

Bilan du Marché de Noël à Metz

Un événement toujours plus attractif pour les visiteurs étrangers

L'édition 2024 a attiré 3,5 millions de visiteurs (fréquentation piétonne sur l'ensemble des places, visiteurs qui restent plus de 30 minutes, donc hors transit)*. La proportion des visiteurs étrangers est en croissance de 25%, une donnée très importante en termes de retombées économiques et d'attractivité de la destination.

*Source : Orange Fluxvision – Eurométropole de Metz / soit 5,67 millions si on prend en compte l'ensemble des visiteurs quelle que soit la durée de présence.

LES PRINCIPAUX INDICATEURS DE FRÉQUENTATION (HORS TRANSIT)

Quelques données marquantes :

- ✦ La proportion de visiteurs étrangers est en croissance de 2,55 points (soit 10,6% des visiteurs)
- ✦ Les visiteurs qui restent plus de 3h représentent une grande majorité (67,8%)
- ✦ Les nuitées se concentrent principalement sur Metz (45,6%)
- ✦ Les jeunes de moins de 24 ans représentent 28,4% des visiteurs
- ✦ Les plus de 65 ans représentent 17% des visiteurs
- ✦ La journée la plus fréquentée est le samedi

Top 3 des clientèles françaises (% par rapport au total des visiteurs français) :

- ✦ Grand Est (89,7%)
- ✦ Franciliens (3,9%)
- ✦ Auvergne-Rhône Alpes (1,1%) et Hauts-de-France (1%)

Top 3 des clientèles étrangères (% par rapport au total des visiteurs étrangers) :

- ✦ Allemands (25,8%)
- ✦ Luxembourg (10,7%)
- ✦ Belgique (7,8 %)

UNE TENDANCE TRÈS POSITIVE POUR LES PROFESSIONNELS DE L'HÔTELLERIE (SOURCE : UMIH 57)

Après un semestre estival plus contrasté, octobre, novembre et décembre ont été meilleurs et ont vu la fréquentation puis le chiffre d'affaires repartir à la hausse.

Le mois de décembre a été particulièrement soutenu grâce au marché de Noël, accompagné d'une stabilisation de l'activité business, qui ont permis de faire de décembre un très bon cru, notamment en hôtellerie. Les hôtels du centre-ville 3 et 4 étoiles se sont très bien comportés avec des taux d'occupation supérieurs de presque 10 % à 2023.

L'Eurométropole au global, en y intégrant la catégorie super économique, présentera une **fréquentation d'environ + 5 %**, avec des prix qui se sont maintenus, ce qui augure un mois de décembre supérieur en chiffre d'affaires à celui de décembre 2023 (les chiffres définitifs seront disponibles mi-février).

La clientèle étrangère était au rendez-vous, avec une forte fréquentation de nos voisins allemands et néerlandais, qui choisissent maintenant la destination Metz pour le marché de Noël, destination qui devient une offre de choix dans le Grand Est et une alternative aux marchés alsaciens.

On remarque également **une croissance du nombre de séjours à 2 nuitées pour les familles en transit** qui profitent ainsi de Metz une journée entière et non plus sur une soirée.

Cette fin d'année, et principalement ce mois de décembre, va permettre à l'industrie hôtelière du secteur de surperformer en 2024 par rapport aux résultats nationaux, avec une occupation moins en retrait et un chiffre d'affaires qui sera autour de l'équilibre par rapport à 2023, et ce malgré une performance très en recul du super économique (1 et 2 étoiles) et un été plutôt maussade.

UNE FRÉQUENTATION EN HAUSSE À L'AGENCE INSPIRE METZ – OFFICE DE TOURISME

On note une **fréquentation en augmentation** (+ 16,8%/ 2023 source : caméra de comptage). Les pics de fréquentation sont très nets les week-ends et notamment les samedis (de 600 à 1789 personnes accueillies ce jour-là sur la période). **La proportion des visiteurs étrangers (38,4%) est en augmentation.**

Top 3 des clientèles françaises :

- ◆ Grand Est (environ 28,5% des visiteurs) dont 10,2% issus de l'Eurométropole de Metz
- ◆ Franciliens (15,6% des visiteurs, **+25,2%** vs 2023)
- ◆ Hauts-de-France (4,1% des visiteurs, +10% vs 2023)

Top 3 des clientèles étrangères :

- ◆ Allemands (17,6% des visiteurs, **+22,9%** vs 2023)
- ◆ Belges (8,5% des visiteurs, **+18,9%** vs 2023)
- ◆ Espagne (2,5 % des visiteurs, en circuit dans le Grand Est)

À noter

- ◆ Les visiteurs des Hauts-de-France continuent de venir de plus en plus nombreux
- ◆ Les visiteurs alsaciens viennent plus nombreux qu'avant Covid (+ 46,2% vs 2019)
- ◆ La clientèle britannique confirme son intérêt pour la destination Noël
- ◆ Les Néerlandais restent très présents sur la période (+17% vs 2023)

Activités privilégiées :

Le Marché de Noël à Metz et le Sentier des Lanternes, proposé par le Département de la Moselle, constituent les premières demandes auprès des conseillers en séjour. L'intérêt pour le patrimoine reste très présent, les promenades de Noël sur l'eau (et notamment le traîneau du Père Noël) sont plébiscitées, de même que les concerts et manifestations de l'Avent.

Séjours et visites :

On note une fréquentation en très forte augmentation du nombre de personnes ayant réservé un séjour packagé, aussi bien en groupes (+166% vs 2023), qu'en individuel (+65%), ce qui confirme bien la tendance de reprise de l'activité groupes sur le marché français mais aussi et surtout sur les marchés européens.

