

Rdv de l'Hébergement
27 juin 2023

QUELLES PREVISIONS DE FREQUENTATION POUR CET ETE ?

Bilan printemps, prévisions estivales
et nouvelles tendances touristiques



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Conjoncture estivale 2023

Enquête en ligne diffusée auprès de 70 000 pros du tourisme de la région

Objet => préparation et déroulement de la saison estivale

2 vagues d'enquêtes programmées fin juin et fin août.

Mise en œuvre : [G2A Consulting](#)

Données collectées anonymisées, agglomérées puis redressées

Objectifs de l'enquête

- ✓ Connaître l'opinion des pros du tourisme sur leur activité estivale ;
- ✓ Connaître les tendances de fréquentation par type d'activité et zone géographique (région, départements, types d'espace) ;
- ✓ Obtenir ces informations dans un délai très court (10 jours) pour une communication rapide et efficace.

Nouveauté : enquête supplémentaire fin juillet

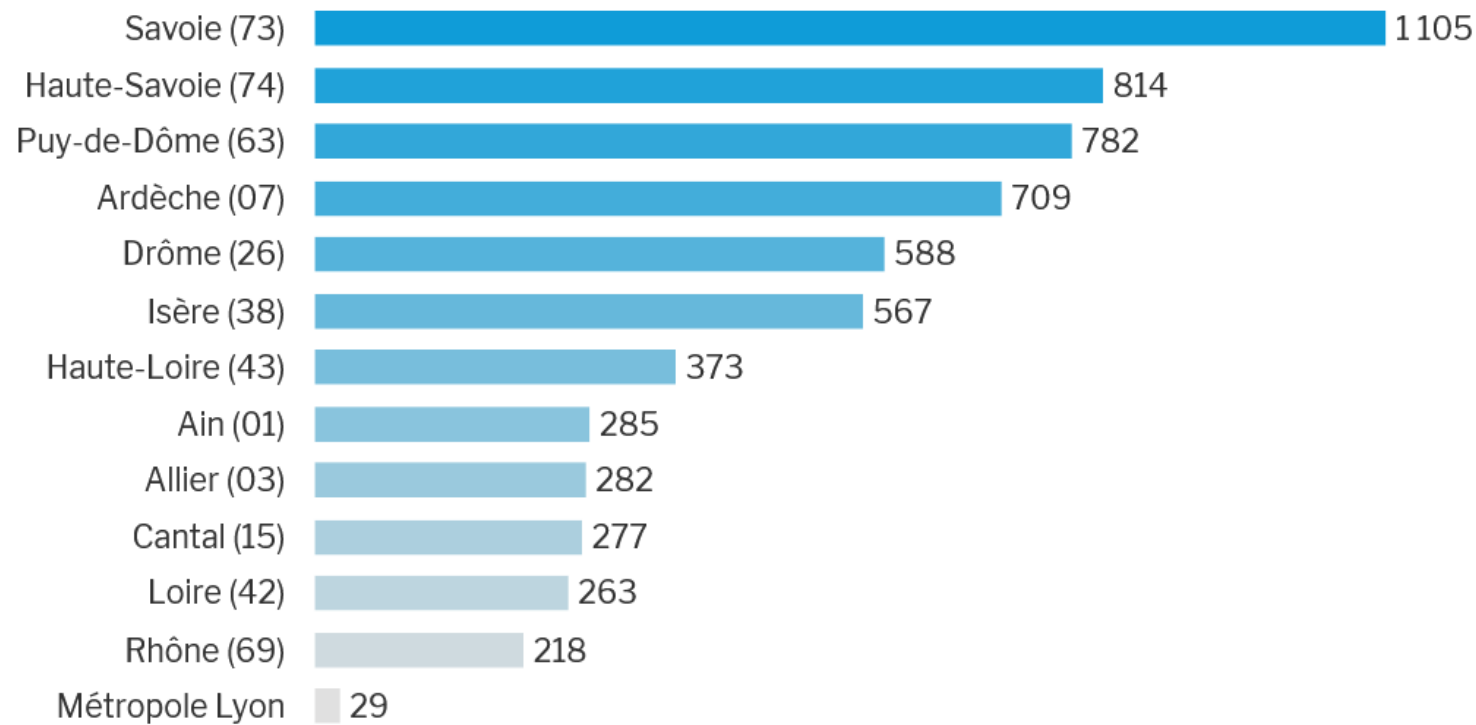
=> Evaluer l'impact du [Tour de France hommes](#) et du [Tour de France femmes](#) (uniquement sur départements traversés ou accueillant au moins une étape)



Conjoncture – Vague 1

Au total : 6 292 prestataires répondants !

Départements

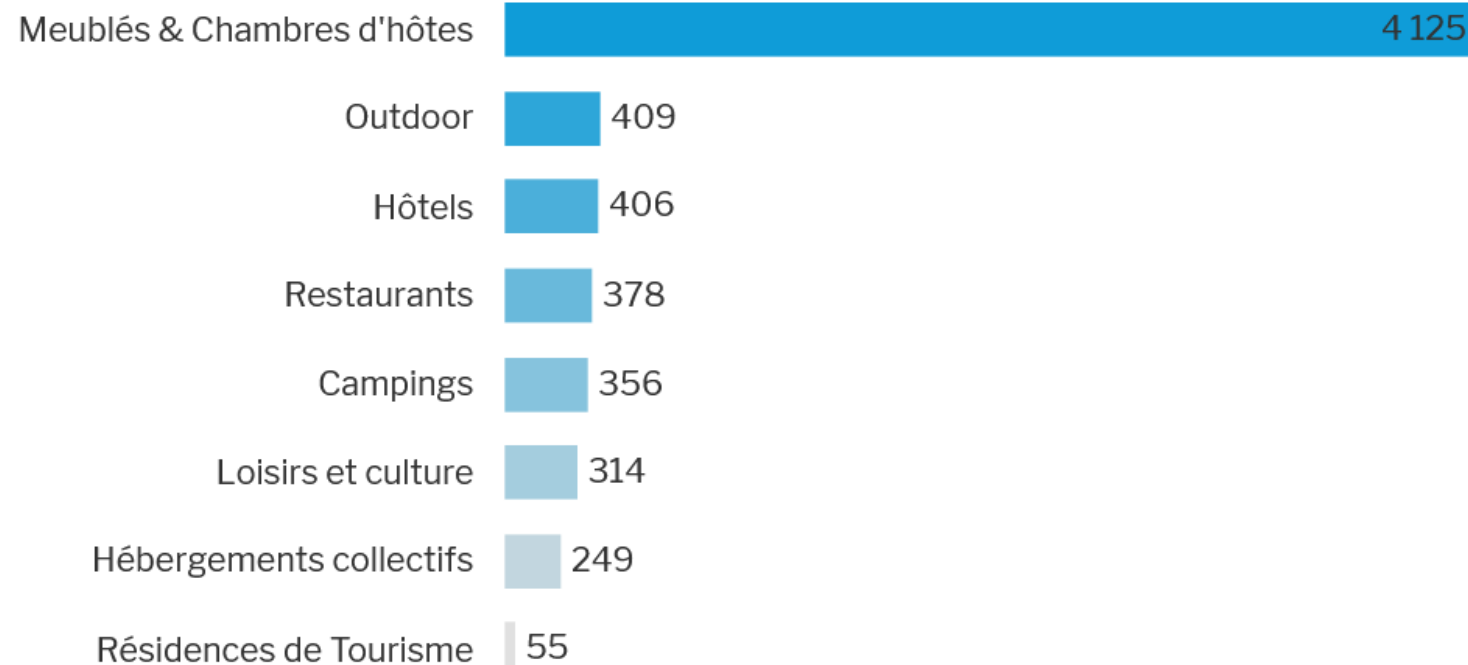




Conjoncture – Vague 1

Au total : 6 292 prestataires répondants !

Typologie des professionnels interrogés



Conjoncture – Vague 1



Baromètre Conjoncturel Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Cette première enquête a pour objectif de faire le bilan de la fréquentation touristique de ce printemps 2023 et d'évaluer le niveau de réservation pour cet été 2023



Contexte et Méthodologie



Contexte & Objectifs



Les répondants

Bilan printemps 2023



Fréquentation



Typologie clientèle



Les pratiques



Les dépenses

Prévisions été 2023



Indice de confiance



Fréquentation



Origine clientèle



L'impact du Tour de France



Le personnel saisonnier



RÉVEILLER LES SENS,
RETROUVER LE SENS,
RENAÎTRE ICI.



