

Fabrique collective Offre hébergements

Schéma Régional de Développement Touristique
du Grand Est 2017

Vendredi 16 juin 2017, Châlons

© Agence d'attractivité d'Alsace (ORTA),
© Observatoire Régional du Tourisme de Champagne et d'Ardenne (ORTCA) et
© Observatoire Lorrain du Tourisme

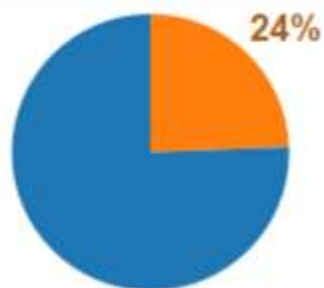
1. Les données principales de l'état des lieux

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE GLOBALE

Source : méthodes de calcul des retombées économiques du tourisme de l'ORTA, de l'ORTCA, de l'OLT

Nuitées TOTALES

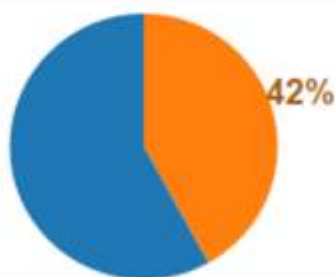
Grand Est



64 millions
de nuitées

Nuitées MARCHANDES

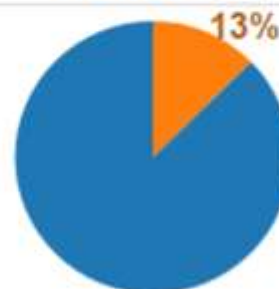
Grand Est



26 millions
de nuitées

Nuitées NON-MARCHANDES

Grand Est



39 millions
de nuitées

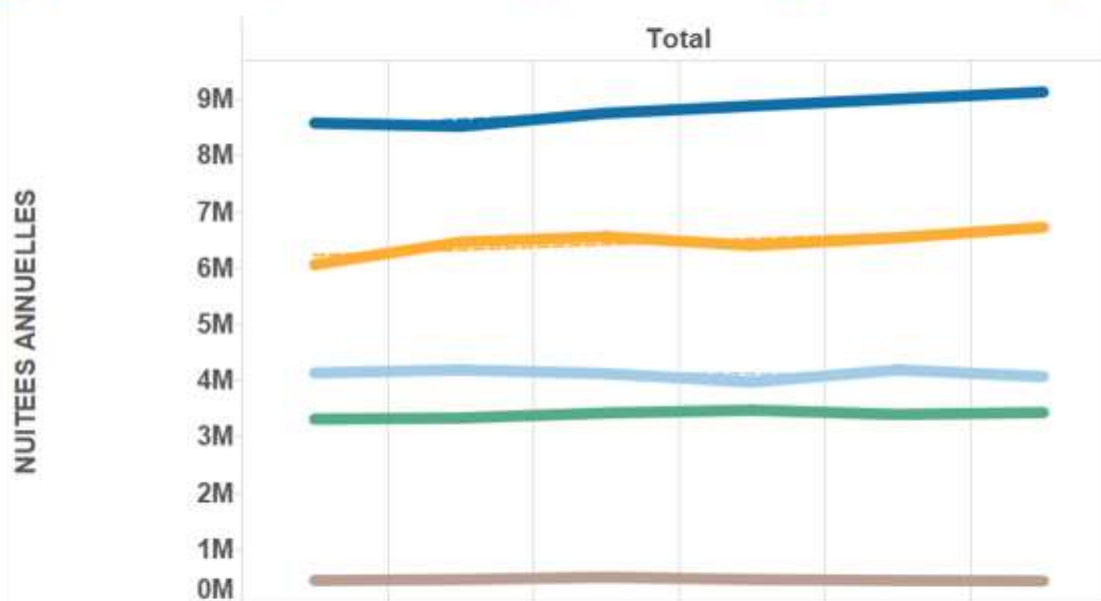
**40% DE NUITÉES
MARCHANDES**

nuitées étrangères
nuitées françaises

Nuitées marchandes* du Grand Est

Source : Les sources utilisées sont les enquêtes de fréquentations dans les hôtels, les campings et les autres hébergements collectifs (AHCT) produites par l'Insee pour la DGE avec les co-financements des 3 CRT ; l'analyse concernera les années 2011 à 2016 (2010 étant sans données pour les AHCT) – Cela n'inclut pas les LOCATIONS ;

■ Alsace ■ Ardenne ■ Champagne ■ Lorraine ■ Massif des Vosges



Depuis 2011, +660 000 nuitées en Lorraine (53% de la hausse liée aux nuitées étrangères)

+550 000 en Alsace (70% de la hausse liée aux nuitées étrangères)

+115 000 en Champagne (105% de la hausse liée aux nuitées étrangères)

