

TOURISME

FEUILLE DE ROUTE 2022-2026

Stratégie économique
de la Métropole du Grand Nancy



métropole
GrandNancy

Secteur clé de l'économie locale, le tourisme constitue une priorité pour le plan de relance et de développement économique de la Métropole du Grand Nancy, exerçant la compétence tourisme pour ses 20 communes depuis 2017.

En 2019, le Grand Nancy avait accueilli 3,2 millions de visiteurs, dont 1 million de touristes et 2,2 millions d'excursionnistes, soit une fréquentation en augmentation régulière depuis 2016.

Leurs dépenses étaient estimées à 273 M€ pour l'économie locale (262 M€ en 2016 et 269 M€ en 2017) et les nuitées marchandes générées à plus de 1,2 million.



Une dynamique de modernisation et de diversification engagée

La crise sanitaire mondiale survenue début 2020 est venue couper brutalement la dynamique engagée.

Si le secteur du tourisme a connu d'autres périodes de crises, celle-ci est d'une ampleur inédite. Les conséquences économiques de cette crise sans précédent sont venues lancer de nouveaux défis pour l'avenir de l'ensemble de la filière touristique française. De nombreuses études exposent l'évolution des attentes des touristes comme des organisateurs d'événements.

La Métropole du Grand Nancy a posé le cadre de son développement touristique en 2017, venant structurer les missions confiées à son opérateur, Destination Nancy, autour de 4 orientations prioritaires :

densifier son offre, afin de proposer davantage de produits attractifs à destination des cibles loisirs et week-ends ;

renforcer la promotion touristique du territoire ;

améliorer l'accueil des visiteurs ;

et moderniser les outils d'accueil et de promotion, au service de l'expérience touristique et de l'image de la destination.

Depuis 2018, une première phase de modernisation des outils a été conduite : offre City Pass 24h/48h/72h, « Visitnancy 360 », nouveau matériel d'audioguides, bornes d'information touristique, City Guide, rénovation complète de l'Office de Tourisme métropolitain, idéalement localisé place Stanislas, avec de nouvelles solutions numériques.

L'offre a été enrichie pour renforcer la valorisation du patrimoine naturel et du patrimoine industriel du territoire, au-delà de ses richesses architecturales (ensemble Unesco, Art nouveau) et de sa programmation culturelle.

La mise en valeur du patrimoine naturel s'inscrit dans la politique de la Métropole en matière de préservation et de promotion de la riche biodiversité de son territoire.

Elle souhaite également en faire un levier de développement pour le bien-être de tous.

La promotion touristique a quant à elle été renforcée notamment dans le cadre du Pacte de Destination Lorraine, permettant de mutualiser les moyens avec la Région Grand Est et le Comité départemental du tourisme.

En réponse à la crise, la Métropole du Grand Nancy et Destination Nancy ont lancé dès 2020 un plan de relance de l'activité touristique sur le territoire, en lien avec les membres du Conseil des Acteurs du Tourisme et des Rencontres Professionnelles et les partenaires comme l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est. L'ensemble des actions menées a permis une reprise de l'activité touristique pour les saisons d'été 2020 et 2021, avec une relance très forte de la clientèle française et individuelle, mais avec des effets plus doux pour la clientèle de groupes.

Tous les clignotants s'allument aujourd'hui pour envisager les choses différemment, car la crise sanitaire a accéléré le processus de transition sociétale en cours et oblige à repenser le mode de développement touristique. C'est dans cette perspective que Destination Nancy a anticipé au mieux les évolutions technologiques en plaçant l'innovation au cœur de ses réflexions : VisitNancy360, renouvellement des audioguides, partenariat avec la start-up nancéienne Henoo... et, pour 2022, des parcours immersifs sur la création et la philosophie de l'Ecole de Nancy, mais aussi un projet de réalité virtuelle de l'Exposition Universelle de 1909.

Par ailleurs, dans le contexte difficile lié à la crise sanitaire, l'enjeu pour la clientèle d'affaires a été d'accompagner la reprise de l'événementiel professionnel, qui connaît aujourd'hui une reprise rapide et dynamique sur la Métropole du Grand Nancy en comparaison avec d'autres territoires. Cela a été rendu possible par le travail de structuration mené depuis plusieurs années, notamment auprès des filières d'excellence qui ont nourri un développement fort des congrès et rencontres professionnelles, contribuant ainsi à faire vivre l'économie touristique locale tout au long de l'année.



01

La nécessité de repenser le développement touristique en intégrant les nouvelles tendances de fond cristallisées par la crise

La crise sanitaire et économique a cristallisé de nouvelles tendances qui émergeaient jusqu'alors. Il s'agit pour les professionnels du tourisme et du voyage de réfléchir à leur mode de développement, de renouveler leurs pratiques et de les repenser en matière de protection de l'environnement et de développement durable. Ceci tant pour le tourisme de loisirs que d'affaires.

Aussi, la Métropole poursuit la réflexion engagée pour faire évoluer l'offre touristique, s'adapter aux nouvelles tendances de séjours et accroître son potentiel touristique, ce dans le cadre d'une démarche partenariale et d'un positionnement renouvelé.

UNE DÉMARCHE PARTENARIALE

Pour mener à bien cette ambition de développement et de renforcement de l'attractivité touristique de la destination, la Métropole a impulsé une démarche partenariale avec **son opérateur dédié, Destination Nancy**. Porte d'entrée unique pour la promotion touristique, l'organisation et l'accueil d'événements, l'entreprise exerce quatre activités complémentaires :

Accueil d'événements au Centre Prouvé et au Parc des expositions

Organisation d'événements au Centre Prouvé et au Parc des expositions

Convention Bureau qui facilite l'organisation des événements dans la Métropole et participe activement à la promotion du territoire dans le secteur de l'industrie et des rencontres professionnelles

Office de Tourisme Métropolitain.

Le Conseil des Acteurs du Tourisme et des Rencontres Professionnelles :

Installée fin 2019, cette instance consultative, issue du code du tourisme et animée par Destination Nancy, rassemble des représentants des professions et activités intéressées par le tourisme, qu'il soit d'agrément ou professionnel, et, plus largement, des acteurs issus des filières économiques et d'excellence sur le territoire de la Métropole.

Le Conseil des acteurs réunit les professionnels en ateliers de travail opérationnels sur des sujets tels que le tourisme durable ou le storytelling. Cette démarche participative permet aux acteurs du territoire de réfléchir et construire ensemble le nouveau positionnement de la destination et le plan d'actions associé.

