

MAI 2024



LES PRATIQUES TOURISTIQUES DANS LA DESTINATION LILLE MÉTROPOLE

ANALYSE À PARTIR DES TRACES NUMÉRIQUES DES VISITEURS

Projet de recherche et développement



Directeurs de publication : **Mihaela AXENTE (MEL), Didier DECOUIGNY (ADULM)**
Responsable de publication : **Jeanne KOSTRZ (ADULM)**
Réalisé avec l'appui méthodologique de : **Charles MINART (Observatoire métropolitain du tourisme de la MEL)**
D'après les travaux des chercheurs : **Gaël CHAREYRON (ESILV), Sébastien JACQUOT (EIREST),
Mélodie MONDO (EIREST), Nicolas TRAVERS (ESILV),**
Avec l'appui du pôle cartographie, géomatique, statistiques : **Éric HERREMAN (ADULM)**
Crédit photo image de couverture : © **Vincent LECIGNE / MEL**
Impression : **MEL**

INTRODUCTION

L'essor du numérique et le développement de l'intelligence artificielle transforment radicalement l'expérience des voyageurs. En 2022, selon le baromètre Omodo, 76% des Français avaient préparé leur voyage en ligne et plus de la moitié avait réservé tout ou une partie de leur séjour en ligne.

De la planification du voyage, en passant par la réservation des hébergements et des activités, jusqu'au partage d'expériences vécues, les plateformes en ligne et les applications mobiles offrent des outils intuitifs et personnalisés qui génèrent des quantités énormes de données. Ces données constituent une source importante d'informations pour les acteurs du tourisme ; leur récupération et leur traitement permettent d'apprécier l'attractivité d'un territoire, le comportement des visiteurs et d'adapter en conséquence l'offre et la promotion d'une destination.

Dès 2018, l'Observatoire métropolitain du tourisme de la Métropole Européenne de Lille a saisi l'importance de recueillir et d'analyser cette nouvelle source de données inhérentes à son territoire : les traces numériques.

Accompagné de l'Agence de développement et d'urbanisme de Lille Métropole et de l'Agence d'Attractivité Hello Lille, l'Observatoire métropolitain du tourisme a renouvelé son partenariat de recherche pour trois années (2022-2025) avec deux laboratoires de recherche composés d'informaticiens et de géographes spécialisés dans la pratique touristique : l'Équipe interdisciplinaire de recherches sur le tourisme (EIREST) de l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne et le De Vinci Research Center (DVRC) de l'École Supérieure d'Ingénieurs Léonard De Vinci (ESILV) de Paris La Défense. Cette synthèse reprend les principaux éléments des travaux menés dans le cadre de ce partenariat de recherche durant la période 2022-2023.

Pour guider les réflexions, quatre questions ont été au préalable soulevées :

- la première interroge le positionnement de la métropole lilloise et ses spécificités, en termes d'offre, de fréquentation et de typologie de visiteurs par rapport aux autres métropoles françaises comparables (Lyon, Toulouse, Bordeaux, Strasbourg et Nantes) ;
- la deuxième s'intéresse aux circulations et parcours des touristes ;
- la troisième étudie la centralité des lieux touristiques et les effets de propagation entre sites ;
- enfin, la quatrième évoque les escape-games et questionne la frontière entre loisirs et tourisme.

Projet financé par la Métropole Européenne de Lille et l'État au titre du Fonds national d'aménagement et du développement du territoire, programme « Destination France ».

MÉTHODOLOGIE

Les sources de données et le périmètre d'études

Les données utilisées pour cette recherche proviennent des deux plateformes :

- Booking.com (714 hébergements et 345 726 commentaires collectés depuis 2018 sur la métropole) est une plateforme néerlandaise de réservation d'hébergement en ligne qui propose une offre dans différents types d'établissements : hôtel, gîte, appartement... Le site est décliné en 43 langues et a été racheté en 2005 par une entreprise américaine.

Selon une étude de l'HOTREC¹, reprise par le Sénat², Booking.com disposerait de 66% des parts de marché des réservations hôtelières en ligne en Europe, contre 16% pour Expedia et 9% pour Hotel Reservation Service (HRS). Le site fait partie des sites les plus utilisés au niveau français et européen pour la réservation de voyages, avec Airbnb et Expedia. En France, en 2022, 1 français sur 3 se rendait sur Booking.com au moins une fois par mois.

- Tripadvisor (3 301 points d'intérêts et 287 429 commentaires de 2013 à 2021) est un site collaboratif lancé en 2000 permettant aux consommateurs (touristes et habitants) de laisser des commentaires sur des attractions d'un territoire (hôtels, restaurants, activités) en associant un commentaire écrit à une note (entre 1 et 5).

Ces données des plateformes numériques internationales ont été complétées par des données de l'Observatoire métropolitain du tourisme, issues de l'exploitation du City-Pass :

- le City-pass (66 515 check-in³ sur la métropole entre le 1^{er} mars 2017 et 31 décembre 2022) est un dispositif payant qui permet d'avoir un accès gratuit à 37 sites touristiques, majoritairement de la métropole et quelques-uns de la région, ainsi qu'un accès gratuit aux transports en commun (bus, métro, tram et TER dans certains cas). Le dispositif existe en package 24, 48 ou 72h.

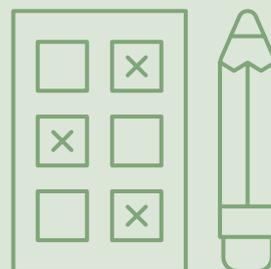
À partir de ces différentes sources de données, plusieurs types d'informations ont été récupérés : la géolocalisation et le contenu des commentaires, le profil des utilisateurs avec leur origine géographique et historique de leur activité, etc. L'équipe de chercheurs a ainsi travaillé sur des milliers de traces numériques, laissées par les internautes et anonymisées pour les besoins de l'analyse.

Le périmètre de l'étude a comme **territoire de référence l'échelle administrative de la Métropole Européenne de Lille qui compte actuellement 95 communes.**

¹ Association of Hotels, Restaurants, Pubs and Cafes and similar establishments in Europe

² <http://www.senat.fr/rap/r17-587/r17-5872.html>

³ 1 check-in correspond au passage d'une personne dans un des sites proposés par le city-pass.





LE PROFIL DES TOURISTES DE LA DESTINATION MÉTROPOLITAINE VIA LES DONNÉES BOOKING.COM



MÉTHODOLOGIE ET PRÉCAUTIONS D'INTERPRÉTATION :

Cette analyse s'appuie **sur les données de la plateforme Booking.com** récoltées durant la période 2018-2022, regroupant 345 726 réservations⁴ ayant généré un commentaire pour la métropole. Comme chaque base de données, Booking.com revêt des spécificités qu'il faut prendre en compte au préalable pour bien interpréter ensuite les résultats :

- cette plateforme est utilisée principalement pour des voyages d'agrément : 77% des réservations Booking.com sont des réservations pour un tourisme d'agrément, alors qu'elles ne représentent que 35% des nuitées pour la métropole d'après les chiffres 2022 de l'Observatoire métropolitain du tourisme⁵ ;
- elle concerne essentiellement des réservations hôtelières, soit 80% des réservations Booking.com⁶ ;
- elle recense avant tout une offre d'hébergements professionnels, les propriétaires particuliers d'hébergement touristique marchand préférant d'autres plateformes comme Airbnb ;
- certaines nationalités, comme par exemple les touristes américains, sont quasi absentes de la plateforme, car elles privilégient les réservations avec d'autres plateformes, notamment Expedia ou Airbnb ;
- enfin, certains touristes n'utilisent pas ou très peu les réseaux sociaux pour réserver leur hébergement, certains profils ne sont donc pas forcément bien représentés.

Cette plateforme, qui figure au palmarès des OTA⁷, nous fournit un bon éclairage sur les touristes français et européens qui séjournent en hôtellerie pour du tourisme d'agrément.

Pour cette étude, la métropole lilloise a été comparée aux métropoles de Bordeaux, Lyon, Nantes, Strasbourg et Toulouse ; les métropoles de bord de mer où le tourisme est plus fortement influencé par la saison estivale, n'ont pas été retenues.

L'offre hôtelière lilloise très présente sur Booking.com et des réservations qui augmentent

L'offre en hébergements hôteliers de la métropole lilloise est très bien représentée sur la plateforme Booking.com. Par exemple, plus de 96% des hôtels situés dans la métropole sont référencés, ce qui est le meilleur taux de représentation de l'offre hôtelière des métropoles françaises.

Néanmoins, la métropole fait l'objet de moins de réservations par rapport aux autres grandes métropoles, cela s'explique par le nombre d'établissements proposés. La métropole lilloise, avec 389 établissements, dispose d'une offre plus faible en hébergements, exceptées Strasbourg et Nantes. **Lyon, en tête de classement avec 641 établissements, propose plus d'un tiers d'établissements de plus que la métropole lilloise.**

Ce classement est similaire à l'offre hôtelière réellement existante dans les métropoles comparées et confirme à nouveau la position du territoire lillois proche de Strasbourg et avant Nantes.