PRINTEMPS 2023

UN BILAN MITIGE

Bilan printemps 2023

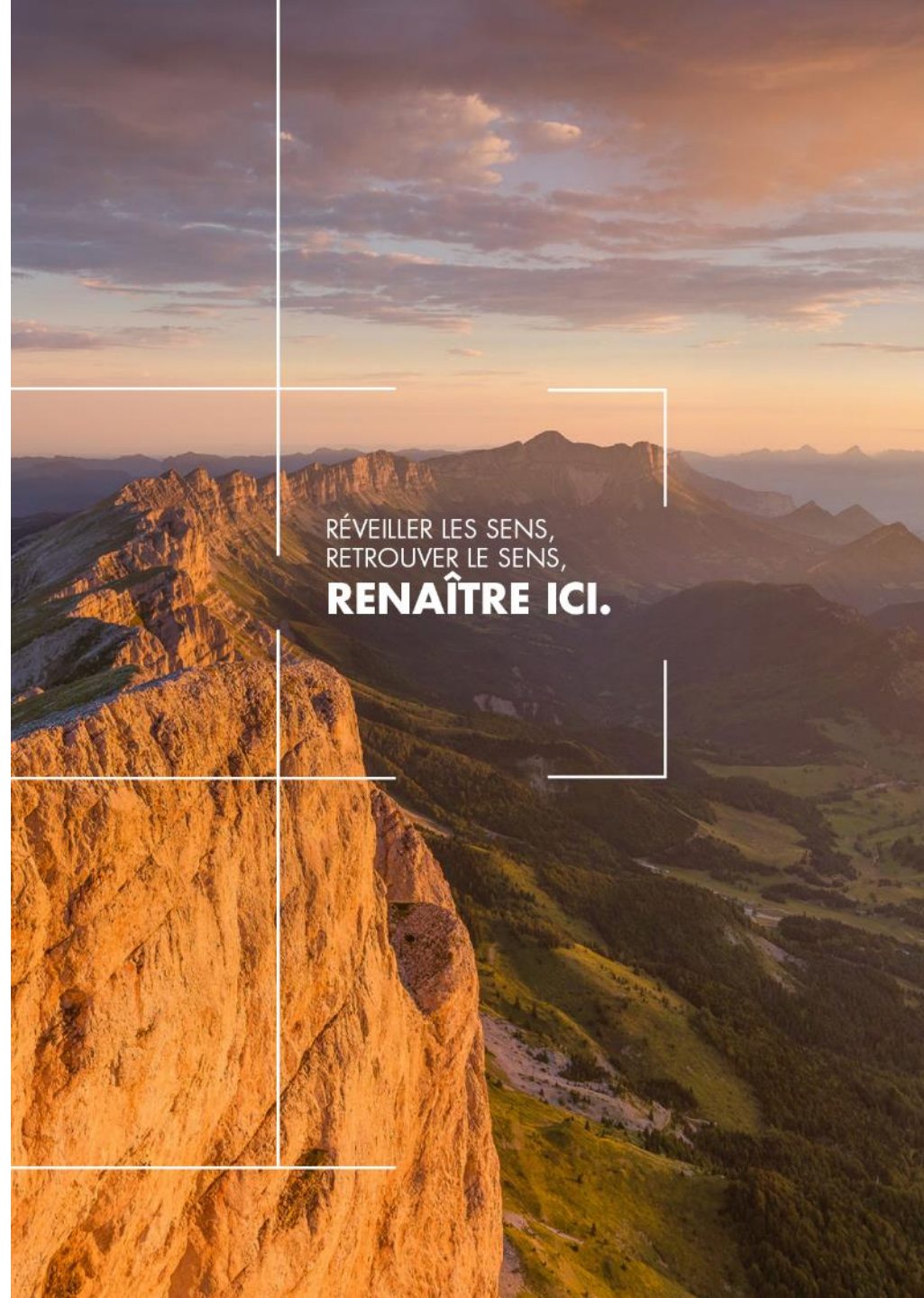
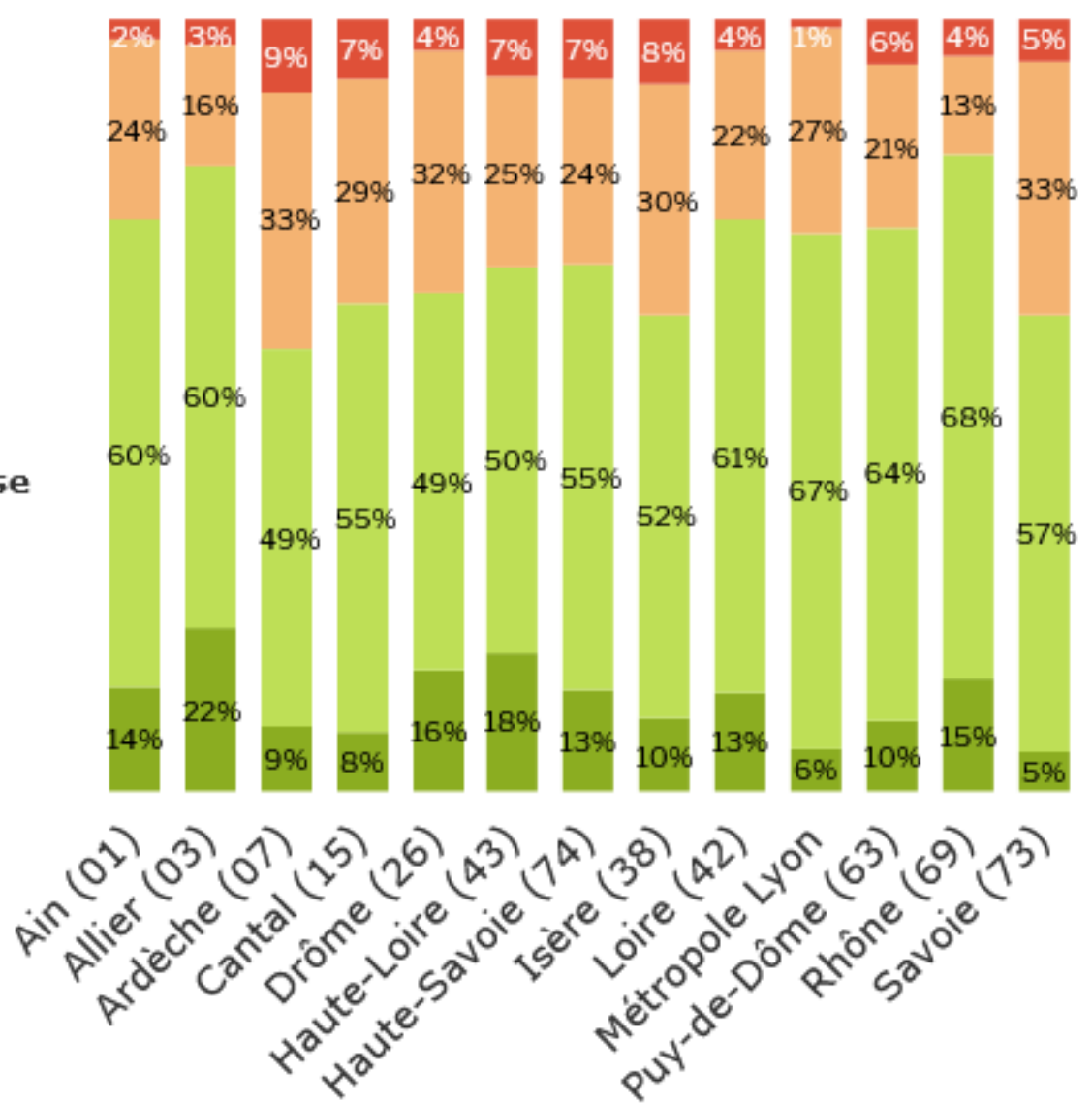
Toute clientèle confondue, par rapport aux attentes et compte tenu du contexte, la fréquentation de ce printemps (avril/mai/juin) a été :



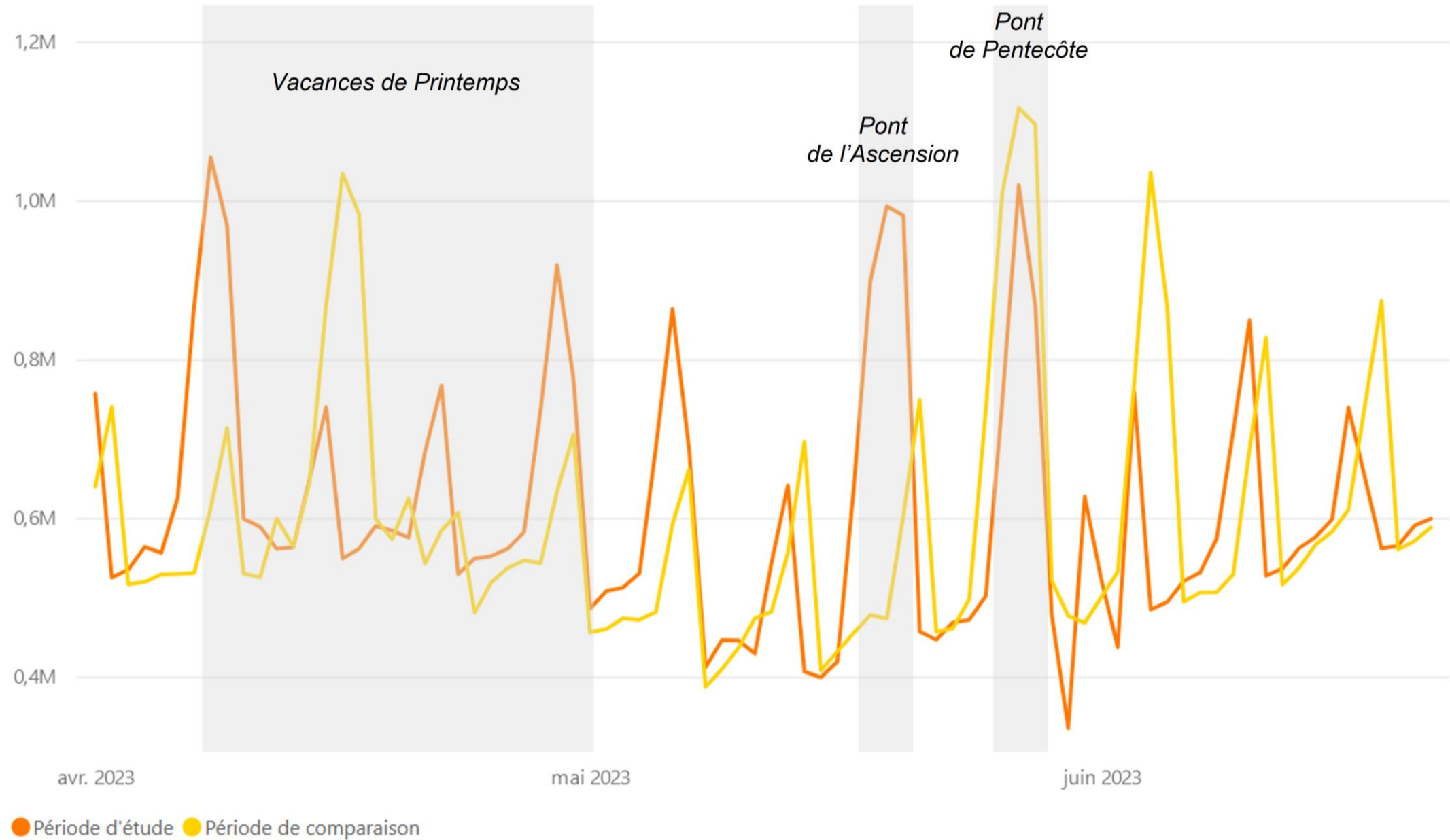
Comparé au printemps 2022, comment estimez-vous la fréquentation globale de votre établissement ce printemps ?



