

2015

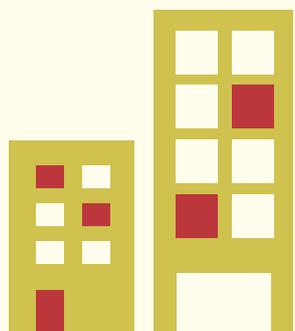
BILAN DE FRÉQUENTATION
TOURISTIQUE



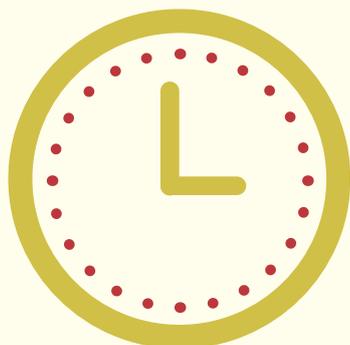
HÔTELS ET
RÉSIDENCES
HÔTELIÈRES



CHIFFRES CLÉS



137 hôtels



Durée moyenne des séjours :

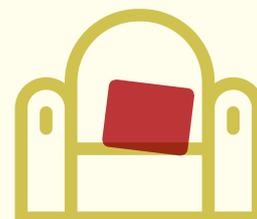
1,7 NUITS

2,7
millions de nuitées



15

Résidences de tourisme



Taux d'occupation

61,5%



1,6
millions de séjours

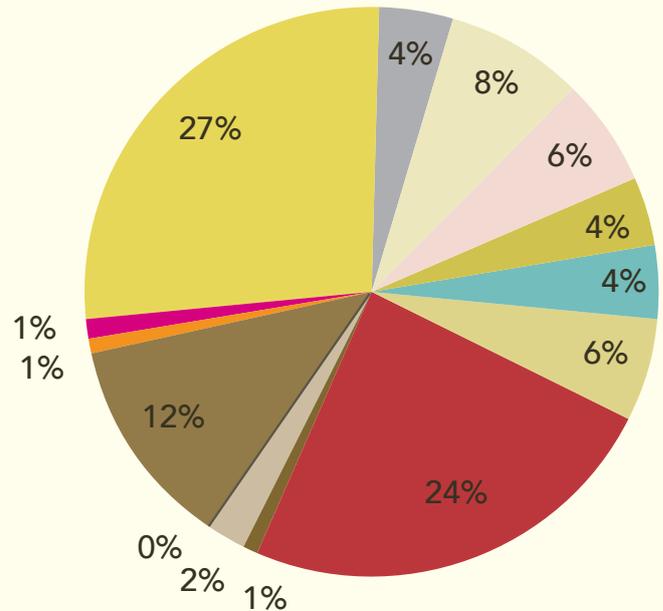


Des chiffres positifs...



En 2015, les hôtels des Yvelines ont enregistré **1,6 millions d'arrivées** et **2,66 millions de nuitées**, soit respectivement des hausses de 5% et 2,5%.

Ceci est principalement lié à la **clientèle française, en hausse de 5,7%**, quand la clientèle internationale est à l'inverse en baisse de 1,3%, représentant désormais 34% du nombre de nuitées. Parmi la clientèle étrangère, ce sont les **touristes européens qui sont majoritaires**, récoltant 52% des nuitées, avec en tête le Royaume-Uni (20% de la clientèle européenne) et l'Allemagne (13%).

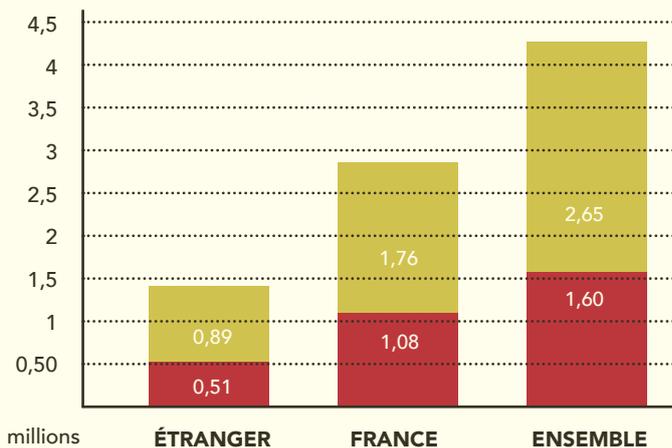


Dans le reste du monde, **l'Asie représente 36% des nuitées étrangères** et notamment **la Chine, en augmentation** avec 62% de la clientèle asiatique.

