



DÉPARTEMENT DES YVELINES

Bilan de fréquentation touristique 2017



Yvelines
Le Département

yvelines.fr





La Mission Tourisme du Département des Yvelines remercie l'ensemble des équipes de ses partenaires : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France, INSEE, Chambre de commerce et d'industrie Versailles-Yvelines, Direction du Développement du Département des Yvelines, 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.



SOMMAIRE

Partie I - Hôtels et résidences hôtelières	4
Partie II - Locations saisonnières	11
Partie III - Lieux de visite	14
Partie IV - Offices de tourisme et syndicats d'initiative	20



© Sylvain Bachelot

Partie I

HÔTELS ET RÉSIDENCES HÔTELIÈRES

-HOTEL-



1,56 millions de séjours + **4,4%**

2,68 millions de nuitées + **5,1%**

61,9% de taux d'occupation + **2,8pts**

1,71 nuits par séjour = **2016**

71% des séjours par des touristes français

© iStock

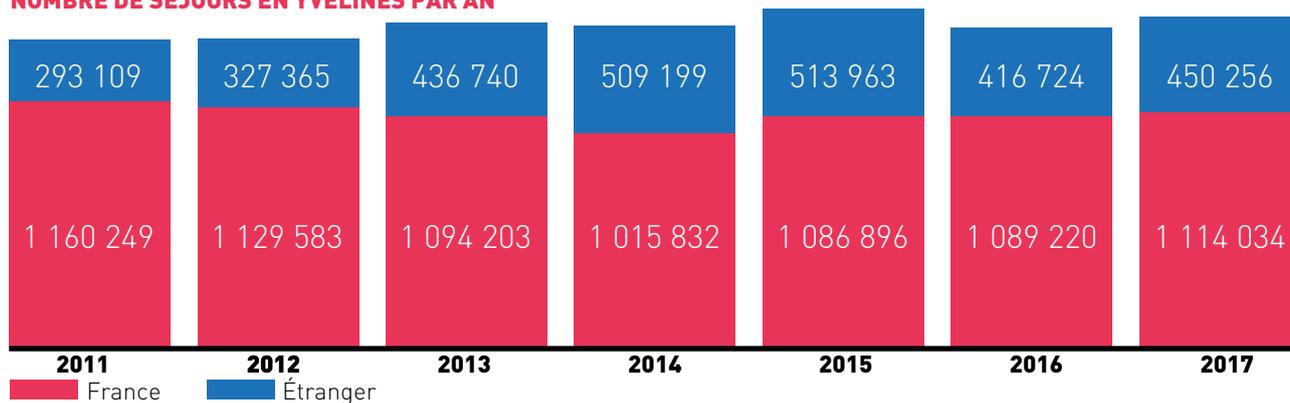
Plus de 58 000 séjours de plus !

Avec **1,56 millions d'arrivées** et **2,68 millions de nuitées**, soit respectivement une **hausse de 4,4%** et **5,1%**, la fréquentation touristique 2017 en Yvelines confirme la **reprise de l'activité hôtelière** largement constatée en Île-de-France¹ (+9,5% des arrivées et +10,6% des nuitées), après une année 2016 marquée par les attentats, les intempéries et les mouvements sociaux.

	Arrivées	Var 16/17	Nuitées	Var 16/17
Paris	15,9 millions	+9,9%	35,6 millions	+11,7%
Petite couronne	7,7 millions	+14,4%	13,8 millions	+13,7%
Yvelines	1,56 millions	+4,4%	2,68 millions	+5,1%
Grande couronne	10,2 millions	+5,6%	18,7 millions	+6,6%
Île-de-France	33,8 millions	+9,5%	68,1 millions	+10,6%

Au total, en 2017, les hôteliers yvelinois ont ainsi accueilli **58 350 touristes de plus** qu'en 2016.

NOMBRE DE SÉJOURS EN YVELINES PAR AN

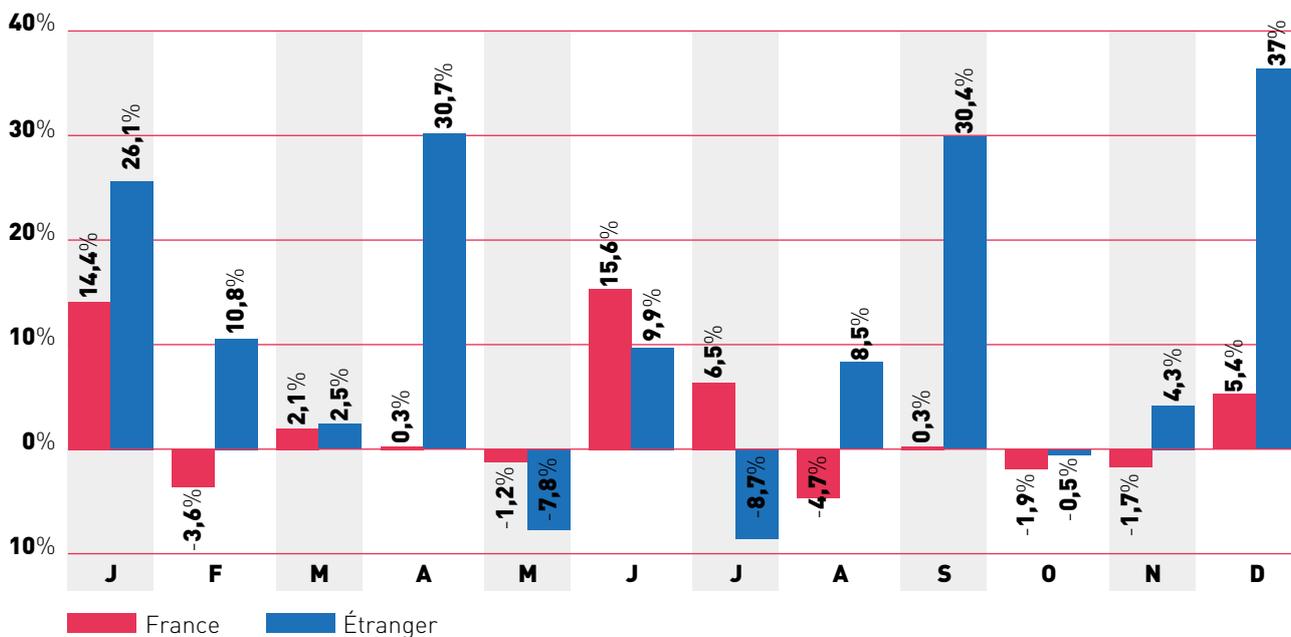


¹ Hors Essonne, qui connaît une légère baisse en 2017 de 7,9% des arrivées et 3,4% des nuitées.

