

Bilan de la saison touristique estivale 2022 en Livradois-Forez

Maison du tourisme du Livradois-Forez

12 septembre 2022

Le Sommaire

1. **France**
 2. **Destination « Livradois-Forez »**
 3. **Maison du tourisme du Livradois-Forez**
- 

— France

Une bonne
saison estivale
dans un contexte inédit



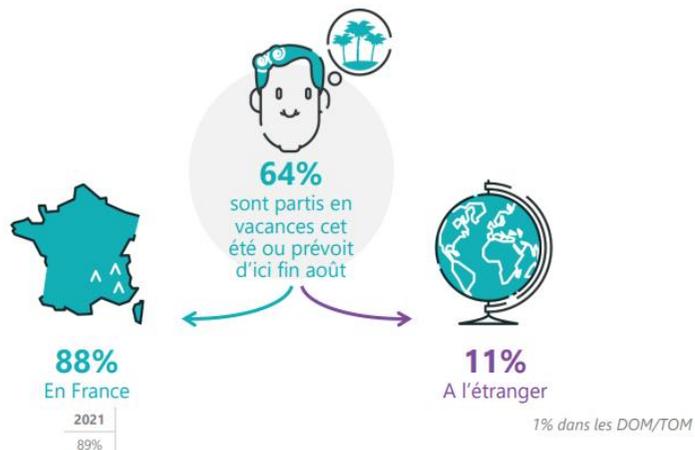
UNE FRÉQUENTATION QUI RESTE SOUTENUE

AU GLOBAL

- **La fréquentation française de la saison estivale 2022**, bien qu'en retrait au regard des saisons 2020 et 2021, **reste soutenue** comparativement à 2019, dernière année de référence.
- **La fréquentation européenne** est quant à elle, et logiquement au regard de l'absence de restrictions de voyages, **en nette progression** par rapport aux saisons estivales « de crise » 2020 et 2021, et dépasse même le niveau de 2019.

REGARD SUR LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

- **Les Français ont été plus nombreux à partir en vacances cet été (64 % soit + 5 points).**
- **La France reste de loin la destination la plus privilégiée par les Français. Près de 9 Français sur 10, l'ont choisi.**
- Une durée moyenne de 9 jours (comme en 2021) mais un nombre de séjours en baisse (1,5 vs 1,8 en 2021).
- Destination : plutôt dans des régions côtières, le littoral a été le 1er espace plébiscité (37 %) dans des hébergements marchands (3 cas sur 5) avec dans le TOP 3 : les locations entre particuliers, les hôtels et les campings.
- Le tourisme proche de chez soi continue de prendre de l'ampleur, notamment dans le cadre des fortes chaleurs de l'été.
- 24 % des Français déclarent s'être rendus davantage qu'en 2021, dans un lieu de baignade proche de chez eux.
- Les lieux, activités en extérieurs ont été également plus recherchés que l'année dernière.
- Une arrière-saison qui séduit toujours une partie des Français notamment pour des courts séjours 4 Français sur 10 à l'intention de partir en septembre.
- En espace rural, la période estivale 2022 s'est déroulée « comme prévu » pour près de la moitié des destinations qui a enregistré (comme lors des saisons estivales 2020 et 2021) une fréquentation soutenue mais qui reste néanmoins majoritairement « en retrait » (57 %)



Les modes d'hébergement

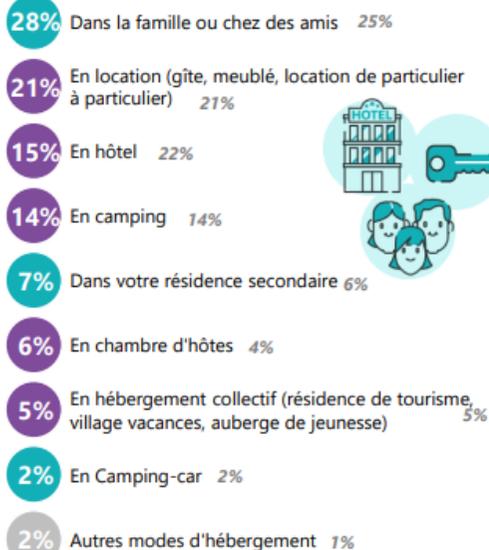
Rappel Post été 2021 : x%

Total marchand

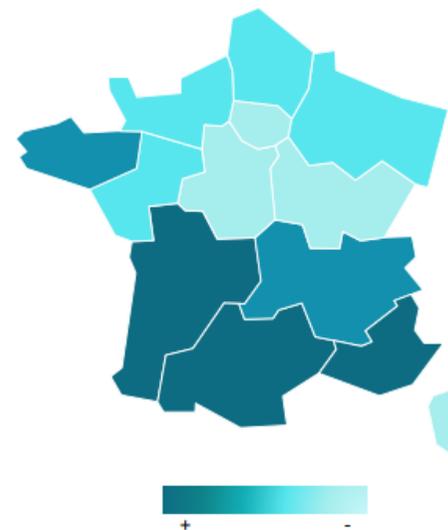
61%

Total non marchand

35%



Les destinations



Q2 : Quel(s) type(s) de week-end ou séjour avez-vous réalisé ou allez-vous réaliser ?
Plusieurs réponses possibles (car plusieurs week-ends ou séjours possibles) - Question posée uniquement à ceux qui sont partis ou vont partir en vacances d'ici fin août, soit 64% de l'échantillon



