

LA VIE EN RELIEF



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Le tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes

- Avec une fréquentation de plus de 285 millions de nuitées touristiques annuelles et plus de 24,2 milliards d'euros en 2024 de consommation touristique, **Auvergne-Rhône-Alpes est la 1^{re} région touristique de France pour la clientèle française.**
- L'activité touristique génère en moyenne plus de **250 000 emplois** directement liés aux activités touristiques et produit plus de **1,9 milliard d'euros d'investissements touristiques** (Source Atout France 2023) au profit des équipements, des aménagements, du million de lits touristiques marchands.
- La région Auvergne-Rhône-Alpes, classée dans le top des régions touristiques européennes, est également la **1^{ère} région mondiale pour les sports d'hiver et les activités outdoor**. Avec des destinations emblématiques comme les Alpes Françaises, Lyon, la vallée du Rhône et la Vallée de la Gastronomie ou encore les volcans d'Auvergne, la région bénéficie d'une activité touristique sur les 4 saisons.

1^{re} 
RÉGION
TOURISTIQUE
de France

250 000 
EMPLOIS
liés aux activités
touristiques

24,2 
MILLIARDS €
de consommation
touristique

1^{re} 
RÉGION
MONDIALE
pour les sports d'hiver
& activités outdoor



LA VIE
EN
RELIEF



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Chiffres clés 2025

24,2 
MILLIARDS D'EUROS
de consommation
touristique

251 190 
EMPLOIS TOURISTIQUES

1,9 
MILLIARD D'EUROS
d'investissements
touristiques annuels

 **285**
MILLIONS
DE NUITÉES

 **28%**
DE NUITÉES
INTERNATIONALES
dans les hébergements
marchands

31,6% 
DES NUITÉES
FRANÇAISES
réalisées par les habitants
d'Auvergne-Rhône-Alpes

 **40,1%**
DES NUITÉES
FRANÇAISES
réalisées en hébergement
marchand

1^{re}
région
touristique
pour la clientèle
française



Chiffres clés - repères

PART DU TOURISME
dans le **PIB régional**

8,7% 
(données 2024)

+ 6% 
PLUS FORTE
PROGRESSION
régionale en France
de fréquentation dans
les hébergements
marchands
entre 2019 et 2024

2^e  **RÉGION**
en termes de
consommation
touristique
en 2024

80% 
DE L'ÉCONOMIE
des stations
de montagne
en France

2^e  **RÉGION**
en termes de
fréquentation
dans les
hébergements
marchands
en 2024

3^e  **RÉGION**
en termes
d'offres de lits
touristiques
en 2024



Présentation d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme



Fabrice Pannekoucke,

Président de la Région
Auvergne-Rhône-Alpes

Président d'Auvergne-Rhône-
Alpes Tourisme



Les missions

Sous convention d'objectifs avec la Région Auvergne-Rhône-Alpes, **l'Agence Régionale du Tourisme est une plateforme de services au profit des acteurs régionaux** qui agit dans 6 domaines d'expertise :

- les études et la qualification de l'offre,
- la professionnalisation des acteurs,
- la production et la mise en marché,
- la stratégie digitale et l'innovation,
- la communication et la presse,
- les marchés et la distribution.