I. Hôtels et résidences hôtelières

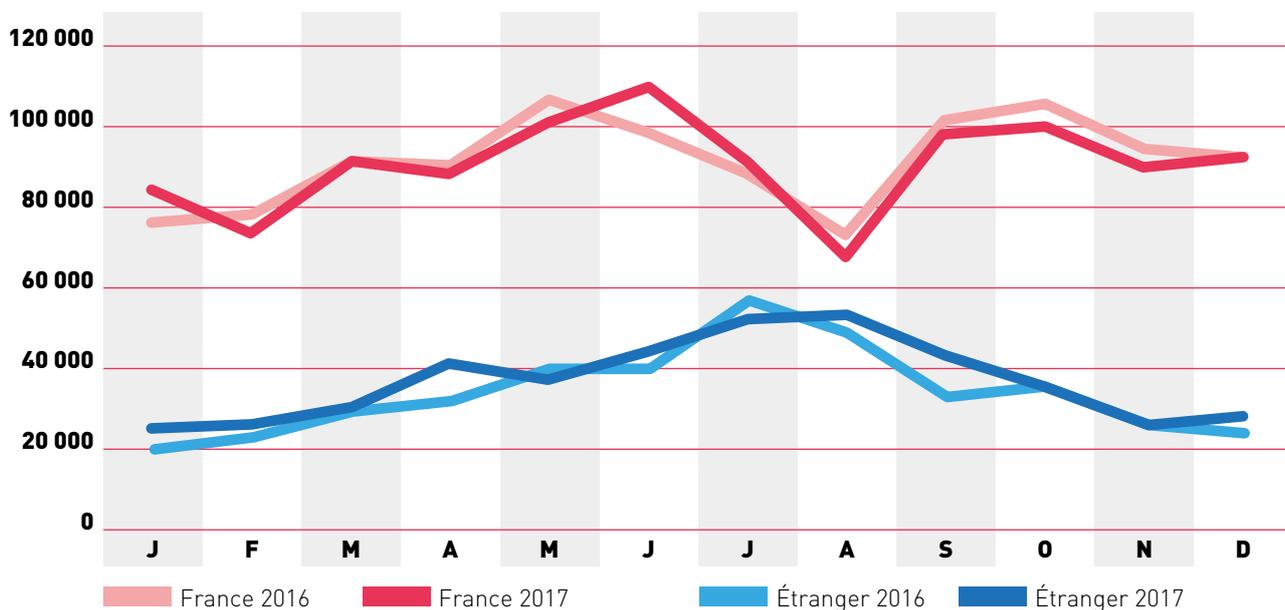
Si la fréquentation s'était maintenue pour la **clientèle française** en 2016 (+0,2%), elle continue sa douce progression en 2017 avec **+2,6%**, atteignant le **record de séjours** des 5 dernières années. Pour ce qui est de la **clientèle internationale**, dont l'absence s'était particulièrement fait sentir en 2016 (-19%), le **retour est très net** en 2017 avec une **hausse de 9%**.

ÉVOLUTION DES SÉJOURS EN YVELINES PAR MOIS



En termes de saisonnalité, la fréquentation totale a connu une **évolution positive sur 8 mois** de l'année, avec des pics d'augmentation observés pour la clientèle internationale en janvier (+26%), avril (+31%), septembre (+30%) et décembre (+37%). La variation de la clientèle française, si elle demeure plus nuancée, connaît une progression plus marquée en janvier (+14%), juin (+16%) et décembre (+5%).

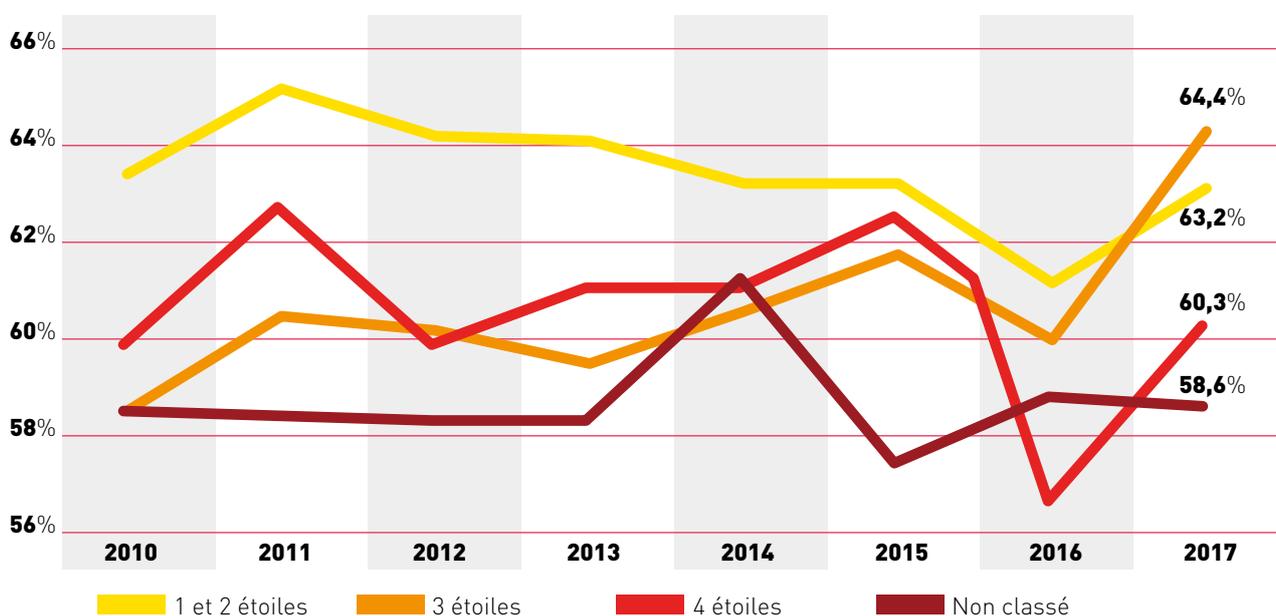
NOMBRE DE SÉJOURS EN YVELINES PAR MOIS



D'une manière générale, la répartition des clientèles est assez bien répartie sur l'ensemble de l'année, avec des pics de fréquentation de la clientèle française en juin, septembre, correspondant à des pics d'activité (séminaires, sorties scolaires...), et à l'inverse des baisses de fréquentation pendant les vacances scolaires, compensées par la présence de la clientèle étrangère, davantage de loisirs.

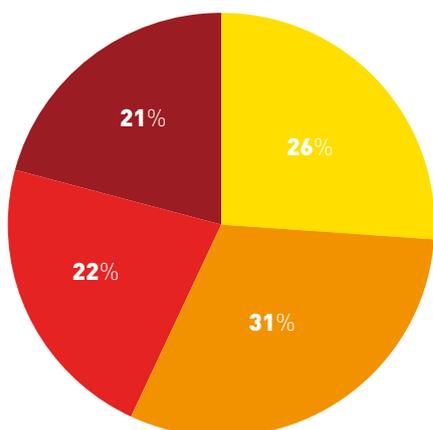
Voyants au vert pour toutes les catégories d'hôtels, particulièrement les hôtels haut de gamme.

TAUX D'OCCUPATION PAR ANNÉE ET PAR CATÉGORIE D'HÔTEL

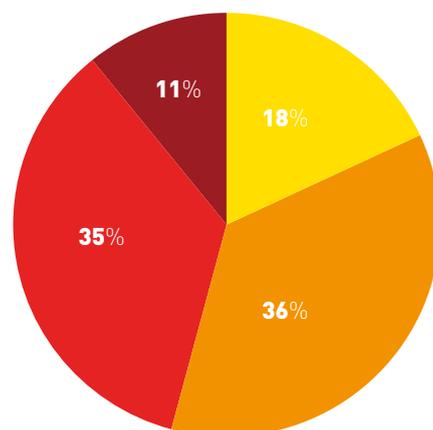


Le **taux d'occupation moyen** en 2017 est de **61,9%**, soit une **hausse générale de 5%** par rapport à 2016 toutes catégories confondues, plus marquée néanmoins pour les hôtels haut de gamme (+7%), qui dépassent désormais les hôtels « économiques » en termes de taux d'occupation.

