



# Bilan touristique estival 2023

18 Septembre 2023



Agence  
de Développement  
Touristique

# BILAN DE CAMPAGNE NATIONALE

## Objectif & Plan média



- Développer la notoriété et la désirabilité de la Loire
- Affirmer l'ambition du Département en matière d'attractivité et de développement touristique



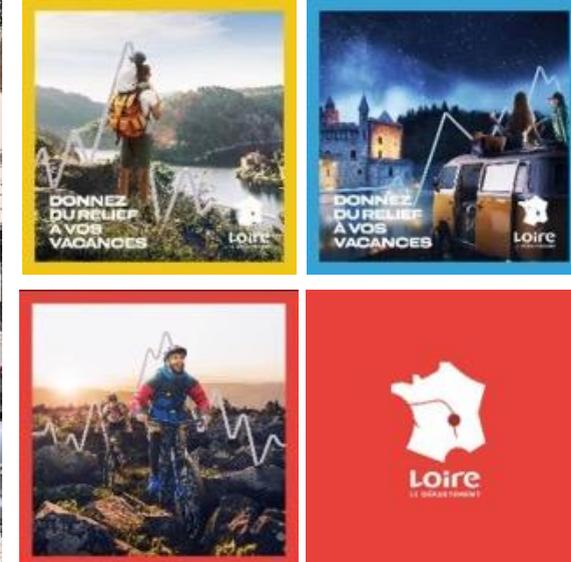
- **Cibles**  
jeunes urbains CSP+,  
Couples sans enfants et familles
- **Zones prioritaires**  
Paris, Lyon,  
Départements limitrophes



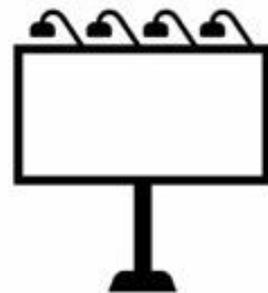
# BILAN DE CAMPAGNE NATIONALE

## Performance de la campagne

CHIFFRES AU 30 JUIN



PARIS



LYON



AUDIENCE NATIONALE



PARIS + LYON + DPT LIMITROPHES

	PARIS	LYON	AUDIENCE NATIONALE	PARIS + LYON + DPT LIMITROPHES	
<b>Contacts</b>	<b>99M</b>	<b>50,8 M</b>	<b>19 M</b>	<b>2,4 M imp.</b>	<b>51 M imp.</b>
Répétition	X 10	X 19	X 1,9	23 961 clics	7007 clics
Couv. Cible	50%	80%	27%		
GRP	520	1 505	52		
CPM	0,7 €	0,65 €	5 €	CPC 0,17€	CPC 0,49€

# BILAN DE CAMPAGNE NATIONALE

## Performance de la campagne

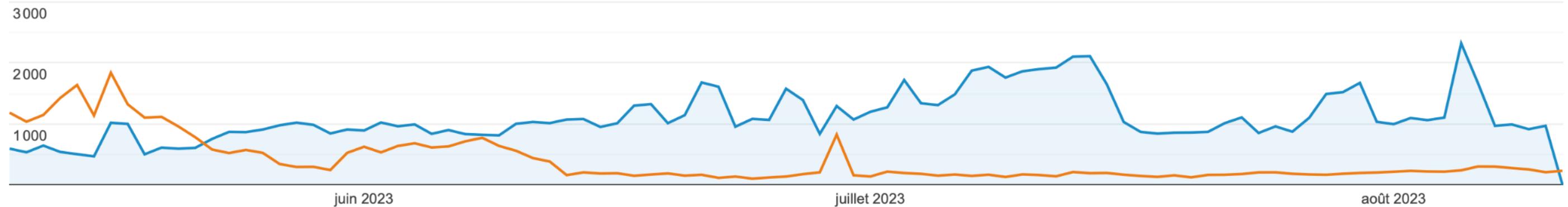
**+ 173%** de fréquentation sur le site internet Loire story

du 11 mai au 11 août 2023



11 mai 2023 - 11 août 2023 : ● Utilisateurs

11 mai 2022 - 11 août 2022 : ● Utilisateurs



# BILAN DE CAMPAGNE NATIONALE

## Évaluation de l'impact de la campagne auprès des franciliens

### 1. Image et notoriété

#### La Loire, une destination bien connue, mais source d'ambiguïté...

Plus de 9 Franciliens / 10 connaissent La Loire comme destination touristique.