NUITÉES PAR PAYS ÉTRANGER

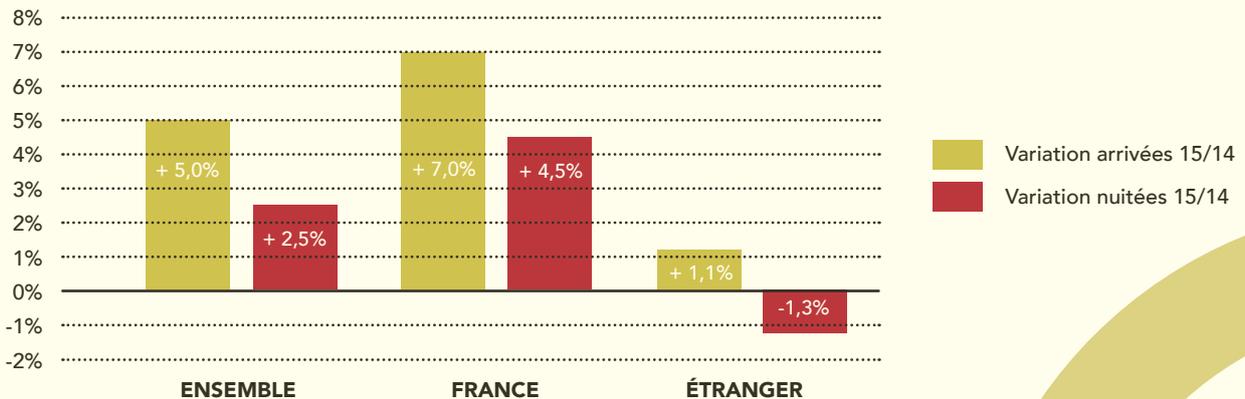
- Allemagne
- Belgique
- Espagne
- Italie
- Pays-Bas
- Royaume Uni
- Russie
- Suisse
- Irlande
- États-Unis
- Canada
- Australie
- Chine
- Japon

NOMBRE D'ARRIVÉES ET DE NUITÉES



- Nuitées 2015
- Arrivées 2015

ÉVOLUTION DES ARRIVÉES ET DES NUITÉES

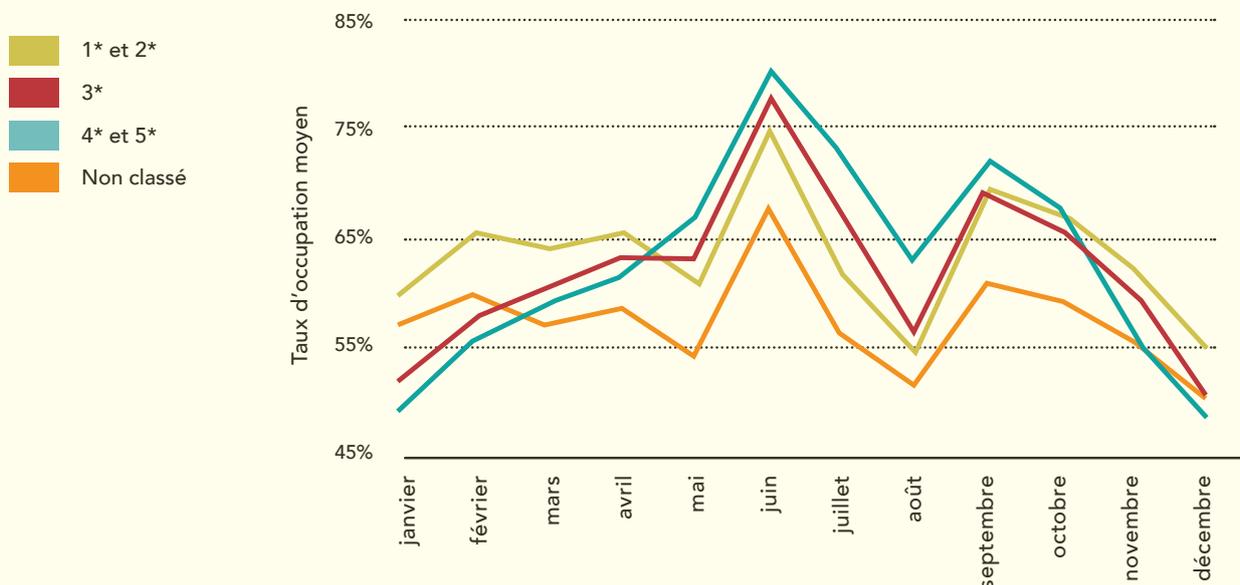


Le **taux d'occupation** moyen en 2015 est de **61,6%** (+0,2 points par rapport à 2014), réparti comme suit :

- Hôtels non classés : 57,4% (- 4,4 pts)
- Hôtels 3* : 61,8% (+ 1,3 pts)
- Hôtels 4* : 62,6% (+ 1,5 pts)
- Hôtels 1 et 2* : 63,4% (+ 0,1 pts)

Globalement, les taux d'occupation mensuels sont supérieurs à ceux enregistrés au cours de l'année 2014, excepté pour les mois de septembre, octobre et surtout décembre qui voit son taux d'occupation moyen baisser de 5 pts. Néanmoins, les pics de fréquentation en juin et septembre sont plus marqués cette année, et ce quel que soit la catégorie d'hôtel.

TAUX D'OCCUPATION PAR MOIS ET CATÉGORIE D'HÔTEL



Mais un bilan qualitatif mitigé...

Le bilan des hôteliers est néanmoins assez mitigé en 2015 puisque **57% des professionnels qualifient l'activité touristique de l'année de « moyenne »**, et 11% de « mauvaise ». En cause principalement les attentats pour 20% des répondants, au même titre que la conjoncture économique et par voie de conséquence, la baisse de fréquentation des groupes « affaires » et « loisirs ».

À l'inverse, 32% des répondants la considèrent « bonne », notamment les hôtels haut de gamme (4* et non classés) qui ont bénéficié de la présence de grands événements sportifs (Paris-Brest, championnat du monde de cyclisme) et d'avis clients positifs sur des sites de distribution.