PART DES NUITÉES DES TOURISTES FRANÇAIS PAR CATÉGORIE D'HÔTEL



PART DES NUITÉES DES TOURISTES ÉTRANGERS PAR CATÉGORIE D'HÔTEL



1 et 2 étoiles

3 étoiles

4 étoiles

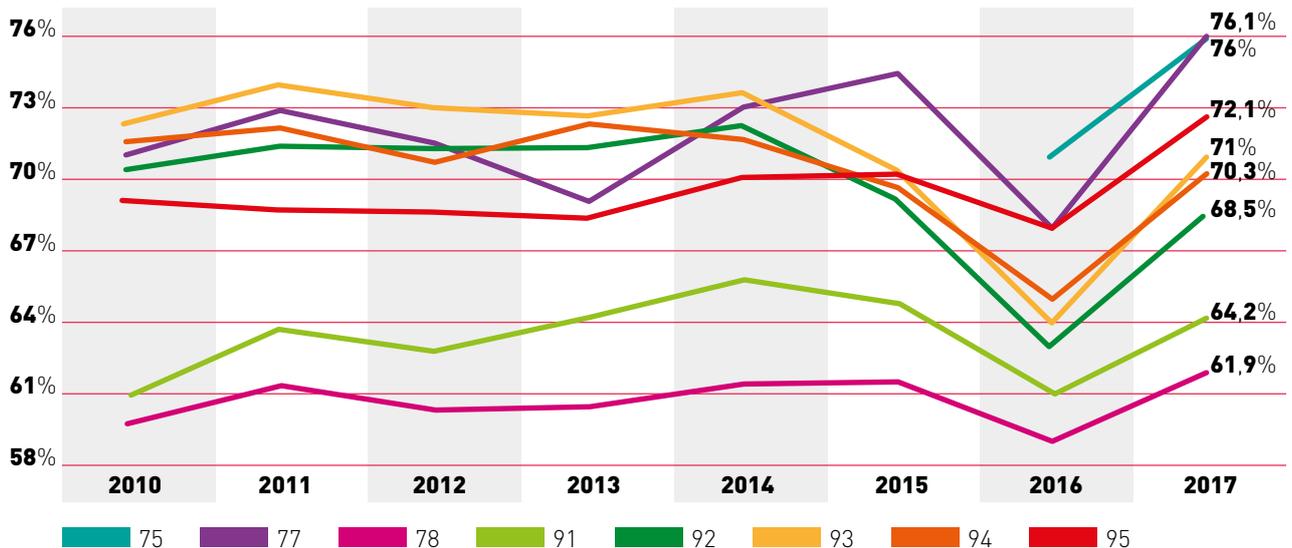
Non classé

I. Hôtels et résidences hôtelières

Ceci semble corrélé avec le retour de la clientèle internationale, qui avec 71% des nuitées en 3 et 4*, recherche majoritairement des hébergements de qualité.

À l'inverse, les touristes français semblent privilégier avant tout le rapport qualité/prix et la praticité (critères géographiques...).

ÉVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION PAR AN ET PAR DÉPARTEMENT



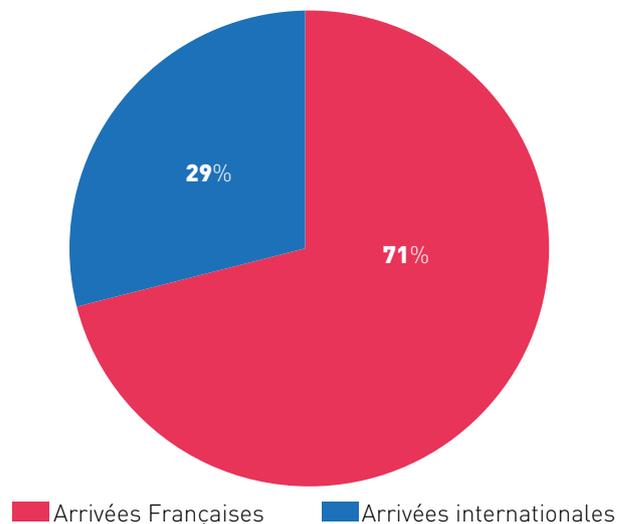
Néanmoins, malgré des tarifs inférieurs à ceux de Paris ou d'Île-de-France, la **fréquentation des hôtels yvelinois reste inférieure à la moyenne régionale** qui atteint un taux d'occupation de 73%, en hausse de 9%, et une durée de séjour de 2,02 jours, contre 1,71 en Yvelines.

	Yvelines	Île-de-France	Paris
1 à 2 étoiles	56 €	63 €	87 €
3 étoiles	91 €	98 €	131 €
4 étoiles	114 €	176 €	226 €
Non classé	121 €		

Les Européens et les Chinois en force !

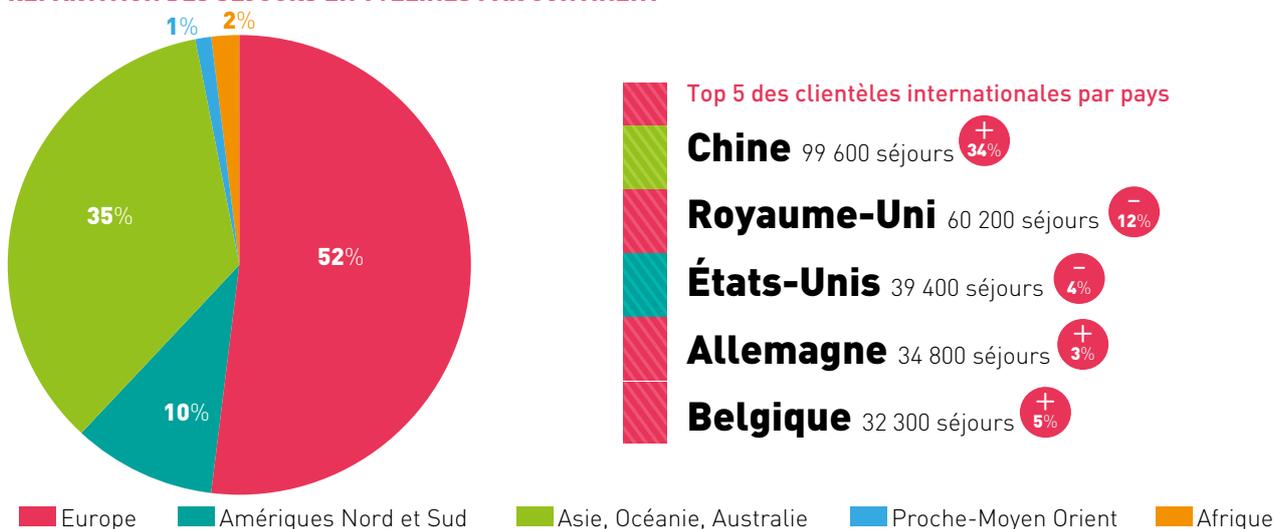
En 2017, la proportion de la clientèle France, qui représente 71% des séjours en Yvelines perd 1 point sur le volume d'arrivées, demeurant néanmoins toujours bien au-dessus de la moyenne régionale (52%).

Elle est composée à 33% d'une clientèle francilienne.



Du côté de la clientèle internationale, qui représente 450 000 séjours et 808 000 nuitées, on observe plus d'un touriste sur deux provenant d'Europe, suivi de la clientèle en provenance d'Asie/Océanie (35%), dont la fréquentation gagne 3 points, grâce au **retour marqué de la clientèle chinoise**.

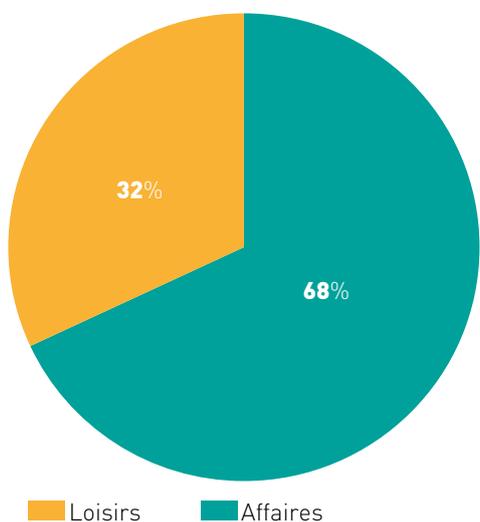
RÉPARTITION DES SÉJOURS EN YVELINES PAR CONTINENT



Si le top 5 reste inchangé en termes de provenance de clientèles, les plus fortes progressions reviennent aux suisses (+36%, pourtant en 8ème position), aux chinois (+34%) et aux espagnols, 7^e mais dont la fréquentation augmente de 7%.

