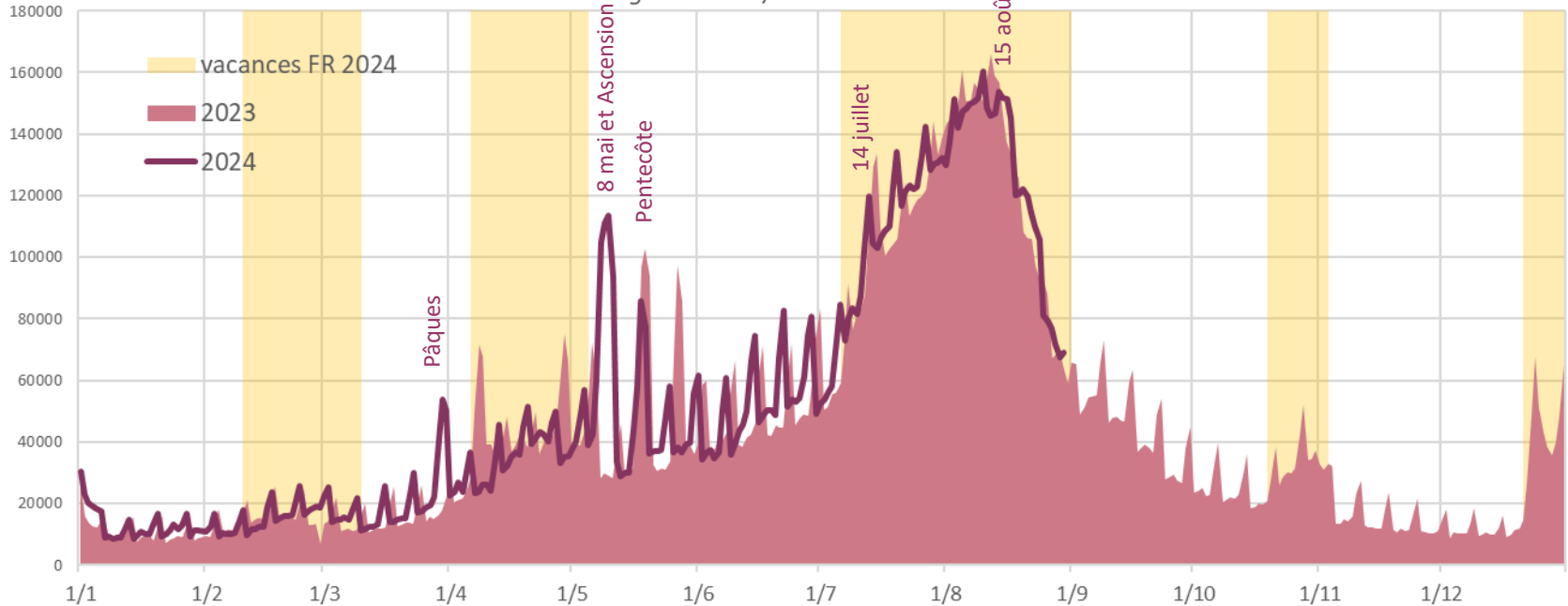


Préparation du plan d'actions 2025

Rencontre des partenaires
Sept 2024

Nuitées des touristes français et étrangers en Ardèche

Flux Vision - Orange Business / Ardèche Tourisme



Après un printemps « frileux » marqué par une fréquentation stable, on observe pour cet été ...

- Baisse des Français (-2%), compensée par la hausse des étrangers (+5%) (FVT-Orange au 29,08)
- Succès et performance des plates-formes locatives (Gites de France, Airbnb, abritel, booking)
- Bonne saison d'été pour 2/3 des campings interrogés, mais fortes disparités des résultats suivant les établissements
- Difficultés de pouvoir d'achat, baisse des dépenses
- Saison difficile pour les hôteliers, restaurateurs et prestataires et sites (hors outdoor)
- Hausse des demandes d'activités outdoor et des demandes liées à un tourisme plus respectueux de l'environnement
- Poursuite de la hausse de fréquentation vélo
- Le triptyque incontournable = qualité de l'offre + qualité de l'accueil + qualité de la distribution

Données de cadrage sur nos principaux marchés

Base : 16 millions nuitées (FVT – Orange 2023)

