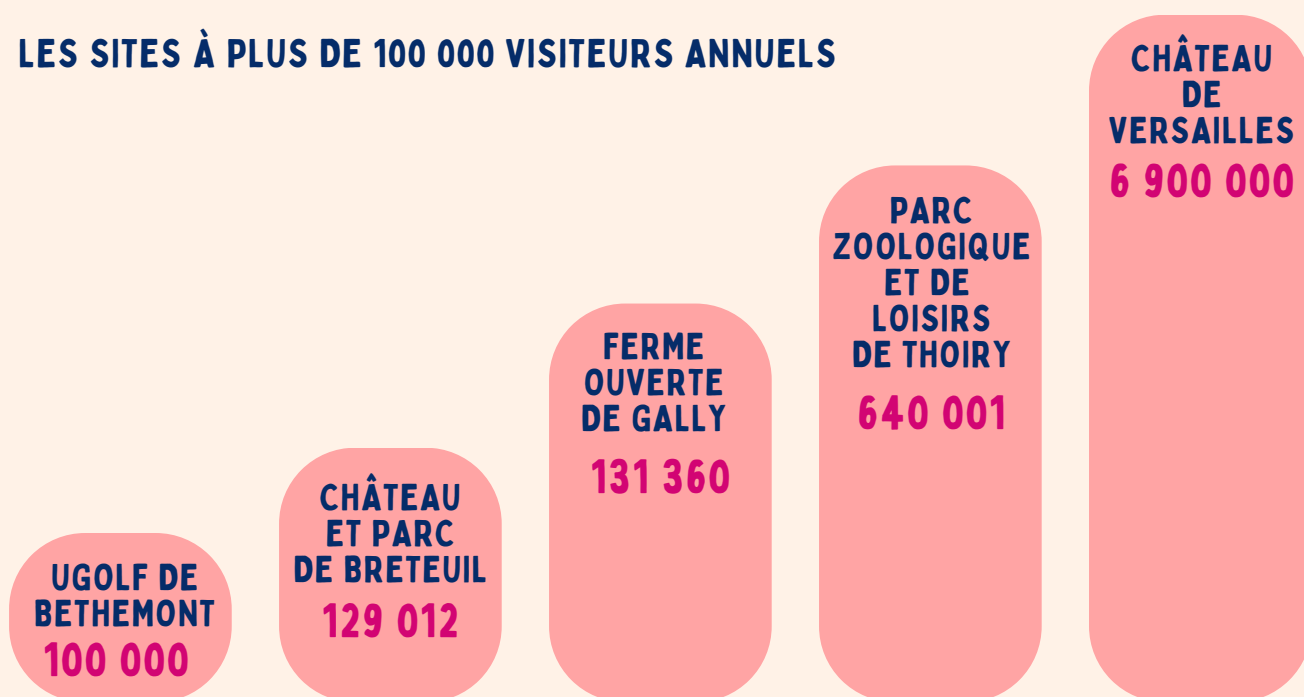


BILAN DE FRÉQUENTATION

ANNÉE 2022

SITES TOURISTIQUES

LES SITES À PLUS DE 100 000 VISITEURS ANNUELS

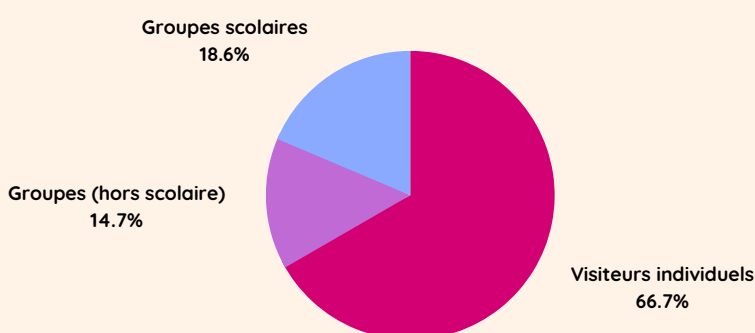


À RETENIR

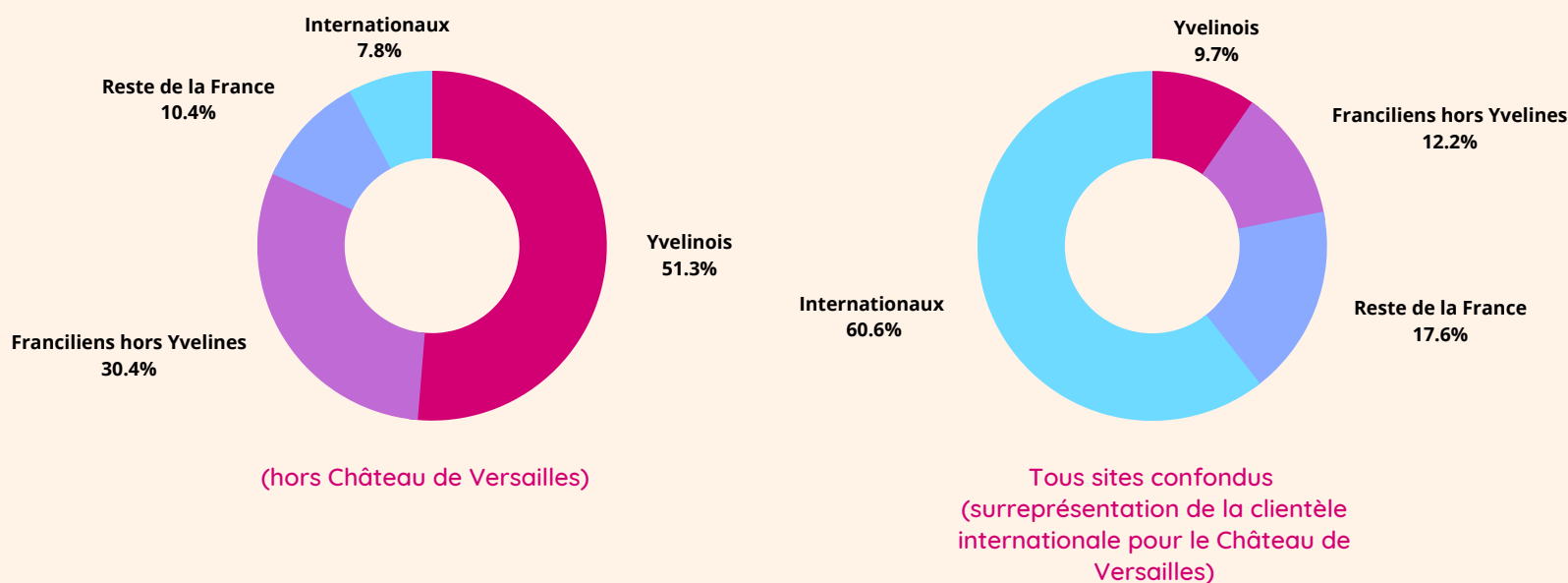
- Une fréquentation moyenne des établissements multipliée par 2 par rapport à 2021 (hausse moyenne de 95% de la fréquentation des établissements)
- Une fréquentation légèrement inférieure à 2019 (année record) qui marque la fin de la crise sanitaire
- 62 % d'entrée payante (moyenne par établissement)
- Une année jugée bonne par 77% des répondants.

TYPES DE VISITEURS

moyenne par établissement



ORIGINE DES VISITEURS 2022



LA CLIENTÈLE INTERNATIONALE

Les nationalités les plus représentées : Belgique, Royaume-Uni, Allemagne, Etats-Unis.

Une diminution de la clientèle asiatique largement remarquée.

TOP DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES :



TYPOLOGIE DE CLIENTÈLE



Une clientèle « Affaires » encore en développement à l'heure actuelle mais au cœur des préoccupations et des tendances des sites touristiques.

71 % des répondants souhaitent développer cette clientèle à l'avenir.

TOURISME DURABLE

Les actions mises en place en faveur du tourisme durable portent essentiellement sur les mobilités douces.



