



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme

MÉMENTO DU TOURISME

# LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

- **3<sup>ème</sup> région** choisie par les touristes français en 2022 derrière l'Occitanie et la Nouvelle-Aquitaine
- **29%** de clientèle intrarégionale (+1,6 point / 2019)
- **55%** des nuitées en hébergement non marchand (parents, amis et résidences secondaires), retour à la moyenne de 2019



Consultez  
les résultats  
complets de  
l'analyse

# Méthodologie KANTAR

Suivi de la Demande Touristique Française - Champ : Touristes français de + 15 ans

## Principaux thèmes abordés par l'enquête SDT

- Le nombre de voyages, de nuitées, d'aller-retours touristiques
- Les caractéristiques des voyages, notamment le motif (personnel ou professionnel), la destination, le mode d'hébergement, le mode de transport
- Les dépenses associées.

## À retenir

**En 2022, avec 11,5% des nuitées françaises effectuées sur son territoire, Auvergne-Rhône-Alpes est la 3<sup>ème</sup> région choisie par les touristes français derrière l'Occitanie (12,3%) et juste derrière la Nouvelle-Aquitaine (11,6%).**

Entre 2019 et 2022, la baisse des nuitées touristiques françaises est de -9,6% ; ce chiffre comprend les nuitées touristiques françaises en France et celles effectuées dans les DOM TOM et à l'étranger. Avec une perte de -30%, ce sont les nuitées des Français à l'étranger qui ont été les plus impactées.

En Auvergne-Rhône-Alpes, entre 2019 et 2022, une diminution des nuitées françaises limitée à -1,1% est estimée, soit une meilleure performance que la moyenne nationale (-3,2%).

## Profil des touristes français (% des individus)

Âge de l'individu	Auvergne-Rhône-Alpes				France
	2019	2020	2021	2022	2022
15-24 ans	12,1%	15,3%	15,5%	14,9%	14,7%
25-34 ans	14,4%	15,3%	14,2%	12,9%	13,6%
35-49 ans	27,0%	25,5%	25,6%	25,5%	23,3%
50-64 ans	23,1%	22,4%	22,6%	22,2%	23,9%
65 ans et plus	23,4%	21,5%	22,2%	24,5%	24,6%

Profession et Catégorie Socioprofessionnelle (PCS) du chef de famille	Auvergne-Rhône-Alpes				France
	2019	2020	2021	2022	2022
Agriculteur	1,5%	1,2%	0,9%	1,4%	1,3%
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	6,0%	4,8%	4,4%	5,3%	5,6%
Cadre, profession libérale	19,3%	20,3%	19,8%	20,1%	15,5%
Profession intermédiaire	19,6%	19,5%	19,2%	17,6%	17,0%
Employé	9,2%	9,5%	10,3%	7,7%	10,0%
Ouvrier	13,3%	15,3%	15,2%	15,2%	17,1%
Inactif (dont retraité)	31,2%	29,5%	30,2%	32,7%	33,4%

## Région de provenance (millions de nuitées)

	2019	2020	2021	2022	Évolution 2019/2022
<b>Auvergne-Rhône-Alpes</b>	<b>32,0</b>	<b>29,5</b>	<b>32,7</b>	<b>34,0</b>	<b>+6,2%</b>
Bourgogne-Franche-Comté	5,5	3,8	4,7	5,5	+0,3%
Bretagne	3,0	2,3	3,1	2,8	-7,4%
Centre-Val de Loire	3,6	3,7	3,8	3,4	-6,1%
Corse	0,2	0,1	0,2	0,1	-49,8%
Grand Est	8,4	6,5	6,2	6,4	-23,3%
Hauts-de-France	8,2	8,0	6,7	7,6	-8,1%
Île-de-France	24,2	25,2	26,6	25,8	+6,6%
Normandie	5,2	4,2	3,8	4,8	-8,6%
Nouvelle-Aquitaine	5,0	4,2	4,1	4,5	-9,0%
Occitanie	7,5	6,0	6,3	7,0	-7,4%
Pays de la Loire	3,9	3,7	4,1	4,5	+15,1%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	9,0	7,9	8,7	10,0	+10,6%

## Composition des ménages (millions de nuitées)

	2019	2020	2021	2022	Évolution 2019/2022
<b>Ménages sans enfant</b>	<b>82,9</b>	<b>75,5</b>	<b>81,1</b>	<b>87,3</b>	<b>+5,3%</b>
1 adulte seul	31,2	28,6	31,5	33,2	+6,3%
2 adultes	43,0	36,1	38,7	41,7	-3,2%
3 adultes ou plus	8,7	10,7	10,8	12,5	+43,2%
<b>Ménages avec enfant(s)</b>	<b>33,1</b>	<b>29,8</b>	<b>29,8</b>	<b>29,1</b>	<b>-12,0%</b>
1 adulte et 1 ou des enfants	3,6	3,1	3,0	3,8	+6,8%
2 adultes et 1 enfant	7,3	6,1	7,4	7,1	-2,8%
2 adultes et 2 enfants	10,1	9,5	9,1	8,5	-15,8%
2 adultes et 3 enfants ou plus	4,6	4,1	3,9	3,0	-34,8%
3 adultes ou plus avec des enfants	7,5	7,2	6,4	6,6	-12,0%

