

L'offre et la fréquentation touristique des structures d'hébergements collectifs de la région Auvergne-Rhône-Alpes

Bilan 2025

Décembre 2024 à novembre 2025



Mars 2026

SOMMAIRE

- 01** Objectif et méthodologie d'enquête
- 02** La capacité d'accueil
- 03** Le bilan touristique 2025
- 04** La satisfaction et le niveau de confiance
- 05** Les appels d'offre
- 06** Les données économiques
- 07** Synthèse

01

Objectif et méthodologie d'enquête



Rappel du contexte et des objectifs

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme poursuit et pérennise son enquête auprès des structures d'hébergement accueillant des groupes de mineurs à l'échelle régionale.

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'engage dans cette mission d'étude dans le but de suivre de près l'offre et la fréquentation des établissements d'hébergement touristique spécialisés dans l'accueil de groupes de mineurs en séjour, tels que les colonies de vacances, les séjours scolaires et les stages sportifs.

L'objectif est de recueillir des données de qualité pour mieux comprendre, suivre, soutenir et promouvoir cette branche touristique. Ces données seront utilisées par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour élaborer des plans d'actions efficaces, répondant aux besoins spécifiques de ce secteur.



L'étude permettra de répondre aux objectifs suivants :

1. Analyser l'offre des établissements d'hébergement touristique spécialisés dans l'accueil de mineurs, incluant le nombre de structures, les types de structures, le nombre de lits, le taux d'ouverture des établissements par période, et le lieu d'hébergement (commune, département)
2. Suivre la fréquentation de ces établissements en termes de nombre de nuitées (annuelles et mensuelles), en identifiant les différentes typologies de clientèles telles que les scolaires, les colonies de vacances, les séjours sportifs et les adultes.
3. Estimer le chiffre d'affaires et son évolution par période généré par ces établissements, ainsi que le nombre d'emplois permanents et saisonniers qu'ils créent.
4. Évaluer la part des contrats conclus dans le cadre d'appels d'offres liés à l'accueil de classes de découverte.
5. Recueillir des données qualitatives sur le niveau de confiance et la satisfaction des hébergeurs concernant les variations du taux de réservation dans le secteur, que ce soit à la hausse ou à la baisse.

Méthodologie d'enquête – Le questionnaire

Le questionnaire a été développé sur-mesure, sur la base des années précédentes, en étroite collaboration entre le groupe de pilotage d'Auvergne Rhône-Alpes Tourisme et G2A Consulting. Il comprend 25 questions avec une durée de saisie moyenne de 10 minutes. Vous trouverez, ci-après, les différents indicateurs du questionnaire.



Des questions sur l'offre et la fréquentation

- **L'offre :**

Volumétrie d'établissement concerné dans le périmètre d'étude : ouverture / fermeture.
Lieu d'hébergement, commune, département.

Capacité d'accueil, nombre de lits disponibles par établissement, évolution
Typologie d'hébergement (auberge, centre de vacances, village vacances, gîte d'étape...).

- **La fréquentation :**

Nombre de nuitées, par mois.

Taux d'ouverture des établissements par période.

Typologie de clientèle : les scolaires, les colonies de vacances, les séjours sportifs et les adultes.



Des questions sur le chiffre d'affaires, et les emplois générés

- **Le chiffre d'affaires :**

Chiffre d'affaires annuel et détail par « grandes périodes » :

- Hiver : décembre, janvier, février, mars
- Printemps : avril, mai
- Été : juin, juillet, août, septembre
- Automne : octobre, novembre

Evolution du chiffre par période : en hausse, stable, en baisse.

- **Les emplois :**

Nombre de salariés : part de salariés permanents et saisonniers, évolution.



Des questions sur les appels d'offre, sur leur satisfaction et perspectives

- **Les appels d'offre pour les classes découvertes :**

Réponses à ces appels d'offres.

Part du chiffre d'affaires des appels d'offres remportés.

Raisons principales pour lesquelles les structures n'ont pas été retenues.

Raisons pour lesquelles les structures ne répondent pas aux appels d'offres.

- **Niveau de confiance :**

Niveau de satisfaction sur la période écoulée, niveau de confiance pour l'avenir.

Commentaires, remarques et perspectives de croissance.

Méthodologie d'enquête – Le fichier des établissements

- G2A est reparti de la base actualisée de 2024
- G2A a sollicité Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et les « têtes de réseau » afin d'identifier d'éventuels nouveaux établissements pour les intégrer à l'enquête ou bien identifier les fermés.

→ **554 établissements dans le fichier 2025 tous départements de la région.**

Méthodologie d'enquête – L'interrogation

Modes d'interrogation

→ Nous avons interrogé les établissements des départements **38, 73, et 74 en coordination et collaboration étroite avec l'Observatoire G2A** ; cette approche nous permet de ne pas solliciter à multiples reprises les hébergements. De plus, **une interrogation spécifique** a été menée pour les départements **01, 03, 07, 15, 26, 43, 42, 63 et 69**.

Nous avons utilisé une approche mixte (email & téléphone) pour contacter les participants pour chacune des 2 vagues :

1. Dans un premier temps, un envoi via emailing sera réalisé par G2A puis deux relances par email sont effectuées pour les non-répondants.
2. Dans un second temps, des relances téléphoniques sont réalisées sur l'ensemble des non-répondants et répondants incomplets de façon à garantir un volume de réponse représentatif.

Avant le lancement de chaque vague, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, en s'appuyant sur les « têtes de réseau » du secteur, informe les professionnels qu'une enquête va leur être transmise et que leur réponse est essentielle.

Dates d'interrogation et suivi des réponses

- **Première vague** : diffusée en **juin 2025** (bilan décembre 2024 à juin 2025)
- **Deuxième vague** : diffusée en **novembre 2025** (bilan juillet 2025 à novembre 2025)

Méthodologie d'enquête – Le traitement des données

Une fois que l'ensemble des réponses a été collecté, G2A Consulting traite de la base en réalisant chacune des 3 étapes suivantes :

1. Complément avec l'ajout des volumes des nuitées issues de notre observatoire de l'activité touristique pour les départements 38, 73 et 74 (G2A) afin de fournir la vue la plus exhaustive possible et d'enrichir les réponses incomplètes ou non-répondantes.

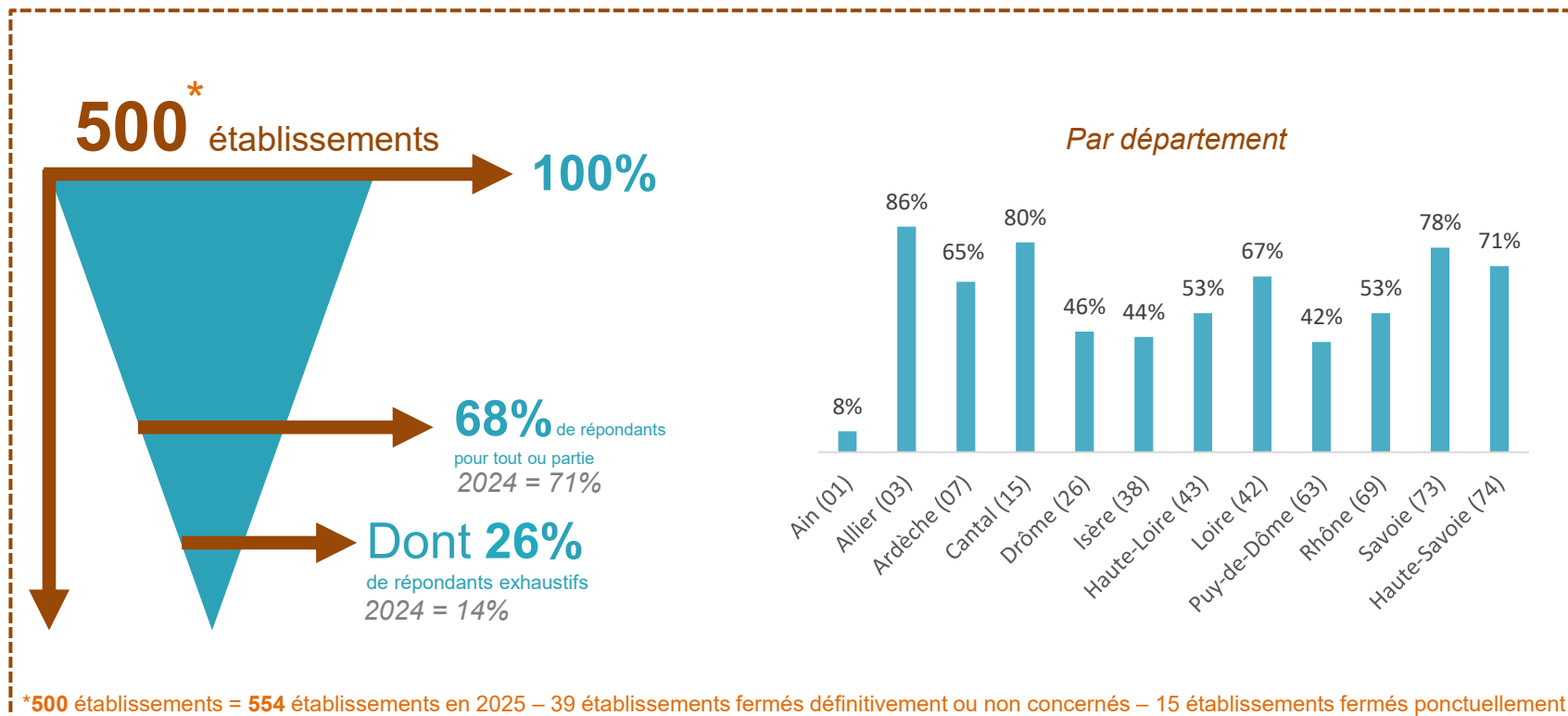
2. Extrapolation à partir des répondants exhaustifs

L'enquête a permis de déterminer un panel de réponses fiables et vérifiées. Une méthodologie d'extrapolation simple à l'aide de l'échantillon sur le panel global (100%) pour chacune des variables a été utilisée. L'extrapolation a été menée en fonction de la nature de l'échantillon exhaustif (poids des petites et grandes structures, saisonnalité, type de publics accueillis...).

3. Test de cohérence et fiabilité sur les nuitées

Les résultats obtenus par extrapolation ont fait l'objet d'un test de fiabilité. Comparaison de la variable « nuitée » obtenue suite à la méthode d'extrapolation avec la méthode d'enquête exhaustive G2A à périmètre constant. La relation de significativité étant suffisante, le panel est représentatif de la population globale. Des tests de cohérence ont également été menés à partir de diverses sources d'informations en notre possession et ont apporté satisfaction.