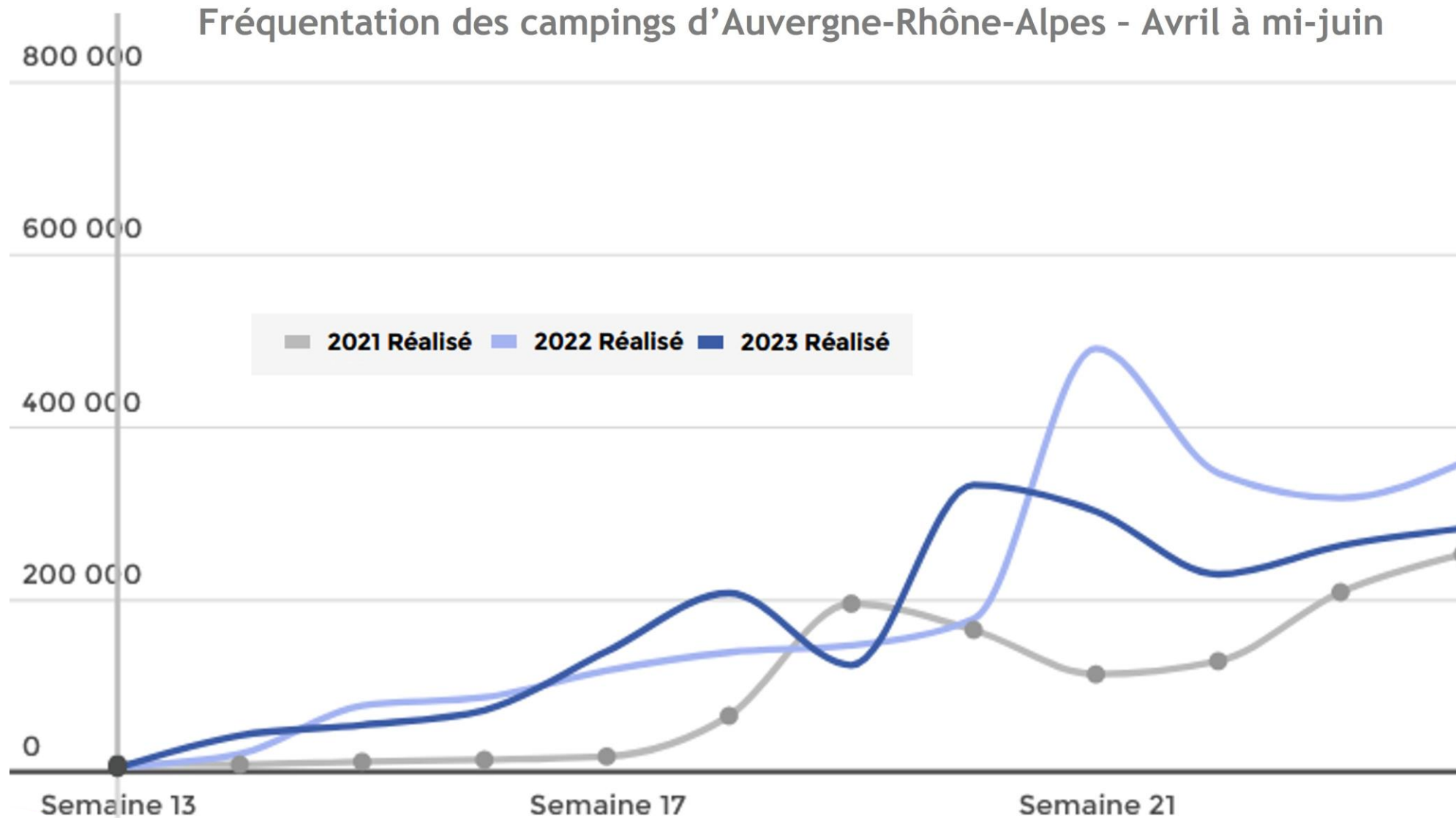
Bilan printemps 2023



Bilan printemps 2023



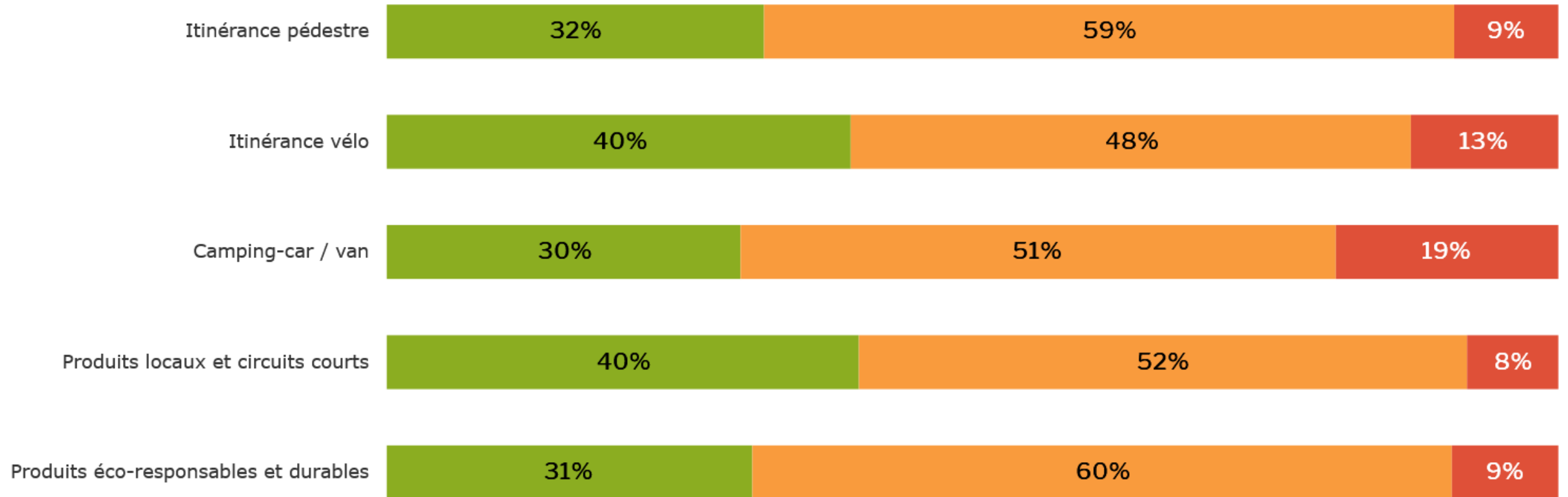
Bilan printemps 2023



Bilan printemps 2023

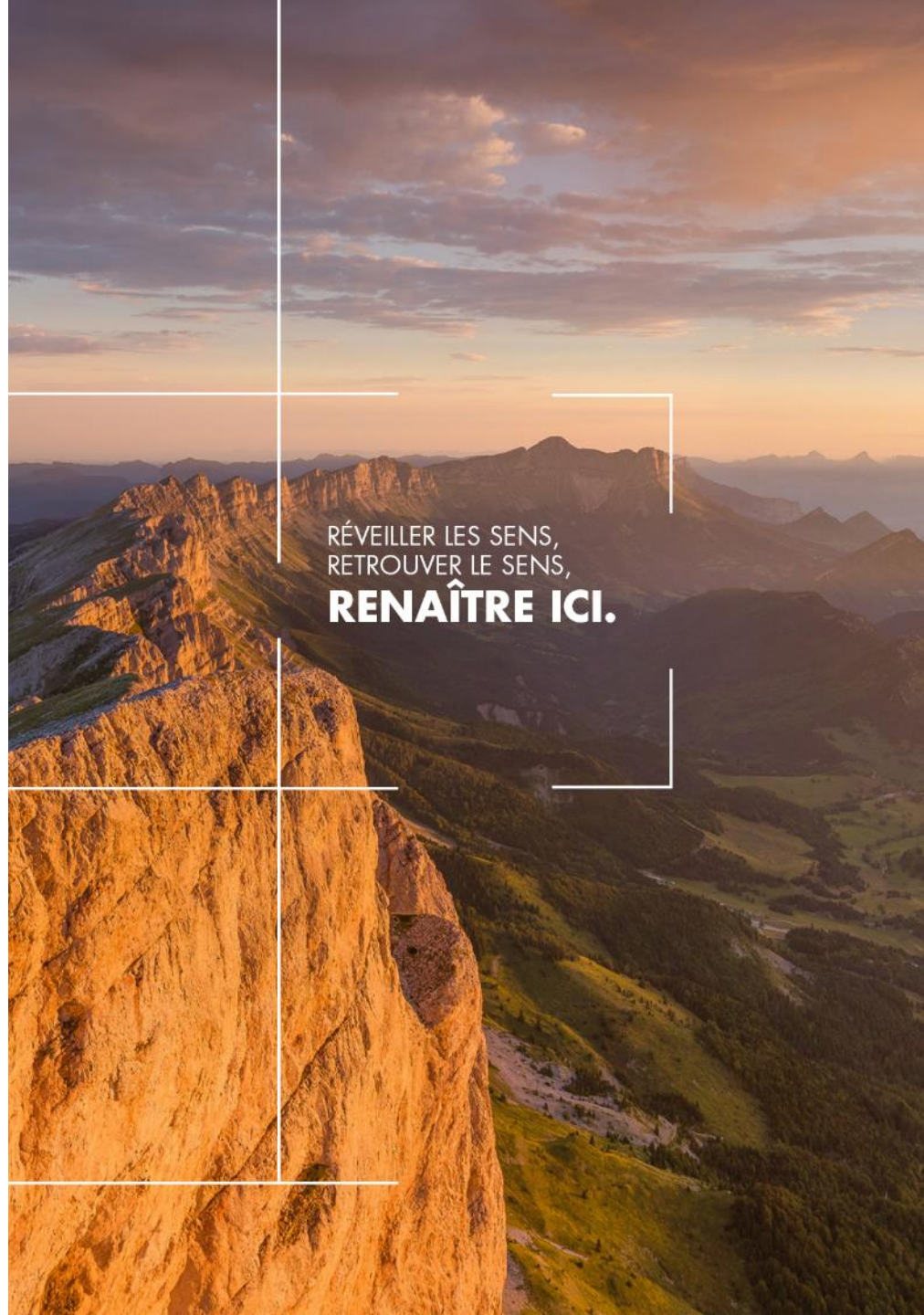
Avez-vous noté une évolution de la demande et des pratiques suivantes ?

● En hausse ● Stable ● En baisse



Bilan printemps 2023

Par rapport à la même période de l'année dernière, estimez-vous que votre clientèle a :



RÉVEILLER LES SENS,
RETROUVER LE SENS,
RENAÎTRE ICI.



RÉVEILLER LES SENS,
RETROUVER LE SENS,
RENAÎTRE ICI.



ETE 2023

DES PROFESSIONNELS CONFIANTS

Prévisions été 2023

Quel est votre sentiment vis-à-vis de la saison Eté 2023 (juillet-août) à venir ?

Très confiant

Assez confiant

Pas tellement confiant

Pas du tout confiant



9%

Pourcentage

57%

Pourcentage

29%

Pourcentage

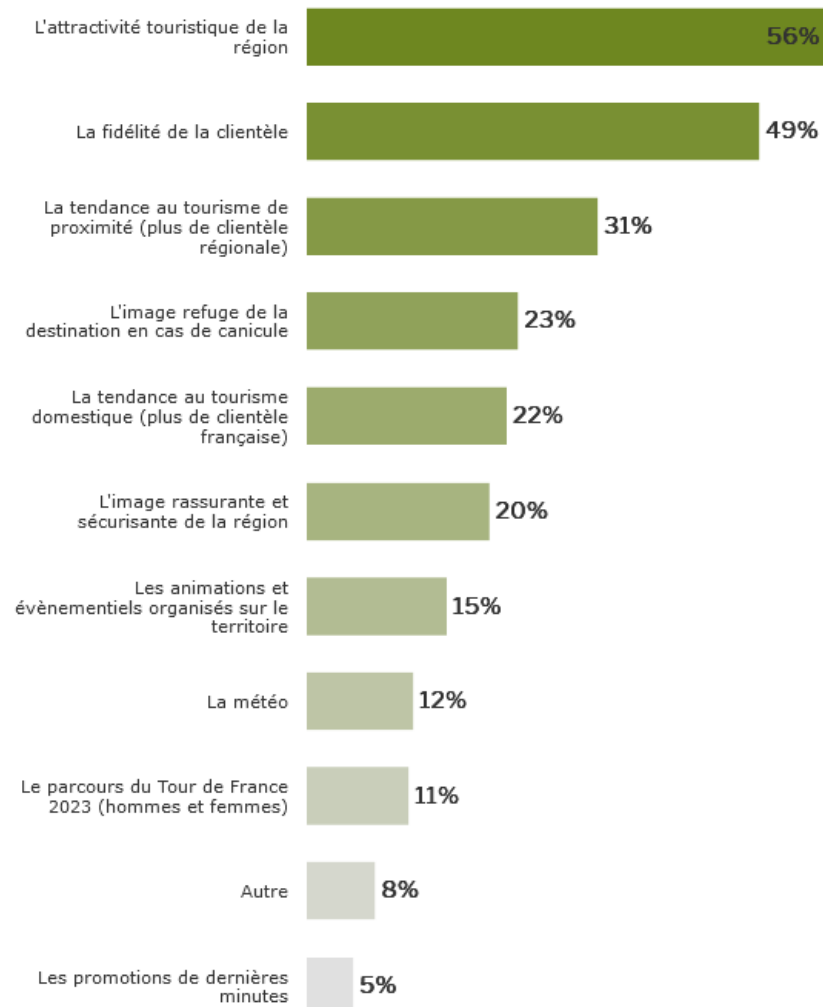
5%

Pourcentage

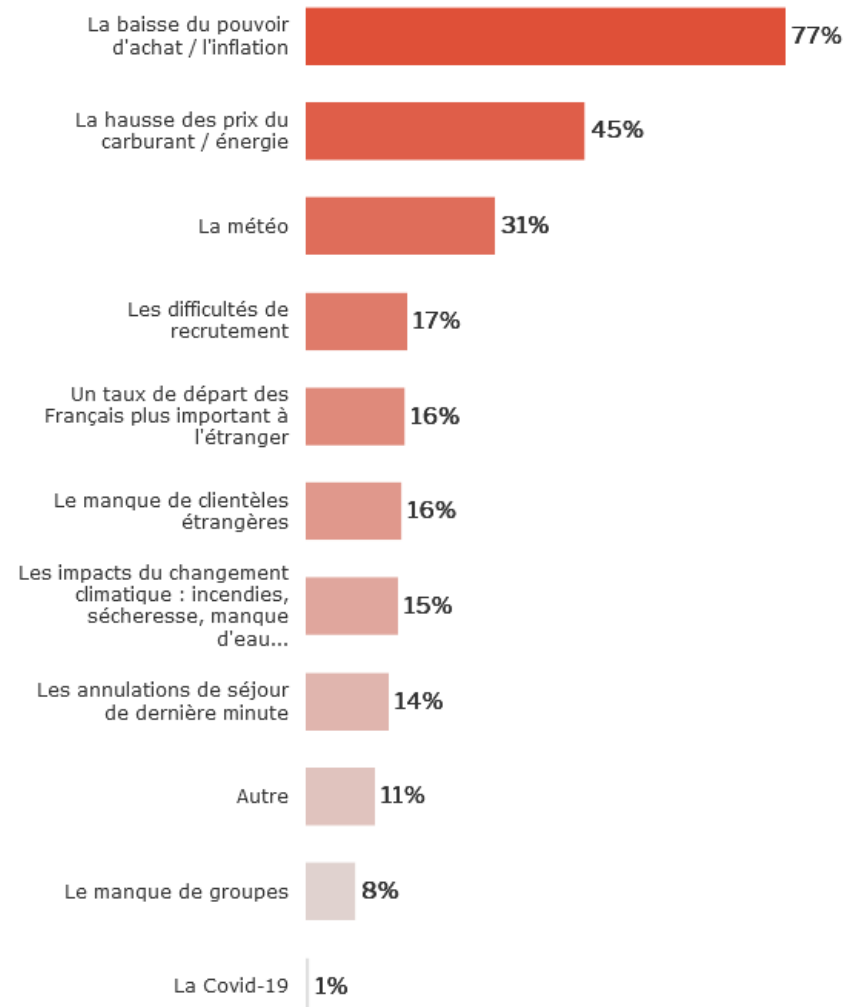
Prévisions été 2023



Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous confiant ?