Plus d'1 sur 2 est familier de cette destination (connait très bien et assez bien).

Un niveau de notoriété qui **masque toutefois une part de confusion.**

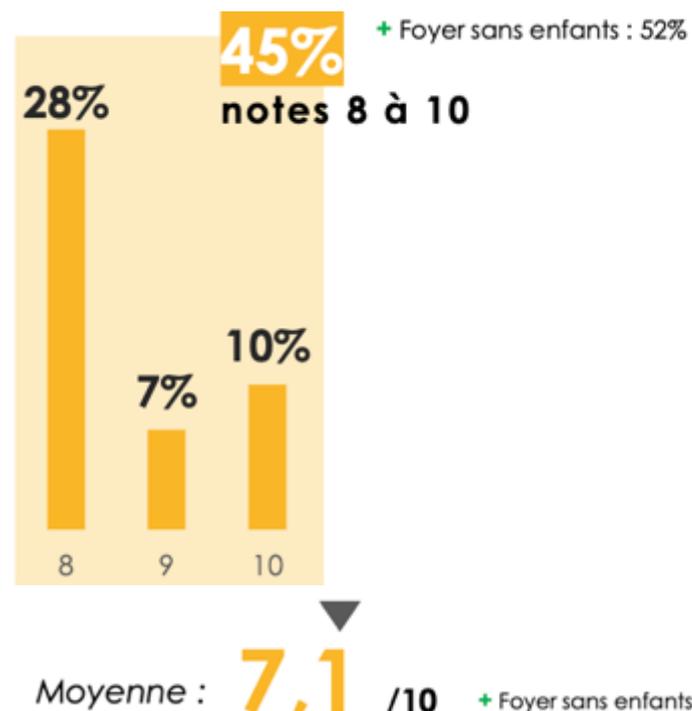
Le département bénéficie d'une **évocation spontanée riche mais en partie fausse.**

- Il est associé en 1<sup>er</sup> lieu aux châteaux (40% des citations) et au fleuve (27%).
- Viennent ensuite les associations avec les vins & vignobles (11%), la nature (11%) et Saint-Etienne (10%).

#### La Loire, une destination qui bénéficie d'une bonne image...

##### IMAGE GLOBALE

Base Connaisseurs du dpt de la Loire ne serait-ce que de nom : n=284



Une destination **qui bénéficie d'une bonne image**, portée par :

- la richesse de son **patrimoine** et le **caractère incontournable de ses sites touristiques\***
- les activités en plein air (dont les randonnées).

ETUDE POST-TEST

CSA  
CONSUMER  
SCIENCE &  
ANALYTICS

# BILAN DE CAMPAGNE NATIONALE

## Évaluation de l'impact de la campagne auprès des franciliens

### 2. Impact de la campagne

#### Une campagne repérée par 1 francilien sur 5

- Une émergence **portée très majoritairement par l'affichage (18%)** alors que la visibilité du spot TV est plus limitée (8%)
- Une visibilité encore **meilleure auprès de notre cible** (les moins de 35 ans, les CSP+ et les Parisiens intra-muros).



#### Une campagne qui montre bien la diversité des activités possibles

#### Une campagne jugée facile à comprendre et agréable à regarder

Pour les 2/3 des Franciliens interrogés, il est plus facile de situer géographiquement le département de la Loire après avoir vu la campagne.

