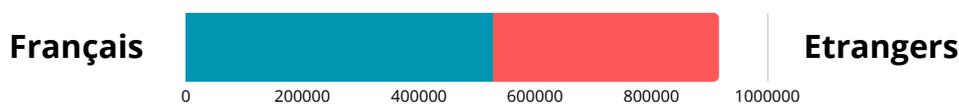


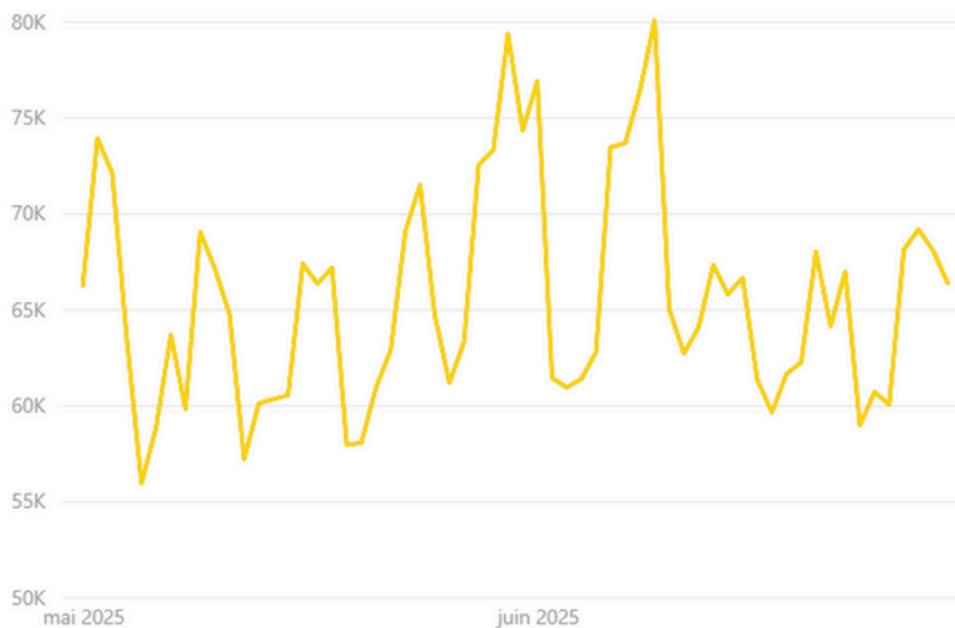
Cette note de tendance est le résultat de données collectées par l'Office de tourisme du Val d'Amboise auprès des professionnels du tourisme du territoire, ainsi que des données de fréquentation propres à l'Office de tourisme. Par ailleurs, cette note présente des statistiques issues du flux vision d'Orange, dressant un panorama global de la fréquentation des excursionnistes et touristes sur le Val d'Amboise et dans l'hypercentre d'Amboise.

## FRÉQUENTATION DU 1ER MAI AU 30 JUIN 2025

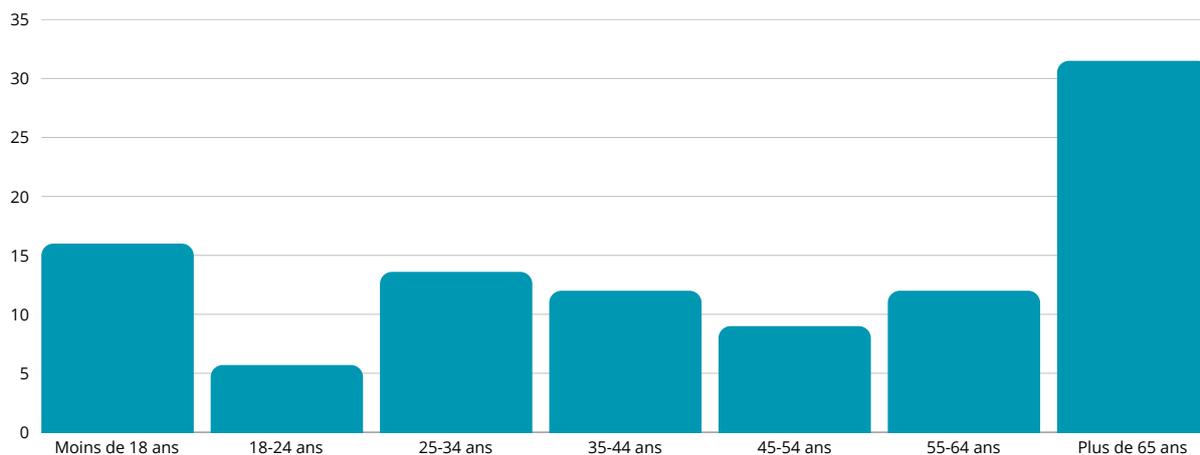
Les données collectées sur les mois de mai et juin 2025 indiquent que **915 736 visiteurs** ont arpenté le centre-ville d'Amboise, parmi lesquels **57% de Français et 43% d'étrangers**.