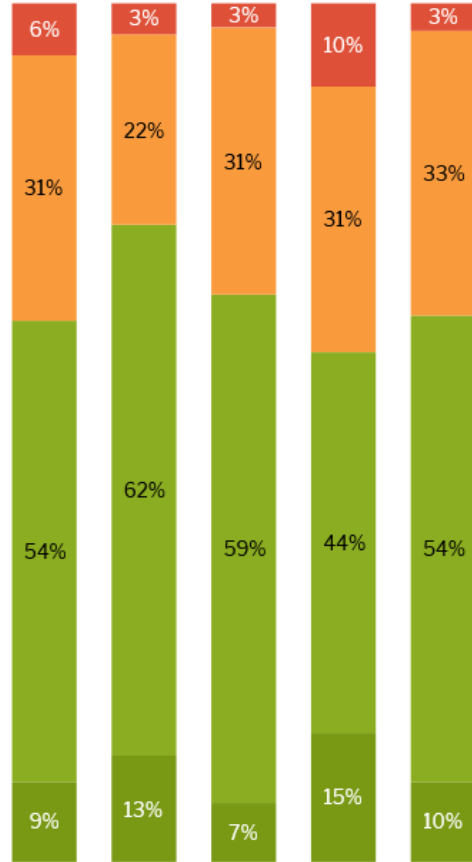


Pour quelle(s) raison(s) n'êtes-vous pas confiant ?



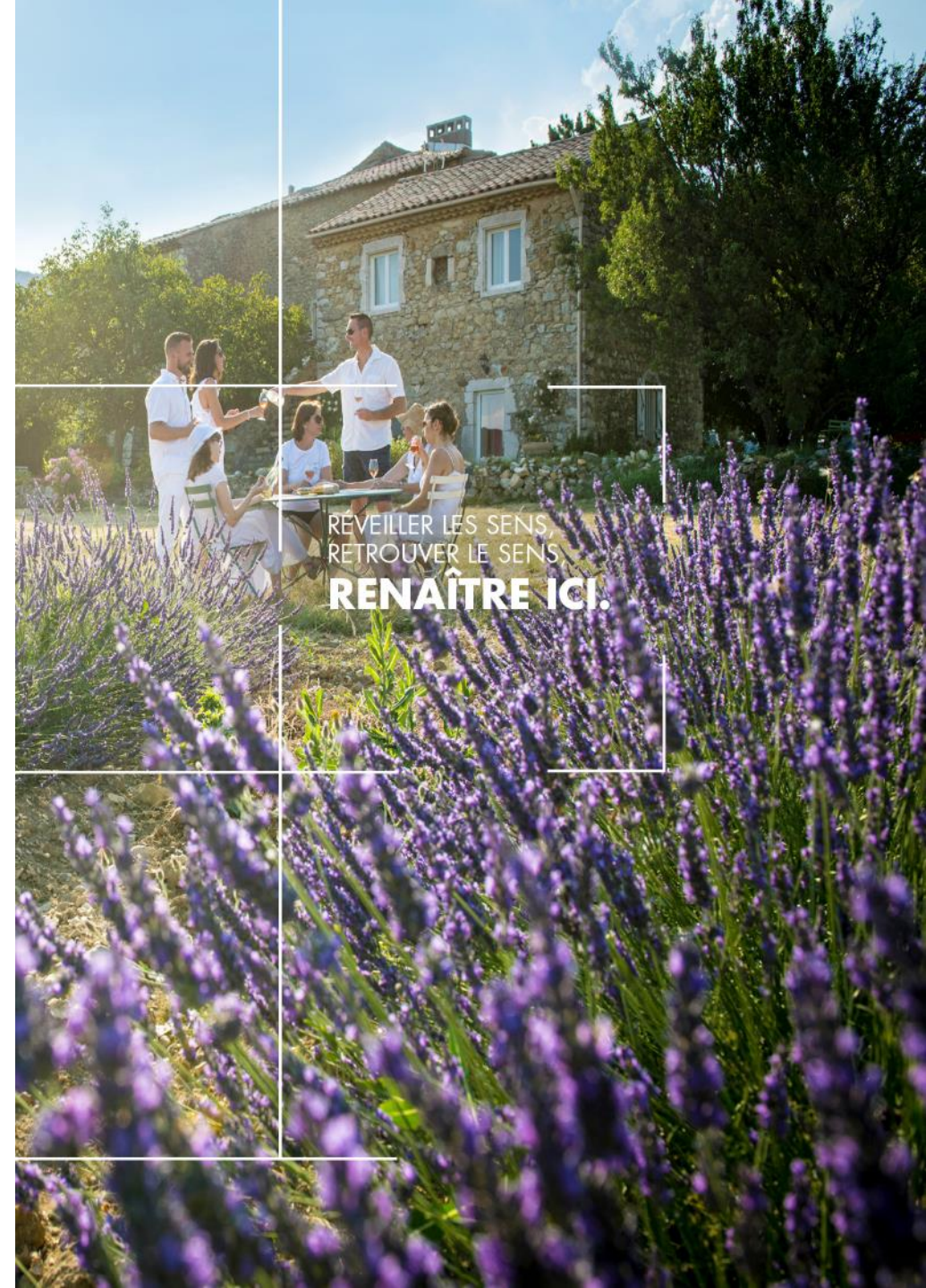
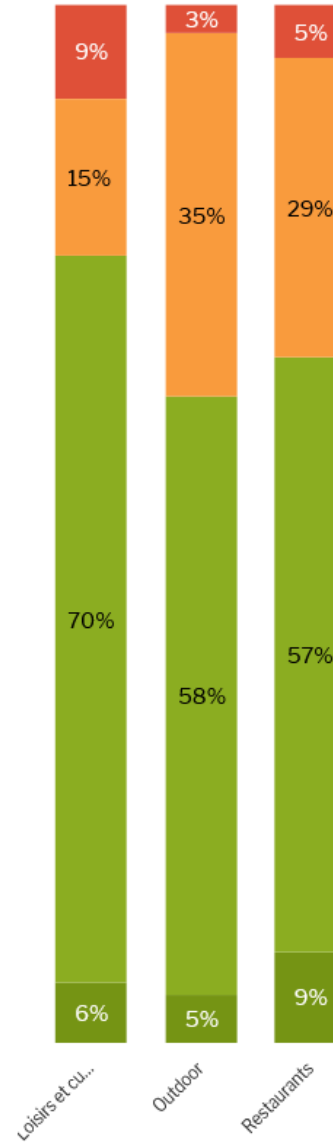
Prévisions été 2023

PAR CATEGORIE D'HEBERGEMENT



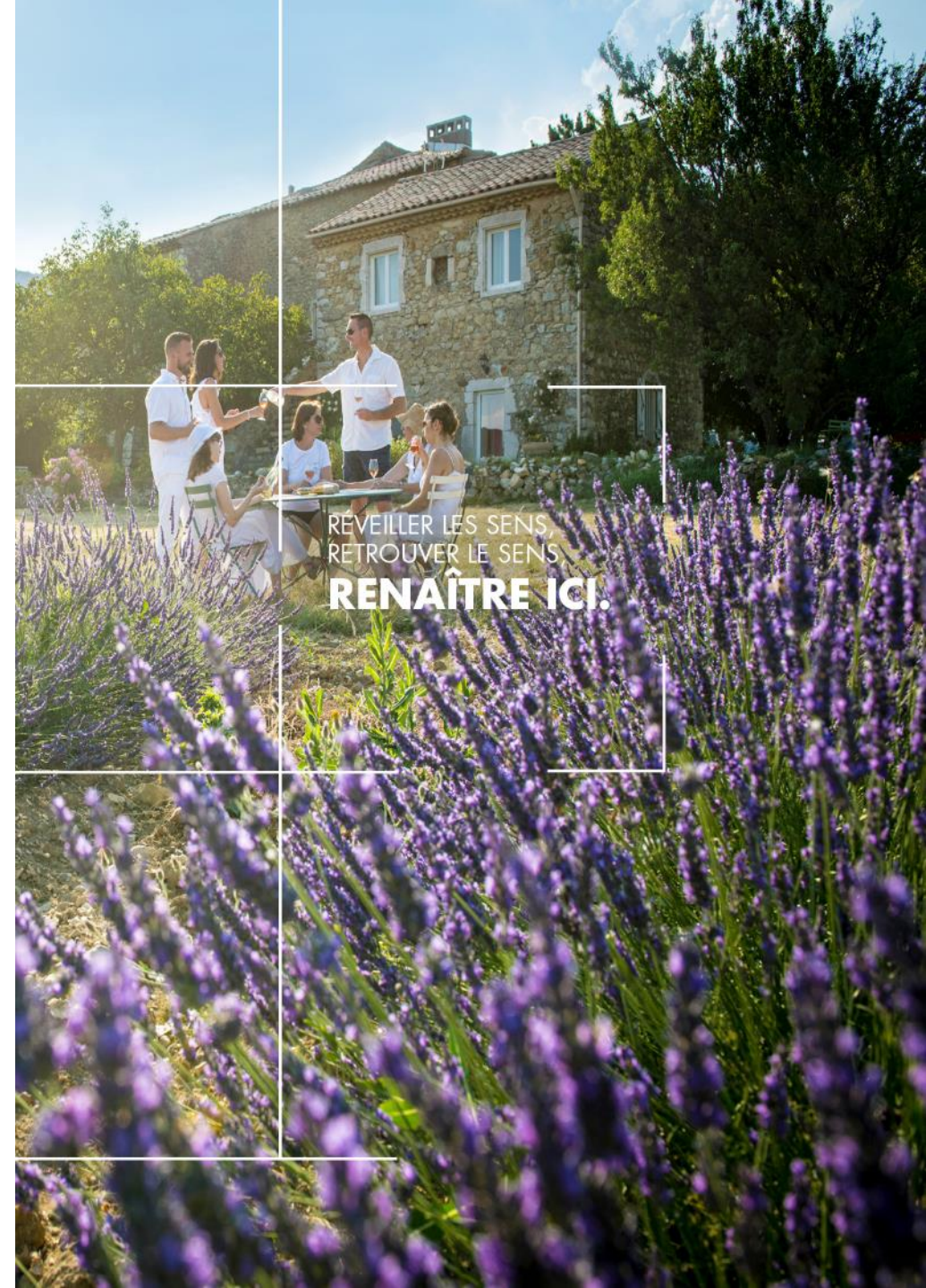
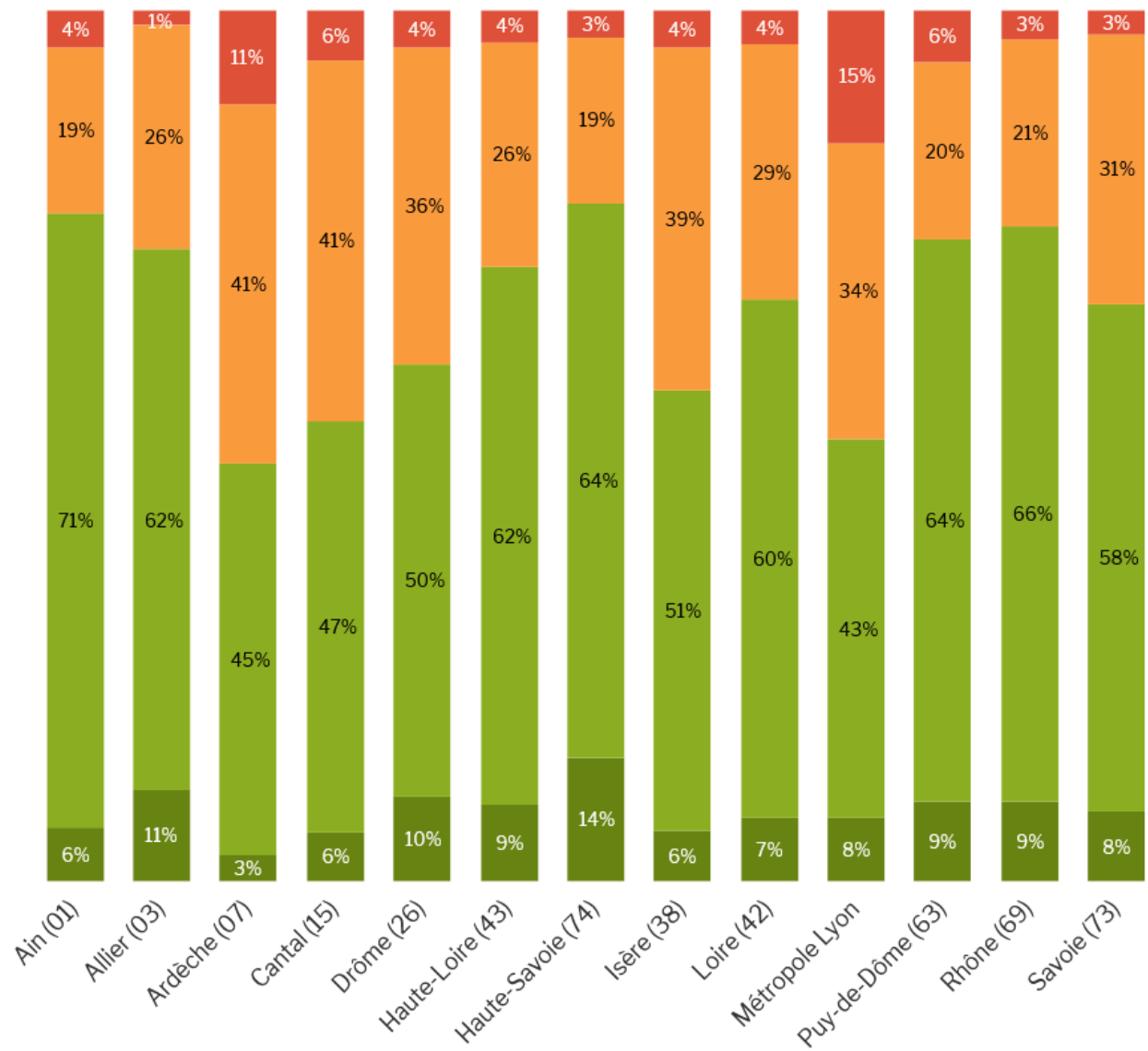
- Très mauvaise
- Mauvaise
- Bonne
- Très bonne

