

# Bilan

## de la saison touristique estivale 2020

### en Livradois-Forez

# **Le** **Sommaire**

- 1. France : une saison touristique estivale en baisse mais meilleure que les prévisions du printemps**
- 2. Auvergne Rhône-Alpes : une saison touristique très contrastée**
- 3. Livradois-Forez : des acteurs touristiques satisfaits de la saison touristique**
- 4. Données Maison du tourisme**

# France

---

Une saison touristique estivale en baisse mais meilleure que les prévisions du printemps



# UNE SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE EN BAISSSE MAIS MEILLEURE QUE LES PRÉVISIONS DU PRINTEMPS

- Après l'énorme crise sanitaire et économique du printemps et un mois de juin décevant, une fréquentation touristique en baisse sur juillet par rapport à 2019 et une tendance légèrement meilleure sur août.
- **Seuls 53% des Français sont partis entre juillet et août** (contre 71% en 2019) avec une forte proportion de clientèle de proximité.
- **94% des partants ont séjourné en France.** Une baisse réelle de la clientèle étrangère et un retour, dès début juillet, des clientèles belges, néerlandaises et suisses.
- Une grande variété selon les territoires. Paris et les centres urbains, Côte d'Azur, Corse, les Alpes ont souffert. Baisse de 61 % des nuitées en hôtellerie en Île de France au cours du 1er semestre.
- **Toutes les activités n'ont pas reprises.** Exemple : 80% des hôtels ouverts en France à la mi-août et 47% à Paris.

# UNE SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE EN BAISSSE MAIS MEILLEURE QUE LES PRÉVISIONS DU PRINTEMPS

- Les clientèles ont **priviliégié** les hébergements les moins à risque, et notamment la **location saisonnière**.
- **Succès pour les activités sportives, de loisirs et de plein air** : un respect plus facile des gestes barrière dans ces activités, mais également une météo favorable.
- Des **réservations d'ultra dernière minute**, dû à l'incertitude liée à l'évolution sanitaire et aux annonces progressives et tardives sur les possibilités de voyages des Français pour l'été. Plusieurs territoires remarquent des **durées de séjour plus courtes**.
- Le choix des touristes concernant leur lieu de séjour est lié, en grande partie à la capacité des destinations à proposer un environnement sécurisé et à communiquer dessus.

— Auvergne  
Rhône-Alpes

Une saison touristique  
très contrastée



# UNE SAISON TOURISTIQUE TRÈS CONTRASTÉE

- **7 professionnels sur 10** estiment la saison touristique plutôt bonne.
- 91 % de clientèle française.
- **46% de la fréquentation touristique issue de la région Aura** en juillet et 31% au mois d'août contre 25% en moyenne les autres années.
- **Repli de la clientèle internationale** 9 % des nuitées en août contre 22 % en 2019, recul de la clientèle britannique et néerlandaise mais une forte présence de la clientèle belge.
- Les **activités de plein-air** ont été **plébiscitées** et la fréquentation des haut-lieux touristiques a été plus difficile avec l'instauration des jauges liées aux protocoles sanitaires.
- Le taux d'occupation est de 61 %, 68 % pour l'hébergement locatif, gîtes, meublés et chambres d'hôtes.
- **Impact fort de la crise sanitaire sur la consommation et les comportements** : baisse des dépenses, des courts séjours, des réservations en ultra dernière minute, la recherche des grands espaces naturels.
- Respect des protocoles de sécurité sanitaire de la part des clientèles.

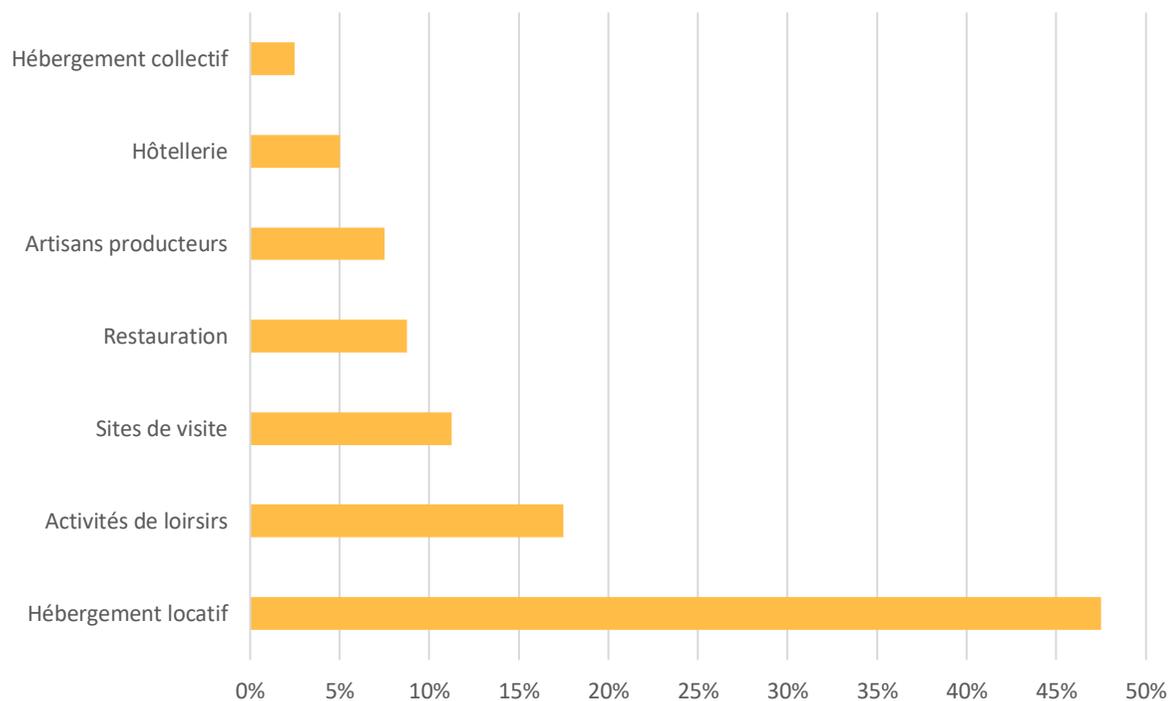
# — Livradois-Forez

des acteurs  
touristiques satisfaits de la  
saison touristique



# LA MAISON DU TOURISME A INTERROGÉ LES PRESTATAIRES PARTENAIRES

- La Maison du tourisme a réalisé **un sondage en ligne** auprès de l'ensemble de ses prestataires partenaires **fin août**
- **11 questions** simples leur ont été posées
- **80 prestataires** ont répondu à l'enquête