La clientèle « Affaires », avec 41% des nuitées, essentiellement en semaine, est **toujours majoritaire**, même si une baisse est à constater **cette année, de l'ordre de 8 pts.**

Par voie de conséquence, la fréquentation les weekends, avec un taux d'occupation moyen de 32%, demeure une réelle problématique pour 4 professionnels sur 5 qui l'estiment non satisfaisante. Parmi eux, 71% la voient identique ou en baisse par rapport à 2014.

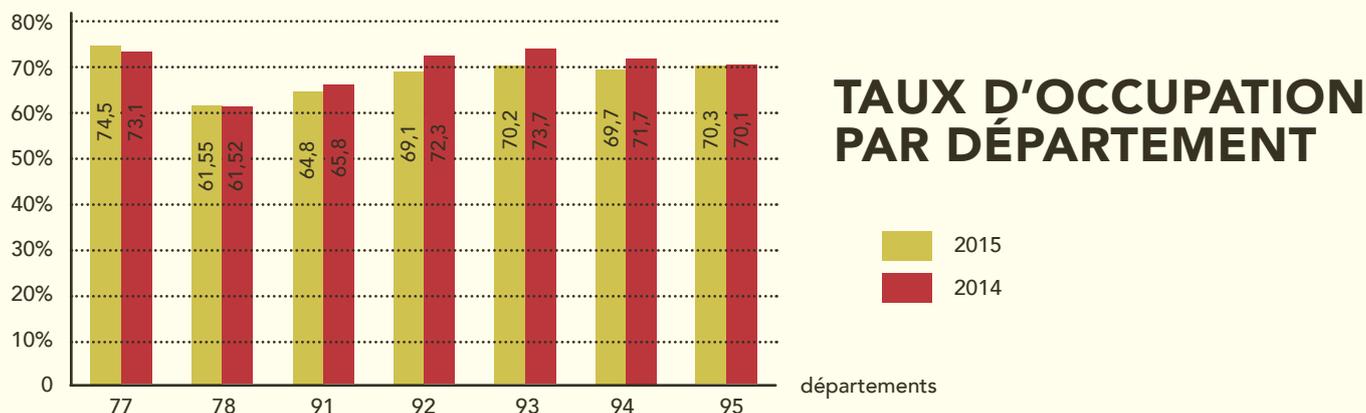
Et des appréhensions pour les prochains mois

Et la tendance devrait se confirmer puisque **60% des personnes interrogées pensent que la situation va rester la même** voire se dégrader au cours des prochains mois, en raison des restrictions de budget et des **répercussions des attentats** (évoquées par 14% des répondants).

À l'inverse, **40% sont plus optimistes**, déclarant qu'elle va légèrement s'améliorer, grâce à l'événement sportif majeur de cet été, l'**Euro 2016**, et toujours la fidélisation et les retours clients sur des sites dédiés.

« La clientèle business ne devrait pas bouger le retour des groupes étrangers fera la différence. »
HÔTEL DE CHAÎNE

« Le climat post événements de Novembre reste frileux. Moins de projets de déplacements et de réunions dans les entreprises et donc un ralentissement important de notre activité au moins jusqu'à Avril. »
HÔTEL À POISSY



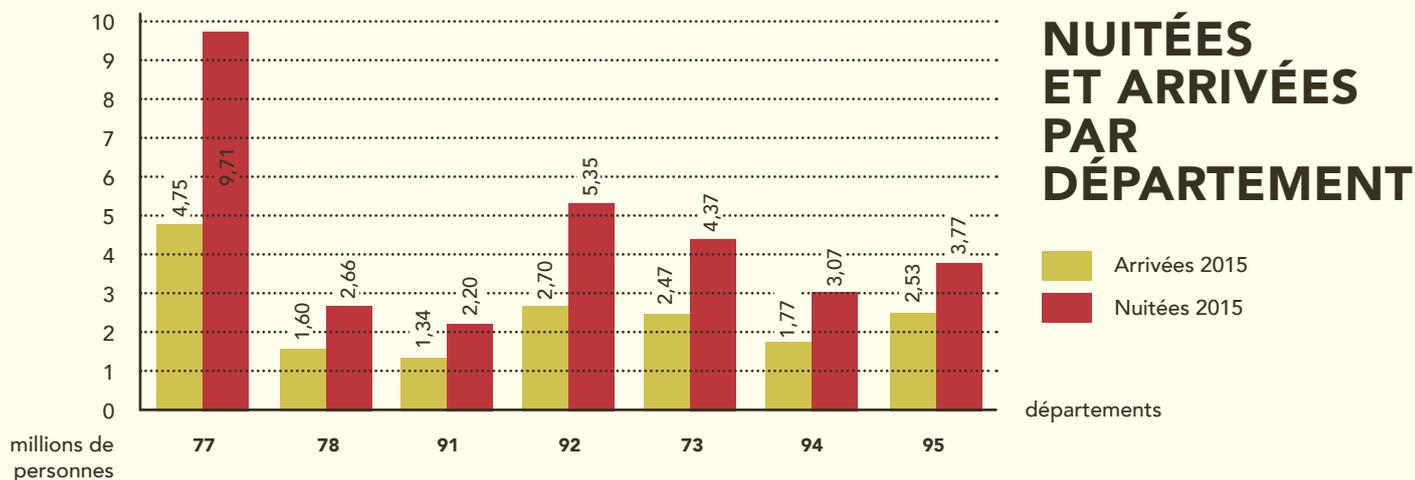
Les hôtels yvelinois en Ile-de-France

En 2015, les Yvelines arrivent de nouveau en dernière position en taux d'occupation, et avant derniers en termes d'arrivées et de nuitées, du fait de facteurs déjà énoncés en 2014 :

