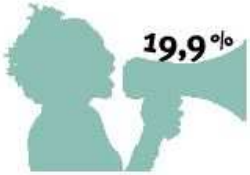
- Baisse de la proportion de couples au profit des familles qui passent d'1/4 des clients à plus d'1/3
- Légère baisse du poids des séjours entre amis ou seul

Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Les touristes viennent en Touraine pour découvrir ses atouts touristiques et sur recommandation

- 1/3 des touristes vient pour les activités proposées sur le territoire

Un site, une activité, un lieu en particulier



Le bouche à oreille

Des informations vues sur internet (site web, blog…)

Le classement au Patrimoine mondial UNESCO

Des attaches (amis, famille, résidence secondaire)

Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Des touristes influencés par les sites web d'information/promotion

- Les sites de destination et des prestataires comme principaux influenceurs

Le site web de l'ADT 37

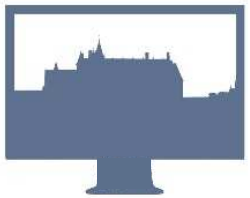
touraineloirevalley.com

est passé d'un peu plus de **680 000** visites en 2015 à plus d' **1 200 000** en 2021

51 %

Le site Internet d'une destination

39 %



Site web d'un hébergement, d'un site touristique

34 %

Des avis de consommateurs ou de voyageurs

26 %

Un reportage dans la presse, TV, radio

Actions presse de l'ADT 37 : une audience de **861 670 252** personnes pour une contre-valeur publicitaire de **5 348 081 €** en 2021

8 %

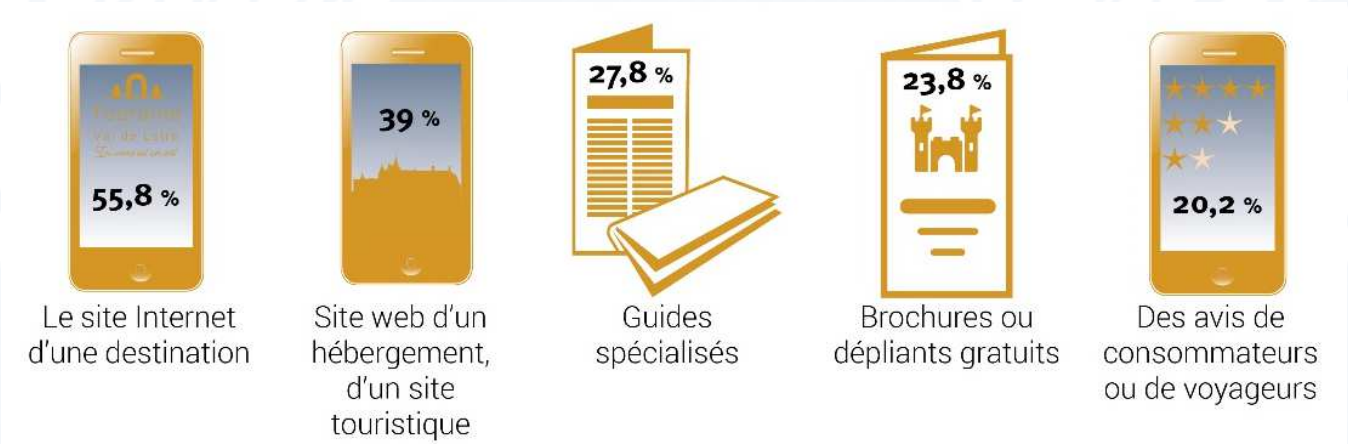
Réseaux sociaux :

la Touraine est dans le Top 3 du baromètre « We like travel » soit 3 000 000 de personnes touchées mensuellement sur Facebook et 350 000 sur Instagram

Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Le règne d'internet dans la préparation du séjour…

- On retrouve les sites web des destinations ou de prestataires loin devant les autres supports d'aide à la préparation du séjour



➢ Baisse de l'utilisation des supports papier et du contact direct avec les offices de tourisme

Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

… et au moment de la réservation

- 72,4 % des touristes réservent avant le séjour dont 86 % via Internet :

- 4 touristes sur 10 réservent sur Internet des entrées dans des sites, pour des visites ou des activités
- 7 touristes sur 10 sont intéressés par un service de billetterie en ligne pour éviter les files d'attente