© P. Joyet

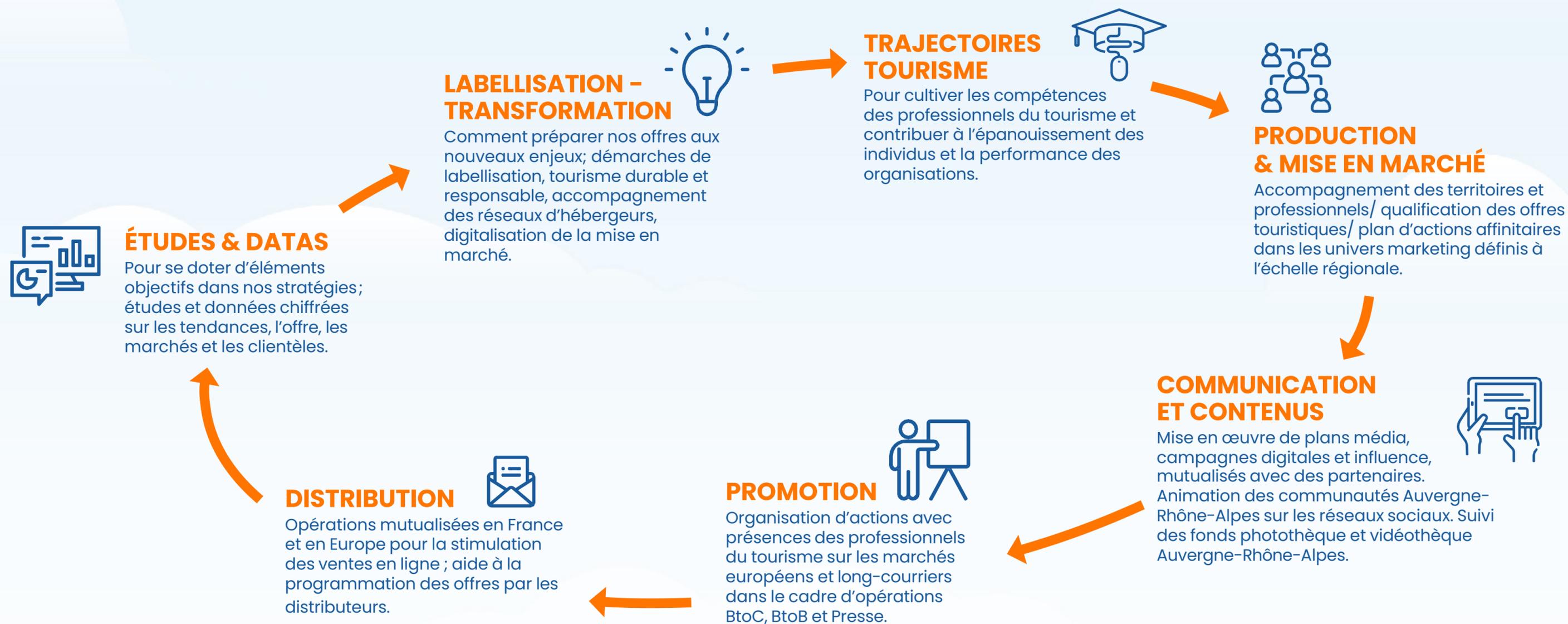


LA VIE
EN
RELIEF



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Un travail collectif avec les professionnels du tourisme



La labellisation RSE : 30 engagements de progrès

Ces 7 thèmes sont traités ensemble, et évoluent parallèlement sans ordre défini

VISER LE DÉVELOPPEMENT LOCAL ET L'INTÉRÊT GÉNÉRAL

- 29 - Soutenir les ESAT dans leurs actions.
- 30 - Agir en faveur du droit et de l'accessibilité aux vacances.

RESPECTER LES INTÉRÊTS DES CONSOMMATEURS

- 25 - Accroître le tourisme de proximité en faveur des habitants.
- 26 - Amplifier la stratégie régionale handitourisme, pour valoriser encore plus systématiquement des offres accessibles aux personnes en situation de handicap dans nos actions.
- 27 - Mettre en place un plan d'action et de communication, en faveur de la prévention des risques pour la santé et sécurité liée aux activités touristiques de montagne.
- 28 - Amplifier et promouvoir la culture de l'innovation au sein de l'entreprise.

DÉVELOPPER L'ÉTHIQUE DANS LES RELATIONS D'AFFAIRES

- 23 - Rédiger une charte de déontologie incluant la compliance et l'utilisation de l'IA.
- 24 - Élaborer nos propres conditions générales de vente pour clarifier et harmoniser les conditions de participation, d'engagement et de réglementation.

METTRE EN PLACE UNE GOUVERNANCE RESPONSABLE

- 1 - Définir et rédiger nos valeurs d'entreprise et notre RAISON D'ÊTRE avec nos collaborateurs, pour encore mieux inspirer et guider nos actions quotidiennes.
- 2 - Partager notre politique RSE de manière proactive, afin de stimuler un engagement collectif parmi nos employés et avec les acteurs de notre écosystème.
- 3 - Renforcer notre collaboration avec les acteurs de la formation et de l'emploi.
- 4 - Proposer la participation en tant qu'observateur, d'un membre du Comité Social et Économique (CSE) de l'ART aux instances décisionnelles de la structure.