La Métropole travaille également de concert avec **l'ensemble des acteurs et partenaires** : Région Grand Est et Agence régionale du tourisme Grand Est (Pacte de Destination Lorraine, révision du Schéma régional de développement touristique, données d'observation), Conseil Départemental de Meurthe-et-Moselle (coordination des itinéraires cyclotouristiques, sentiers de randonnées pédestres), collectivités partenaires de la Boucle de la Moselle, Club Hôtelier du Grand Nancy, CCI Grand Nancy Métropole (marque Qualité Tourisme)...

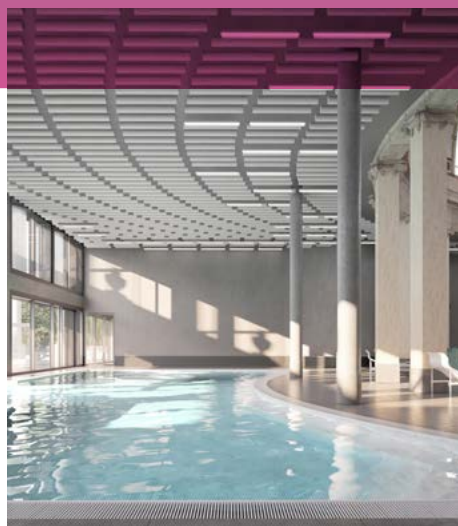
Enfin, le travail réalisé par la Métropole et Destination Nancy avec les socio-professionnels dans le cadre du **Conseil des acteurs du tourisme et des rencontres professionnelles**, permet de co-construire avec l'ensemble des professionnels de la filière, de partager collectivement des messages et de porter l'adhésion de tous.

UN POSITIONNEMENT RENOUVELÉ

Avec l'essor des recherches de destinations nature, d'expériences de proximité, de consommation locale, de détente et de relaxation, les enjeux ont été recentrés, d'une part, sur le développement d'un **tourisme plus durable** (appuyé par la digitalisation des offres touristiques et venant reconfigurer l'expérience et la relation client), et d'autre part, sur le renforcement d'un **tourisme de proximité**.

S'agissant du secteur du tourisme d'affaires ou industrie des rencontres professionnelles, l'enjeu réside dans un développement durable de l'activité mais aussi dans la relance par l'innovation. Innovations techniques, innovations des formats, innovations des contenus. Les nouveaux usages digitaux déjà bien identifiés avant la crise sanitaire sont devenus encore plus prégnants depuis la pandémie. Néanmoins, le digital n'est pas une fin en soi et la raison d'être du tourisme d'affaires reste la rencontre physique, celle qui est parfois le fruit d'un heureux hasard, celle qui crée de l'émotion.

Comme pour de nombreuses destinations françaises, l'objectif est de poursuivre la relance d'une nouvelle dynamique pour la filière touristique métropolitaine, au travers d'actions ciblées et en tenant compte des tendances de fond apparues ces derniers mois.



02

Face aux nouveaux enjeux de la filière et en déclinaison de la stratégie économique du Grand Nancy, la feuille de route Tourisme pour les 5 prochaines années se décline selon les axes suivants :

Un positionnement bien-être, sport, santé fort avec Nancy Thermal

Une offre touristique diversifiée, expérientielle et évoluant au fil des saisons

Une offre touristique plus durable et responsable

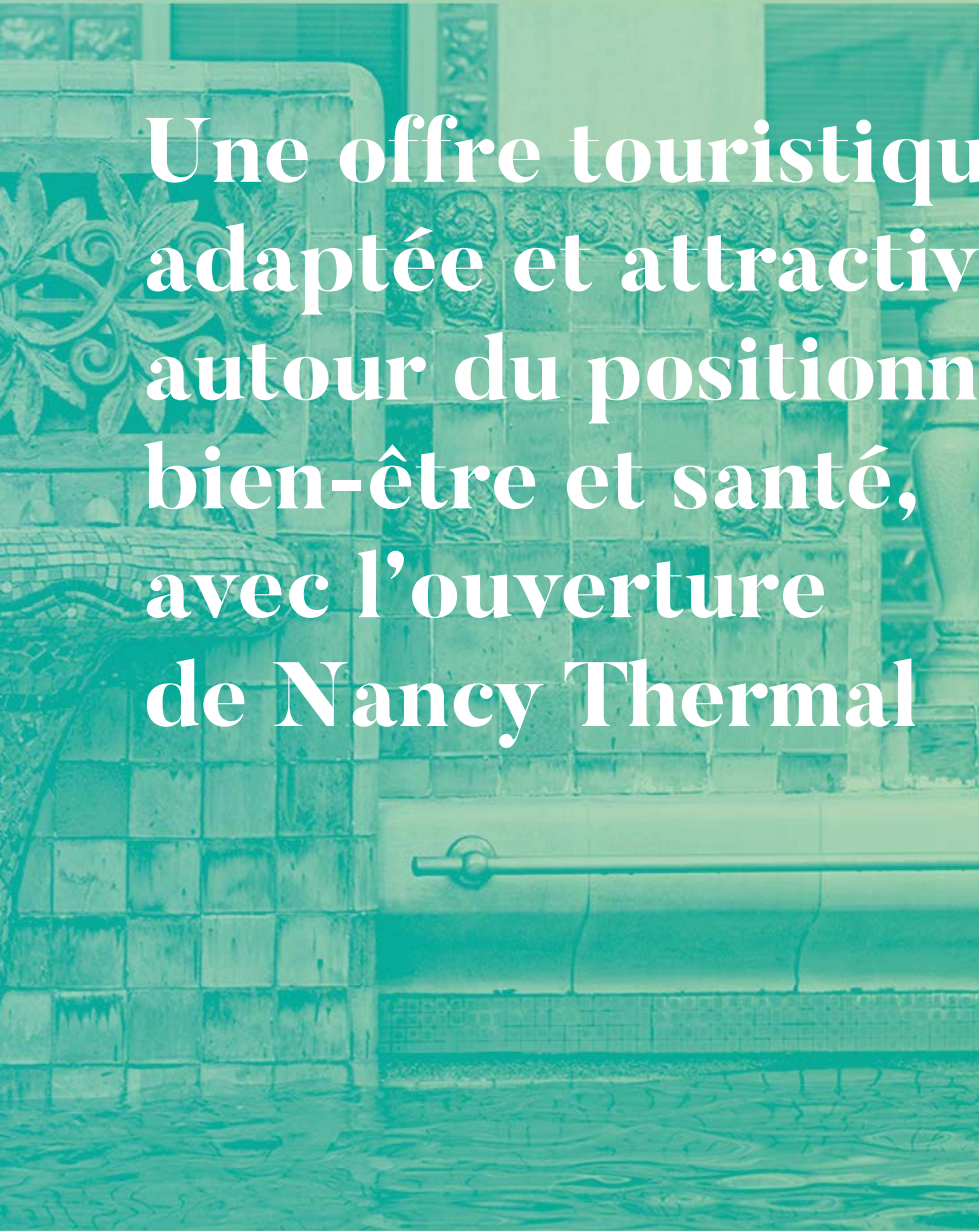
Un soutien au développement de l'emploi et des compétences du secteur

Une diversification et une montée en gamme de l'hébergement touristique

La poursuite de la dynamique de développement des rencontres professionnelles et de l'événementiel



#1



Une offre touristique
adaptée et attractive
autour du positionnement
bien-être et santé,
avec l'ouverture
de Nancy Thermal

Au cœur des nouveaux enjeux en termes de développement touristique pour le territoire, la feuille de route Tourisme 2022-2026 repose sur une priorité stratégique : préparer et accompagner l'ouverture du site Nancy Thermal, avec l'accueil de nouvelles clientèles et le positionnement du Grand Nancy comme destination bien-être.