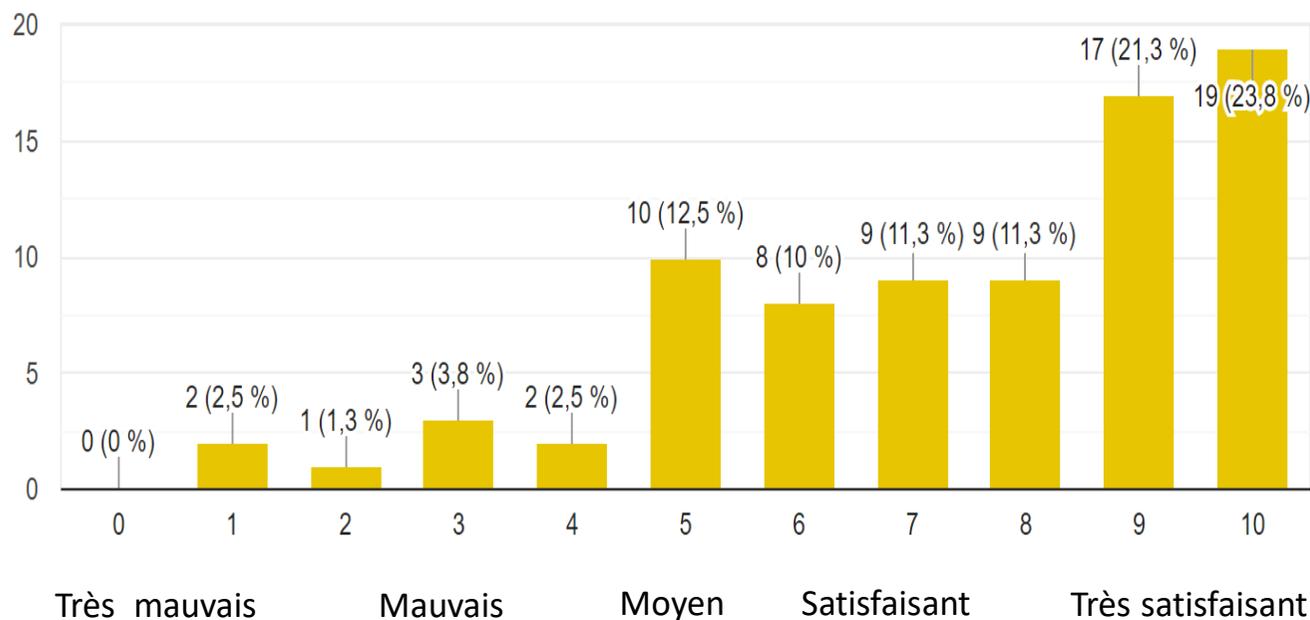


# 77 % DE SATISFAITS OU TRÈS SATISFAITS

## Une forte progression de « très satisfaits »

(56 % contre 32 % l'an dernier)

**Q1-** Sur un échelon de 0 à 10, quel est le **degré de satisfaction** de votre activité au cours de la saison estivale ?