- la saturation des hébergements parisiens qui entraîne un éloignement de la clientèle dont profite la petite couronne (92, 93, 94)
- le potentiel d'affaires, fort pour le 92 (avec la Défense) et le 91 (avec Saclay-Orsay)
- Disneyland Paris en Seine-et-Marne
- la proximité aux aéroports situés en Val de Mame (Orly) et Val d'Oise (Roissy CDG)

À NOTER !

Le département des Yvelines en 2015 a enregistré LA plus forte variation en terme d'arrivées (+5%) avec notamment la plus belle progression des arrivées de français en Ile-de-France (+7%). Enfin, les Yvelines comptent la meilleure progression de la région en nombre de nuitées de français avec +4,5%.





LOCATIONS
SAISONNIÈRES





Une année satisfaisante

Le bilan des hébergements saisonniers, qu'ils soient gîtes ou chambres d'hôtes, est nettement plus positif : **55% des propriétaires qualifient l'activité touristique de cette année de « bonne »** quand 20% la considèrent « moyenne », et 25% « mauvaise ».

En effet, après une année particulièrement bonne en 2013 (73,78% de taux d'occupation) et une chute en 2014 (61,10%), **le taux d'occupation annuel moyen des établissements labellisés est stable en 2015, avec 60,95%.**

Plus en détail, si les clients de meublés sont venus moins nombreux par arrivée (-19%), ils sont venus de plus loin, à la différence des hôtels, avec une **hausse de 3pts pour la clientèle étrangère** (25% contre 21% en 2014), et un peu plus longtemps (en moyenne **9,31 journées par séjour** pour les hébergements en gîte contre 9,15 en 2014).

De manière générale, la principale motivation reste un déplacement professionnel, en hausse de 8 pts (53% contre 45%

en 2014). Après une année 2014 difficile compte tenu de la conjoncture économique, les entreprises ont progressivement repris le déplacement de leurs salariés, en optimisant toujours les hébergements, avec en moyenne 3,6 salariés par hébergement.

En outre, l'accessibilité, les prestations de qualité et personnalisées, et comme pour les hôtels, les retours clients positifs sur les sites d'avis en ligne sont les 3 principaux facteurs qui ont permis aux propriétaires de développer leur activité et de compenser la baisse du pouvoir d'achat des clients.

A l'opposé, la clientèle loisirs, avec 44% de la clientèle totale, perd 9 pts par rapport à 2014, même si le nombre de personnes par séjour a augmenté de 5%, passant à 4,55 personnes en moyenne.

La clientèle étudiante, bien que toujours marginale, est elle aussi en progression, de 2 à 3% de la clientèle totale.

CHIFFRES CLÉS





Il faut être optimiste.
CHAMBRE D'HÔTES

Concernant l'impact des attentats, ce type d'hébergement n'en a heureusement pas beaucoup souffert et mis à part quelques rares exceptions, les clients ont maintenu leur réservation, favorisant les hébergements chez l'habitant que les lieux de plus grande envergure et fréquentation.

J'ai heureusement de plus en plus de fidèles et d'habitues qui assurent un fond de stabilité. Mais, comme il y a de plus en plus de concurrence (voir airbnb !), toujours de nouveaux meublés, c'est plus difficile qu'il y a 10 ans.
APARTEMENT À VERSAILLES

De bons espoirs pour 2016

Pour 2016, les perspectives sont plutôt bonnes puisque le mois de janvier, mois habituellement « calme », a déjà affiché une augmentation de 30% en moyenne et que **74% des répondants estiment que la situation va rester la même ou légèrement s'améliorer** dans les mois à venir, grâce notamment à l'Euro 2016 pour lequel **certains hébergements affichent déjà complets**, et à la poursuite des actions de fidélisation.

Le nombre des habitués augmente : ils sont mes meilleurs ambassadeurs. Les appréciations sont très positives.
APARTEMENT MEUBLÉ À VERSAILLES

3

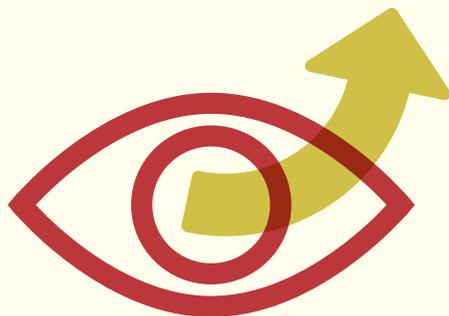
**LIEUX
DE VISITE**



CHIFFRES CLÉS

9,3
MILLIONS DE
VISITEURS PAYANTS

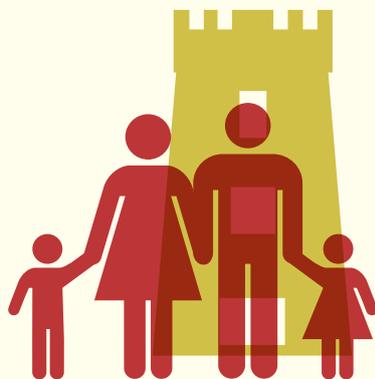
dans les 60 principaux sites touristiques
des Yvelines dont 5,9 millions
pour le Domaine de Versailles