PAR CATEGORIE D'ACTIVITES



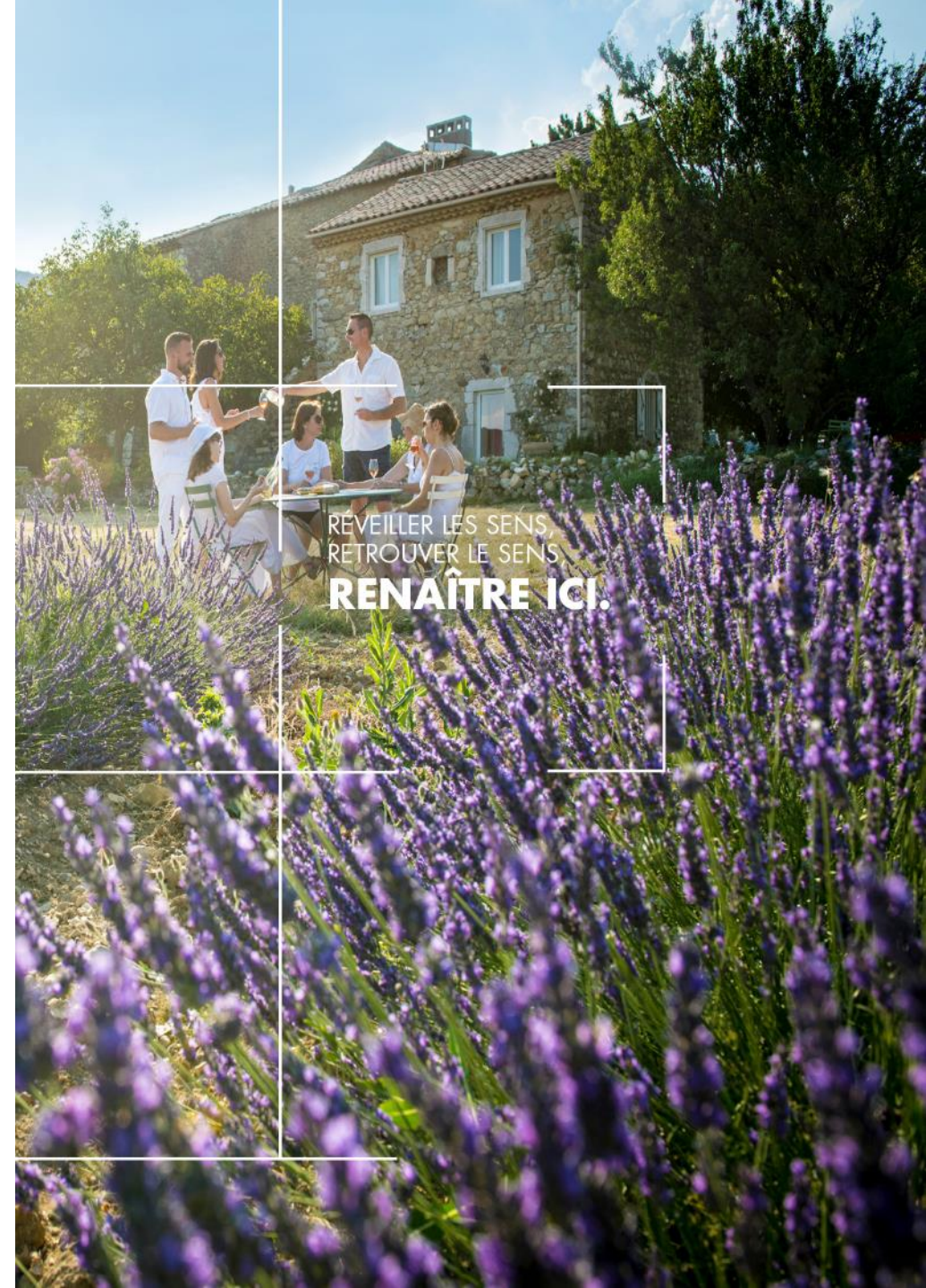
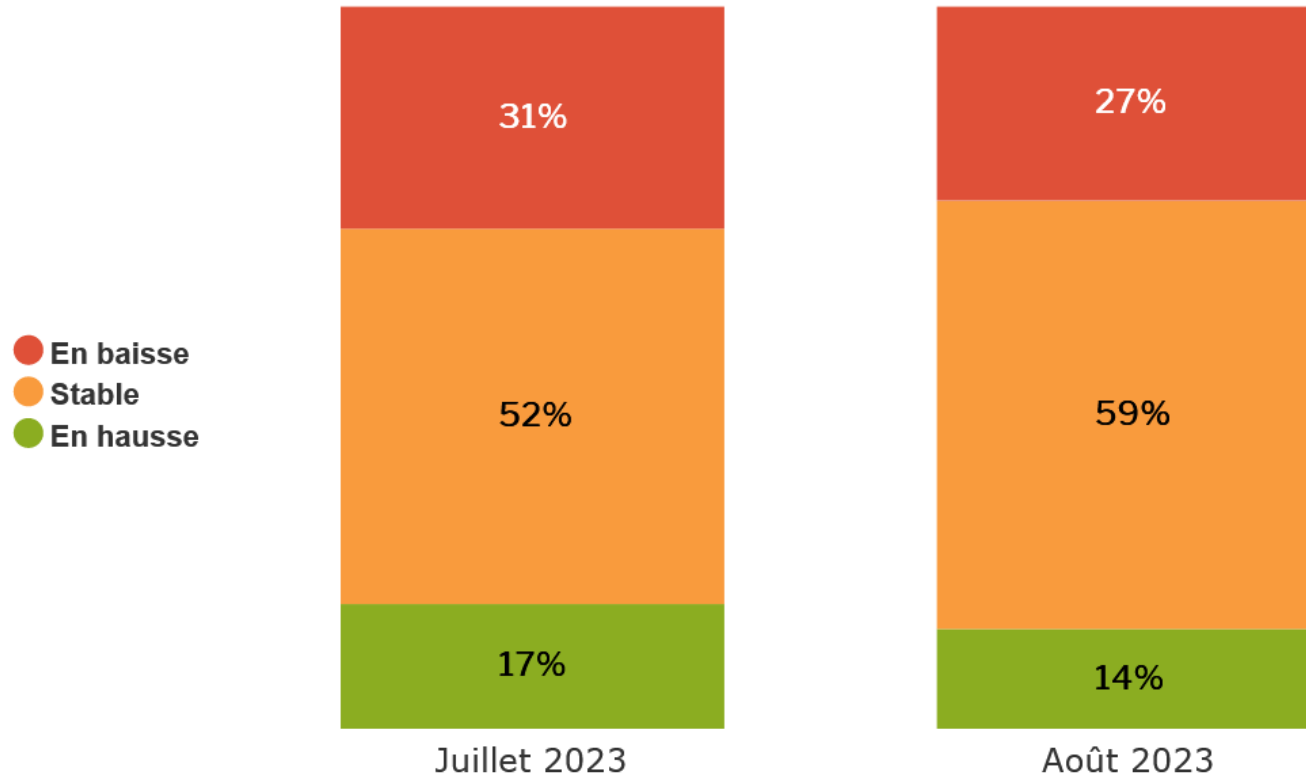
Prévisions été 2023

PAR DEPARTEMENT



Prévisions été 2023

Quelles sont vos perspectives de fréquentation pour le mois de juillet 2023 et le mois d'août 2023 ? ?



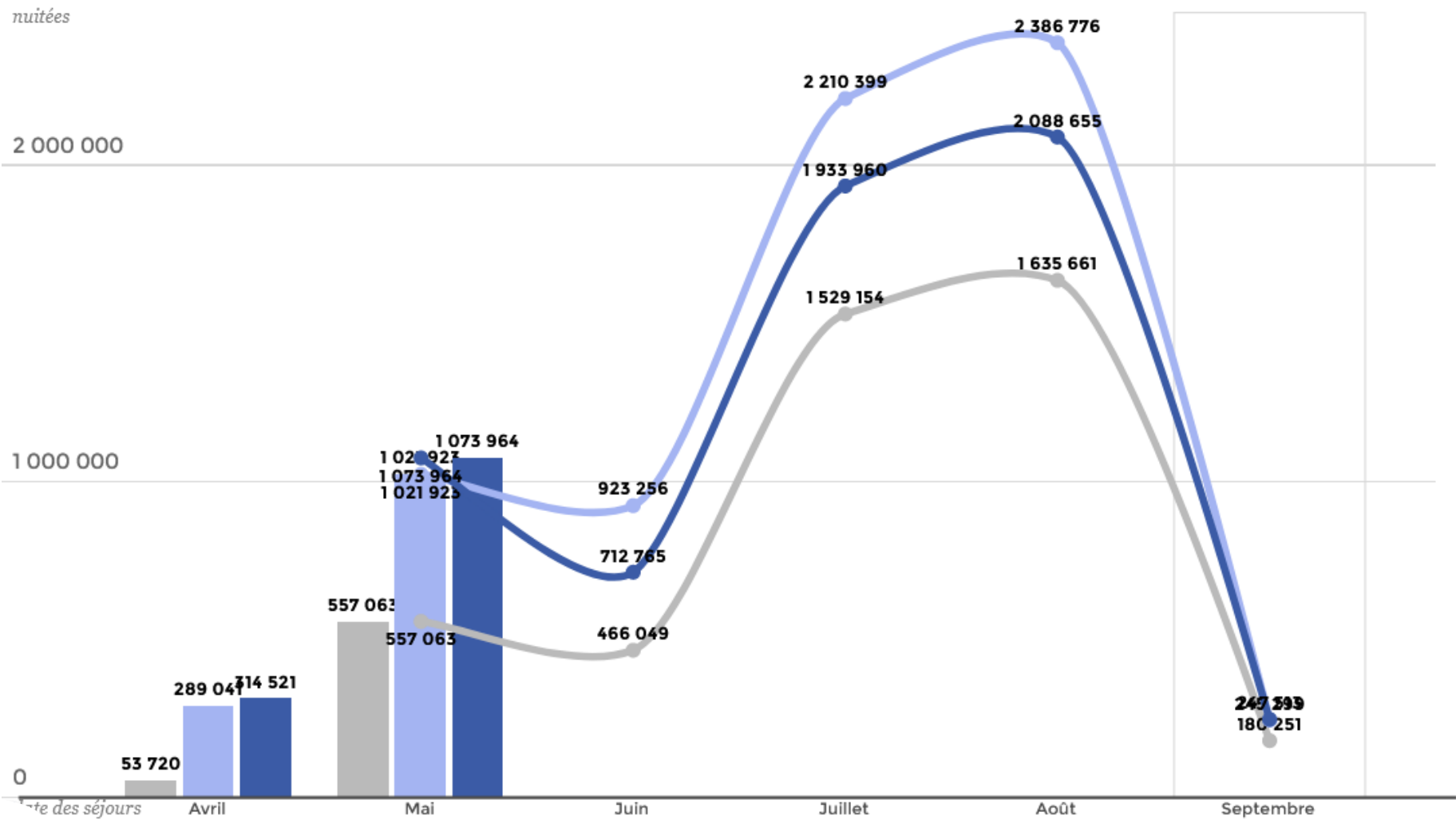
Prévisions été 2023

6 398 365

nuitées à date sur la saison 2023

-10 %

à date par rapport à 2022



Prévisions été 2023

73%

Ont prévu de partir
en vacances cet été



73% ▼-4

En France



23% ▲+4

A l'étranger

Prévisions été 2023

65% ▼-4 séjournent dans un hébergement payant

Location (gîte, meublé,
location de particulier à
particulier)