Label Accueil Vélo

- 17% de sites labellisés
- 7% de sites en démarche de labellisation

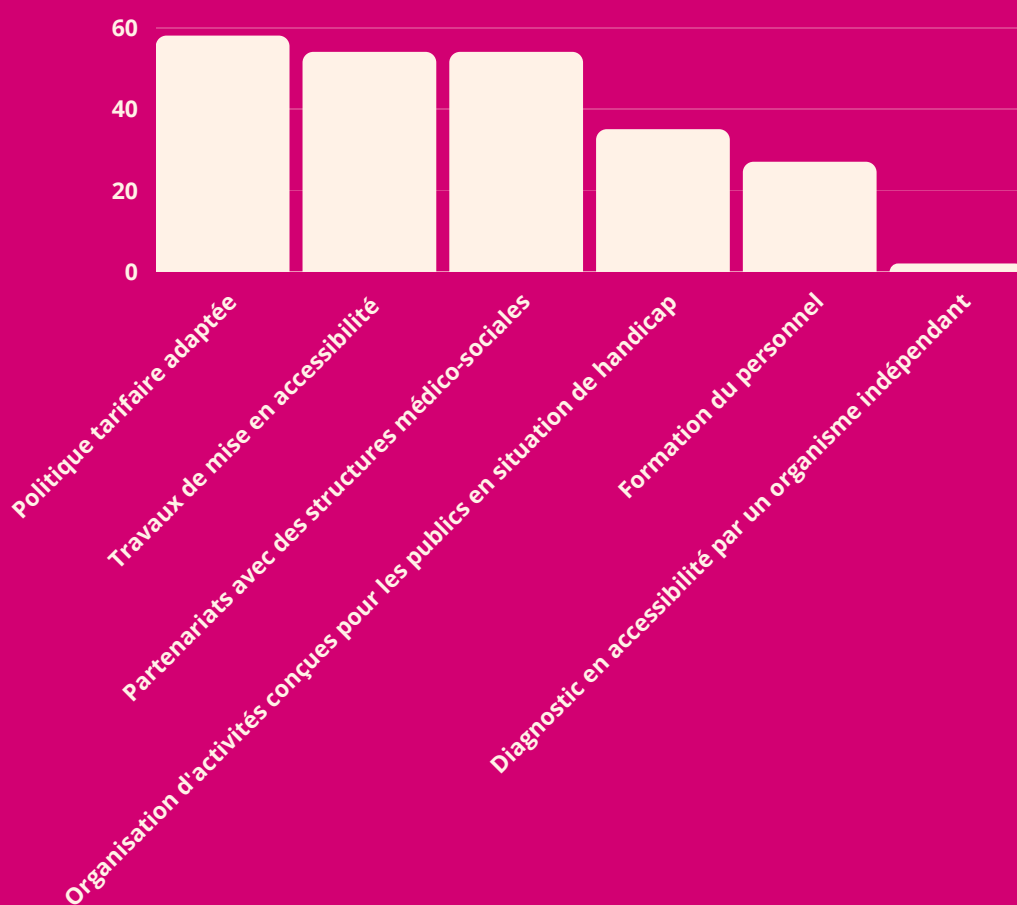
Plus de la moitié des sites touristiques se disent concernés par la problématique du « dernier kilomètre » et 67 % des sites concernés n'ont pas de réponses adaptées à ce problème.

ACCESSIBILITÉ & POLITIQUE SOCIALE

HANDICAP

- Les handicaps liés à la marche et à l'audition sont les handicaps les plus pris en compte par les sites interrogés.
- Les publics en situation de cécité totale sont les publics auxquels les sites touristiques sont les moins adaptés (seuls 21% des sites se disent adaptés aux aveugles). En compensation, les publics souffrant de déficience visuelle font l'objet de davantage de projets de médiation ponctuelle.
- 76 % des sites interrogés ont récemment mis de nouvelles pratiques ou acquis de nouveaux équipements liés au handicap.

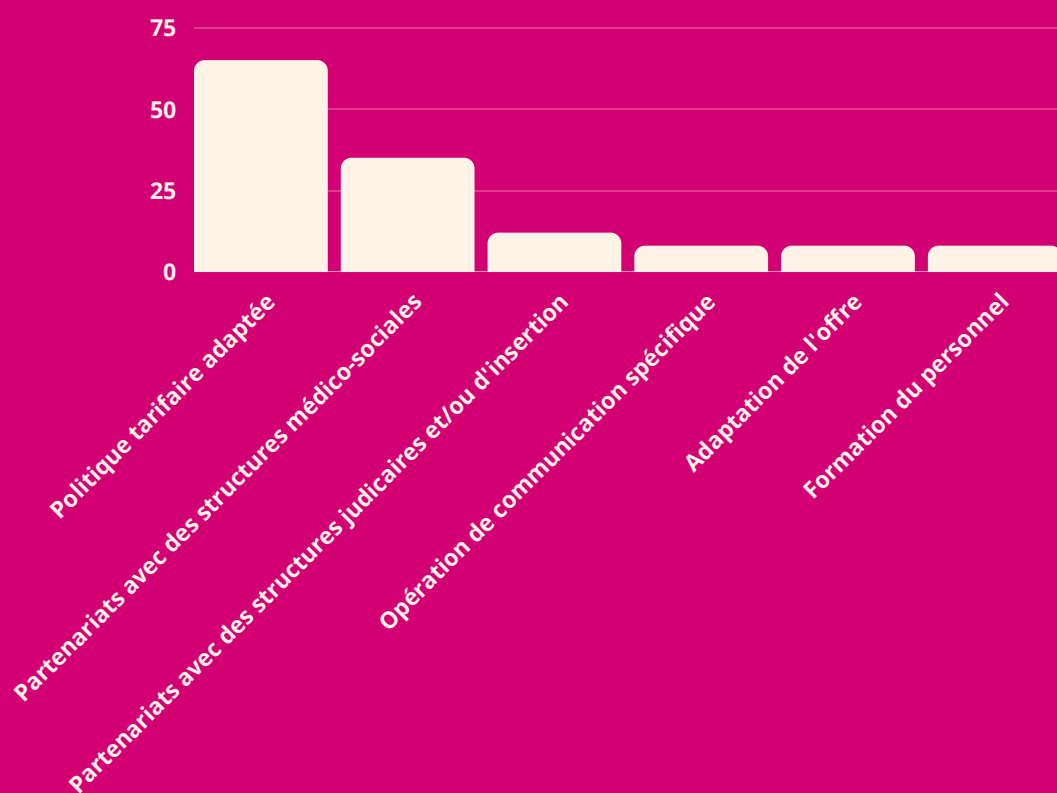
ACTIONS MISES EN PLACE PAR LES SITES INTERROGÉS (EN %) :