Une fréquentation
totale en hausse de

+ 3,89%

dont 10% pour les parcs à thème



Une bonne
année pour

1 SITE
SUR 2



Classement des 10 sites Yvelinois les plus visités des Yvelines en 2015* (visites payantes uniquement)

- 1 Domaine de Versailles**
(5 886 000 entrées payantes)
- 2 Parc zoologique de Thoiry**
- 3 Ile de Loisirs de Saint-Quentin-en-Yvelines**
- 4 France Miniature**
- 5 Bergerie Nationale**
(103 500 entrées payantes)
- 6 Château de Breteuil**
- 7 Ferme de Gally**
- 8 Espace Rambouillet**
- 9 Serre aux Papillons**
- 10 Ile de Loisirs du Val de Seine**

À eux seuls, les 10 principaux sites des Yvelines ont comptabilisé près de 7 250 000 entrées payantes (+7%).

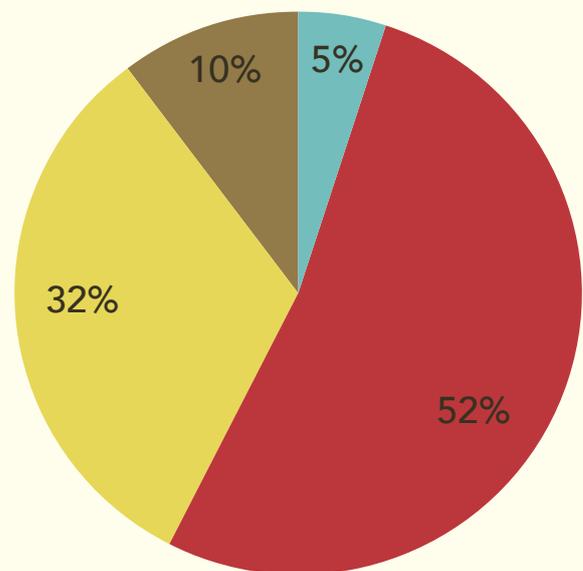
* Pour des raisons de confidentialité, il nous est impossible de délivrer le détail des fréquentations de l'ensemble des sites ci-dessus.

ORIGINE DES VISITEURS

-  yvelinois
-  Franciliens
-  Autres départements
-  Etrangers

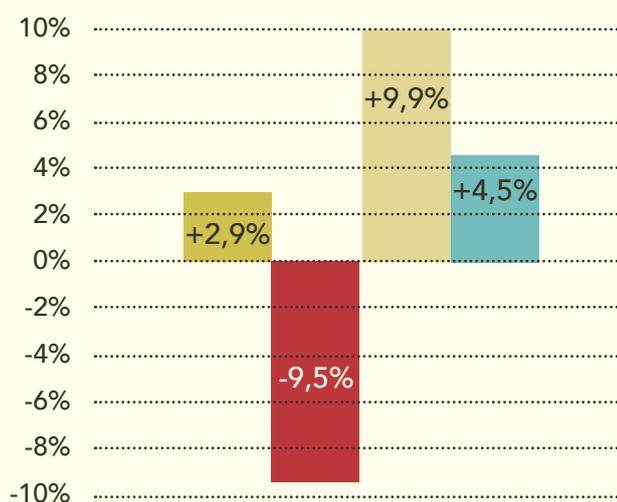
Une année satisfaisante malgré un contexte difficile

En 2015, hors Domaine de Versailles, les Yvelines ont accueilli **94% de visiteurs français**, parmi lesquels **56% d'yvelinois**, 33% de franciliens (hors yvelines), 11% de provinciaux. La clientèle étrangère, toujours hors Domaine de Versailles n'excède pas les 6%, et concerne essentiellement la Villa Savoye et la Maison Ravel. Les Yvelines demeurent donc toujours une **destination de loisirs plus que de tourisme** avec +2 pts pour la clientèle de proximité et -2 pts pour la clientèle étrangère.



ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION 2014-2015 PAR CATÉGORIE DE SITES

- Châteaux ●
- Musées/maisons d'hommes célèbres ●
- Loisirs/parcs à thème ●
- Spectacles ●



Les groupes enfin représentent 35% de la clientèle des Yvelines, soit un recul de 6 pts par rapport à 2014.

Entre 2014 et 2015, **la fréquentation des sites touristiques et de loisirs des Yvelines a augmenté de 3,89%** (55 sites représentés), contre 2,61% entre 2013 et 2014. Cette tendance positive est confirmée par les sites touristiques eux-mêmes puisque 51% d'entre eux qualifient l'année de « bonne », quand 41% l'estiment « moyenne » et 8% « mauvaise ».

Cette hausse a profité en premier lieu aux sites « naturels » et parcs à thème, qui ont vu leur fréquentation augmenter de 10% (22 répondants) grâce notamment à une **météo favorable** sur l'ensemble de l'année, que les fortes chaleurs des mois d'été ont seulement nuancé.