Méthodologie d'enquête – Les taux de réponse



02

La capacité d'accueil



La volumétrie

500

Établissements

2024 : 551

48 677

lits

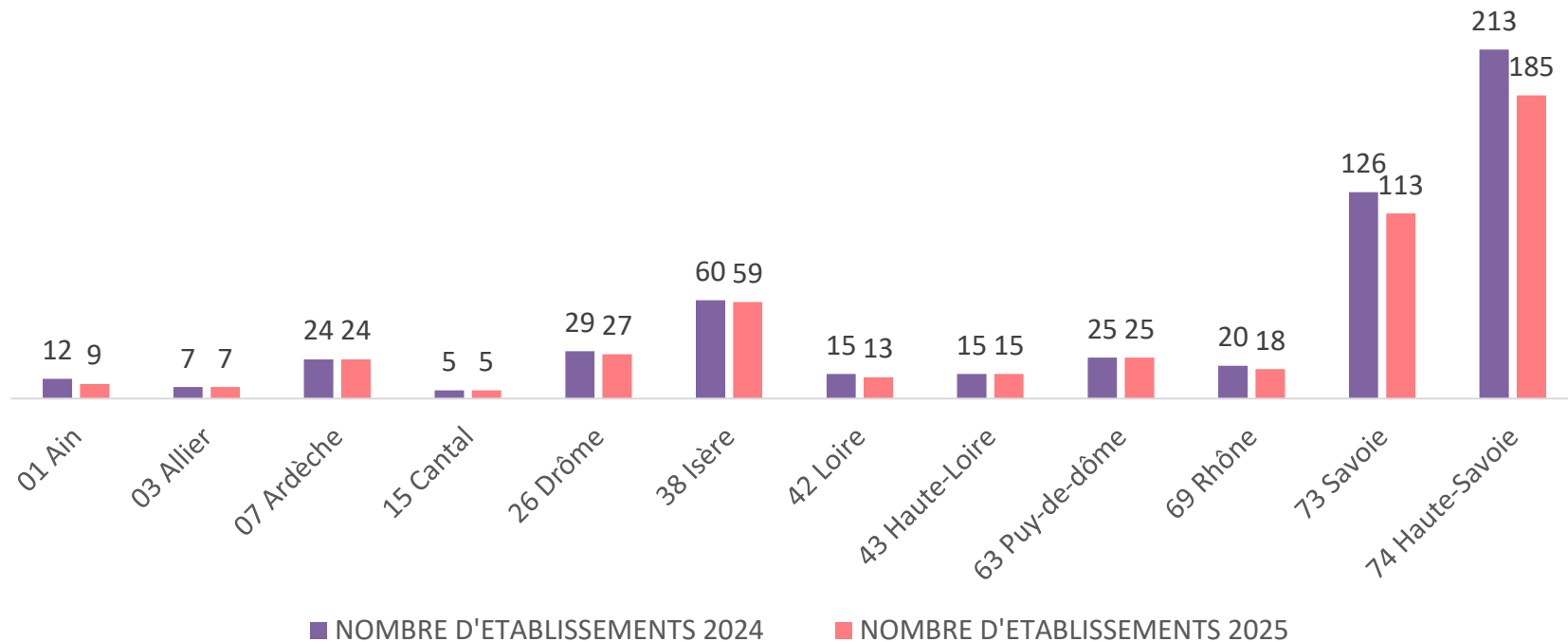
2024 : 53 136

-8,4%
de perte de
lits

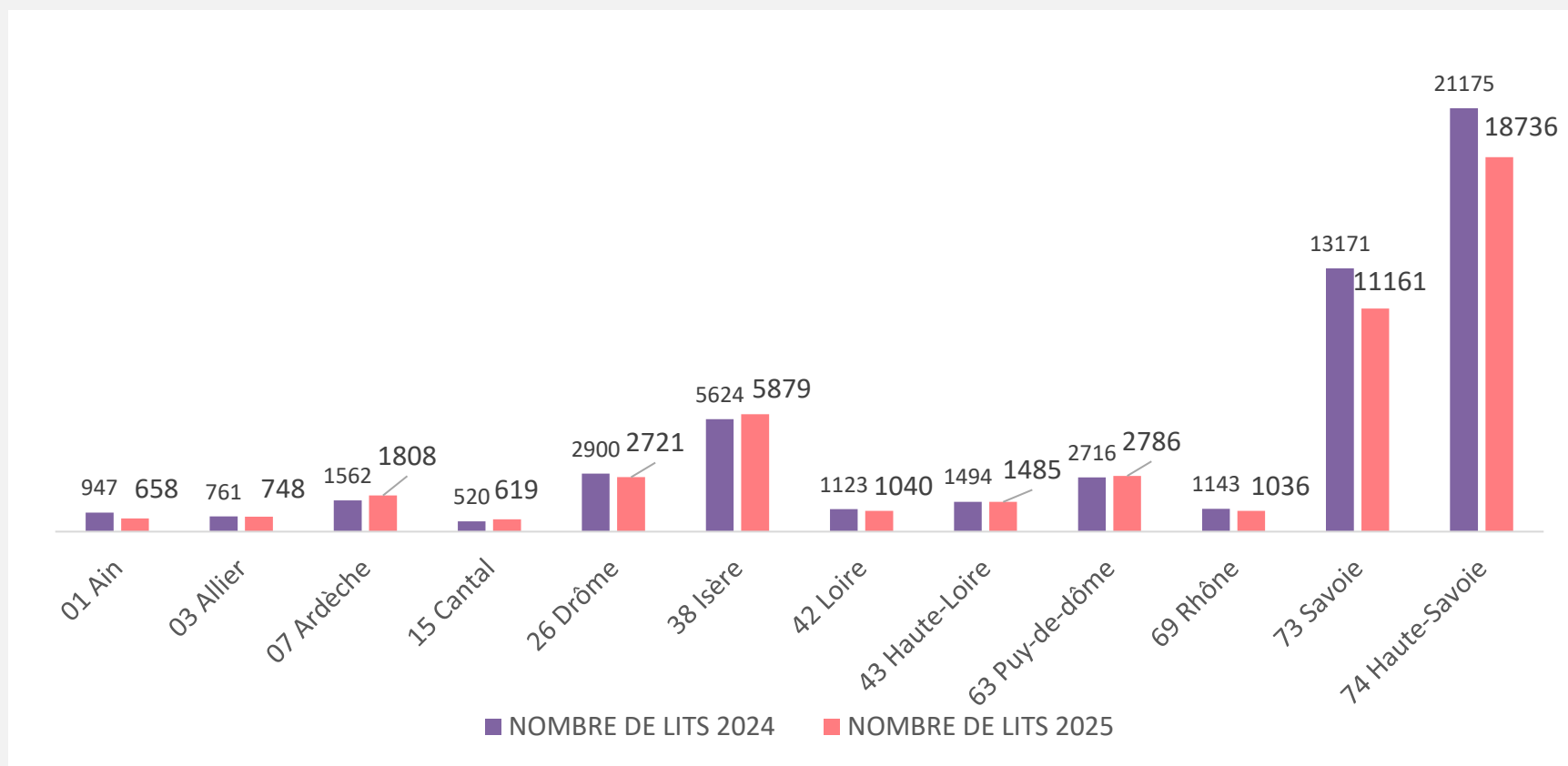
97

Lits en moyenne/
établissements

La volumétrie par département – Nombre d'établissements

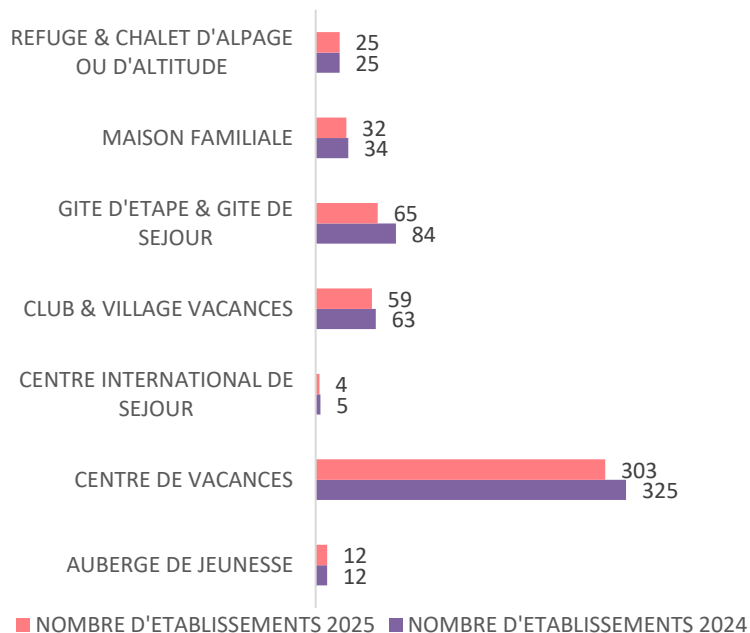


La volumétrie par département – Nombre de lits

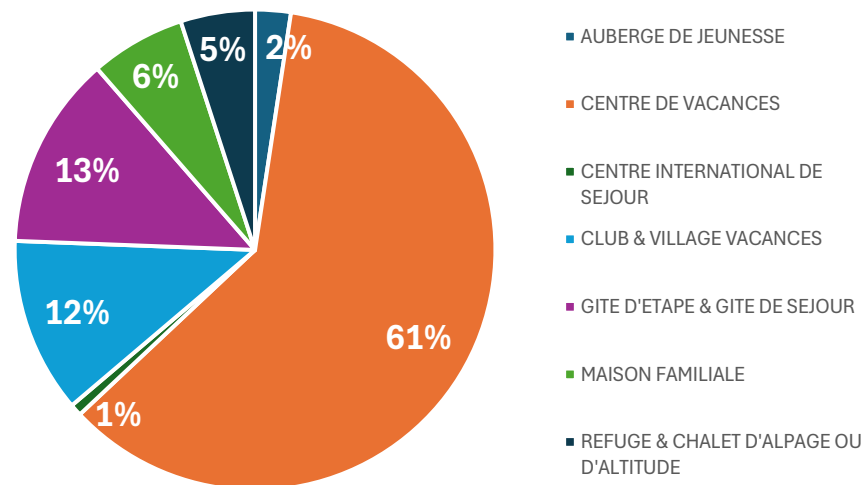


La volumétrie par typologie d'hébergement