-9000 en Ardenne

-66 000 dans le Massif

Croissance annuelle moyenne depuis 2010

+1,3%

+2,1%

+0,7%

-0,4%

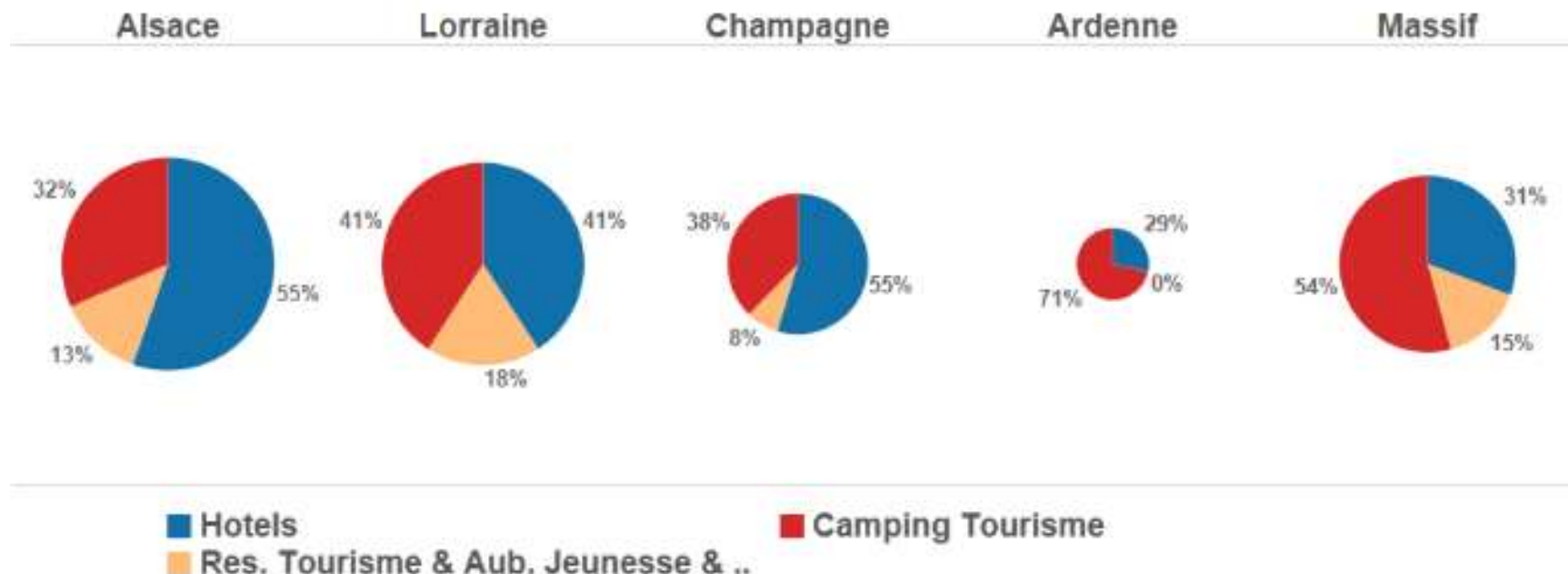
-0,3%

Zone	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alsace	8 584 617	8 526 508	8 759 737	8 887 781	9 013 107	9 135 284
Lorraine	6 066 551	6 467 278	6 552 817	6 405 897	6 545 642	6 729 446
Champagne	3 319 974	3 339 400	3 428 593	3 477 903	3 403 101	3 435 802
Ardenne	450 500	466 991	507 585	467 034	450 582	441 060
Massif des Vosges	4 141 075	4 194 762	4 128 159	3 976 821	4 195 204	4 075 459

L'offre en lits touristiques (en 2016)

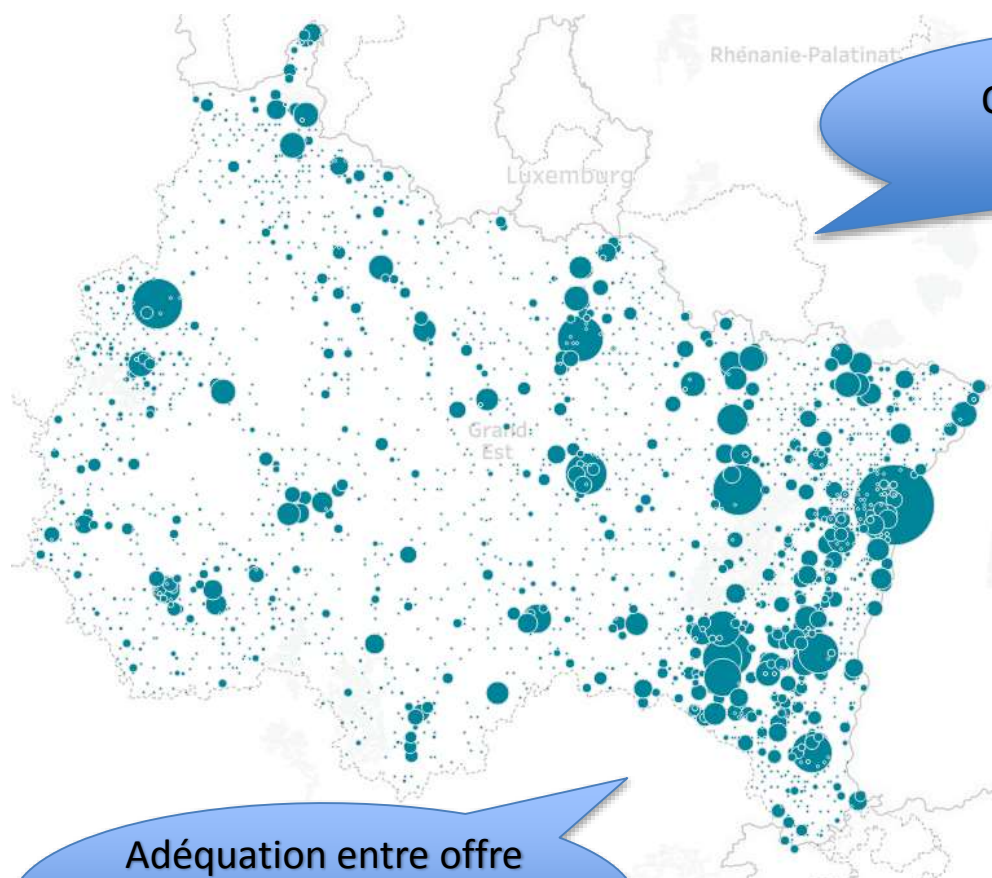
Source : Insee - fichiers communaux de l'offre de l'Insee 2014 à 2016 ; sans considérer les LOCATIONS