RESPECTER LES DROITS DES PERSONNES

- 5 - Créer une procédure de lanceur d'alerte.
- 6 - Vérifier que tous les prestataires collectant, traitant ou hébergeant des données personnelles (RH ou de tiers) sont conformes au RGPD.
- 7 - Sensibiliser régulièrement l'ensemble des personnels supports et front office, aux principales obligations et bonnes pratiques RGPD et cybersécurité.

DÉVELOPPER DES RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL RESPONSABLES

- 8 - Investir dans le développement professionnel des managers, pour construire un management toujours plus cohérent, engagé et responsable.
- 9 - Élaborer et diffuser un guide online des procédures internes à l'intention de tous les collaborateurs.
- 10 - Réviser le process d'onboarding pour accueillir les nouveaux collaborateurs entrants.
- 11 - Mettre en place une revue annuelle en CSE des règles sociales en vigueur.
- 12 - Vérifier le déploiement de tous les moyens réglementaires du CSE.
- 13 - Sensibiliser l'ensemble des collaborateurs à la prévention des RPS les plus courants.
- 14 - Mettre en place des programmes visant à anticiper, maintenir et renforcer l'employabilité des collaborateurs, afin de les aider à s'adapter aux évolutions du marché du travail.
- 15 - Centraliser et faciliter l'accès aux documents de la convention collective et aux accords de branche.
- 16 - Proposer aux autres ART/CRT de mettre en place une étude anonymisée comparée sur les rémunérations des postes clés / métiers stratégiques.
- 17 - Améliorer la transparence sur les règles des divers éléments de rémunération.

PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT

- 18 - Élaborer et mettre en œuvre une stratégie du Numérique Responsable.
- 19 - Inciter nos collaborateurs à utiliser des modes de transports moins polluants, pour les trajets domicile-travail ou déplacements professionnels.
- 20 - Favoriser l'écomobilité des touristes.
- 21 - Effectuer le bilan carbone de l'entreprise pour évaluer et optimiser notre empreinte environnementale.
- 22 - Mettre en place une politique green (achats et charte collaborateur).



La raison d'être de l'Agence régionale

"Contribuer à qualifier et promouvoir l'offre touristique régionale, en mobilisant territoires et professionnels autour d'un objectif commun de développement économique et durable."

Fabrice Pannekoucke



L'Agence a obtenu la labellisation LUCIE 26000 en janvier 2025.



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

La Vie en Relief

Le positionnement touristique et la promesse visiteur d'Auvergne-Rhône-Alpes

Vivre en relief, c'est refuser l'uniformité

Ici, le voyage appelle aux contrastes, l'aventure est hors normes et la vie rarement plate. Ici, les émotions se vivent ensemble et ne s'estompent jamais. Un frisson dans l'air pur des sommets. Une contemplation à l'ombre d'un sentier forestier. Le crépitement des pierres volcaniques sous les pas. L'éclat d'un village illuminé au détour d'une vallée. Les reflets magiques de lacs séculaires. La féerie culturelle et gourmande de villes vibrantes. Chaque trajet devient une exploration, chaque rencontre une célébration.

Vivre en relief, c'est ressentir tous les contrastes

L'intensité des cimes et la douceur des plaines, la majesté des fleuves millénaires et l'intimité des ruelles médiévales, l'effervescence des festivals et le silence des cathédrales, la chaleur d'un repas étoilé et la fraîcheur d'une cascade dissimulée, l'exaltation des passions sportives et la langueur des vignobles chatoyants.

Vivre en relief, c'est aimer cette terre aux mille visages,

où se mêlent et se rencontrent habitants et voyageurs, artisans du savoir et amoureux de leur terroir. Ressentir la promesse d'une vie riche de joies, de surprises et d'émotions. Passer de l'émerveillement au ressourcement, de l'intensité à la fraternité, de l'inspiration à l'élévation.

C'est tout cela, LA VIE EN RELIEF.

Et c'est uniquement en Auvergne-Rhône-Alpes.