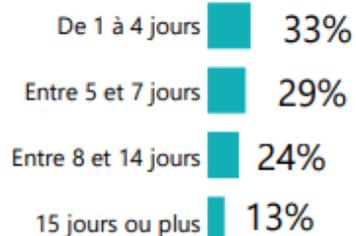
Le nombre moyen de séjours



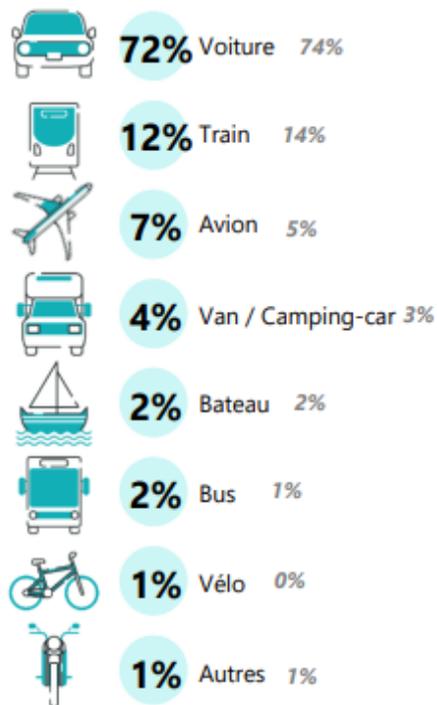
Rappel Post été 2021 : x%

1,8 séjours

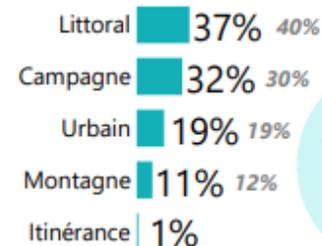
La durée des séjours



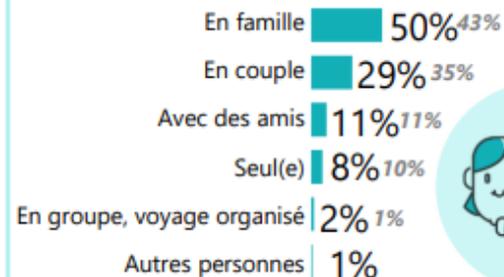
Le mode de transport



Le type d'espace



Avec qui ?



- Analyse réalisée à partir :
 - . Enquête de conjoncture auprès des prestataires touristiques. 74 répondants.
 - . Enquête de satisfaction sur les services de la Maison du tourisme. 396 visiteurs répondants.
 - . Enquête en ligne auprès des conseillers en séjour de la Maison du tourisme.
 - . Recueil de données de fréquentation directement auprès des sites touristiques majeurs et des festivals.

— Livradois-Forez

Une très bonne saison, une
forme de retour à 2019

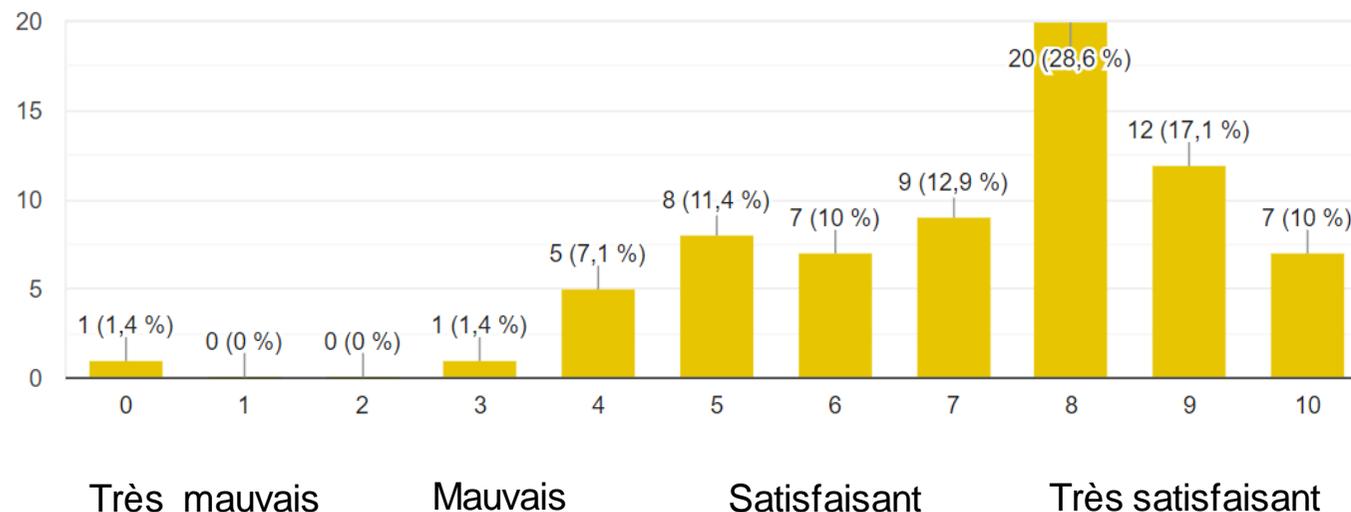


Enquête de satisfaction de la saison estivale

79 % DE SATISFAITS OU TRÈS SATISFAITS

UN SENTIMENT POSITIF TRÈS ÉLEVÉ SIMILAIRE AUX 2 DERNIÈRES ANNÉES

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	2021	2022
Satisfaits	41 %	21 %	19 %	23%
Très satisfaits	32 %	56%	58 %	56 %
Total	73 %	77 %	77 %	79 %

- **Plus d'un prestataire sur 2 très satisfait de la saison, contre 1 sur 3 à l'échelle régionale**

Comparatif tx satisfaction prestataires du Livradois-Forez / prestataires AURA

	AURA	Livradois-Forez
Satisfaits	50 %	23%
Très satisfaits	29 %	56 %
Total	79 %	79 %