En 2016, le Grand Est comptait 218 000 lits touristiques marchands* (4% de l'offre nationale)



L'offre en lits touristiques marchands (en 2016)

Source : Insee - fichiers communaux de l'offre de l'Insee 2014 à 2016 ; CRTs avec l'ajout des LOCATIONS



Offre disparate selon les territoires

% des communes ayant au moins 1 lit touristique :

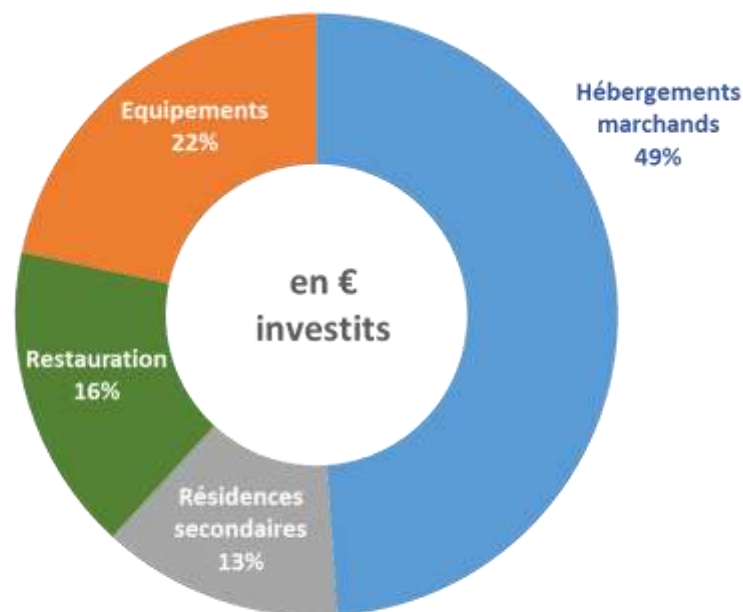
Alsace	Lorraine	Champagne	Ardenne	Massif
62%	34%	47%	52%	70%

Des territoires non pourvus d'hébergement mais qui devraient l'être ?

Adéquation entre offre touristique et offre d'hébergement ?

Ce que l'on sait des investissements

Le contenu qui suit est issu du tableau de bord de l'investissement touristique (TBIT) produit par Atout France ; les données portent sur les années 2013-2015



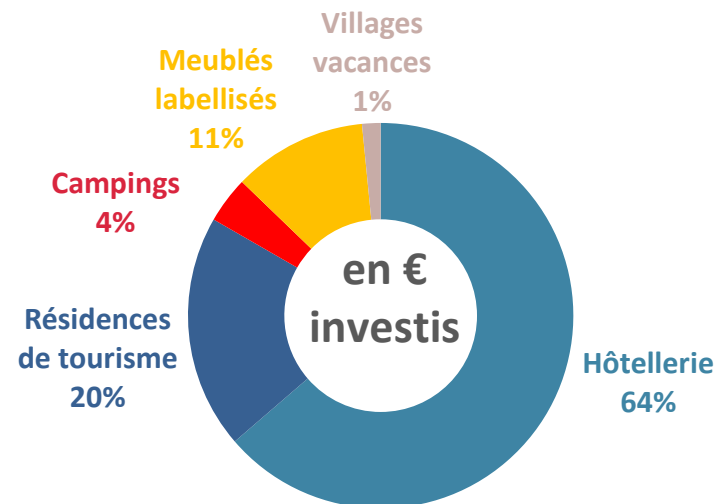
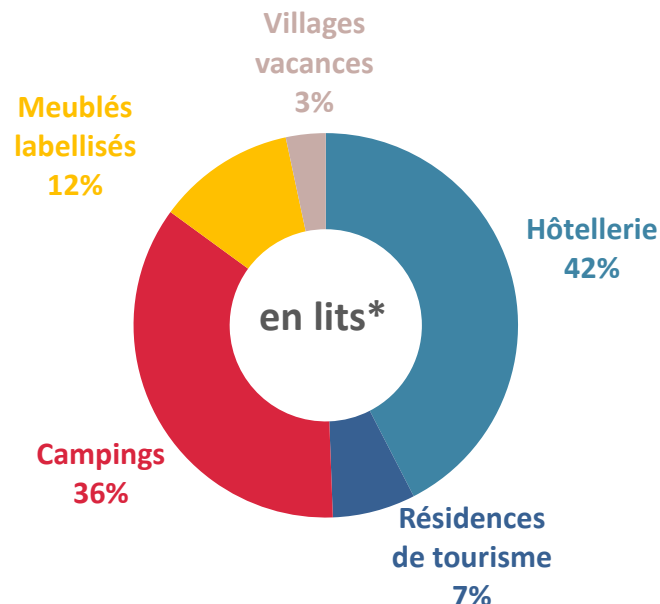
Répartition des investissements touristiques
sur la période 2011-2013
Source : Atout France - MKG - ORTA, TBITA

1 € investi sur 2 concerne un hébergement marchand (hôtels, campings, meublés...)