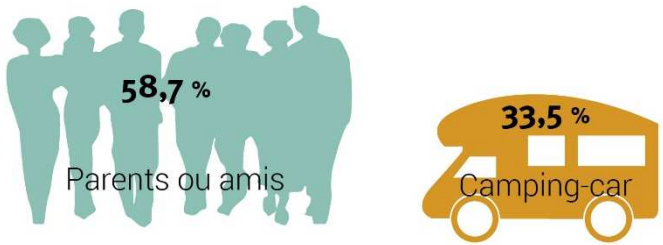
Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Plutôt des longs séjours, un choix assez varié sur le type d'hébergement

- Une durée moyenne de séjour de 6,2 jours et une majorité de long séjours (54 %)

- L'hôtel est l'hébergement marchand le plus choisi
  - Mais en perte de vitesse au profit des meublés (locations de particulier à particulier) et des campings

- L'hébergement chez les parents et amis est l'hébergement non marchand le plus plébiscité
  - Baisse des « parents et amis en 2014 » stabilisé autour de 60 % depuis
  - Le camping-car avait pris de l'ampleur en 2014 et reste stable autour de 34 %



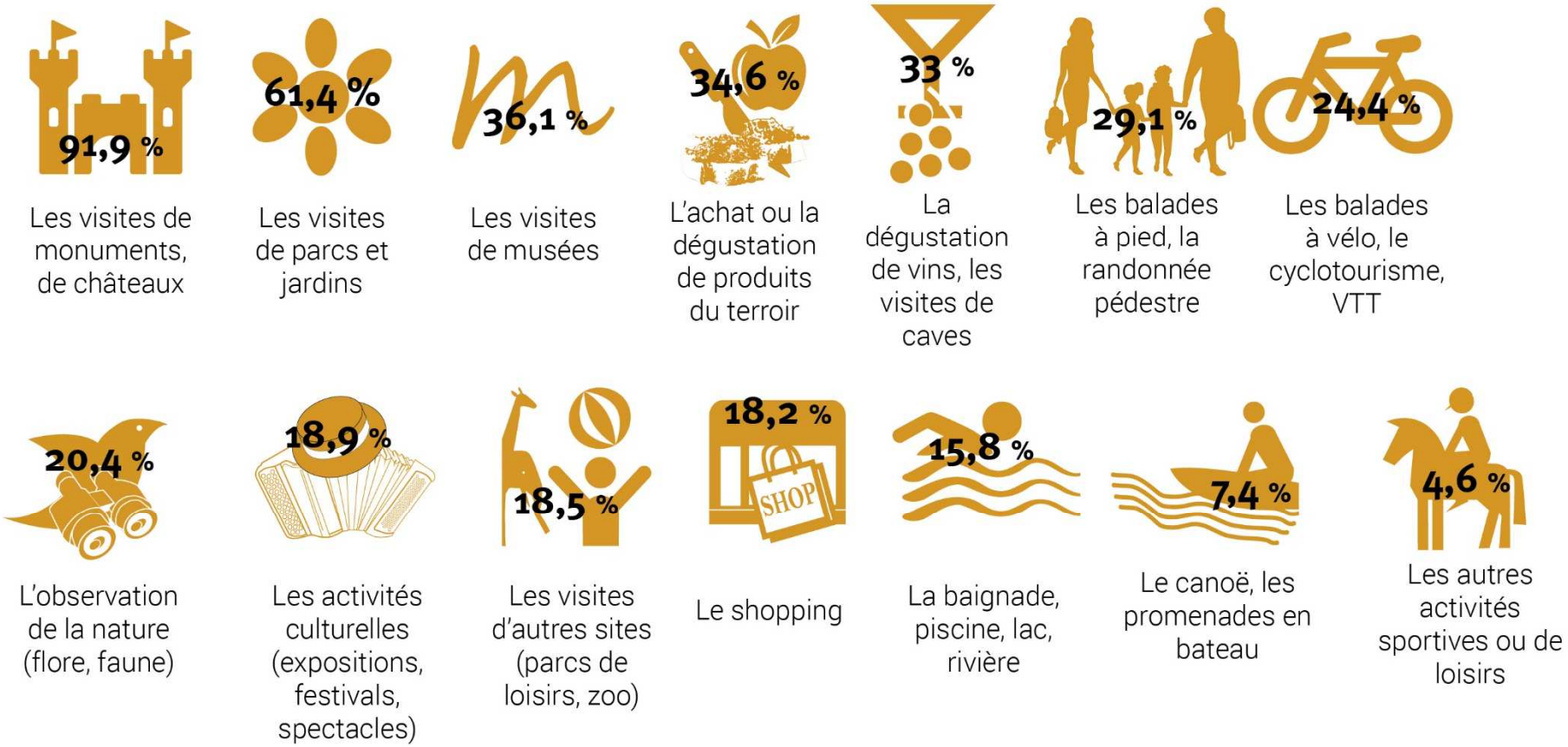
Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Un besoin permanent d'information