Nombre d'établissements



Part de marché en nombre de lits



03

Le bilan touristique 2025

De décembre 2024 à novembre 2025

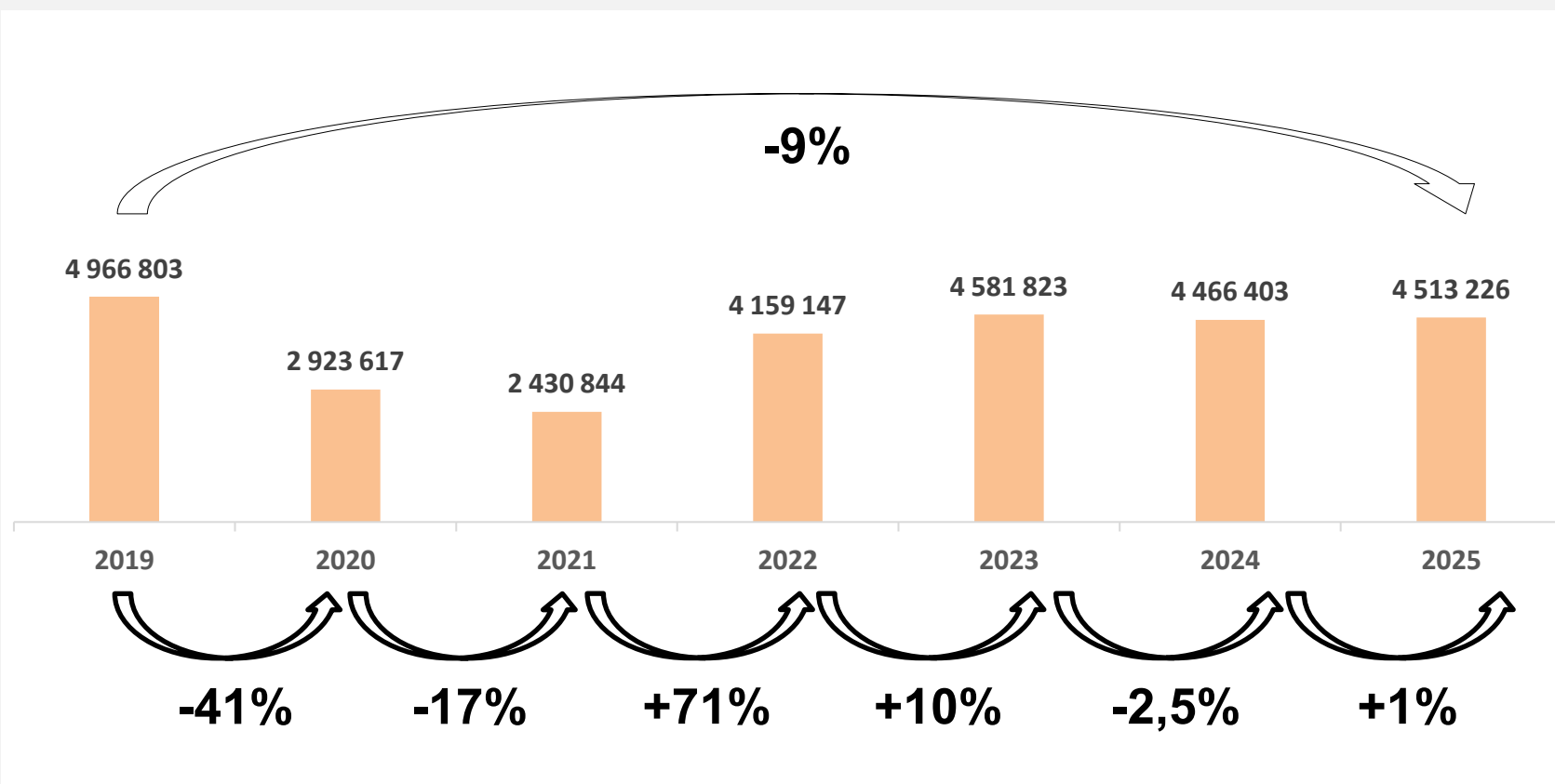


La volumétrie des nuitées en 2025

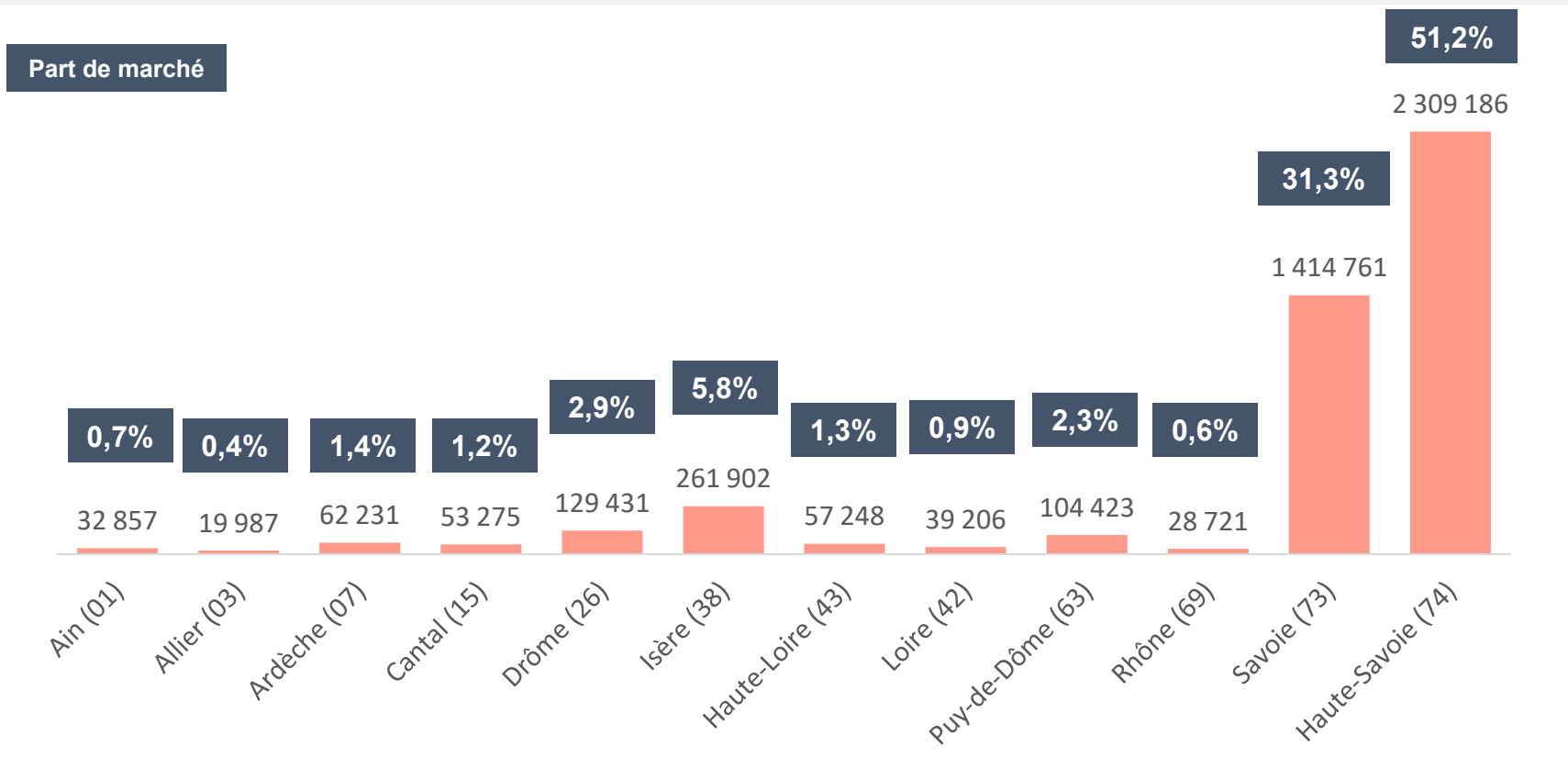
4,5* millions
nuitées touristiques
annuelles
en 2025

*4 513 226

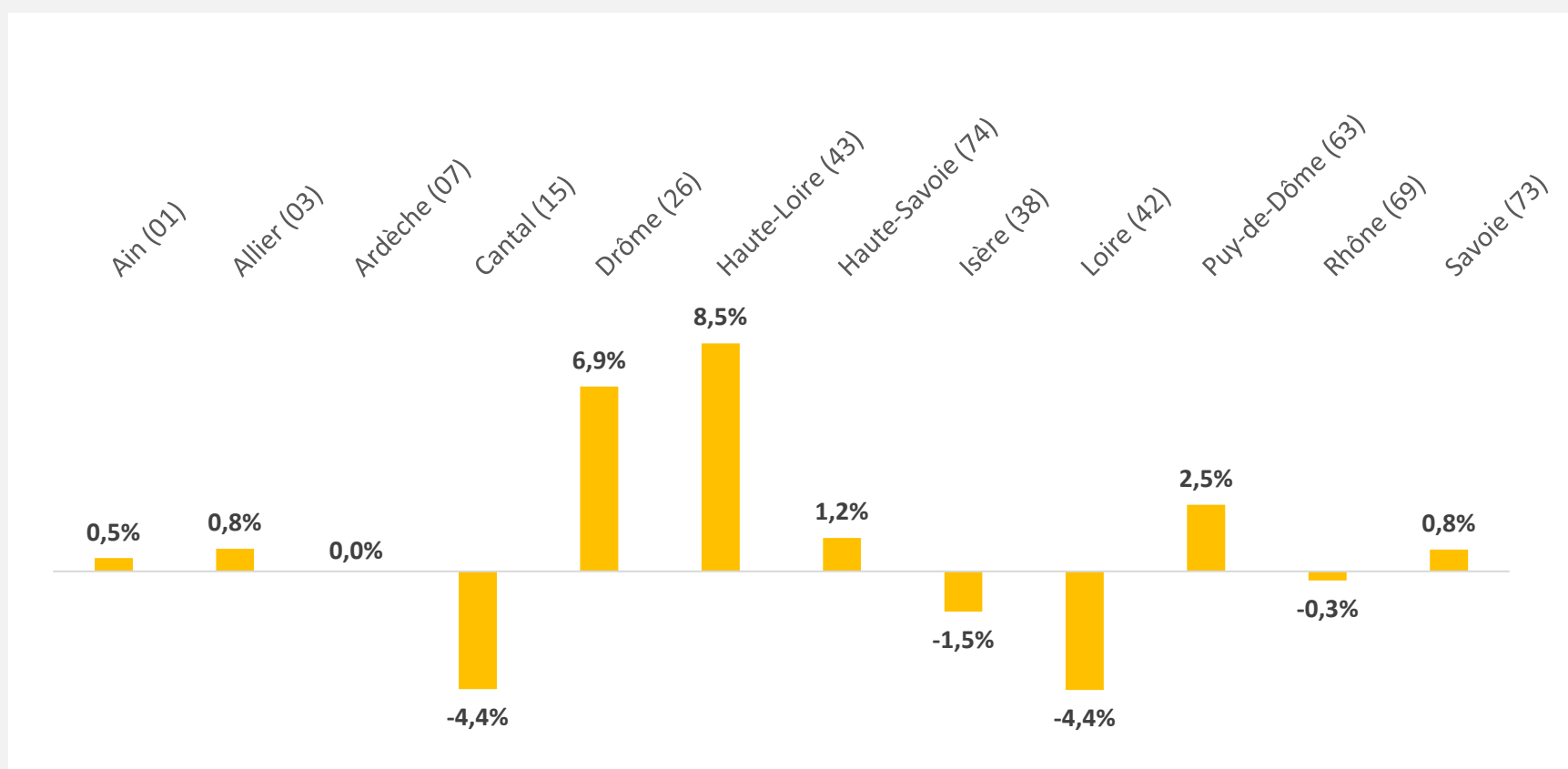
Evolution des nuitées entre 2019 et 2025



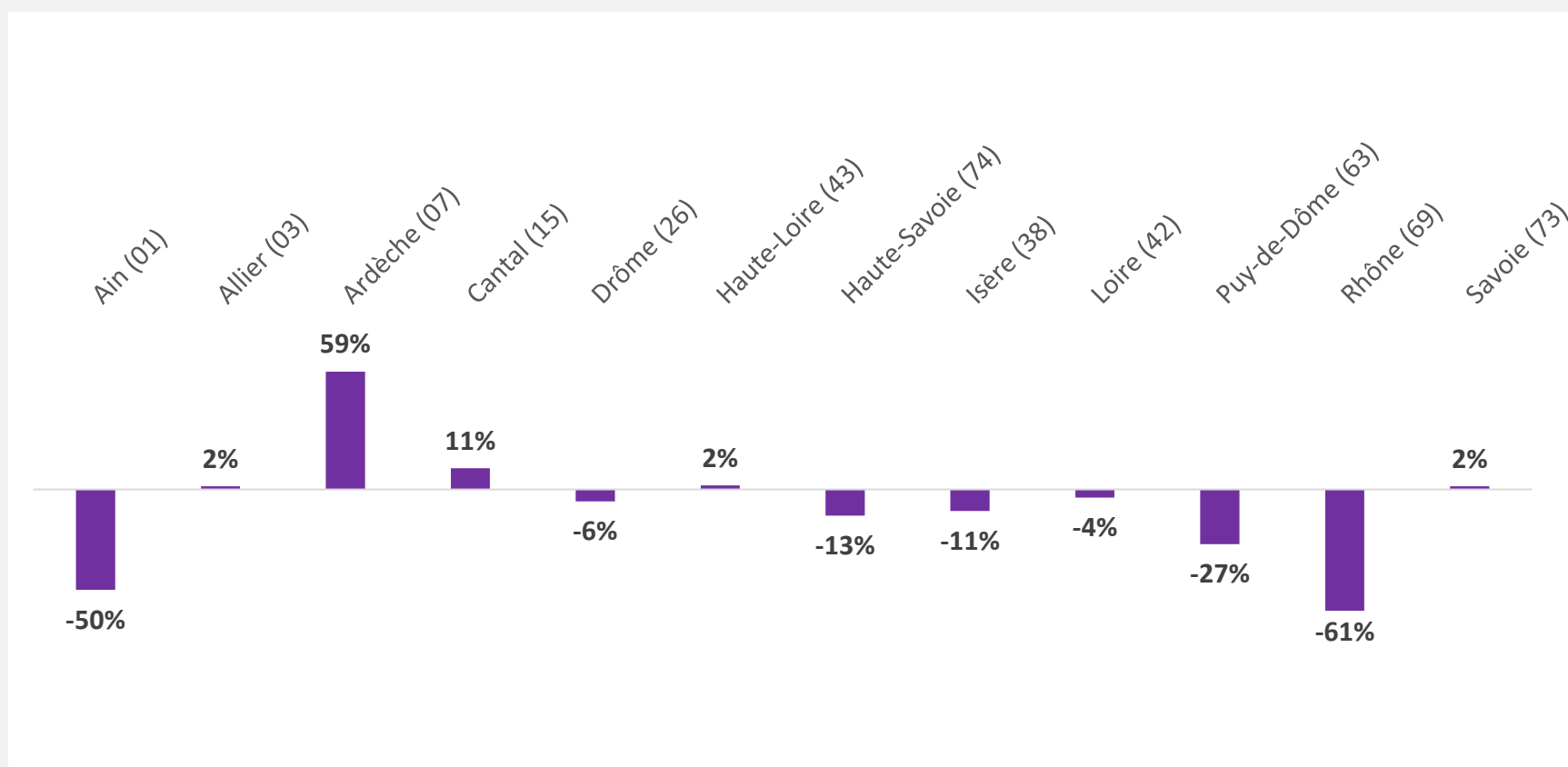
Répartition des nuitées totales par département