Une forte augmentation de check-in et de réservations pour Lille

Entre 2019 et 2022, la plateforme Booking.com a connu **une baisse du nombre d'établissements inscrits** : la métropole lilloise est passée de 557 à 389 établissements. Cette tendance à la baisse s'observe pour toutes les métropoles et elle concerne essentiellement des hébergements de particuliers qui se sont probablement orientés vers d'autres plateformes comme Airbnb.

Cette baisse de l'offre n'a cependant pas impacté le nombre de réservations, au contraire, l'offre restante a connu une fréquentation plus importante.

Ainsi on observe une dynamique très positive : la métropole lilloise enregistre **une forte augmentation du nombre de réservations** (+29%) entre 2018 et 2022, tout comme la métropole lyonnaise (+30%).

Cette augmentation sur la métropole lilloise est essentiellement portée par les réservations loisirs (agrément), qui augmentent de plus de 50% entre 2018 et 2022 ; par des réservations françaises (+30%) et de certaines nationalités, comme les Belges (+28%), les Néerlandais (+35%) et les Allemands (+81%). La clientèle française, déjà majoritaire avant la crise COVID, s'est accentuée en 2022. Cette tendance s'observe également pour le nombre de nuits réservées. Lille enregistre une augmentation de 30,6% ; augmentation bien plus conséquente que dans toutes les autres métropoles comparées.

⁴ Une réservation peut générer une ou plusieurs nuits.

⁵ D'après les données collectées auprès de l'INSEE et de MKG consulting.

⁶ Les nuitées hôtelières sont également majoritaires dans le volume de nuitées marchandes de la MEL : elles représentent 62% des nuitées en 2022 d'après l'Observatoire métropolitain du tourisme de la MEL via les données taxe de séjour.

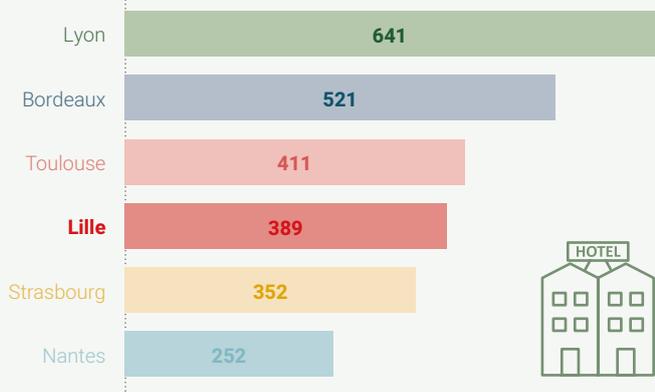
⁷ OTA : « *Online Tourism Agency* », c'est-à-dire les agences de voyages en ligne qui commercialisent des prestations touristiques et voyages fournis par des tiers.



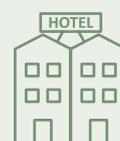
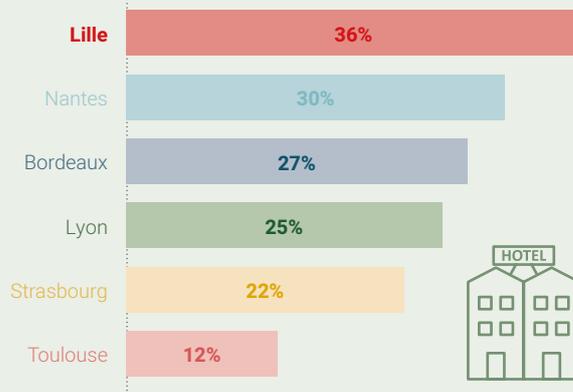
QUELQUES CHIFFRES EN 2022 DANS LES MÉTROPOLIS

Sur la base des traces Booking.com

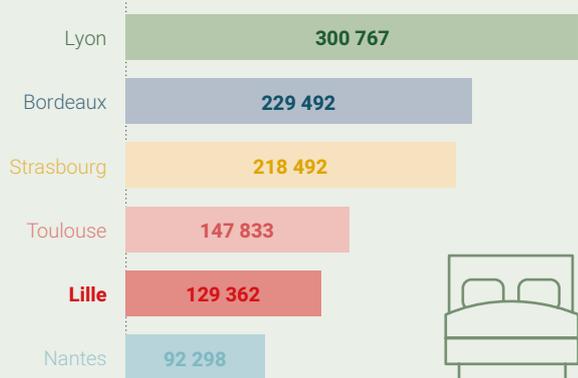
Nombre d'établissements par métropole



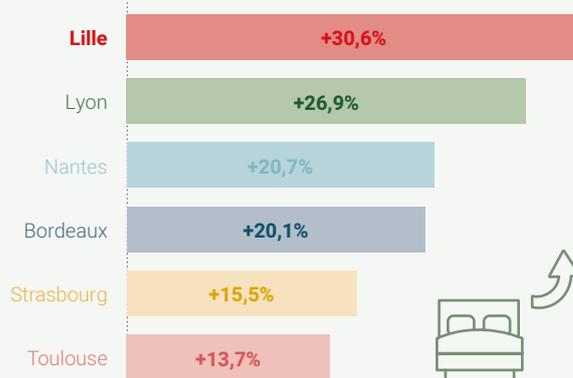
% d'établissements en dehors de la ville-centre



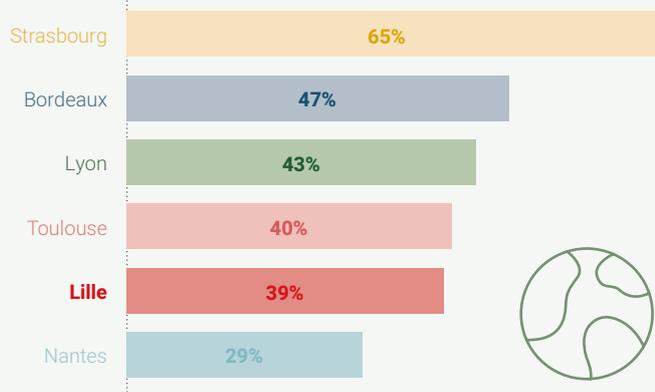
Nombre de nuitées estimées



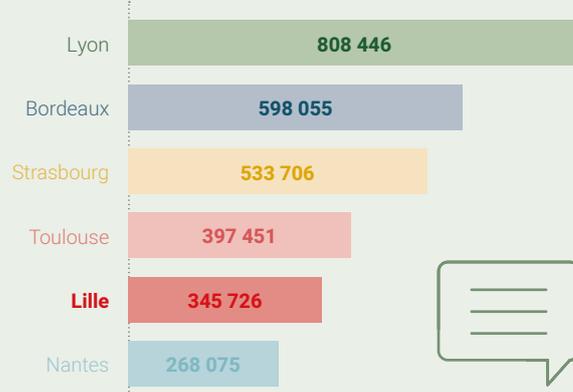
Évolution du nombre de nuitées réservées entre 2018 et 2022



% d'étrangers dans les réservations



Nombre de commentaires enregistrés sur la MEL entre 2018 et 2022



Sources : Booking.com.

Une offre plus diffuse dans la métropole lilloise

Les métropoles françaises ont des configurations très variables, la répartition de leur offre varie en conséquence. La répartition de l'offre, entre « commune-centre », « unité urbaine dense », « unité urbaine » et « métropole », dans la métropole lilloise est très proche de celle de Strasbourg.