#### Une communication didactique et incitative

La campagne bénéficie également d'une **bonne capacité à générer l'intention de se renseigner** (...) ainsi que **l'envie d'y séjourner** pour un week-end ou un court séjour.

ETUDE POST-TEST

# BILAN DE LA SAISON ESTIVALE : SOURCES DE DONNÉES

## Observatoire du Tourisme dans la Loire

Une collaboration entre les Offices de Tourisme  
et l'Agence de Développement Touristique de la Loire

### JUILLET-AOÛT

#### BAROMÈTRE CONJONCTUREL D'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Ce baromètre fait état du **ressenti des professionnels** du tourisme sur le bilan de l'été et les prévisions de fréquentation pour l'automne.

Enquête en ligne entre le 12 et le 23 août 2023.

Répondants : 5 432 professionnels de la région Auvergne-Rhône-Alpes dont **200 dans la Loire**.

Échantillon de prestataires touristiques représentatif de la répartition de l'offre et de la fréquentation touristique par type d'activité.

(Hébergements, Loisirs/bien-être/outdoor, Culture/Site de visite/châteaux, restaurants),



### DE MAI À AOÛT

#### FLUX VISION TOURISME

Analyse des données de fréquentation Orange Flux Vision (suivi de la fréquentation totale grâce à la téléphonie mobile). Nuitées marchandes et non marchandes.

#### CENTRALE DE RÉSERVATION GÎTES DE FRANCE

Données des meublés labellisés Gîtes de France en centrale de réservation.

Ces données sont collectées auprès de l'association des Gîtes de France Loire.

#### DISPOSITIF LIWANGO

Analyse les données des plateformes de locations entre particuliers [AirBnB et Abritel].

#### ENQUÊTES INTERNES

Collecte des données de fréquentation auprès :

- des Bureaux d'Information Touristiques de la Loire
- des sites de visites et de loisirs (non exhaustives)



## Une fréquentation domestique satisfaisante

- **67%** des Français sont partis en vacances\* (week-ends et séjours longs).  
+ 3 points / 2022
- **88%** d'entre eux ont privilégié la France
- Les nuitées domestiques sont **stables** par rapport à 2022

## Un été marqué par le retour des clientèles internationales qui dynamise la saison estivale

- Un retour important des voyageurs nord et sud-américains
- Un redémarrage des arrivées en provenance d'Asie – Pacifique

## Une belle saison estivale 2023 pour l'hôtellerie de plein air et l'hébergement locatif

- **l'hôtellerie de plein air** enregistre une légère hausse (+0,8%) par rapport à 2022, alors que l'été 2022 était déjà record.
- **L'hébergement locatif** poursuit sa croissance avec un volume de nuitées en augmentation de près de 12% par rapport à juillet 2022\*\*.
- Des taux d'occupation en léger retrait dans **l'hôtellerie** par rapport à l'an dernier (- 2,2 points).

## Une très bonne arrière-saison en perspective

- Près de 50% des Français interrogés ont prévu de partir en week-end ou séjour plus long sur le mois de septembre (+ 6 points) et 35% sur le mois d'octobre (+ 5 points).

**Des prévisions en forte augmentation par rapport à l'an dernier.** (Opinion Way)

\* Baromètre des intentions de départ des Français (réalisé par Opinion Way)