LA VIE
EN
RELIEF



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Chaîne de services

UNE ORGANISATION EN CHAÎNE DE SERVICES POUR LES ACTEURS RÉGIONAUX



LABELS :  

FORMATION 

PLACE DE MARCHÉ

Approche opérationnelle par UNIVERS MARKETING

___ **LIFESTYLE / ART DE VIVRE :** Tourisme urbain & Citybreaks / Culture / Tourisme gourmand et œnotourisme

___ **OUTDOOR & NATURE :** Itinérance / Nature / Sports / Bien-être thermal

___ **MONTAGNE HIVER/ÉTÉ**

___ **GRANDS PROJETS :** Partir-ici.fr, Vallée de la Gastronomie, ViaRhôna, Le Grand Tour



Chaîne de services



ACTIONS

- Données
- Analyses
- Aide au pilotage des actions
- Outils

pour :

- Tourisme des jeunes
- Tourisme inclusif (handitourisme)
- Hébergements



KANTAR

Logo + nom territoire (bannière personnalisable)

PROFIL CLIENT

Votre itin...

Votre âge...

Dans quelle tranche de revenu mensuel net se situe votre foyer ?

Composition de ménage :

Quel est votre pays de résidence ?

Quels modes de transport avez-vous utilisés pour venir sur place ?

Quels images de la destination avez-vous le plus appréciées ?



LES SÉJOURS



REPUBLIQUE FRANÇAISE



LA VIE EN RELIEF



Auvergne Rhône-Alpes
Tourisme

Chaîne de services



ACTIONS

● Cultiver les compétences des acteurs du tourisme

Une offre complète de plus de 100 formations spécialement conçues pour l'ensemble des professionnels du tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes
www.trajectoires-tourisme.com



Un collectif de 8 structures qui propose :

- Une stratégie à 5 ans
- De nouveaux services
- La certification Qualiopi

Trajectoires tourisme
Auvergne-Rhône-Alpes

À propos de nous Formations Financer sa formation Ressources

Cultiver les compétences des acteurs du tourisme

Je cherche une formation...

Période Format Lieu Domaine

Nos salles de formations

Une des forces de Trajectoires Tourisme est d'être au plus proche de sa communauté d'apprenants.

Grâce au collectif Trajectoires Tourisme, vous pouvez vous former aux 4 coins de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Nous vous formons aussi directement dans vos structures avec les solutions intra-entreprise.

Qualiopi
processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'actions suivante :
ACTIONS DE FORMATION



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Chaîne de services



ACTIONS

- Travail avec les acteurs régionaux pour structurer une offre adaptée aux attentes des clientèles
- Production de contenus thématiques
- Mise à disposition des offres qualifiées