24%



Famille, amis

24%



Camping

16%



Hôtel

14%



Résidence
secondaire

8%

▲+2

Hébergement
collectif (résidence
de tourisme, village
vacances, auberge de
jeunesse)

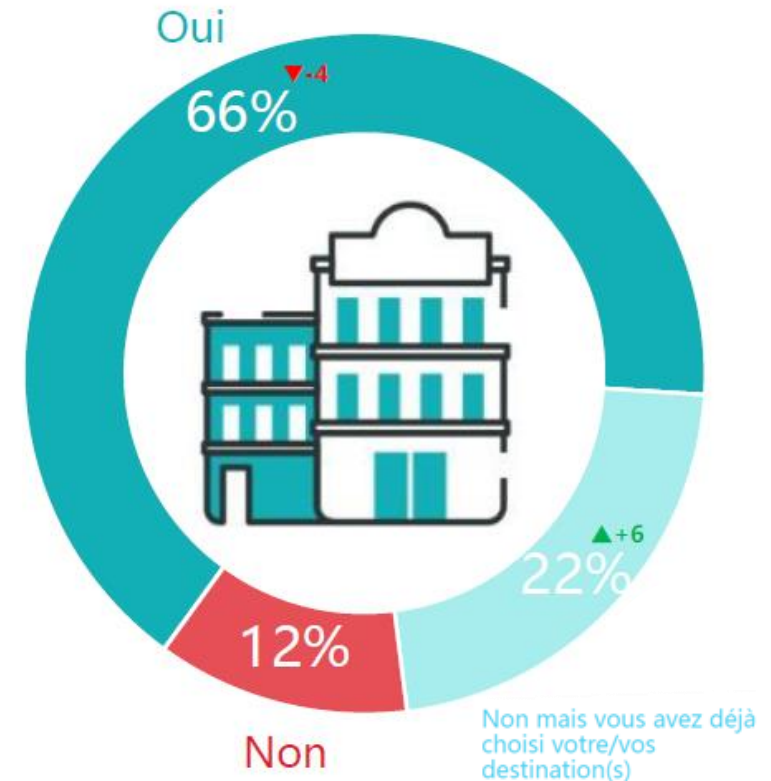
7%

Chambre d'hôtes

4%

Camping-
car/Van

2%



Prévisions été 2023

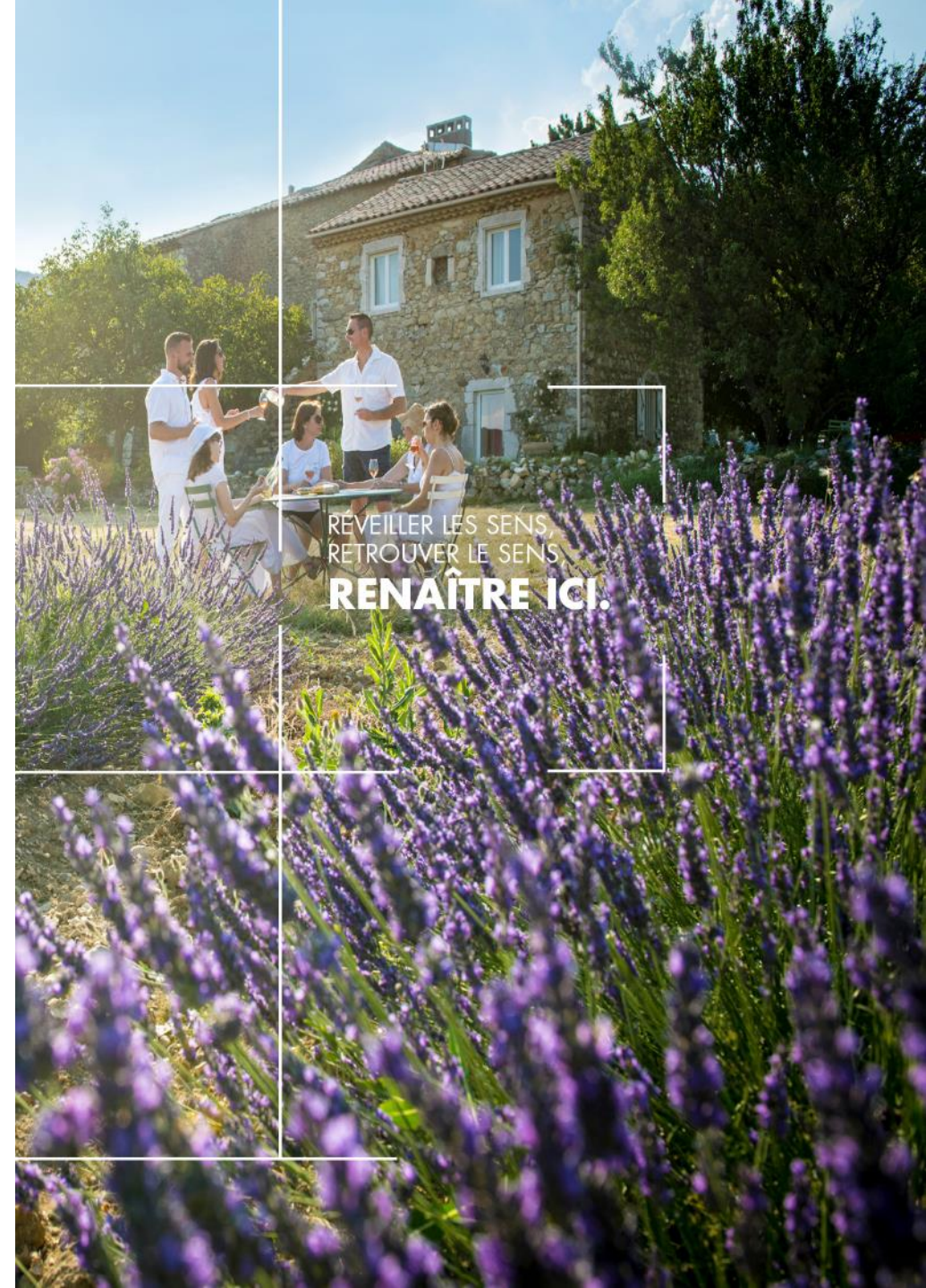
A ce jour, quelle est la part de vos clientèles internationales parmi vos réservations ?

Juillet 2023

19,1 %

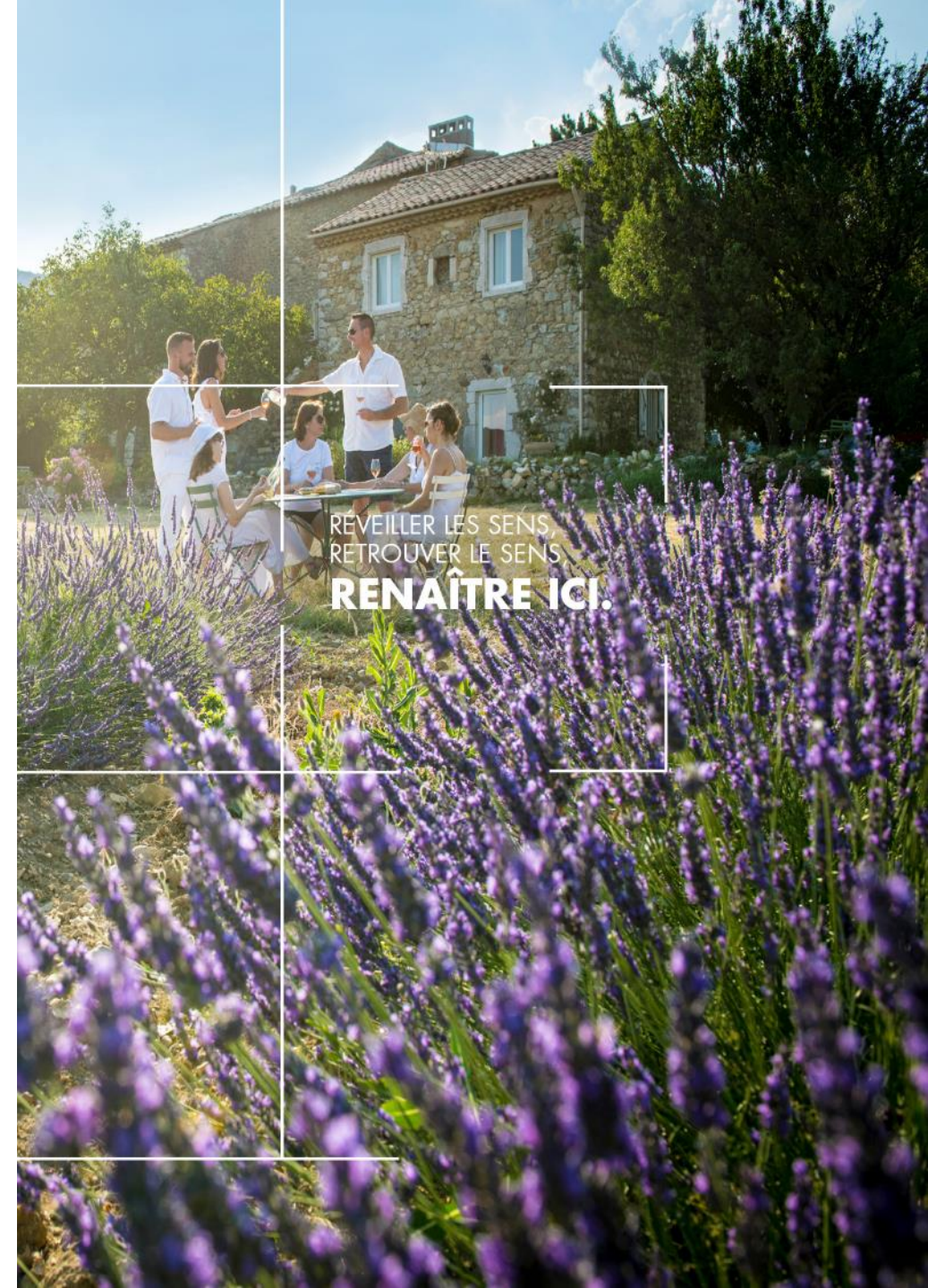
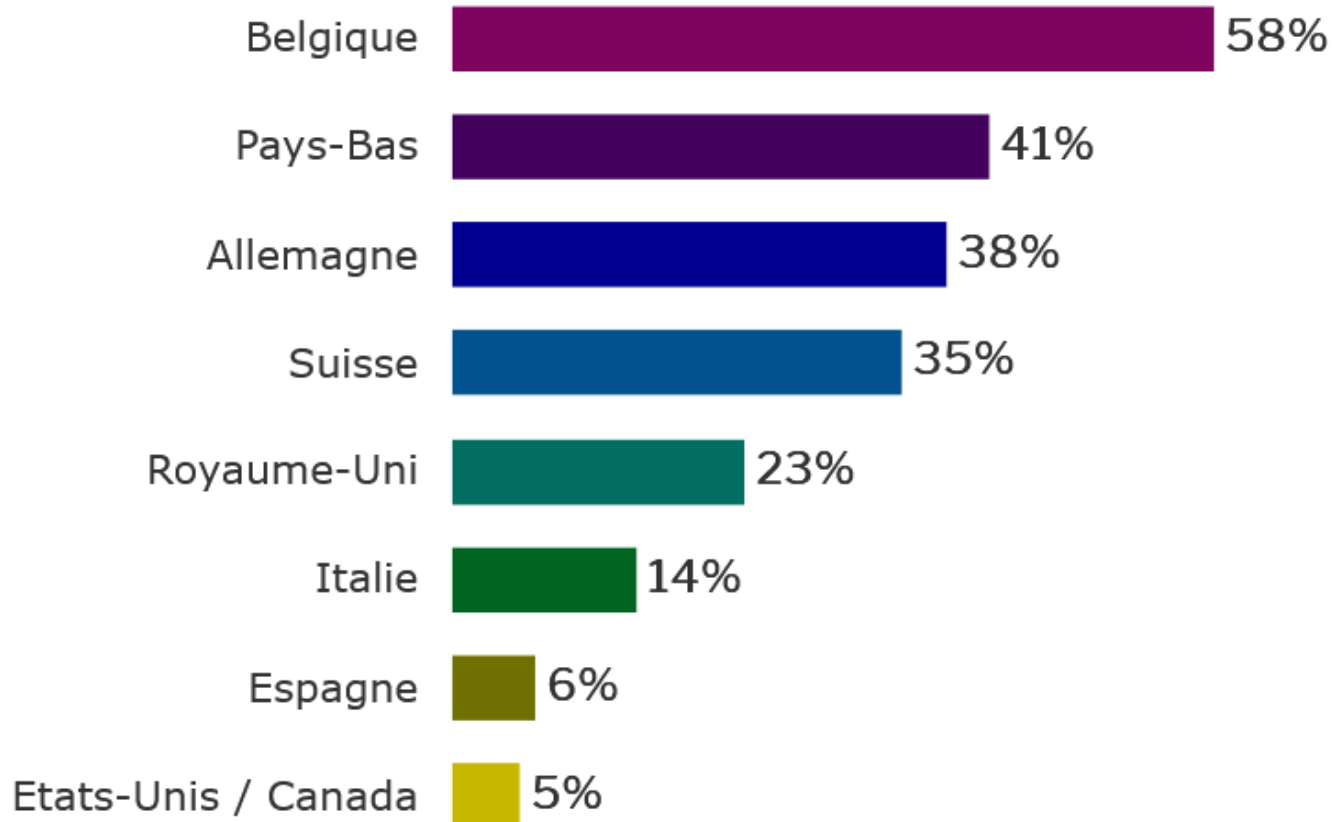
Août 2023

