

Metz, le 21 septembre 2021

Bilan de la saison estivale de l'agence Inspire Metz – Office de Tourisme

◆ Un contexte encore difficile, mais des chiffres encourageants

L'agence Inspire Metz – Office de Tourisme a pu rouvrir ses portes au public le 19 mai 2021, après à nouveau 6 semaines de fermeture, et dans le respect des précautions nécessaires liées au contexte sanitaire de la COVID-19.

Le succès a été au rendez-vous dès la première semaine, avec une fréquentation très nettement supérieure à 2020, ce qui s'est confirmé tout au long de la saison estivale.

Les éléments chiffrés indiqués concernent les mois de juillet et août 2021. En effet, il s'agit de la période la plus significative en matière de conjonction d'événementiels (Festival Constellations de Metz, festival Hop Hop Hop, Metz Plage, expositions majeures au Centre Pompidou-Metz, dont Chagall le Passeur de Lumière et Face à Arcimboldo, Fêtes de la Mirabelle...), mais aussi celle des deux campagnes de communication menées sur la France et les pays transfrontaliers, l'une intitulée « Metz, la métropole de vos envies », en partenariat avec Inspire Metz, la Ville de Metz, l'Eurométropole de Metz et la CCI Moselle Métropole Metz, et l'autre dans le cadre de l'exposition « Chagall le Passeur de Lumière » avec Inspire Metz, Moselle Attractivité et le Centre Pompidou-Metz.

Le nombre de visiteurs renseignés en vis-à-vis à l'agence Inspire Metz augmente de près de 15% par rapport à 2020. Sur la période, la fréquentation représente plus de 60% de la fréquentation 2019 (chiffre écompteur). Les clientèles étrangères sont légèrement en retrait par rapport à 2020 (-5,6%).

La clientèle est à plus de 98% une clientèle individuelle. Comme en 2020, l'absence des groupes constitués se fait cruellement sentir. À noter que durant la saison estivale, les clientèles familles sont plus nombreuses et représentent 11% des visiteurs.

À noter : une enquête a été menée du 2 juillet au 13 août 2021 (257 questionnaires complétés au sein de l'espace Accueil), et a permis de compléter les données chiffrées traditionnelles. Il en ressort par exemple qu'un grand nombre des personnes interrogées (61%) consomme dans les restaurants, et 28 % d'entre eux fréquentent les cafés et salons de thé du centre-ville. Une proportion identique de visiteurs (28%) plébiscite le shopping en cœur de ville.

Concernant les activités culturelles, la découverte des musées et des sites touristiques majeurs motive 60% des répondants. Le Festival Constellations de Metz est indubitablement un événement déclencheur de visite pour 21% des personnes interrogées, de même dans une moindre mesure pour d'autres manifestations comme le festival HOP HOP HOP, qui a accueilli environ 20 000 spectateurs (les Fêtes de la Mirabelle ne sont pas citées en raison de la période de l'enquête).

Metz, le 21 septembre 2021

◆ Focus sur la clientèle française

La clientèle française augmente de 21,4%, par rapport à 2020, et de 5,2% par rapport à 2019. La croissance est plus forte en juillet qu'en août, portée notamment par une clientèle locale et régionale, mais aussi par les visiteurs franciliens en nette augmentation (+22% par rapport à 2020, et +25 % par rapport à 2019), de même que ceux des Hauts de France (+17% par rapport à 2020, +48% par rapport à 2019).

On note un net regain du tourisme de proximité (Grand Est, mais aussi Bourguignons et Francs-Comtois). Mention spéciale pour les visiteurs Alsaciens, en croissance de 72 % en juillet et de 51% en août par rapport à 2019 !

Les premiers éléments issus des 2 campagnes sur Chagall et « Metz, la métropole de vos envies » permettent de constater un réel effet levier sur les publics du Grand Est (Alsace en particulier), des Hauts-de-France et de l'Île de France. Cela vient renforcer le travail déjà mené sur ces publics lors de la campagne 2020. On notera la fréquentation en hausse de ces marchés par rapport à 2019.

◆ Zoom sur la clientèle étrangère

Si la clientèle étrangère a augmenté de 6,6 % en août par rapport à 2020, elle a été très contrainte en juillet (-17,8%) par les conditions sanitaires (les frontières ont rouvert le 09.06, mais il était nécessaire d'avoir un test PCR négatif pour entrer et sortir de France), et les catastrophes naturelles (inondations) qui ont touché durement la Rhénanie-Palatinat et la Belgique à la mi-juillet (cela explique la chute de 30% de la clientèle allemande et de 22% de la clientèle belge par rapport à juillet 2020).