Un pic très important est naturellement remarqué sur les 4 jours du **week-end de l'Ascension, avec 89 431 visiteurs** dans les rues du centre-ville d'Amboise, puis sur le week-end de la Pentecôte avec **64 439** visiteurs.



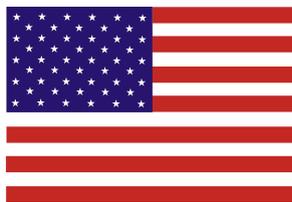
**295 442 nuitées** ont été enregistrées sur l'ensemble du Val d'Amboise sur cette même période, avec également un pic très prononcé sur les week-ends de l'Ascension (**27 893 nuitées**) et de la Pentecôte (**12 192 nuitées**). Il est à préciser que ces chiffres incluent aussi bien les nuitées marchandes (effectuées dans des hébergements payants) que non marchandes (effectuées par des visiteurs chez des parents/amis).



Près d'un visiteur sur trois est âgé de **plus de 65 ans**.



1 Français sur 4 vient d'**Île de France**. Nouvelle-Aquitaine et Auvergne-Rhône-Alpes suivent.



1 étranger sur 3 est **nord-Américain**. Royaume-Uni et Allemagne complètent le podium.

**Seuls 45% des visiteurs** ont dormi en Val d'Amboise après y avoir passé la journée. 55% des visiteurs ont donc quitté notre territoire pour dormir chez nos voisins, majoritairement à Blois et Tours. A contrario, **83% des touristes** qui ont dormi en Val d'Amboise y avaient passé la journée ; 4% environ ayant passé la journée à Chenonceaux et 3% à Tours, Blois ou Chambord.

1 visiteur sur 2 est issu d'une **classe socio-professionnelle** supérieure.

## LE RESSENTI DES PROFESSIONNELS DU VAL D'AMBOISE

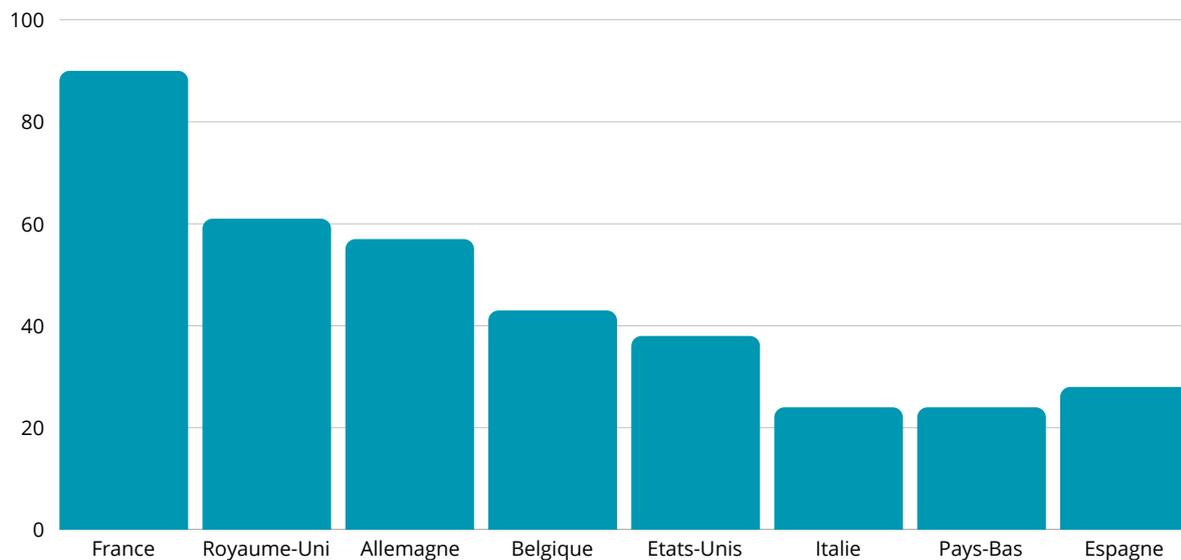
L'Office de Tourisme du Val d'Amboise a interrogé **552** professionnels du tourisme du Val d'Amboise sur la fréquentation des mois de **mai et juin 2025**. Les résultats doivent être considérés au regard du taux de retour (7%), mais reflètent néanmoins la répartition par catégories socio-professionnelles (sites touristiques, hébergements, restaurants,...). D'autre part, le positionnement des jours fériés entre le 1er mai et la Pentecôte ne permet pas de dresser une comparaison absolument fiable par rapport à 2024.