À l'inverse, certaines clientèles internationales ont décliné la destination Yvelines en 2017 : les australiens (-18%), les irlandais (-14%), et les britanniques (-12%) du fait du Brexit et de ses conséquences (ralentissement de l'économie et perte de pouvoir d'achat).

Une croissance favorisée davantage par le tourisme de loisirs plutôt que par le tourisme d'affaires.



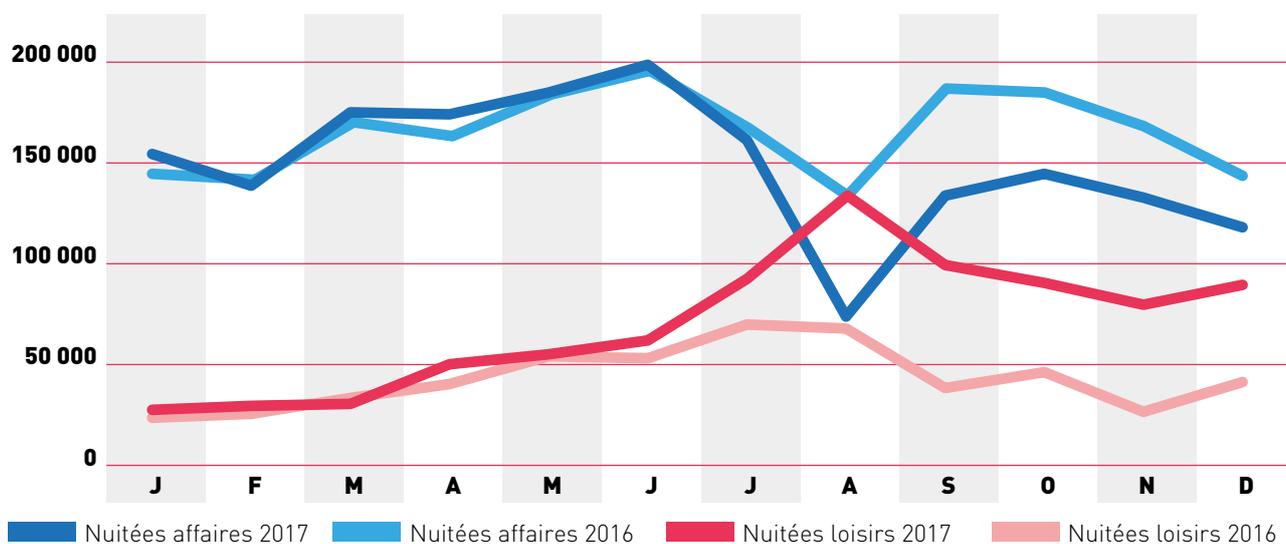
Même si les **déplacements professionnels** restent largement majoritaires avec 68% de la fréquentation totale, leur volume a perdu 11 points par rapport à 2016, soit près de **200 000 nuitées de moins**, générant 1,82 millions de nuitées en 2017.

Ainsi, après une hausse de 3% de janvier à juin, la fréquentation Affaires accuse une baisse moyenne de 21% de juillet à décembre, avec un pic négatif à -45% au mois d'août.

Les Yvelines se distinguent donc ici du reste de l'Île-de-France, dont la Clientèle Affaires ne représente « que » 49,8% des nuitées totales, avec 33,9 millions en 2017, et dont la fréquentation est en hausse de 7,8% par rapport à 2016.

I. Hôtels et résidences hôtelières

RÉPARTITION DES NUITÉES AFFAIRES ET LOISIRS PAR MOIS ET PAR ANNÉE



À l'inverse, les touristes « loisirs », qui ont engendré 856 000 nuitées en 2017, gagnent 11 points sur le volume de nuitées, notamment sur les 6 derniers mois de l'année.

Bref, un bilan positif, confirmé par les professionnels.

Globalement, les professionnels confirment ces tendances positives puisque **45,5% d'entre eux qualifient cette année de « bonne »** et en hausse par rapport à 2016 (contre 20% seulement en 2016).

68% des répondants associent cette hausse à une **bonne politique commerciale** de leur établissement, 52% à l'aide des **réseaux de distribution en ligne**. Dans une moindre mesure mais déjà mis en exergue, le tourisme asiatique en forte hausse et les événements d'entreprises sont également mentionnés comme facteurs de hausse.

Les sites ayant constaté une baisse l'expliquent essentiellement par : le contexte économique (42% des répondants), l'insécurité (encore 52% des répondants), et à la marge la concurrence hôtelière et un changement d'enseigne.

Les hôteliers semblent moins impactés cette année par la concurrence des hébergements collaboratifs, 22% le mentionnant comme facteur de baisse contre 43% en 2016, tendance s'expliquant peut-être par les réformes récentes dans ce domaine.

La fréquentation les weekends, avec un taux d'occupation moyen de 20% (=2016), demeure une réelle problématique pour 79% des professionnels qui l'estiment peu ou pas satisfaisante, tendance néanmoins en baisse de 15 points en 2017.

Des belles perspectives pour 2018.

Les hôteliers sont également confiants en l'avenir : si 15% envisagent à moyen terme une stabilisation de leur activité, **71% des professionnels interrogés** prévoient même une **amélioration** de leur fréquentation, prévision largement supérieure à celle enregistrée en février 2017 (56%).

Et ce grâce à une meilleure conjoncture économique, de grands événements sur le territoire comme la **Ryder Cup** et des travaux réalisés au sein de certains établissements.