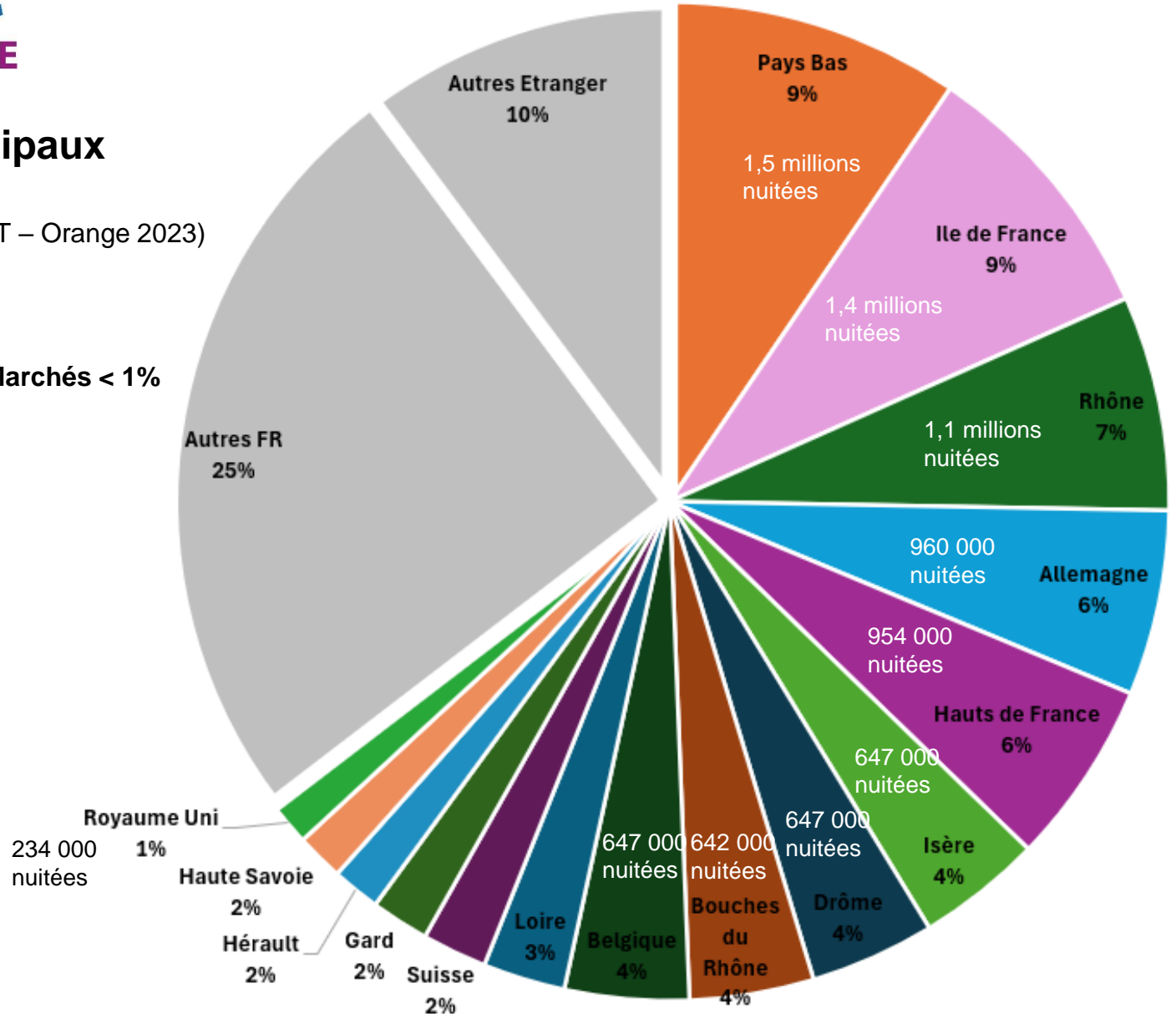
source : Flux Vision / Orange
Business - Ardèche Tourisme

		<u>Nuitées 2023</u>			<u>Poids des marchés dans chacune des saisons</u>						<u>Répartition des nuitées de chacun des marchés par saison</u>			
<u>Marchés émetteurs</u>	<u>Pop globale</u>	<u>Poids</u>	<u>Evo/4ans</u>	<u>Printemps (AMJ)</u>	<u>Poids printemps</u>	<u>Eté (JA)</u>	<u>Poids Eté</u>	<u>Automne (SO)</u>	<u>Poids automne</u>	<u>Printemps</u>	<u>Eté</u>	<u>Automne</u>	<u>Hors Saison</u>	
Pays Bas	17 740 000	1 517 000	9%	+65%	298 000	7%	1 022 000	15%	144 000	6%	20%	67%	9%	4%
Allemagne	84 700 000	960 000	6%	+14%	373 000	9%	337 000	5%	184 000	8%	39%	35%	19%	7%
Belgique	11 749 000	647 000	4%	+15%	127 000	3%	383 000	6%	79 000	3%	20%	59%	12%	9%
Suisse	8 900 000	336 000	2%	+35%	114 000	3%	123 000	2%	58 000	3%	34%	37%	17%	12%
Royaume Uni	64 597 000	234 000	1%	+20%	60 000	1%	118 000	2%	33 000	1%	26%	51%	14%	9%
Ile de France	12 400 000	1 413 000	9%	+12%	304 000	7%	746 000	11%	153 000	7%	22%	53%	11%	15%
Rhône	1 893 000	1 111 000	7%	+16%	357 000	8%	395 000	6%	146 000	6%	32%	36%	13%	19%
Hauts de France	5 998 000	954 000	6%	+7%	172 000	4%	629 000	9%	87 000	4%	18%	66%	9%	7%
Isère	1 285 000	647 000	4%	+22%	213 000	5%	218 000	3%	95 000	4%	33%	34%	15%	19%
Drôme	516 762	647 000	4%	-6%	173 000	4%	142 000	2%	121 000	5%	27%	22%	19%	33%
Bouches du Rhône	2 057 000	642 000	4%	+29%	173 000	4%	246 000	4%	98 000	4%	27%	38%	15%	20%
Loire	769 000	426 000	3%	+20%	156 000	4%	142 000	2%	60 000	3%	37%	33%	14%	16%
Gard	748 437	301 000	2%	+7%	81 000	2%	101 000	1%	49 000	2%	27%	34%	16%	23%
Hérault	1 202 000	250 000	2%	+30%	68 000	2%	82 000	1%	38 000	2%	27%	33%	15%	24%
Haute Savoie	841 000	246 000	2%	+26%	86 000	2%	86 000	1%	35 000	2%	35%	35%	14%	16%
Total FR		10 665 000	67%	+14%	2 893 000	68%	4 500 000	65%	1 478 000	65%				
Total Etranger		5 321 000	33%	+27%	1 388 000	32%	2 446 000	35%	801 000	35%				
Autres FR		4 030 000	25%	+16%	1 111 000	26%	1 713 000	25%	595 000	26%				
Autres Etranger		1 626 000	10%	+15%	415 000	10%	463 000	7%	303 000	13%				
Autres		5 657 000	35%	+16%	1 526 000	36%	2 176 000	31%	898 000	39%				
Total		15 986 000	100%	+18%	4 282 000	100%	6 946 000	100%	2 279 000	100%				

Poids de nos principaux marchés

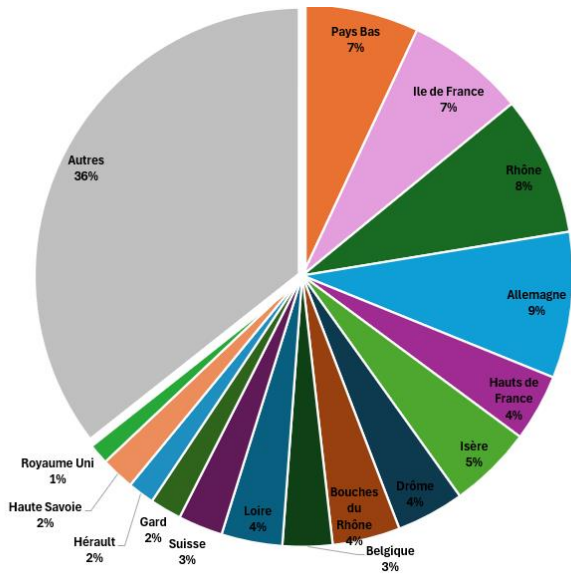
Base : 16 millions nuitées (FVT – Orange 2023)

Marchés < 1%

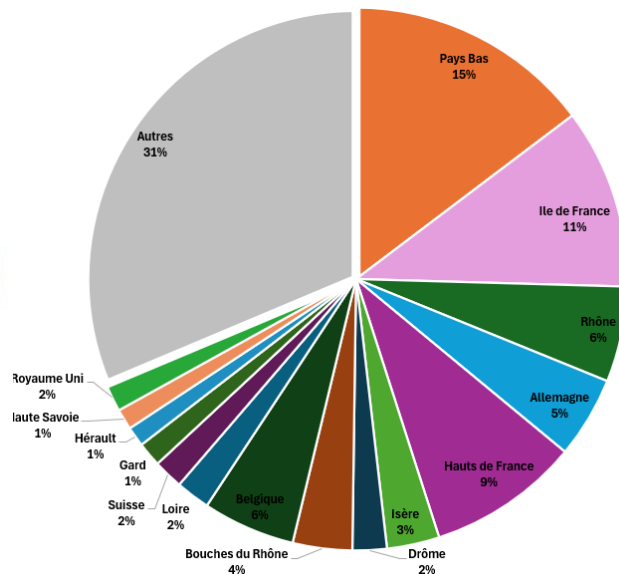


Poids de nos principaux marchés par saison

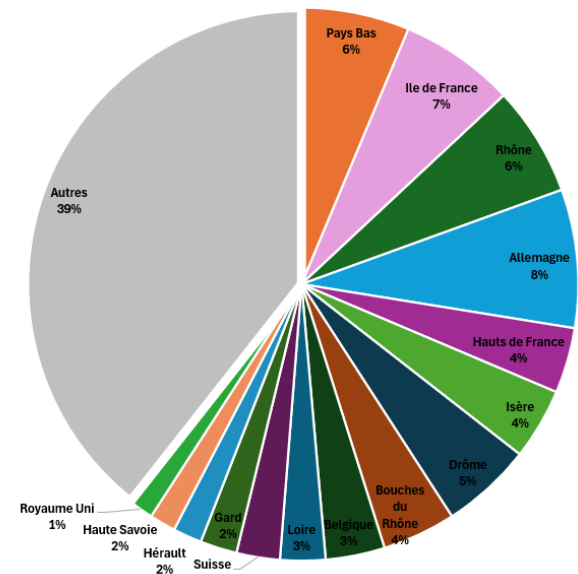
Base : 16 millions nuitées (FVT – Orange 2023)



Printemps

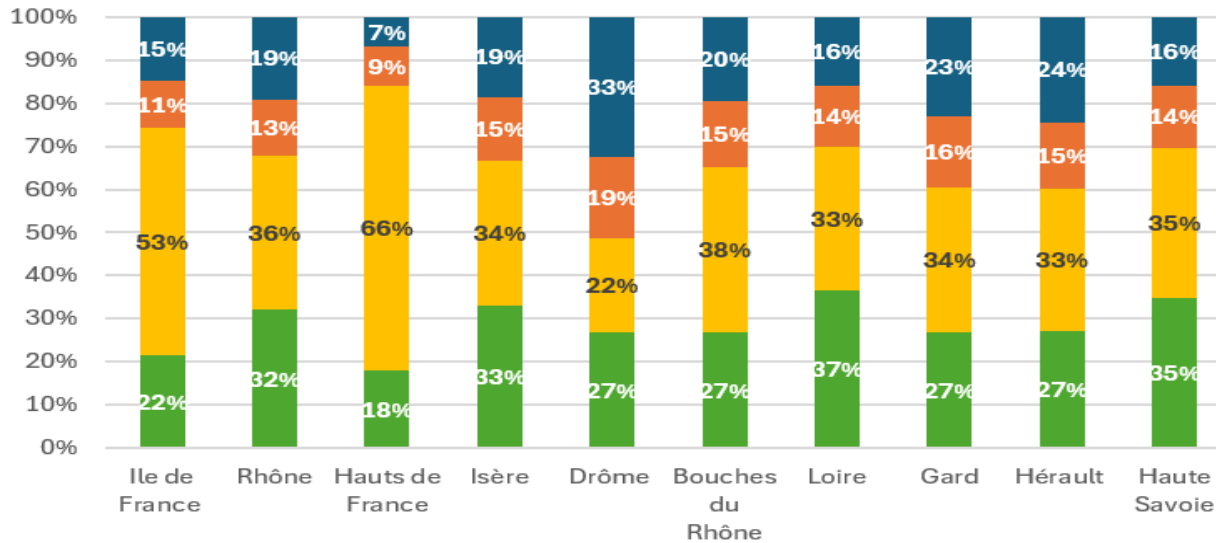
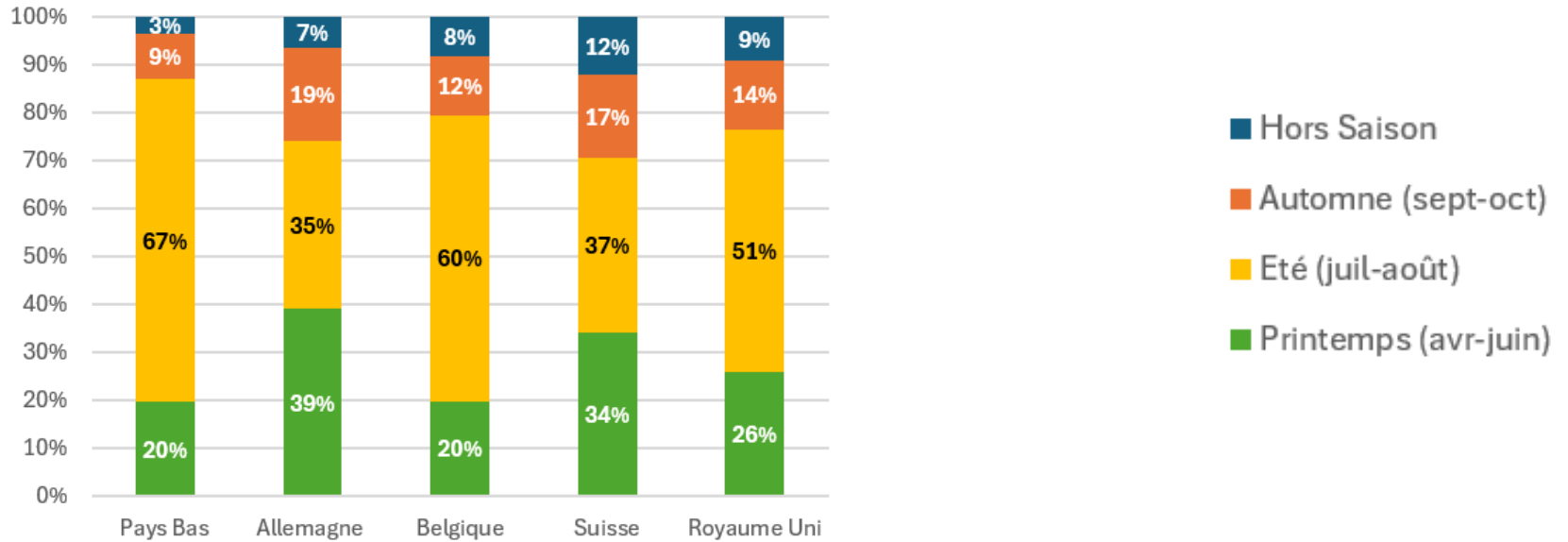


Eté



Automne

Répartition des nuitées par saison de nos principaux marchés



Performance de nos principaux marchés sur les 4 dernières années :

(FVT Orange Business – 2023 / 2019)



*Marchés en sur-performance
Evolution > +22%*

Pays Bas

1,517,000 nuitées

Isère

647,000 nuitées

Bouches du Rhône

642,000 nuitées

Suisse

336,000 nuitées

Hérault

250,000 nuitées

Haute-Savoie

246,000 nuitées



*Marchés proches de la
moyenne d'évolution (+18%)*

Rhône

1,111,000 nuitées

Allemagne

960,000 nuitées

Belgique

647,000 nuitées

Royaume-Uni

234,000 nuitées

Loire

426,000 nuitées



*Marchés en sous - performance
Evolution < +12%*

Ile de France

1,413,000 nuitées

Hauts de France

954,000 nuitées

Drôme

647,000 nuitées

Gard

301,000 nuitées

3 grandes orientations issues du Plan tourisme : Renforcer nos actions sur ...

Hyper-proximité : Les Ardéchois en Ardèche

- 331 000 habitants / 153 000 ménages
- 47% partent en W.E. ou en vacances dans le département
- 64% accueillent leur entourage pour des vacances
- 17% du public qui fréquente les OT
- Last minute (56% se sont décidés dans la semaine)
- 50% ont fait une résa avant leur séjour ou visite, très majoritairement sur le site du pro
- **Sur-représentés au printemps et l'automne**
- Bien répartis géographiquement
- **Activités pratiquées :**
 - 84% sortie au restaurant
 - 80% randonnée
 - 55% baignade en lac ou rivière
 - 53% balade en vélo
- 30,000 élèves de primaires et 16,000 collégiens ardéchois, mais seulement 8% du public Passerelles Patrimoines