VULNÉRABILITÉ ÉCONOMIQUE OU SOCIALE

- La prise en compte des publics en situation de vulnérabilité sociale ou économique semble moins au cœur de l'action des établissements touristiques. Cependant, 65 % des sites interrogés proposent des réductions au faveur des bénéficiaires des minimas sociaux.
- Les projets de médiation à destination des publics en situation de vulnérabilité économique ou social sont majoritairement des projets ponctuels.
- Le musée de l'Hôtel-Dieu à Mantes-la-Jolie rapporte plusieurs initiatives remarquables : partenariat avec le musée du Louvre sur des visites jumelées en parallèle de l'exposition Art de l'Islam, visites et ateliers parentalités pour les parents avec très jeunes enfants, visites pour les élèves allophones.

ACTIONS MISES EN PLACE PAR LES SITES INTERROGÉS (EN %) :



“ Nous travaillons activement afin d'améliorer notre accessibilité universelle. C'est pourquoi nous souhaitons proposer des visites et des ateliers adaptés aux besoins spécifiques des publics. Qu'il s'agisse de visiteurs non habitués des musées ou en situation de handicap, nous avons à cœur de leur fournir une proposition adaptée. (Musée de l'Hôtel-Dieu) ”

PERSPECTIVES

Les sites interrogés rapportent un état bon (53%) ou moyen (40%) des réservations pour 2023. Plusieurs sites soulignent cependant une inquiétude concernant la fréquentation des groupes scolaires impactée par la hausse des prix des locations de car.

40 % des répondants prévoient une "légère amélioration" de leur situation en 2023 tout en montrant une certaine incertitude sur l'année à venir. Aucun site interrogé ne pronostique de baisse de fréquentation.

2 HÔTELS ET RÉSIDENCES DE TOURISME

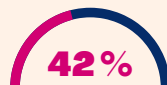
A RETENIR



> **TAUX D'OCCUPATION MOYEN : 58%** > **+17 PTS**

dont 47 % de repeaters parmi les clientèles

Aucun établissement de l'échantillon n'est en baisse d'activités



42 % des établissements estiment leur année globalement bonne, 58 % la considèrent moyenne et aucun ne la considère mauvaise.

LES PRINCIPAUX FACTEURS AYANT INFLUENCÉ LA VARIATION DE FRÉQUENTATION



La forte croissance s'explique essentiellement par le contexte de sortie de crise sanitaire et notamment par la reprise des activités évènementielles et du tourisme d'affaire.



L'inflation a été ressentie particulièrement sur le dernier trimestre 2022 à travers une hausse des coûts que certains établissements ont dû répercuter sur le prix des nuitées.

LA CLIENTÈLE INTERNATIONALE

La clientèle internationale représente 11% de la clientèle des établissements. Cette clientèle est jugée en hausse (entre 3% et 10%) par rapport à 2021 par une majorité d'établissements.

La clientèle dont la chute se fait le plus ressentir est la clientèle asiatique, surtout chinoise. La chute de la clientèle russe est également perceptible pour certains établissements.



Principales clientèles internationales

LA CLIENTÈLE DE "WEEK-END"