© 2015 - C.Badet - CD78

Partie II

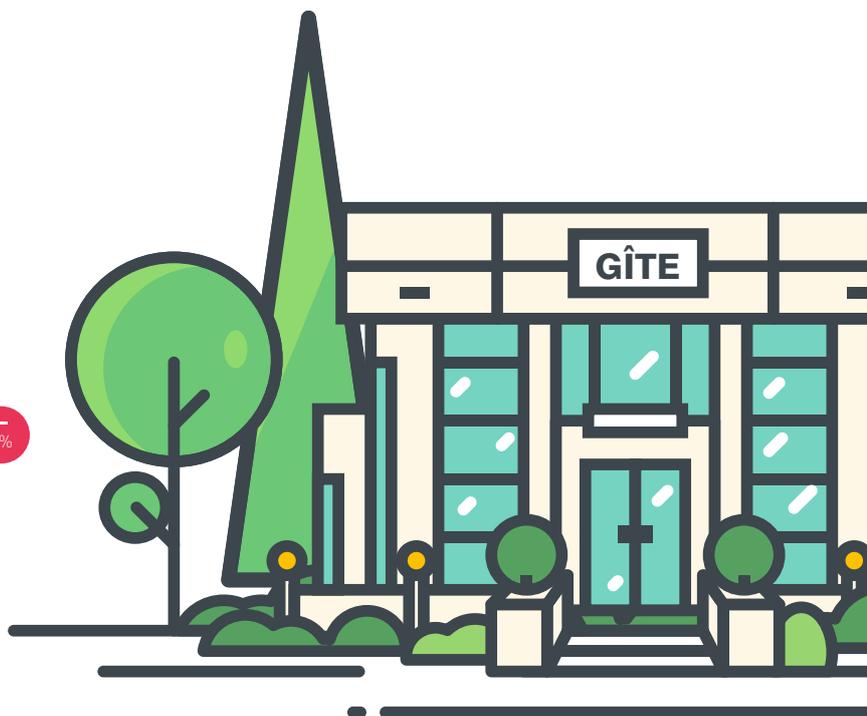
LOCATIONS SAISONNIÈRES

II. Locations saisonnières

61% de taux d'occupation dans les gîtes

9,81 nuits par séjour

-5%



© iStock

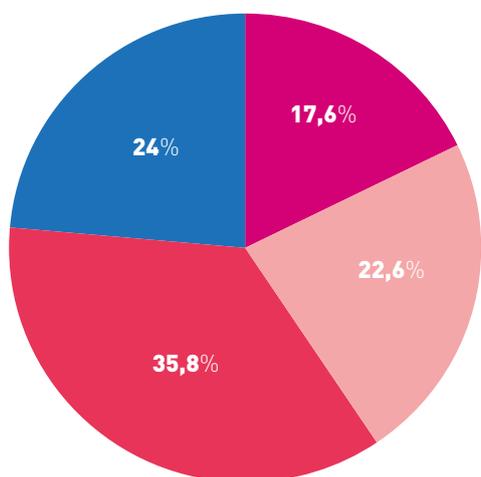
Une année difficile...

Si en 2016, les gîtes et chambres d'hôtes des Yvelines semblaient être passés entre les mailles des filets de cette année terne, accueillant même une hausse de fréquentation de 3,14 points, le vent a quelque peu tourné en 2017.

En effet, ce parc d'hébergements saisonniers a connu un début d'année difficile (-15% par rapport à 2015 en juin) marqué par les élections et donc la suspension de chantiers et de déplacements des ouvriers – principale clientèle de ces structures –, et ce n'est qu'en fin d'année que la fréquentation des chambres d'hôtes et gîtes labellisés a réduit l'écart, avec une **baisse « relative » de 5% sur l'année**.

Néanmoins, plus d'un propriétaire sur 2 accuse le coup et estime son activité moyenne voire mauvaise en 2017 (contre 35% en 2016). Principalement en cause : les hébergements collaboratifs, puis les réseaux de distribution en ligne et le contexte économique.

PROVENANCE DES CLIENTÈLES



■ Yvelinois ■ Franciliens ■ Reste France ■ Internationaux

Des touristes de plus en plus locaux.

À l'instar des hôtels, la **clientèle** des hébergements saisonniers demeure **majoritairement française** (3 clients sur 4 sont des visiteurs nationaux en 2017), avec une **surreprésentation** cette année des visiteurs **franciliens (+4,9pts)** et **yvelinois (+2,3pts)**, au détriment des visiteurs français hors Île-de-France qui perdent 16,8 points sur le volume d'affaires annuel.

Et à l'international, la Grande-Bretagne connaît une belle remontée.

La **clientèle internationale**, qui représente désormais 24% de la clientèle, connaît un retour de fréquentation de près de 10 points. On retrouve une clientèle d'entreprises issues des pays de l'est de l'Europe, avec en top 3 la Pologne ; la Slovénie, et plus au nord la Grande Bretagne, qui connaît la plus nette augmentation avec +17%

Le tourisme d'affaires en progression.

RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION PAR CATÉGORIE DE CLIENTÈLE



La **clientèle professionnelle**, composée généralement de groupes de 3,30 personnes/séjour, reste donc prédominante et en **hausse de 7 points** par rapport à 2016, au détriment de la clientèle de vacanciers qui perd 6 points sur le volume d'affaires.

Prévisions 2018 : des propriétaires inquiets...

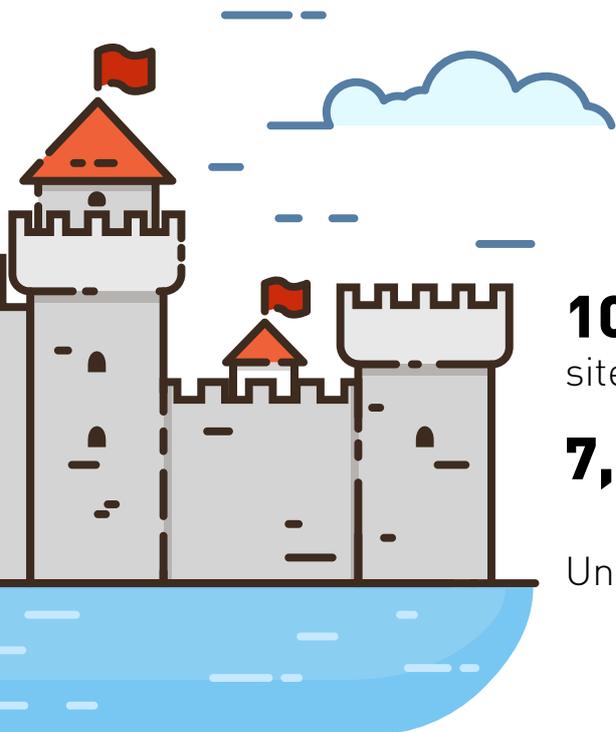
Enfin, **les propriétaires sont mitigés** pour l'année à venir avec **38% qui pensent que la situation va se dégrader** et 13% qu'elle va rester la même, compte tenu de restructurations internes ou de pertes de clients réguliers, impactant l'activité de ces structures pour lesquelles 1 visiteur sur 5 est « repeater », ou client fidèle.



© 2015 - C.Badet - CD78

Partie III

LIEUX DE VISITE



10,1 millions de visiteurs dans les 50 principaux sites des Yvelines, dont :

7,7 millions pour le Domaine de Versailles

Une fréquentation totale en hausse de **12%**

© iStock

Une bonne année pour le tourisme culturel et de loisirs !

Top 10 des sites touristiques Yvelinois parmi les sites franciliens les plus visités en 2017 – premiers résultats* :

		2017	Var 16/17
1	Domaine de Versailles	7 714 000	+15%
2	Île de Loisirs de Saint-Quentin-en-Yvelines	953 000	0%
	Musée National du Château de Fontainebleau	501 000	+7,5%
	Parc des Félines	310 000	0%
	Château de Vaux le Vicomte	288 275	+6,8%
	Musée de l'Air et de l'Espace	279 933	+45,8%
	Domaine départemental de la Vallée aux Loups	196 000	+3,2%
3	France Miniature	195 000	+12%
	Domaine National de Saint-Cloud	144 462	+9,2%
	Propriété Caillebotte	139 695	+4,3%
4	Château de Breteuil	131 700	+6%
	Basilique de Saint-Denis	127 384	-4,8%
	Château de Vincennes	120 500	+14%
	Domaine départemental de Chamarande	120 000	0%
5	Bergerie Nationale	115 000	+13%
6	Ferme de Gally (Saint-Cyr-l'École)	110 000	+8%
7	Espace Rambouillet	109 000	+4%
8	Musée d'Archéologie Nationale	105 700	0%
9	Île de loisirs du Val de Seine	100 000	-3%
	Musée de la Grande Guerre du Pays de Meau	91 000	+2,2%
10	Vélodrome de Saint-Quentin-en-Yvelines	78 000	+8%

*À noter : données du Parc et Château de Thoiry non communiquées

III. Lieux de visite

En 2017, les Yvelines ont accueilli **10,1 millions de visiteurs dans les 50 principaux sites touristiques** des Yvelines, dont 7,7 millions pour le Domaine de Versailles.

