

UNE RÉSILIENCE TOURISTIQUE DE LA MÉTROPOLE ORLÉANAISE SOUTÈNUE PAR LES VISITEURS LOINTAINS, ET CE, MALGRÉ UN CONTEXTE TRÈS DÉFAVORABLE

L'été 2024 avait fortement bénéficié de l'effet JO de Paris et de l'étape du Tour de France à Orléans ; l'été 2025, quant à lui, avait été dopé par la 86^{ème} Semaine Fédérale Internationale de Cyclotourisme et par une année « Festival de Loire ». Bien que sans événement nouveau majeur, la « Destination Orléans Val de Loire » affiche cet été un recul de fréquentation, mais qu'il faut relativiser comparé aux deux étés exceptionnels précédents. Explications.



UNE DESTINATION RÉSILIANTE SUR LE PLAN TOURISTIQUE

Malgré la conjoncture économique difficile (prix du carburant, inflation générale ...) et surtout les épisodes caniculaires inédits, forts et répétés, la « destination Orléans Val de Loire » résiste bien ; surtout grâce à la présence toujours nombreuse des touristes étrangers et des visiteurs français (hors région) qui n'ont pas annulé leur venue.

LA CANICULE FAIT FONDRE LA FRÉQUENTATION GLOBALE

La fréquentation globale du territoire baisse de 16% cet été par rapport à l'été 2025 (fluxvision Orléans Métropole/Orléans Val de Loire Tourisme) :

- 88% de nos visiteurs sont français et 12% sont étrangers
- Parmi ces visiteurs étrangers, le top 5 :
 - 12% d'Allemagne,
 - 9,6% des Pays-Bas,
 - 6,3% du Royaume-Uni,
 - 5,6% d'Espagne,
 - 5,5% de Belgique.

UN TOURISME "NON DOMESTIQUE" DYNAMIQUE

On constate d'année en année un véritable dynamisme de la clientèle étrangère. Celle-ci est cosmopolite. On comptabilise près de 50 nationalités différentes présentes cet été (à noter 5% de Polonais, 4,8% d'espagnols, 2,8% des USA, 2,8 d'Italie, 2,4% de Suisse, 1,8% de chinois, 1,6% du Mexique...).

UN TOURISME LOCAL OU DE PROXIMITÉ QUI FOND SOUS LA CANICULE

La fréquentation des touristes français est celle qui a été la plus impactée : -17,1% de visiteurs ; les touristes étrangers continuent à venir malgré le contexte et cette fréquentation résiste bien mieux avec seulement -6,3% de baisse (accentué en août compte tenu des rentrées scolaires européennes qui arrivent souvent beaucoup plus tôt qu'en France (ex. Danemark 10-11/08, Allemagne à partir du 10/08, Pays-Bas à partir du 17/08, Belgique à partir du 24/08, Suède à partir du 17-08 ...).

-Quand on observe la provenance des visiteurs français, ce sont surtout les touristes de la région et du département qui sont beaucoup moins venus (On peut espérer que la proximité engendrera probablement des reports de leur visite dans le temps et qu'ils viendront à l'automne si la canicule ne fait pas son retour) alors que sur tous les autres départements et régions, cela reste globalement stable.

En général, tous ceux qui avaient programmé leur venue, sont venus. La baisse concerne donc principalement le tourisme de « dernière minute » et de « proximité ».

UN ÉTÉ QUI RESTE SATISFAISANT POUR BEAUCOUP DE PROFESSIONNELS

Du fait de la canicule, la durée d'activités en journée et de nuitées sur place sur notre destination a baissé cet été.

Les premiers retours des hôteliers font ressortir qu'ils ont fait un très bon mois de juin, un bon mois de juillet et un mois d'août plus calme dans l'ensemble (quelques contrastes notamment entre les hôtels équipés de climatisation qui ont bénéficié d'un « bonus » sur le taux d'occupation au détriment des hôtels non dotés ; également moins de réservation de chambres familiale 3 ou 4 lits).

Les campings ont subi beaucoup d'annulations à cause de la canicule mais aussi de clients qui avaient prévu de descendre vers le sud et qui se sont ravisés suite aux nombreux incendies. Les résultats des campings ne sont donc pas mauvais mais très contrastés.