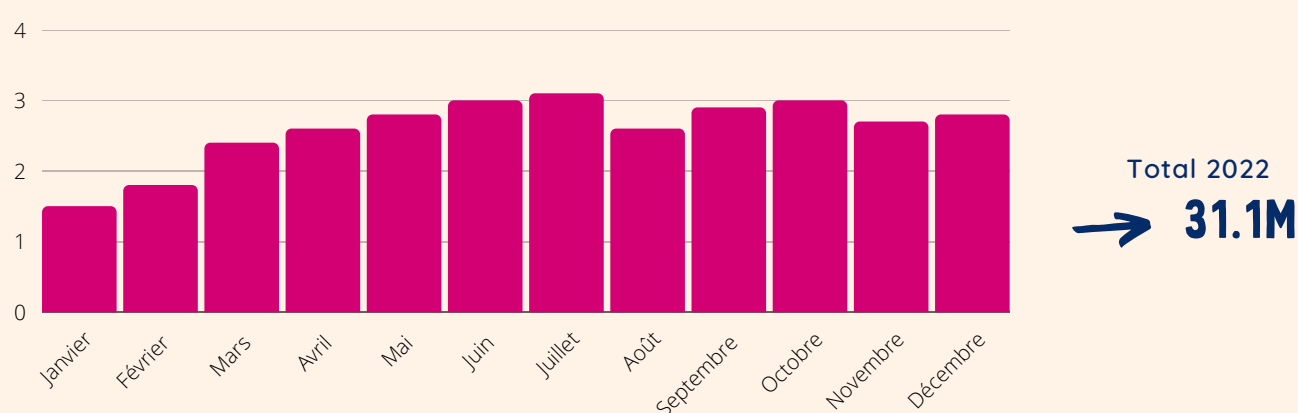


de la clientèle totale

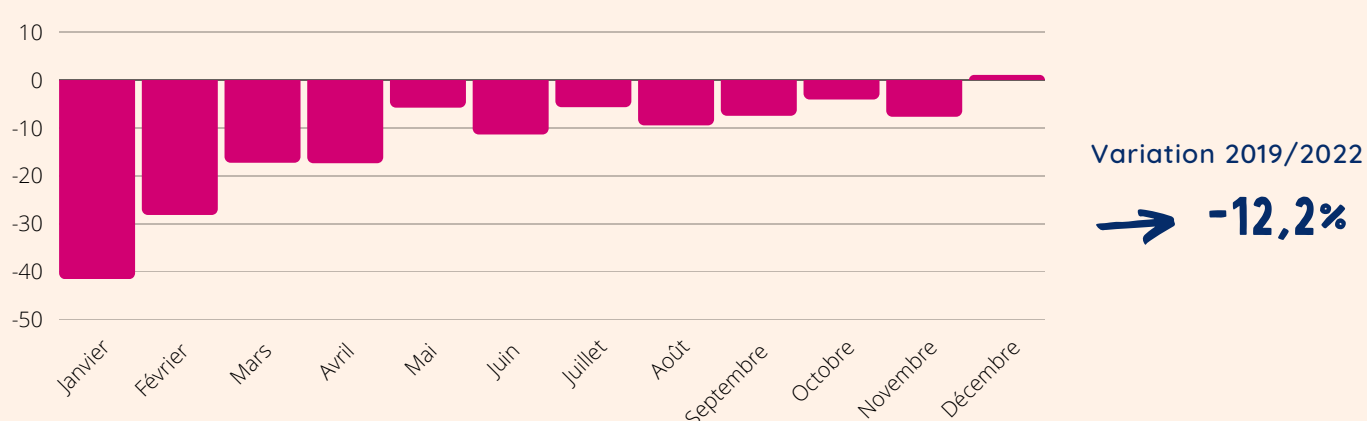
Cette fréquentation en weekend est jugée « satisfaisante » (42%) ou « peu satisfaisante » (37%).

FRÉQUENTATION 2022

NOMBRE D'ARRIVÉES HÔTELIÈRES (EN MILLION)



VARIATION ENTRE 2019 ET 2022 (EN %)



Source : enquête de fréquentation hôtelière - INSEE - CRT Paris Ile-de-France

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Trois hôtels de l'échantillon mentionnent s'être engagés dans une démarche **zéro plastique**.

“ Nous avons mis du vrac au petit-déjeuner : thé, yaourt, sucre, compote, céréales etc...Il n'y a plus de plastique à l'hôtel depuis fin 2022. Nos cartes de chambre sont en bois.
(Hôtel Ibis - Saint-Germain-en-Laye) ”

LABEL CLEF VERTE

Le label Clef verte en croissance sur le territoire.



Parmi les répondants, seul le Domaine de la Corniche est labellisé mais **32%** des établissements se déclarent en réflexion sur ce label.

Trois autres labels écoresponsables sont cités par les établissements :

Marque Accueil Vélo - 2 établissements adhérents - 1 établissements en réflexion

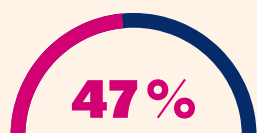
Ecolabel européen - 1 établissement adhérents - 2 établissements en réflexion

Label Devenir - 1 établissement adhérent

PERSPECTIVES

L'état des réservations pour 2023 est jugé à **63 %** « moyen ». Les professionnels expliquent ces perspectives mitigées par l'inflation, les grèves et la montée du télétravail qui limitent les déplacements professionnels.

Ces facteurs d'incertitudes poussent **37 %** des répondants à ne pas se prononcer sur l'évolution de leur fréquentation au cours des prochains mois. Toutefois, les perspectives restent positives pour une majorité d'entre eux.