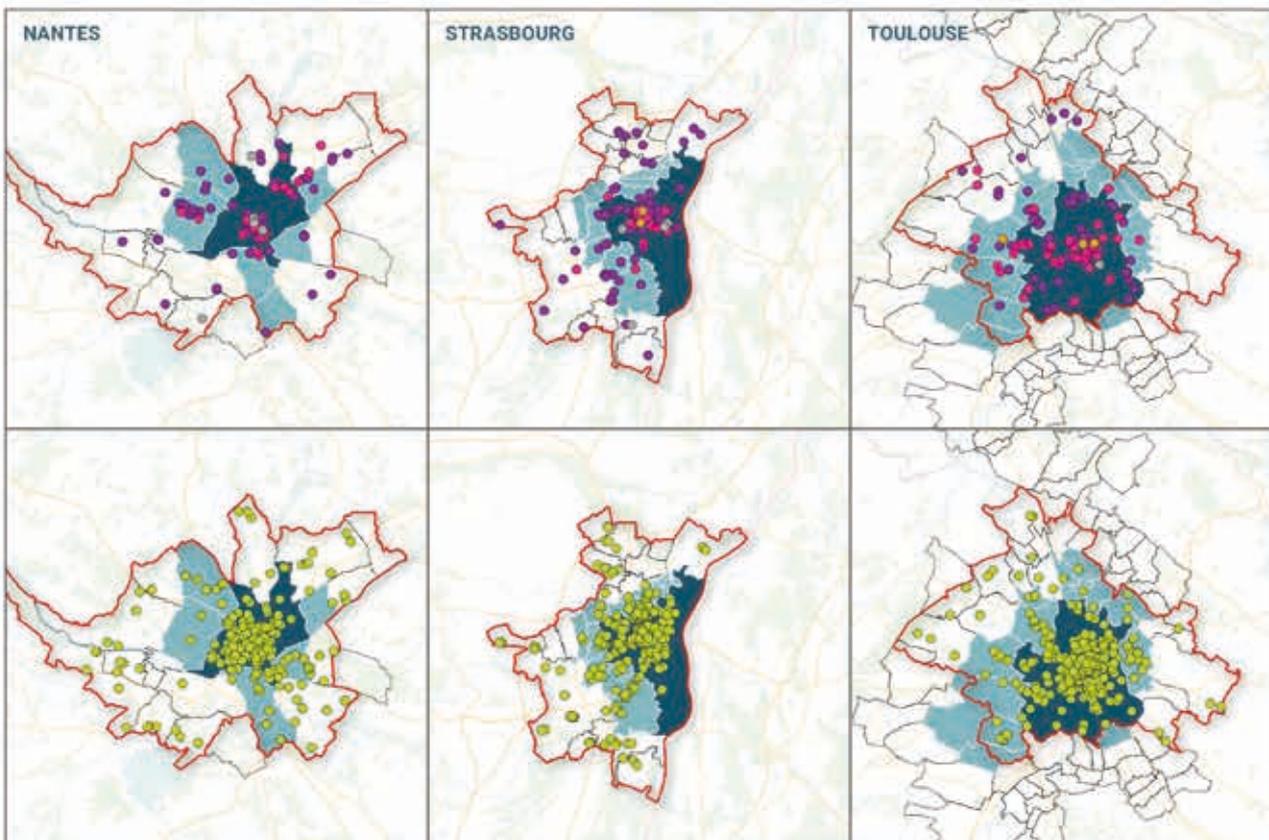
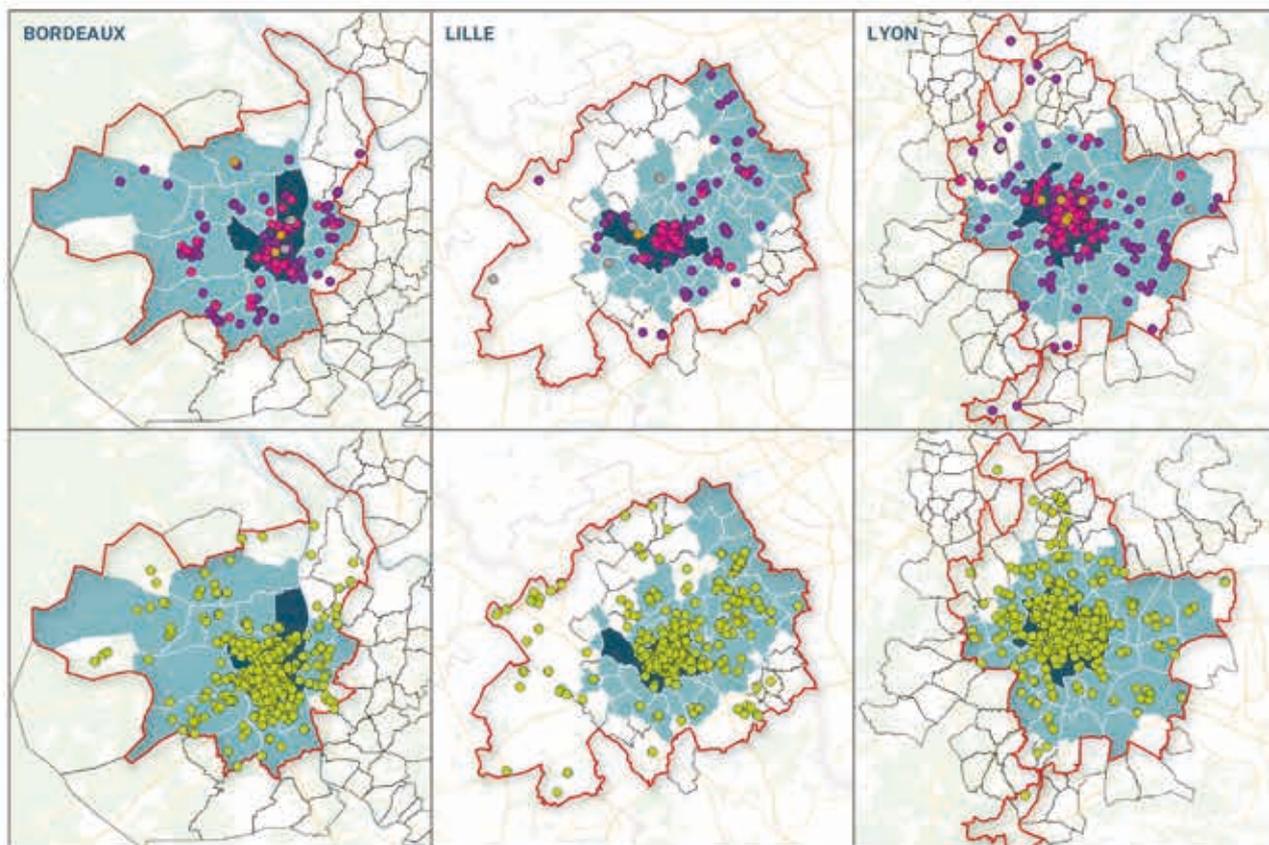
Avec 36% de l'offre répartie en dehors de la ville-centre, la métropole lilloise s'affiche comme la métropole proposant l'offre la plus diffuse des métropoles comparées.

Cette forte dimension métropolitaine dans la répartition de l'offre s'explique par la présence de trois pôles urbains de taille moyenne (Roubaix, Villeneuve d'Ascq, Tourcoing) avec des points d'intérêts touristiques importants : le musée de la Piscine à Roubaix, la Villa Cavrois à Croix, le LaM et le Décathlon Arena Stade Pierre Mauroy à Villeneuve d'Ascq...

À Lyon, 25% des établissements sont situés en dehors de la ville-centre sur Booking.com et à Toulouse seulement 12%.



LOCALISATION DES ÉTABLISSEMENTS RÉFÉRENCÉS SUR BOOKING.COM (PROFESSIONNELS ET PARTICULIERS) DANS LES MÉTROPOLIS



Catégorie d'établissements :

- Hôtels
- Hôtels Services
- Jeunesse
- Autres
- Particuliers

Limites administratives

- Commune centre
- Unité urbaine dense
- Unité urbaine
- EPCI

Sources : MEL (2024), Fond de carte OpenStreetMap



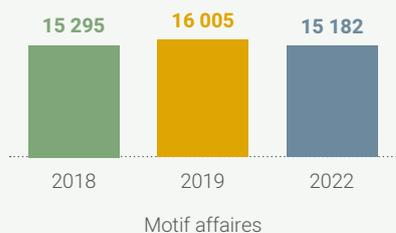
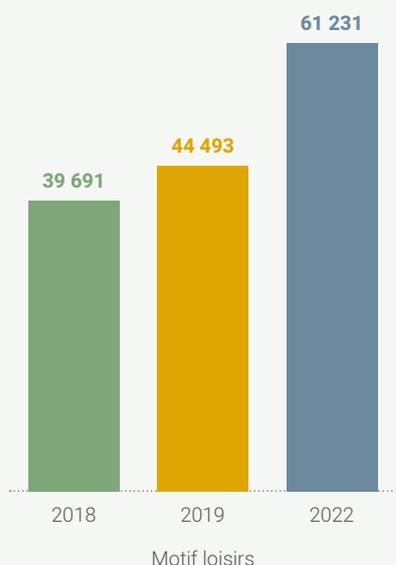
Mars 2024

LES DONNÉES BOOKING.COM, DE BONS INDICATEURS DU TOURISME D'AGRÈMENT

Il y a une surreprésentation des personnes en voyage pour des raisons de «loisirs» dans les réservations Booking.com. En effet, 77% des réservations Booking.com sont des réservations pour du tourisme d'agrément, alors que ce motif ne représente que 35% des nuitées pour la métropole d'après les chiffres 2022 de l'Observatoire métropolitain du tourisme.

Pour chaque territoire étudié, le tourisme d'agrément est le plus représenté sur Booking.com, et semble être la catégorie touristique la plus à même d'être étudiée grâce à cette plateforme.

Nombre de réservations Booking.com sur la MEL en 2018-2019-2022 par motifs



Sources : Booking.com.

Belges et Néerlandais : les étrangers les plus présents sur les réservations Booking.com dans la métropole

Avec 39% de réservations étrangères sur Booking.com, la proportion des étrangers à Lille est moins importante qu'à Strasbourg (65%), Bordeaux (47%) ou Lyon (43%).