Au mois d'août, malgré une météo capricieuse en début de mois, les clientèles européennes de proximité (Belgique, Pays-Bas, Suisse, Europe du Sud) sont revenues sur le territoire à l'exception des Allemands (-10,6 % par rapport à 2020), et des Britanniques (soumis à un dispositif de restriction sanitaire strict). La clientèle luxembourgeoise reste hésitante (-8 % au mois d'août).

◆ Tourisme fluvial

Malgré la météo maussade (crues) qui a immobilisé les bateaux plusieurs jours, le tourisme de proximité a permis une fréquentation convenable.

La Compagnie des Bateaux de Metz a pu accueillir à bord de ses bateaux plus de 6 000 passagers sur la période.



Metz, le 21 septembre 2021

Le Solis Metensis relève une baisse de 20% du chiffre d'affaires par rapport à 2020, qui était une année exceptionnelle (les bateaux-promenade étaient particulièrement recherchés). Cela est dû à la moindre fréquentation des clientèles étrangères.

◆ Hébergements

Les locations actives sur le territoire métropolitain auront généré entre le 26 juin et le 28 août 5 500 réservations de séjours pour un nombre estimé de 35 700 nuitées, et 1,2 millions d'euros de revenus avec une durée moyenne de séjour légèrement inférieure à 3 jours (source Air DNA - ART-Grand Est).

Fréquentation hôtelière (source : UMIH)

Juillet : le taux d'occupation des hôtels de l'Eurométropole de Metz est supérieur à 2020. Pour certains hôtels, le taux d'occupation a même retrouvé voir dépassé le niveau de 2019 ce qui est une belle surprise (en moyenne -8 points par rapport à 2019).

On note une nette accélération de l'activité pour toutes les catégories hôtelières à partir de la deuxième quinzaine de juillet.

La fréquentation est composée de clients individuels loisirs et business pour la période (absence quasi-totale de groupes loisirs – les hôtels travaillant régulièrement cette cible en souffrent avec des taux jusqu'à -15 points par rapport à 2019).

Les nationalités les plus représentées sont allemandes, néerlandaises et belges.

Les chiffres d'affaires sont en corrélation avec les taux d'occupation, soit au global environ -10 à -15 % par rapport à 2019.

Août : la tendance est bien meilleure qu'en juillet. La fréquentation est cette fois similaire à celle de 2019, avec une disparité importante centre-ville – qui a tiré son épingle du jeu - / périphérie, à l'inverse de 2020.

Cela tient à l'évolution du type de clientèle : très peu de groupes, mais un renforcement de la clientèle individuelle, et notamment de la clientèle famille, avec une durée de séjours de 1 à 3 jours.

On note également une hausse des dépenses avec un chiffre d'affaires en hausse de 4% par rapport à août 2019 – les hôtels milieu de gamme ont été privilégiés.

Metz, le 21 septembre 2021

En conclusion :

- Des tendances territoriales en adéquation avec les analyses de la fréquentation nationale
- Une nette augmentation des clientèles françaises et en particulier Grand Est, Ile de France et Hauts-de-France
- Des clientèles étrangères encore empêchées par le contexte sanitaire, mais aussi les conditions météo
- Des pics de fréquentation les weekends, malgré le contexte social et sanitaire
- Une clientèle essentiellement individuelle, et des demandes d'information ou réservation de dernière minute : les visiteurs signalent leur arrivée ou leur présence dans la ville et souhaitent être renseignés dans l'immédiat
- Les grands événements du territoire (expositions au Centre Pompidou-Metz, Festival Constellations de Metz, Fêtes de la Mirabelle...) soutiennent la fréquentation du territoire, et permettent à Metz de performer par rapport aux autres villes du Grand Est (selon l'UMIH).

Inspire Metz, agence d'attractivité au service des 44 communes de l'Eurométropole de Metz

◆ CONTACTS PRESSE

Marina LALLEMENT-WAGNER
Directrice Communication et Promotion
03 87 16 96 82 ou 06 09 90 51 37
mlallement@inspire-metz.com

Valentine VERNIER
Directrice Tourisme & Missions OT
03 87 39 01 07 ou 06 32 89 05 95
vvernier@inspire-metz.com



Cédric GOUTH
Président



2 Place d'Armes
CS 80367
57007 Metz Cedex 1
Tél. 03 87 39 00 00
Fax. 03 87 75 11 41
contact@inspire-metz.com
www.inspire-metz.com