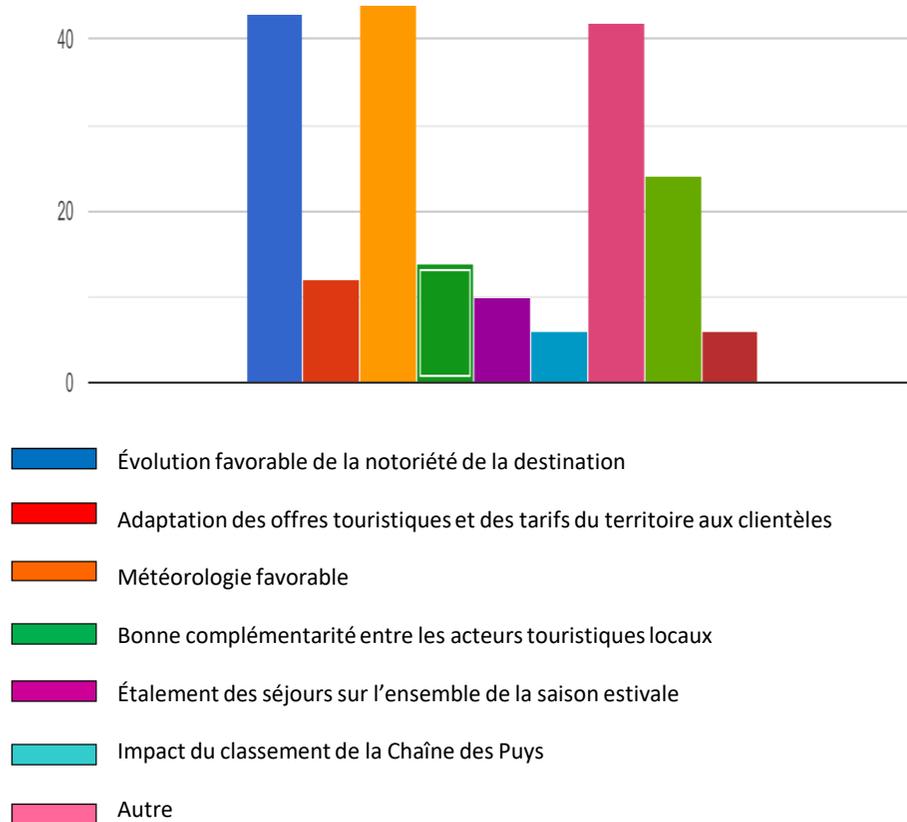
Taux de satisfaction

	2019	2020
Satisfait	41 %	21 %
Très satisfait	32 %	56 %
Total	73 %	77 %

# UN SENTIMENT CONTRASTÉ SUITE À LA CRISE : ENTRE SATISFACTION ET INSATISFACTION

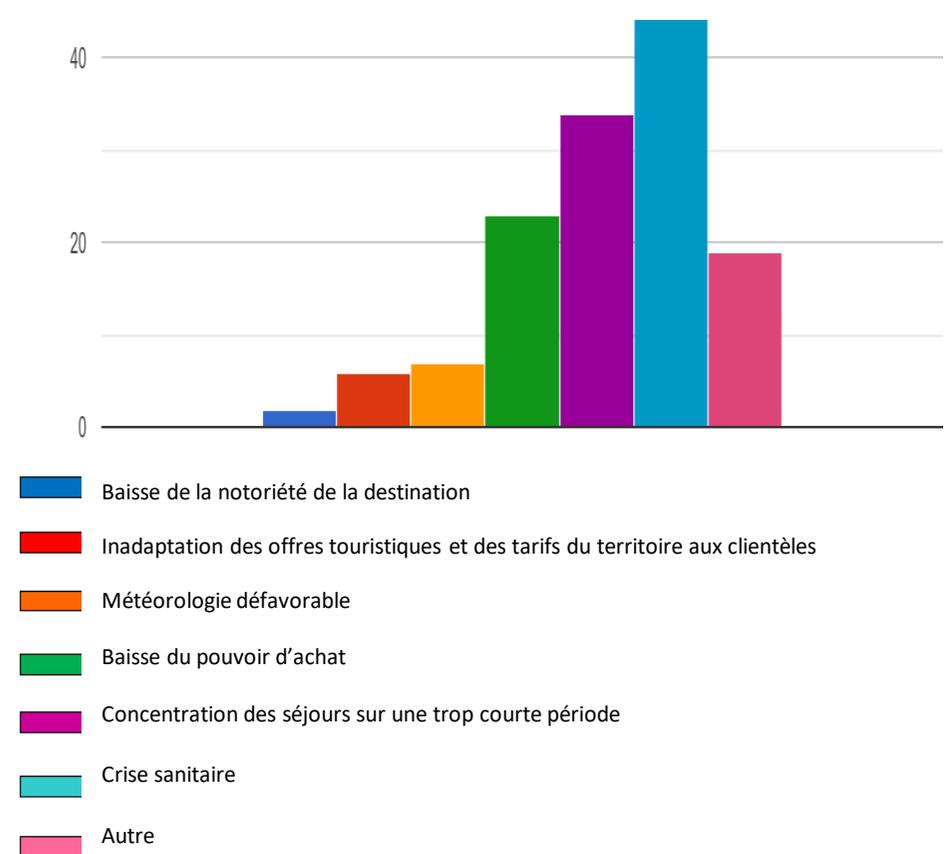
- Satisfaction : météo et évolution de la notoriété de la destination**

Q 5 - Quels sont les mots clés correspondant à vos motifs de satisfaction :



- La crise sanitaire a impacté l'activité de certains acteurs même l'été**

Q 6 - Quels sont les mots clés correspondant à vos motifs d'insatisfaction ?

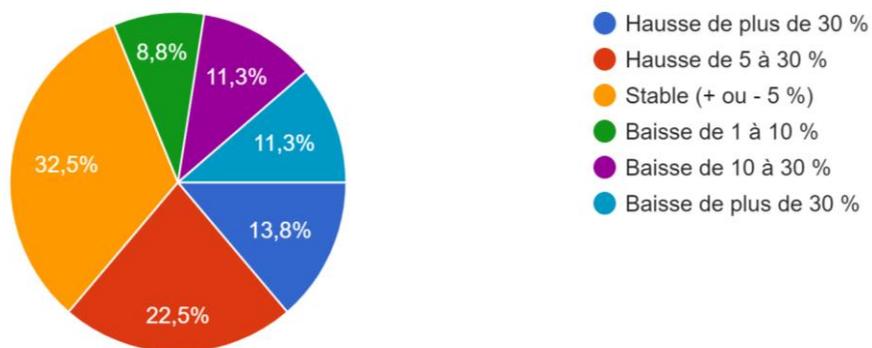


# UNE ACTIVITÉ ESTIVALE EN TRÈS NETTE HAUSSE

## QUI NE COMPENSE PAS LES BAISSSES DU PRINTEMPS

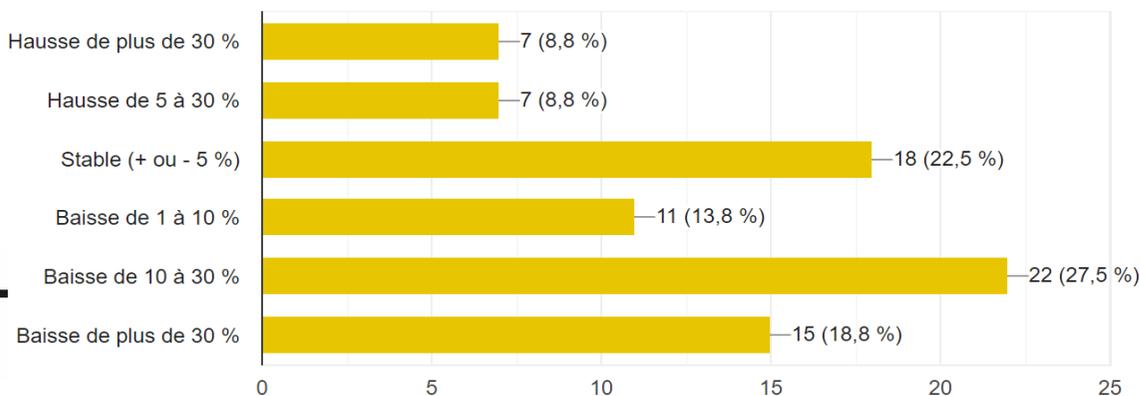
- **68 % des prestataires réalisent un chiffre d'affaires stable ou en hausse durant l'été**

Q 2 - Par rapport à l'activité de l'été passé comment estimez-vous votre chiffre d'affaires réalisé au cours des 2 mois d'été ?



- **60 % estiment que leur chiffre d'affaires est en baisse depuis le début de l'année**

Q 3 - Compte tenu de la crise sanitaire, à combien estimez-vous, à ce jour, l'évolution de votre chiffre d'affaires sur la période janvier-août 2020 par rapport à janvier-août 2019 :



- Il y a eu **globalement « plus de monde »**, ce qui a profité à de nombreux acteurs (les hébergements individuels, les commerçants, les sites d'activité de plein air, etc.). Même si elle a démarré un peu tardivement, **cette hausse n'a pas compensé la baisse économique des séjours** des clientèles étrangères et françaises d'autant que certaines structures touristiques étaient fermées.
- Près d'un prestataire sur 4 a perdu plus de 30 % de son chiffre d'affaires.