19,4 %



Prévisions été 2023

Quelles sont les nationalités étrangères pour lesquelles vous notez le plus de réservations ?



Prévisions été 2023

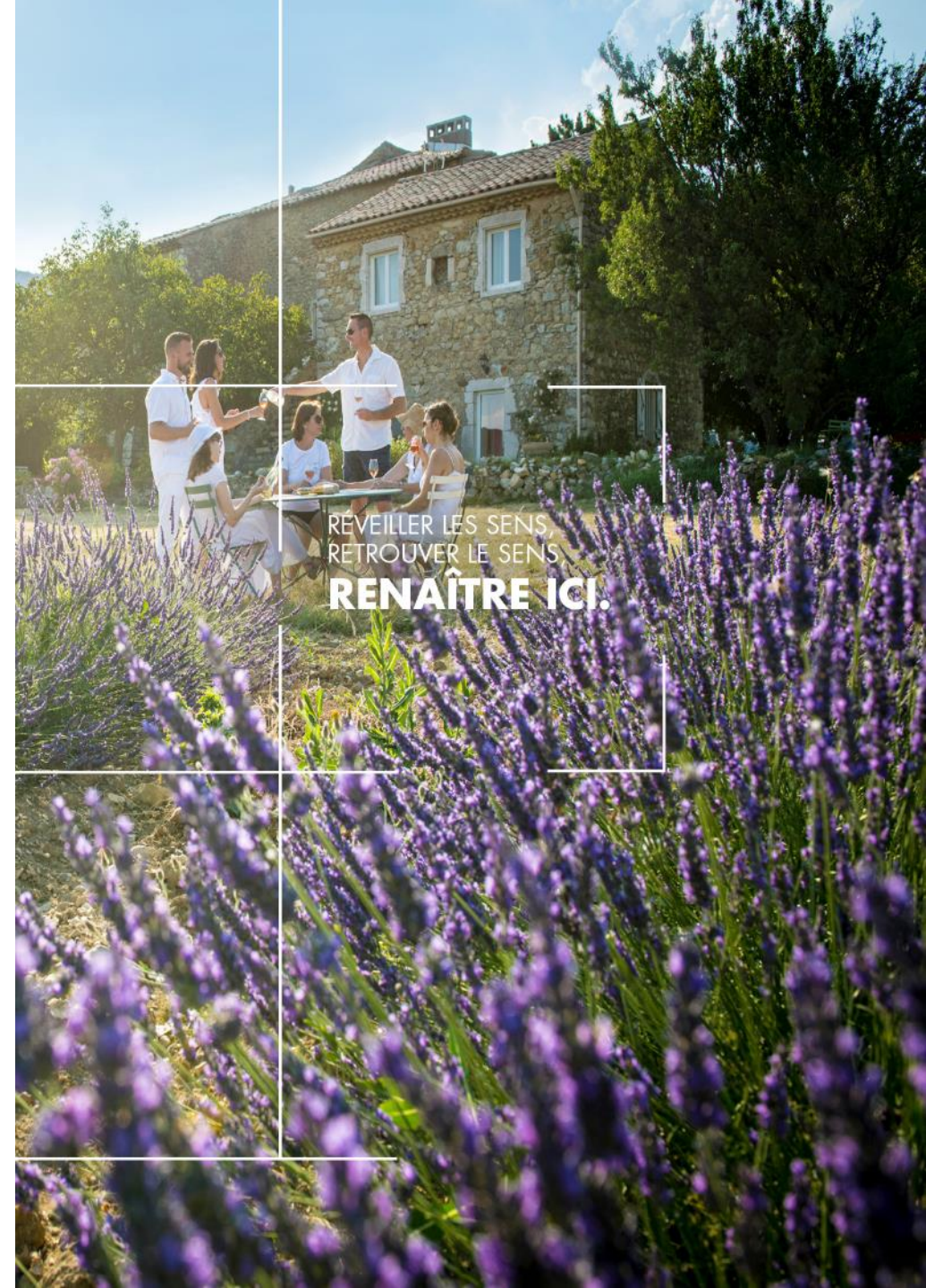
Parmi votre clientèle française, quelle est la part d'Auvergne-Rhône-Alpes ?

Juillet 2023

37,0 %

Août 2023

35,2 %



Prévisions été 2023

Avez-vous finalisé le recrutement de votre personnel saisonnier ?

Oui

Non



70%

Pourcentage

30%

Pourcentage

Avez-vous rencontré ou anticipez vous des difficultés de recrutement de votre personnel saisonnier pour la saison 2023 ?

Oui

Non

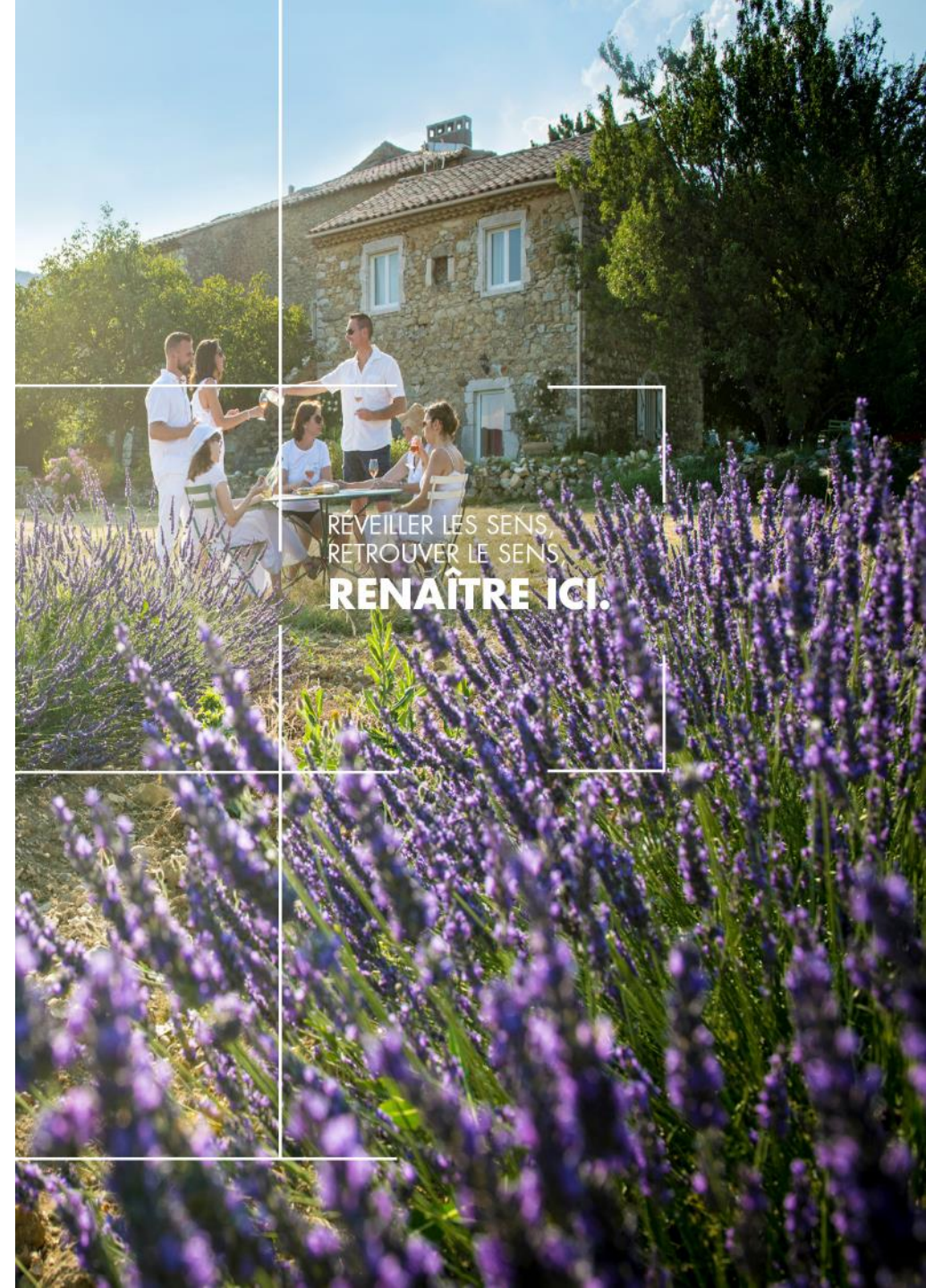


61%

Pourcentage

39%

Pourcentage



Prévisions été 2023



Au vu de vos réservations, le Tour de France 2023 (hommes et/ou femmes) va-t-il impacter votre activité ?

Oui

Non



16%

Pourcentage

84%

Pourcentage

Quel impact a-t-il sur vos réservations actuelles ?

Très favorable (hausse > +5%)  19%

Pourcentage

Favorable (hausse entre 0 et +5%)  58%

Pourcentage

Défavorable (baisse entre 0 et -5%)  12%

Pourcentage

Très défavorable (baisse > -5%)  12%

Pourcentage





RÉVEILLER LES SENS,
RETROUVER LE SENS,
RENAÎTRE ICI.



3 GRANDES TENDANCES

CATALYSÉES PAR LA CRISE SANITAIRE ET LES CONFINEMENTS



REVEILLER LES SENS,
RETROUVER LE SENS
RENÂÎTRE ICI.

La crise énergétique/économique est un nouvel accélérateur sociétal qui vient encore renforcer ces tendances de consommation.



DIGITAL



DURABILITÉ



SANTÉ/BIEN-ÊTRE



DIGITAL



MONTÉE EN EXPERTISE NUMÉRIQUE DE TOUTES LES GÉNÉRATIONS

D'après tous les experts du numérique, les 2 ans de crise covid ont permis de gagner au moins 5 ans en termes d'usages et d'appropriation des technologies.