Pleinement intégré au Parc Sainte Marie et tout proche du musée de l'École de Nancy, Nancy Thermal deviendra un lieu privilégié pour les curistes comme pour les touristes à la recherche de nature, de bien-être et d'offres culturelles. Par ailleurs, les liens avec les territoires voisins permettront d'agréger des complémentarités pour **développer une offre complète réunissant bien-être, sport et tourisme nature.**

NANCY THERMAL

Permettant à la Métropole de renouer avec son histoire thermale du début du XX^{ème} siècle, le projet Nancy Thermal a vocation à attirer de nouvelles populations sur le territoire du Grand Nancy et s'inscrit dans le réseau des stations thermales du Grand Est (8 stations thermales actuellement).

Localisé au sein d'un grand centre urbain, Nancy Thermal constituera une offre unique, combinant prestations bien-être, sportives et médicales avec une offre de loisirs diversifiée :

Un complexe aqua-ludique et sportif ;

Un espace bien-être lové sous la coupole de la piscine ronde, pour des moments de détente, en intérieur et en extérieur accessibles toute l'année ;

Un centre thermal proposant une offre de soins nationale mais aussi de proximité pour les habitants du bassin de vie (affections allant de la rhumatologie aux séquelles des traumatismes). Les vertus de l'eau thermale seront également un formidable outil de recherche et d'innovation pour un thermalisme urbain du XXI^{ème} siècle grâce à son pôle unique en France « ThermaSport et ThermaSanté ».

Le site Nancy Thermal constituera un levier central de renforcement de l'attractivité et du rayonnement, mais aussi de développement économique, avec la création d'emplois et de nouveaux métiers.

Les prévisions de fréquentation du site Nancy Thermal sont de :

15 500 curistes par an (cures médicales sur 21 jours et cures santé de 6 jours) pour le pôle Thermal,

400 000 entrées annuelles pour le pôle Bien-être proposant aqua-détente et soins corporels,

et 400 000 entrées annuelles pour le pôle Sports et Loisirs autour de la baignade, de la natation et du fitness.



01

L'ouverture de Nancy Thermal vient transformer et reconfigurer le paysage touristique métropolitain. En matière de thermalisme, l'offre française est nettement montée en gamme depuis 5 ans. Elle s'est diversifiée et hybridée (bien-être / médical / loisirs) sur un marché de plus en plus segmenté. Le plan d'actions doit ainsi prévoir la montée en puissance d'une offre singulière, riche, diverse, répondant à une demande toujours plus pointue des clientèles.



02

Les enjeux de mise en tourisme s'inscrivent dans ceux exposés par Atout France pour les acteurs du secteur et devront permettre de :

Proposer des expériences adaptées à de nouveaux segments de clientèle (millennials, familles) et adapter les formats et produits existants : évolution des offres proposées aux seniors et création de formats adaptés (mini-cures sur une courte durée)

Décliner dans les offres de soin les tendances de fond : rapprochement avec la nature, alimentation saine, pratique de rituels ancestraux comme le yoga ou le qi gong, retraites, expériences mêlant adrénaline et quiétude...

Mettre les technologies au cœur des expériences proposées : certains centres proposent des outils de mesure, d'analyse et de diagnostic qui permettent d'adapter les soins

Gagner en lisibilité pour séduire et fidéliser la clientèle étrangère : mieux concevoir et promouvoir les offres comme composante incontournable d'un séjour en France

Faire évoluer les pratiques en matière d'accueil des clientèles étrangères : nécessité d'internationaliser l'activité à travers à minima la pratique de l'anglais pour expliquer et administrer les soins



Appuyé sur les atouts et marqueurs du territoire, le plan d'actions prévoit une montée en puissance de l'offre touristique métropolitaine avec notamment :

La définition de l'offre touristique bien-être et santé (cibles, parcours et expériences) – 2022. Les premiers travaux sont en cours afin d'anticiper les actions de promotion et de commercialisation avec, pour objectif, de compléter les offres d'hébergement, de restauration, de commerces et de services.

La mise en tourisme de Nancy Thermal et le développement continu d'offres multithématiques attractives et faciles d'usage (2022-2026). L'adaptation de l'offre pour répondre aux besoins spécifiques des curistes en termes d'accessibilité : transports en commun desservant Nancy Thermal, hébergements, restaurants et lieux touristiques accessibles à tous, outils de communication physiques et digitaux adaptés.

La poursuite du développement de l'offre de tourisme vélo (Boucle de la Moselle, Maison du Vélo du Grand Nancy, label Accueil Vélo...).

Le développement de l'offre de tourisme nature : découverte des espaces naturels, sentiers pédestres, running...

Le renforcement du tourisme de proximité

L'anticipation des besoins RH et la professionnalisation de la filière

L'accueil ou l'organisation d'événements en lien avec la santé, le bien-être et le sport

L'association de l'écosystème d'innovation au développement et à l'enrichissement de l'offre en lien avec Grand Nancy Innovation (appel à projets Business Booster Thermal...)

L'utilisation du futur espace éphémère de l'Office de tourisme métropolitain ouvert à plusieurs activités (essentiellement culturelles et événementielles), comportant un espace documentation et un grand écran.

Développer la randonnée pédestre

Pour répondre à une demande de plus en plus forte, notamment des touristes en recherche d'activités nature et de balades à faire en famille, un travail a été engagé par la Métropole pour la mise à jour des itinéraires de sentiers pédestres, dans le cadre du Plan départemental d'itinéraires de promenade et de randonnée (PDIPR).

Selon les chiffres communiqués en 2021 par les éditeurs de guides de voyage, les ventes de guides de randonnées, de cartes ou autres topo-guides ont augmenté de 49% en 2020, notamment après la sortie du premier confinement.