\*\* AirDNA pour Atout France

# ENQUÊTE DE CONJONCTURE

## Ressenti des professionnels du tourisme dans la Loire

**80%**

des professionnels interrogés ont jugé la saison estivale

**BONNE, voire très bonne.**



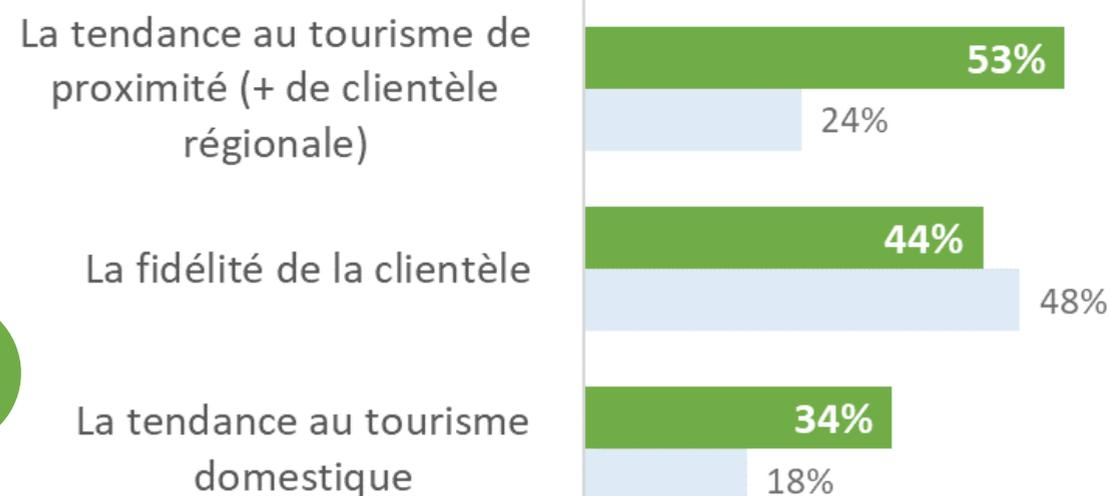
**A NOTER** : un **contraste** entre les zones rurales et de moyenne montagne où le taux de satisfaction monte à 82% et les zones urbaines avec 63% de professionnels jugeant la saison bonne ou très bonne.