THÉMATIQUES PRIORITAIRES



Montagne



Outdoor



Tourisme gourmand & oenotourisme



Itinérances & grandes randonnées



Thermalisme



Tourisme de savoir-faire



Patrimoine & culture

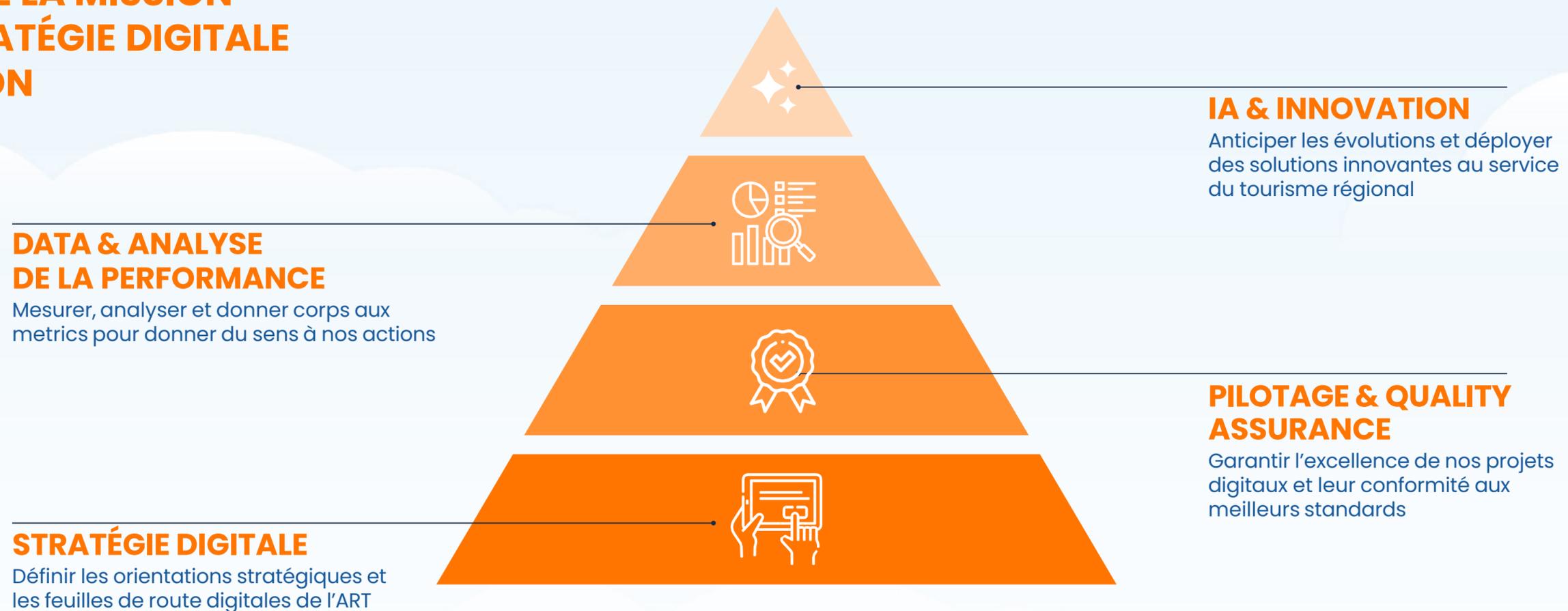
GRANDS PROJETS



Chaîne de services



LES 4 AXES DE LA MISSION DU PÔLE STRATÉGIE DIGITALE & INNOVATION



Chaîne de services



CIBLES BTOC

- **Familles**
- **Couples**
- **Millenials**

CONTENT FACTORY

Une production de contenus pour l'ensemble des actions France et Europe.



PARTENAIRES

Une couverture optimisée de la région et un impact économique chaque année plus important grâce aux dispositifs de campagne mutualisés.



RELATIONS PRESSE

Conférences de presse, communiqués de presse et accueils pour retombées dans la presse nationale et régionale.

PHOTOOTHÈQUE & VIDÉOTHÈQUE



+ de **5 000 PHOTOS** pour les acteurs du tourisme



+ de **2 500 VIDÉOS** mutualisées.



MOYENS

- **Animation des communautés Auvergne- Rhône-Alpes et Auvergne sur FB, Instagram et Tiktok**
- **Campagnes digitales de notoriété, d'inspiration ou ciblées par affinité**
- **Influence**
- **Achats média**



Chaîne de services



1 DES OPÉRATIONS B2B, B2C, PRESSE, PROGRAMMATIONS TO, STIMULATION DES VENTES (EUROPE), NOTORIÉTÉ

4 MARCHÉS PRIORITAIRES en Europe

Grande Bretagne, Allemagne, Belgique, Pays-Bas



4 MARCHÉS SECONDAIRES en Europe

Italie, Suisse, Scandinavie, Espagne



2 ZONES PRIORITAIRES sur les moyens et longs courriers

USA-Canada, Proche et Moyen Orient



4 MARCHÉS SECONDAIRES sur les moyens et longs courriers

Italie, Suisse, Scandinavie, Espagne



TOURISME D'AFFAIRES



L'Agence de développement touristique de la France



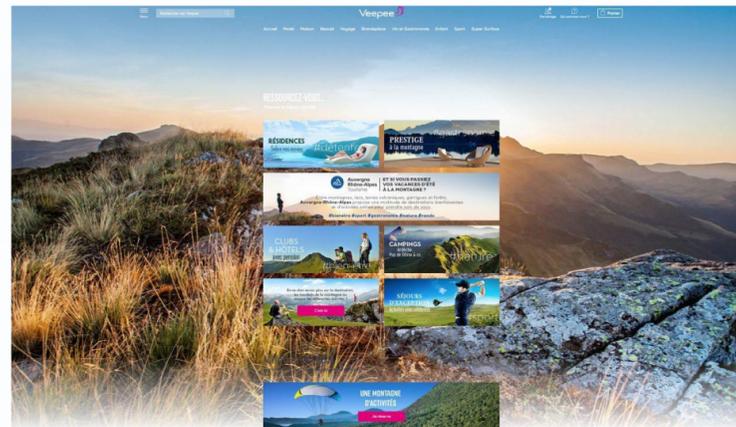
Chaîne de services



2 DISTRIBUTION : LE STOCK, LE PRODUIT, LA VISIBILITÉ

ACTIONS

- Stimulation des ventes avec les distributeurs (OTA, tour-opérateurs) en France et à l'international
- Événements BtoB
- Co-financement public/privé pour des méga dispositifs de conversion



