

Nîmes, le 6 octobre 2020

## Communiqué de presse

### Bilan de la saison touristique

En cette année particulière, la saison touristique n'a débuté réellement qu'au mois de juillet mais les réservations, essentiellement de dernière minute, ont finalement permis aux professionnels de retrouver une activité quasi normale sur ces deux mois d'été.

Ces derniers ont dû s'organiser, avec des équipes parfois à flux tendu en raison du manque de visibilité et mettre en place les mesures sanitaires nécessaires au bon déroulement de leur activité et à la réassurance de la clientèle.

Ce résultat encourageant résulte d'une collaboration efficace entre acteurs du tourisme et institutionnels. Dès le mois d'avril la Ville de Nîmes s'est mobilisée pour soutenir les entreprises et les commerces afin de garantir la continuité économique et sociale. Le plan d'actions (3,4 M€) mis en place avait pour objectif également d'appréhender le déconfinement.

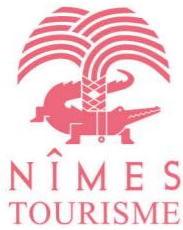
De son côté un plan d'actions a été structuré par l'Office de Tourisme et des Congrès qui a travaillé de concert avec les socio-professionnels et consacré très directement un soutien financier de 100 000 € à ces actions. Citons notamment la mise en place de l'offre « un city pass offert pour un city pass acheté » pour la clientèle des hôtels nîmois.

Une campagne de communication : *Tous les chemins mènent à Nîmes, la Rome française*, a également été conduite tout l'été sur les réseaux sociaux totalisant 500 000 personnes atteintes (campagne et offres séjour). Une campagne d'affichage, ciblant une clientèle de proximité, a ensuite été menée sur Toulouse, Montpellier, Avignon et Lyon du 15 au 30 août afin de séduire une clientèle d'arrière- saison.

La période de confinement a été l'occasion pour l'organisme de promotion d'être particulièrement présent sur les réseaux sociaux majeurs avec plus de 400 communications et surtout une audience de 1, 4 M de personnes atteintes. En parallèle, un contact étroit a été entretenu avec de grands médias, lequel a généré la publication cet été d'articles de qualité tels ceux du Géo Histoire « La Gaule au temps des Romains », le Géo hors-série « Vive l'été en France », pour ne citer qu'eux, avec une valorisation de nos sites antiques.

La présence de Nîmes dans les journaux télévisés (5,5M de téléspectateurs) et la rediffusion d'émission à forte audience (Grand concert de l'été de TF1, 2,36 M de téléspectateurs), ajoutées à l'ensemble des actions menées, ont résolument infléchi la tendance qui prônait la consommation d'un tourisme vert plutôt que d'un tourisme urbain, pour cet été 2020.

A Nîmes cet été, le tourisme culturel a conservé ses lettres de noblesse et fait mentir les prédictions.



## Office de Tourisme & des Congrès de Nîmes

Malgré un nombre de visiteurs en baisse au sein de son bureau d'accueil, l'Office de Tourisme note une hausse de la fréquentation de 22 % de ses visites guidées estivales qui ont rassemblé près de 900 personnes. La nouvelle chasse au trésor « Toutankrôko » a quant à elle séduit un public familial. Les visites en Petit Train, maintenues sur 5 jours au lieu de 7, ont accueilli 8 000 passagers sur ces deux mois d'été.

Pour cette rentrée, les nouvelles mesures sanitaires et le classement de notre département nous privent d'une clientèle européenne qui nous a soutenu cet été ; Belgique, Suisse et Allemagne imposent désormais une quatorzaine à leurs ressortissants en provenance de zone classée « rouge ».

Nous devons cependant rester mobilisés et poursuivre les actions de promotion, menées au travers de séminaires en ligne, dès cet été et jusqu'au printemps prochain. Ces opérations menées à destination des tour operator et agents de voyage de marchés européens (Italie, Allemagne, Espagne...), mais aussi de marchés lointains (USA, Canada, Amérique du Sud, Chine) permettent à ces professionnels d'imaginer des voyages sur mesure pour leurs clients, pour « l'après ». Ils sont plusieurs centaines à échanger avec nous, pour investir dans un avenir meilleur et nous sommes au rendez-vous pour eux.

Ils y croient et nous aussi !

*« Dans la mission que m'a déléguée Jean-Paul Fournier, je me dois de favoriser l'attractivité touristique du territoire tout en assurant la promotion extérieure de la ville. Pour ce faire, il est nécessaire de mobiliser les acteurs, les outils et les potentiels d'attractivité de la Ville de Nîmes. Il sera également important de préparer en parallèle l'ouverture du futur Palais des Congrès et de créer les conditions favorables au développement de ce secteur d'activité, dont la contribution financière est plus élevée que celle du tourisme de loisirs. Ce sont là des enjeux en termes de retombées économiques mais également d'emplois.*

*C'est la raison pour laquelle, dans les semaines à venir, je vais m'attacher à rencontrer les socio-professionnels pour échanger avec eux et être au plus près de leurs attentes pour construire un avenir commun. »*

Xavier DOUAIS  
Adjoint au Maire  
Délégué au Tourisme

Xavier LABAUNE  
Directeur de l'Office de Tourisme  
Tel : 06.63.63.57.76  
xavier.labaune@nimes-tourisme.com

Véronique ALLEN  
Attachée de presse  
Tel : 04 66 58 38 26  
veronique.allen@nimes-tourisme.com