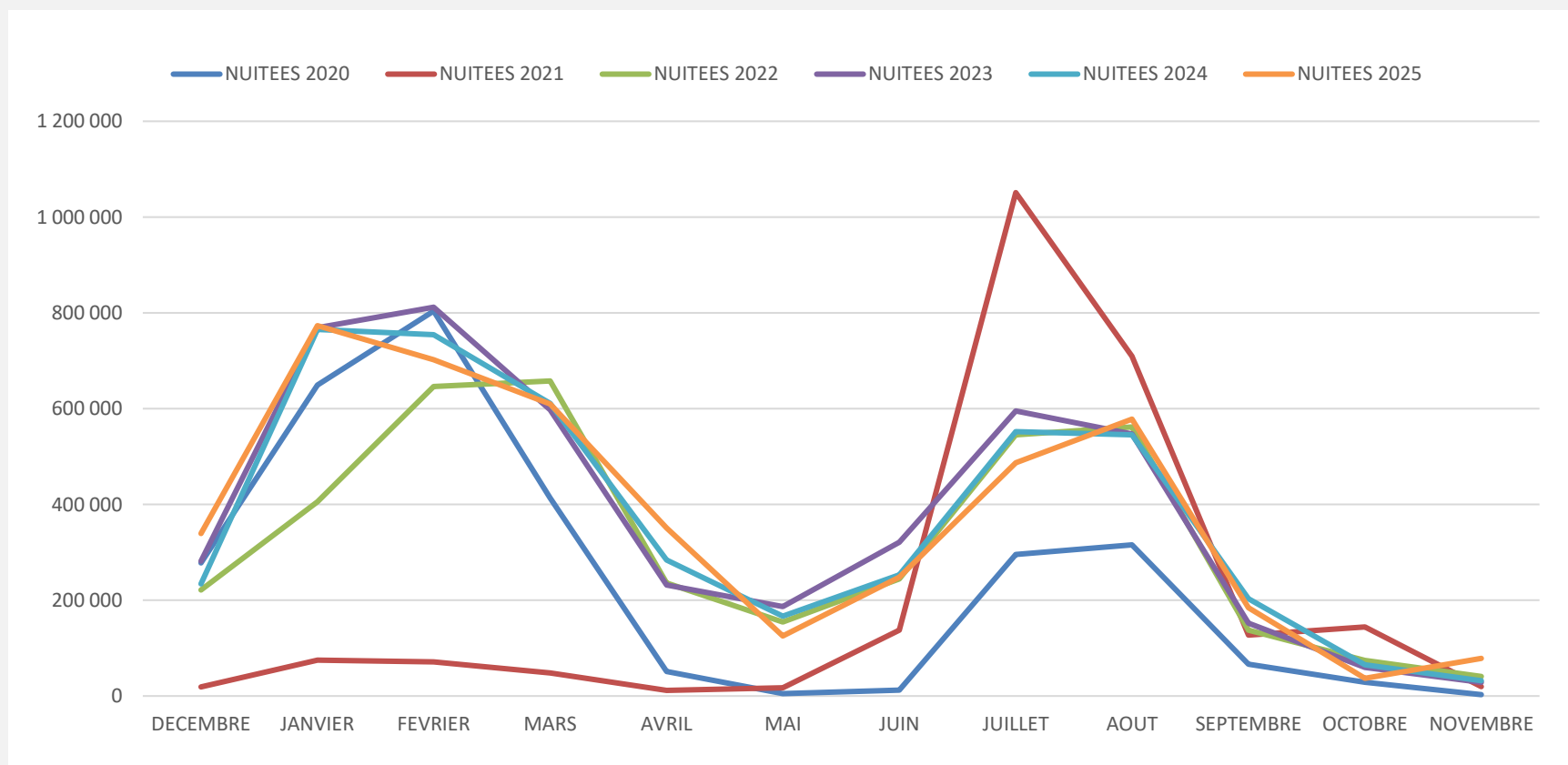
Evolution des nuitées 2025 vs 2024 par département



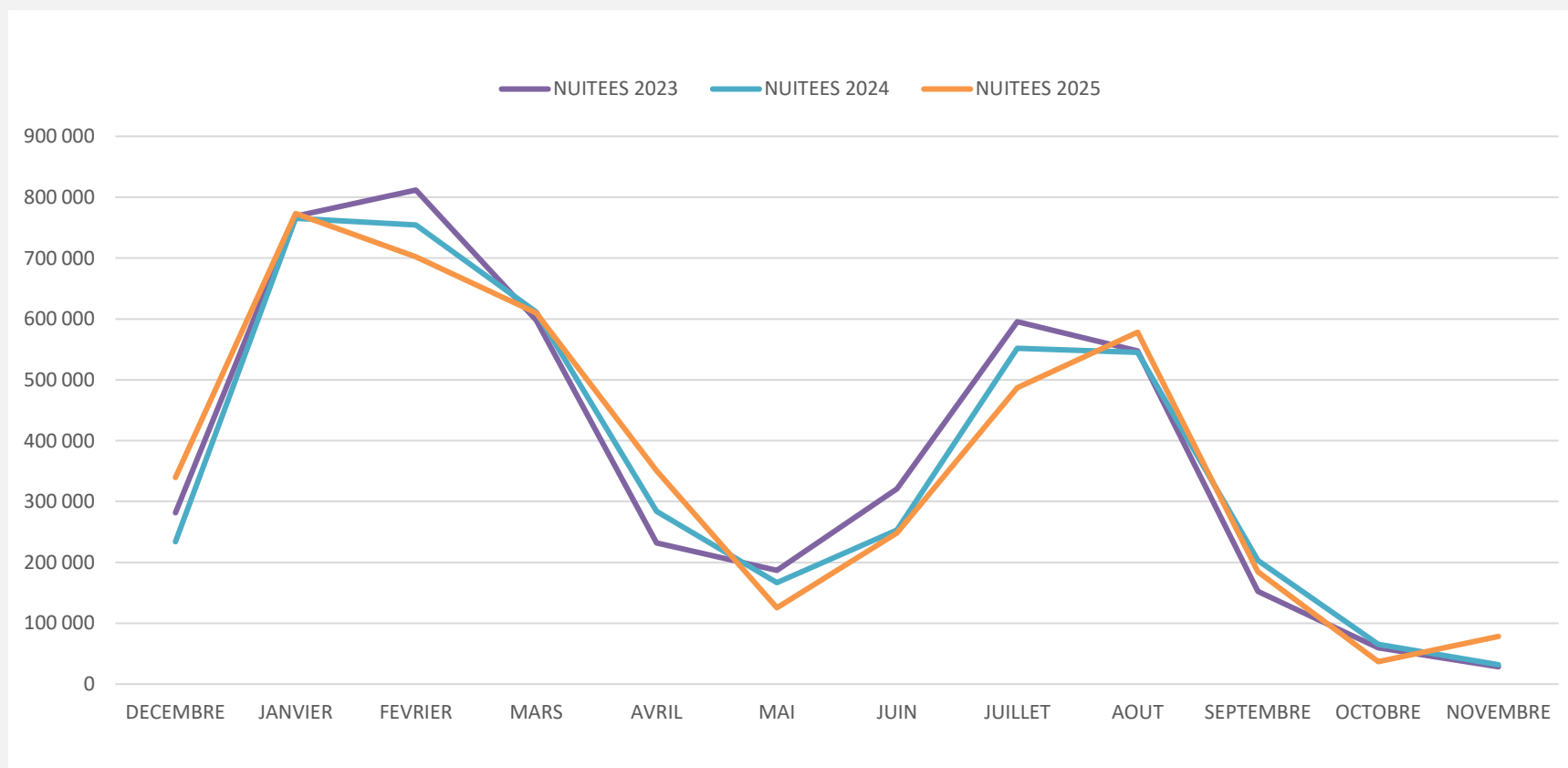
Evolution des nuitées 2025 vs 2019 par département



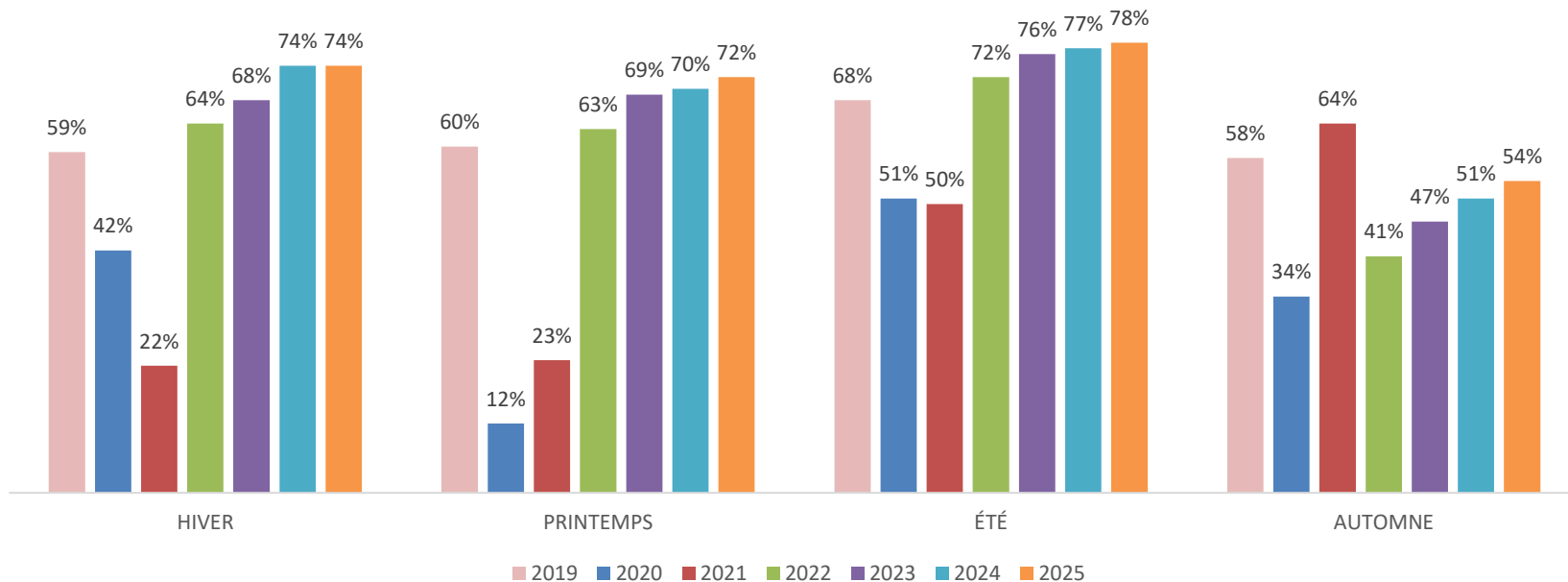
Répartition des nuitées totales par mois en 2025 vs depuis 2020