Dans une moindre mesure, la fréquentation des sites dits « culturels » a augmenté de 2,57%. Les raisons invoquées en sont une **programmation renouvelée et variée** (expositions, événements ponctuels...) et des efforts marqués pour développer **la communication et les relations presse**.

En ce sens, le travail d'Yvelines Tourisme comme relais d'information a porté ses fruits puisque 57% des répondants déclarent que l'action de la structure a eu un impact positif sur leur fréquentation (51% en 2014).

L'excellente météo, les événements grand public pérennisés et développés, et les actions événementielles efficaces ont joué en notre faveur.

SITE DE LOISIRS À SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES

Néanmoins, au sein de la catégorie « culture », **les musées et maisons d'hommes célèbres**, alors que leur activité avait été très bonne en 2014 (+24%) ont souffert d'une **baisse de 9,5%** cette année (29 répondants), principalement à cause de la défection de la clientèle scolaire, liée d'une part au changement des rythmes scolaires, cause déjà présente en 2014, et d'autre part au **plan vigipirate** imposé suite aux attentats de janvier et novembre.

“ Nous accueillons surtout des groupes scolaires. En 2015, en raison des attentats et du plan Vigipirate, ceux-ci ont soit annulé soit évité de réserver. ”

SITE CULTUREL À VERSAILLES

D'une manière générale, les attentats de janvier puis de novembre ont eu une incidence négative sur la fréquentation des sites touristiques, presque plus prononcée que pour les hôtels. Un site sur trois s'est dit impacté.

“ Restons optimistes, si de nouveaux attentats n'ont pas lieu, les écoles ayant annulé en 2015 prendront sûrement rdv pour 2016 ! ”

SITE NATUREL EN CENTRE YVELINES

Des esprits optimistes pour l'avenir

Mais pour ces professionnels du tourisme, l'optimisme est de rigueur : 44% d'entre eux pensent que la situation générale va s'améliorer dans les prochains mois, 43% estiment qu'elle va rester la même et seulement 13% pensent qu'elle va se dégrader.

FOCUS SUR LE DOMAINE DE VERSAILLES

Dans un contexte de stabilité des nuitées à Paris (-0,1 % de nuitées à fin octobre), la fréquentation du Domaine de Versailles (hors parc) a connu une baisse en 2015. Sur l'année, la fréquentation du Domaine de Versailles (hors parc) a atteint **7,4 millions de visites**, ce qui correspond à un recul de **4 % par rapport à 2014**.

Cette évolution varie selon les sites du Domaine :

- Château de Versailles : -5 % avec 4,4 millions de visites
- Châteaux de Trianon et Domaine de Marie-Antoinette : -8 % soit 1,5 million de visites
- Spectacles : +5 % avec 1,6 million de visites

Pour le château de Versailles, notons que **la fréquentation des individuels connaît une baisse sensible** (-12%) alors que celle des visites en groupes connaît une progression (+6% avec 1,4 million de visites en groupes). Contrairement aux autres sites touristiques et hôtels du département, la part des visiteurs français a poursuivi son recul en 2015 (-1 pt)

pour atteindre 19 % des visiteurs des châteaux de Versailles et de Trianon, contre **81% pour la clientèle étrangère (+1 pt)**.

La venue des visiteurs américains s'est accrue en valeur (+1 pt) ainsi que celle des visiteurs en provenance de Chine (+5 pts) et de Corée du Sud (+1 pt). La part des visiteurs japonais s'est restreinte en 2015 (-2 pts). En 2015, le site a su fidéliser ses publics, réalisant une progression de 17% sur les abonnements « Un an à Versailles », avec ses 13 500 abonnés au total en 2015.

Enfin, les attentats de novembre ont entraîné un recul de fréquentation considérable, de l'ordre de 19% en novembre et 7% en décembre.

Mais le site reste néanmoins confiant pour les prochains mois.

La baisse de l'activité touristique post-attentats sera moins importante pour les sites en dehors de Paris intra-muros je l'espère.



**OFFICES DE
TOURISME ET
SYNDICATS
D'INITIATIVE**

OFFICE DE TOURISME

Découvrez GRATUITEMENT
Saint-Germain-en-Laye
sur votre SMARTPHONE en suivant
le parcours audio de 5 étapes.



Pour démarrer votre écoute, vous
avez aussi à saisir : <http://www.saint-germain-en-laye.fr>
dans le navigateur de votre smartphone.



info
24h/24

Cazaudehore
La Forestière

Le restaurant

La Terrasse

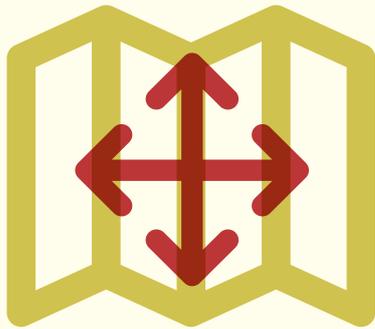
L'Hotel

Touch...