# BEUCOUP DE « GAGNANTS » ET QUELQUES « PERDANTS »

## UNE GRANDE DISPARITE DE SATISFACTION ENTRE LES TYPES D'ACTEURS TOURISTIQUES

Dans cette atmosphère d'incertitude sanitaire et de désir de vacances, tous les prestataires n'ont pas connu la même saison.

### DES SECTEURS D'ACTIVITÉ PLUS EN DIFFICULTÉ

- Le **secteur hôtelier** (très important d'un point de vue de l'économie touristique locale).
- La **restauration**, même si elle a bien redémarré, n'a pas retrouvé son activité habituelle. Certains restaurants ont mieux fonctionné mais d'autres ont subi de nettes baisses : capacité réduite (avec les contraintes imposées par les gestes sanitaires), annulation des gros événements de juillet (notamment sur le secteur d'Ambert).
- Les « **grands** » **sites touristiques « clos »** (type musée) ayant dû adapter des protocoles sanitaires très contraignants (limitation des capacités des accueils voir des jours d'ouverture) sont en baisse. Les sites n'ayant pas eu de contraintes de capacité s'en sont mieux sortis (ex : Creux de l'enfer)
- Les **festivals et les organisateurs d'évènements** qui ont dû annuler (Pamparina, Cyclo les Copains, World festival) ou déplacer leur concert (concerts de Vollore) ou l'organiser sous une forme plus modeste (Fourmofolies).

# PLÉBISCITE DES LOCATIONS SAISONNIÈRES ET DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

## LES « GAGNANTS »

Avec l'envie de regroupement familial, les logements individuels l'emportent :

- Les chalets et mobil home (notamment de grandes capacités) de **villages de vacances et des campings** ont été pris d'assaut (alors que les emplacements nus sembleraient en baisse).
- Globalement les **gîtes et chambres d'hôtes** ont très bien fonctionné. Beaucoup affirment même avoir connu une activité en très nette hausse.

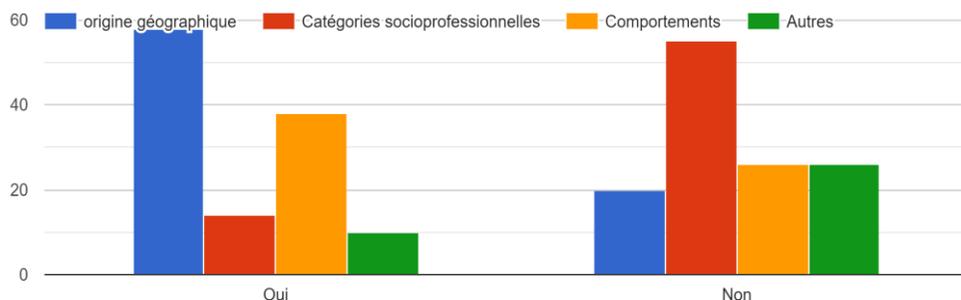
Les **activités de pleine nature** ont connu des hausses exceptionnelles

- La randonnée. Les Hautes-chaumes et ses cols (Béal et Supeyres notamment) ont été pris d'assaut.
- Les plans d'eau (Iloa, Saint-Rémy/Durolle, lac d'Aubusson d'Auvergne).
- Les sites d'activités de plein air (le centre VTT d'Ambert, Jardin pour la Terre, vélo rail à Ambert et Espirat, Prabouré, etc.)
- Les coutelleries de Thiers ont connu un été record. Certains annoncent une évolution du chiffre d'affaires de + 30 %. Les artisans et producteurs interrogés de la Route des Métiers ont également mieux vendu que l'an dernier.

# UN CHANGEMENT TRÈS NETTE DE CLIENTÈLE D'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE ET DE COMPORTEMENT

- **Deux changements majeurs : l'origine géographique et les comportements**

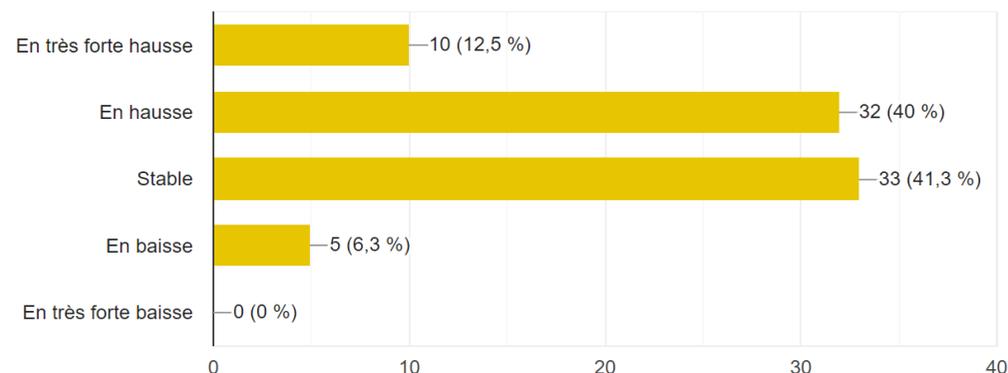
Q 4 - Avez-vous ressenti une évolution des types de clientèles que vous avez accueillis cet été :



- **Développement de l'excursion (locaux, villes de proximité)** qui a bénéficié aux sites d'activité et aux commerces
- **Forte présence des résidences secondaires**

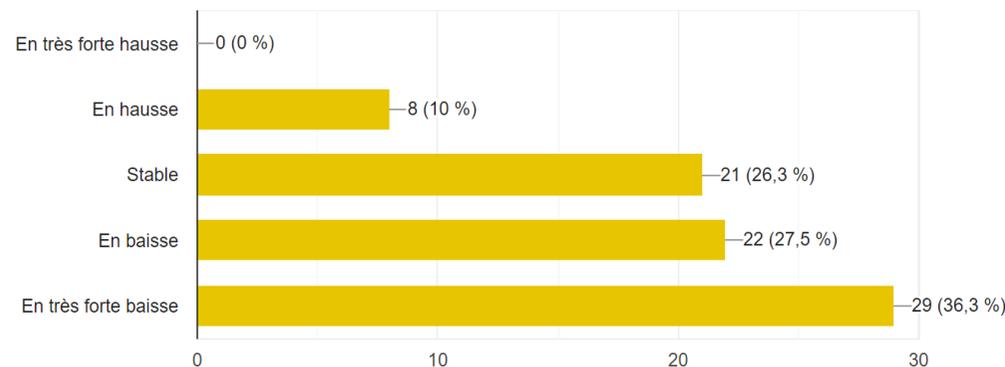
- **Une forte hausse des clientèles régionales** Plus de 50 % des prestataires estiment que la part des clientèles issues de la région Aura est en hausse ou très forte hausse