UNE BELLE ACTIVITÉ ESTIVALE

UNE SAISON GLOBALEMENT AUSSI BONNE VOIRE MEILLEURE QUE L'AN DERNIER

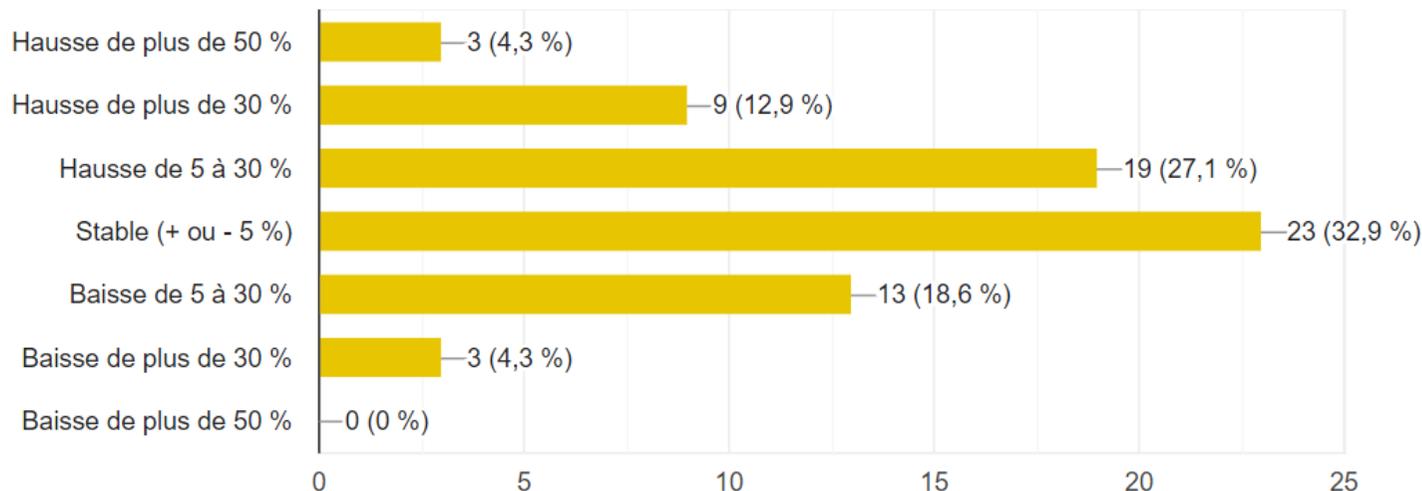
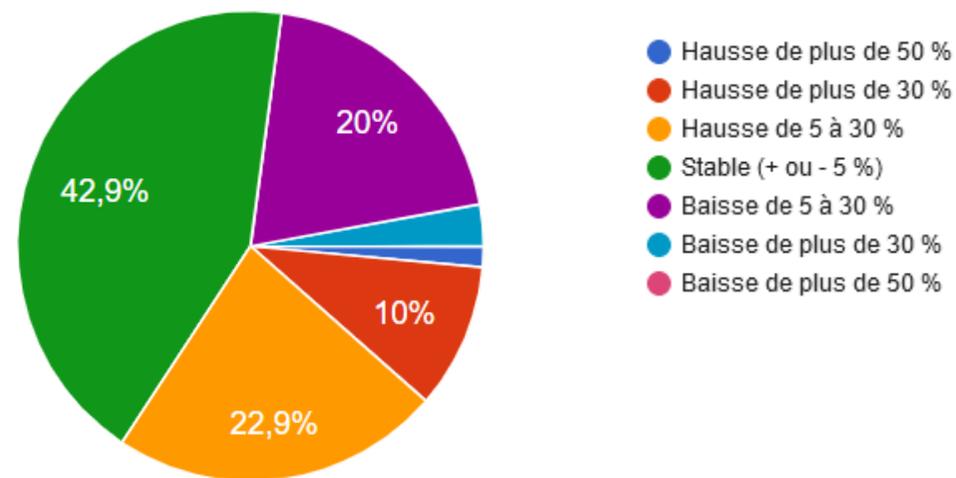
- **77 % des prestataires réalisent un chiffre d'affaires stable ou en hausse (durant l'été/l'an dernier)**

(idem que l'an dernier)

- **"Seulement" 23 % estiment que leur chiffre d'affaires (janvier-août) est en baisse par rapport à 2021** (contre 31% l'an dernier et 29 % cette année en AURA)

Q3 - 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 2022 par rapport à janvier-août 2021 :

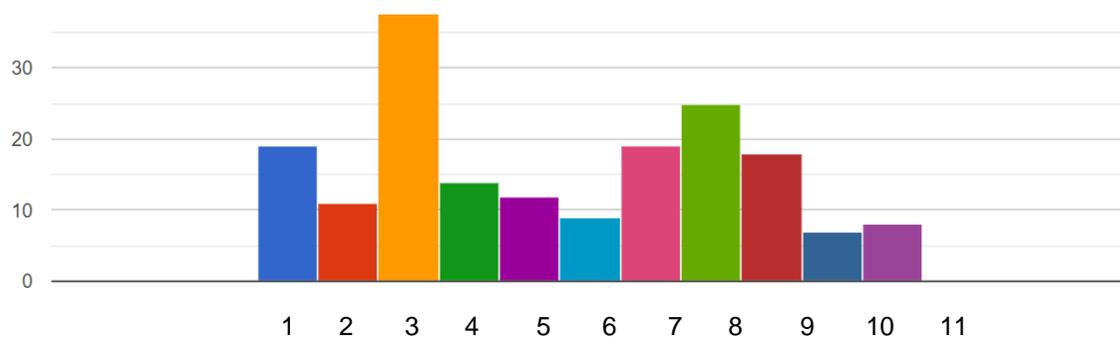
Q2 - Par rapport à l'activité de l'été passé comment estimez-vous votre chiffre d'affaires réalisé au cours des



LES + : MÉTÉO FAVORABLE / CLIENTÈLE FIDÈLE/ LES - : BAISSÉ DU POUVOIR D'ACHAT

• Satisfaction : une météo favorable / une clientèle fidèle

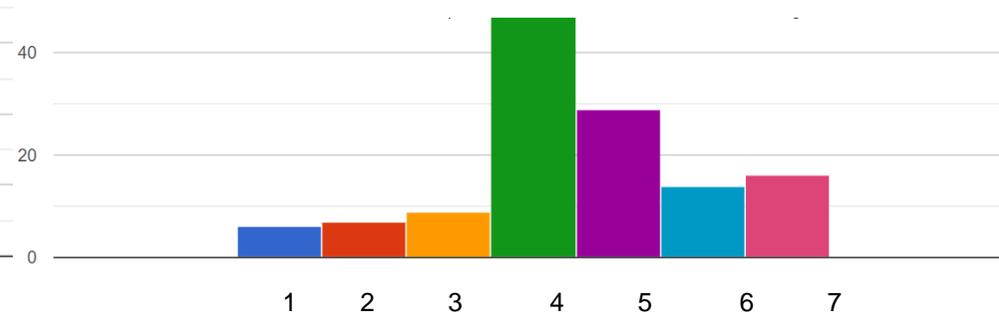
Q 5 - Quels sont les mots clés correspondant à vos motifs de satisfaction :



- 1 - Évolution favorable de la notoriété de la destination
- 2 - Adaptation des offres touristiques et des tarifs du territoire aux clientèles
- 3 - Météorologie favorable
- 4 - Bonne complémentarité entre les acteurs touristiques locaux
- 5 - Étalement des séjours sur l'ensemble de la saison estivale
- 6 - Impact du classement de la chaîne des Puys
- 7 - Maintien de la clientèle française (suite à la crise sanitaire)
- 8 - Fidélité de la clientèle
- 9 - Retour des clientèles étrangères
- 10 - Retour de l'organisation des grands événements
- 11 - Autre