La métropole lilloise accueille majoritairement des populations étrangères limitrophes : des Belges (27% des réservations étrangères), des Néerlandais (22%) et des Britanniques (14%). Cet effet transfrontalier s'observe aussi dans les autres destinations, notamment à Strasbourg où 33% des réservations étrangères sont allemandes. De même, Bordeaux et Toulouse accueillent une forte proportion d'Espagnols (29% et 24%).

Nombre de réservations Booking.com sur la MEL : français et étrangers



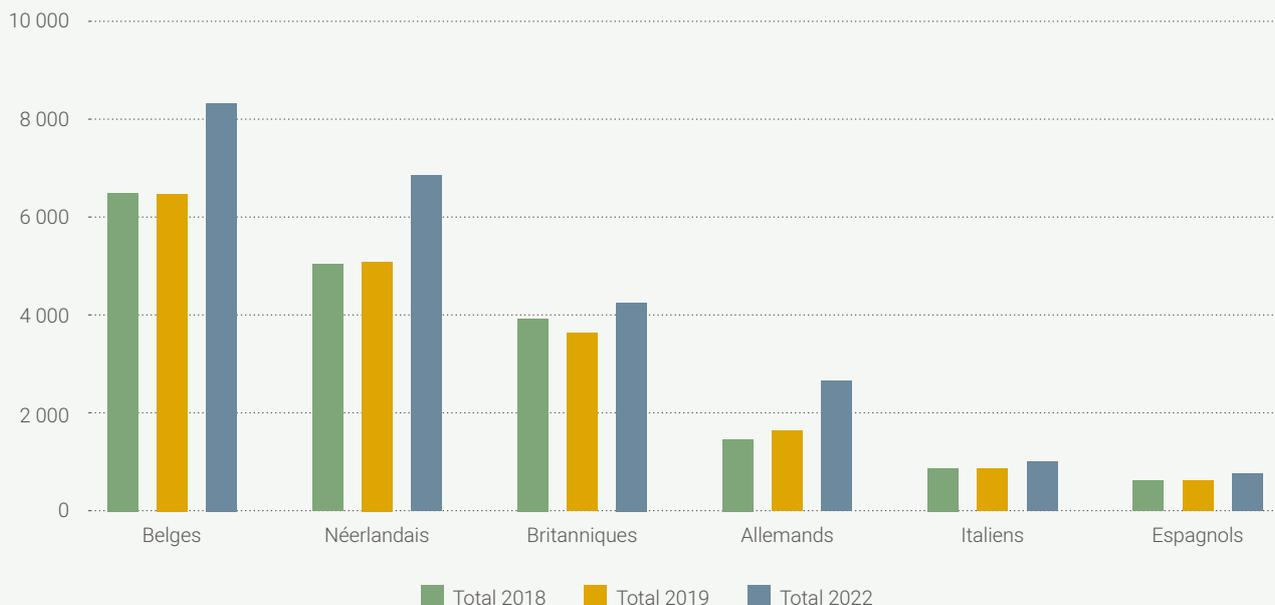
Note de lecture : Les années 2020 et 2021 n'ont pas été retenues pour ces analyses, car les données n'étaient pas représentatives du fait de la crise sanitaire.

Sources : Booking.com.



© Pascaline Chombart / MEL

Nombre de réservations Booking.com sur la MEL par principales nationalités étrangères en 2018-2019-2022



Note de lecture : Les années 2020 et 2021 n'ont pas été retenues pour ces analyses, car les données n'étaient pas représentatives du fait de la crise sanitaire.

Sources : Booking.com.

Une clientèle de city-break

La durée de séjour sur la métropole lilloise est très stable sur la période 2018-2022, avec 1,6 nuit en moyenne. Cette durée correspond à une clientèle de city-break⁸ et de tourisme d'affaires très caractéristique du tourisme urbain. Les autres métropoles ont des durées de séjour assez similaires, mais légèrement plus élevées : 1,7 jour pour Lyon, Toulouse et Nantes et 1,8 jour pour Strasbourg et Bordeaux.

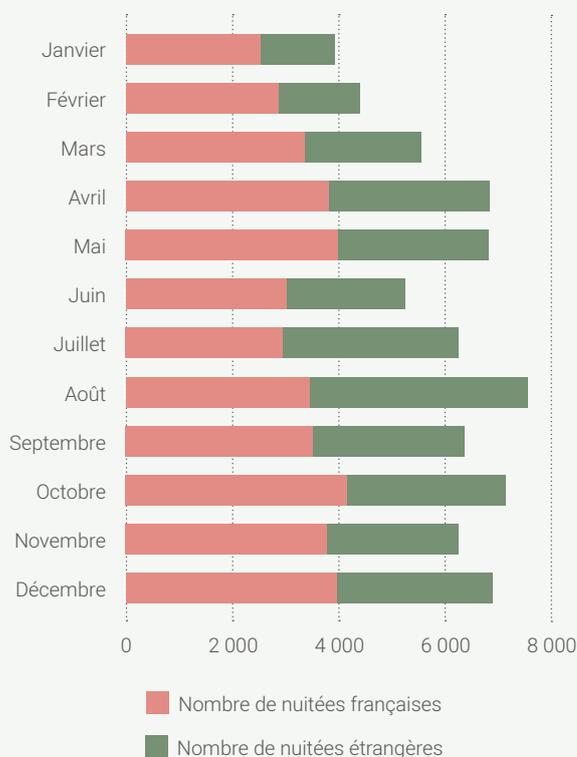
La répartition des nuitées réservées est très représentative du tourisme urbain qui connaît des périodes très soutenues pour le tourisme d'affaires, entre avril et juin, puis, entre septembre et novembre. Ces mêmes périodes sont aussi attractives pour les city-break.

La saison estivale, juillet et août, accueille une proportion plus importante de touristes étrangers, majoritairement en agrément.

Le mois de décembre est propice à l'accueil de touristes d'agrément français, belges et néerlandais qui viennent pour profiter du marché de Noël.

⁸ Selon la DGE : « On désigne par city-break des « escapades » réalisées en milieu urbain, (souvent par d'autres urbains), c'est-à-dire un tourisme d'évasion du quotidien effectué dans un temps bref (moins de quatre nuits passées hors domicile pour la définition statistique internationale du « court séjour »), et le plus souvent adossé à un week-end. »

Nuitées estimées Booking.com 2018-2019-2022 cumulées



Sources : Booking.com.

Une clientèle familiale en progression

Ce sont les couples qui utilisent majoritairement Booking.com pour leur venue sur la métropole lilloise, ce qui est assez similaire aux autres métropoles comparées.

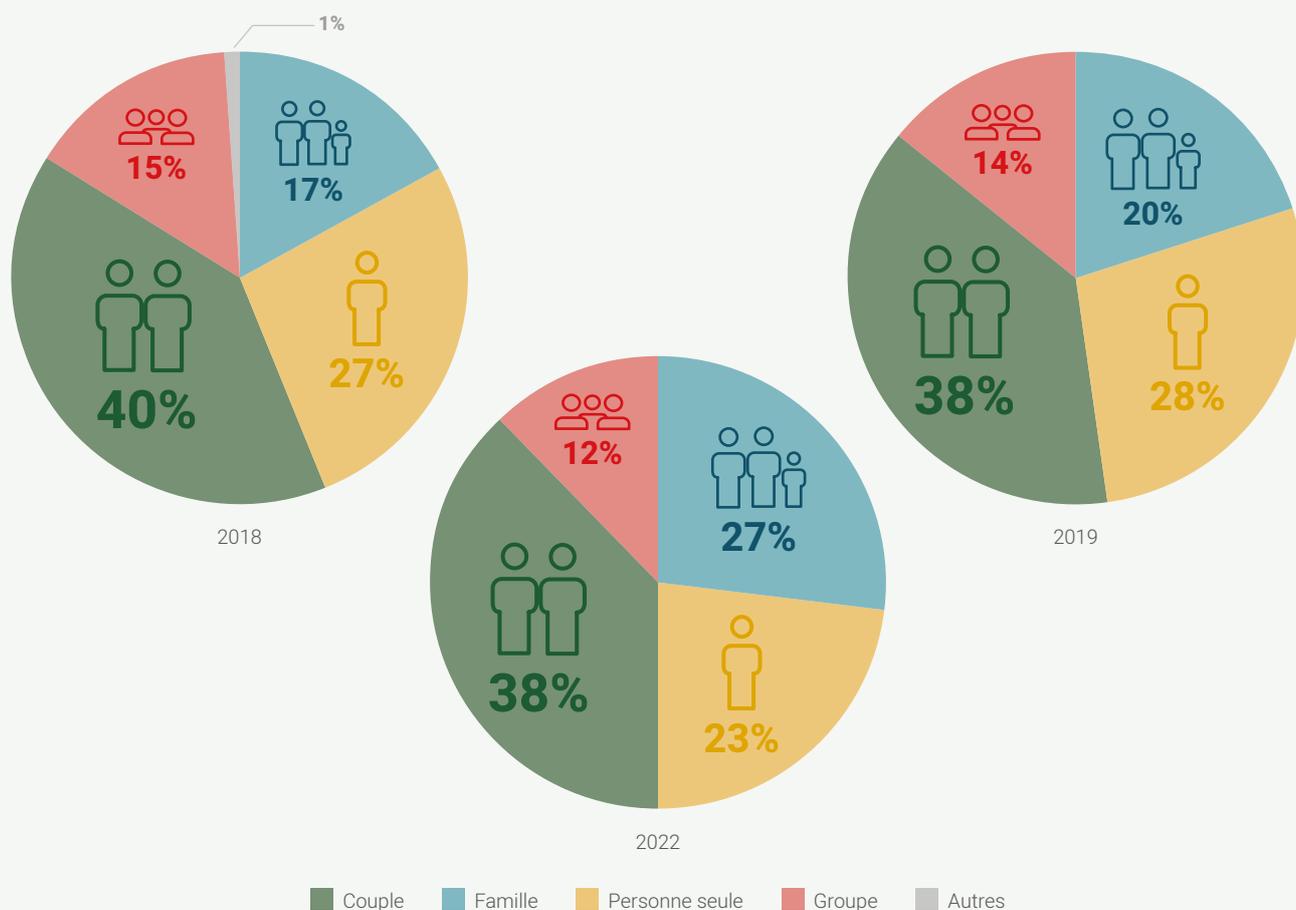
On observe néanmoins, ces dernières années, **une forte augmentation des réservations de la part des familles** : en 2018, les familles ne représentaient que 17% des réservations, en 2022, elles avoisinent 27%, une progression en lien avec l'augmentation des réservations sur Booking.com pour les motifs loisirs.