Le contexte sanitaire n'a fait qu'accélérer une tendance déjà ancrée dans les pratiques. Régulièrement, des études montrent que la randonnée, sous toutes ses formes, est le sport préféré des Français (selon l'étude Odoxa/RTL/Groupama de début 2020, ils sont 59 % à la pratiquer fréquemment ou occasionnellement).

Selon un rapport d'Atout France publié en 2019, elle était déjà « de loin la première activité sportive pratiquée par les Français en vacances, et celle qui a progressé le plus en dix ans ». Les indicateurs sociétaux créent un contexte particulièrement favorable : l'engouement pour la randonnée pédestre observé ces dernières années devrait se poursuivre, stimulé par des clientèles principalement urbaines en recherche de nature et de ressourcement.





#2

Une offre touristique diversifiée, expérientielle et évoluant au fil des saisons



Parmi les orientations fixées par la Métropole du Grand Nancy en 2017, les priorités concernaient le renforcement de la promotion, la diversification de l'offre, pour séduire de nouvelles clientèles et les inciter à rester plus longtemps, ainsi que la modernisation des outils, afin d'inclure le digital au service de l'expérience touristique des visiteurs et de l'image de la destination.



01

Démarche de valorisation de l'offre touristique et promotion

Pour valoriser les actions menées et l'offre proposée, le travail d'éditorialisation doit être renforcé et se traduira par un **nouveau magazine de destination « Visit Nancy »**, venant compléter le City Guide, le City Map et les brochures thématiques. Ces outils concernent à la fois l'accueil de groupes de loisir et la prospection sur le marché des rencontres professionnelles.

S'agissant de la promotion touristique, les actions menées dans le cadre du **volet « communication » du Pacte de Destination Lorraine** en lien avec l'Agence régionale du tourisme Grand Est et les partenaires comme Atout France seront poursuivies, notamment

les campagnes à destination des marchés européens de proximité ainsi que les campagnes de notoriété (fêtes de fin d'année, produits d'itinérance...)

Sur le **cyclotourisme**, un plan de communication et de promotion est mis en place chaque année par les partenaires de la Boucle de la Moselle (événement La Boucle en fête, insertions presse, influenceurs, salons spécifiques...).



Poursuite de l'enrichissement de l'offre touristique

Définition de parcours découverte et thématiques axés sur la territorialisation, la saisonnalité et l'événementiel.

Afin de mettre en avant la variété des expériences possibles à toute saison, des offres multithématiques seront développées, en lien notamment avec la programmation culturelle (Fêtes de Saint-Nicolas, Elle est où la mer, Jardin éphémère, Nancy Jazz Pulsations...)



03

Poursuite de la stratégie visant à faire de la Métropole du Grand Nancy une destination d'excellence en matière d'artisanat d'art, à l'image de l'Arty Shop, première boutique d'un Office de tourisme de France à être labellisée Métiers d'Art par une mission régionale. En ce sens et en cohérence avec la feuille de route Economie créative du Grand Nancy, Destination Nancy valorisera les savoir-faire autour des métiers d'art et des industries créatives et amplifiera ses partenariats tant au niveau régional que national avec l'appui de la Métropole, membre de Ville et Métiers d'art, et de l'Institut National des Métiers d'Art.

Démarche d'amélioration de l'offre dans le cadre du volet ingénierie du Pacte Destination Lorraine mis en place par l'ART Grand Est à l'échelle des départements. Un accompagnement sera proposé aux professionnels, de l'idéation à la mise en marché, dans la perspective d'une montée en gamme et d'une diversification de l'offre globale.

01

Démarche de labellisation Famille Plus : dans le cadre de l'amélioration de l'offre à destination des familles, il est proposé d'engager une démarche visant l'obtention du label Famille Plus, démarche qualité nationale, en lien avec l'une des associations propriétaires du label, l'Association nationale des élus des territoires touristiques (ANETT), dont la Métropole du Grand Nancy est membre depuis 2021. Ce label apporte une garantie de conformité des destinations : des équipements adaptés, des prestations dédiées aux familles et des activités pour les 3-12 ans. Il permet ainsi aux destinations de se différencier sur le marché de l'offre touristique nationale et internationale, de développer la clientèle famille et de la rassurer en garantissant une qualité d'accueil et de services.

Jalonnement touristique piéton : pour faciliter le parcours des visiteurs, la Métropole du Grand Nancy a étudié la mise en place d'un jalonnement touristique piéton.

Celui-ci s'appuie sur l'identification des principaux points d'intérêt historiques, commerçants et ludiques, en intégrant une notion de randonnée urbaine.

3 itinéraires touristiques piétons sous forme de parcours bouclés seront ainsi mis en place :

Parcours Centre historique et ensemble Unesco

-> mise en place automne 2022

Parcours Art Nouveau et Nancy Thermal

-> mise en place printemps 2023

Parcours Rives de Meurthe

-> mise en place fin 2023

Tourisme fluvial : dans la continuité de la valorisation des patrimoines naturels et du cyclotourisme, le tourisme fluvial représente un levier de développement complémentaire. Ce mode de séjour s'inscrit dans les aspirations du « slow tourisme » et répond à la demande croissante d'expériences touristiques nouvelles, ressourçantes, en quête d'authenticité et de nature. En 2019, le chiffre d'affaires des cinq filières du tourisme fluvial (paquebots fluviaux, péniches-hôtels, bateaux-promenades, bateaux de location et plaisance privée) était de 725 millions d'euros et les dépenses estimées des passagers à 863 millions d'euros TTC pour 6 100 emplois directs et 15,6 millions de journées-passagers (source VNF). Les dépenses touristiques sont estimées à 50€ par jour et par passager. A la suite des études menées par VNF sur le potentiel de développement du tourisme fluvial et sous réserve de la faisabilité des aménagements nécessaires, plusieurs activités pourraient venir renforcer l'offre touristique du territoire (croisières fluviales, location de bateaux, hébergements insolites).



02



03

01 — Le Muséum-Aquarium de Nancy - ©Bertrand Jamot

02 — Le Fêru des Sciences à Jarville-la-Malgrange - ©Bertrand Jamot

03 — Le port de plaisance de Nancy - ©Christopher Courtois

Poursuite de la démarche d'innovation et de modernisation des outils touristiques

Visitnancy360, support de prospection et promotion du territoire pour les cibles loisirs et affaires

Nouveaux parcours audio-guidés

Vidéos immersives sur l'Art Nouveau et d'architecture 3D sur l'Exposition Internationale de 1909.