• Insatisfaction majeure : la baisse du pouvoir d'achat

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

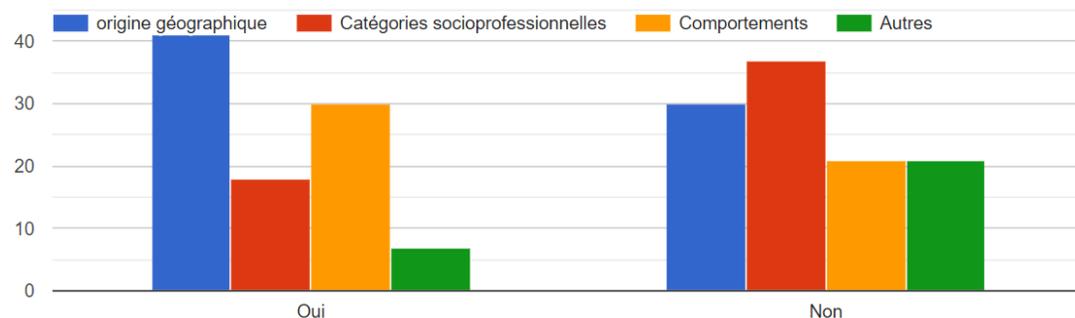


- 1 - Baisse de la notoriété de la destination
- 2 - Inadaptation des offres touristiques et des tarifs du territoire aux clientèles
- 3 - Météorologie défavorable
- 4 - Baisse du pouvoir d'achat
- 5 - Concentration des séjours sur une trop courte période
- 6 - Impact de la crise sanitaire
- 7 - Autre

ÉVOLUTIONS DES CLIENTÈLES ET DE LEURS COMPORTEMENTS

- **Type de clientèles**

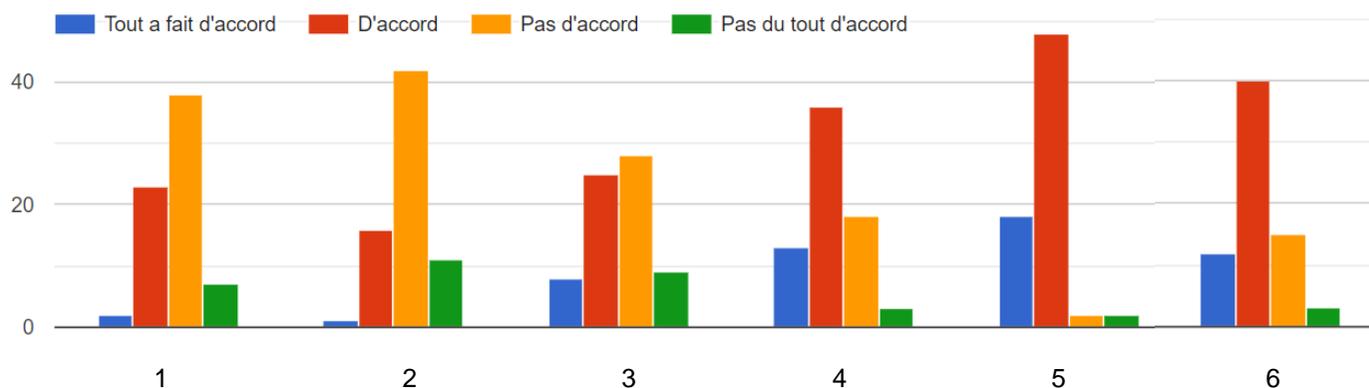
Q 4 - Avez-vous ressenti une évolution des types de clientèles que vous avez accueillis cet été :



- **Une clientèle de proximité qui reste majoritaire.**
- **Un retour des clientèles étrangères.**
- **Une présence de clientèle de la région parisienne.**

LOIN DES FOULES – BAISSÉ DE POUVOIR D'ACHAT – ÉCOLOGIE

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



La clientèle recherche

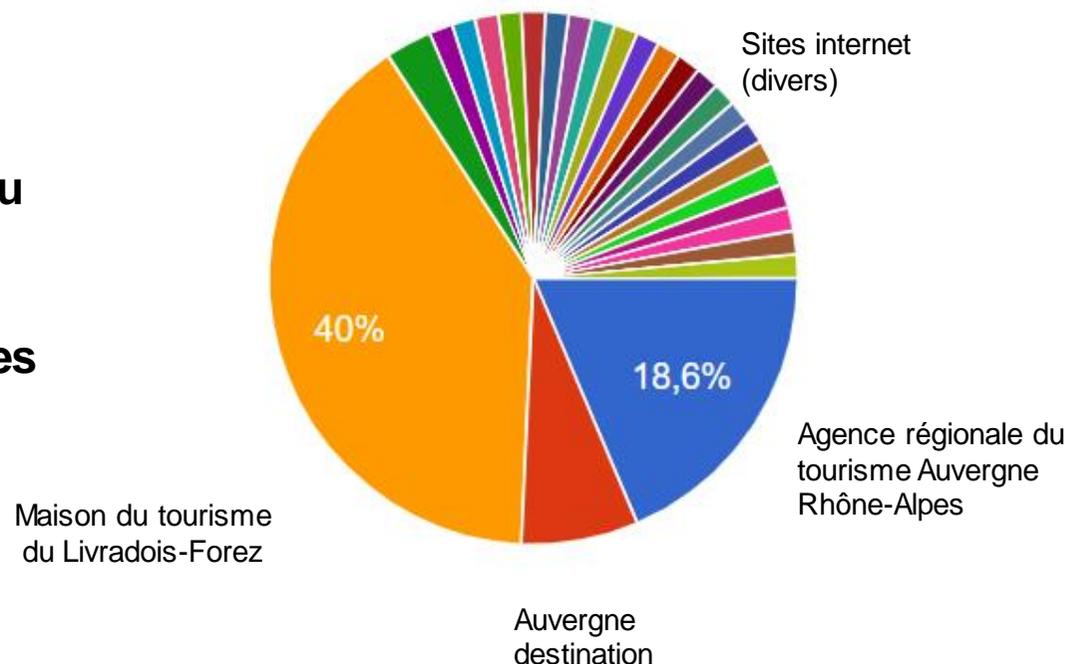
- à s'éloigner des foules
- elle dispose d'un pouvoir d'achat en baisse
- un tourisme écologique et citoyen