+ de **400 000**
NUITÉES VENDUES



40 MILLIONS D'EUROS de chiffre
d'affaires au profit des hébergements



+ de **120** MILLIONS d'impact
économiques sur les territoires



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Les grands projets

Ré-inventer nos destinations



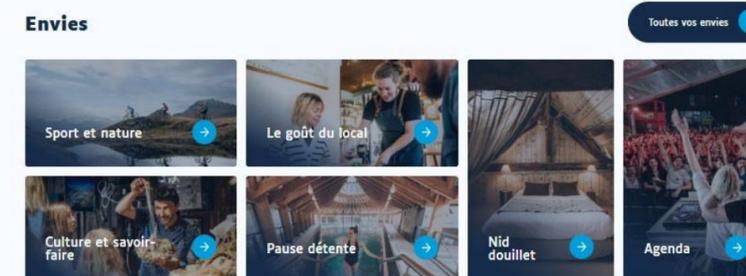
- **Partir Ici : un projet collectif pour promouvoir un tourisme local et durable.**

Enjeux actuels : clarifier l'offre, renforcer la visibilité des offres durables et affirmer notre identité sur le long terme.



- **Le Grand Tour Auvergne-Rhône-Alpes : un road trip à destination des dinks européens**

3 000 km, 43 sites, 27 étapes pour vivre le meilleur et le plus vibrant de la région.



Les grands projets

L'itinérance sous toutes ces facettes



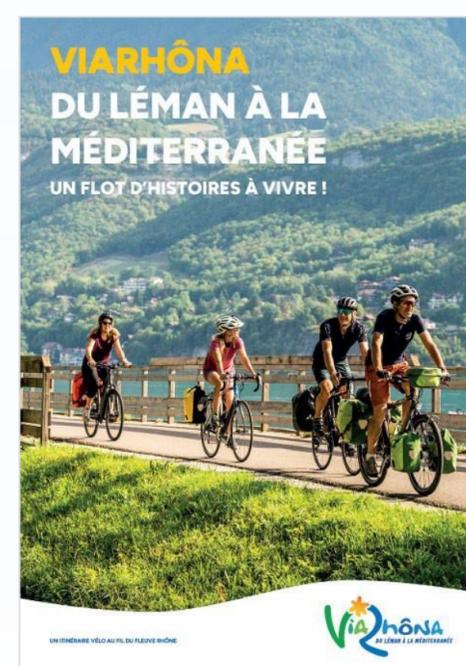
- **Vallée de la Gastronomie : s'appuyer sur l'histoire de la gastronomie et des savoir-faire pour donner de nouvelles inspirations aux visiteurs.**



- **ViaRhôna : renforcer l'attractivité de l'itinéraire.**



- **Les Chemins de Saint-Jacques de Compostelle : irriguer les chemins de Saint-Jacques en amont du Puy.**



Les plans d'actions spécifiques

● Poursuivre notre engagement en faveur des personnes en situation de handicap

Des communications dédiées et une valorisation des offres tourisme accessibles dans l'ensemble du plan de communication.



● Le tourisme des jeunes

- Contribuer au renouvellement générationnel de nos clientèles
- Un plan d'actions en faveur des colonies et classes de découvertes
- Osez skier !