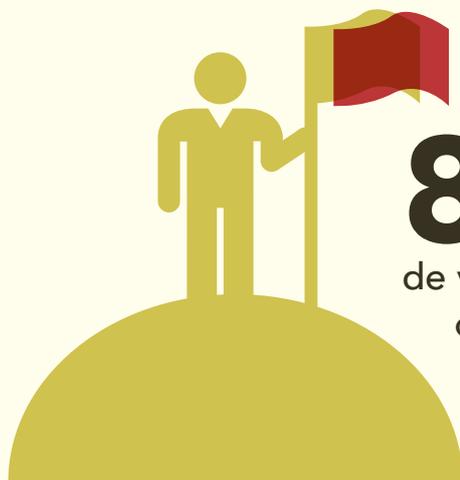
© 2013 - Joël Damase

CHIFFRES CLÉS



40%
DE DEMANDES
D'INFORMATIONS
PRATIQUES

-5%
visiteurs physiques



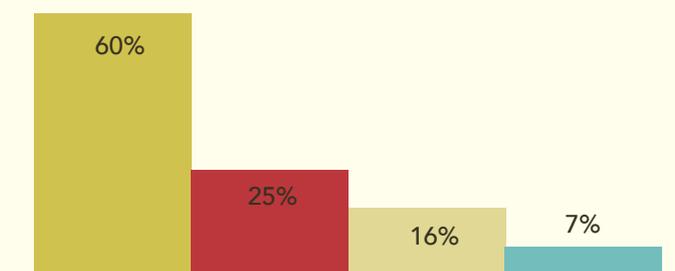
80%
de visiteurs locaux
ou régionaux

Une fréquentation physique en baisse

Le département des Yvelines compte **20 Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (OTSI) répartis sur tout le territoire** (contre 21 en 2014, suite à une fermeture).

En 2015, les **Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative de notre département ont accueilli plus de 371 700 visiteurs** (sur une base de 17 répondants), dont 79% pour le seul Office de Tourisme de Versailles (293 000 visiteurs). Avec 391 600 visiteurs en 2014, la fréquentation poursuit sa légère baisse, de l'ordre de 5,1 points (déjà - 4,5 pts entre 2013 et 2014).

À l'inverse, le nombre de visiteurs numériques, après une augmentation fulgurante en 2014 (+17 pts hors Versailles), **continue une ascension douce avec +1% en 2015 et 745 000 connexions sur les sites internet** des OTSI (sur une base de 12 répondants). Cela montre l'importance du digital dans la préparation des séjours.



Des visiteurs locaux...

Hors Versailles, l'accueil physique fait toujours apparaître la forte proportion de visiteurs locaux venant visiter leur propre territoire. Les Yvelinois d'abord, toujours très friands de découvertes et visites autour de chez eux, représentent 60 % de la clientèle des OTSI du territoire (+2 pts), suivis par les franciliens hors 78 dont la fréquentation a augmenté de 5 pts (25%).

Dans ces structures, à l'instar des sites touristiques, le tourisme est toujours majoritairement un tourisme de loisirs et de proximité. On note toutefois une part non négligeable de touristes, avec 16% de visiteurs français hors Ile-de-France, en hausse de 4 pts, compensant le recul de la clientèle étrangère, qui, avec 7%, perd 3 pts.

ORIGINES DES VISITEURS DES OTSI

- Yvelinois
- Franciliens
- Visiteurs d'autres départements
- Étrangers

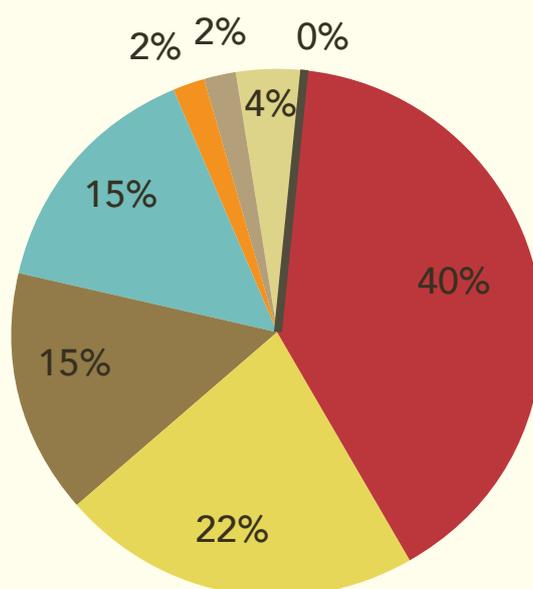
...avec des demandes « pratiques »

Ces visiteurs se rendent dans les Offices pour se renseigner principalement sur des informations pratiques

(transport, localisation, toilettes, etc.)
et sur les événements et manifestations
du territoire, bien avant les offres
« pérennes », de type hébergement
et restauration.

TYPES DE RENSEIGNEMENTS LES PLUS DEMANDÉS

- Informations pratiques
- Évènements/manifestations
- Musées et monuments
- Loisirs et sports
- Restauration
- Hébergement
- Ventes
- Demandes sur Paris



ZOOM SUR L'OFFICE DE TOURISME DE VERSAILLES

Compte tenu de sa situation géographique, à proximité du Château de Versailles, site majeur de renommée internationale, l'Office de Tourisme de Versailles bénéficie d'une clientèle bien différente des autres OTSI, dont voici les principales données :

- En 2015, sa fréquentation, de **292 800 visiteurs physiques**, même si elle a baissé de 2,8%, représente 79 % de la fréquentation des OTSI des Yvelines (77% en 2014).
- Le nombre de visiteurs numériques est quant à lui stable avec **470 000 connexions**, et représente 63% des visites numériques totales des Offices de Tourisme.