Cela marque une nette différence avec les données France où seul 1/3 de l'investissement concerne ces hébergements.

Ce que l'on sait des investissements

Le contenu qui suit est issu du tableau de bord de l'investissement touristique (TBIT) produit par Atout France ; les données portent sur les années 2013-2015



C'est dans l'**hôtellerie** que l'on investit le plus (68 millions d'€/an, 64% des investissements en hébergements marchands).

Une tendance à l'urbanisation du parc hôtelier renforce l'importance des zones urbaines.

L'hôtellerie de plein-air (HPA) semble en sous-investissement et peine à prendre le tournant des mobil homes.

Les aides de la Région en faveur de l'hébergement

En 2017 :


- l'hôtellerie : appel à projets
- l'hôtellerie de plein air
- les hébergements associatifs et collectifs
- les hébergements insolites

Quels besoins ?

2. L'hôtellerie

Clientèles hôtelières

- Quelles sont les attentes des clientèles de nouveaux marchés (lointains) à fort potentiel ?
- Quelles sont les attentes futures de la clientèle ?

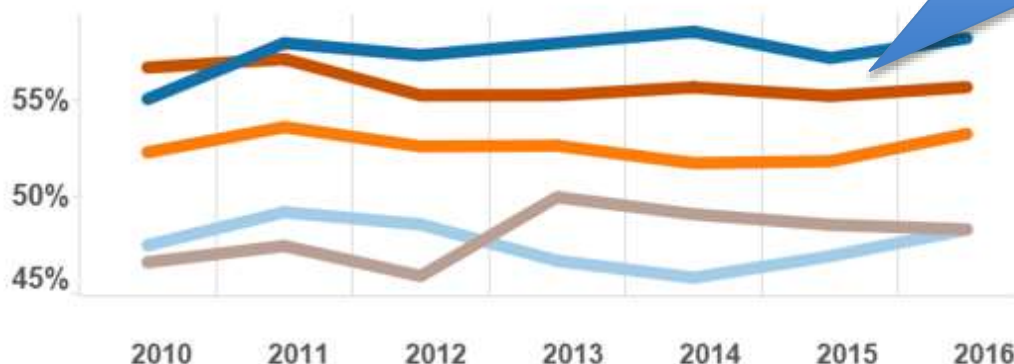
 ORT pas en mesure de fournir ces données. Quid AMO ?

Taux d'Occupation hôtelier du Grand Est

Source : Les sources utilisées sont les enquêtes de fréquentations dans les hôtels p...
3 CRT ; l'analyse concernera les années 2010 à 2016 – Cela n'inclut pas les LOCATIONS

La numérisation du tourisme,
réservation on-line, gestion
de la e-réputation, ...

Taux d'Occupation
annuel



Ardenne et Massif
Vosgien avec des TO
annuels inférieurs à 50%

Dans les
agglomérations,
Strasbourg et Colmar
ont le meilleur TO
(64%). Suivent Nancy et
Troyes (61%).
Reims et Mulhouse
(58%)
Metz (57%)

Quelle marge de progrès ? Où ?

Recherche d'investisseurs ?

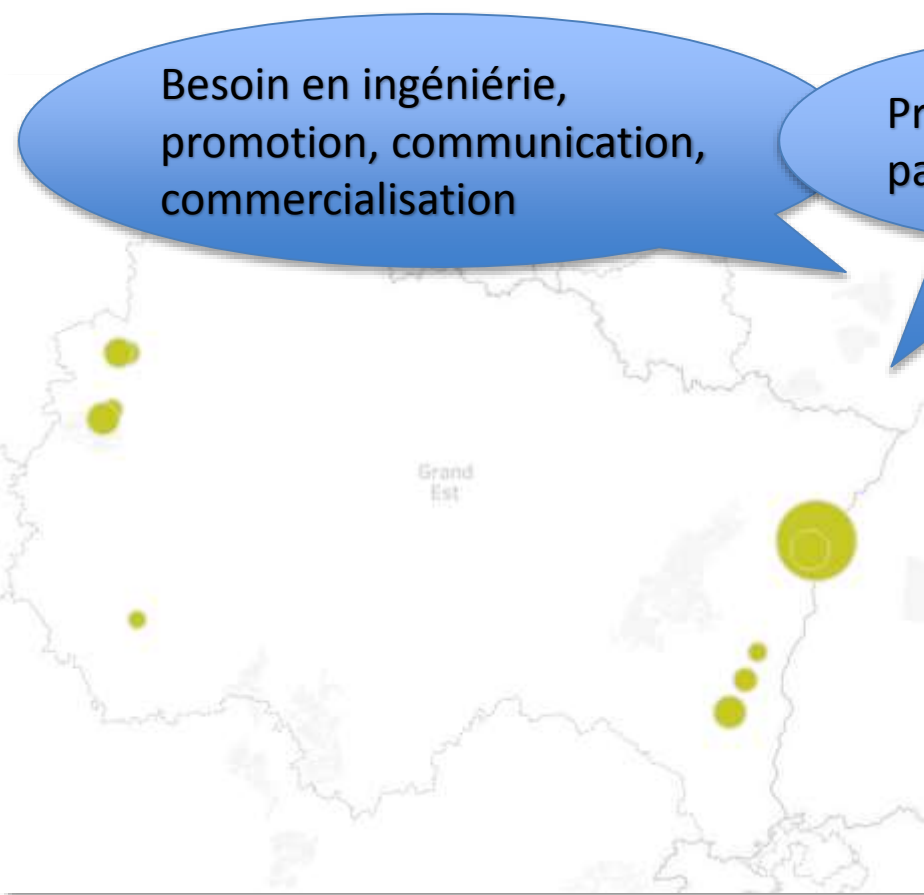
L'offre en lits touristiques marchands (en 2016)

