

## Bilan d'activité touristique du Loiret en 2015

### Fréquentation des Offices de Tourisme (janvier à août) :

La fréquentation de l'année 2015 est en retrait par rapport à 2014. Cette baisse est d'autant plus marquée pour les premiers mois de la saison. Le nombre total d'actes de renseignements a diminué de 10% par rapport à l'an dernier.

Les actes de renseignements, à 79%, se font encore majoritairement au guichet des Offices de Tourisme, preuve que l'accueil physique sur le lieu de villégiature est encore important.

Il est important de noter que la baisse des contacts à distance est plus marquée (-26%) que celle des contacts au guichet (-9%) sur l'ensemble de la période retenue.

Les Offices de Tourisme du département accueillent toujours majoritairement des clients venus d'Ile-de-France.

En comparaison de l'année précédente, pour la même période, la clientèle principale est toujours Néerlandaise suivie des Allemands et des Britanniques, habituellement en seconde position.

Les actes de renseignements portent essentiellement sur des informations d'ordre général et touristiques. Dans une moindre mesure, les animations gratuites et les ventes effectuées en boutique constituent les principales demandes.

Il est à noter que depuis deux années les requêtes concernant la Loire à vélo sont de moins en moins importantes. Cette tendance s'explique notamment par la forte chute des demandes effectuées par les clientèles de la Région Centre qui connaissent désormais ce parcours.

### Fréquentation des sites et monuments (Juillet et août) :

Les sites et monuments du Loiret ont globalement connu une bonne saison estivale 2015.

Les châteaux ont enregistré une hausse du nombre de visiteurs pendant cette période. C'est également le cas pour les parcs et jardins qui ont bénéficié d'un temps estival propice aux activités en extérieur. Enfin, la situation diffère selon les musées avec une fréquentation satisfaisante pour les sites orléanais et plus mitigée pour les autres.

### Fréquentation de la Loire à Vélo (janvier à août) :

Le parcours de la Loire à Vélo dans le Loiret a connu une légère hausse de fréquentation sur les huit premiers mois de l'année 2015. A noter que cette évolution positive est d'autant plus remarquable qu'il y a eu une interruption de la circulation sur la levée de Mareau-aux-Prés pour cause de travaux en juillet et août. Les données présentées comprennent celles du compteur fixe situé sur la levée, plus celles d'un compteur mobile implanté provisoirement sur la déviation de l'itinéraire.

Les compteurs de Mareau-aux-Prés et de Briare ont comptabilisé près de 60 350 cyclistes à la fin du mois d'août, soit une légère croissance de 1% par rapport à l'année passée.

Le compteur de Mareau-aux-Prés a enregistré 33 900 passages (-4.7%). Les aménagements sur ce trajet ont limité le nombre de cyclistes durant la saison estivale, et malgré une augmentation durant cette période, cela ne compense pas totalement la baisse observée sur le début de l'année.

En revanche, Briare enregistre une progression conséquente avec 26 435 cyclistes (+8.9%) grâce à une fréquentation estivale record.

### Fréquentation des gîtes ruraux, meublés touristiques et gîtes de groupe du pôle commercialisation de l'ADRT Loiret :

L'activité du pôle commercialisation au niveau des gîtes ruraux, meublés et gîtes de groupes fléchit en 2015. Pour autant, la fréquentation des établissements en location se maintient à un niveau satisfaisant.

La proportion de la clientèle de loisirs est plus importante que les années précédentes : les professionnels ne représentent plus que 43% des contrats.

Les nuitées dans les meublés de tourisme connaissent une baisse induite par les étrangers. Les français, quant à eux, ont séjourné autant qu'en 2014.

L'Île-de-France et le Centre constituent toujours les clients principaux du Loiret.

La moitié des nuitées étrangères a été réalisée pour des raisons professionnelles, plus particulièrement par des Polonais et des Roumains. Concernant la clientèle d'agrément, les Néerlandais arrivent largement en tête devant les Britanniques, les Belges et les Allemands.

### Activité des produits Individuels :

A la fin du mois d'août, le service « Individuels » comptabilise un nombre de contrats supérieur à 2014.

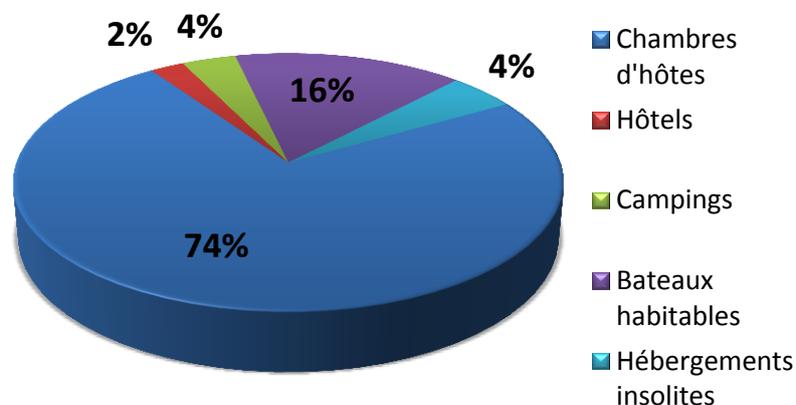
Le téléphone (37%), depuis cette année, n'est plus le premier mode de contact. Les mails, avec 48%, plus particulièrement utilisés par les étrangers, sont devenus le principal canal de communication. A noter également une hausse des formulaires devis en 2015.

Les contrats concernent à 81% des touristes français provenant principalement du Loiret (31%), avec une forte demande d'activités de loisirs, et d'Ile-de-France (27%). On relève également une présence soutenue de clients du Centre, des Pays de Loire, de Lorraine et de Rhône-Alpes.

La clientèle étrangère, plus nombreuse qu'en 2014, représente près d'une réservation sur 5. La possibilité de réserver en ligne et le site Internet en Anglais facilitent la venue de certaines nationalités telles que les Belges, les Allemands, les Britanniques et les Néerlandais.

Les réservations s'effectuent d'avril à septembre avec une forte fréquentation en été avec la moitié des prestations réalisées en juillet et en août.

Les **hébergements secs** constituent toujours la 1<sup>ère</sup> demande de la clientèle : plus de 7 contrats sur 10 concernent des chambres d'hôtes. Les locations de bateaux habitables, toujours aussi recherchées, confirme l'attrait des touristes pour ce mode d'hébergement.



Pour autant, les **activités sèches**, réservées essentiellement par les Français, sont toujours très demandées. Cette tendance résulte d'un nombre de locations de bateaux aussi important qu'en 2014 mais aussi d'autres prestations telles que les survols en hélicoptère et en montgolfière, ou encore les « rencontres avec les tigres ».

Les ventes de **Packages SLA, OT et sur mesure** ont plus que doublé.

#### Activité des produits Groupes (sans les gîtes de séjours) :

Le nombre de produits Groupes est en progression par rapport à 2015 grâce à une forte demande au printemps.