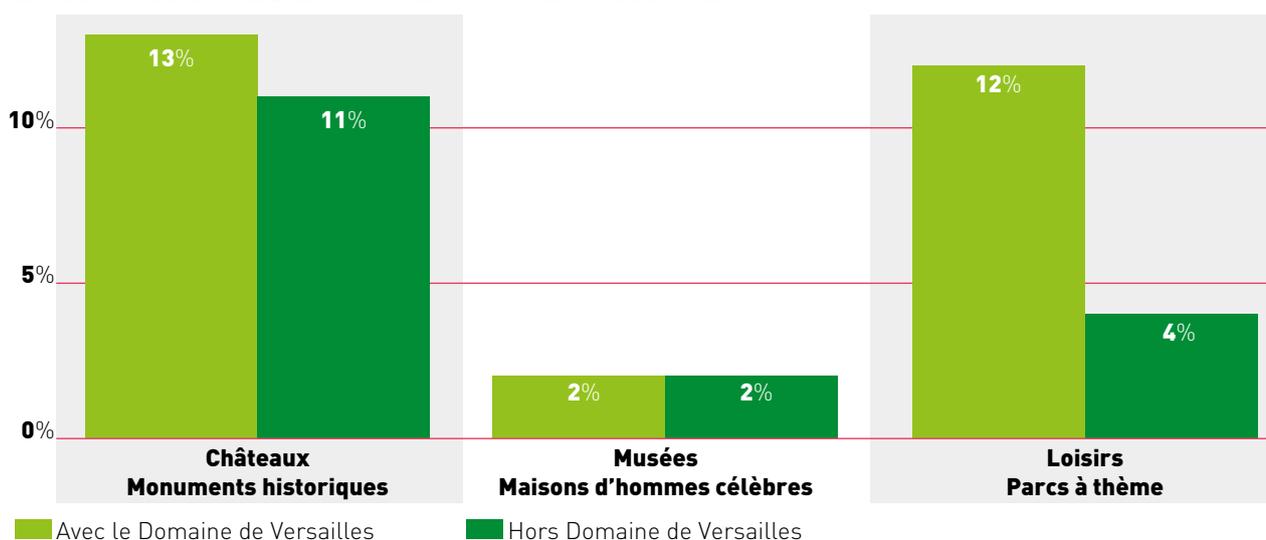
Comparée à 2016, la fréquentation totale des sites touristiques et de loisirs est elle aussi en forte hausse, de l'ordre de 12%, même si les sites hors Domaine de Versailles, non impactés par la baisse générale de 2016 (générant au contraire une hausse de 3,7%), connaissent en 2017 une augmentation plus nuancée, de l'ordre de 5%.

Parmi eux, **67% ont accueilli une hausse** (dont 28% une hausse supérieure à 10%), et seulement 9% ont accusé une baisse de fréquentation.

Cette tendance positive des sites touristiques, que l'on retrouve dans l'ensemble de la région, est plus marquée en Yvelines, puisque désormais, sur les 21 sites les plus visités d'Île-de-France, près de la moitié est yvelinois.

La culture en tête.

ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION 2016-17 PAR TYPE DE SITES



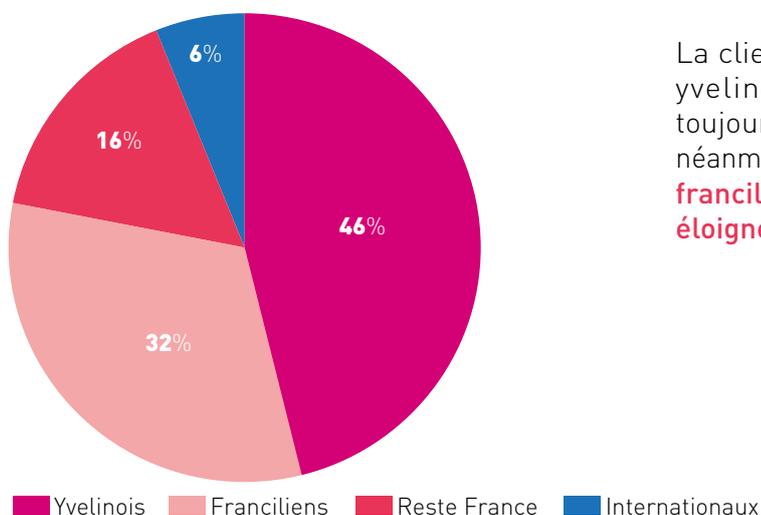
Si la croissance est plus marquée pour les châteaux et monuments historiques, elle est expliquée notamment par la réouverture du Château de Rambouillet, fermé en partie en 2016 pour travaux. À l'inverse, plusieurs musées/maisons d'hommes célèbres ont dû fermer en 2017 pour travaux également, ce qui justifie la progression relative de ce type d'établissement.

Enfin, les sites de loisirs/parcs à thèmes, souvent des sites d'extérieur, ont bénéficié d'un bon début de saison d'un point de vue météo.

La satisfaction des professionnels.

Mais dans l'ensemble, les responsables de l'ensemble de ces sites sont satisfaits, et **61% parlent de « bonne » année** (contre 45 en 2016), toujours grâce à des événements internes (nouvelles programmations, expositions temporaires...) et une politique commerciale ou de communication accrue.

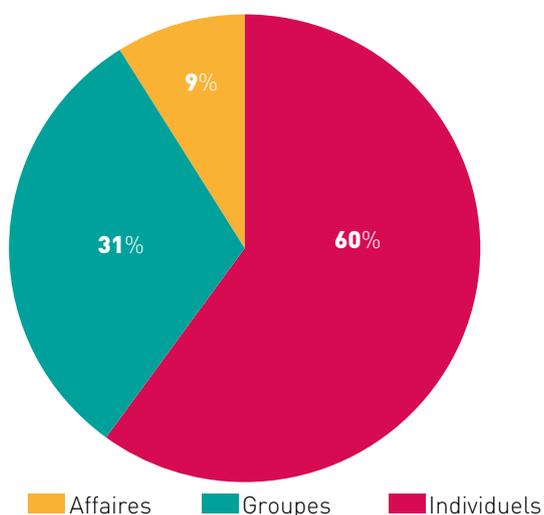
Des visiteurs français plus que franciliens.



La clientèle des sites touristiques et de loisirs yvelinois **hors Domaine de Versailles** est toujours essentiellement française (+4pts) avec néanmoins en 2017 **un déclin de la clientèle locale francilienne au profit de visiteurs français plus éloignés (+9pts)**.

Mais une volonté de développer la cible internationale...et d'affaires !

TYPLOGIE DE CLIENTÈLE



La **clientèle internationale**, représentée en premier lieu par les japonais, les américains et les allemands, demeure quant à elle toujours **à la marge et même en recul** de 4pts, faute d'actions spécifiques des acteurs en faveur de cette cible (supports de communication et visites en français, programmation événementielle à rayonnement national plutôt qu'international, peu de démarchage de Tours opérateurs...).

En termes de typologie de clientèle, les visiteurs individuels représentent avec 60% la part la plus importante du visitorat en Yvelines, devant les groupes (scolaires et seniors en tête). Il s'agit à 35% de « repeaters », ayant déjà visité le site dans les 5 dernières années.

Enfin, **si l'activité Affaires est minoritaire** car peu travaillée par ces sites à vocation davantage culturelle, **66% des professionnels interrogés disent vouloir la développer** à l'avenir.

De bons espoirs pour les prochains mois.

Pour les prochains mois, les professionnels sont confiants et **9 répondants sur 10 pensent que la fréquentation va rester la même voire encore s'améliorer**, grâce à des efforts de prospection et de communication ainsi que le développement de nouvelles offres.