Source : Insee - fichiers communaux de l'offre de l'Insee 2014 à 2016 ; CRTs avec l'ajout des LOCATIONS

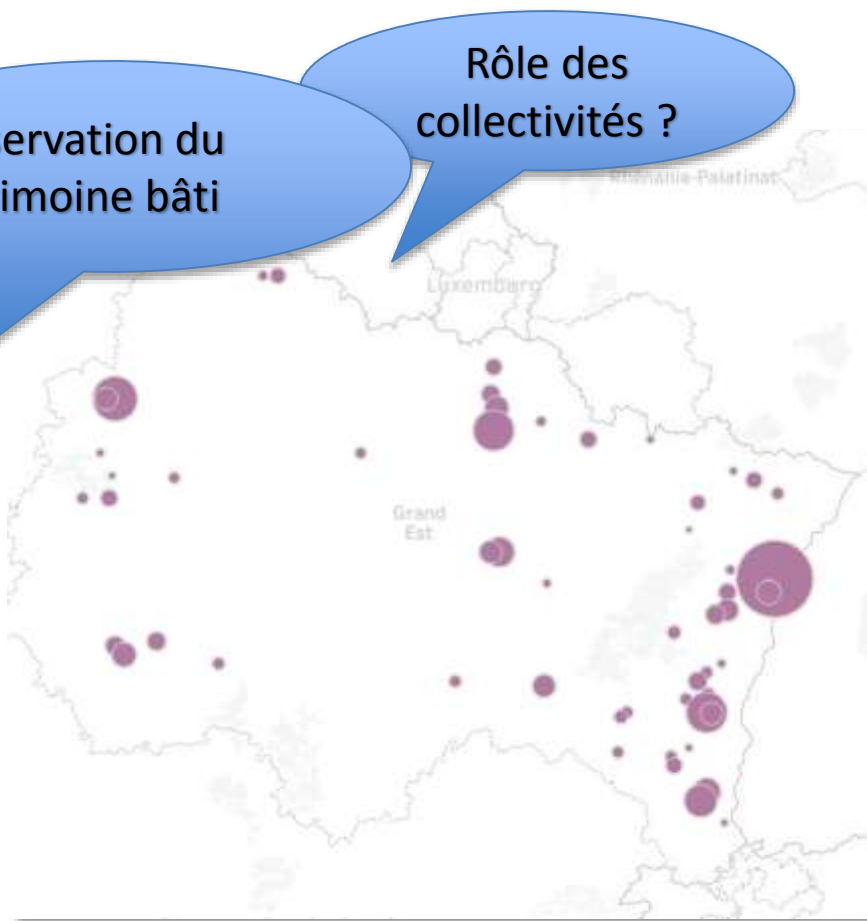
Besoin en ingénierie,
promotion, communication,
commercialisation

Préservation du
patrimoine bâti

Rôle des
collectivités ?



L'hôtellerie 5*



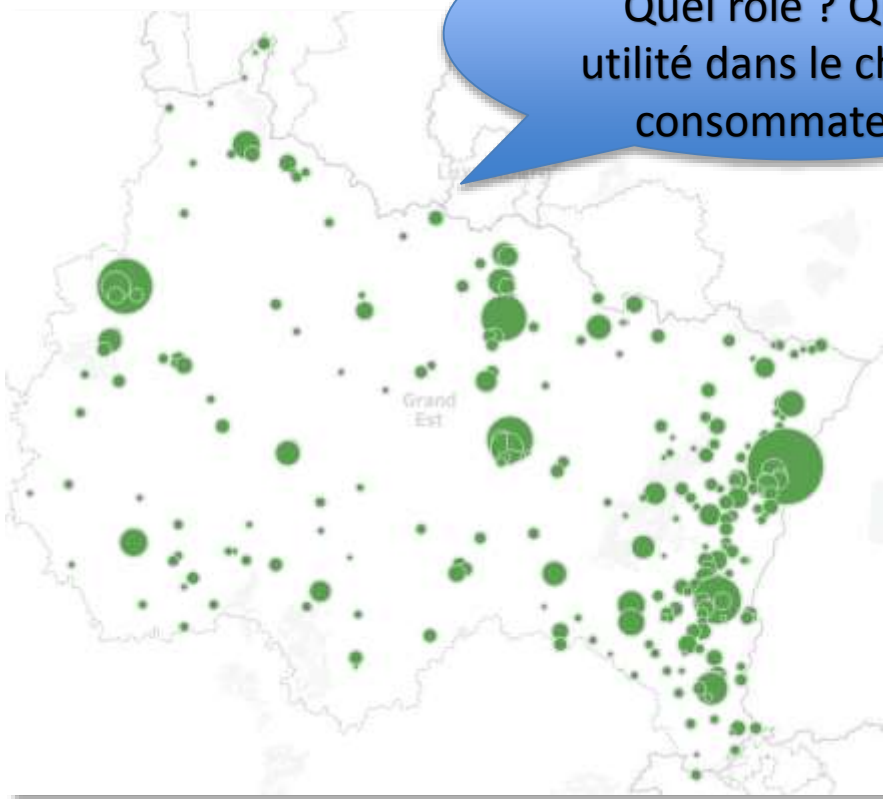
L'hôtellerie 4*

L'offre en lits touristiques marchands (en 2016)