Q 7 - Cet été, la part de la clientèle de la région Auvergne-Rhône-Alpes a-t-elle été :



- **Une forte baisse des clientèles étrangères**

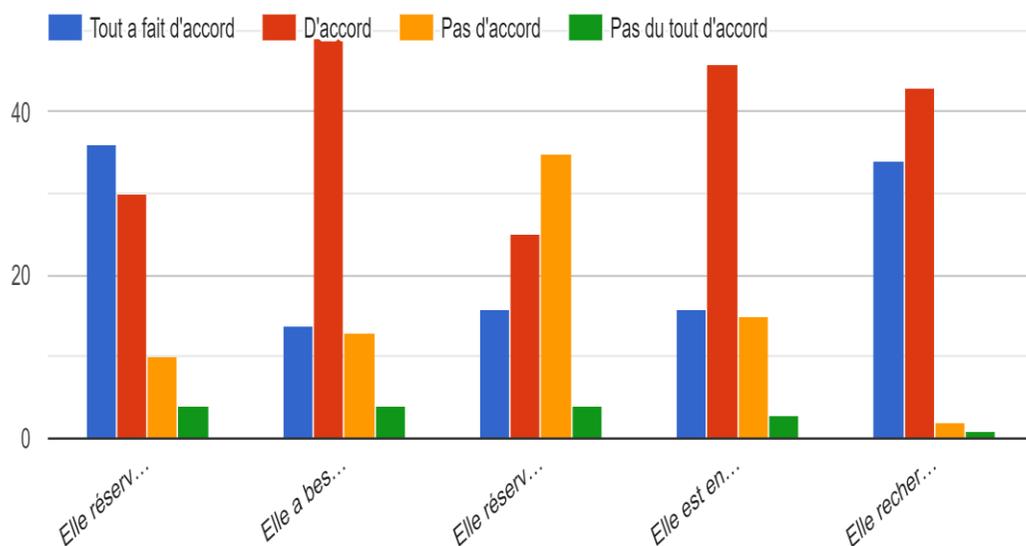
Q 9 - Cet été, la part de la clientèle étrangère a-t-elle été :



# SÉCURISATION SANITAIRE – LOIN DES FOULES - ÉCOLOGIE – DERNIÈRE MINUTE

- **Une forte évolution des comportements des clientèles**

Q 10 - Comparé à l'été dernier, avez-vous ressenti une évolution du comportement des clientèles :



4 facteurs clés, par ordre de priorité

- Recherche davantage à s'éloigner des foules
- Besoin de sécurisation sur l'aspect sanitaire
- À la recherche de démarches plus écologiques
- Réservation en ultra dernière minute

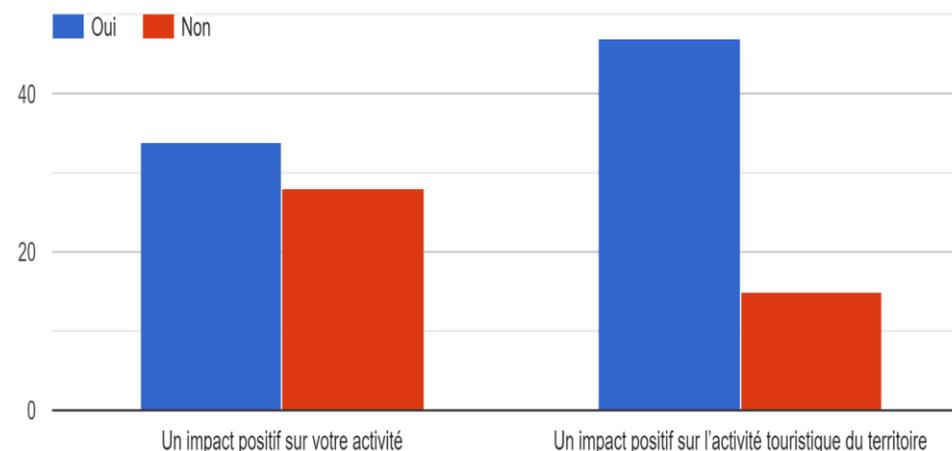
# IMPACTS ENCOURAGEANTS DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION MDT

La Maison du tourisme a lancé en juin et juillet sa première grande campagne de communication : affichage à Lyon, campagne sur les réseaux sociaux, achat d'espace publicitaire sur des sites internet, campagne presse (avec de nombreux reportages TV).

**Le taux de satisfaction des prestataires est encourageant.**

- **45 % des prestataires estiment que la campagne de communication de la MDT a eu un impact positif sur l'activité touristique du territoire**

Q 11 - La campagne de communication de la Maison du tourisme du Livradois-Forez (presse, affichage, réseaux sociaux, référencement internet, etc.) a-t-elle eu d'après vous :



- **1 prestataire sur 3 considère avoir tiré bénéfice directement de la campagne.**

# — Maison du tourisme

une activité fragilisée  
par la crise sanitaire

4

# DAVANTAGE DE CONTACTS VISITEURS (+3%)

MALGRÉ UNE BAISSÉ DES HORAIRES DES BUREAUX ET MOINS DE VISITEURS

Analyse sur la base des 24 256 visiteurs renseignés au comptoir dans les BIT en juillet et août 2020

## LA MDT RENSEIGNE AU COMPTOIR PRÈS DE 25 000 VISITEURS EN 2 MOIS

SOIT 12 173 CONTACTS CONTRE 11 866 EN 2019

- **3 % d'augmentation du nombre de contacts renseignés en comptoir (mais moins de visiteurs au total qui sont entrés physiquement dans les BIT).** Ex : une seule personne rentre dans le BIT alors que les autres membres de la famille reste dehors.
- **Diminution des horaires d'ouverture en raison du protocole sanitaire : -16,5 %**
- **57 % des visiteurs sont accueillis en août**
- **Accueil hors les murs réalisé uniquement sur le secteur de Lezoux** (médiathèque et musée de la Céramique) **et lors des Petites Fourmofolies à Ambert**