47 % des répondants envisagent une hausse de fréquentation au cours des prochains mois.



Aucun établissement interrogé n'envisage de baisse d'activité.

L'année 2022 est jugée positive pour les offices de tourisme et les syndicats d'initiative.

ACTIVITÉ ANNUELLE JUGÉE :



UNE FRÉQUENTATION EN HAUSSE



de plus de 10% pour 50% des répondants

- de 3 à 10% pour 20% des répondants
- stable pour 30% des répondants

ACCUEIL VISITEURS

105 993 personnes accueillies dans les OTI* et syndicats d'initiative

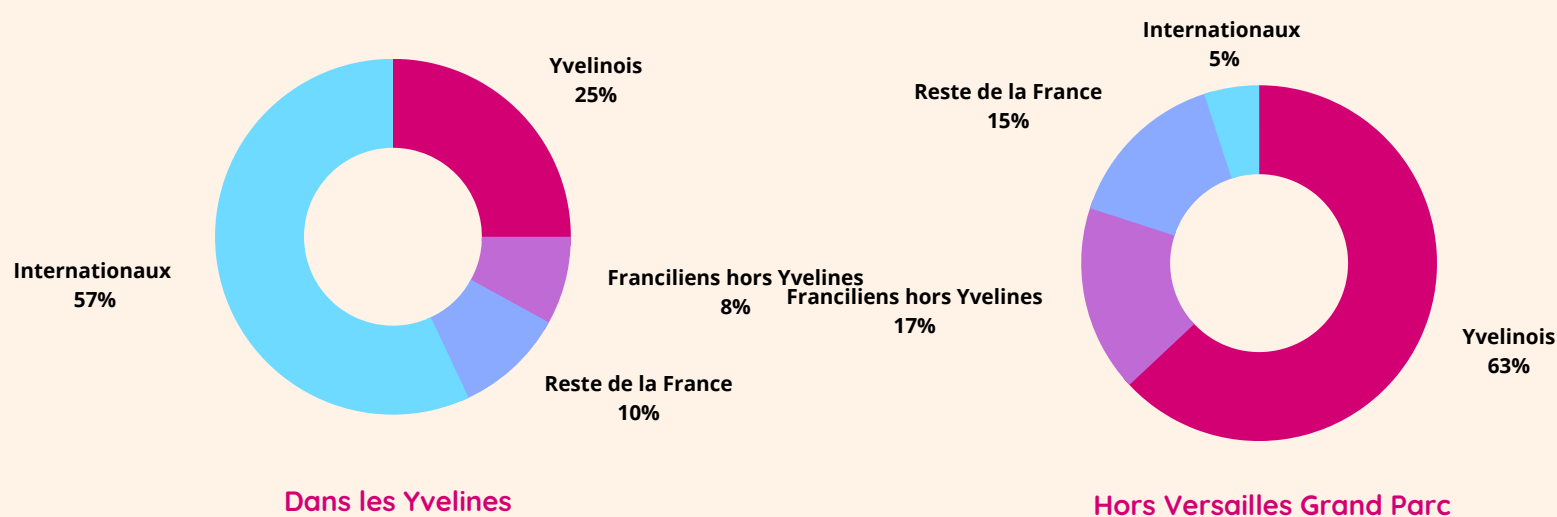
OTI : Office de Tourisme Intercommunal

Dont **70%** par l'OTI de Versailles Grand Parc

716 855 visiteurs uniques sur les sites web des OTI et syndicats d'initiative

Dont **54%** sur celui de l'OTI de Versailles Grand Parc

PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE



En dehors de l'attractivité évidente du château de Versailles pour les clientèles éloignées, la clientèle des OTI et SI du département reste majoritairement locale, la clientèle internationale est à la marge.

Le contexte géopolitique et sanitaire international n'a pas d'impact sur l'activité des OTI et SI du fait de la faible importance des publics internationaux à l'exception de Versailles où la baisse de la clientèle asiatique (crise sanitaire) s'est faite ressentir.

CLIENTÈLE GROUPE

Les groupes représentent :



Les typologies de groupes les plus représentées sont les groupes seniors et les groupes scolaires.

RENSEIGNEMENTS LES PLUS DEMANDÉS

1.

Informations sur les musées et monuments

2.

Informations sur les évènements et manifestations

3.

Informations pratiques

TOURISME DURABLE

Les actions autour du tourisme durable concernent majoritairement les mobilités douces.



des OTI et SI sont labellisés
Accueil vélo

Les Offices de Saint-Germain-Boucle-de-Seine, Terres de Seine et Rambouillet Territoires sont reconnus organismes certificateurs pour la marque nationale Accueil Vélo.