Les visites pour individuels ont été très fréquentées sur le mois de décembre (+15,9%), en particulier par les franciliens (+24%), les Français venus d'autres régions (+46%), et les Belges.



© Inspire Metz

FRÉQUENTATION DE LA CATHÉDRALE ST-ÉTIENNE

La fréquentation de la cathédrale a augmenté de 15,3% sur la période du marché de Noël par rapport à 2023 avec 172 869 visiteurs. A noter : Le jour le plus fréquenté est le samedi 7 décembre (9692 personnes).

FRÉQUENTATION DU MUSÉE DE LA COUR D'OR – EUROMÉTROPOLE DE METZ

Le Musée de la Cour d'Or – Eurométropole de Metz a accueilli 8632 visiteurs durant la période du marché de Noël (soit +1%).

©Adring



LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION : UNE ATTRACTIVITÉ RENFORCÉE ET UN TERRITOIRE QUI GAGNE EN NOTORIÉTÉ

La campagne de communication, pilotée par Inspire Metz en partenariat avec l'Eurométropole de Metz, la Ville de Metz, la CCI 57 et la CMA 57, a bénéficié d'un important dispositif mixte print (affichage et presse) et digital (réseaux sociaux, vidéos et bannières web) déployé à destination des cibles du Grand Est, de l'Île-de-France, des Hauts-de-France, de l'Allemagne, du Luxembourg, de la Belgique et des Pays-Bas.

Les visuels de la campagne, réalisés avec la nouvelle charte pérenne « Noël à Metz, marché merveilleux », ont permis de présenter la destination Noël avec des éléments emblématiques et singularisants de l'Eurométropole de Metz (la cathédrale de Metz, le Centre Pompidou-Metz, le Graouilly...). C'est un véritable langage de Noël reconnaissable et unique à Metz et à l'eurométropole qui a été imaginé et qui permettra de développer la notoriété de la destination chaque année avec un effet de mémorisation sur les cibles.

La campagne du Marché de Noël à Metz 2024 a très bien fonctionné avec une forte visibilité notamment dans le métro parisien (365 faces pour plus de 100 millions de contacts publicitaires) qui a engendré, comme les années passées, le plus gros pic sur le site tourisme www.tourisme-metz.com. **On peut noter d'ailleurs sur ce site une augmentation de plus de 26,5% de visiteurs vs 2023 avec une très forte augmentation des internautes issus de Paris (+ 107,2%) et de Francfort (+ 35,2%).** Au niveau des pays, c'est la Belgique qui a la plus forte progression (+ 25,8%).

Sur l'ensemble de la campagne, on remarque de très bons résultats sur les cibles Île-de-France, allemandes et Belges qu'on retrouve dans les statistiques de fréquentation de l'agence Inspire Metz-Office de Tourisme (cf chiffres de fréquentation).

Le jeu-concours a encore bien fonctionné avec 6802 participants en 10 jours. A la question « Connaissez-vous le marché de Noël ? », les participants ont répondu non à 72,8%. Et à la question « Envisagez-vous de venir à Metz prochainement ? », 63,7% répondaient positivement. Un second jeu avec la SANEF a permis également d'offrir une belle visibilité à la destination sur 107.7 et sur Facebook.

Au-delà des chiffres, de nombreux retours qualitatifs ont été enregistrés sur la campagne ainsi que des verbatims de visiteurs, notamment parisiens qui sont venus à Metz suite à l'affichage des visuels dans le métro. Un couple de visiteurs a d'ailleurs même précisé avoir décidé de venir au marché de Noël à Metz après avoir été exposé à l'affichage dans le métro parisien et à la publicité sur France télévision de Moselle Attractivité (le soir même), preuve que nos partenariats, échanges et opérations de presse communes permettent une complémentarité efficace sur les cibles et des retombées économiques directes sur la destination.

Enfin, une opération ciblée sur les clients SNCF Connect sur les cibles Ile-de-France, Hauts-de-France, Grand Est (notamment une offre à partir de 38€ sur Paris-Metz) a eu lieu du 28.10 au 30.11. 2024 dans un double objectif de notoriété et de conversion passagers à destination de Metz.

À retenir :

- ◆ La conversion de 2207 ventes de billets vs 1444 en 2023.

TRANSPORTS EN COMMUN GRATUITS



© Inspire Metz

Cette année, **les bus du réseau Le MET' étaient entièrement gratuits les week-ends** durant la période du marché de Noël, entre le 23 novembre et le 31 décembre. Les usagers ne badgeant pas, il est compliqué de donner un chiffre de fréquentation, mais il a été constaté un **désengorgement des parkings par rapport aux années précédentes** durant la phase de gratuité des transports en commun. La fréquence des Mettis A, L3 et L5 a été doublée de 13h à 20h. Des parkings relais ont également été mis en place avec une communication ciblée.

Parallèlement à cela, **la fréquentation du traineau flottant du Père Noël a pratiquement été triplée** par rapport à l'édition 2023 : 17 700 usagers en 2024 contre 6400 en 2023. Pour rappel, un tout nouveau bateau, d'une capacité de 70 places, avait été proposé pour l'occasion.

Retrouvez toutes les informations sur l'Eurométropole de Metz, Lumières d'Europe, sur :
www.tourisme-metz.com

CONTACTS PRESSE

AGENCE INSPIRE METZ

Valentine VERNIER
vvernier@inspire-metz.com
06 32 89 05 95

Marina LALLEMENT-WAGNER
mlallement@inspire-metz.com
06 09 90 51 37

VILLE DE METZ

Léonie Haydont
lhaydont@eurometropolemetz.eu
06 08 08 21 41