Répartition des nuitées totales par mois en 2025 vs 2024,2023

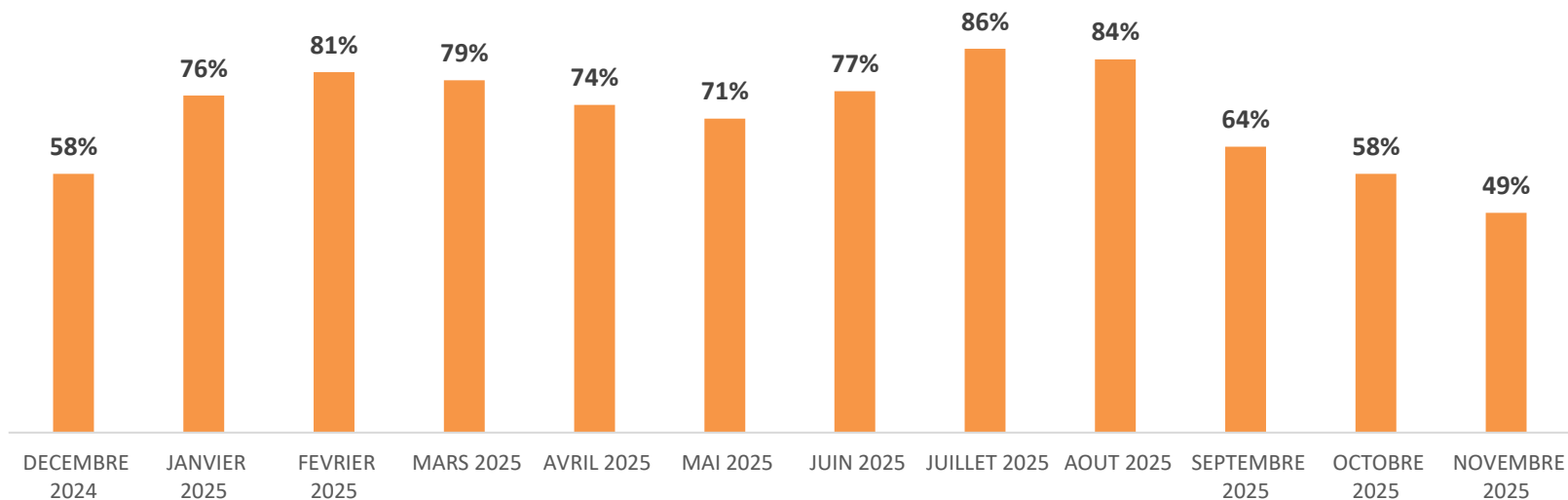


Taux d'ouverture des établissements – par année et par saison



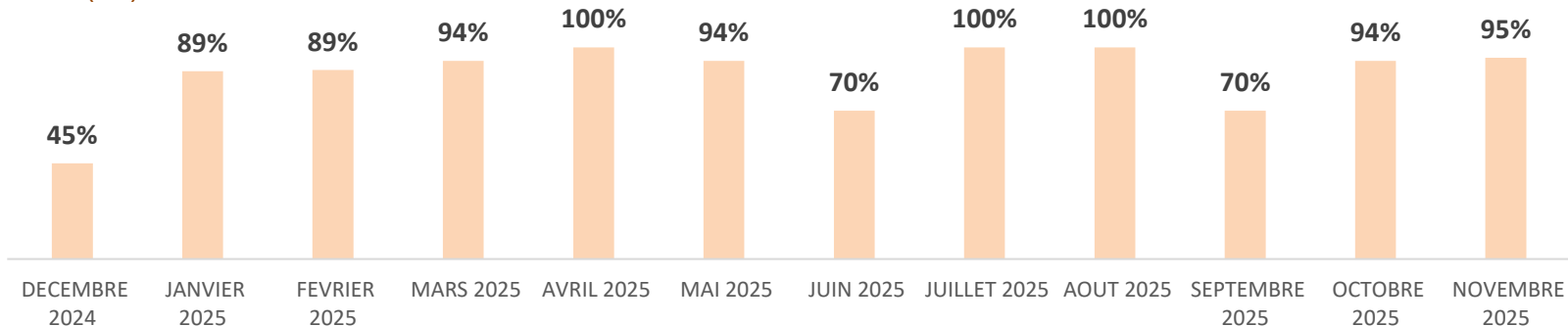
Taux d'ouverture des établissements – par mois et par département

Au global

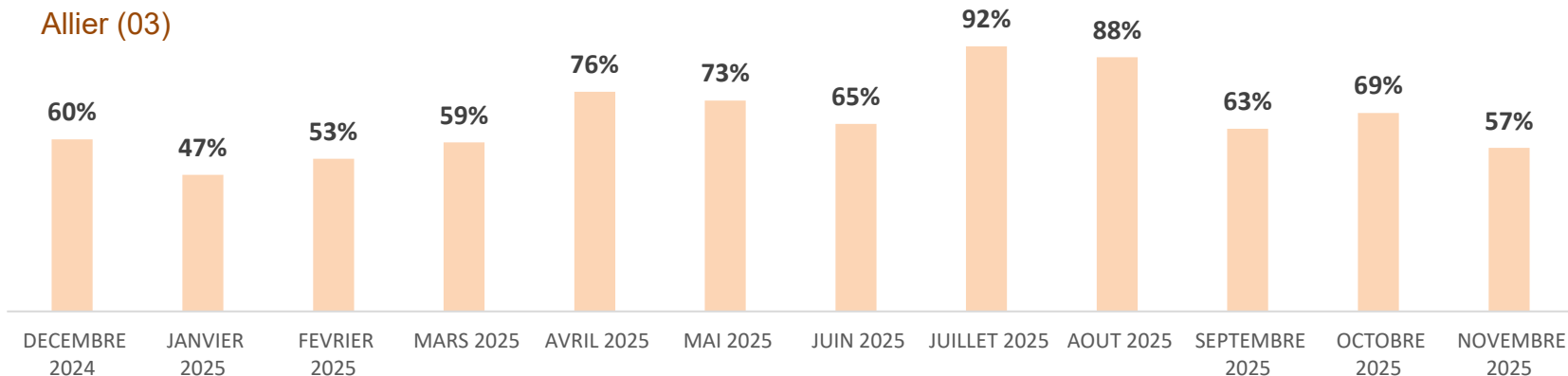


Taux d'ouverture des établissements – par mois et par département

Ain (01)

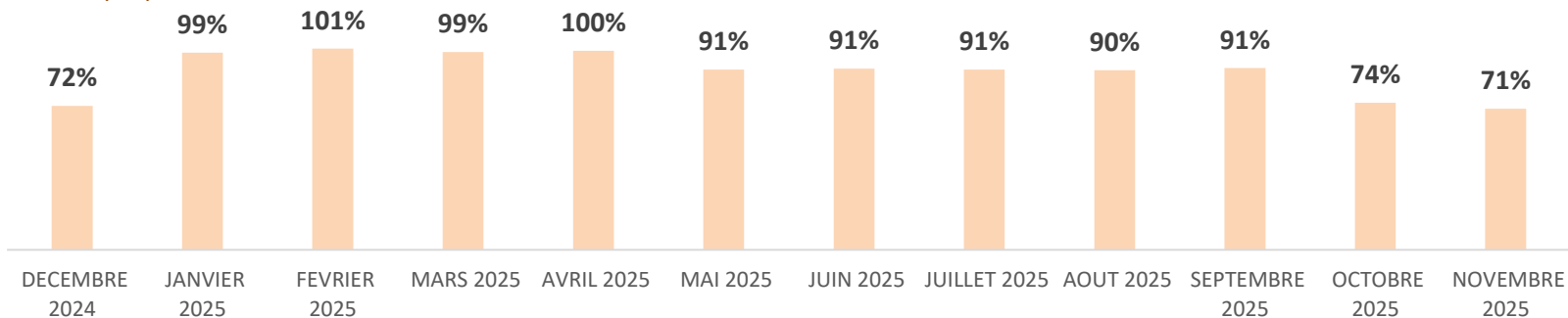


Allier (03)

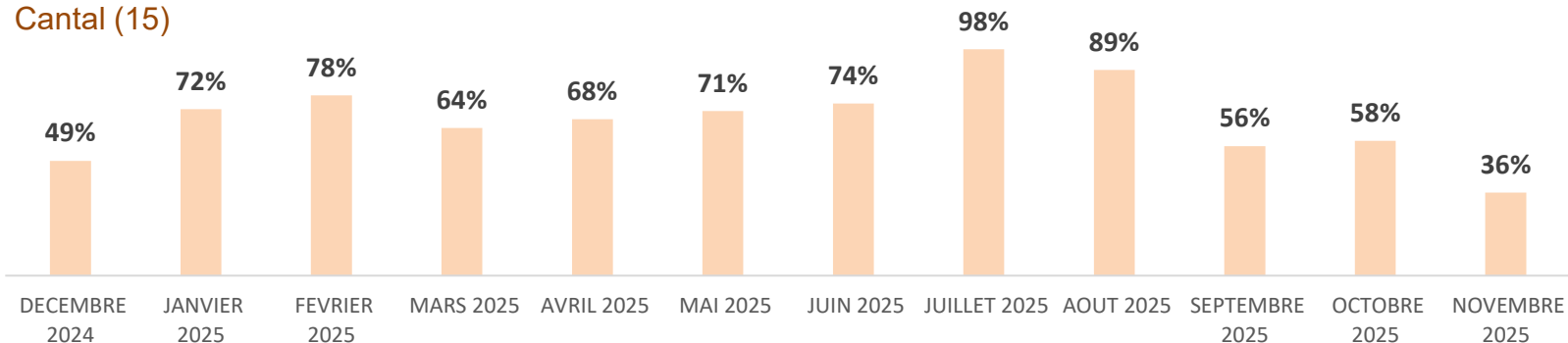


Taux d'ouverture des établissements – par mois et par département

Ardèche (07)

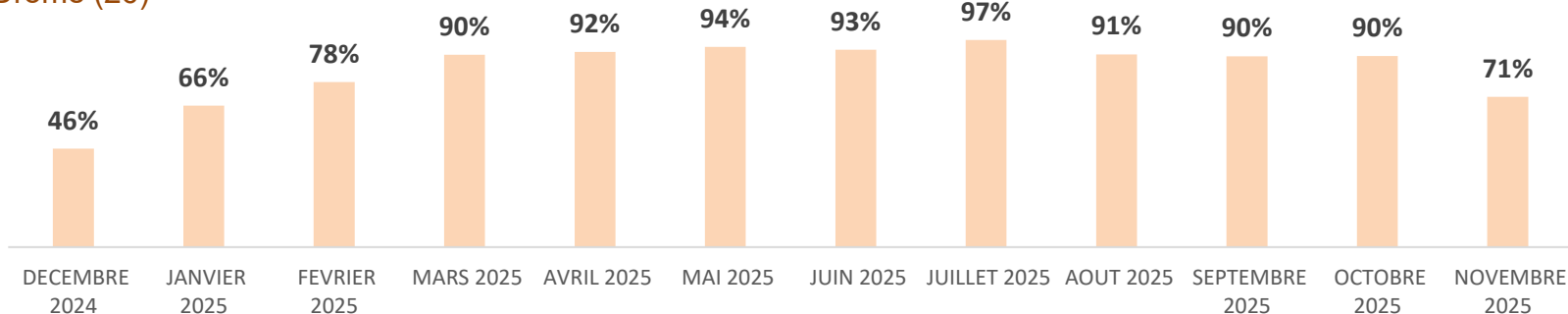


Cantal (15)

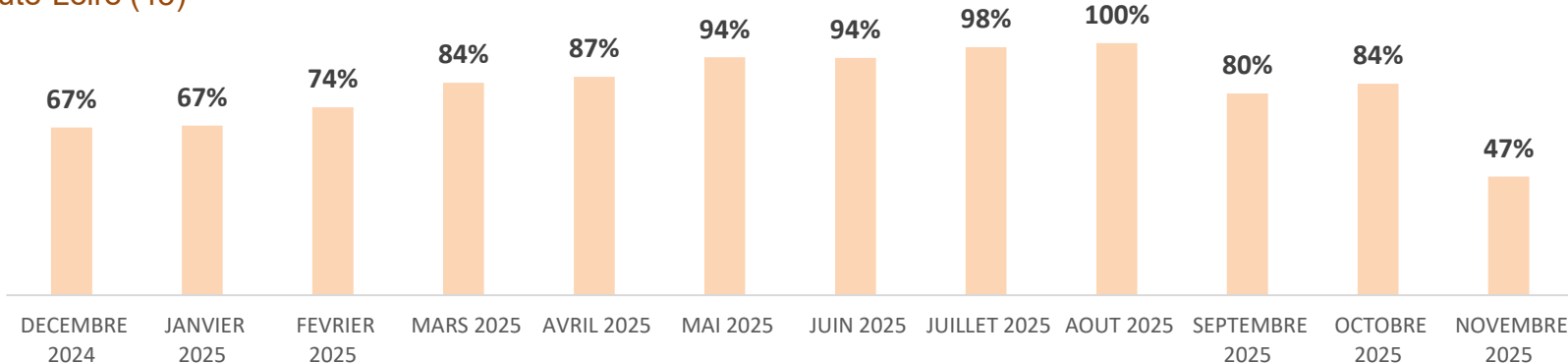


Taux d'ouverture des établissements – par mois et par département

Drôme (26)

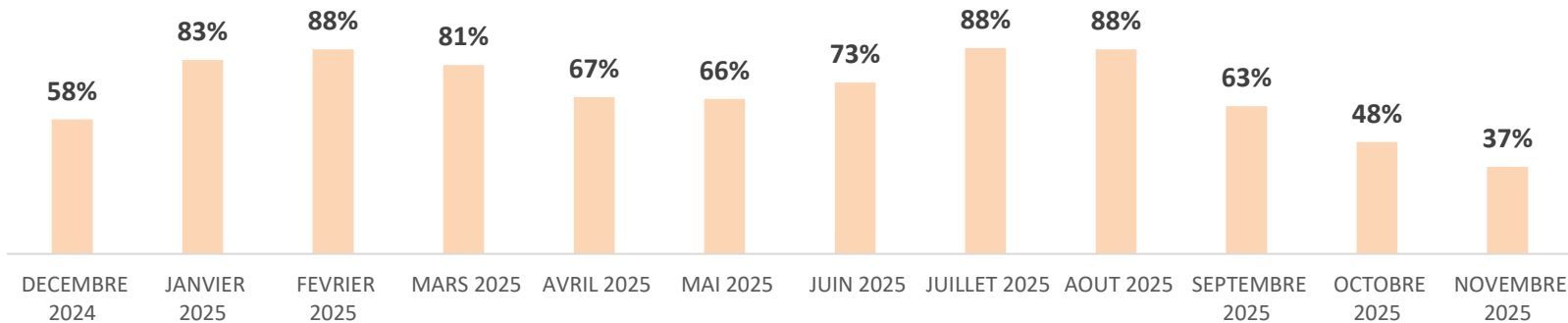


Haute-Loire (43)

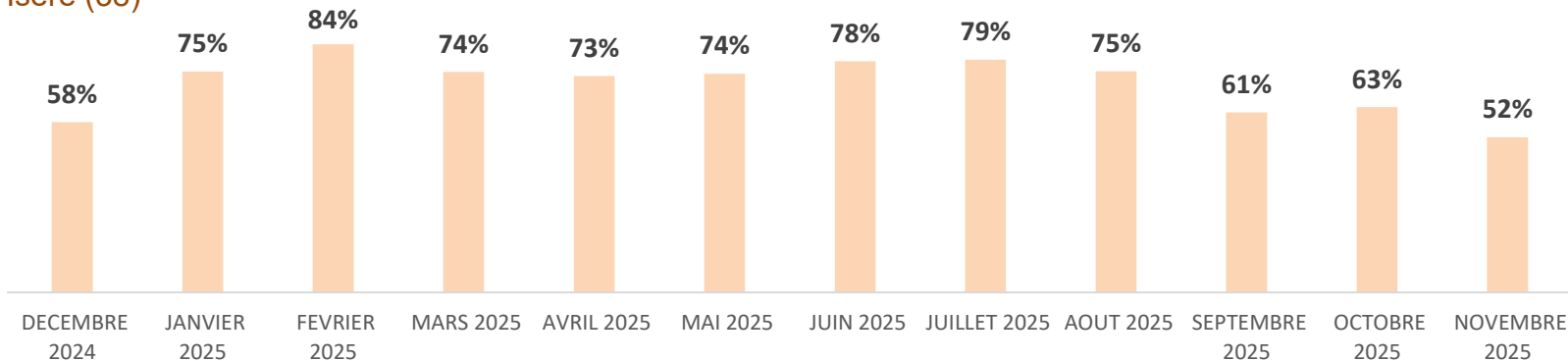


Taux d'ouverture des établissements – par mois et par département

Haute-Savoie (73)

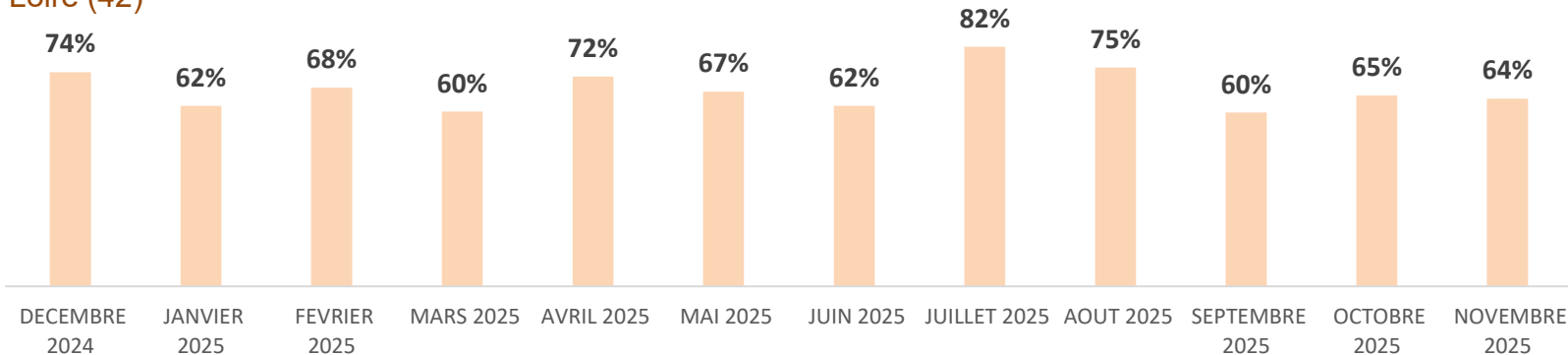


Isère (38)

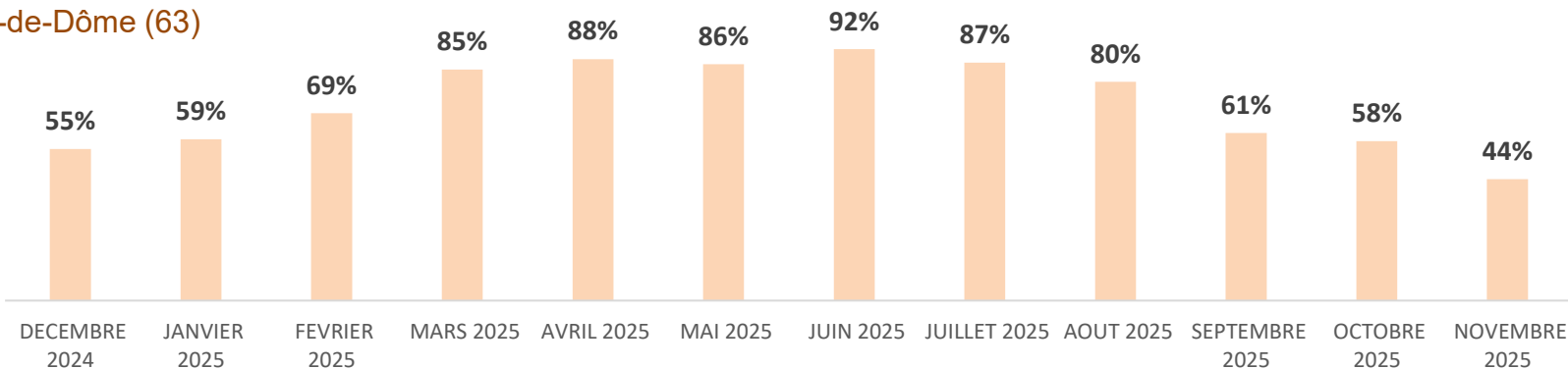


Taux d'ouverture des établissements – par mois et par département

Loire (42)

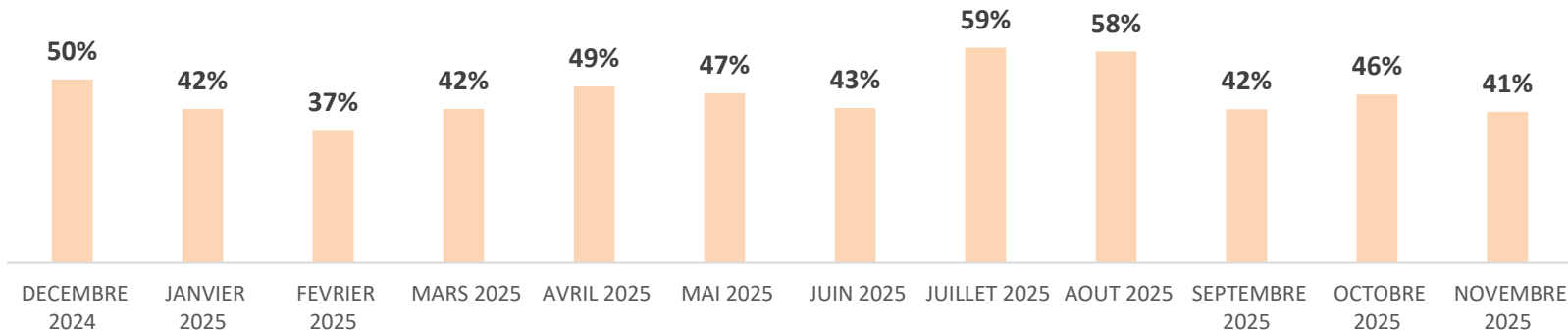


Puy-de-Dôme (63)

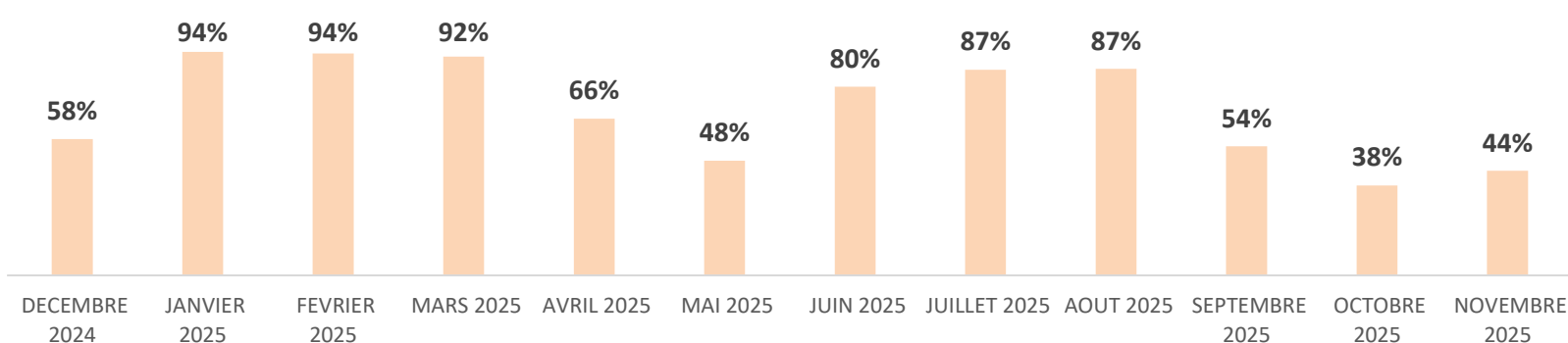


Taux d'ouverture des établissements – par mois et par département

Rhône (69)

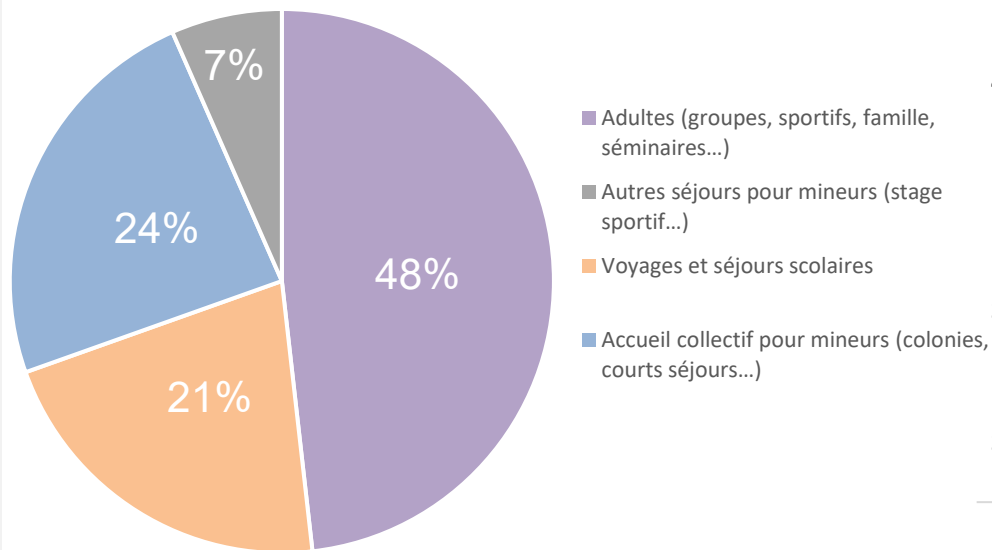


Savoie (73)

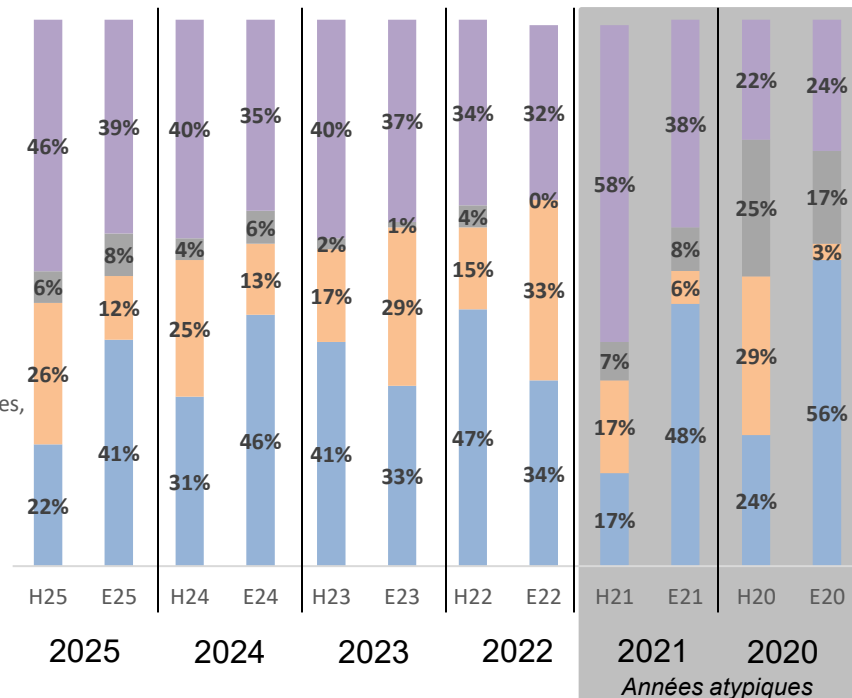


Répartition par typologie de séjour

Nuitées 2025



Comparatif par année et par saison



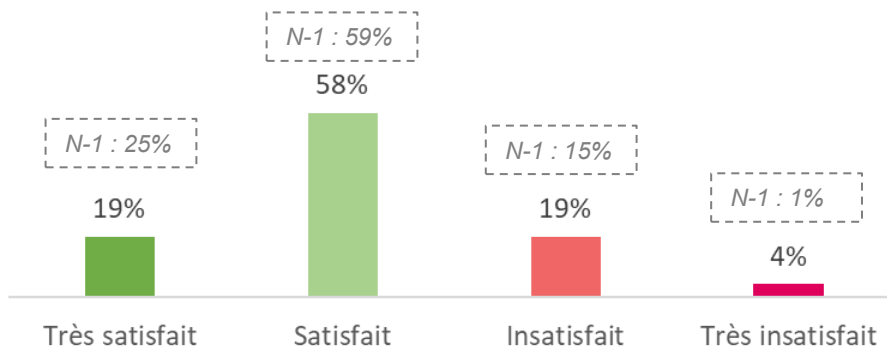
04

La satisfaction et le niveau de confiance

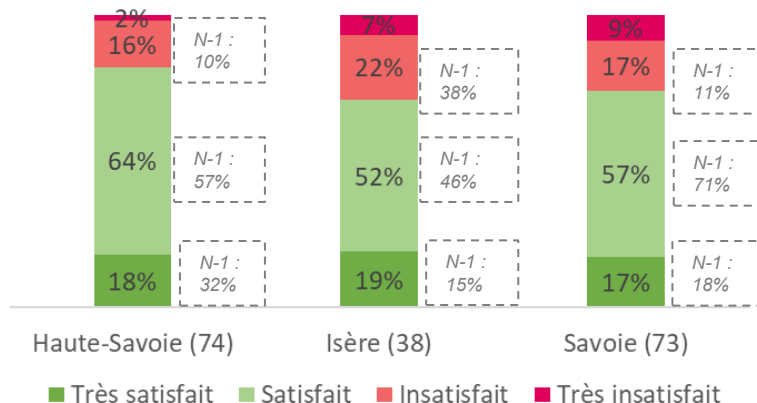


La satisfaction 2025

Quel est votre niveau de satisfaction sur la période écoulée ?
(décembre 2024 à novembre 2025)



Par département



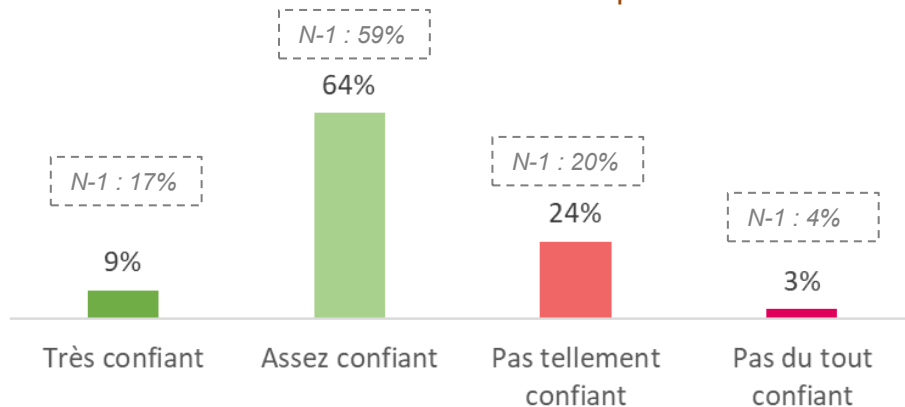
De manière plus générale, quels sont vos commentaires et/ou remarques sur la période écoulée ? (49 réponses)



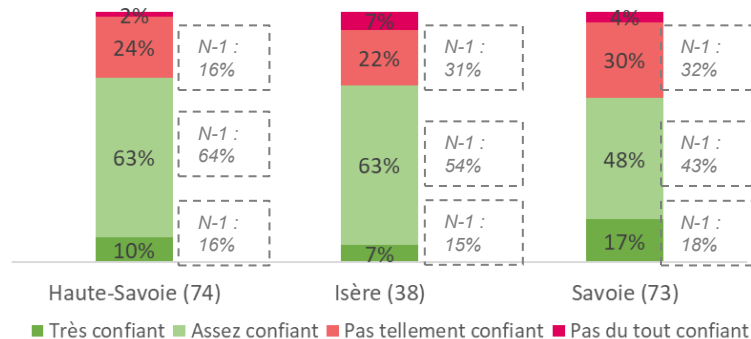
- «Accueil de groupes exclusivement (scolaires, sportifs), en forte hausse par rapport à l'année dernière.»
- «15 % de nuitées en plus que l'année précédente, sans explication particulière. Année exceptionnelle.»
- «Nous sommes satisfaits de la saison, même si nous constatons une baisse de fréquentation, notamment des collèges. La fréquentation se concentre sur des périodes plus réduites.»
- «Annulation de clientèle et commercialisation difficile des séjours neige.»
- «Baisse de fréquentation en hiver et baisse du chiffre d'affaires annuel.»
- «Nous sommes frappés de plein fouet par la nouvelle législation sur les salaires des animateurs, qui représente un coût que nous ne pouvons plus absorber.»

Le niveau de confiance pour l'avenir

Quel est votre niveau de confiance pour l'avenir ?



Par département



Selon vous, quelles sont vos perspectives de croissance ? (48 réponses)



- « Nous sommes à la recherche de développement pour les propositions destinées aux séminaires d'entreprise et aux ligues. »
- « Allongement des périodes d'ouverture et augmentation du nombre de groupes sportifs autres que le ski. »
- « Nous devons développer de nouveaux produits : aller chercher des classes de découverte sur les périodes d'automne et de printemps, ainsi que des classes de découverte en moyenne montagne. »
- « Forte diminution du public scolaire et des accueils collectifs de mineurs en perspective. »
- « Manque de neige dans les stations et peu d'activités proposées. »

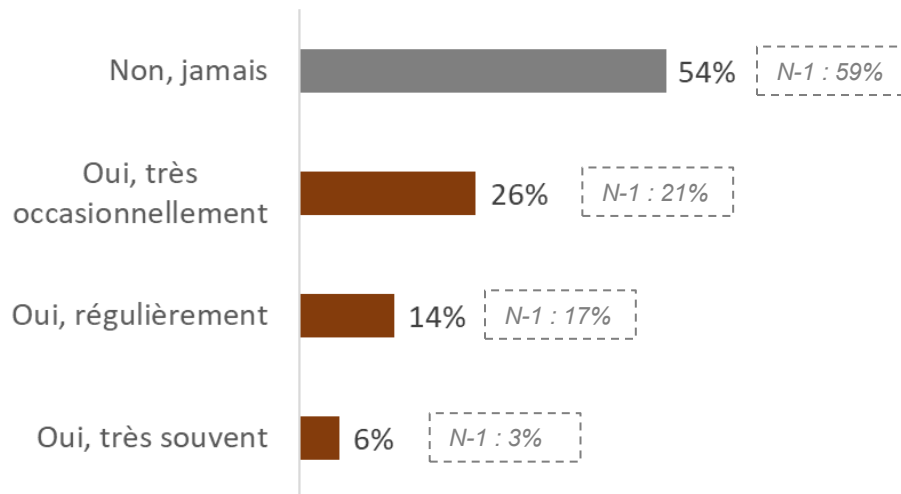
05

Les appels d'offre

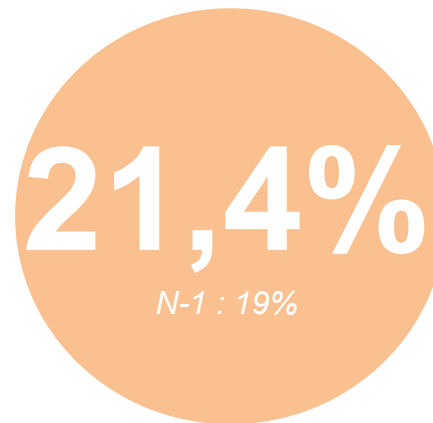


Appel d’offre concernant l’accueil de classes découverte (1/3)

Répondez-vous occasionnellement ou régulièrement à des appels d’offres concernant l’accueil de classes de découverte ?

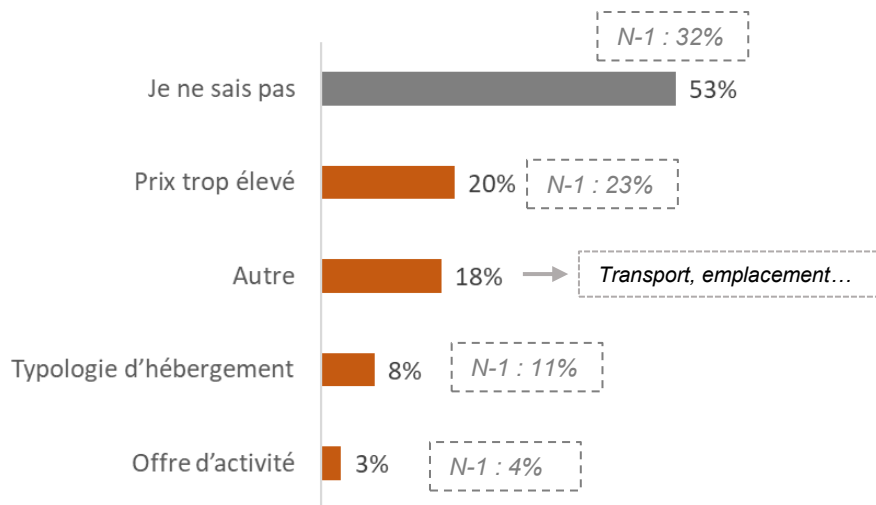


Les appels d’offre remportés ont représenté quelle part de votre chiffre d’affaires ?

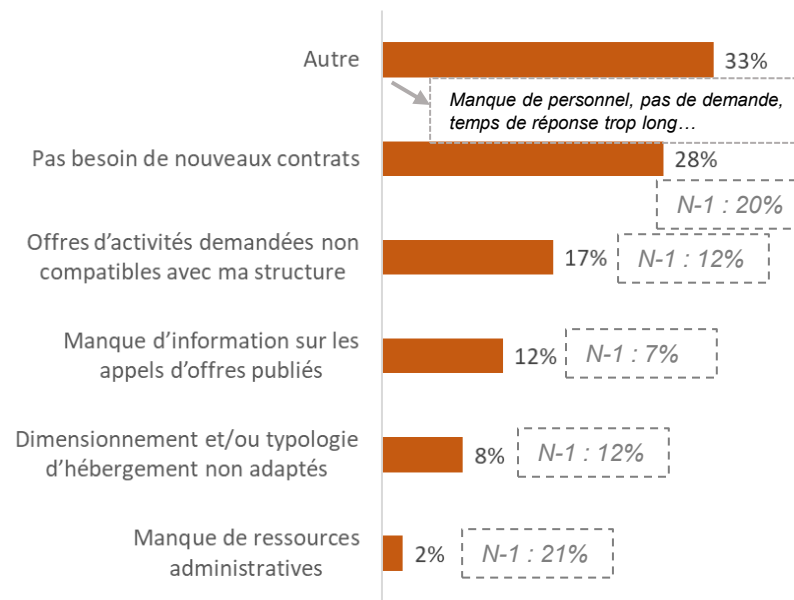


Appel d'offre concernant l'accueil de classes découverte (2/3)

Dans les cas où vous n'avez pas été retenu, quelles en ont été selon vous, les raisons principales ?

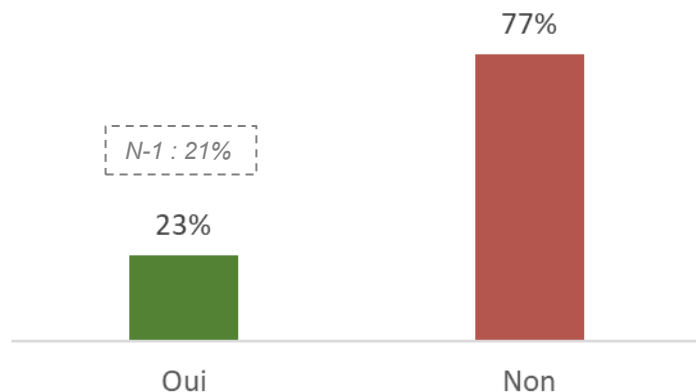


Pour quelle(s) raison(s) ne répondez-vous jamais à des appels d'offres concernant l'accueil de classes de découverte ?



Appel d'offre concernant l'accueil de classes découverte (3/3)

Souhaitez-vous être accompagnés pour vous former et vous aider à répondre à des appels d'offres ?



Avez-vous un commentaire à ajouter sur le sujet des appels d'offre ?
(22 réponses)

commercial
collège auberge capacité d'accueil
décision service passereau compris départemental
colo structure attention à venir autocariste bon
accueil ados centre patrimoine tarif
alimentaire gîte scolaire niveau budget
colonie critère prix avis
bas demande groupe marché creps
couvert année décalages séjour travail commune difficulté
dernier cout administratif accompagnement boy
commercial association critère de choix

- « Nous ne disposons pas de ressources humaines suffisantes sur place pour répondre à ce type de séjour. »
- « Nous sommes accompagnés par le service départemental "Passerelle & Patrimoine". »
- « Les prises de décision concernant les appels d'offres sont beaucoup trop tardives. »

06

Les données économiques



Nombre de salariés

Combien de personnes travaillent dans l'établissement ?

6,3

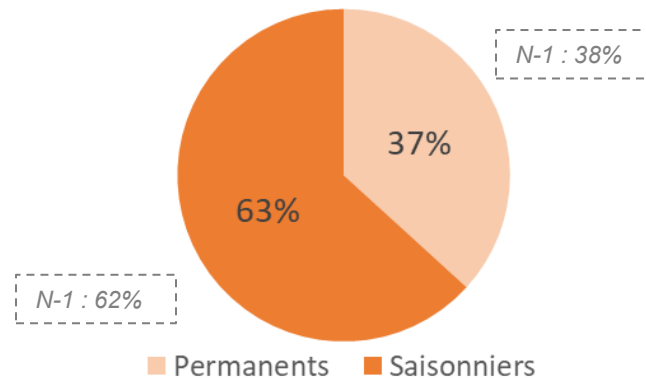
Salariés permanents en moyenne

N-1 : 5,0

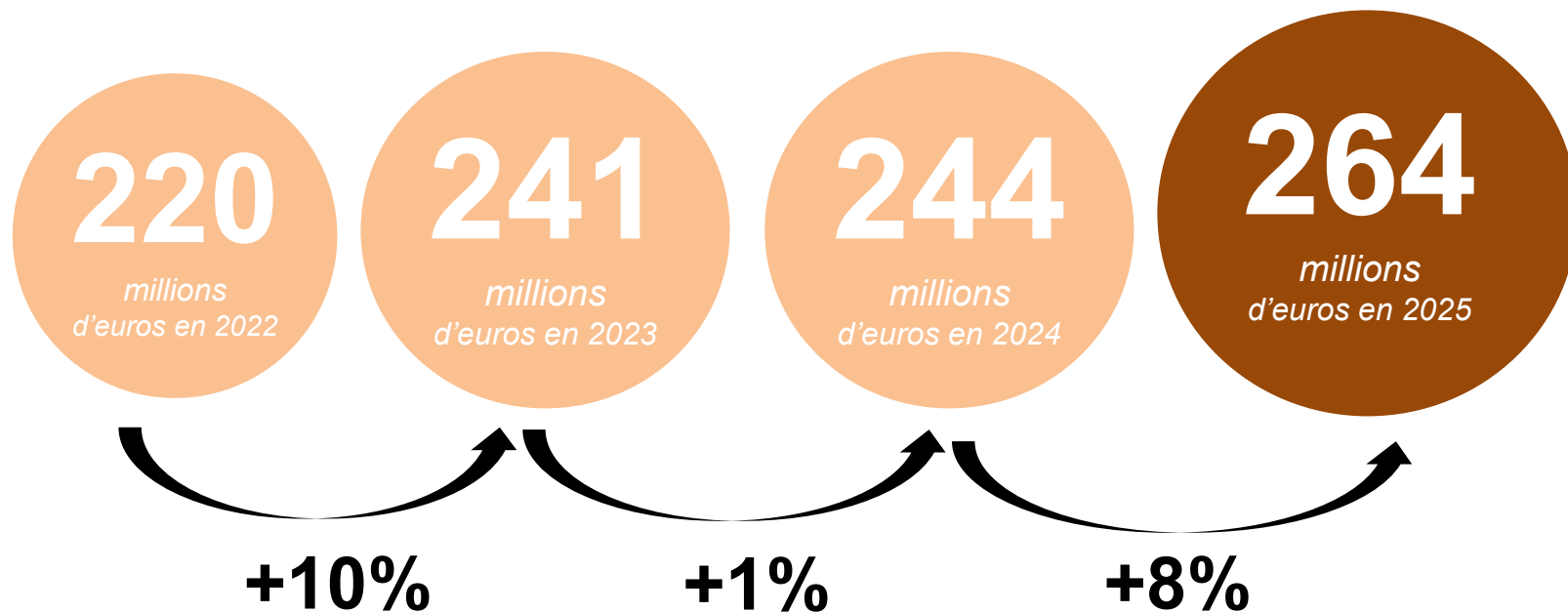
9,0

Salariés en moyenne

N-1 : 8,6

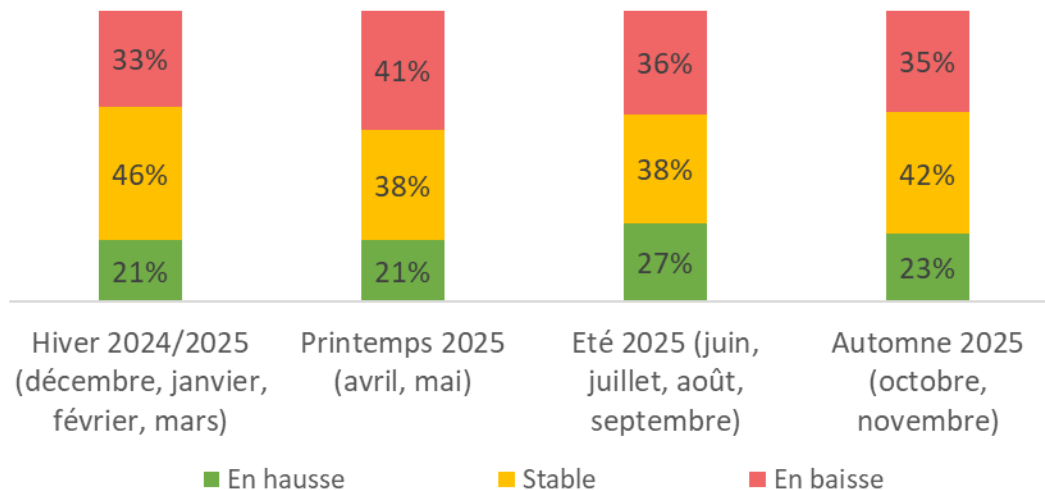


Chiffre d'affaires annuel



Evolution du chiffre d'affaires

Comment a évolué votre chiffre d'affaires sur l'année 2025 par période par rapport à 2024 ?
(taux de réponse : 63%)



07

Synthèse



Les chiffres clés

500

Etablissements ouverts

97

*Lits en moyenne par
établissement*

4,5 M

*De nuitées régionales en
2025*

82%

*Des nuitées régionales
ont été effectuées en
Savoie et Haute-Savoie*

+1%

*De nuitées
en 2025 vs 2024*

Merci !



G2A est certifié ISO 20252 auprès de l'AFNOR. Cette étude est réalisée conformément à la norme et respecte toutes ses exigences pour vous garantir confidentialité, fiabilité et protection des données.