## À retenir

**La part des jeunes adultes s'est accrue :** les moins de 24 ans qui représentaient 12,1% des individus en 2019, ont gagné 3 points, au contraire les plus de 65 ans ont légèrement diminué leur part. Une clientèle jeune, qui selon une enquête Alliance France Tourisme, souhaite augmenter son nombre de départs en vacances pour les trois années à venir. La France et le voyage de proximité demeurent leur priorité pour les voyages à venir dans les trois prochaines années.

**Auvergne-Rhône-Alpes s'est toujours distinguée par une part supérieure de cadres et professions libérales** (+4,6 points par rapport à la moyenne nationale). Ceci s'explique d'une part par la clientèle intrarégionale, avec des villes comme Lyon et Grenoble qui par leur industrie attirent plus de diplômés ; mais également par la saison hiver, en station cette part s'élève à 28%. Entre 2019 et 2022, on note une diminution sensible des professions intermédiaires (-2 points), des employés (-1,5) et a contrario une progression des ouvriers (+1,9) et des inactifs (+1,5).

**Avec 34 millions de nuitées en 2022, la clientèle de proximité reste notre première clientèle et représente 29,2% de part de marché.** Depuis 2019 son nombre de nuitées a progressé de +6%. **Entre 2019 et 2022, la clientèle francilienne (22,2% des nuitées),** a gagné 1,6 million de nuitées, soit une progression de +7%. **Sur la période, des clientèles chutent et seront à reconquérir,** notamment celles du Grand-Est (-23% de nuitées entre 2019 et 2022), la Normandie et la Nouvelle-Aquitaine (-9% toutes deux), les Hauts-de-France (-8%), l'Occitanie et la Bretagne (-7% toutes deux).

Autre point remarquable, la fréquentation des ménages sans enfants qui représente désormais 75% des nuitées, soit une progression de 5% entre 2019 et 2022. Cette proportion est également observée en France, à hauteur équivalente (76%). Dans cette catégorie, notons plus particulièrement les groupes de 3 adultes et plus, les amis qui partent ensemble, en progression de +43%. A contrario, les ménages avec enfants diminuent leurs nuitées de -12% en moyenne.

## Comportement des touristes français

Activités (en % de séjour)	Auvergne-Rhône-Alpes 2019	Auvergne-Rhône-Alpes 2022	France 2022
<b>Activités sportives</b>	<b>49%</b>	<b>49%</b>	<b>39%</b>
Dont randonnée pédestre	28%	32%	27%
Dont sports d'hiver	13%	12%	3%
Dont vélo, VTT	4%	5%	6%
Dont bateau	2%	1%	2%
Dont alpinisme, canyoning, escalade, spéléo, via ferrata	1%	1%	1%
Dont golf	1%	1%	1%
<b>Activités culturelles</b>	<b>47%</b>	<b>44%</b>	<b>52%</b>
Dont visite de ville	31%	31%	38%
Dont visite de marché, foire, brocante	20%	19%	23%
Dont visite de musées, d'expositions, de monuments, de sites historiques	14%	13%	16%
Dont gastronomie, œnologie (visite de caves, dégustation)	7%	7%	8%
Dont festival, concert, théâtre, manifestation culturelle	5%	4%	5%
Dont visite d'entreprise en activité	2%	1%	1%
<b>Activités de loisirs</b>	<b>16%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>
Dont piscine et parc aquatique	9%	7%	7%
Dont parc de loisirs ou animalier	4%	4%	6%
Dont cinéma, bowling, patinoire	5%	3%	3%
<b>Découverte de la nature</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>20%</b>
Dont visite de sites et d'espaces naturels protégés	12%	15%	13%
Dont observation de la faune et la flore	15%	12%	12%
<b>Autres activités</b>	<b>57%</b>	<b>52%</b>	<b>56%</b>
Dont lecture	34%	33%	32%
Dont bricolage, jardinage	11%	9%	10%
Dont baignade, plage	8%	7%	17%
Dont thalassothérapie, balnéothérapie, thermalisme	3%	3%	2%
Dont pêche	1%	1%	2%
Dont jeux d'argent	2%	1%	1%
<b>Aucune activité</b>	<b>13%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>

Environnement choisi en millions de nuitées	2019	2020	2021	2022	Évolution 2019/2022
Rural	17,3	14,7	17,3	17,2	-0,6%
Moyenne Montagne	17,1	19,1	17,7	18,0	+5,2%
Urbain	40,1	35,7	43,5	42,3	+5,5%
Montagne Station	41,6	35,9	32,4	39,0	-6,2%