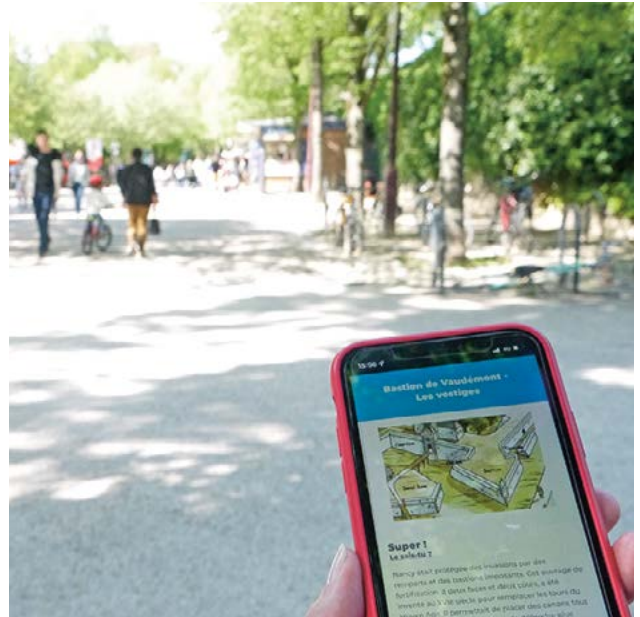
Applications numériques :

Baludik permet à un public familial de se balader et résoudre des énigmes, de places en parcs avec Stanislas, autour du thème de l'Art Nouveau, du patrimoine industriel ou encore à travers un rallye nature.

Cirkwi est une plateforme dédiée à l'itinérance, interconnectée avec la base de données touristiques SITLOR, qui permet de promouvoir le territoire en diffusant des itinéraires touristiques.

Henoo est une application gratuite et collaborative pour découvrir et partager le patrimoine environnant. Développée par six étudiants nancéiens, elle permet aux utilisateurs de partager des « Noo », points d'intérêt auxquels sont rattachés des faits, anecdotes historiques ou légendes.

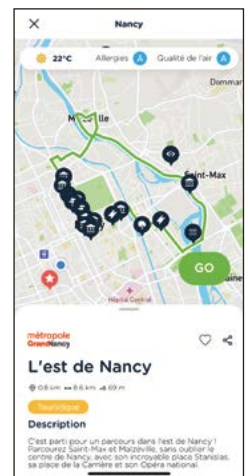
Jooks (ex-Runnin'city) propose, depuis 2019, aux promeneurs comme aux fans de jogging des parcours audioguidés à la découverte de notre territoire, en toute simplicité et autonomie. Quatre circuits (5, 7, 9 et 11 km) sont disponibles sur la Métropole via leur smartphone. A proximité de sites majeurs, des commentaires se déclenchent pour apporter des informations historiques, culturelles, patrimoniales... Parmi les nouveautés 2022, les utilisateurs pourront créer leurs parcours sur-mesure, pour une expérience encore plus personnalisée.



01



02



03

- 01 — L'application Baludik - ©Destination Nancy
- 02 — Visit Nancy 360
- 03 — L'application Jooks



#3



Le développement d'une offre touristique plus durable et responsable

Le tourisme durable est défini par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) comme « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ».

De manière transversale, il consiste à trouver un équilibre entre les trois piliers du développement durable autour des activités touristiques.



L'OBJECTIF

Engager la destination toute entière dans une démarche de développement durable afin de pouvoir proposer aux visiteurs une offre responsable du début à la fin de leur séjour.

Avant la pandémie la question du développement durable se posait déjà dans le tourisme d'affaires et de loisirs. En 2019, 61 % des Français déclaraient prendre en compte l'impact environnemental dans leur façon de voyager, pour une moyenne européenne de 53 % (Enquête Veille info Tourisme, décembre 2019).

La crise sanitaire a largement accéléré les choses pour faire du tourisme durable le sujet phare de l'activité touristique et événementielle. Les cahiers des charges des organisateurs d'événements sont devenus de plus en plus exigeants et les visiteurs aspirent à des séjours durables avec des activités immersives, insolites, authentiques et conviviales.

En 2021, 86 % des personnes jugeaient qu'il était important de respecter les dimensions d'impact social et environnemental dans le cadre de leurs activités touristiques (Quelle réalité pour le tourisme durable ? Enquête Kantar pour ADN Tourisme, septembre 2021).

Sur ce volet, Nancy a su anticiper cette tendance en inscrivant dès 2014 la responsabilité sociale des entreprises (RSE) au cœur de la stratégie de Destination Nancy.

Cela s'est traduit par des actions concrètes mais également par une véritable reconnaissance de Destination Nancy comme un précurseur dans le domaine.

AUJOURD'HUI L'ENJEU EST DOUBLE :

Engager concrètement l'ensemble des acteurs du tourisme et des rencontres professionnelles dans la dynamique durable,

Faire savoir que la Métropole est une destination durable.



Pour concrétiser cet engagement, la Métropole du Grand Nancy et les acteurs du tourisme et de l'événementiel métropolitain se sont engagés dans la démarche **Destination Innovante Durable**.

Destination Nancy, organisme pilote, est à l'origine de la création de ce label et l'a construit avec huit autres destinations françaises sous l'impulsion de l'Association France Congrès et Événements. Ce label vise à structurer l'action des villes et métropoles en faveur d'un tourisme durable et à amplifier les effets de leurs bonnes pratiques en associant les acteurs de la chaîne d'accueil et de service (lieux, événements, hôtels...).

Mobilité durable, achats responsables, préservation de la ressource, action anti-gaspillage, il s'agit d'une démarche globale et volontariste à l'échelle de la destination grand-nancéienne structurée autour de 8 enjeux :

Déployer une gouvernance ouverte et transparente ;

Renforcer la mobilité durable pour s'inscrire dans la trajectoire neutralité carbone à 2050 ;

Favoriser la consommation responsable et lutter contre le gaspillage ;

Faire du tourisme un moteur de l'inclusion ;

Valoriser l'économie et protéger le patrimoine de la Destination ;

Mobiliser les ressources pour favoriser l'innovation durable dans le secteur touristique ;

Impliquer les touristes, les professionnels et les organisateurs d'événements dans la dynamique durable ;

Apporter une attention spécifique à la sécurité des publics.



01

L'engagement reconnu de Destination Nancy, un socle pour accompagner la transition des acteurs locaux

DESTINATION NANCY s'est engagé en 2014 en faveur du développement durable avec pour philosophie de s'appuyer sur des référentiels reconnus et fiables pour garantir à ses parties prenantes le sérieux de son engagement.