- 97 % des touristes ont cherché des informations durant leur séjour
- L'office de tourisme, les brochures et dépliants gratuits et Internet constituent les modes d'accès privilégiés à l'information une fois sur place :
  - l'accueil dans les offices de tourisme reste important mais en nette diminution,
  - la baisse est encore plus forte sur l'utilisation des supports papiers,
  - des évolutions logiques compte tenu des outils en ligne développés ces dernières années pour répondre à la demande des touristes.

Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

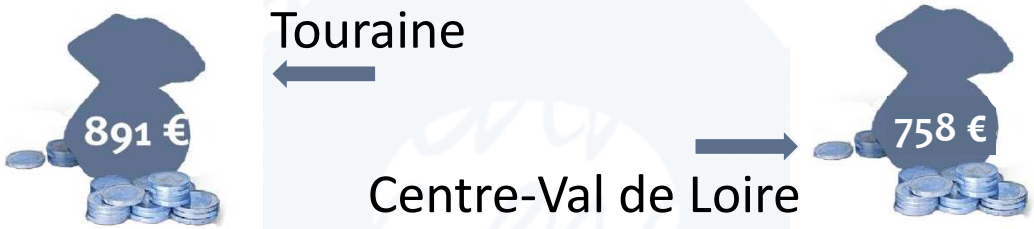
Des monuments et châteaux incontournables durant le séjour de nos visiteurs



Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Le budget des séjours et la dépense sont stables

- Un touriste sur 2 dépense 800 € et plus durant son séjour en Touraine en 2019



- Un touriste dépense 71 € par jour durant son séjour en Touraine en 2019

Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Un niveau de qualité à conserver, d'autres thématiques à faire progresser

- 78,5 % des touristes sont très satisfaits de leur séjour

Éléments les plus appréciés du territoire

➢ Ça n'est pas suffisant…

- Les touristes notent 4 facteurs de progrès principaux :

1. L'accès et le stationnement sur les sites touristiques
2. Le rapport qualité/prix des services proposés
3. L'accès à l'information touristique sur place
4. Les efforts linguistiques envers les étrangers

Avec 33 sites inscrits en démarche qualité dont 13 porteurs de la marque QUALITE TOURISME™, la Touraine concentre la moitié des sites de la région Centre-Val de Loire.

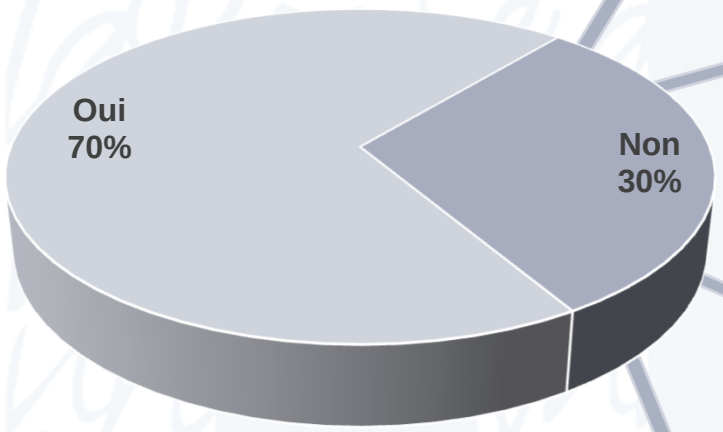
Un chiffre stable depuis 2015….