Modes d'hébergement en millions de nuitées	2019	2020	2021	2022	Évolution 2019/2022
Hôtel	8,2	6,3	7,0	8,5	+3,2%
Camping	7,3	6,3	7,3	7,4	+1,9%
Location, Gîte rural et chambre d'hôtes	26,8	22,4	22,6	24,3	-9,2%
Résidence secondaire du foyer	14,5	14,4	13,9	16,1	+10,8%
Chez un membre de la famille	39,1	35,6	38,4	36,5	-6,5%
Chez des amis	8,4	9,1	10,5	9,9	+18,5%
Autre hébergement payant	9,7	9,1	9,4	11,8	+20,7%
Autre hébergement non payant	2,0	2,1	1,8	2,0	+0,3%
<b>Sous-total Marchand</b>	<b>52,1</b>	<b>44,1</b>	<b>46,4</b>	<b>52,0</b>	<b>-0,1%</b>
<b>Sous-total Non Marchand</b>	<b>63,9</b>	<b>61,2</b>	<b>64,5</b>	<b>64,4</b>	<b>+0,7%</b>

Modes de transport % de séjours	2019	2020	2021	2022
Voiture	82,9%	85,1%	84,1%	81,7%
Camping-car	1,6%	1,9%	2,0%	1,7%
Autocar	1,5%	1,0%	0,6%	1,6%
Train	12,4%	11,0%	12,2%	14,1%
Avion	1,0%	0,7%	0,5%	0,7%
Autre	0,6%	0,2%	0,4%	0,3%

## À retenir

**2022 signe le retour à la normale pour les hébergements marchands. Les établissements hôteliers et les campings rattrapent voire dépassent le niveau de 2019. Les nuitées non marchandes représentent 55% de la fréquentation annuelle régionale (contre 58% en France). On notera en 2022, des évolutions divergentes entre les nuitées dans la famille qui diminuent de 7% et les nuitées chez les amis qui ont progressé de +18% par rapport à 2019.**

**Le secteur de l'hébergement comme celui de la restauration s'est sérieusement remis en question, pour faire face à la crise traversée en 2020/2021.**

Deux tendances ont nécessité une expertise poussée :

Les attentes des clients en termes de réassurance sanitaire qui ont favorisé la digitalisation du parcours client et la technologie sans contact.

Les difficultés d'embauche qui ont accéléré les réflexions sur la question du remplacement de certains services humains par la technologie, les questions sensibles liées au développement durable, etc.

**En 2022, avec 48,9% des nuitées régionales, la montagne est le premier espace visité en Auvergne-Rhône-Alpes.** On distingue l'espace stations de montagne (33,5% des nuitées annuelles) dont le modèle économique est très dépendant des activités neige, des stations de moyenne montagne (15,4% des nuitées) plus proche du modèle du « tourisme vert ». En 4 ans, on note une baisse de la fréquentation de l'espace montagne station, au profit de la moyenne montagne et des villes de la région.

**Avec 32% des séjours qui donnent lieu à cette pratique, la randonnée est la première activité pratiquée en Auvergne-Rhône-Alpes. Elle progresse de +4 points par rapport à 2019. Cette pratique encouragée en période de confinement voit son engouement se confirmer.** Ses bienfaits sont nombreux : se promener dans la nature permettrait entre autres, de réduire le rythme cardiaque, la pression artérielle, le stress et l'anxiété.

Outre ses qualités thérapeutiques, la beauté de la nature est un atout concurrentiel de notre région. Elle permet de décliner des activités aussi bien sportives (sports d'hiver, vélo, baignade) que contemplatives (observation de la faune et de la flore, visite d'espaces naturels protégés).



**Les activités culturelles sont présentes dans 44% des séjours.** Une thématique large qui comprend aussi bien la visite des villes (31%), que les musées (13%), la gastronomie et l'œnotourisme (7%), etc. Pour répondre à cette clientèle, Auvergne-Rhône-Alpes peut s'enorgueillir d'une offre de qualité : 138 musées de France, 22 Villes et Pays d'Art et d'Histoire et 4 900 monuments historiques.

**En 2022, on note un fléchissement de la part de la voiture (-1 point / 2019) au profit du train qui gagne 1,7 point.** Le train est encore l'apanage des jeunes et des voyageurs professionnels qui se rendent en ville. Pour les familles, le choix de la voiture s'impose encore pour des raisons de coût (évite les billets multiples) et de commodité (bagages et charges, mobilité sur place, ...). Notons que ces ratios ne prennent en compte les transports pour se rendre sur place.

**Sur place, on note en effet une offre touristique accélérée par deux facteurs :**

Technologique : les Vélos à Assistance Électrique ont facilité l'accès de la montagne à un plus grand nombre. En 2022, le marché a établi un nouveau record avec 738 000 exemplaires vendus, soit deux fois plus qu'en 2019.

Comportemental : le souhait de pratiquer des activités de plein air post-covid a accéléré un phénomène présent sur nos destinations.

Ces attentes de consommateurs trouveront une réponse en Auvergne-Rhône-Alpes qui totalise 2 639 km de véloroutes.