La ville de Bougival a lancé début 2023 une offre de location de vélos à assistance électrique et de trottinettes dans une optique de slow tourisme.

L'office de tourisme du pays houdanais porte plusieurs actions écoresponsables :

- "Projet de développement de circuits de cyclotourisme"
- "Boutique de produits éco-responsables au maximum"

PERSPECTIVES

Les perspectives commerciales des OTI et SI sont bonnes sur le territoire et très bonne à Versailles Grand Parc qui bénéficie du retour des publics internationaux. L'année 2023 devrait être celle d'un retour aux fréquentations d'avant COVID.

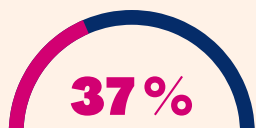
Trois OTI et SI du territoire sont engagés dans une démarche en lien avec les JOP 2024. Et deux OTI en bord de Seine se sont saisis de la thématique des 150 ans de l'impressionnisme également en 2024.

4 LES MOBILITÉS DOUCES



Le nombres de passages cyclo par apport à 2021

MAIS



Le nombres de passages cyclo par apport à 2019

Les excursions en plein air ont connu un pic historique au lendemain des périodes de confinement. La fin de cette période de post-COVID se traduit par une légère baisse des mobilités douces de loisirs en 2022. Cependant la comparaison avec 2019 confirme que sur le long terme les mobilités douces de loisirs sont une tendance à la hausse.

RANDONNEURS DANS LES ESPACES NATURELS SENSIBLES

- + 198 % le WE
- Pic de fréquentation le samedi de 15h à 16h
- Pic de fréquentation le dimanche de 10h à 11h et de 15h-16h

LES MOIS LES PLUS FRÉQUENTÉS

1.

Septembre / Octobre
/ Novembre

Les activités de pleine nature sont plébiscitées tout au long de l'année par les franciliens et diminue lors de la période estivale.

2.

Mars / Avril / Mai Juin

La période hivernale est également une période de creux du fait des faibles températures.

LE PASS MALIN

Co-animé par les Départements des Yvelines et des Hauts-de-Seine, le Pass Malin, gratuit, sans condition d'adhésion et téléchargeable en ligne, offre des réductions à l'entrée des sites culturels partenaires ainsi que pour de nombreux spectacles à travers ses « offres flashes ».

- **54 000** téléchargements en 2022
- **97** partenaires
- **5/6** "Offres Flashes" chaque mois
- **4 720** abonnés à la newsletter mensuelle

LE PASS +

Déployé par le département des Yvelines en 2020, le Pass +, disponible gratuitement pour tous les jeunes domiciliés ou scolarisés au sein du département de la 6ème à la majorité, finance désormais tant les **activités sportives que culturelles**. Avec ce pass, les jeunes bénéficient d'un porte-monnaie numérique de **80 € à 100 € annuel** utilisable dans les structures partenaires ainsi que d'offres **Bon Plan** pouvant prendre la forme de réduction ou de places réservées.

- **3.5M €** sur 2022 / 2023
- **1600** organismes adhérents
- **74 000** jeunes inscrits

RÉSEAU DES MUSÉES

Le département anime un nouveau réseau des musées et centres d'art yvelinois qui **facilite le partage de bonnes pratiques**, crée un **espace de discussion privilégié** entre ces structures et le département, et propose des **formations** sur des thèmes demandés par les adhérents.

- **52** structures sollicitées
- **5** réunions thématiques déjà organisées
- **18** structures représentées lors de la réunion à la Fondation de Coubertin sur le thème des Olympiades culturelles

RÉSEAU DES AMBASSADEURS

Lancé en 2021, le réseau des ambassadeurs yvelinois rassemble des **bénévoles**, habitant du département, pour **valoriser et promouvoir le territoire yvelinois**, principalement au travers des réseaux sociaux. Suite au succès de l'année de lancement, le dispositif se renforce.

- **55** ambassadeurs de la destination
- **26** évènements destinés à valoriser le territoire
- **30** stories **12** posts photos **2** posts vidéos en moyenne par évènement
- **30** articles expérientiels

CATALOGUE TOURISME D'AFFAIRES

Afin de répondre aux **besoins des entreprises à la recherche de lieux de réunion et de séminaires**, le Département des Yvelines a publié en fin d'année 2022 sa nouvelle brochure "Les Yvelines, Destination Affaires", réelle bibliothèque des offres du département à destination des groupes Affaires.

- **90** offres MICE* référencées
MICE : "Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions", terme générique qui désigne le tourisme d'affaire

CATALOGUE OFFRE SCOLAIRE

Afin de **renforcer les programmes pédagogiques des écoles maternelles, primaires, collèges et lycées**, le Département des Yvelines, pour cette année 2023 met à disposition des enseignants un catalogue recensant l'ensemble des offres à destination du public scolaire existantes sur le territoire des Yvelines.