**39%** estiment que la fréquentation estivale est **stable** par rapport à 2022  
**34%** qu'elle est **en hausse.**



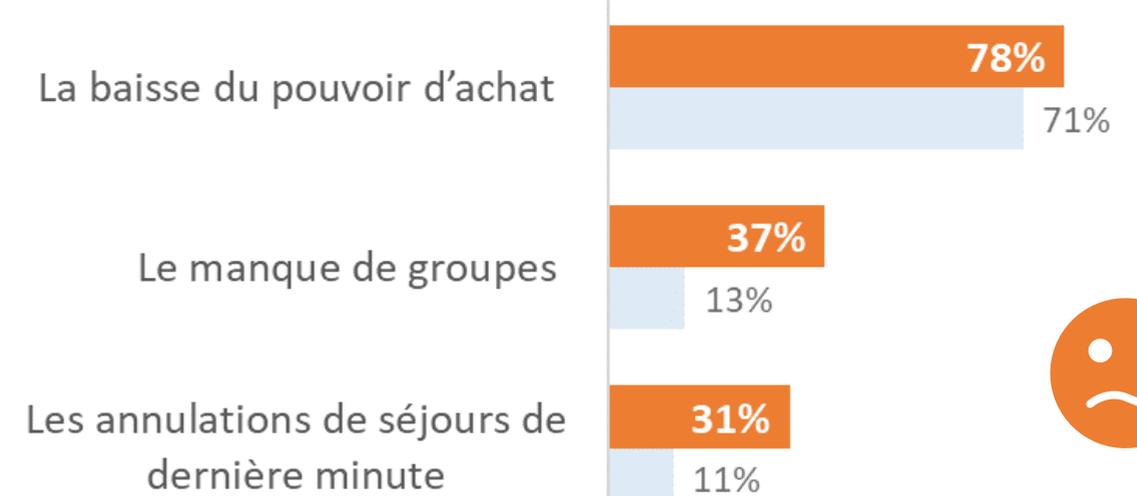
### Principaux facteurs de satisfaction

■ Loire ■ AURA



### Principaux facteurs d'insatisfaction

■ Loire ■ AURA



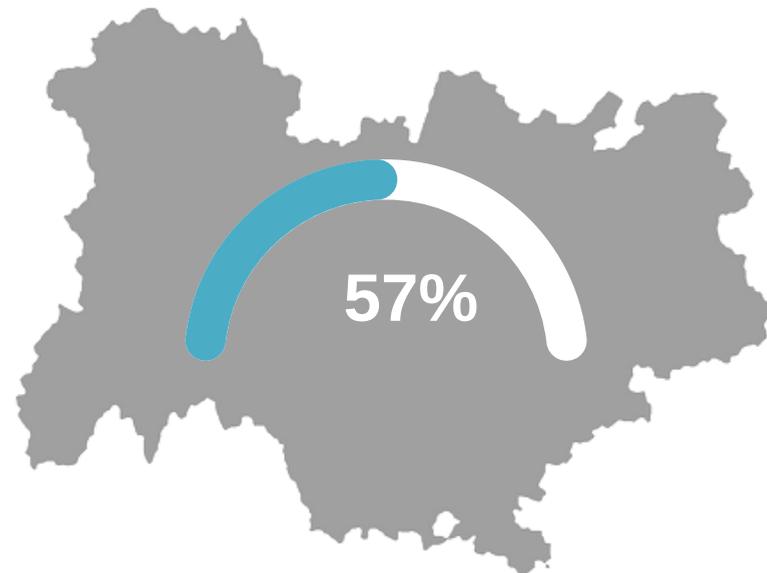
# ENQUÊTE DE CONJONCTURE

## Ressenti des professionnels du tourisme dans la Loire

### Origine des clientèles

#### FRANÇAISES

Selon les professionnels interrogés



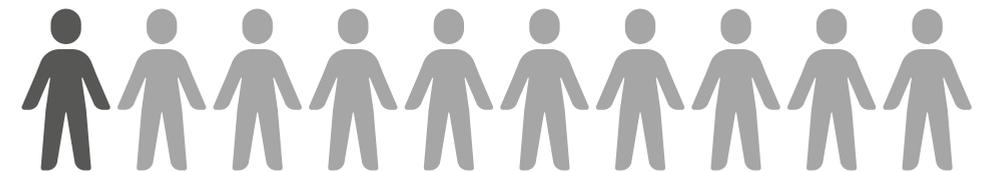
de la clientèle française accueillie dans la Loire cet été vient d'Auvergne-Rhône-Alpes. (52% en 2022)

**La part de clientèle locale est toujours plus importante dans la Loire que sur l'ensemble de la région.**  
(Moyenne régionale : 31%)

#### ÉTRANGÈRES

Dans les établissements touristiques interrogés, la proportion de la clientèle étrangère cet été dans la Loire est de

**11,5%**



Moyenne régionale 20%

#### Principales nationalités étrangères :



# ACTIVITÉ MESURÉE SUR LA LOIRE

## Les excursions

**6,9** millions  
d'excursionnistes  
sur la saison estivale

53% des excursions sur juillet et août

📉 -24% par rapport à 2022

📈 MAIS 12% de plus qu'en 2019.



Un **retour à la normale**  
après une année 2022 exceptionnelle.

### FRANÇAIS

**5,9 millions**  
d'excursionnistes français  
dont 52% sur juillet-août

📈 +18% par rapport à 2019

### ÉTRANGERS

**927 000**  
excursionnistes étrangers  
dont 57% sur juillet-août

📉 -14% par rapport à 2019

Toujours une **forte présence** des excursionnistes français.

## ACTIVITÉ MESURÉE SUR LA LOIRE

## Zoom sur les territoires ligériens

	Journées été 2023 Total	evol /2022 %	evol /2019 %
Chalmazel	156 000	*	*
Charlieu-Belmont	799 000	*	*
Forez Est	1 814 000	-34%	+5%
Loire Forez	1 866 000	-18%	+7%
<i>Pilat*</i>	2 410 000	-31%	-5%
Roannais	2 218 000	-28%	+9%
SEM	3 433 000	-18%	+28%
<b>Loire</b>	<b>6 873 000</b>	<b>-24%</b>	<b>+12%</b>



**Sur tous les territoires**, on observe également un retour à la normale après un pic d'excursionnistes en 2022.

Les volumes d'excursions restent **supérieurs à 2019**, à l'exception du Pilat qui présente un léger recul.

**Un retour à la normale après une année 2022 exceptionnelle également sur les territoires**

ATTENTION : La somme des volumes territoires n'est PAS égale au volume Loire

Le comptage sur chaque territoire est indépendant. A l'instar de Saint Etienne Métropole et du Parc du Pilat, certains territoires se chevauchent  
Sur une même journée, un excursionniste peut être amené à visiter plusieurs territoires

\* ATTENTION : Les données du Pilat, sont **provisoires** et à prendre avec **précautions**.

Les excursionnistes du Rhône ne sont pas comptabilisés et devront être réintégrés quand les données seront livrées.

# ACTIVITÉ MESURÉE SUR LA LOIRE

## Les nuitées globales

### Sur la saison estivale

**3,4** Millions  
de nuitées

dont **57%** sur juillet et août.

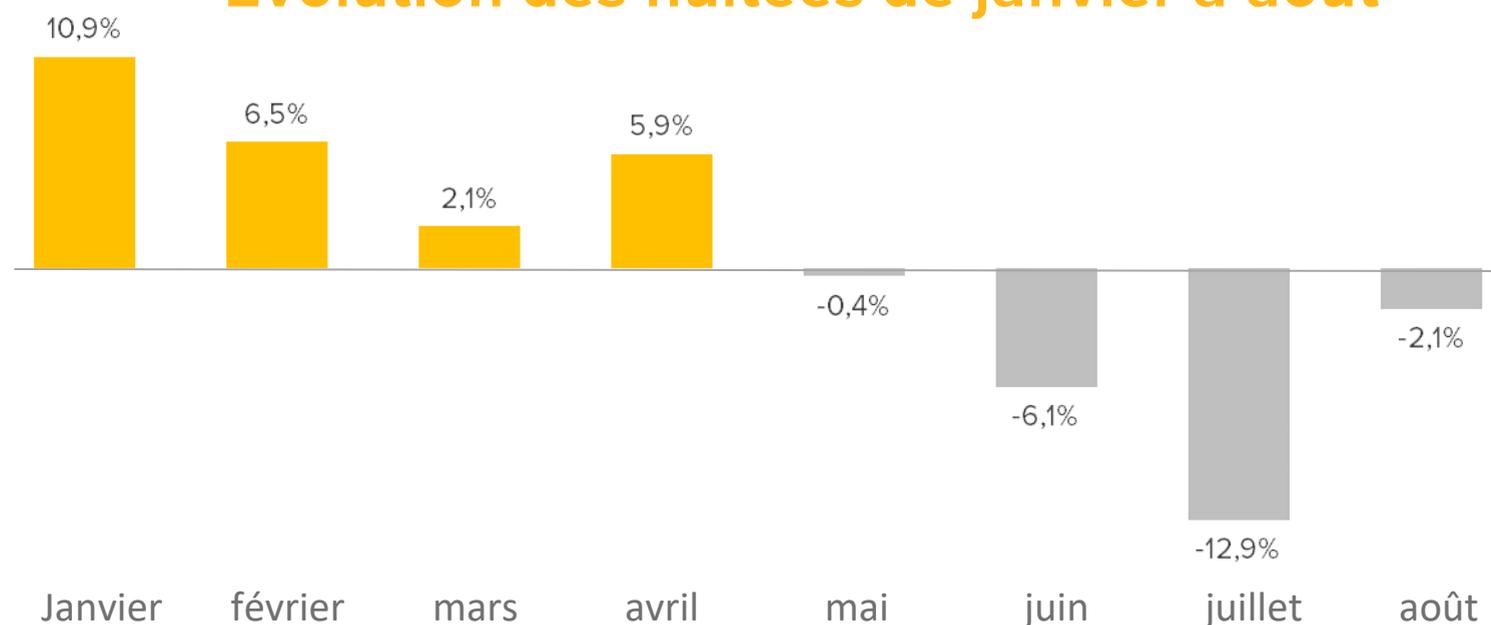


- 4% par rapport à 2022

### A NOTER

- Un tassement des nuitées probablement influencé par le secteur non marchand (estimation : 85% des nuitées consommées).
- Un étirement de la saison touristique Avec un très bon début d'année qui compense le tassement estival.

### Evolution des nuitées de janvier à août



**Alerte méthodologique** : l'enquête prend en compte l'ensemble des nuitées effectuées sur le territoire, qu'elles soient marchandes ou non marchandes. La baisse observée peut être en grande partie imputée aux nuitées en hébergements non marchands (famille et amis) et ne remet pas forcément en cause les tendances positives annoncées par les hébergements marchands (hôtels, campings, meublés... )

# ACTIVITÉ MESURÉE SUR LA LOIRE

## Les nuitées globales sur les territoires ligériens

	Nuitées été 2023 Total	evol /2022 %	evol /2019 %
Chalmazel	42 000	*	*
Charlieu-Belmont	304 000	*	*
Forez Est	421 000	-8%	-16%
Loire Forez	587 000	0%	-8%
Pilat	556 000	-2%	-6%
Roannais	908 000	-4%	-10%
SEM	1 679 000	-4%	+3%
<b>Loire</b>	<b>3 440 000</b>	<b>-4%</b>	<b>-7%</b>

### Sur l'ensemble de la saison estivale

**Saint Etienne Métropole, Forez Est, le Pilat et le Roannais** affichent une **baisse des nuitées globales** par rapport à 2022 sur la période de mai à août. Les chiffres sont en retrait de la fréquentation 2019, à l'exception de Saint Etienne Métropole qui avaient vu un rebond des nuitées en 2022.

**Loire Forez** a une fréquentation stable par rapport à 2022. Le volume de nuitées reste inférieur à 2019.



### Zoom sur le cœur de saison (juillet - aout)

Sur le cœur de saison, le **Pilat, Saint Etienne Métropole, Forez Est et le Roannais** affichent une **baisse des nuitées** par rapport à 2022.

Le recul des nuitées est plus marqué sur le mois de juillet sur l'ensemble des territoires.

En **Loire Forez** les **nuitées touristiques** sont stables par rapport à 2022 sur le cœur de saison.

	% des Nuitées Juil- Aout	evol /2022 %	evol /2019 %
Chalmazel	65%	*	*
Charlieu-Belmont	64%	*	*
Forez Est	61%	-8%	-14%
Loire Forez	63%	0%	-3%
Pilat	69%	-4%	-2%
Roannais	63%	-4%	-3%
SEM	57%	-5%	+7%
<b>Loire</b>	<b>60%</b>	<b>-5%</b>	<b>-3%</b>

\* ATTENTION : La somme des volumes territoires n'est PAS égale au volume Loire

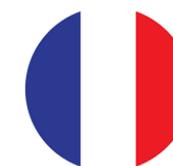
Le comptage sur chaque territoire est indépendant. A l'instar de Saint Etienne Métropole et du Parc du Pilat, certains territoires se chevauchent

Sur une même journée, un excursionniste peut être amené à visiter plusieurs territoires

Source : Dispositif Flux Vision Tourisme

# ACTIVITÉ MESURÉE SUR LA LOIRE

## Les nuitées globales des Français



Des nuitées domestiques  
en légère baisse

### 2.2 millions

de nuitées françaises

pendant la saison estivale.

\*Des nuités en léger recul (3%)  
par rapport à 2022

Ce phénomène s'observe sur l'ensemble des territoires, **sauf sur Loire Forez**, où la clientèle française se maintient.