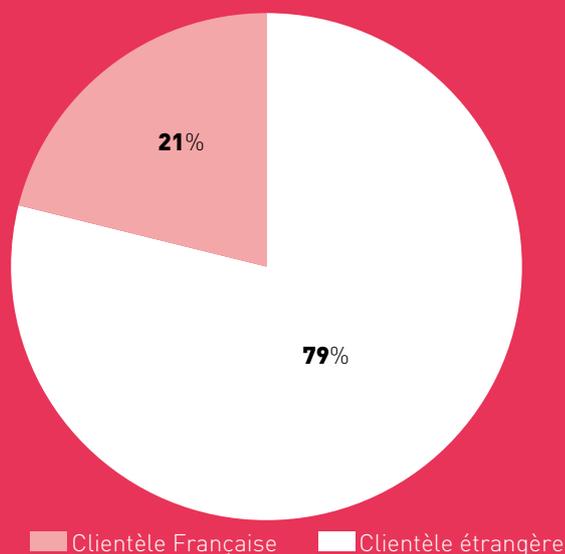
FOCUS DOMAINE DE VERSAILLES

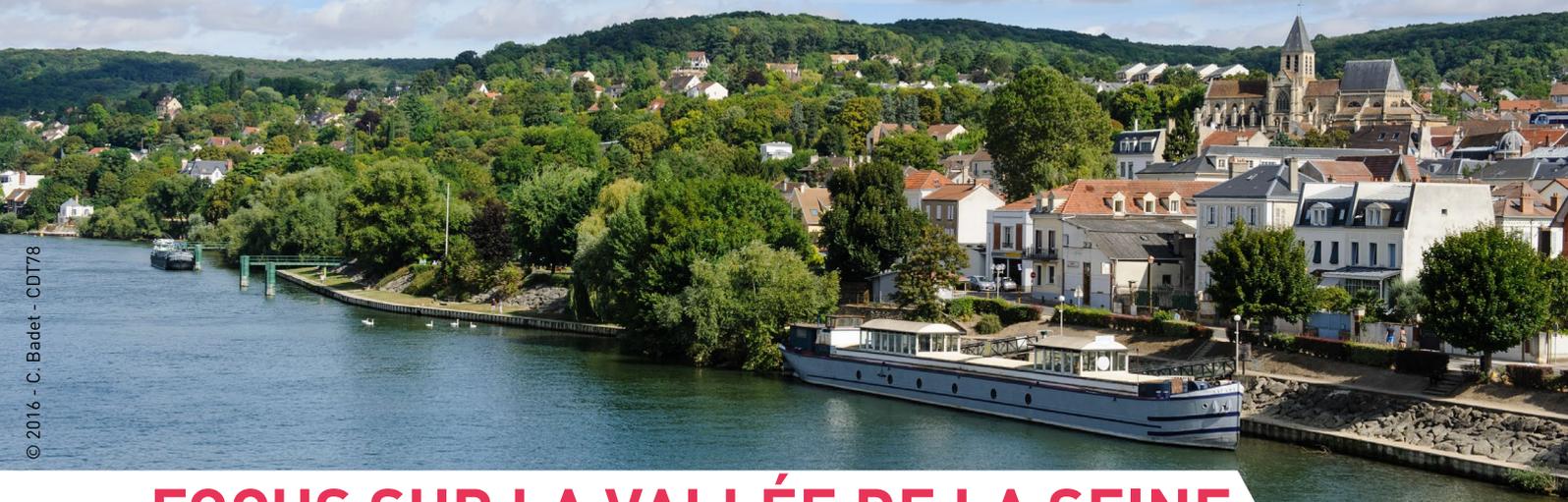
Avec **7,7 millions de visites**, soit une **hausse globale de 15%** par rapport à 2016 et une hausse de 4% par rapport à 2015, le domaine de Versailles retrouve enfin en 2017 les chiffres de fréquentation d'avant les attentats qui ont endeuillé la France en 2015 puis 2016.

Cette évolution positive se retrouve sur l'ensemble des sites du domaine :

- **Château de Versailles** : +13% avec 4,5 millions de visites,
- **Châteaux de Trianon et Domaine de Marie-Antoinette** : +15% soit 1,5 million de visites,
- **Spectacles** : +22% avec 1,7 million de visites.

Même si la part des visiteurs individuels reste majoritaire avec 3 millions de visiteurs (et +8% par rapport à 2016), c'est auprès des **groupes**, clientèle particulièrement impactée en 2016, que cette **augmentation** est donc la **plus notable**, avec +22% en comparaison à 2016 et +1% par rapport à 2015. Côté provenance, si la part des visiteurs français reste stable avec 21%, il est à noter une légère **hausse des visiteurs américains et brésiliens** (+1pt) et une baisse des visiteurs chinois.





FOCUS SUR LA VALLÉE DE LA SEINE

La Vallée de Seine est aujourd'hui une destination touristique plébiscitée par une **clientèle à majorité française** (69%), et plus particulièrement par les **excursionnistes franciliens** (42%).

97% de la clientèle française vient sur le territoire pour un **motif personnel**, notamment pour rendre visite à des proches, chez qui elle dort pour 84% des cas. Si elle déjeune parfois au restaurant le midi (31%), elle retrouve le plus souvent des proches ou des parents pour dîner (87%). Parmi les activités phares, elle visite principalement **des sites ou des musées** (83%) et **des parcs et jardins** (66%). **Giverny** reste le point d'intérêt majeur de la destination (61%) ; il est suivi par le domaine de **Saint-Germain-en-Laye** (9%) et **Auvers-sur-Oise** (7%). Ce visiteur français dépense en moyenne 55€ par jour et par personne, principalement sur le poste « activités ».

- **66% des visiteurs français envisagent de revenir** sur la destination.
- Parmi leurs souhaits : Outre la visite de sites, **pratiquer plus de shopping** et **suivre des visites guidées de quartiers** (8%), ou encore **participer à une croisière fluviale** (2%).

La **clientèle étrangère** (31% des visiteurs), est issue principalement de pays lointains avec des **Américains du Nord** (Canada + USA, 27%), des **Japonais** et **Coréens** (15%), et des **Chinois** (16%). Les européens ne représentent qu'**un tiers des touristes étrangers**. Elle est constituée à **83% de primo-visiteurs**, qui découvrent la Vallée de la Seine en prolongeant leur séjour sur Paris. Elle passe en moyenne une nuit sur le territoire pour un séjour global de 7,2 nuitées en France, et dort principalement en hébergements marchands (82%).

Pour se restaurer, ils sont plus de 40% à choisir les restaurants traditionnels gastronomiques du territoire. En termes d'activités, ceux-ci suivent les grandes tendances nationales de **visites de musées et de sites** (82%), avec notamment **Giverny** (63%), **Auvers-sur-Oise** (20%) et le domaine de **Saint-Germain-en-Laye** (11%), puis **des parcs et jardins** (45%) et enfin de **pratique du shopping** (40%). Leur budget moyen est près de **trois fois supérieur à celui des touristes français**, avec un montant moyen de 149 € par jour et par personne, répartis sur les postes principaux d'hébergement et de restauration.

- **48% de visiteurs étrangers envisagent de revenir** sur la destination.
- Parmi leurs souhaits : Hormis la découverte de sites, disposer de **plus de temps pour le shopping** (6%), participer à des **croisières fluviales** (4%) ou **découvrir de nouvelles activités sportives de pleine nature comme le golf** (2%).

Les **retombées économiques** du tourisme en Vallée de Seine sont estimées aujourd'hui à près de 75 Millions € de dépenses (correspondant à 790 000 visiteurs français et étrangers).