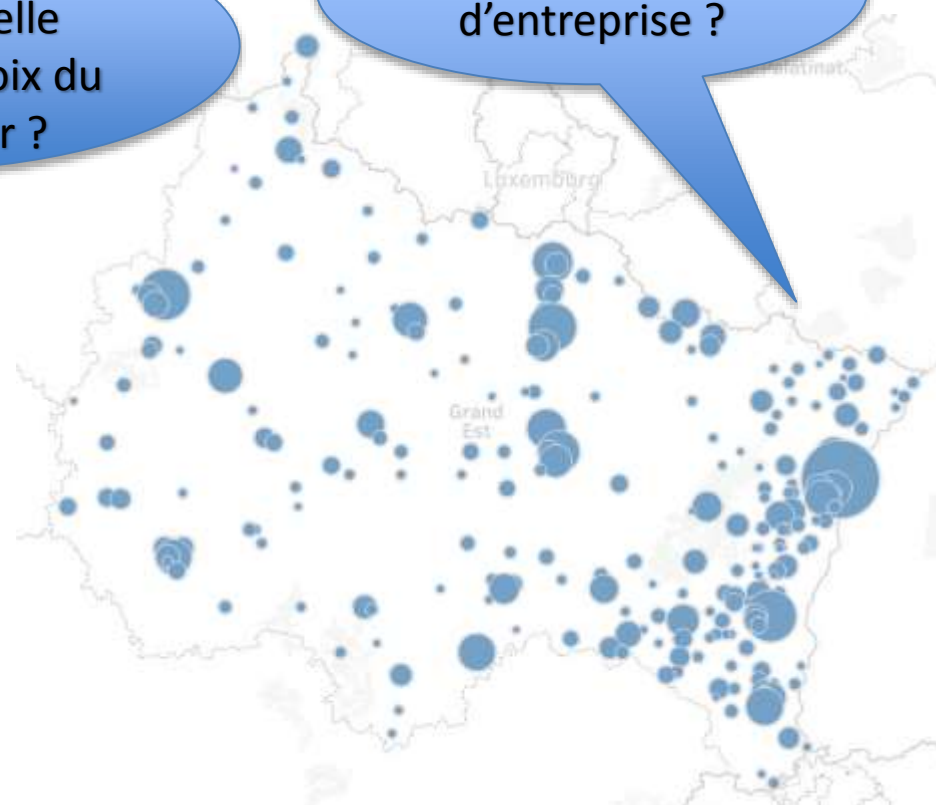
Source : Insee - fichiers communaux de l'offre de l'Insee 2014 à 2016
; CRTs avec l'ajout des LOCATIONS

Classement - label
Quel rôle ? Quelle
utilité dans le choix du
consommateur ?

Label = projet
d'entreprise ?



L'hôtellerie 3*



L'hôtellerie 2*

L'offre en lits touristiques marchands (en 2016)

Source : Insee - fichiers communaux de l'offre de l'Insee 2014 à 2016 ; CRTs avec l'ajout des LOCATIONS



L'hôtellerie NC et 1*

Quel avenir pour la
petite hôtellerie rurale ?

Développement durable

Innovation

L'offre visible sur tripadvisor

Source : AAA traitement ORTA et une bidouille d'un informaticien.... données collectées fin mars 2017 pour une période de réservation d'1 nuit, à mi-avril (hors WE de Pâques)

Les HOTELS


Poids des avis de consommateurs / classement et label

L'offre visible Tripadvisor		% des offres notées 5 ou 4,5	Note moyenne
Baden-Baden	50	42%	3,82
Basel	51	33%	3,97
Bordeaux	177	11%	3,56
Colmar	39	18%	3,71
Dijon	59	8%	3,71
Freiburg	57	19%	3,86
Gérardmer	18	17%	3,82
Lille	107	10%	3,51
Lyon	196	15%	3,63
Metz	31	3%	3,45
Mulhouse	26	0%	3,50
Nancy	40	8%	3,42
Nantes	108	15%	3,71
Reims	69	3%	3,28
Strasbourg	128	12%	3,66
Troyes	23	30%	3,68