Enfin, 87% des visiteurs de l'Office viennent de l'étranger (+1 pt) pour seulement 5 % d'Yvelinois (+1 pt). Leurs demandes à l'accueil ont néanmoins évolué puisqu'elles concernent principalement des informations pratiques, et non plus des hébergements, qui arrivent à la 4^e position.



RAPPEL MÉTHODOLOGIQUE

Concernant le calcul de l'offre d'hébergement :

- Compilation des données du relais départemental des Gîtes de France, et de la base de données d'Yvelines Tourisme pour les hébergements Clévacances référencés sur le site internet d'hébergements weekend-yvelines.fr.
- Compilation des données d'Atout France pour les établissements classés, et de la base de données d'Yvelines Tourisme pour les hébergements non classés et référencés sur le site internet d'hébergements weekend-yvelines.fr

Concernant les chiffres de fréquentation des hébergements :

- Données quantitatives (taux d'occupation, arrivées, nuitées, provenance clientèle) issues de l'enquête mensuelle menée par le Comité Régional du Tourisme en collaboration avec l'Insee, auprès de 70 hôteliers (en moyenne 53 répondants par mois).
- Données quantitatives des meublés issues de la compilation des statistiques du relais départemental des Gîtes de France.
- Données qualitatives (part de la clientèle affaires, groupes, estimation de l'activité) des hôtels et locations saisonnières issues de l'enquête annuelle de fréquentation d'Yvelines Tourisme auprès de 251 contacts (50 répondants

pour l'année 2015) et d'un entretien avec le relais départemental des Gîtes de France.

Sites touristiques :

- Données issues de l'enquête annuelle de fréquentation d'Yvelines Tourisme en collaboration avec 5 Offices de Tourisme pilotes, auprès de 107 contacts. (62 répondants pour l'année 2015).
- Conformément aux attentes de certains sites partenaires, les données servent à établir une moyenne territoriale et sont fournies de manière globale. Par conséquent, certaines données individuelles n'ont pu être communiquées.

Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative :

- Données issues de l'enquête annuelle de fréquentation menée par Yvelines Tourisme en collaboration avec l'Udotsi et de l'outil OTSImple (mis en place par le CRT) auprès des 20 Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative du département (17 répondants). Données issues de l'outil OTSImple mis en place par le CRT (7 OT utilisateurs).

Mode de recueil :

- En interne : formulaires à remplir en ligne et relances téléphoniques. Dates de l'enquête : du 7 janvier au 5 février 2016



Yvelines Tourisme remercie l'ensemble des équipes de ses partenaires : CRT Ile-de-France, INSEE, Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative, Club Hôtelier78, hébergements, relais départemental des Gîtes de France, sites de visite... pour leur contribution à ce document.



POUR TOUT CONSEIL ET INFORMATION, L'ÉQUIPE PROJET D'YVELINES TOURISME SE TIENT À VOTRE DISPOSITION :

SYLVIE LAHUNA

Directrice de projet

NATHALIE BALLU

Assistante de direction

01 39 07 71 82

nballu@yvelines.fr

CATHERINE GUÉRIN-MIT

Chef de projet image et notoriété,

Relations presse

01 39 07 79 70

cguerin@yvelines.fr

JULIE RAIBAUD

Chargée d'évaluation, GRC,

Suivi des blogs [jardins](#) et

[gastronomie](#)

01 39 07 79 78

jraibaud@yvelines.fr

SOPHIE VANDEVOORDE

Chef de projet audience,

Plateforme technologique

01 39 07 78 09

svandevoorde@yvelines.fr

ALEXANDRA FAUCOMPRESZ

Rédac chef du site

www.balade-yvelines.fr

Animatrice réseau vert

01 39 07 76 49

afaucompresz@yvelines.fr

SANDRINE VANIN

Chef de projet évènementiels

01 39 07 89 65

stondut@yvelines.fr

ALEXIS CHAUVEAU

Rédac chef du site www.weekend-yvelines.fr

*Animateur grands comptes, responsable
de la plateforme e-commerce*

01 39 07 73 41

achauveau@yvelines.fr

ELODIE BASSET

Rédac chef du site www.sortir-yvelines.fr

Community manager

01 39 07 89 61

ebasset@yvelines.fr

HÉLÈNE DUMONT

Responsable de l'animation des

Collectivités locales et entreprises

01 39 07 86 31

hdumont@yvelines.fr

MARIE BOUJU

Animatrice du réseau des Offices

de Tourisme et associations

01 39 07 87 96

mbouju@yvelines.fr

BERNADETTE LEGRENZI

Administratrice de projet Axe Seine

01 39 07 70 54

blegrenzi@yvelines.fr

LAURA VEDEL

Chargée de développement

01 39 07 79 61

lvedel@yvelines.fr

Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux :

Facebook : www.facebook.com/tourisme.yvelines

Twitter et Instagram : @ytourisme

Pinterest : Escapades dans les Yvelines

Et n'oubliez pas le **#goodyvelines** !