2015 : Labellisation Qualité et Développement Durable France Congrès pour le Centre Prouvé

2018 : Certification ISO 20121 (la norme internationale de référence dans l'événementiel durable) pour l'ensemble des activités

2018 : Prix spécial Développement Durable France Congrès pour l'engagement contre le gaspillage alimentaire

2019-2021 : Destination pilote « Destination Innovante Durable » lancé à l'occasion du G7 : création du label avec 8 destinations françaises

2020 : Office de Tourisme Métropolitain : 1er office de tourisme français à être certifié ISO 20121

2022 : Nancy parmi les 5 premières destinations françaises labellisées Destination Innovante Durable avec Bordeaux, Marseille, Rennes et Deauville.

Aujourd'hui l'enjeu est d'encourager l'ensemble des acteurs locaux du secteur à s'engager eux aussi à leur échelle.

Les principaux axes de travail sont les suivants :

Faire adhérer les acteurs locaux à la démarche Destination Innovante Durable et notamment les lieux et événements emblématiques de la destination, afin d'inviter à l'exemplarité et de diffuser les pratiques vertueuses

Accompagner la montée en compétence des socio-professionnels du tourisme et des rencontres professionnelles pour une amélioration de leurs pratiques vers plus de durabilité

Encourager les actions collectives et la mutualisation des moyens entre professionnels

Accompagner les professionnels du tourisme dans une meilleure gestion de leurs déchets et de leur énergie

Faire vivre la COP territoriale et le Plan Climat Air Energie Territorial (PCAET) et s'inscrire dans une logique d'amélioration continue avec des indicateurs partagés

Promouvoir les offres au travers d'une distinction tourisme responsable identifiable par les visiteurs

Communiquer de façon positive sur les comportements responsables

Valoriser les produits locaux, notamment au travers du projet de Rungis local

Limiter l'empreinte des événements en accompagnant les organisateurs

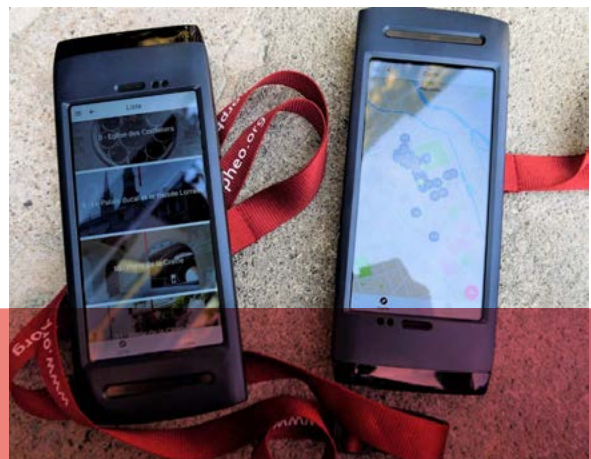
Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire

Travailler les offres touristiques dans une logique d'inclusion, notamment grâce à Picto Access

Au-delà des contraintes réglementaires et de l'éthique, de la volonté d'un tourisme durable, responsable, progressiste et humaniste, le tourisme a tout à gagner à s'adapter à toutes les clientèles.

Le label « Tourisme et Handicap » créé en 2001 et le label « Destination pour tous » créé en 2013 sont des marques de l'État français communément appelées « labels », gérées par l'association Tourisme et handicaps (ATH) ayant pour objectif l'accessibilité aux personnes en situation de handicap.

Destination Nancy est en cours de renouvellement du label « Tourisme et handicap » et entamera une réflexion autour de la démarche de labellisation « Destination pour tous » afin de poursuivre le développement d'activités, de services et de loisirs adaptés.





#4



Un soutien au développement de l'emploi et des compétences du secteur

7^{ème} secteur employeur du territoire - derrière l'industrie, la santé ou l'administration publique, mais devant le BTP ou encore le secteur transport/logistique -, le tourisme a considérablement souffert des effets de la crise sanitaire. La filière (7 800 emplois salariés et non-salariés) a été parmi les plus dynamiques et les plus créatrices d'emploi ces dix dernières années, soutenue par la fréquentation du territoire et l'essor conséquent de la restauration (+270 emplois entre 2010 et 2020).



Au niveau national, les métiers les plus en tension dans l'hôtellerie-restauration sont les serveurs, cuisiniers, commis de cuisine, réceptionnistes, plongeurs... Mais ce sont également 15 000 postes de managers et cadres qui vont manquer en 2022. Les prévisions d'embauche dans ce secteur sont ainsi de 70 000 salariés, dont 20 % de cadres sur l'année 2022.

Le tourisme, déjà en proie à de fortes tensions de recrutement, a perdu des salariés, malgré la protection de l'activité partielle mise en place pendant les confinements de 2020. En témoignent les dossiers individuels de reconversion professionnelle traités depuis fin 2020 par les acteurs du territoire. Les principales activités quittées sont la restauration (cuisine, service) et l'événementiel. Les salariés s'orientent vers des secteurs d'activité perçus comme stables ou évoluant à la hausse (commerce, logistique, numérique).

Quant aux demandeurs d'emploi inscrits sur les listes de Pôle emploi, leur nombre se maintient à des niveaux importants : près de 9,6 % des demandeurs d'emploi de la Métropole du Grand Nancy recherchent un emploi dans les secteurs fortement ou moyennement dépendants de l'activité touristique (hôtellerie, restauration, activités de loisirs, culture, événementiel...), soit près de 1 900 personnes fin 2021. Profitant de la reprise économique et de l'envolée exceptionnelle des recrutements dans le secteur (+ 117 % entre 2020 et 2021), leur demande d'emploi a chuté d'environ 12 %, soit deux fois plus que l'ensemble des demandeurs d'emploi.



02

Avec la Maison de l'Emploi du Grand Nancy, les principaux enjeux identifiés en termes d'emplois et compétences pour la filière touristique locale sont :

La nécessité de conserver les talents dans un contexte de forte reprise économique

La formation et la montée en compétences des salariés et des demandeurs d'emploi (relation client, codes du haut de gamme, digital, connaissance du territoire, langues étrangères)

Un remodelage des métiers et des compétences (sans forcément se traduire par la création de nouveaux métiers) dû à de nouvelles offres d'activités émergentes (food truck/ street food, cocooning/chez soi, bio et circuits courts).



Pour renforcer la professionnalisation des acteurs et l'attractivité de la filière tourisme, en améliorant la connaissance des métiers et l'image du secteur, un plan d'actions sera mis en place avec la Maison de l'Emploi du Grand Nancy et la Mission locale :

Expérimentation d'une formation-socle sur les postures professionnelles et la démarche client :

Connaissance du territoire du Grand Nancy : histoire, patrimoine, terroir, offre culturelle

Savoir-accueillir (codes culturels, haut de gamme, satisfaction client...)