Cette tendance mérite d'être suivie dans la durée, afin de savoir s'il s'agit d'une tendance structurelle, inscrite dans la durée, ou conjoncturelle, liée à la reprise post-COVID en 2022.



© Alexandre Traisnel / MEL

Composition sociale des réservations sur Booking.com



Sources : Booking.com.

Caractéristiques des réservations touristiques pour les 5 nationalités les plus représentées dans la MEL (88% des réservations)

	Part du total des réservations en 2018-2019 et 2022	Habitudes de fréquentation durant l'année	Caractéristiques sociales principales des touristes	Évolution (2018-2022)
 Français	61% 	Fréquentation progressive de janvier à mai, creux estival durant les vacances scolaires puis reprise en septembre-octobre et enfin pic de fréquentation en décembre après une légère baisse en novembre	Majoritairement des couples sans enfants (38%)	Forte progression des réservations loisirs et réservations des familles
 Belges	10% 	Présence toute l'année avec des pics au printemps, en juillet-août et en fin d'année. En 2022, on observe un pic en juillet lié aux festivités lilloises pour la fête nationale belge	La moitié vient en couple sans enfants	Forte progression des réservations loisirs, et réservations des familles
 Néerlandais	8% 	Une fréquentation surtout estivale et en fin d'année	Presque la moitié vient en couple	Forte progression des réservations (+35%)
 Anglais	6% 	Une fréquentation accrue au printemps et au moins d'août	Majoritairement des couples (48%) et des familles (24%) ; la catégorie « groupe d'amis » est la plus élevée des nationalités (20%)	Progression de la fréquentation entre 2018 et 2022 moins soutenue et certainement limitée par les conséquences du Brexit
 Allemands	3% 	Une fréquentation surtout estivale	Une part plus importante du tourisme d'affaires par rapport aux autres nationalités étrangères	Progression de la fréquentation la plus importante parmi toutes les nationalités (+81%)

Note de lecture : Les autres nationalités représentent 12% des réservations restantes.

Sources : Booking.com.



© Alexandre Traisnel / MEL

SITES TOURISTIQUES, CIRCULATIONS ET PARCOURS



MÉTHODOLOGIE ET PRÉCAUTIONS D'INTERPRÉTATION

Cette analyse s'appuie sur **les données du City-Pass** recueillies entre le 1^{er} mars 2017 et le 31 décembre 2022.

Le City-Pass regroupe une quarantaine de lieux et activités touristiques. Les sites situés sur la métropole sont proposés avec le City-Pass 24 et 48h. Le City-Pass 72h propose, en plus des sites de la MEL, des sites à Dunkerque, Lens, Douai, Arras... et un accès de 24h au réseau TER Hauts-de-France.

66 515 check-in⁹ (66 146 effectifs suite au nettoyage des données obsolètes) ont été récupérés via cette base et nous permettent d'avoir des données sur la fréquentation des sites et la circulation des visiteurs entre les sites.

Liste des sites proposés par le City-Pass selon leur thématique :

• Beaux-Arts

- La Piscine à Roubaix
- Le LaM à Villeneuve d'Ascq
- Le Fresnoy à Tourcoing
- MUba Eugène Leroy à Tourcoing
- Palais des Beaux-Arts à Lille
- Musée départemental Matisse au Cateau-Cambrésis
- Musée du Louvre-Lens à Lens

• Espaces naturels

- Les Prés du Hem à Armentières
- Mosaïc, le jardin des cultures à Houplin-Ancoisne
- Musée de Plein Air à Villeneuve d'Ascq

• Histoire et Tradition

- Institut du Monde Arabe à Tourcoing
- La Condition Publique à Roubaix
- Maison Folie Hospice d'Havré à Tourcoing
- Maison Natale Charles de Gaulle à Lille
- Musée de l'Hospice Comtesse à Lille
- Musée de la Résistance à Bondues
- Musée des Arts et Traditions Populaires à Wattrelos
- Musée des Canonniers Sédentaires de Lille
- Musée de l'Hospice Comtesse à Lille
- Musée de la Résistance à Bondues
- Musée des Arts et Traditions Populaires à Wattrelos
- Musée des Canonniers Sédentaires de Lille
- Musée de la Bataille de Fromelles
- Carrière de Wellington à Arras
- Les Boves à Arras
- Mémorial 14-18 Notre Dame de Lorette à Souchez
- Musée de Flandres à Cassel

• Sciences et Découvertes

- Forum Départemental des Sciences, à Villeneuve d'Ascq
- La Manufacture, musée de la Mémoire et de la création textile à Roubaix

- Musée d'Histoire Naturelle à Lille
- Musée de l'Institut Pasteur de Lille
- Musée Portuaire de Dunkerque

• Sites classés

- Beffroi d'Armentières
- Beffroi de l'Hôtel de Ville de Lille
- Villa Cavrois
- Beffroi & Carillon de Douai
- Beffroi Saint-Eloi à Dunkerque

• Visites

- Lille City-Tour
- Visite du Vieux-Lille organisée par l'office du tourisme de Lille
- Les bateaux promenades du Vieux Douai
- Visite de Lens-Liévin avec l'office de Tourisme de Lens-Liévin

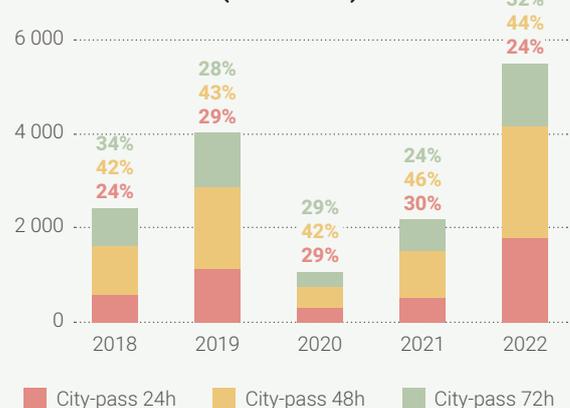
Le City-Pass : le produit touristique multi-sites de la destination

En 2022, plus de 5 700 City-Pass ont été vendus, ce qui est **deux fois plus qu'en 2018**, année complète de récolte des données de ce produit touristique. En 2020 et 2021 le volume des ventes avait baissé avec l'impact de la pandémie COVID sur le tourisme ; toutes les autres années ont connu une croissance du dispositif.

Les visiteurs profitent **en moyenne de 3,7 activités durant leur séjour**. Ce chiffre varie néanmoins en fonction du pass acheté. **Un visiteur fera en moyenne 2,6 visites pour un pass 24h ; 3,8 pour un pass 48h et 4,6 pour un pass 72h.**

Les pass majoritairement vendus sont les pass 48h (43%), ce qui correspond à la durée moyenne de séjour relevée par l'Observatoire métropolitain du tourisme qui plafonne en 2022 en moyenne autour de 1,8 nuitée. Depuis 2021, on observe une progression des City-Pass 72h, ce qui pourrait être le signe d'un allongement des durées de présence des touristes d'agrément.