130 prestataires porteurs de la marque Tourisme et Handicap

Source : Enquête 4V/CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme/ADT Touraine - avril à novembre 2019

Les professionnels répondants sont-ils satisfaits de l'action des institutionnels du tourisme ?

Base : 317 répondants
Base expression libre sur réponse « non » : 76 répondants

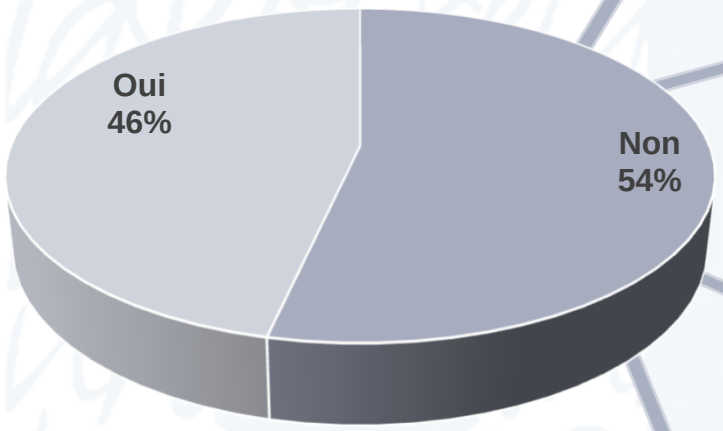


- Besoin de présence/soutien, notamment pour les plus petites structures et les territoires moins favorisés
- Nécessité d'améliorer la promotion/communication, le tourisme d'affaires, l'événementiel, la construction de parcours ou produits innovants ciblés
- Besoin de coordination, mutualisation des moyens, rationalisation des champs d'intervention, optimisation du rôle des OT
- Parfois déconnectées des réalités du terrain et donc nécessité de remise en question permanente

Source : ADT Touraine/Professionnels du tourisme de Touraine

Pensez-vous que l'organisation actuelle et la répartition des missions entre les différents acteurs institutionnels du tourisme est suffisamment claire et efficace ?

Base : 325 répondants
Base expression libre sur réponse « non » : 129 répondants



Clarifier les rôles/missions des acteurs institutionnels pour une meilleure visibilité auprès des professionnels et une meilleure organisation/coordination

Rationaliser/supprimer les structures/instances inutiles. Rester proche des préoccupations des touristes, loin de l'organisation administrative

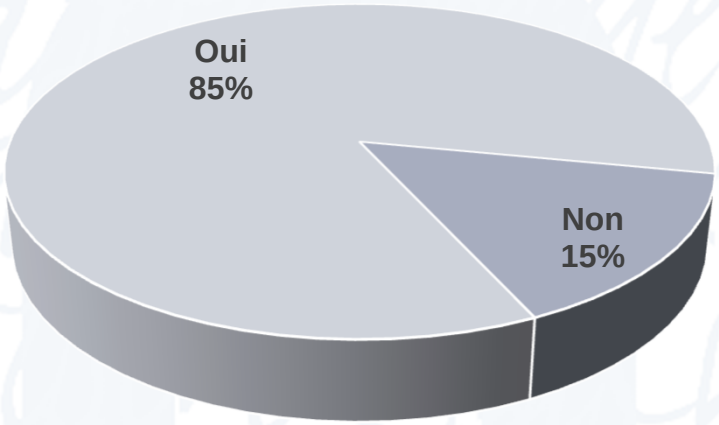
Mutualiser les idées, actions… et créer/utiliser des outils communs (Information, résa…)
A défaut, limiter la segmentation des structures

Besoin d'une présence accrue des acteurs institutionnels sur le terrain, développer les partenariats avec les professionnels

Source : ADT Touraine/Professionnels du tourisme de Touraine

La marque Touraine Val de Loire reste elle la marque la plus pertinente pour la promotion de la destination ?

Base : 332 répondants
Base expression libre sur réponse « non » : 25 répondants



Une adhésion massive à la marque Touraine Val de Loire

Source : ADT Touraine/Professionnels du tourisme de Touraine

Touraine
Val de Loire
Ici, vivre est un art

Merci de votre attention