Digital pour l'entreprise (réservation, avis, notoriété/e-réputation, visibilité...)

Programmation de visites et d'interventions de professionnels du secteur : témoignages, présentation de métiers, échanges entre employeurs et candidats, notamment jeunes

Salon de l'emploi et des formations, avec démonstrations ludiques de métiers

01 — Brasserie L'Excelsior, quartier gare - ©MGN

02 — ©Restaurant Les Frères Marchand, en vieille ville



#5

A woman wearing a hat and a backpack is walking away from the camera down a cobblestone street, pulling a black suitcase. The street is lined with buildings, and the scene is overlaid with a semi-transparent blue filter.

Hébergement touristique : montée en gamme et diversification



01

Pour accompagner le développement touristique du territoire, tant pour le tourisme de loisirs que d'affaires, l'un des enjeux pour la Métropole est l'accroissement et la montée en gamme de son offre d'hébergement.



02



Avec les clientèles de courts séjours bien-être en sus de l'accueil des curistes qui suivront des programmes de soins durant 3 semaines, l'ouverture de Nancy Thermal va permettre de générer des nuitées pour l'ensemble des hébergeurs du territoire.

Une résidence hôtelière de 74 chambres sera intégrée au site, majoritairement destinée à la clientèle curiste, tandis que plusieurs projets en cours ou réalisés récemment (BW Crystal Hôtel & Spa, ...) permettront une montée en gamme et un accroissement de la capacité hôtelière du Grand Nancy.

Le camping Le Brabois à Villers-lès-Nancy a également réalisé en 2019 des travaux de rénovation et d'amélioration de son offre, avec notamment la construction d'une piscine, couverte et chauffée, pour ses clients. Après une fermeture durant toute la saison 2020, il a été repris en gestion par Bel Air Village (Alpha Camping) en 2021, avec une ouverture tardive due aux restrictions sanitaires. Avec 5 nouveaux mobil-homes ajoutés en 2021, le camping de Brabois dispose aujourd'hui

01 — Port de plaisance - ©Régine Datin

02 — Camping Le Brabois - ©Destination Nancy et Camping Le Brabois

03 — BW Crystal Hôtel & Spa - ©Nicolas Dohr

04 — ©Hôtel de Guise



03

PLAN D' ACTIONS :

Réalisation du schéma d'hébergement
touristique et étude de développement de
l'offre d'hébergement

Accompagnement des professionnels :
visites / formations pour les personnels de
réception, storytelling partagé.

d'une capacité de 188 emplacements (16 mobil-homes dont 1 PMR et 172 emplacements nus). Face à une demande croissante pour les mobil-homes, de nouveaux ajouts sont envisagés pour 2023 et 2024. Par ailleurs, l'année 2022 permettra de vérifier la tendance observée d'une augmentation de la demande de séjours à la semaine, venant accroître la durée moyenne de séjour au camping, celui-ci étant majoritairement de passage et très apprécié des touristes frontaliers (Bénélux et Allemagne représentant plus de 50% de la clientèle).

D'autres opportunités relèvent de la capacité d'accueil des clientèles de **camping-caristes** sur le territoire, d'autant plus fortes que les ventes de camping-cars en France ont augmenté de 25% durant l'année passée.

Afin de disposer d'un diagnostic complet de son offre d'hébergement actuelle, des projets en cours et des scénarios de développement en lien avec le potentiel touristique, la Métropole avait fait réaliser une étude par un cabinet spécialisé en 2017, venue confirmer cet enjeu prioritaire tant pour le tourisme d'affaires que pour le tourisme de loisirs. Celle-ci sera actualisée, de façon à disposer d'un **schéma d'hébergement touristique pertinent**. Les évolutions de l'offre d'hébergement seront ciblées en cohérence avec les attentes des nouvelles clientèles à accueillir, notamment les curistes et touristes pour des séjours bien-être.

Ces éléments permettront par ailleurs de préparer les offres touristiques à promouvoir par l'Office de Tourisme métropolitain, en lien avec les acteurs locaux.

04





#6

A photograph showing a group of people in a meeting, viewed from above. They are gathered around a table, some looking at documents or devices. The image is overlaid with a semi-transparent purple rectangle.

Poursuite de la dynamique de développement des rencontres professionnelles et de l'événementiel

Fruit d'un travail mené depuis 10 ans, la Métropole du Grand Nancy bénéficie aujourd'hui d'une belle dynamique de développement sur le marché des rencontres professionnelles. Grâce à un modèle intégré performant, des équipements bien positionnés sur les marchés nationaux et internationaux, une prospection fine et une présence reconnue de Destination Nancy dans les réseaux professionnels nationaux, Nancy a su faire sa place parmi les destinations françaises qui comptent dans la « meeting industry ».



01

La démarche d'accompagnement des organisateurs d'événements repose sur le Convention Bureau, qui assure la promotion de l'ensemble des acteurs locaux (lieux d'accueil, hébergeurs, traiteurs...) et de la destination, ainsi que des services et conseils experts pour les organisateurs.

Elle s'appuie également sur une complémentarité avec les équipements Centre Prouvé, Parc Expo et l'Office de Tourisme, dans un objectif d'accueil responsable et de qualité.

Le contrat de gestion hôtelière entre le Convention Bureau et les hébergeurs représente un atout fort pour l'élaboration de dossiers de candidatures et des réponses adaptées aux demandes d'organismes d'événements.

Cette complémentarité s'opère aussi sur les événements propriétaires de l'entreprise, qui permettent une mise en valeur de l'offre touristique ainsi qu'une déclinaison des services du Convention Bureau (gestion hôtelière par exemple), etc...

Cette structuration permet de développer les rencontres professionnelles à impact positif sur le territoire en garantissant un parcours coordonné pour les organisateurs, en limitant l'empreinte environnementale des événements et en poursuivant le soutien aux filières d'excellence afin de faire venir davantage de rencontres professionnelles.

Il s'agira donc de soutenir l'innovation dans le tourisme et l'événementiel en accompagnant les porteurs de projets ainsi que prévu dans la stratégie économique de la Métropole du Grand Nancy.



02

Le Convention Bureau et la prospection des événements internationaux

Le Convention Bureau s'est professionnalisé depuis 2017 pour correspondre aux standards internationaux des grandes destinations afin de prospecter des événements d'envergure internationale.

En s'appuyant sur les filières d'excellence du territoire, le Convention Bureau attire des événements à impact économique et scientifique positif pour le territoire. Le Convention Bureau identifie de potentiels porteurs de projets locaux et parallèlement des congrès scientifiques tournants dans le monde et susceptibles de se tenir à Nancy en raison de leur objet en lien avec les filières d'excellence locales.