Touristes hors cœur de saison estivale

- Plus âgés, 44% en couple (+16 pts / l'été), plus dépensiers, plus français, moins de primo-visiteurs, courts séjours plus nombreux
- Décision de séjour plus tardive (la moitié dans le mois qui précède)
- Recherchent le calme, la tranquillité, sensible à l'environnement et la beauté des sites
- **Plus sensibles à la gastronomie et les produits de terroir**
- Clientèle sud Ardèche, assez proche dans ses pratiques de la clientèle estivale (bémol sur les activités liées à l'eau). Les autres zones sont plus marquées par les « affinitaires » et des pratiques plus contemplatives
- **Les « totems » de l'Ardèche toujours prépondérants**








Touristes sur les zones les moins fréquentées

- Pour les « affinitaires » et marché de proxi cibler une info « bons plans », « pépites » via les réseaux sociaux, blog, PQR et le relais BAO des résidents,
- Supports plus classiques (internet et guide) pour les autres touristes traditionnels
- **Plus sensibles à la gastronomie et les produits de terroir**
- S'appuyer sur l'appétence pour l'environnement et les produits de déconnexion
- **Dichotomie entre séjours actifs (étrangers et héberg marchand) et contemplatif (héberg non marchand).**
- **Ne pas négliger l'attractivité/ l'affection pour les totems du sud**

Sources : Observatoire
Ardèche Tourisme


Orientations et nouveautés pour le plan d'actions 2025

Actions déjà pré-inscrites

- Salons vélo Utrecht et Stuttgart (janv. / fév.)
- Salon de la Pêche Charleroi (fédé de la pêche) – Ardèche hôte d'honneur 
- Salon de l'agriculture Paris 22/02-2/03 
- Destination Ardèche au Pouzin 14-16/03 
- Destination Ardèche, les RDV du printemps et de l'hiver (juin / décembre) 
- Salon du tourisme et des loisirs Valence 11-13/04 (outdoor et bien être) 
- Vél'osons Chambéry 28-30/03 
- Campagne de podcasts thématiques 
- Evènementiel « roue libre » itinérant en juin
- Observation touristique :
 - études ponctuelles : enquêtes « nouveaux arrivants », « visiteur-visité », consommation d'eau dans les filières touristiques
 - renforcement de l'offre de service aux OT et territoires : Nouvelles zones FVT / Orange à la demande, livraison à J+4
 - Enquête clientèle 2023 : nouvelles extractions thématiques et nouveaux outils d'analyse
 - Nouvel outil de suivi de la taxe de séjour (Stat'analyse Nouveaux Territoires)
- Visites d'entreprises en lien avec Entreprises et Découvertes

Actions déjà pré-inscrites

Tourisme Durable

- Renforcement des actions de sensibilisation en direction des visiteurs : déclinaison des supports actuels en format « animation » et élargissement à la cible résidents permanents et secondaires
- Maintien d'un dispositif d'accompagnement individuel des professionnels suite à l'arrêt du dispositif Ademe
- Contrat Eau-Climat 2025-2030 du bassin versant de l'Ardèche 
- Expérimentation décarbonation avec un groupe de 10 hébergeurs volontaires
- Une quinzaine de RdV professionnels (Ateliers, webinaires, éductours)
- Mobilités douces : Schéma vélo (boucles VAE), brique mobilité de la stratégie digitale, travail collectif avec les étudiants du Pradel sur la mobilité et les séjours sans voiture

Professionnalisation

- Plan de professionnalisation et d'accompagnement en lien avec CCI Ardèche et formations Trajectoires Tourisme

Les chantiers de la stratégie digitale partagée


- Appel d'offres place de marché
- Apidae : groupe de travail sur la diffusion de la donnée
- Performances 1^{ère} année ardeche-guide.com
- Digitalisation de l'accueil touristique et information sur les flux et solutions de mobilités

Actions en réflexion

- La défense de nos positions sur nos marchés européens traditionnels
- Communication sur Marseille
- Salon du voyage à Clermont Ferrand
- Salon du randonneur Lyon
- Salon Roc d'Azur Fréjus
- Campagne digitale mutualisée
- RV France à Lyon
- Le print à harmoniser voire élargir
- Le partage de contenus – vidéo, photos, temps forts - 10 ans de l'ouverture de Chauvet 2 / championnat d'Europe Cyclisme /.....
- Ardèche sous le sapin (valorisation du Origine Ardèche)
- Actions en direction des petits campings / campings municipaux
- Organismes d'événementiels à fédérer
- Pilotage et maîtrise des flux dans les espaces naturels fragiles (expérimentation Gorges de l'Ardèche, Observation OGS Mezenc, CDESI)
- Action expérimentale « tarification douce » si venue en mobilité douce