DURABILITÉ



RECHERCHE D'UNE CONSOMMATION PLUS LOCALE ET BOOM DES MOBILITÉS DÉCARBONÉES

Entre crise sanitaire, rapports du GIEC et crise énergétique, tout converge vers une remise en cause des modèles de (hyper)consommation. Le développement durable et le tourisme durable deviennent une préoccupation majeure



SANTÉ/BIEN-ÊTRE



(RE)PRISE EN MAIN DE SA SANTÉ PHYSIQUE ET ÉMOTIONNELLE - EMPOWERMENT

En sortie de crise sanitaire, 7 Français sur 10 se déclarent plus stressés qu'avant ; 7 sur 10 font état d'un sommeil perturbé contre 40% avant ; 6 sur 10 ont pris du poids.



DIGITAL



INSTANTANÉITÉ RÉSERVATION EN ULTRA DERNIÈRE MINUTE

- MODULE DE RÉSERVATION EN LIGNE
- MESSAGERIE INSTANTANÉE
- AGENT CONVERSATIONNEL
- PLANIFICATEURS
- COMPARATEURS
- LIVE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET STREAMING

< 96% des Gen Z ont recours à des médias qui diffusent leurs contenus en streaming via smartphone >



PARCOURS CLIENT QUI MIXTE DE L'HUMAIN ET LE DIGITAL

- VISITES VIRTUELLES
- CHECK-IN ET CHECK-OUT SUR BORNES OU TÉLÉPHONE
- PAS DE CLEF MAIS RECONNAISSANCE FACIALE OU EMPREINTE
- CONCIERGERIE VIRTUELLE
- DOMOTIQUE
- TV CONNECTÉE
- PAIEMENT EN CRYPTOMONNAIE

< 32% des 18-25 ans possèdent des cryptomonnaies (contre 8% du total des Français ou 12% des moins de 35 ans) >



IMMERSIVITÉ RENFORCÉE AVEC L'ARRIVÉE DU WEB3

- VISITES AVEC HOLOGRAMME
- SIMULATEUR DE VOL DANS DES HÔTELS DE LA CHAÎNE ACCOR
- FORMATION, DIVERTISSEMENTS, ACTIVITÉS CULTURELLES ET VOYAGES DANS LES MÉTAVERS

< 25 % des gens passeront 1h par jour dans le métavers en 2026 >



DURABILITÉ



LA CLIENTÈLE VEUT CONSOMMER RESPONSABLE

- VALORISER LES CIRCUITS-COURTS
- BÉNÉFICIER AUX COMMUNAUTÉS LOCALES
- CONSTRUCTIONS ET MATÉRIAUX RESPONSABLES
- MESURER SES ÉMISSIONS DE CARBONE
- COMMUNIQUER SES PRATIQUES RESPONSABLES

< Le petit message laissé dans la salle de bain pour conserver la serviette et faire un geste responsable ne suffit plus, il faut plus de concret et de l'engagement de la part des prestataires >



LA CLIENTÈLE SE DÉPLACE DE PLUS EN PLUS RESPONSABLE

- VOITURE ÉLECTRIQUE ET HYBRIDE
- TRAIN (DE NUIT)
- VÉLO (ÉLECTRIQUE)
- PARCOURS ET POINTS D'INTÉRÊT ALTERNATIFS
- DÉPLACEMENT À LA DEMANDE
- BILLET UNIQUE
- DERNIER KM
- RAPPORT VISITEUR/VISITÉ

< Les mobilités décarbonées et à faible émissions sont aussi une opportunité d'améliorer l'expérience des clients :trains thématiques... >

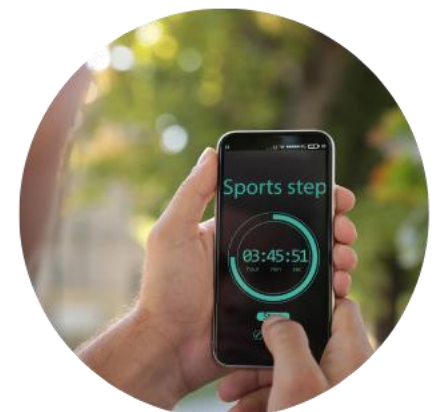


LA DEMANDE DE TOURISME DURABLE PROGRESSE

- TOURISME DOMESTIQUE
- TOURISME DE PROXIMITÉ
- STAYCATION (PARTIRICI.COM)

< En particulier la génération Z >

- 58% se disent influencés par la notion de développement durable à la réservation
- 71% souhaitent que leur argent profite aux locaux



SANTÉ/BIEN-ÊTRE



DÉCONNEXION EN NATURE

- ITINÉRANCE À PIED ET À VÉLO
- BUSHCRAFT (APPRENDRE À VIVRE 'LOW TECH' EN NATURE)
- BAINS DE FORÊT
- BIEN-ÊTRE THERMAL
- STAGES DÉTOX, MÉDITATION, YOGA...

< La crise sanitaire a permis de (ré)apprendre le plaisir d'être au contact de la nature >



REPOS DE QUALITÉ ET/OU VACANCES ACTIVES

- UN BON LIT, UNE BONNE TABLE, DES MATÉRIAUX NATURELS...
- UN MASSAGE, DES ESPACES BIEN-ÊTRE/PLAISIR, UNE SALLE DE SPORT...
- LA PRISE EN CHARGE DES ENFANTS
- DES LIEUX DE CONVIVIALITÉ, UNE AMBIANCE...

< 68% des Français privilégient des vacances plus courtes mais déconnectées du travail >



CONVERTIR L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE EN BÉNÉFICE SANTÉ

- FAIRE GAGNER LE CLIENT EN CONNAISSANCES, COMPÉTENCES, RÉFLEXIONS (PRÉVENTION SANTÉ)
- AMÉLIORER LA FORME PHYSIQUE ET/OU ÉMOTIONNELLE (BÉNÉFICES DE LA MONTAGNE)

< Les voyageurs veulent des expériences transformatrices qui leur permettent d'engager des changements significatifs et durables >

EXPÉDIA, BOOKING ET GOOGLE CONVERGENT SUR DES PRÉVISIONS 2023.

REVEILLER LES SENS,
RETROUVER LE SENS
RENAÎTRE ICI.

Durable

Expedia relève que 20% des hébergeurs déclarent avoir consenti des investissements "durables" en 2022 pour en faire (aussi) un élément supplémentaire de distinction par rapport à leurs concurrents.

Culture

Croissance de l'intérêt des voyageurs pour les villes à forte activité culturelle (festivals, musées...)



Proximité

Selon Google, il y a une progression de 24% des requêtes sur le thème de "Que faire autour de moi"



Nature

Recherche accrue de destinations rurales et Parcs avec la possibilité d'activités sport, découverte ...



2023



Bleisure

74% des voyageurs affaires sont ouverts au principe du voyage "mixte"



FACE À L'INFLATION, LES DERNIÈRES TENDANCES CONJONCTURELLES.

REVEILLER LES SENS,
RETROUVER LE SENS
RENAÎTRE ICI.



RAPPORT QUALITÉ-PRIX

DE L'ENSEMBLE DES
PRESTATIONS :
TRANSPORT,
HÉBERGEMENT, REPAS,
MAIS AUSSI ACTIVITÉS
SUR PLACE

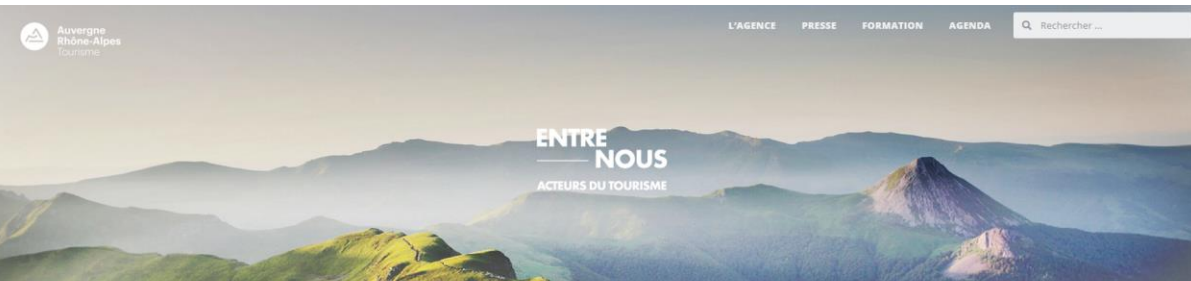


FAIRE D'UNE PIERRE-DEUX- COUPS

PROFITER D'UN VOYAGE
PROFESSIONNEL POUR
SUPPORTER UNE PARTIE
DE SES VOYAGES
D'AGRÉMENT



COMPARATEURS DE PRIX ET RÉSERVATION EN DIRECTE



Veille & tendances

De l'offre aux attentes clients, le secteur du tourisme ne cesse d'évoluer. Les professionnels du tourisme doivent rester attentifs : ces changements préfigurent souvent de nécessaires adaptations pour l'avenir de leurs métiers. Pour appréhender l'essentiel, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme vous propose une revue du web. La sélection d'articles proposée se concentre sur la mise en évidence de tendances, d'évolutions et d'innovations qui peuvent contribuer à mettre à la pointe acteurs, offres et territoires.

Choisissez une thématique ou consultez les articles d'analyses ci-dessous et restez au contact du changement, saisissez l'air du temps !

RDV SUR LE SITE PRO DE L'ART

pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com

Etudes

Chiffres clés

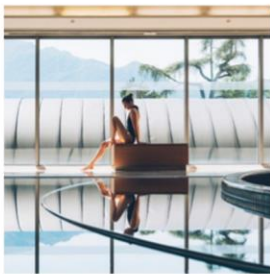
Veille



Digital & techno



Outdoor



Bien-être & santé



Hébergements



Tourisme responsable



Clientèles



Art de vivre



Mobilité

Les tendances touristiques 2023

LA CRISE SANITAIRE ET LES CONFINEMENTS ONT CATALYSÉ 3 GRANDES TENDANCES

Digital	Durable	Bien-être
 MONTÉE EN EXPERTISE DE TOUTES LES GÉNÉRATIONS	 ÊTRE ET CONSOMMER PLUS ÉCO-RESPONSABLE	 (RE)PRISE EN MAIN PHYSIQUE ET ÉMOTIONNELLE
- Module de réservation - Massagerie instantanée - Agencement conversationnel - Live sur les réseaux sociaux - Check-in et check-out sur bornes ou téléphone - Pas de clé mais reconnaissance faciale - Visites virtuelles	- Circuits courts - Bénéfice pour les communautés locales - Constructions et matériaux responsables - Valoriser ses pratiques responsables - Mobilités décarbonées - Partir moins loin	- Itinérance à pied et à vélo - Bushcraft (apprendre à vivre "low tech" en nature) - Bains de forêt - Bien-être thermal - Massage, salle de sport, ... - Stages detox, méditation, ... - Expériences transformatrices
SANS CONTACT	STAYCATION	REVENGE TRAVEL

EN 2023 DES COMPORTEMENTS SE RENFORCENT

 NATURE Recherche accrue de destinations rurales et Parcs naturels avec la possibilité d'activités sport, découverte	 PROXIMITÉ Progression de 24% des requêtes sur le thème de "Que faire autour de moi" (Google)
 CULTURE Intérêt croissant des voyageurs pour les villes à forte activité culturelle (festivals, musées...)	 BLEISURE 74% des voyageurs affaiblis sont ouverts au principe du voyage "mixte"

DURABLE
20% des hébergeurs déclarent avoir consenti des investissements "durables" en 2022 pour en faire (aussi) un élément supplémentaire de distinction par rapport à leurs concurrents (Expedia)

LA CRISE ÉNERGÉTIQUE/ÉCONOMIQUE EST UN NOUVEAU ACCÉLÉRATEUR DE TENDANCES

OUBLIER LES CRISES	CHOISIR LA SOBRIÉTÉ	MAÎTRISER SON BUDGET
 Se ressourcer, déconnecter Escapades de dernière minute Expériences hors du commun	 Transports doux et propres Hébergements durables Partir moins loin / Staycation	 Comparateurs de prix Réservation en direct Partir moins longtemps
REVENGE TRAVEL	PROXIMITÉ	BLEISURE

© AUVERGNE-RHÔNE-ALPES TOURISME - PÔLE ÉTUDES & DATA

MERCI

pour votre attention et place aux questions

Rdv fin août pour le bilan de l'été



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme