

# Sommets du Tourisme 2026

22 SEPTEMBRE 2026

Région · Agence · Marques · Alpes · JOP 2030 ·  
Gastronomie · Outdoor · Territoires



## Tourisme mondial : record en 2025, net ralentissement en 2026

**1,52 Md**

d'arrivées touristiques  
internationales en 2025

+4 % par rapport à 2024

**11,7 T\$**

de contribution à  
l'économie mondiale

10,3 % du PIB mondial

**+0,4 %**

d'arrivées au  
1er semestre 2026

un coup de frein très net

### TRANSPORT AÉRIEN

**La demande résiste, mais la hausse du pétrole et les conflits fragilisent les capacités et les marges.**

**41 Md\$**

prévision initiale

**23 Md\$**

prévision juin 2026

Bénéfice mondial des compagnies aériennes

Sources : ONU Tourisme, Baromètre mondial, janvier et août 2026 ; WTTC, janvier 2026 ; IATA, juin 2026.

## Cinq transformations qui redessinent le tourisme mondial

01

### Une croissance plus volatile

Conflits, énergie et visas peuvent modifier très vite les flux.

02

### L'Asie regagne du poids

La Chine, l'Inde et les grands hubs asiatiques soutiennent la demande.

03

### Le rapport qualité-prix devient décisif

Les voyageurs comparent davantage et privilégient la flexibilité.

04

### L'IA entre dans le parcours d'achat

Recherche, comparaison et itinéraires deviennent conversationnels.

05

### L'acceptabilité devient un actif touristique

Climat, logement et gestion des flux conditionnent l'attractivité.

POUR LES DESTINATIONS

**Renforcer la désirabilité, la distribution numérique, la diversification des marchés et la gestion des flux.**

# Une puissance touristique à l'échelle européenne



de consommation  
touristique



emplois  
touristiques



de taxe de séjour



de nuitées  
étrangères

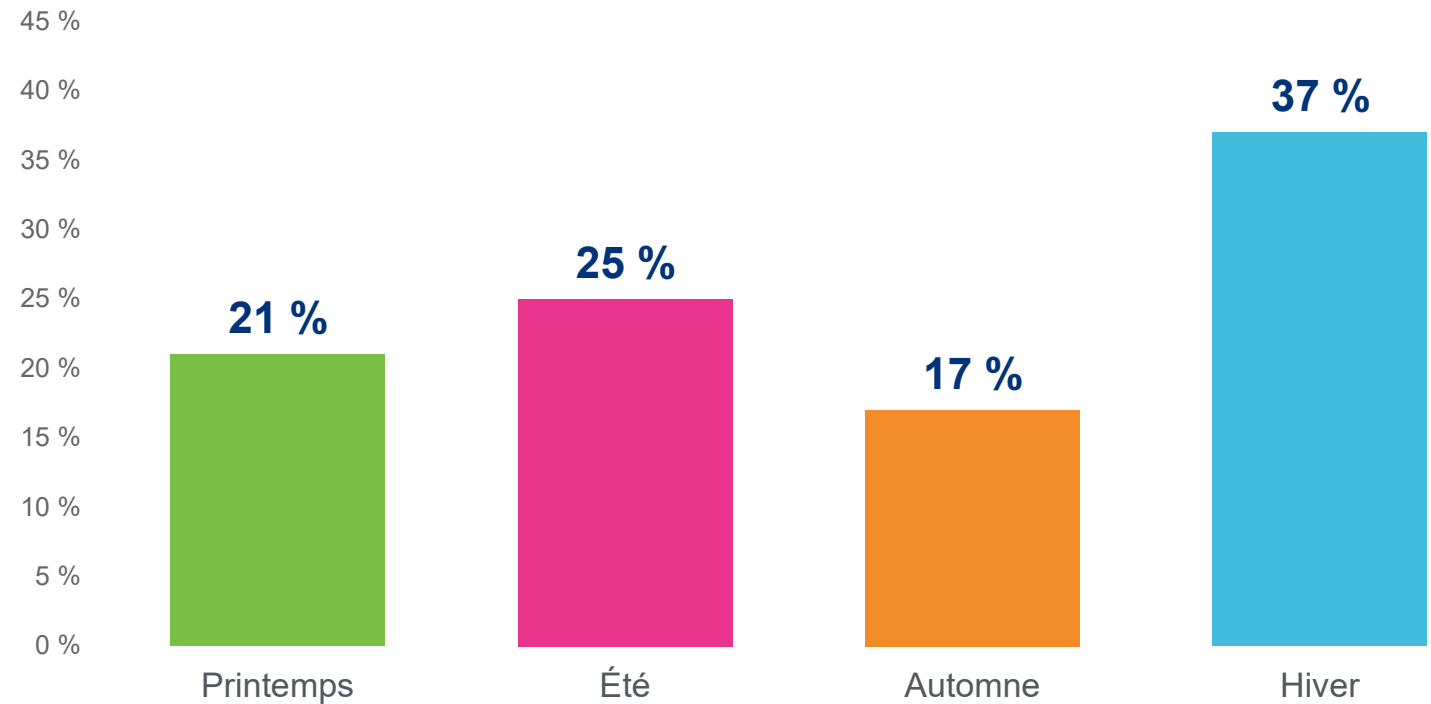
Montagne · Outdoor · Villes · Volcans · Gastronomie · Patrimoines · Thermalisme



## Une activité répartie sur les quatre saisons

**280 M**  
de nuitées touristiques

**70 %**  
des habitants soutiennent  
le développement touristique



## La première région touristique de France

# 151,6 M

de nuitées françaises

# 1ère

région touristique pour  
la clientèle française



# 31,7 %

des nuitées françaises  
réalisées par les habitants  
de la région



## Quatre marchés étrangers au premier plan

# 29 %

des nuitées en  
hébergement marchand



Suisse

13,7 M



Royaume-Uni

13,5 M



Pays-Bas

9,0 M



Allemagne

8,1 M

0,0 M 2,0 M 4,0 M 6,0 M 8,0 M 10,0 M 12,0 M 14,0 M 16,0 M

# Une agence au service des territoires

**63 COLLABORATEURS**

Observer, accompagner, promouvoir et innover pour donner plus d'impact à l'action collective.



L'AGENCE

# Quatre missions, une même exigence d'utilité

---



## Observer-Analyser

Data, études, signaux faibles  
et mesure de performance

## Accompagner

Professionnalisation, réseaux,  
ingénierie et appui territorial

## Promouvoir

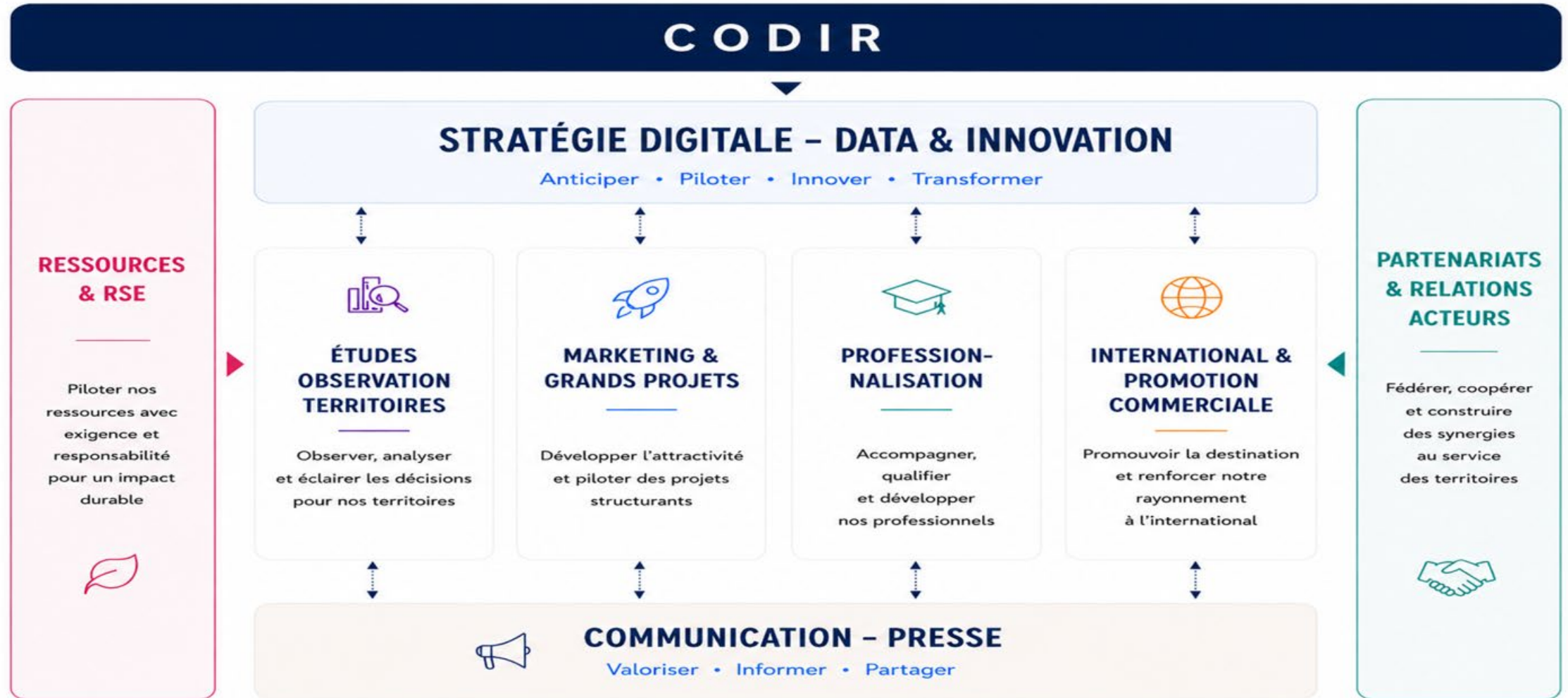
International, France, presse,  
distribution et contenus

## Innover

IA, CRM, architecture de marque  
et pilotage par la preuve



# Une organisation alignée sur la stratégie



# Data, CRM et IA : trois leviers d'exécution



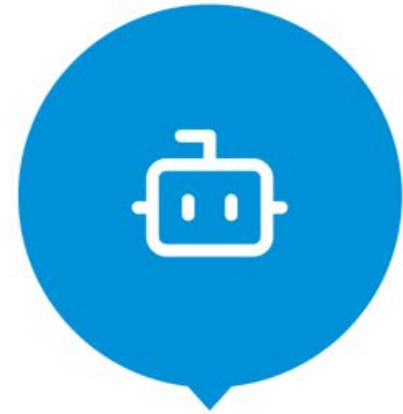
## Data

- Mieux observer et prioriser
- Mesurer les résultats



## CRM

- Structurer la relation partenaires
- Piloter la performance



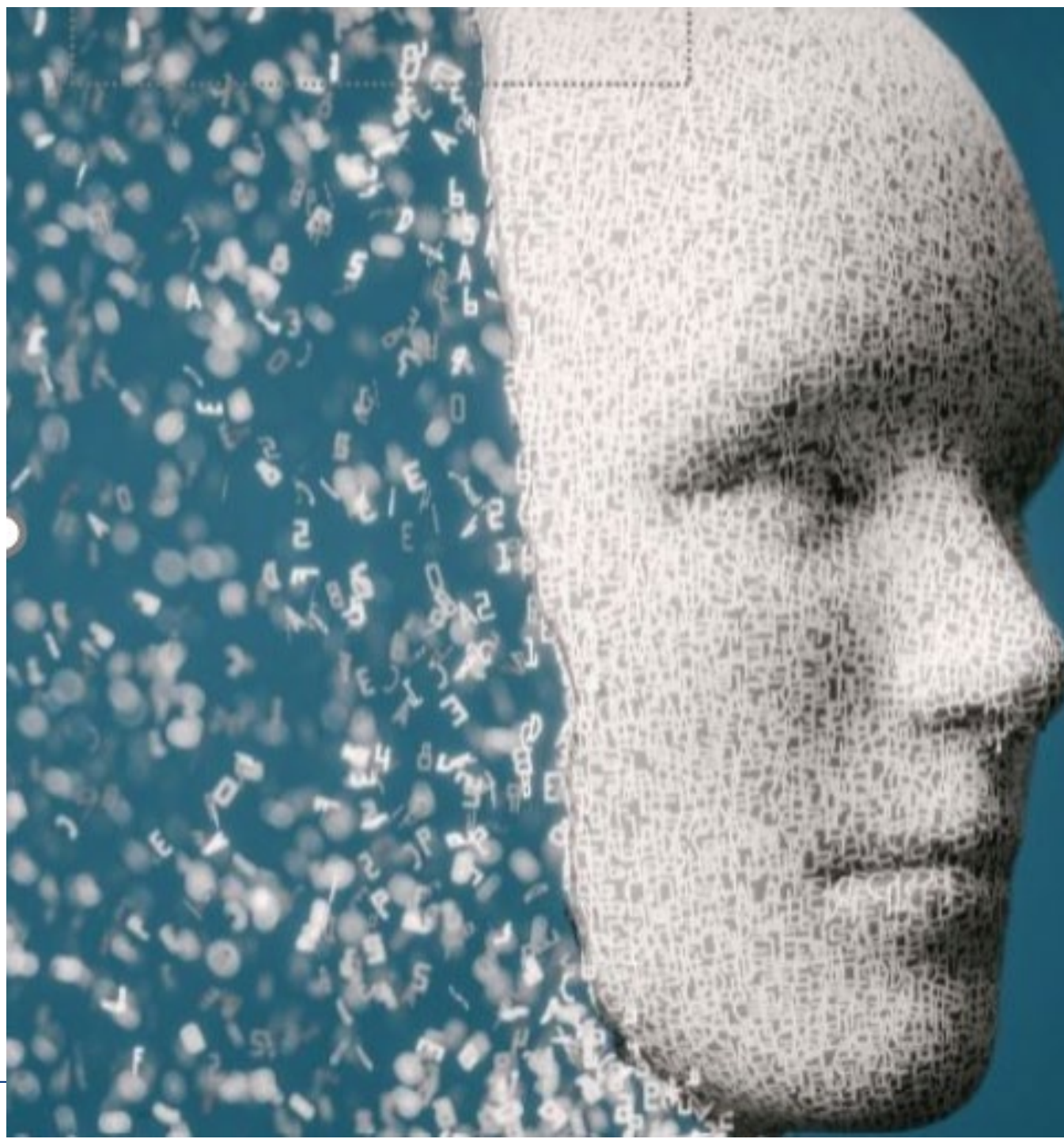
## IA

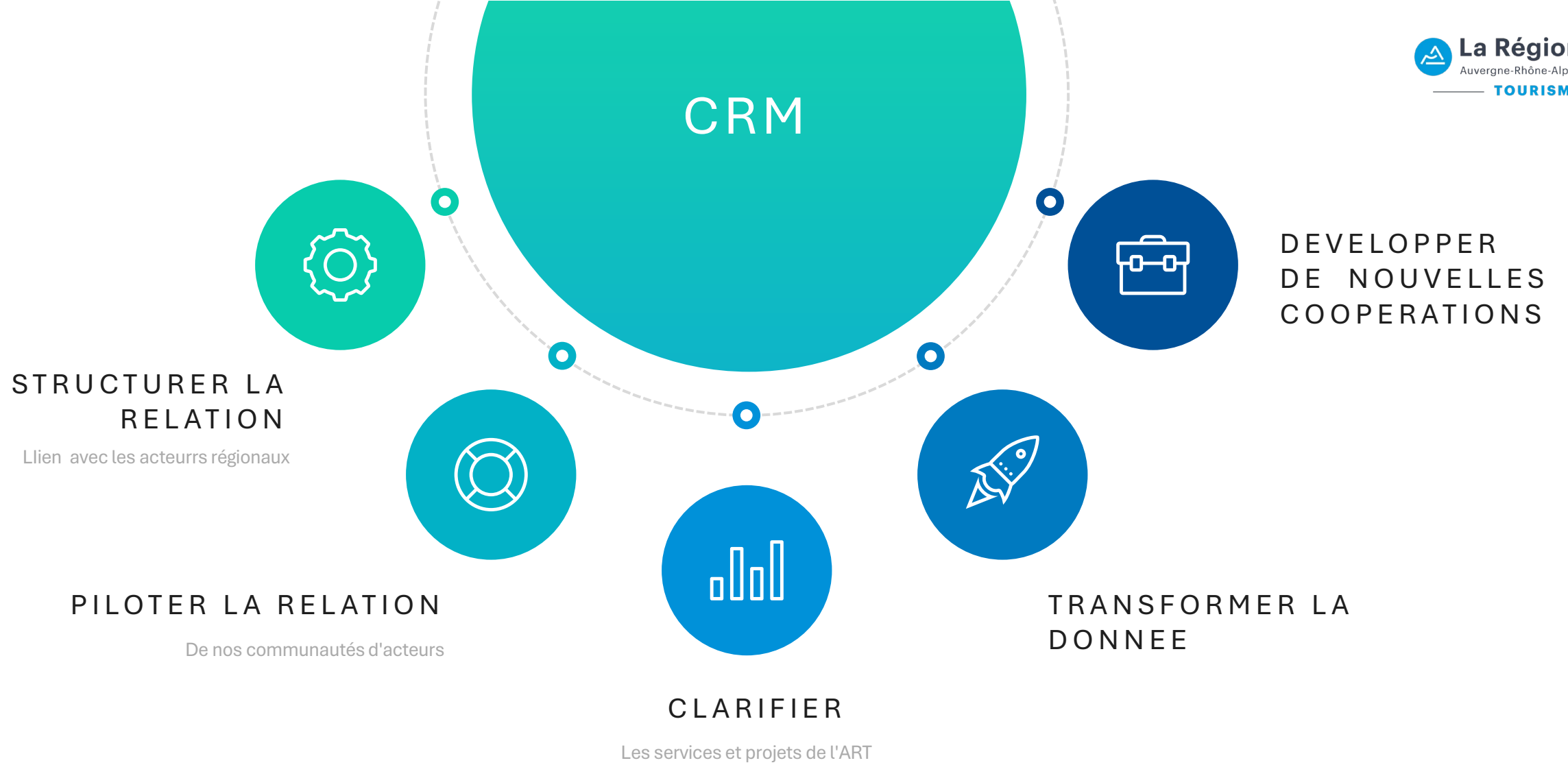


- Accélérer les contenus
- Gagner en productivité et en services



# Nourrir l'IA... Ou devenir invisible



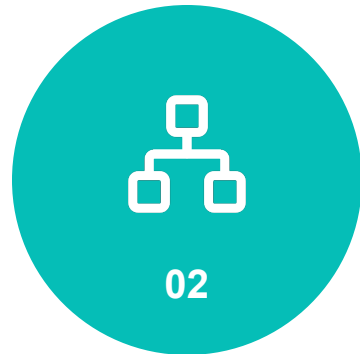


# GAGNER EN IMPACT, EN PREUVE ET EN CAPACITÉ D'EXÉCUTION



## Cibler

Les projets à plus fort effet levier



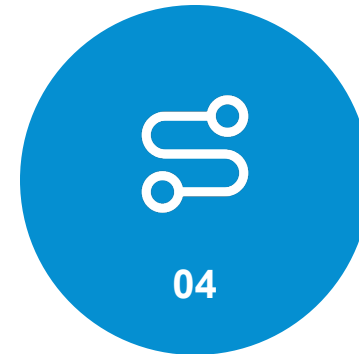
## Fédérer

Les territoires et les partenaires



## Transformer

Les méthodes, les outils et les offres



## Déployer

Sur les marchés et dans les parcours



## Mesurer

Les résultats et l'utilité produite

**Une stratégie lisible, des priorités assumées, une agence mobilisée.**



# Stratégie & marques

Trois piliers d'offre et trois destinations internationales pour concentrer les moyens et clarifier le récit.



# Trois piliers pour structurer l'offre



## Outdoor & montagne

- Hiver, ski et montagne été
- Itinérances, vélo et bien-être



## Art de vivre & gastronomie

- Vallée de la Gastronomie
- Vins, terroirs et savoir-faire



## Patrimoines & culture

- Villes, grands sites et culture
- Tourisme de savoir-faire
- Sites UNESCO, événements et thermalisme



## Trois destinations prioritaires à l'international



### French Alps

Hiver · ski · haute montagne  
Outdoor · JOP 2030



### Auvergne Volcanic Land

Nature · grands espaces  
Itinérance · ressourcement



### Lyon · Beaujolais · Rhône Valley

Art de vivre · gastronomie  
Vins · city break

**AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**  
HEIGHTS OF LIFE



# La montagne Auvergne- Rhône-Alpes

UNE DESTINATION ÉTÉ HIVER

Capitaliser sur la force mondiale du ski et  
construire un récit été-outdoor plus lisible.



# Une puissance hivernale, un potentiel estival à amplifier

**HIVER**

## 175 stations et une image internationale majeure

Alpes – Massif Central – Massif du Jura. Ski, haute montagne, hébergements, écoles, services et clientèles françaises, européennes et long-courriers.

**ÉTÉ**

## Outdoor, bien-être et activité mieux répartie sur l'année

Alpes – Massif Central – Massif du Jura. Randonnée, vélo, trail, lacs, refuges, grands espaces et un récit international à structurer.



# Les projets

DES PRIORITÉS  
POUR 2027



PRIORITÉS D'EXÉCUTION

## Six projets à fort effet levier



**GRAND TOUR**  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

### Grand Tour

Un récit régional expérientiel, mobile et premium



### Vallée de la Gastronomie

Élargir l'offre et convertir en séjours



### JOP 2030

Faire des Jeux un levier d'héritage touristique



### Région du vélo

Structurer une ambition outdoor et itinérance



**AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**  
LA VIE EN RELIEF

### Architecture de marque

Hiérarchiser et donner un récit commun



**Trajectoires**tourisme  
Auvergne-Rhône-Alpes

### Professionnalisation

Accompagner les acteurs dans les transitions



# Une architecture pour clarifier les prises de parole

## COMMUNICATION BtoC Marque territoriale



## COMMUNICATION BtoB L'institution, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme



### Formations



## Marques destinations partagées



## COMMUNICATION BtoBtoC Exemple : communication à destination de la presse



# JOP Alpes françaises 2030

## UNE TRAJECTOIRE DE TRANSFORMATION

Faire des Jeux un accélérateur de mobilité,  
d'accessibilité, de durabilité et de rayonnement  
international.





# Quatre priorités pour construire l'héritage touristique



## Mobilité

Train, parcours client  
et accès aux sites



## Accessibilité

Handicap, jeunesse  
et expérience inclusive



## Durabilité

Labels, indicateurs,  
hébergements et flux



## International

Récit commun, presse,  
marchés et distribution



# Vallée de la Gastronomie

## DU TERROIR À L'EXPÉRIENCE

Refonder la promesse autour des produits, des rencontres et des savoir-faire pour mieux convertir en séjours.



# Une promesse à recentrer sur ce qui fait la différence



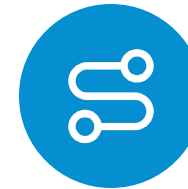
## Produits & terroirs

AOP, IGP, vignobles et identité régionale



## Rencontres & savoir-faire

Producteurs, chefs, artisans et expériences



## Du contenu au séjour

Une offre lisible, distribuée et activable en Europe



# Le Grand Tour Auvergne-Rhône-Alpes

## UNE AVENTURE UNIQUE SUR LES ROUTES D'AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Encourager la découverte des différents territoires de la région : générer des retombées économiques directes pour les acteurs du tourisme.





## Notoriété

Communication, outils, podcasts...



## Ancrage

Appropriation par les territoires et professionnels



## Développement

Outils en anglais pour marchés ciblés

# Tourisme à vélo

La Région du Vélo  
Viarhona  
Via Allier

...

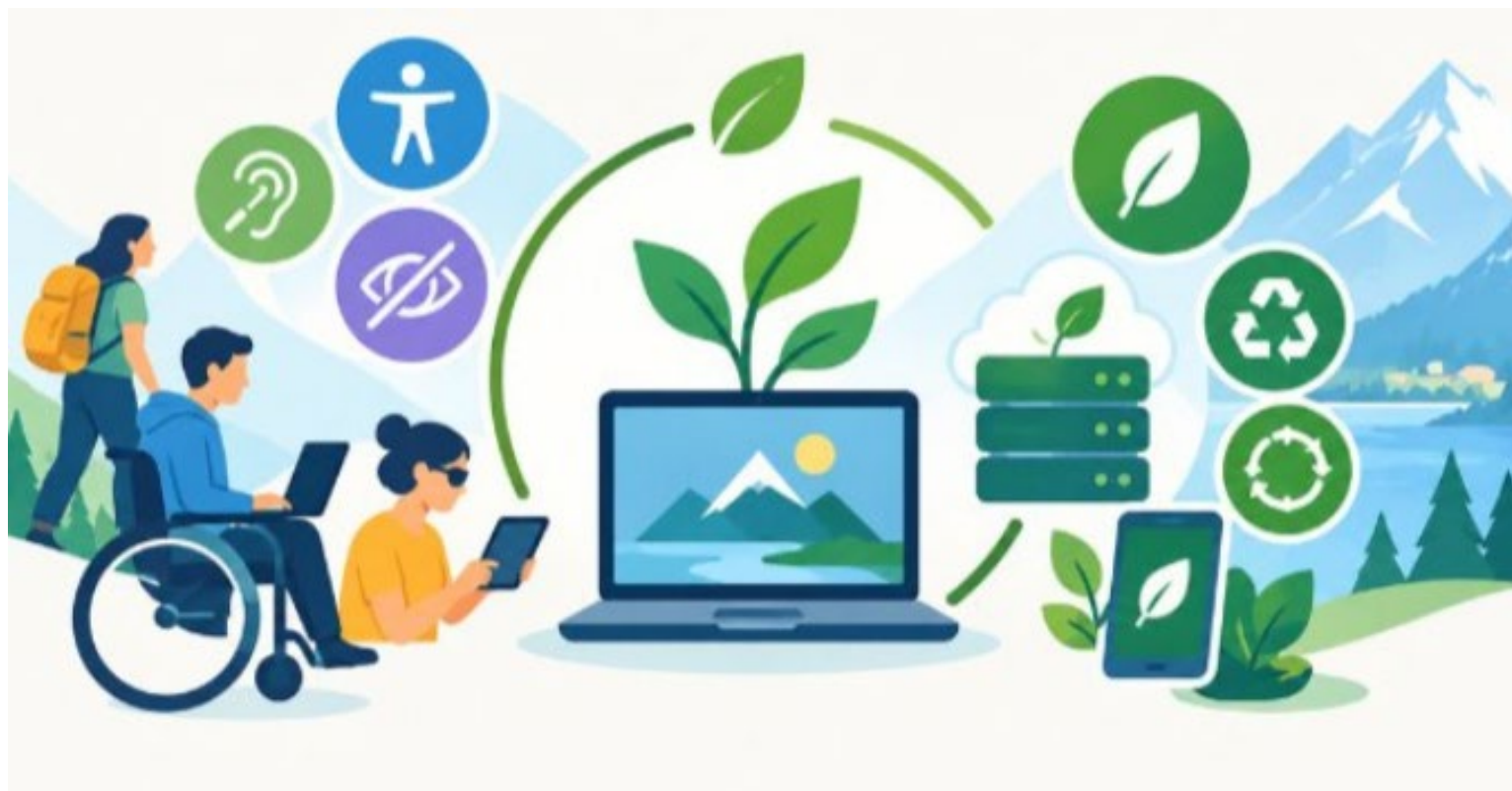




PROJET

# INDEX DU NUMERIQUE RESPONSABLE

---



# Temps forts 2027





## JANVIER

SIRHA Bocuse d'Or - LYON

Salon Destination Montagnes – GRENOBLE

Paris Rando Nature - PARIS

## FÉVRIER

Journées Portes Ouvertes des Savoir-Faire et de la Visite d'Entreprise - AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

## MARS

Salon Rendez-Vous en France – BORDEAUX

Salon du randonneur - LYON

## AVRIL

Mountain Planet - GRENOBLE

## JUILLET

Le Tour de France

## SEPTEMBRE

Championnats du Monde de Cyclisme UCI – HAUTE-SAVOIE MONT-BLANC

Les Sommets du Tourisme - LYON

## OCTOBRE

Vignobles en Scène - AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Salon Roc d'Azur / VTT - FREJUS

Workshop Green France





# La Région

Auvergne-Rhône-Alpes

---

**TOURISME**