Actions en réflexion

Recherche de nouveaux points d'équilibre territoriaux par le développement de l'offre :

- Phases exploratoires pour l'activation de nouvelles thématiques :
 - Aérostation / aérospatiale en lien avec l'agglomération d'Annonay et l'OT
 - Route thématique : « châtaigne » en lien avec CICA, Chambre d'agriculture et PNR, « routes des paysages » en lien avec le PNR
 - « Origine Ardèche » en lien avec Emerveillés par l'Ardèche et Ardèche le Goût
- Villages de caractère et Bistrot de Pays : recherche et accompagnement de nouvelles candidatures
- Nouveaux itinéraires VAE et rando pédestre
- Formations mutualisées ou sur-mesure, éductours 
- Agence d'attractivité

Quelques constats et enjeux ...

- « Les paysages et un environnement naturel préservé » restent les critères n°1 de choix de la destination (cité par 57% des touristes). Les loisirs nature sont déterminants pour ¼ des touristes.
- 2/3 des touristes pratiquent au moins un loisir sportif de nature pendant leur séjour (hors balade).
- La prise en compte du respect de l'environnement est une préoccupation croissante des visiteurs.
- La pratique du vélo est en augmentation continue depuis plusieurs années (+10% en 2024) avec des enjeux prioritaires sur les pratiques de loisirs VAE et le vélo du quotidien
- Hausse de la pression médiatique liée à une communication sur le « sur-tourisme » et son impact dans les espaces naturels
- 99 éco-compteurs en Ardèche mais des zones blanches et aucune centralisation des données

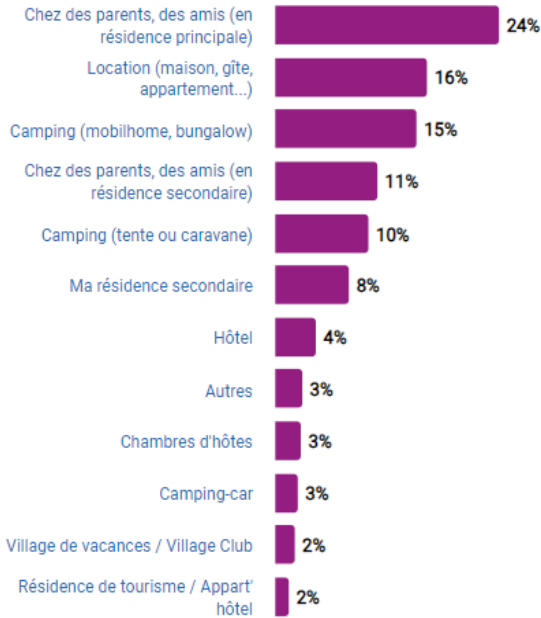
- **Observation :**
 - Centralisation des données « éco-compteurs »
 - Pilotage des flux dans les OGS et ENS / cf expérimentation Gorges de l'Ardèche
- **Sensibilisation des visiteurs aux bons comportements**
- **Remobilisation autour de la rando Pédestre**
 - Qualification de l'offre vitrine
 - Animation du réseau des interco et coordination de leur offre
 - Digitalisation (geotrek-Apidae-SIG)
- **CDESI :**
 - Identification des sites à enjeux environnementaux
 - Médiation / conciliation
 - Représentation des prestataires d'activité
- **Tourisme à vélo :**
 - itinéraires de loisirs « sécurisés » (VAE) et vélo du quotidien,
 - développement des services
 - distribution et visibilité de l'offre
- **Donner une image positive partagée des activités de loisirs de nature**
- **Valorisation touristique des espaces naturels remarquables (dont ENS...)**

Focus Hébergement / restauration

Source Ardèche Tourisme

Enquête clientèle 2023 et observatoire du tourisme

Hébergement(s) utilisé(s)



Finalement, vous avez pris la décision de venir...