- 1 - Elle a réservé un peu moins tardivement que l'année dernière
- 2 - Elle a besoin de sécurisation sur l'aspect sanitaire
- 3 - Elle réserve davantage en direct sans passer par une plateforme de réservation
- 4 - Elle est en recherche de démarche plus écologique et citoyenne (circuits courts, produits locaux, limitation des déplacements, etc.)
- 5 - Elle recherche à s'éloigner des foules et à se ressourcer au contact de la nature
- 6 - Elle dispose d'un pouvoir d'achat en baisse

BON IMPACT DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION DE LA MAISON DU TOURISME

- **66 % des prestataires estiment que les campagnes de communication des partenaires institutionnels ont impacté leur fréquentation**
 - **40 % : via la Maison du tourisme du Livradois-Forez**
 - **18,6 % : via l'Agence régionale du tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes**
 - **7 % : via Auvergne destination**

Q 11 – Quelle structure (et ses campagnes de communication) a-t-elle eu à votre avis d'impact sur la fréquentation de votre établissement/activité ?



DES MUSÉES ET SITES CULTURELS QUI "RETROUVENT DES COULEURS"

- Globalement les sites de visites d'intérieurs (musées) retrouvent des couleurs après 2 années de fortes contraintes (limitation des jauges).
- Les sites de visite extérieurs ont pâti des fortes chaleurs.

	Fréquentation 2022 vs 2021
Musée de la coutellerie Supérieure à 2019.	
Creux de l'enfer/usine du May Déception en juillet.	
Château d'Aulteribe Supérieure à 2019.	
Musée de la céramique Perte des groupes.	
Jardin pour la terre Météo défavorable.	
Mus'énergie Retour à la fréquentation de 2019.	
Moulin Richard de Bas Une baisse de fréquentation liée à la fermeture exceptionnelle cette année des week-ends. Mais une bonne fréquentation en semaine et un panier moyen à la hausse.	

UN PLEBISCITE POUR LES LIEUX DE BAINNADE

- Les piscines et plans d'eau ont été très prisés cet année grâce aux conditions météo favorables.
- Ils ont cependant fait face à des problématiques multiples (recrutement de maîtres-nageurs, présence de cyanobactéries, restrictions d'eau).
- Malgré cela les périodes d'ouverture ont remporté un vif succès.

	Fréquentation 2022 vs 2021
Lac d'Aubusson Excellent début d'été et retour des événements.	
Plan d'eau de Saint-Rémy-sur-Durolle	
Plan d'eau d'Ambert	Fermé
Centre aquatique Billom communauté	
Centre aquatique communautaire TDM -	Ouverture
Piscine Ambert Livradois-Forez	
Piscine Saint-Rémy-sur-Durolle	

GRAND RETOUR DES FESTIVALS

- Les festivals et événement majeurs largement plébiscités
- Année de fréquentation record pour le World festival Ambert (+ 100 %)
- Le festival de Montpeloux signe également une très belle édition.

	2022	2021	2019
La Pamparina (Thiers)	30 000	30 000	30 000
Les concerts de Vollore	2 460	2 173	2 504
World festival Ambert	14 557	7 000	7 000
Fourmofolies	20 000	5 000	18 000
Cyclo des Copains	2 651	3 364	2 551
Coutellia	6 500	4 500	6 600
Montpeloux	1 806	1 164	1 867

— Maison — du tourisme

Hausse des actes
d'information via le
numérique



PRÈS DE 20 000 VISITEURS RENSEIGNÉS EN COMPTOIR

Nombre de visiteurs renseignés

Répartition du nombre de visiteurs réalisés en juillet et août au guichet des bureaux d'information touristique de la Maison du tourisme

- 12 %

Juillet et août cumulés	2020	2021	2022	Variation 2022/2021
Thiers	10 243	9 486	7 018	- 26%
Ambert	5 266	4 705	4 540	- 4%
St-Anthème	1 975	1 764	1 998	+ 13%
Billom	2 350	2 314	1 915	- 17%
Arlanc	1 284	1 246	1 253	+ 1%
Olliergues	859	1 123	1 070	- 5%
St-Germain-l'Herm	407	628	629	0%
St-Rémy/Durolle	492	577	693	+ 20%
Courpière	1 054	529	636	+ 20%
Total	23 930	22 372	19 752	- 12%

Nombre de contacts

Répartition du nombre de contacts réalisés en juillet et août au guichet des bureaux d'information touristique de la Maison du tourisme

- 15 %

Juillet et août cumulés	2020	2021	2022	Variation 2022/2021
Thiers	4 157	4 158	2 942	- 29%
Ambert	2 734	2 430	2 194	- 10%
St-Anthème	1 295	1 224	1 318	+ 8%
Billom	1 365	1 329	1 052	- 21%
Arlanc	813	851	761	- 11%
Olliergues	481	512	565	+ 10%
St-Germain-l'Herm	278	336	370	+ 10%
Courpière	613	334	366	+ 10%
St-Rémy/Durolle	196	289	192	- 34%
Total	11 932	11 463	9 760	-15%

NB : Une famille de 3 personnes est comptabilisée de la façon suivante : 1 contact (tableau de droite), 3 visiteurs (tableau de gauche).

- Sans tenir compte de la situation du BIT de Thiers (qui est revenu à des chiffres de 2018), **la fréquentation des BIT serait en très légère hausse (+1%)**
- **59 % des visiteurs de l'été sont accueillis en août** contre 64 % en 2021
- **Près de 3 500 appels téléphoniques** dont 1 210 sont gérés par le bureau de Saint-Anthème (billetterie).

+ 1 %

PLUS DE 2 000 VISITEURS RENSEIGNÉS « HORS LES MURS »

- **373 visiteurs accueillis "hors les murs"**

+ 18 %

Structures	Nb de rendez-vous	Nb de visiteurs
Musée de la céramique	16	91
Médiathèque Entre Dore et Allier	3	35
Camping de Pont-Astier	3	25
Marché de Lezoux	8	134
Marché de Puy-Guillaume	6	88
TOTAL	36	373

- **1 199 participants aux pots d'accueil des hébergements touristiques**

+ 62 %

Structures	Nb de présentations	Nb de participants aux pots d'accueil
Village vacances et camping Saint-Rémy-sur-Durole	16	578
Village vacances Saviloisirs	4	77
Campings Viverols, St-Clément de Valorgue et Arlanc	3	23
Camping Olliegues	5	213
Village vacances Azuréva	5	308
TOTAL	33	1 199

- **449 personnes renseignées lors des grands évènements**

Evènements	Nb de visiteurs
Coutellia (Thiers)	274
Marché des potiers (Bort l'Étang)	95
La cyclo les copains (village des exposants, Ambert)	80
TOTAL	449

UNE CLIENTÈLE RÉGIONALE PRÉDOMINANTE

Analyse sur la base des 19 752 visiteurs renseignés en juillet et août 2022

- Le **nombre de visiteurs étrangers a triplé** par rapport à 2021 (près de 1500 visiteurs étrangers dans les BIT contre 500 l'an dernier). Les hollandais représentent ¼ de la clientèle étrangère
- **93 %** de la clientèle est d'origine **française**
- **Une répartition de l'origine des clientèles française qui se rapproche de l'année 2019** (voir carte page suivante) après les "parenthèses" de 2020 et 2021 avec globalement :
 - retour important des clientèles de proche proximité : progression de la clientèle **auvergnate (+ 21 %) et ligérienne (+ 21 %)**
 - **Plus de 49 %** de la clientèle réside en région **Auvergne Rhône Alpes** (comme en 2019, contre 37 % l'an dernier)
 - les clientèles "hors région" ne sont pas revenues dans les mêmes proportions que ces 2 dernières années.

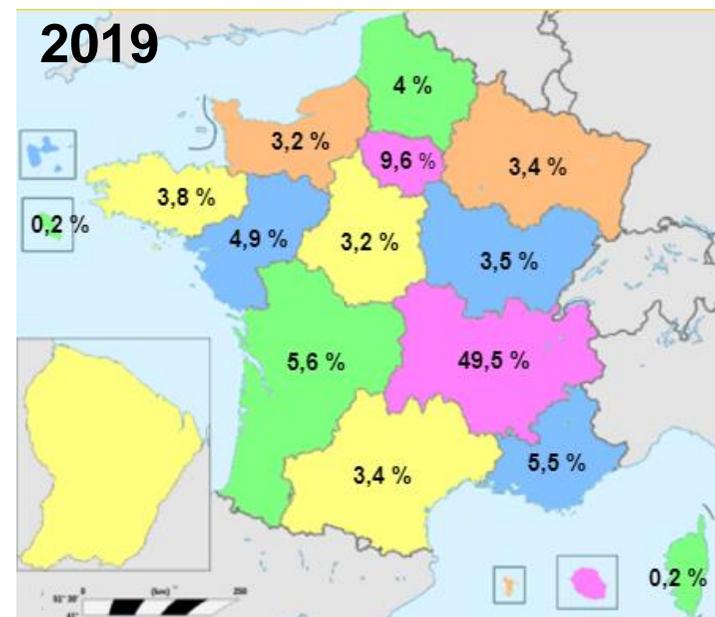
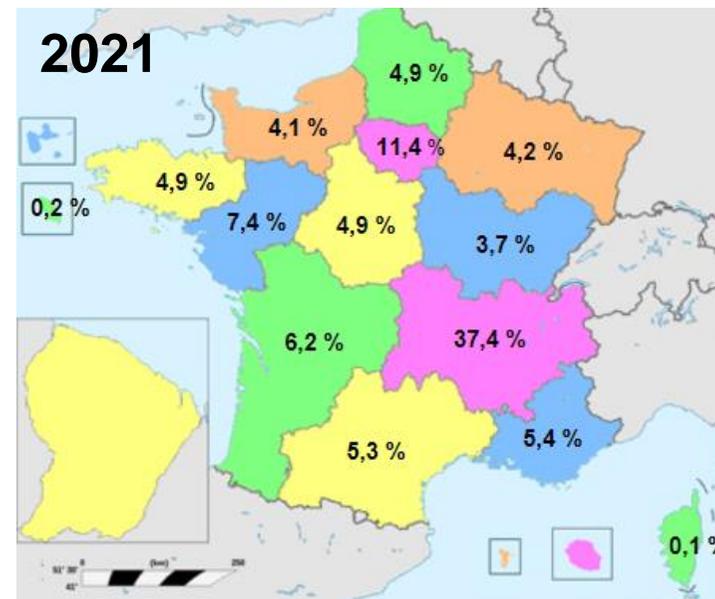
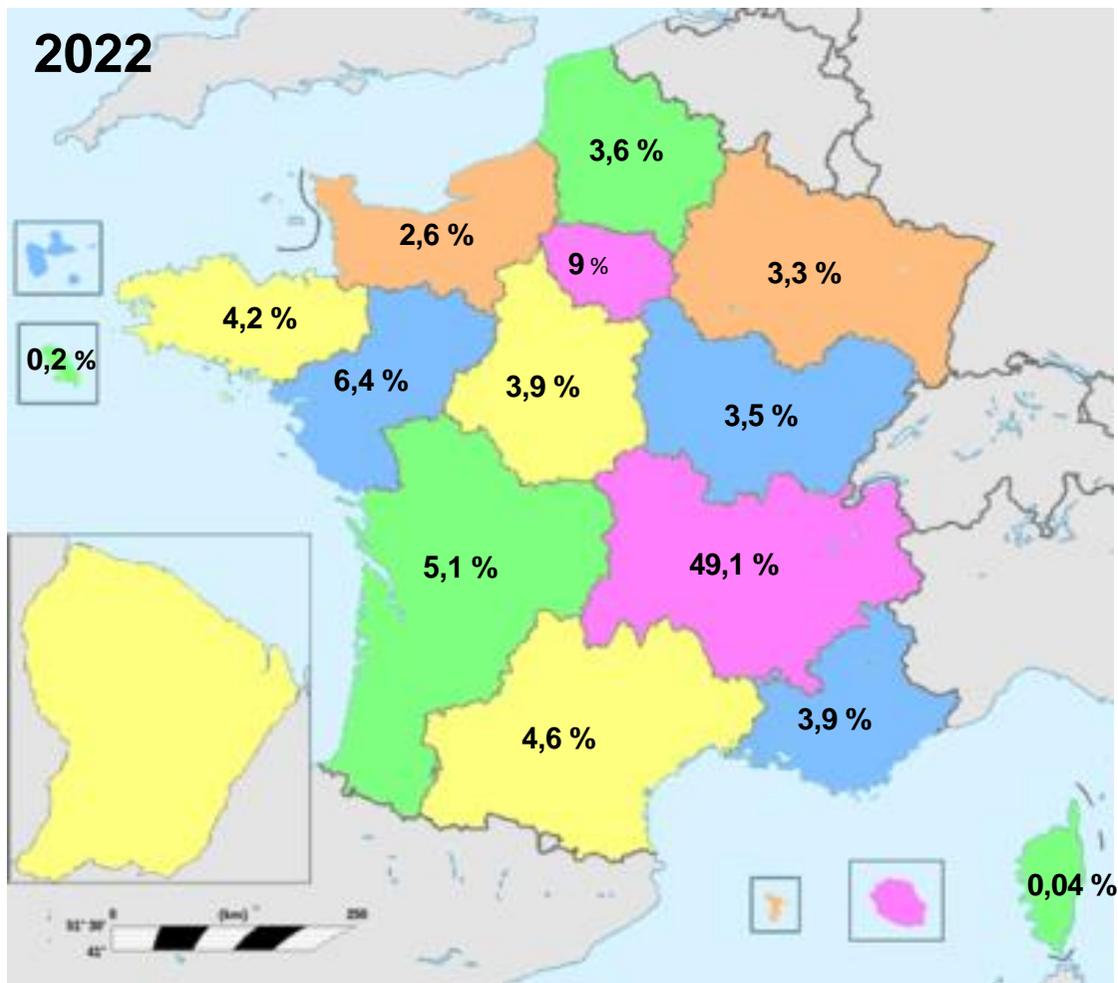
Répartition de la fréquentation par département de la région AURA		Évolution 2022/2021
Puy-de-Dôme	52,5 %	+ 22 %
Loire	14,6 %	+ 21 %
Rhône	14,0 %	+ 2 %
Isère	4,1 %	- 6 %
Haute- Loire	3 %	+ 55 %
Allier	2,4 %	- 10 %
Haute- Savoie	2,3 %	- 15 %
Drôme	2 %	- 14 %
Ain	1,6 %	- 32 %
Ardèche	1,4 %	- 2 %
Savoie	1 %	- 25 %
Cantal	0,7 %	+ 14 %