Les plans d'actions spécifiques

La mission « opérateurs »

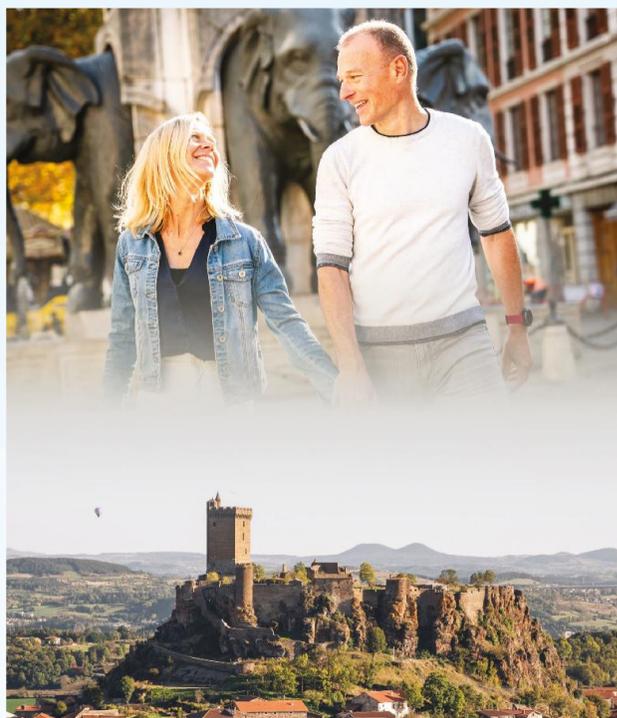
● Hébergements

- Recherche d'opérateurs
- Mettre en relation opportunités foncières / immobilières et opérateurs / investisseurs
- Un travail collectif Région / Départements / Agences régionales / Agences départementales



Le pack Actions 2026

- À disposition en ligne sur pro.auvergnerrhonealpes-tourisme.com
- Une présentation de toutes **les actions proposées par l'Agence** aux acteurs du tourisme de la région :
 - Etudes / Observation
 - Qualification de l'offre
 - Accompagnement / thématique
 - Communication
 - Distribution
 - Promotion internationale
- **Venez échanger avec les équipes pendant les Sommets** (session rencontre fin de matinée) ou via les contacts sur chaque proposition d'action.

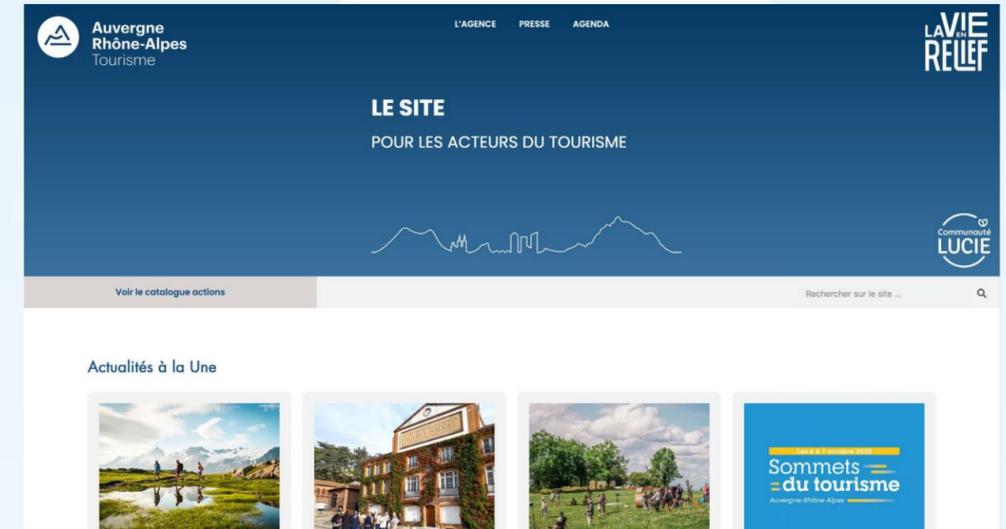


Restons en contact

La relation aux acteurs

- Le site internet dédié : pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com
- Newsletters thématiques ou mensuelles : pour s'inscrire <https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/inscriptions-newsletters/>
- Réseaux sociaux : Facebook  et LinkedIn 
- Les Sommets du Tourisme : 2 jours de rencontre et d'échanges pour les acteurs du tourisme de la région, coorganisés par la Région et l'Agence chaque automne

Sommets
= du tourisme



© Guillaume Alger



LA VIE EN RELIEF

The heights of life

Site grand public

www.auvergnerhonealpes-tourisme.com

Site professionnel

pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com

Site à destination des prescripteurs et de la presse

inauvergnerhonealpes.com



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Partenaires :