Répartition du nombre de contacts réalisés en juillet et août au guichet des BIT de la MDT

Juillet et août cumulés	2019	2020	Variation 2020/2019
Thiers	4008	4157	4 %
Ambert	2281	2734	20 %
Billom	1294	1365	5 %
Saint-Anthème	1624	1295	-20 %
Arlanc	780	813	4 %
Courpière	454	613	35 %
Olliergues	481	481	0%
Saint-Germain-l'Herm	402	278	-31 %
Lezoux	207	241	16 %
Saint-Rémy-sur-Durolle	335	196	-41 %
<b>Total</b>	<b>11 866</b>	<b>12 173</b>	<b>+ 3 %</b>

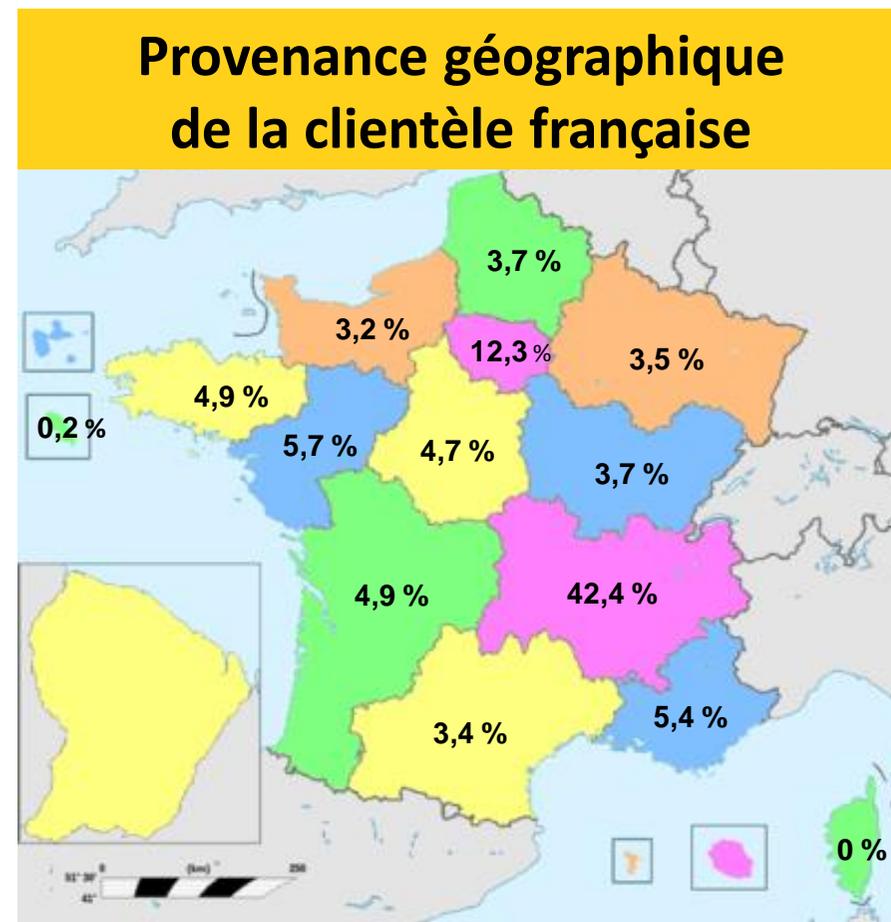
Indicateurs extraits du logiciel d'observation de la fréquentation Koézio

# FORTE HAUSSE DES CLIENTÈLES RÉGIONALES ET DE 3 RÉGIONS / BAISSSE DES ETRANGERS

- 95 % de la clientèle est d'origine française
- Plus de 40 % de la clientèle réside en région Auvergne Rhône Alpes
- Progression de la clientèle issue
  - des régions Île de France (+ 28 %), Centre Val de Loire (+ 44 %) et Occitanie (+ 43 %)
  - des départements 69 (+ 55 %), 42 (+ 111 %) et 38 (+ 60 %)
- Diminution des accueils de locaux (suite aux annulations des animations)

Répartition des clientèles étrangères (7 premiers pays)	
Allemagne	21 %
Belgique	19 %
Pays-Bas	18 %
Royaume-Uni	10 %
Suisse	8 %
Espagne	6 %
Italie	3 %

Répartition de la fréquentation par département de la région Aura		Évolution 2020/2019
Puy-de-Dôme	39,20 %	-26%
Rhône	18,20 %	55%
Loire	15,90 %	111%
Haute-Loire	6,20 %	-43%
Isère	4,60 %	60%
Ain	3,40 %	35%
Allier	2,80 %	-32%
Haute-Savoie	2,50 %	141%
Drôme	2,50 %	21%
Ardèche	2,20 %	14%
Savoie	1,70 %	42%
Cantal	0,60 %	-14%