Les restaurants : l'absence d'usage des terrasses a pénalisé un grand nombre d'entre eux ; la baisse de fréquentation des touristes de proximité plus habitués à certains établissements a joué sur leur activité.

À l'office de tourisme, une belle fréquentation en juillet avec 19 125 visiteurs (contre 20 652 en 2025) mais en baisse plus marquée en août avec 23 931 visiteurs (contre 28 433 en 2025 dopé par la semaine fédérale de cyclotourisme).

Top 5 des visiteurs à l'office de tourisme cet été :

France 63,7%, Pays-Bas 7%, Allemagne 5,2%, Belgique 5,2% Royaume-Uni 4%

Visiteurs (juillet-août 2026 avec comparaison N-1) :

Hôtel Grosloot = 20 148 (- 25%) / Parc Floral de La source = 40 535 (+ 6%) / Musée des Beaux-Arts d'Orléans = 9 087 (- 4%)

Les recettes cet été (juin-août) à l'OT sont en hausse de +5,7% en un an et +8,54% par rapport à l'été 2024 (hausse des ventes en boutique, billetterie, de visites guidées individuelles, de visites groupe ...).

L'office du tourisme d'Orléans Métropole a su adapter ses produits aux circonstances (changements d'horaires et reports, proposer des visites dans des lieux plus frais, programmation différente, etc.). En proposant une offre fraîcheur valorisée, avec une multitude de lieux adaptés (sites culturels climatisés, espaces verts comme au parc floral, activités sur la Loire, visites guidées au frais) l'office a su valoriser et conseiller efficacement nos visiteurs ; ainsi qu'en ligne via une page internet dédiée « se rafraîchir à Orléans ». Cela démontre que notre destination reste attractive même en cas de fortes chaleurs.

DE BELLES PERSPECTIVES À VENIR

La stratégie touristique « 4 saisons » de la Destination Orléans Val de Loire doit permettre d'attirer des visiteurs de janvier à décembre et exposer de moins en moins aux évolutions ou aléas de la saison estivale. On constate, par ailleurs, que la métropole orléanaise est de plus en plus attractive et « touristiquement cosmopolite ». Grâce à une promotion nationale et internationale, elle arrive à séduire de plus en plus de visiteurs, y compris ceux qui viennent de très loin.

Il est fort possible d'envisager une fin d'année positive : avec un effet « rattrapage » à l'automne des français de proximité qui se sont « confinés » suite aux chaleurs et avec une forte envie de se « rattraper » avant l'hiver.

À noter que dès septembre, Orléans aura la chance de bénéficier de l'arrivée du spectacle Luminescence à la Cathédrale Sainte Croix (du 25/09 au 24/12) dont Orléans Métropole, la Ville d'Orléans et l'office de tourisme d'Orléans Métropole sont partenaires, notamment pour la vente de billets. Il est d'ailleurs encore possible de s'inscrire à la prévente sur le site internet de l'office (déjà 1200 inscrits à ce jour).

Le bilan touristique annuel permettra sûrement de démontrer qu'une fois de plus, la « Destination Orléans Val de Loire » progresse et que le bilan touristique 2026 sera positif. Les premiers chiffres de l'office de tourisme laissent présager une hausse du chiffre d'affaires de +11% par rapport à 2025 et de +23% par rapport à 2024.

Les recettes cet été (juin-août) à l'OT sont en hausse de +5,7% en un an et +8,54% par rapport à l'été 2024 (hausse des ventes en boutique, billetterie, de visites guidées individuelles, de visites groupe ...).

L'office du tourisme a su adapter ses produits aux circonstances (changements d'horaires et reports, proposer des visites dans des lieux plus frais, programmation différente, etc.). En proposant une offre fraîcheur valorisée, avec une multitude de lieux adaptés (sites culturels climatisés, espaces verts comme au parc floral, activités sur la Loire, visites guidées au frais) l'office a su valoriser et conseiller efficacement nos visiteurs ; ainsi qu'en ligne via une page internet dédiée « se rafraîchir à Orléans ». Cela démontre que notre destination reste attractive même en cas de fortes chaleurs.