Cette démarche méthodique de prospection est réalisée avec l'appui de l'Université de Lorraine. En 2022, la signature d'une convention entre Destination Nancy et UL Propuls marquera l'aboutissement de ce partenariat stratégique et technique.

Ainsi, en 2022, Nancy devrait atteindre une place honorable dans le classement international des villes de congrès appelé ICCA (International Congress & Convention Association) avec l'accueil de 12 congrès internationaux.

L'année 2022 s'annonce comme celle d'une très forte reprise des événements en présentiel. Le Convention Bureau est ainsi fortement sollicité pour apporter appui et conseil aux organisateurs d'événements afin de les accompagner dans cette reprise d'activité. A titre d'exemple, en 2021, année pourtant marquée par des confinements et des périodes d'arrêt total de l'activité événementielle, le Convention Bureau a enregistré 205 nouvelles demandes d'organisateur.

La personnalisation de l'accueil déjà très présente auparavant est devenue un point essentiel pour les organisateurs qui tiennent à renforcer les petites attentions accordées aux participants comme les cadeaux d'affaires. Le développement durable figure de plus en plus dans les prérequis des cahiers des charges. Il est question désormais d'« expérientiel de destination ».

LA STRATÉGIE ENGAGÉE SUR LE SECTEUR DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES SERA AMPLIFIÉE PAR LES ACTIONS SUIVANTES :

Développement d'actions menées avec les partenaires de Destination Nancy et la Métropole du Grand Nancy ;

Développement du réseau de partenaires référencés qualifiés dans le but de répondre aux demandes de plus en plus diverses des organisateurs ;

Poursuite de la collaboration avec UL Propuls à travers la convention signée en 2022 visant notamment à la mise en place d'une « cellule congrès » à l'échelle du territoire, qui permettra, avec la base de données ICCA (International Congress and Convention Association) d'identifier des événements scientifiques tournants à l'international et pouvant être portés par des acteurs locaux (médecins, professeurs, scientifiques) pour les dossiers de candidatures à moyen et long terme ;

Développement de grands événements à impacts économique, scientifique et d'image positifs pour le territoire, à l'image du Congrès See You There, porté par l'Union Française des Métiers de l'Événement (fin juin 2022) ou du Congrès national des sapeurs-pompiers (fin septembre 2022) ;

Stratégie marketing et communication avec notamment une montée en puissance de la communication digitale ;

Développement de la visibilité de la destination sur les marchés de proximité par la mise en place d'actions spécifiques et développement de l'attractivité auprès de décideurs et porteurs de projets locaux en faveur des événements et rencontres d'affaires ;

Poursuite de la mise en œuvre d'actions pour la promotion du territoire au niveau national, sur les marchés européens de proximité (Belgique, Luxembourg) et à l'international ;

Campagnes régulières sur les actualités du territoire auprès de clients et prospects ciblés ;

Optimisation du travail en transversalité entre le Convention Bureau et l'Office de Tourisme Métropolitain ;

Développement de l'offre locale durable en complément de la stratégie de communication sur l'événementiel responsable de la Métropole.





Pacte d'accueil IAMG - © Photo Julie Fort

— Le pacte d'accueil des grands événements : un outil d'attractivité durable et différenciant

Le pacte d'accueil des grands événements permet d'attirer des manifestations génératrices de retombées économiques et sociales pour le territoire en proposant aux organisateurs un accueil facilité et privilégié.

C'est un élément important et différenciant en phase de candidature.

Grâce à l'appui de la Métropole et de la Ville de Nancy ainsi qu'à la participation de socio professionnels, Destination Nancy propose aux organisateurs et à leurs participants les « petits plus » qui font la différence, laissent un souvenir chaleureux de la Métropole du Grand Nancy et ouvrent la perspective d'y revenir.

Quelques actions phares :

- Accueil des participants en gare

- Remise gratuite d'un City pass affaires valable 1 an permettant de revenir sur le territoire

- Accueil personnalisé dans les hébergements : affiche de bienvenue, courrier co-signé en chambre avec remise d'un cadeau « Nancy Passions Sucrées »

- Valorisation des parcours à mobilités douces



— **Le Château d'Art-Sur-Meurthe**
©MARCOTULLIO



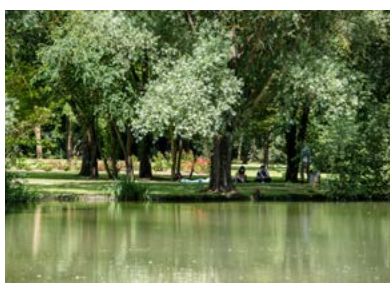
— **Les vignobles de Dommartemont**
©Régine Datin



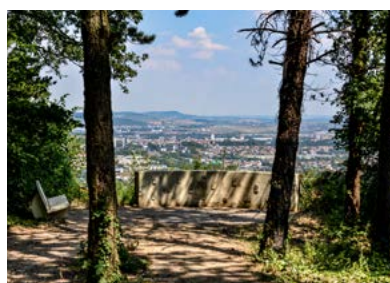
— **L'église Saint-Georges à Essey-lès-Nancy**
©Régine Datin



— **Le Château de Fléville-devant-Nancy**
©Régine Datin



— **Le Parc de l'Embanie à Heillecourt**
©Régine Datin



— **Le Bélvédère à Houdemont**
©Régine Datin



— **Le Château de Montaigu à Jarville-la-Malgrange** - ©Régine Datin



— **L'église de Laneuveville-devant-Nancy**
©Grégory Flusin



— **Laxou**
©Régine Datin



— **La ferme fortifiée de Ludres**
©Ville de Ludres



— **La Douëra à Malzéville**
©Grégory Flusin



— **La brasserie de Maxéville**
©Régine Datin



— **La Place Stanislas à Nancy**
©Régine Datin



— **Le golf de Pulnoy**
©Hélix Solutions



— **Château du Pont de la Meurthe à Saint-Max**
©Régine Datin



— **Le Parc de Saulxures-lès-Nancy**
©Grégory Flusin



— **Seichamps**
©Grégory Flusin



— **Tomblaine**
©Régine Datin



— **Le Parc du Charmois à Vandœuvre-lès-Nancy**
©Julie Fort



— **Château Simon de Chatellus à Villers-lès-Nancy** - ©Régine Datin

Conception : Métropole du Grand Nancy
Photos :
page 7 : Métropole du Grand Nancy
pages 13, 25, 29, 33 : AdobeStock
page 19 : Bertrand Jamot



Parc Paul Verlaine à Nancy - ©Julie Fort

www.nancy-tourisme.fr

métropole
GrandNancy