3. L'hôtellerie de plein air

Clientèles des campings

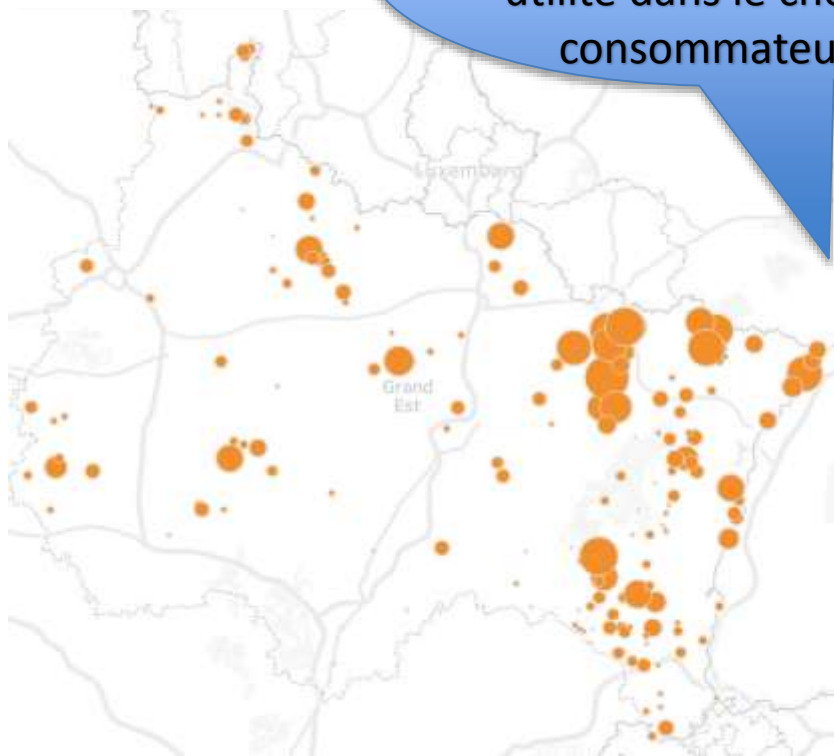
- Quelles sont les attentes des clientèles de nouveaux marchés (lointains) à fort potentiel ?
- Quelles sont les attentes futures de la clientèle ?

 ORT pas en mesure de fournir ces données. Quid AMO ?

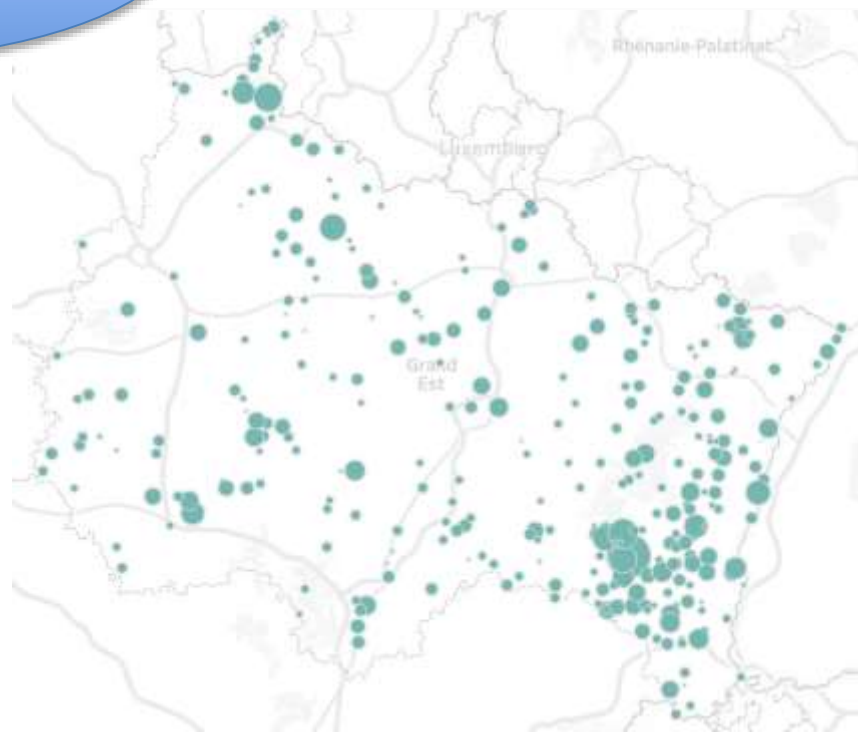
L'offre en lits touristiques marchands (en 2016)

Source : Insee - fichiers communaux de l'offre
de l'Insee 2014 à 2016 ; CRTs avec l'ajout des
LOCATIONS

Classement - label
Quel rôle ? Quelle
utilité dans le choix du
consommateur ?



Les campings résidentiels



Les campings « tourisme »

Quels besoins en
ingénierie, promotion,
communication,
commercialisation ?

Recherche
d'investisseurs

Rôle des
collectivités ?

Campings-cars

Innovation /
Insolite

4. Les hébergements collectifs

L'offre en lits touristiques marchands (en 2016)

Source : Insee - fichiers communaux de l'offre de l'Insee 2014 à 2016 ; CRTs avec l'ajout des LOCATIONS




ORT : pourquoi hors centre d'accueil pour jeunes ?

Quelle stratégie pour les hébergements collectifs ?

Les hébergements collectifs (hors hébergements pour jeunes)

Clientèles des hébergements collectifs / associatifs


- Quelles sont les attentes des clientèles de nouveaux marchés (lointains) à fort potentiel ?
- Quelles sont les attentes futures de la clientèle ?

 ORT pas en mesure de fournir ces données. Quid AMO ?