	N	%
En toute dernière minute	320	8%
Dans la semaine avant	428	11%
Dans le mois avant	576	14%
1 à 2 mois avant	704	17%
3 à 6 mois avant	1 208	30%
Plus de 6 mois avant	821	20%

- Hausse croissante et succès de l'offre locative chez les particuliers : 11,500 logements à la location sur l'été 2024 sur les plates-formes collaboratives (locations en hausse de 12%)
- Les difficultés de pouvoir d'achat pèsent sur les dépenses en restauration. L'hébergement reste le 1^{er} poste de dépenses des touristes en héb marchand (50% du budget)
- Fenêtre de décision des touristes :
 - 50% plus de 3 mois avant
 - 20% moins d'une semaine avant
- Parmi les tendances observées sur les dernières années :
 - Flexibilité
 - Last minute
 - Hybridation des hébergements
 - Réservation sur le site du pro

Critères déterminants pour votre hébergement (marchand)



Top 20 des 60 sites ayant répondu	Entrées 2023	Évolution 2022-2023	Évolution 2019-2023
Safari de Peaugres	383 300	-1%	+24%
Grotte Chauvet 2 - Ardèche	334 500	+1%	-7%
Grand site de l'Aven d'Ornac	145 200	-4%	+0%
Train de l'Ardèche	110 500	+20%	+30%
Maison de la Lavande	64 000	nd	nd
Grotte de Saint-Marcel-d'Ardèche	62 500	-14%	+3%
Grotte de la Madeleine	53 100	+0%	-6%
Vélorail des Gorges du Doux	48 200	+64%	+4%
Muséum de l'Ardèche	43 100	+10%	+25%
Château des Roure	43 000	-2%	+4%
Parc animalier de Lussas	30 200	-1%	-5%
Château-musée de Tournon sur Rhône	22 900	-1%	-21%
La Forêt d'Emile Zarbre	15 800	-8%	nd
Château de Crussol	15 600	nd	nd
Jardin des Trains Ardéchois	14 700	+8%	-11%
Maison du Gerboul	14 600	+7%	nd
Site archéologique de Soyons	14 500	-6%	-6%
Maison Jean Ferrat	12 700	+3%	-22%

Dans le top 20 mais données non disponibles ou non communicables : Château de Vogüé, Mad Maze



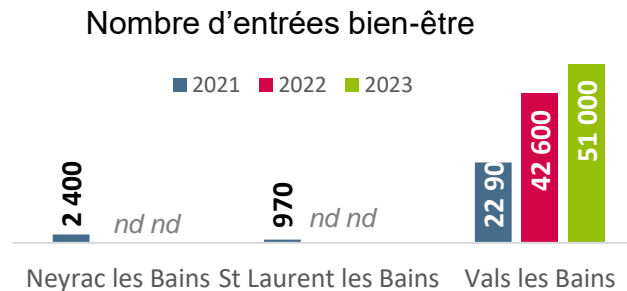
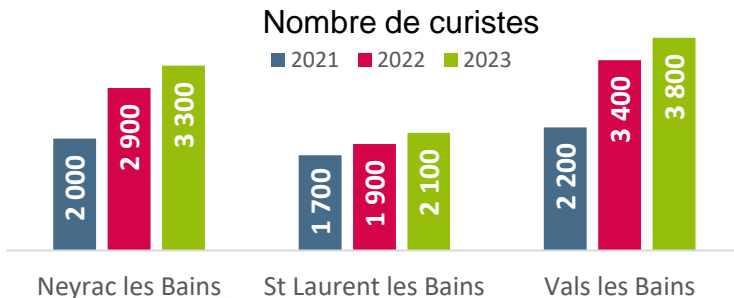
- 80% de visiteurs français
- 83% de clientèles individuelles

Répartition des entrées dans les sites de visites par saison en 2023



- > Pour 1/4 des touristes, la visite d'un site a été déterminante dans le choix de la destination
- > Pour 1/3 des touristes, le choix de leur hébergement est dicté par la présence d'une activité (visite...) à proximité
- > 1/3 des visiteurs ont réservé au moins une activité avant leur séjour

Fréquentation des stations thermales



Les points de discussion en lien avec le « Tourisme Gourmand »

550 restaurants accessibles dans ardeche-guide

450 activités gourmandes

Vignobles et Découvertes

Bistrots de Pays

Goûtez l'Ardèche et Etapes Savoureuses (175 adhérents à Goutez l'Ardèche ; 87 étapes savoureuses)

Agritourisme

Événementiels et communication – Valence en gastronomie / Destination
Ardèche / Salons de l'agriculture / bons cadeaux Ardèche sous le sapin /
Destination Vignobles / pass Ardèche +



Vos remarques et attentes :

Gouvernance,
fonctionnement
du collectif

Besoins de
formation

Besoins
d'accompa-
gnement

Orientations
pressenties

Marchés

Actions
partagées

Prochaines étapes, prochains Rendez-vous

- Envoi du questionnaire pour les inscriptions sur les actions partagées
- Réunion de présentation du plan d'actions partagé le 21 novembre à St Julien en St Alban