Répartition des clientèles étrangères (7 premiers pays)			
	2022	2021	2019
Pays-Bas	25 %	32%	26 %
Belgique	20 %	25%	7 %
Allemagne	14 %	15%	17 %
Royaume-Uni	9 %	9 %	11 %
Suisse	7 %	8 %	9 %
Espagne	7 %	5%	NC
Italie	4 %	4 %	9 %

Origine géographique des visiteurs

UN RETOUR A LA SITUATION DE 2019 ?

Analyse sur la base des 19 752 visiteurs renseignés en juillet et août 2022

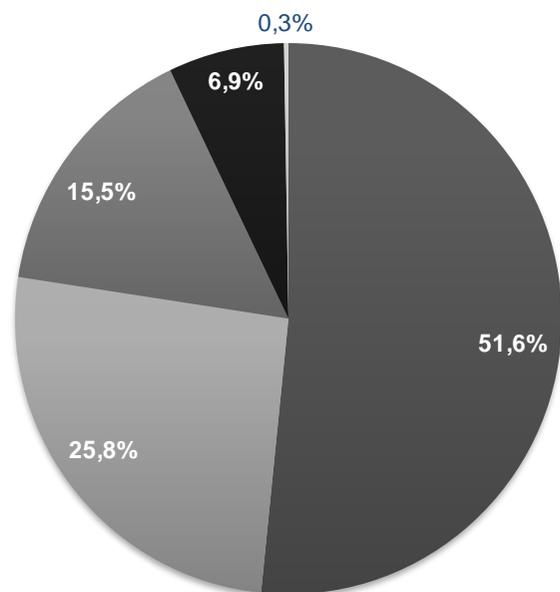


Données extraites du logiciel Koezio juillet et août 2022

UNE CLIENTELE FAMILIALE

Analyse sur la base des 19 752 visiteurs renseignés en juillet et août 2022

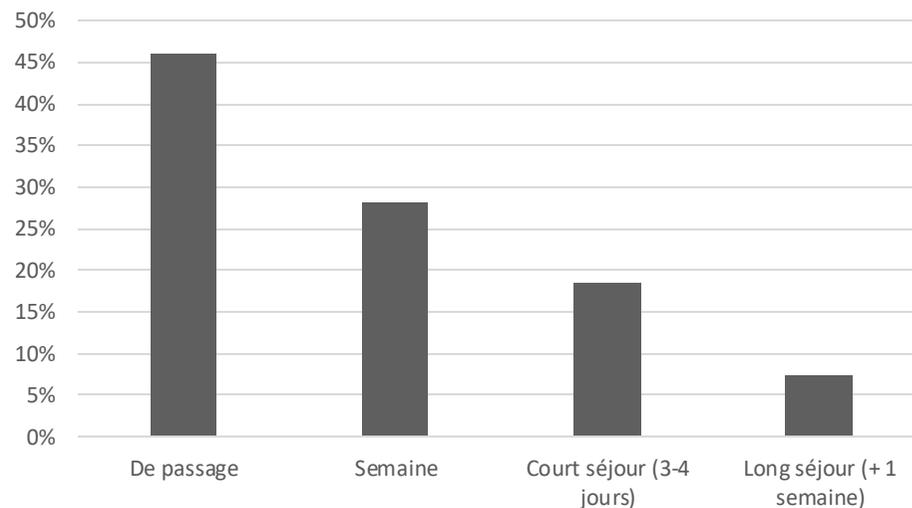
- **Une clientèle familiale**



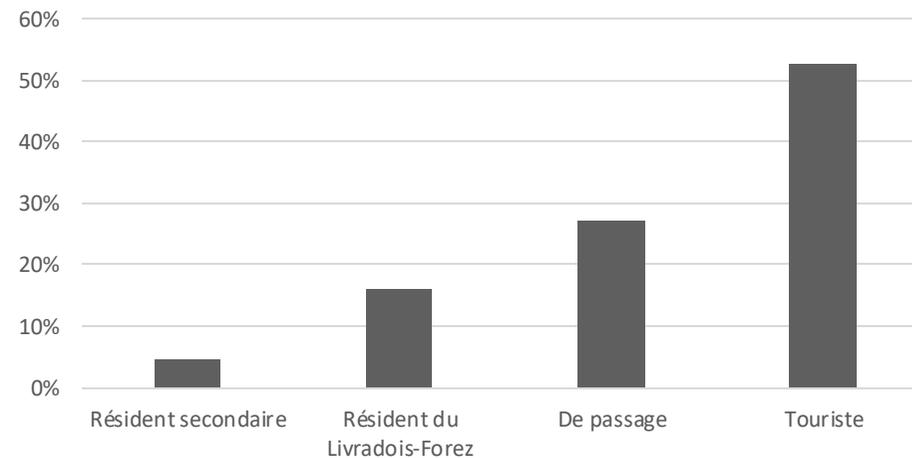
■ Famille ■ Couple ■ Solo ■ Groupe (moins de 10 pers.) ■ Groupe (+ 10 pers.)

- **2/3 des visiteurs restent moins de 4 jours**

Durée de séjour



Type de visiteurs



CENTRES D'INTÉRÊT DES VISITEURS

accueillis dans les bureaux d'information touristique

Analyse sur la base des 19 752 visiteurs renseignés en juillet et août 2022

- **Les 3 demandes les plus importantes dans les bureaux d'information :**
 - « culture » et « nature »
 - informations pratiques
 - festivités et animation
- **Un changement de comportement des visiteurs dans les bureaux d'information : ils prennent moins de documents, les photographient et demandent des envois par sms ou mail.**

Centres d'intérêts	Répartition
Sites culturels & Visites	30 %
Plans	24 %
Sites naturels & activités pleine nature	19%
Festivités & Animations	18 %
Commerces et services	3 %
Restaurant	2 %
Billetterie	1 %
Boutique	1 %
Gastronomie & Terroir	1 %
Hébergement	0,5%
Transports	0,5%

L'ACTIVITÉ NUMÉRIQUE en hausse

- Une fréquentation du site internet « vacances-livradois-forez » en légère hausse



	2019	2020	2021	2022	Variation 2022/2021
Nombre de consultations du site internet de la MDT de janvier à août	74 022	177 695	212 303	220 572	+ 4 %
Nombre de consultations du site internet de la MDT uniquement juillet août	36 462	108 412	118 163	122 661	+ 4 %

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

	2020	2021	2022	Gain	Variation
Réseaux sociaux	41 708	68 018	93 747	+ 25 729	+ 34 %
Moteurs de recherche	85 811	99 697	104 855	+ 5 158	+ 5 %
Flux direct	30 658	13 393	15 008	+ 1 615	+ 12 %
Liens avec d'autres sites	8 265	8 383	13474	+ 5 091	+ 61 %

Activité de billetterie de la Maison du tourisme depuis le début de l'année

BILLETTERIE : UN RETOUR EN FORCE DES FESTIVALS ET ANIMATIONS

- Plus de 5 000 billets vendus **+ 54 %**
- Près de 60 000 € de chiffre d'affaires billetterie **+ 71 %**
- 512 participants au programme des balades nature et patrimoine **+ 10 %**
Meilleure fréquentation des visites et balades programmées en soirée et en montagne.