Nombres et types de City-Pass vendus chaque année (2018-2022)



Sources : Observatoire Métropolitain du Tourisme de la MEL, données City-Pass - Otipass

⁹ 1 check-in correspond au passage d'une personne dans un des sites proposés par le City-Pass.

Le City-Pass : un dispositif attractif pour les Parisiens

L'origine des visiteurs du City-Pass est assez similaire à celle relevée par l'Observatoire métropolitain du tourisme sur la base des présences en hébergement marchand : 64% sont français, 21% étrangers (et 15% n'ont pas renseigné cette information¹⁰).

Les nationalités étrangères les plus représentées sont les Néerlandais, les Belges et les Britanniques, ce qui correspond aussi aux trois premières nationalités étrangères sur Booking.com. On identifie également, via cette base City-Pass, des visiteurs venant des États-Unis et d'Australie alors qu'ils n'étaient pas visibles dans la base de données Booking.com.

Un quart des Français qui ont acheté un City-Pass sont originaires de la région parisienne. Le dispositif est **peu utilisé par les habitants des Hauts-de-France**, qui ne représentent que 6% des acheteurs français du City-Pass.



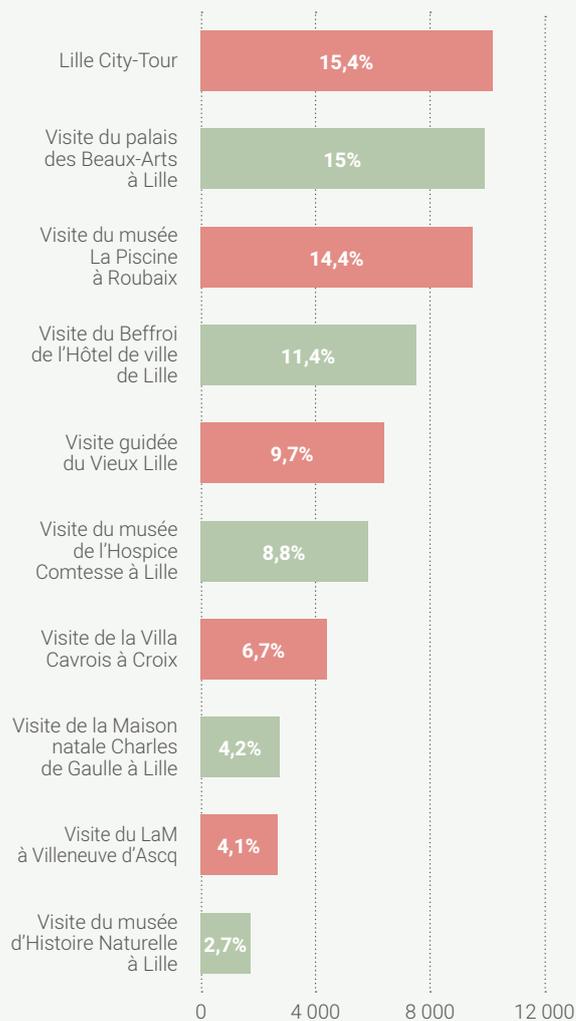
Des sites très attractifs : le City-Tour de Lille, le musée des Beaux-Arts et le musée de la Piscine

66 146 visites ont été effectuées entre 2017 et 2022 grâce au dispositif City-Pass. Sur les 37 lieux proposés, **10 sites comptabilisent 92,4% de l'ensemble des check-in. 7 de ces 10 premiers sites se situent dans l'hypercentre lillois**, ce qui atteste de la forte attractivité de l'offre touristique lilloise.

Roubaix, avec le musée de la Piscine, constitue également un pôle attractif important pour les visiteurs puisqu'il apparaît en 3^{ème} position des lieux et visites effectués. En ajoutant les visites de la Villa Cavrois, situées à Croix, à la frontière avec Roubaix, ainsi que les visites de la Manufacture¹¹, cet ensemble de sites touristiques au Nord-Est de la métropole représente **23,5% des check-in, et donc le 2^{ème} pôle touristique de la métropole.**

Enfin, il est à noter à Villeneuve d'Ascq la présence du LaM (Lille Métropole musée d'art moderne, d'art contemporain et d'art brut), qui figure également dans la liste des 10 sites les plus visités.

Top 10 des prestations réalisées (sur l'ensemble des visites réalisées entre 2017 et 2022)



Sources : Observatoire Métropolitain du Tourisme de la MEL, données City-Pass - Otipass



¹⁰ En 2022, l'Observatoire métropolitain du tourisme dénombrait 78% de visiteurs français et 22% de visiteurs étrangers dans la métropole.

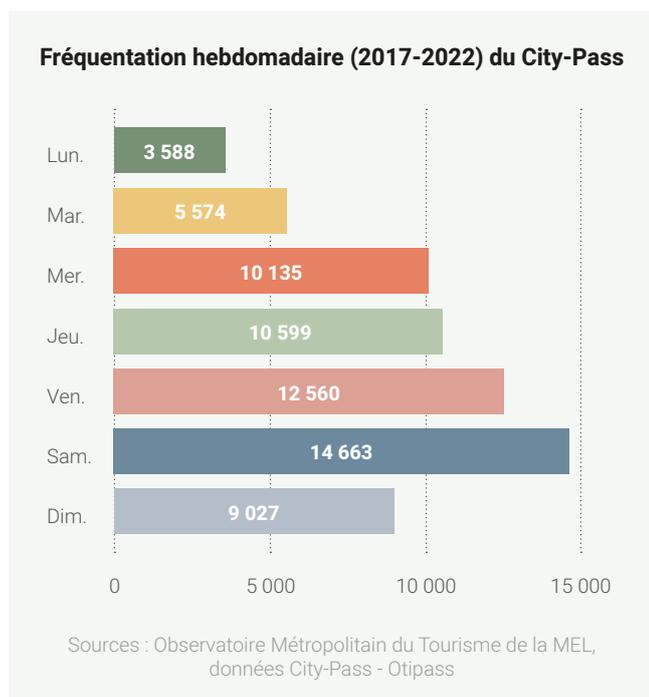
¹¹ La Manufacture à Roubaix, 11^{ème} site en nombre de visites avec le City-Pass.

Un City-Pass plébiscité le week-end et pendant la période estivale

Le City-Pass est **majoritairement activé en fin de semaine**, avec un pic de fréquentation les samedis. Les lundis et mardis sont les journées les plus creuses coïncidant avec les fermetures habituelles des musées.

Il est **moins utilisé lors de la période hivernale** (décembre-mars) et **plus mobilisé entre le printemps et l'automne**.

Le mois d'août est le mois où le City-Pass connaît le plus de succès, avec des pics d'utilisation entre le 10 et le 25 août.



Des circulations privilégiées depuis Lille

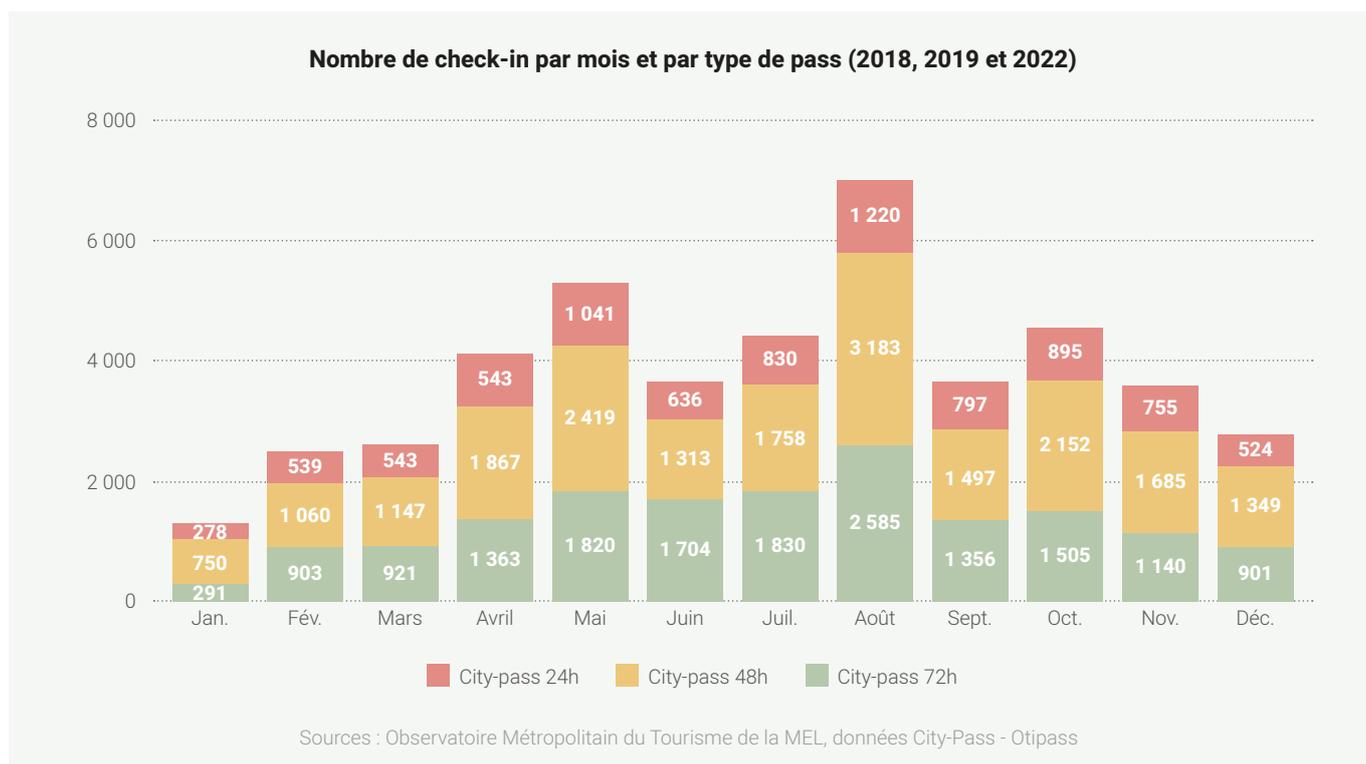
Les circulations entre les sites sur la base des traces numériques générées par le City-Pass ont été étudiées à partir du logiciel Disco.