5. L'hébergement chez l'habitant

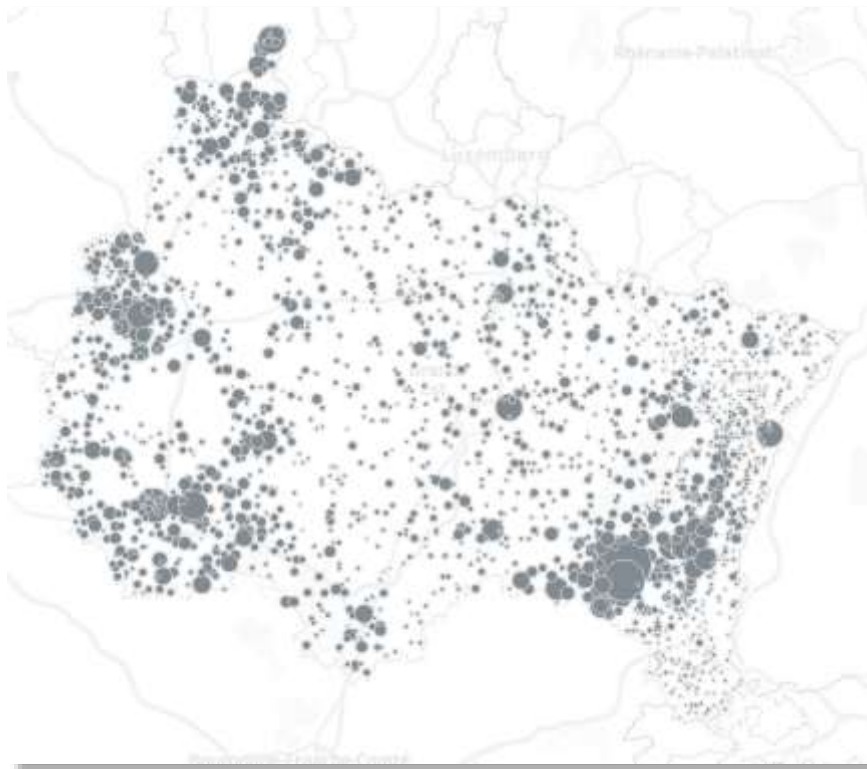
Clientèles des hébergements chez l'habitant

- Quelles sont les attentes des clientèles de nouveaux marchés (lointains) à fort potentiel ?
- Quelles sont les attentes futures de la clientèle ?

 ORT pas en mesure de fournir ces données. Quid AMO ?

L'offre en lits touristiques marchands (en 2016)

Source : Insee - fichiers communaux de l'offre de l'Insee 2014 à 2016 ; CRTs avec l'ajout des LOCATIONS

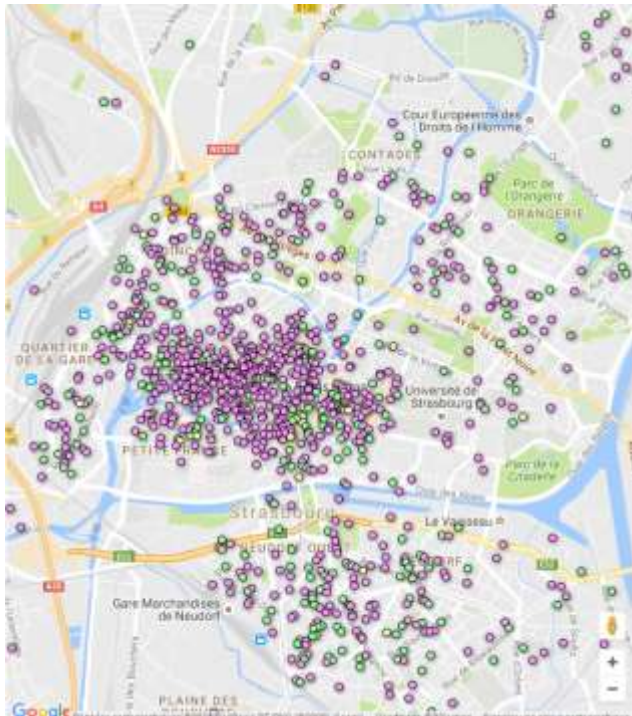


Les locations

Quelle stratégie pour
les hébergements
chez l'habitant ?

L'offre Airbnb

Source : Observatoire Airbnb – Novembre 2016



Strasbourg : 1200 offres pour 4000 places lits

Colmar : 528 offres pour 2250 places lits

Mulhouse : 137 offres pour 450 places lits

Metz : 452 offres pour 1450 places lits

Nancy : 406 offres pour 1240 places lits

Reims : 320 offres pour 1015 places lits

L'offre visible sur tripadvisor

Source : AAA traitement ORTA et une bidouille d'un informaticien.... données collectées fin mars 2017 pour une période de réservation d'1 nuit, à mi-avril (hors WE de Pâques)

Les MEUBLES

L'offre visible Tripadvisor		% des offres notées 5 ou 4,5	Note moyenne
Baden-Baden	78	18%	4,50
Basel	0		
Bordeaux	809	23%	4,51
Colmar	177	26%	4,54
Dijon	0		
Freiburg	71	10%	4,39
Gérardmer	190	12%	4,46
Lille	263	20%	4,24
Lyon	516	26%	4,43
Metz	42	33%	4,53
Mulhouse	32	31%	4,46
Nancy	33	15%	4,23
Nantes	145	21%	4,26
Reims	72	29%	4,48
Strasbourg	334	19%	4,24
Troyes	43	33%	4,48