Afin de pouvoir vous proposer une note de tendance aussi proche que possible des réalités de la Destination, nous attirons votre attention sur l'importance de répondre à nos enquêtes de fréquentation. C'est par votre implication régulière que nous serons en mesure, grâce à un taux de participation représentatif de la diversité du territoire, de vous fournir des études statistiques fiables et approfondies.

## SUR LA FRÉQUENTATION MAI-JUIN 2025



**60%** des répondants jugent la **fréquentation supérieure** à celle de l'année passée et seuls 16% la jugent en baisse. Les professionnels du Val d'Amboise sont donc **majoritairement satisfaits** de cette fin de printemps. Dans le détail, les chiffres sont pour autant plus contrastés. Ainsi, si plus de 90% des hébergeurs font état d'une augmentation de leur clientèle, 75% des sites touristiques et restaurants jugent la fréquentation en baisse.



**90%** des professionnels du Val d'Amboise ont accueilli des **visiteurs français**. Les autres nationalités principalement accueillies sont les **Britanniques, Allemands, Américains, Belges et Italiens**. Parmi les Français, 76% des structures disent avoir accueilli des **Franciliens**, suivis par la **Normandie**, la **Bretagne** et les **Pays de la Loire**.

La répartition Français-Etrangers s'est donc équilibrée ces deux derniers mois. De très nombreux hébergeurs se félicitent d'ailleurs du retour important de la clientèle nord-américaine

## SUR LA SAISON ESTIVALE À VENIR



**44% des professionnels se disent optimistes** pour la saison estivale et seuls 12% sont pessimistes. Les visiteurs sont très attentifs à la météo et la tendance est à l'ultra dernière minute pour les réservations d'hébergements. De nombreux professionnels font état d'annulations de dernière minute lors des périodes de très forte chaleur.

## DU CÔTÉ DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de tourisme du Val d'Amboise a accueilli **19 622 visiteurs** en mai-juin, soit **+3,5%** par rapport à 2024. Sur le premier semestre, cette hausse s'élève même à **+7,6%** ; un début de saison donc satisfaisant pour l'Office de tourisme. En revanche, le **panier moyen est en forte baisse**, de l'ordre de **-25%** environ, une réalité ressentie par un grand nombre de professionnels du territoire. Un professionnel sur deux fait d'ailleurs état d'une baisse de la consommation sur mai-juin. Dans les faits, ce sont les ventes de billets de châteaux qui connaissent un recul important, les visiteurs choisissant de limiter le nombre de sites visités, ou de se tourner vers l'achat de billets sur des plateformes en ligne.



Le week-end de l'Ascension a été, comme à son habitude, particulièrement chargé avec **1811 visiteurs accueillis**. Si la clientèle française, et notamment francilienne a été particulièrement présente lors des ponts de printemps, plus d'un visiteur sur deux hors pont est étranger. Américains et Britanniques sont les deux nationalités qui franchissent le plus les portes de l'Office de tourisme.

**240 personnes** ont par ailleurs participé à nos visites guidées lors du pont de l'Ascension, soit un **taux de remplissage de 100%** ! La visibilité sur les vacances estivales est limitée avec environ 20% de taux de réservation sur la première semaine, mais des visites qui se remplissent traditionnellement la veille ou le jour-même.

L'Office de tourisme a par ailleurs mis en place un plan de **communication digitale** pour valoriser la destination sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux. Avec près de 250 posts et stories publiés sur les réseaux sociaux depuis le 1er mai, l'Office de tourisme a accentué sa présence sur Facebook, Instagram et Tiktok et accru ainsi la visibilité de la Destination et de ses expériences. Ces publications ont généré plus de **280.000 vues et 5.000 interactions** en deux mois.

Dans le même temps, l'Office de tourisme a lancé une campagne d'achat de **mots-clés** sur Google afin de repositionner son nouveau site internet sur les requêtes les plus recherchées par les internautes. Après deux mois, le nombre de pages vues sur le site internet de l'Office de tourisme est déjà en **hausse de 17%**, soit **21.000 pages supplémentaires**.