Il apparaît clairement que Lille est le point de départ privilégié des visites sur la métropole. Ainsi, près de 80% des visiteurs commencent par une visite dans Lille et 16% par une visite proposée à Roubaix, 3% par une visite sur le reste de la métropole et seulement 1% par une visite dans la région.

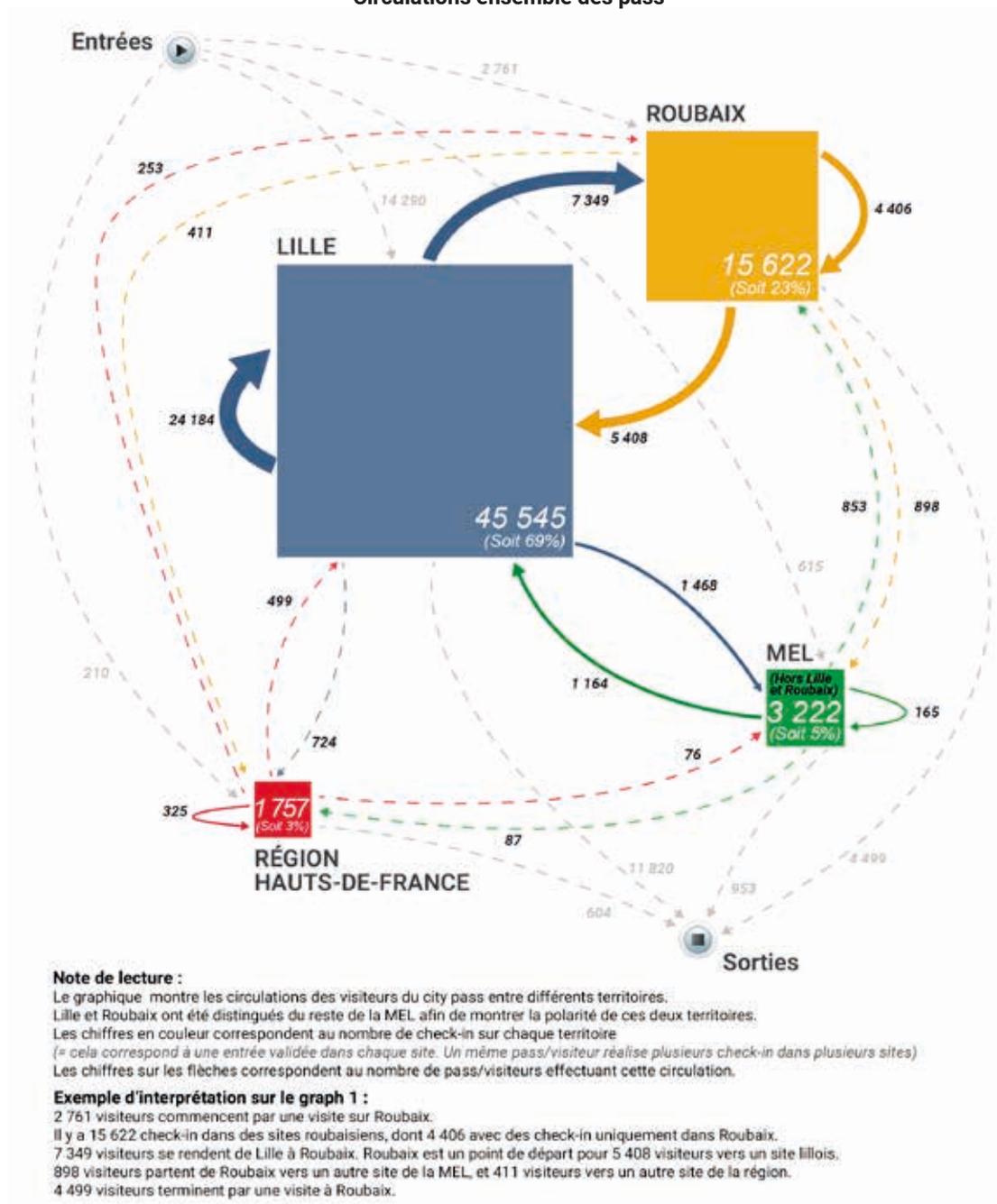
Le Lille City-Tour est le point de départ de 35% des visiteurs et un lieu de passage pour 57%, c'est donc une offre « pivot » pour la destination.

Trois grands types de parcours se dessinent sur la métropole :

- le premier se concentre sur Lille, avec le Lille City-Tour et la visite du Vieux-Lille, ainsi que la visite du musée de L'Hospice Comtesse dans le Vieux-Lille du Palais des Beaux-Arts, des expositions liées à Lille 3000 ou du musée Pasteur, du beffroi de l'Hôtel de Ville de Lille... ;
- le deuxième s'étend plus sur le versant nord-est de la métropole avec des visites de la Villa Cavrois à Croix, du musée de La Piscine à Roubaix éventuellement accompagnées des visites de la Manufacture, de la Condition Publique à Roubaix ou du MuBA à Tourcoing. Les détenteurs du pass 72h poursuivent parfois en région avec la visite du musée du Louvre-Lens ou sur les bateaux promenades de Douai ;
- enfin, le troisième mélange des visites lilloises et métropolitaines, par exemple un passage à la Maison natale de Charles de Gaulle, couplées avec des visites au LaM ou la Villa Cavrois.



Circulations ensemble des pass



	Nombre de sites visités en moyenne	Sites privilégiés	Parcours privilégiés
CITY-PASS 24 H	2,6	85 % des visiteurs commencent par une visite sur Lille. Le Lille City-Tour est le début de la visite pour 38% des visiteurs. Le Lille City-Tour est la principale visite réalisée dans le cadre d'un pass 24h, viennent ensuite le Palais des Beaux-Arts et le beffroi de l'Hôtel de Ville de Lille.	Visites resserrées sur l'espace lillois intra-muros avec des connexions importantes entre les visites guidées proposées par l'Office de Tourisme, le Palais des Beaux-Arts, le beffroi de l'Hôtel de Ville et le musée de l'Hospice Comtesse. Les visites métropolitaines concernent essentiellement la Piscine, la Villa Cavrois et le LaM.
CITY-PASS 48 H	3,8	80% des visiteurs commencent par une visite sur Lille. Le Lille City-Tour est le début de la visite pour 34% des visiteurs. Le Lille City-Tour est la principale visite réalisée dans le cadre d'un pass 48h, viennent ensuite le musée de la Piscine et le Palais des Beaux-Arts.	Il existe des connexions entre : <ul style="list-style-type: none"> • les visites du Vieux-Lille, la Villa Cavrois et le musée de la Piscine ; • entre le beffroi de l'Hôtel de Ville de Lille et le Palais des Beaux-Arts.
CITY-PASS 72 H	4,6	74% des visiteurs commencent par une visite sur Lille. Le Lille City-Tour est le début de la visite pour 31% des visiteurs. Le musée de la Piscine est la principale visite réalisée dans le cadre d'un pass 72h, viennent ensuite le Palais des Beaux-Arts de Lille et le Lille City-Tour.	Avec ce pass, les visiteurs ont un usage beaucoup plus étendu des sites touristiques de la destination, allant même au-delà de la métropole sur les sites touristiques régionaux.

Sources : City-Pass MEL.

CENTRALITÉ ET PROPAGATION DES VISITEURS SUR LA MEL



MÉTHODOLOGIE ET PRÉCAUTIONS D'INTERPRÉTATION

Afin de mieux comprendre les circulations touristiques, différentes approches ont été mobilisées à partir des commentaires de la base Tripadvisor pour identifier les réseaux de lieux et leur interconnectivité, et ce, à partir de deux algorithmes :

- l'algorithme « Betweenness Centrality » a permis d'identifier les points de passage des lieux commentés les plus fréquents dans les circulations touristiques ;
- l'algorithme « PageRank », a révélé l'impact des connexions sur le poids de chaque lieu commenté.