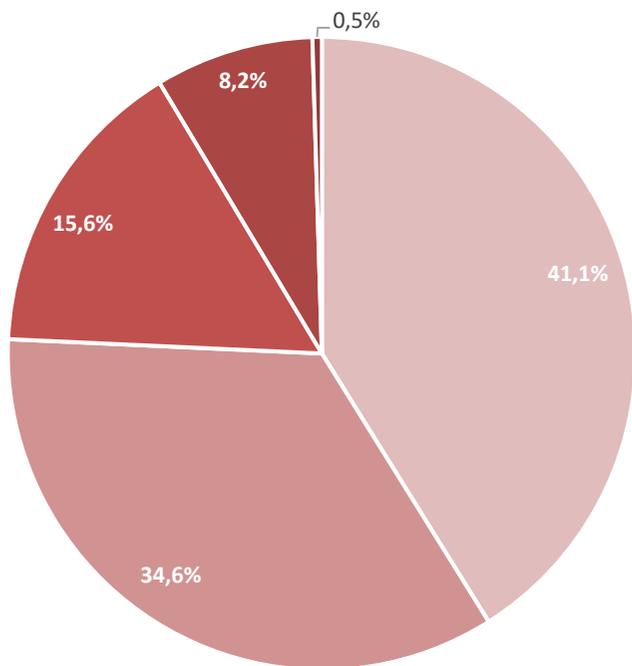


Données extraites du logiciel Koezio juillet et août 2020

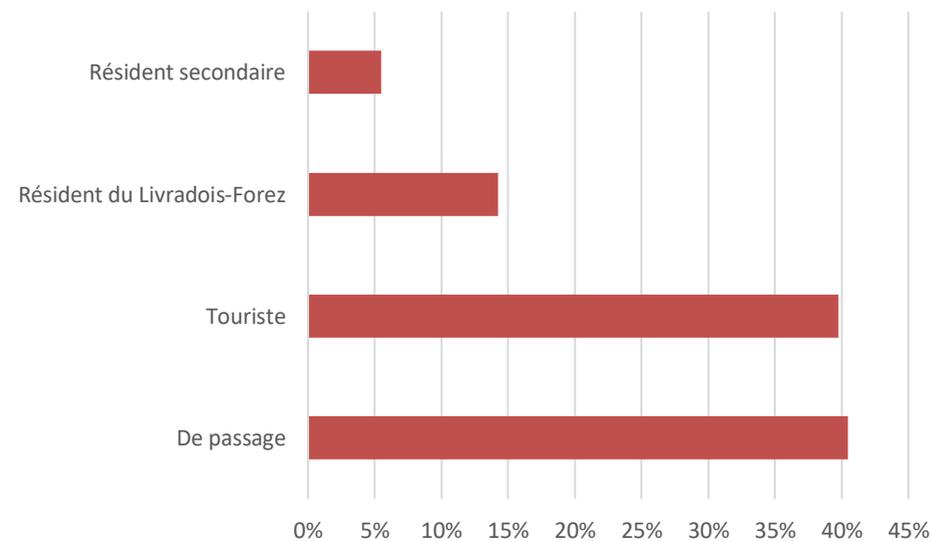
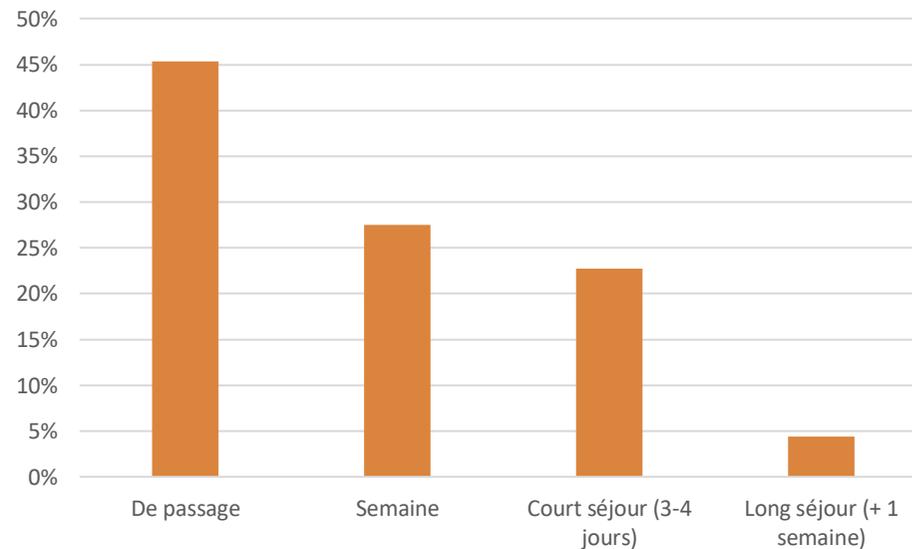
# PREDOMINANCE DE LA CLIENTELE FAMILIALE

- Une clientèle familiale

■ Famille ■ Couple ■ Solo ■ Groupe (moins de 10 pers.) ■ Groupe (plus de 10 pers.)



- Une clientèle à 45 % de passage



# UNE FORTE DEMANDE « CULTURE » ET « NATURE »

- Une forte demande de « culture » et « nature ». Beaucoup de demandes de randonnée cette année.
- Une recherche d'informations pratiques
- Forte chute des demandes en raison du contexte sanitaire qui a provoqué l'annulation des grands événements  
« Festivités » 5 107 demandes  
(contre 10 776 en 2019)  
et « billetterie » 336 demandes  
(contre 1 355 en 2019)

Centres d'intérêts	Total	Répartition juillet/août
Sites culturels & Visites	14965	30,3 %
Sites naturels & Activités pleine nature	13253	26,8 %
Plans	10946	22,1 %
Festivités & Animations	5107	10,3 %
Restaurant	1396	2,8 %
Commerces et services	1303	2,6 %
Gastronomie & Terroir	835	1,7 %
Boutique	584	1,2 %
Hébergement	532	1,1 %
Billetterie	336	0,7 %
Transports	193	0,4 %
<b>Total</b>	<b>49450</b>	<b>100 %</b>

Indicateurs extraits du logiciel d'observation de la fréquentation Koézio

# L'ACTIVITÉ NUMÉRIQUE EN TRÈS FORTE HAUSSE

- Une fréquentation du site internet en très forte hausse dans des proportions jamais atteintes

**+ 140 % depuis le début de l'année**

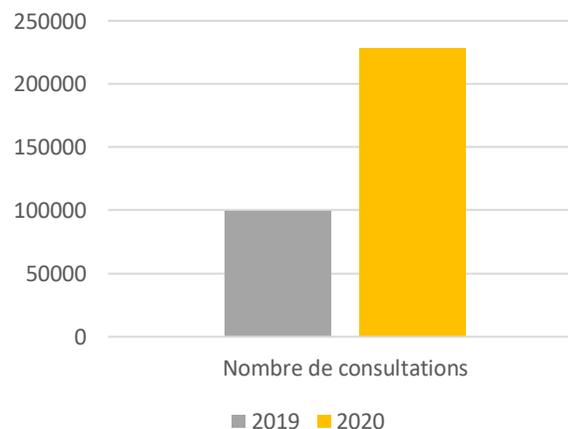
**+ 197 % au cours de l'été**

	2017	2018	2019	2020	Variation 2020/ 2019
Nombre de consultations du site internet de la MDT de janvier à août	36 976	47 372	74 022	177 695	+ 140 %
Nombre de consultations du site internet de la MDT uniquement juillet août	14 253	23 451	36 462	108 412	+ 197 %