© Ville de Versailles-Marc O Corion

Partie IV

OFFICES DE TOURISME ET SYNDICATS D'INITIATIVE



15 Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (OTSI)

1,17 millions de visiteurs cumulés dont :

313 700 visiteurs physiques

867 600 visiteurs numériques

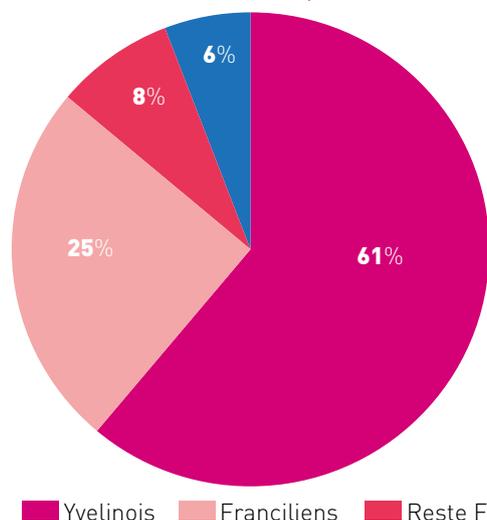
© iStock

En 2017, dans la poursuite de l'application de la **loi Notre**, les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative des Yvelines (OTSI) poursuivent leur **réorganisation et/ou regroupement**, et on dénombre désormais **9 Offices de Tourisme** (communaux ou intercommunaux) et **6 Syndicats d'Initiative** répartis sur tout le territoire (19 au total en 2016)².

Cette année, le nombre de visiteurs des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative de notre département s'élève à **1,17 millions de visiteurs cumulés (physiques ET numériques)**, soit une légère baisse de 2%, que l'on peut imputer à cette restructuration : compte tenu de la **mutualisation de certains sites internet**, le nombre de visiteurs numériques est passé de 878 000 connexions à **867 600 connexions** en 2017. De même, suite à la **fermeture** ou au **remaniement de certains points d'information touristiques**, ce sont **313 700 visiteurs** qui se sont déplacés sur site contre 316 300 en 2016.

Néanmoins, la tendance est contrebalancée par la mise en place d'animations et d'événements de ces structures qui ont permis d'accueillir **« hors les murs » près de 13 400 visiteurs supplémentaires** par rapport à 2016.

ORIGINE DES VISITEURS (HORS OT VERSAILLES)



Des visiteurs locaux...

Hormis l'Office de Tourisme de Versailles, qui occupe les 4/5^e du visitorat des Offices de Tourisme des Yvelines en 2017 (+2pts) et bénéficie de la clientèle du Domaine de Versailles, à 84% internationale (-2pts), l'accueil physique fait toujours apparaître la forte proportion de visiteurs locaux venant visiter leur propre territoire, à l'instar des sites touristiques.

² À ceux-là s'ajoutent 5 points d'informations touristiques, qui ne seront pas pris en compte dans cette analyse, faute de données suffisantes.

IV. Offices de tourisme et syndicats d'initiative

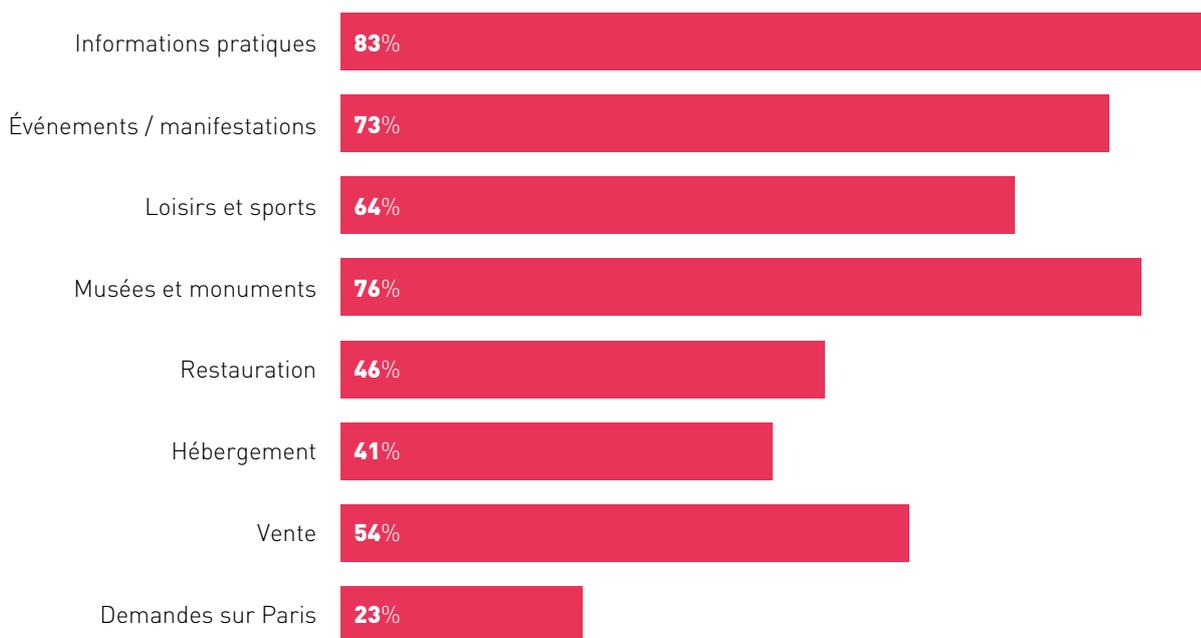
Les Yvelinois d'abord, toujours très friands de découvertes et visites autour de chez eux, représentent 61 % de la clientèle des OTSI du territoire (-1 pt), suivis par les **franciliens** hors 78 dont la fréquentation reste **stable** (25%).

La **cible française ou internationale demeure mineure**, cumulant 14% des visiteurs (-1pt).

... avec des demandes « pratiques ».

Ces visiteurs, très locaux donc, attendent des **informations « pratiques »** de leurs points d'information, liées de plus en plus aux **services de la commune** (transport, localisation, toilettes, etc.,+9pts) et aux **activités événementielles**, qu'elles émanent de la commune, de l'Office de Tourisme (+8pts) ou des sites à proximité (+3pts).

TYPES DE RENSEIGNEMENTS LES PLUS DEMANDÉS



RAPPEL MÉTHODOLOGIQUE

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 71 hôteliers (en moyenne 45 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 de la Mission Tourisme auprès de 250 contacts (58 répondants pour l'année 2017).

Sites touristiques :

- Données issues de l'enquête annuelle de fréquentation de la Mission Tourisme auprès de 160 contacts (51 répondants pour l'année 2017).

Focus sur la vallée de la Seine :

- **Données issues de :** « Étude de la clientèle touristique sur le territoire de la Vallée de la Seine. » Enquête Médiamétrie réalisée auprès de 10 sites culturels remarquables le long de la Seine en septembre et octobre 2017 dans le cadre du programme SPôTT Seine-Aval.
Direction : CCI Versailles-Yvelines - Département des Études Territoriales. M. Christophe HORTUS (chortus@cci-paris-idf.fr)

Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative :

- Données issues de l'enquête annuelle de fréquentation menée par la Mission Tourisme en collaboration avec l'Udotsi78 et de l'outil OTSImple (mis en place par le CRT) auprès des 20 points d'information touristiques du département (16 répondants).

Mode de recueil :

- **En interne :** formulaires à remplir en ligne et relances téléphoniques.
Dates de l'enquête : du 7 janvier au 20 février 2017

Document réalisé par Julie Raibaud – Pour toute question : jraibaud@yvelines.fr ou 01 39 07 79 78





CONTACT :

Web

tourisme.yvelines.fr
sortir-yvelines.fr
yvelines-infos.fr
yvelines.fr

Réseaux sociaux

 [tourisme.yvelines](https://www.facebook.com/tourisme.yvelines)
 [Ytourisme](https://twitter.com/Ytourisme)
 [ytourisme](https://www.instagram.com/ytourisme)

 [Yvelines.78](https://www.facebook.com/Yvelines.78)
 [Les_Yvelines](https://twitter.com/Les_Yvelines)
 [Yvelines, le Département](https://www.youtube.com/channel/UC...)