Les résultats des analyses via Tripadvisor ont permis de mettre en évidence les lieux les plus centraux¹² dans les circulations touristiques ainsi que les relations les plus fréquentes entre les lieux.

Le Vieux-Lille, un lieu incontournable au sein d'un séjour

Certains lieux sont considérés comme centraux, il s'agit par exemple du Vieux-Lille ou du musée de la Piscine, identifiés car ils constituent très souvent une étape au sein d'un parcours : le Vieux-Lille tant en début qu'en fin de parcours, le musée de la Piscine, surtout en fin de parcours.

On relève aussi la forte centralité des restaurants et des boutiques « emblématiques du Vieux-Lille », qui restent des lieux très prisés au sein d'un cheminement. Le Décathlon Arena Stade Pierre Mauroy est également identifié.

Des propagations du centre-ville de Lille vers Roubaix et Villeneuve d'Ascq

Pour les Français, l'étude des propagations permet de mettre en évidence, **un centre très attractif autour du Vieux-Lille** (40% des connexions, 86 lieux reliés directement au Vieux-Lille avec notamment « Méert », « Furet du Nord », « les merveilleux de Fred » et des sites comme « la Porte de Paris », « le beffroi de l'Hôtel de Ville », « le Zoo de Lille ») et **trois angles de propagation à partir du Vieux-Lille** :

- un premier triangle, en direction du nord-est entre le Vieux-Lille, Tourcoing et Roubaix, représente la plus forte concentration de connexions (poids cumulés) lors de la propagation (25%) ;
- le second triangle de propagation se dirige vers Villeneuve d'Ascq avec 13% ;
- le troisième vers Armentières avec 9%.

Si l'on se focalise seulement sur les contributeurs hors MEL et Hauts-de-France, la concentration s'organise encore plus autour du Vieux-Lille (46%) et vers deux angles de propagation : Roubaix (pour 16%) et Villeneuve d'Ascq (16%).

La durée du séjour a un impact significatif sur les circulations touristiques et confirme l'enjeu lié à l'augmentation de la durée de séjour pour soutenir la diffusion des flux dans le territoire. Les touristes qui restent plus longtemps ont tendance à explorer plus en profondeur la région et à se déplacer vers des lieux plus éloignés, tandis que les séjours plus courts sont souvent plus concentrés dans le centre-ville.

¹² Il est important de noter que les lieux les plus centraux ne sont pas nécessairement les plus visités en termes de volume, mais ceux qui ont le plus d'impact sur les trajets des touristes. Cela peut être dû à leur position stratégique dans le réseau ou à leur attractivité particulière.



La boutique Méert à Lille © Pascaline Chombart / MEL



LES ESCAPE-GAMES SONT-ILS TOURISTIQUES ?



MÉTHODOLOGIE ET PRÉCAUTIONS D'INTERPRÉTATION

Une étude pluridisciplinaire commune a été effectuée, mettant en valeur l'interdisciplinarité du projet. Des études bibliographiques, in-situ, textuelles et quantitative sur les données de la plateforme Tripadvisor agrégées, ont été appliquées conjointement pour produire cette analyse. Des analyses croisées entre les données constatées et l'étude sur le terrain ont été effectuées pour confirmer les conclusions apportées :

- l'étude bibliographique retrace la création des escape-games et leur développement au niveau mondial et national, confirmé par leur présence sur les données Tripadvisor ;
- sur Tripadvisor, l'identification d'une forte interaction des visiteurs avec les escape-games a soulevé la question de leur importance à la MEL.

Les algorithmes de propagation utilisés sur différents réseaux de circulation touristiques mettent en lumière les usages locaux et régionaux :

- des entretiens avec les acteurs des escape-games à la MEL permettent de confirmer ces conclusions ;
- les traces numériques textuelles ont été analysées pour mettre en valeur l'aspect complémentaire des escape-games dans les visites touristiques.

Les escape-games, un secteur diversifié

Les escape-games sont des jeux d'évasion en équipe, impliquant la résolution d'énigmes de façon coopérative dans un temps imparti, que ce soit à partir d'un plateau de jeu ou dans une pièce ou un espace clos.

Créés dans les années 2000 à Tokyo, les escape-games se diffusent en France dans les années 2010, d'abord à Paris, puis dans d'autres villes françaises. Ils gagnent très vite en popularité. Par exemple, sur Tripadvisor en 2022, on recense 11 984 escape-games dans 132 pays, avec 1 136 158 commentaires.

En France, les escape-games sont présents dans toutes les régions, y compris en région Hauts-de-France où l'on compte 47 lieux. **Dans la métropole lilloise, on trouve 21 escape-games**, principalement dans le centre-ville de Lille, ainsi que dans ses environs immédiats. On en retrouve aussi dans des espaces commerciaux ou des lieux proposant divers services et loisirs.

Les escape-games relèvent a priori du champ des loisirs. Ils sont des équipements de proximité correspondant à une nouvelle pratique sociale de loisirs, utilisée également dans le champ professionnel à des fins d'« incentive » ou de team building.

Dans le rapport sur les traces numériques réalisé en 2018¹³, **les escape-games apparaissent dans le palmarès des sites les plus commentés sur Tripadvisor**, il en est de même en 2022. Une question se pose alors : les escape-games sont-ils seulement des espaces des loisirs, qui bénéficient d'une très bonne communication via les réseaux sociaux, ou constituent-ils aussi une nouvelle offre touristique ?

Ce questionnement interroge la nature même des contributeurs. Un contributeur pour un hôtel peut assez facilement être assimilé à un touriste¹⁴, puisque les hébergements sont quasi-exclusivement assignables au tourisme. Mais il est plus difficile de faire cette distinction pour les autres activités, notamment les escape-games, qui peuvent mélanger à la fois des touristes et des « locaux ».

Les indications sur l'origine des participants pourraient éclairer cette question, mais ces données ne sont pas disponibles. Des entretiens avec des gérants d'escape-games de la destination ont été menés afin d'affiner cette connaissance.

Dans cette étude, la caractérisation des escape-games a donc été approfondie, à partir de différentes analyses, afin de déceler l'échelle de leur rayonnement et comprendre leur fonctionnement et l'expérience vécue.

Les escape-games, une expérience recherchée principalement par des locaux et les habitants des territoires voisins

Grâce à l'utilisation d'un algorithme (PageRank), la centralité des escape-games sur la métropole a été étudiée. Cet algorithme met en évidence des liens de circulation bien supérieurs autour des escape-games par rapport à d'autres aménités, notamment les restaurants ou les hôtels. Deux escape-games se démarquent d'ailleurs très fortement en termes de centralité, John Doe Escape Game et Team Break Lille.

Cette analyse fait également ressortir le fait que **l'environnement connecté directement à un escape-game reste composé en grande partie d'autres escape-games**. Cela signifie qu'il existe des liens forts entre les escape-games, ce qui peut induire une pratique spécifique de l'ordre de la passion.

En utilisant un autre algorithme (le TCF), on voit nettement ressortir **la présence des contributeurs locaux et régionaux, dans les escape-games**. Ainsi, parmi les contributeurs ayant renseigné leur origine, 96% viennent des Hauts-de-France (dont 17% de la MEL) et 3% de l'Île-de-France.

¹³ La destination Lille vue par les traces numériques, ADULM, EIREST, MEL, juin 2019.

¹⁴ Pour être considéré comme un touriste, il faut passer au moins une nuit en dehors de son lieu de résidence habituel, tandis que des vacances sont définies comme une période de 4 nuits consécutives à des fins de loisirs.



L'Agence adopte une démarche éco-responsable pour ses publications

L'Agence fait appel à des imprimeurs labellisés **Imprim'vert** ; ce label a pour objectif de favoriser la mise en place, par les entreprises exerçant des activités d'impression, d'actions concrètes conduisant à une diminution des impacts de l'activité sur l'environnement.

Dès que faire se peut, les publications de l'Agence sont imprimées sur du **papier certifié PEFC** : la fabrication puis l'impression de papier certifié PEFC participent à la gestion durable des forêts. La certification PEFC du papier atteste du respect des fonctions environnementales, économiques et sociales des forêts.

L'apposition du **logo Triman** incite nos lecteurs, lorsqu'il souhaite se séparer d'une de nos publications, soit à la donner, soit à la recycler.



L'Agence de développement et d'urbanisme de Lille Métropole

+33 (0)3 20 63 33 50 / agence@adu-lille-metropole.org
Centre Europe Azur / 323 Avenue du Président Hoover / 59000 Lille



adu-lille-metropole.org



Observatoire du tourisme métropolitain
lillemetropole.fr/observatoire-metropolitain-du-tourisme