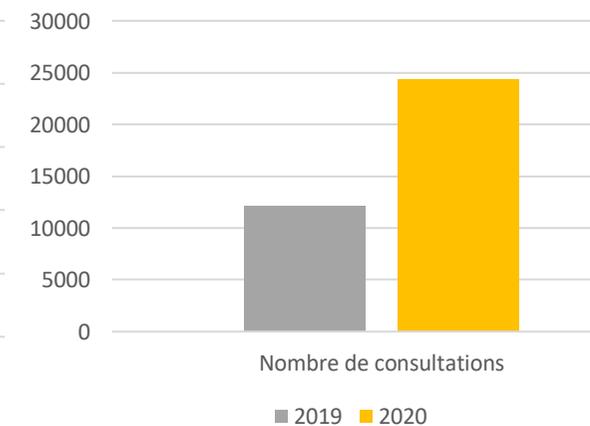
4 indicateurs permettent d'analyser l'évolution des flux d'arrivées sur le site internet (données en nombre de visiteurs)

	2019	2020	Gain	Variation
Réseaux sociaux	1 748	41 708	39 960	+ 2 286 %
Moteurs de recherche	52 073	85 811	33 738	+ 65 %
Notoriété	15 423	30 658	15 235	+ 99 %
Liens avec d'autres sites	7 371	8 265	894	+ 12 %

Site internet Vacances Livradois-Forez



Site internet Randonnée Livradois-Forez



# UNE FORTE BAISSSE DE L'ACTIVITE DE BILLETTERIE

- Une offre réduite
- Annulation des festivals
- Report des Concerts de Vollore à l'automne
- Annulation des visites guidées du printemps

Visites proposées par la MDT	2018 au 6/09	2019 au 10/09	2020 au 31/08	Variation 2020/2019
Nb de balades réalisées	39	53	44	-17 %
Nb de participants	593	673	436	-35 %
Nb de participants/balade	15,2	12,7	9,9	-22 %
Chiffres d'affaires	2 601 €	2 847 €	1 751 €	-38 %

Type de billets	Nb de billets vendus depuis le 1 <sup>er</sup> janvier 2020	Chiffre d'affaires depuis le 1 <sup>er</sup> janvier 2020
Balades nature et patrimoine hors visites guidées MDT	460	1 751
Activités	440	13 514
Visites guidées MDT	436	2 229
Sites de visite	193	2 380
Animations	88	1 147
Total général	1 617	21 021

Nb de billets vendus 2017	Nb de billets vendus 2018	Nb de billets vendus 2019	Nb de billets vendus 2020	Variation nb de billets vendus 2020/2019
2 117	3 560	4 073	1 617	-60 %

Chiffre d'affaires 2017 au 7/09/17	Chiffre d'affaires 2018 au 9/09/18	Chiffre d'affaires 2019 au 10/09/19	Chiffre d'affaires 2020 au 31/08/20	Variation du CA 2020/2019
38 303	63 314	60 833	21 020	-65 %

— Autres  
indicateurs

5

# UNE EXPLOSION DE LA PRATIQUE DE LA RANDONNÉE

- **Plus de 21 000 passages sur 3 sentiers de randonnée des Hautes-Chaumes contre 12 500 en 2019**

À partir de l'analyse de 3 éco-compteurs mis en place par le syndicat mixte du Parc naturel régional Livradois-Forez

- **Une hausse de la pratique de la randonnée + 55 % au printemps et + 70 % cet été**

- **Une nouvelle version de l'appli mobile** depuis le 8 juillet :  
démarrée 6 600 fois  
téléchargée 1789 fois

- hausse de fréquentation depuis le 15 mai 2020 de **137 %**

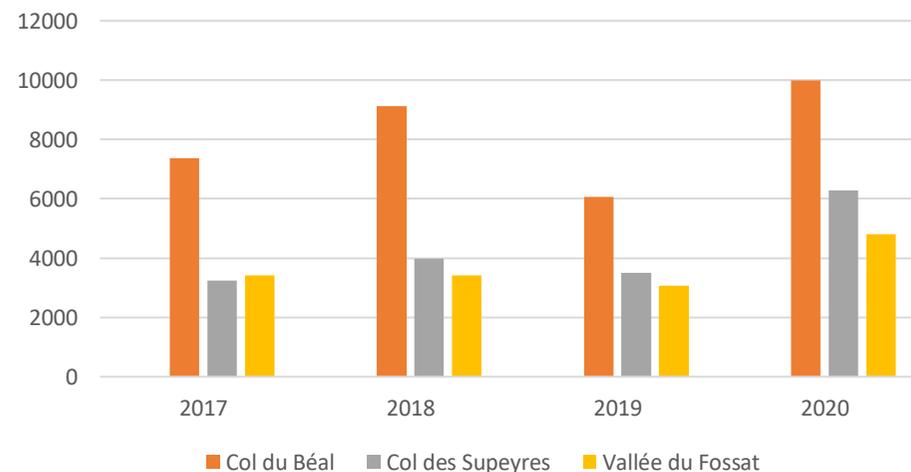
- **Près de 200 circuits** consultables, imprimables et téléchargeables gratuitement

- **Un accès hors-ligne**



Du 1 <sup>er</sup> avril au 31 août	2017	2018	2019	2020
Col du Béal	7 351	9 116	6 068	9 992
Col des Supeyres	3 251	3 983	3 499	6 275
Vallée du Fossat	3 420	3 416	3 076	4 793

Évolution de la pratique de la randonnée



# Méthodologie

Ce bilan estival a été réalisé à partir de différents éléments :

## ***Données nationales***

- Bilan de l'enquête estivale : <https://www.adn-tourisme.fr/premier-bilan-sur-la-saison-touristique-2020>
- Etude KPMG fréquentation de l'hôtellerie au 1<sup>er</sup> semestre 2020 : <https://hospitality-on.com/fr/statistiques-tendances/premier-bilan-de-lete-2020-lhotellerie-francaise-sort-doucement-la-tete-de>

## ***Données à l'échelle du Livradois-Forez et de la région Auvergne-Rhône-Alpes***

- Auvergne Rhône-Alpes : <http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/article/ete-2020-bilan-de-la-frequentation-en-auvergne-rhone-alpes>

## ***Données à l'échelle du Livradois-Forez***

- Recueil de données de fréquentation directement auprès de prestataires touristiques locaux par les bureaux de la MDT ou des offices de tourisme partenaires.
- Enquête de satisfaction de la saison touristique réalisée par la MDT auprès de l'ensemble des prestataires partenaires (la MDT les remercie pour leurs contributions).
- Données liées à l'activité interne de la Maison du tourisme.