

MÉTROPOLE DIJONNAISE

Saison touristique 2021 : des séjours plus « longs et immersifs »

Mardi, l'office de tourisme Dijon Métropole a présenté le bilan de sa saison touristique 2021. Crise sanitaire oblige, ce sont principalement des touristes français et locaux qui ont visité le territoire. Avec l'envie de séjourner plus longtemps « pour vivre des expériences ».

L'office de tourisme Dijon métropole a convié la presse, mardi 5 octobre, pour dresser le bilan de la saison estivale 2021. Selon les professionnels du secteur, celle-ci a été marquée une reprise d'activité « encourageante » après une longue période d'attente en raison de la pandémie de Covid-19.

■ Les touristes régionaux ont compensé en partie la clientèle étrangère lointaine

Entre les mois de juillet et août, plus de 66 700 visiteurs ont été accueillis au comptoir de l'office de tourisme de Dijon Métropole. Cette fréquentation représente 80 % de celle établie en 2019 sur la même période, soit avant le début du Covid-19. Comme pressenti, les touristes français ont été majoritaires puisqu'ils ont représenté 74 % des demandes de renseignements au comptoir de l'office de tourisme. « Les visiteurs régionaux ont joué la carte du patriotisme touristique local », a déclaré Sladana Zivkovic (PS), présidente de l'office de tourisme Dijon Métropole. « Leur présence a permis de compenser



Cet été, les touristes ont été moins nombreux qu'en 2019 sur la métropole dijonnaise, mais ils ont davantage profité des activités urbaines et ouvertes sur la nature. Photo d'illustration LBP/Rémy DISSOUBRAY

en partie l'absence des touristes étrangers lointains (américains et asiatiques) en raison de la crise sanitaire. En revanche, nos voisins belges, allemands et néerlandais étaient bien présents dans la région. »

■ Des tendances de fond qui se confirment

Selon la présidente de l'office de tourisme, cette saison estivale a confirmé les tendances de fond sur les pratiques touristiques : les visiteurs privilégient davantage un tourisme « plus immersif et expérimentiel », mêlant activités urbaines et escapades dans la nature. « Beaucoup de professionnels du secteur constatent que les gens ont séjourné plus long-

temps que d'ordinaire sur le territoire avec un niveau de dépenses plus élevé », a dit Sladana Zivkovic. « Il y a une tendance à l'approfondissement des découvertes ; ce n'est plus un simple enchaînement des spots de la ville à la va-vite. » Une tendance confirmée par des données Insee sur la durée moyenne de séjour : celui-ci était de 1,35 à Dijon en juillet, soit une augmentation de +8 % par rapport à 2019.

■ Taux d'occupation hôtelier : « Dijon devant Lille et Strasbourg »

Du côté de la fréquentation hôtelière, le taux d'occupation moyen sur la métropole dijonnaise est estimé à 64 % en

juillet et août (données UMIH 21). C'est moins qu'en 2019 avant la crise sanitaire (78 %), mais les professionnels du secteur se veulent optimistes : « Si on regarde le taux d'occupation cumulé de janvier à juillet 2021, Dijon se classe au huitième rang des 23 grandes agglomérations et métropole française. Nous sommes devant Montpellier, Strasbourg ou encore Lille », a précisé Sladana Zivkovic.

■ Le Dijon City Tour et les visites costumées ont été plébiscités

Si la montée de la tour Philippe Le Bon (7 266 visiteurs) et la visite du Musée des Beaux-Arts (49 403 entrées) restent

D'OÙ VIENNENT LES TOURISTES ?

■ Top 5 des régions pour la clientèle française

1. Bourgogne Franche-Comté 36 %
2. Île de France 17 %
3. Rhône-Alpes Auvergne 12 %
4. Grand Est 8 %
5. Hauts de France 4 %

■ Top 5 des pays pour la clientèle étrangère

1. Belgique 34 %
2. Allemagne 22 %
3. Pays-Bas 26 %
4. Suisse 11 %
5. Espagne 4 %

Pourcentage sur le nombre de demandes au comptoir de l'office de tourisme du 1er juillet au 31 août 2021.

les activités favorites des touristes à Dijon, d'autres offres ont tiré leur épingle du jeu cet été : le Dijon City Tour, nouveauté 2021, entre directement dans le top 3 des activités les plus fréquentées avec 780 personnes accueillies cet été. Même constat pour la visite « Les ducs de Bourgogne et leur palais » mené par un guide costumé en Philippe Le Bon (282 personnes, 100 % de remplissage). « Nous allons continuer à développer les visites costumées avec des personnages célèbres qui ont fait la ville », a dit Sladana Zivkovic. « Prochainement, on retrouvera Marguerite de Flandre et Gustave Eiffel. »

Nicolas DURDILLY

La stratégie des prochaines années dévoilée

Mardi, l'office de tourisme Dijon métropole a dévoilé sa stratégie pour développer le tourisme dans les années à venir sur le territoire. Trois axes majeurs ont été identifiés.

Le premier concerne le tourisme durable, une tendance de consommation en plein essor depuis le déconfinement : « Les prévisionnistes ont beaucoup mis en avant le besoin de nature en sortie de crise », a dit Thomas Desmurs, le directeur de l'office de tourisme. « C'est vrai, mais cela va au-delà. C'est plutôt le mélange urbain et nature qui fait recette en touris-



Patrick Jacquier, président de l'UMIH 21, et Sladana Zivkovic, présidente de l'office de tourisme Dijon Métropole. Photo LBP/N. D.

me. Les gens veulent pouvoir jongler pendant leurs vacances entre une visite au musée, un

restaurant et une excursion dans les combes. Nous voulons développer cette offre. »

La Cité de la gastronomie comme levier

Le deuxième axe stratégique concerne évidemment le bien manger et le savoir-vivre à la française, fleurons de la région. L'inauguration de la Cité internationale de la gastronomie et du vin (CIGV) au printemps a pour but de faire rayonner Dijon dans ce domaine : « Avec la CIGV, nous allons pouvoir développer des événements en dehors de la saison estivale pour mettre en avant l'excellence de nos produits locaux », a dit Sladana Zivkovic. « Cela aura des répercussions sur l'en-

semble de la ville ; on travaille d'ailleurs beaucoup pour favoriser l'installation de commerces de bouche. »

Enfin, les acteurs professionnels du tourisme misent également sur la clientèle d'affaires qui, selon Patrick Jacquier, le directeur de l'UMIH 21, fait son retour après la crise du Covid-19. « Nous voulons accueillir plus de congrès à Dijon, et s'en servir pour faire découvrir notre ville à la clientèle d'affaires », a dit la présidente de l'office de tourisme. « C'est un défi stratégique et les demandes s'accumulent. »

Bonnes Adresses

commerçants, artisans pour figurer dans cette rubrique : 03 80 42 42 42

Isolation

LOGIS ECO CONSEIL

Isolation combles - Isolation extérieure - Rénovation toiture et façade
Fenêtre, porte PVC - Alu.

1 K, rue des Herbiottes - MARSANNAY-LA-CÔTE
T. 03 80 51 70 69 - logisecoconseil@wanadoo.fr

Rejoignez-nous sur facebook

<https://www.facebook.com/LeBienPublicDijon>