- **70** offres scolaires référencées

MAGAZINE DESTINATION YVELINES

Le magazine annuel de Destination, paru pour la première fois au début de l'année 2022, présente toute l'actualité de la Destination Yvelines au travers d'articles éditoriaux, de portraits, et d'informations pratiques à destination des yvelinois, mais aussi des touristes et de la presse. Il est diffusé sur les différents salons et au sein des offices de tourisme yvelinois.

- **2000** exemplaires diffusés en 2022

SITE WEB SORTIR-YVELINES.FR

Le Département porte un site de destination référencant l'offre de tourisme et de loisirs de son territoire.

- **850 000** visiteurs uniques en 2022
- **2M** de pages vues
- **20 000** abonnés à la newsletter
- **10** newsletters envoyées en 2022

PAGE FB ESCAPADES DANS LES YVELINES

Déclinaison du site sortir-yvelines.fr sur les réseaux sociaux, la page Facebook partage idées de sorties et bons plans touristiques.

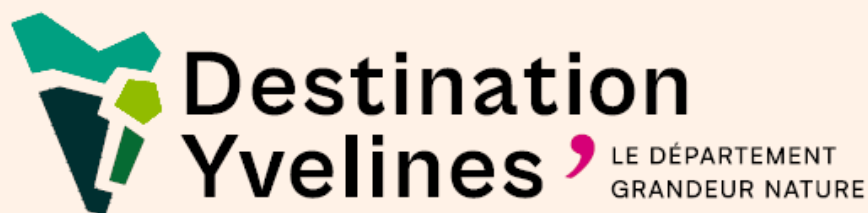
- **52 222** abonnés Facebook
- **+243** abonnés en 2022
- **0.18%** taux d'engagement

COMPTE INSTAGRAM YTOURISME

Déclinaison du site sortir-yvelines.fr sur les réseaux sociaux, la page Instagram partage idées de sorties actualités et bonnes adresses.

- **13 160** abonnés Instagram
- **+2 248** abonnés en 2022
- **2.22%** taux d'engagement

NOUVELLE IDENTITÉ DE DESTINATION



Une nouvelle identité graphique de la Destination Yvelines pour illustrer le Département grandeur nature.

Cette identité repose sur la valorisation des 4 terres d'Yvelines et d'inspirations thématiques :

- Versailles, Soleil des Yvelines
- Rambouillet l'Authentique
- Chevreuse la Verte
- Au Milieu Coule la Seine
- Bien Vivre en Yvelines
- Sereines Yvelines
- Dynamiques Yvelines
- Ethiques d'Yvelines
- Cultures d'Yvelines

Mise en place en 2022, celle-ci sera déployée tout au long de l'année notamment à travers une refonte intégrale du site de destination (actuellement Sortir-Yvelines.fr).



RAPPEL MÉTHODOLOGIE

CONCERNANT LES CHIFFRES DE FRÉQUENTATION DES HÔTELS :

Données issues de l'enquête annuelle de fréquentation du service Tourisme du Département des Yvelines en collaboration avec le Club Hôtelier 78 auprès de **165 contacts (19 répondants pour l'année 2022)**, et de l'enquête menée par le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France en collaboration avec l'Insee sur la période de janvier à décembre 2022.

CONCERNANT LES CHIFFRES DE FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES :

Données issues de l'enquête annuelle de fréquentation du service Tourisme du Département des Yvelines auprès de **102 contacts (32 répondants représentant 8 376 128 visiteurs annuels dont 6 900 000 au château de Versailles (82,4%)**

CONCERNANT LES CHIFFRES DE FRÉQUENTATION DES OFFICES DE TOURISME ET SYNDICATS D'INITIATIVE :

Données issues de l'enquête annuelle de fréquentation menée par le service Tourisme du Département des Yvelines auprès de l'ensemble des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative du département (**100 % de répondants**).

CONCERNANT LES CIRCULATIONS DOUCES :

Données issues des éco-compteurs installés sur le territoire yvelinois : **17 éco-compteurs vélo** dont 4 sur les véloroutes traversant le département et 11 éco-compteurs piétons

MODE DE RECUEIL :

En interne : formulaires à remplir en ligne et relances téléphoniques.

DATES DE L'ENQUÊTE :

Du 16 janvier au 17 février 2022.



POUR EN SAVOIR PLUS

CONTACT



tourisme@yvelines.fr



01 39 07 71 22

POUR ALLER PLUS LOIN

Retrouvez l'ensemble des chiffres clés sur :

[l'Espace Pro du service Tourisme du Département des Yvelines](#)