Type de billets	Nb de billets vendus 2022	Chiffre d'affaires 2022
Spectacles, festivals	3 259	37 535 €
Activités	517	13 174 €
Sites de visite	572	3 438 €
Visites guidées MDT	512	2 688 €
Balades nature et patrimoine hors visites guidées MDT	440	1 995 €
Animations	24	157 €
Total général	5 324	58 987 €

Visites proposées par la MDT	2020 au 31/08	2021 au 31/08	2022 au 31/08	Variation 2022/2021
Nb de balades réalisées	44	50	50	0 %
Nb de participants	436	466	512	+ 10 %
Nb de participants/balade	9,9	9,3	10,2	
Chiffres d'affaires	1 751 €	2 253 €	2 688 €	+ 19 %

Nb de billets vendus				Variation 2022/2021
2019	2020	2021	2022	
4 073	1 617	3 454	5 324	+ 54 %

Chiffre d'affaires				Variation du CA 2022/2021
2019 au 10/09/19	2020 au 31/08/20	2021 au 31/08/21	2022 au 31/08/22	
60 833 €	21 020 €	34 451 €	58 987 €	+ 71 %

SERVICES PROPOSES PAR LA MDT : UN FORT TAUX DE SATISFACTION

La Maison du tourisme a mis en place pour la première année, une enquête de satisfaction UNIQUE permettant d'analyser la satisfaction des visiteurs. Le questionnaire a été distribué lors de l'accueil personnalisé (en BIT, hors les murs, à l'issue des balades nature et patrimoine). 396 répondants. Réponses conditionnées à l'usage du service.

AVIS GENERAL SUR LES SERVICES DE LA MAISON DU TOURISME

316 répondants

Des visiteurs globalement très satisfaits par les services proposés dans le cadre des accueils personnalisés.

4,7



Espace boutique

346 répondants

Un espace à valoriser, une demande croissante de produits locaux.

4,5



Qualité des sentiers de randonnée

112 répondants

Des attentes fortes en termes d'offre, de supports d'information, de qualité de balisage.

4,5



Balade nature et patrimoine

130 répondants

Des visites guidées très appréciées.

4,7



Service billetterie de la MDT

128 répondants

Des moyens de paiement à élargir.

4,3



Méthodologie

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

Données nationales

- Bilan de l'enquête estivale menée par ADN Tourisme : communiqué de presse et infographie <https://urlz.fr/j92E>

Données d'Auvergne-Rhône-Alpes tourisme

- <https://urlz.fr/j9ra>

Données à l'échelle du Livradois-Forez

- Enquête de conjoncture auprès de l'ensemble des prestataires touristiques (la MDT les remercie pour leurs contributions). 74 répondants.
- Enquête de satisfaction des services de la Maison du tourisme dans les bureaux d'information touristique. 396 visiteurs répondants.
- Enquête en ligne auprès des conseillers en séjour de la Maison du tourisme.
- Recueil de données de fréquentation directement auprès des sites touristiques majeurs et des festivals (la MDT les remercie)
- Données liées à l'activité interne de la Maison du tourisme.