**Forez Est** : -5% de nuitées / 2022

**Loire Forez** : +1% de nuitées / 2022

**Pilat** : -8% de nuitées / 2022

**Roannais** : -1% de nuitées / 2022

**Saint Etienne Métropole** : -3 % de nuitées / 2022

*Charlieu Belmont : données non disponibles*

\*Moins de séjours en famille et chez les amis

\* Une baisse du pouvoir d'achat et des séjours moins long

Une part toujours importante des clientèles  
françaises de proximité :

3 principales régions émettrices

**Auvergne-Rhône-Alpes** : 45%

des nuitées françaises

**Île-de-France** : 14%

des nuitées françaises

**PACA** : 8%

des nuitées françaises



3 départements limitrophes sur le podium

**Rhône** : 18.5%

des nuitées françaises

**Isère** : 6%

des nuitées françaises

**Haute-Loire** : 4,3%

des nuitées françaises

# ACTIVITÉ MESURÉE SUR LA LOIRE

## Les nuitées globales des Etrangers



### Des clientèles étrangères moins nombreuses

**1,2 millions**  
de nuitées étrangères  
-7% par rapport à 2022.

Une baisse est observée sur l'ensemble du département, **sauf dans le Pilat**, qui bénéficie d'une **hausse** des nuitées étrangères.

**Forez Est** : -14% de nuitées / 2022

**Loire Forez** : -3% de nuitées / 2022

**Pilat** : +9% de nuitées / 2022

**Roannais** : -11% de nuitées / 2022

**Saint Etienne Métropole** : -5 % de nuitées / 2022

*Charlieu Belmont : données non disponibles*

### Origine des clientèles étrangères

**58% de clientèles européennes.**

Part des clientèles cibles :

**Allemagne : 8%**  
des nuitées étrangères

**Pays Bas : 7%**  
des nuitées étrangères

**Espagne : 5%**  
des nuitées étrangères

**Suisse : 4%**  
des clientèles étrangères

**Royaume Uni : 4%**  
des clientèles étrangères

**Italie : 4 %**  
des clientèles étrangères

**Belgique : 3%**  
des clientèles étrangères



# LES MEUBLÉS GÎTES DE FRANCE EN CENTRALE DE RESERVATION

Cette année encore, la saison estivale a été très bonne pour les meublés Gîtes de France en centrale de réservation.

**61 000** nuitées

*65% sur juillet-août avec des séjours plus longs*

Le nombre de **nuitées** est une nouvelle fois le plus haut observé sur les 10 dernières années.

Il **progresses de 2%** par rapport à 2022.

**A noter** la très bonne fréquentation du mois de mai, boostée par les week-end prolongés.

Le mois d'août gagne + 5% de nuitées en 1 an.

**9 950**

arrivées

*51% sur juillet-août*

**56%**

de taux d'occupation

*71% de TO sur juillet-août*

De la même manière, le nombre **d'arrivées** progresse de 7% par rapport à 2022.

Un **taux d'occupation** sur la saison estivale 2023 en recul par rapport à 2022 (-3 points).

**+3%**

de semaines louables / 2022

Durée de séjour

**7,3 jours**

# DU CÔTÉ DES PLATEFORMES DE LOCATION ENTRE PARTICULIERS

Les transactions sur les plateformes de location de particuliers à particuliers représentent **potentiellement** plus de

## 587 000

nuitées

dont **57% en juillet-août**



**+ 10%**

par rapport à 2022.

## + 28%

de nuits réservables / 2022

Durée moyenne de séjours

## 3,5 jours

## 37%

de taux d'occupation

- 7 points par rapport à 2022,  
lié à la forte hausse de l'offre  
(+28% de nuits réservables / 2022)

**39% de TO en juillet-août**



## Le chiffre d'affaires

frais de ménage et de plateforme exclus  
s'élève à près de

## 11,2 Millions €

dont **59% en juillet-août**  
+ 13% par rapport à 2022.



Zooms sur

### Pilat

- Offre : +23% de nuits réservables
- 61 300 nuitées  
-4%/2022
- Taux d'occupation : 43%  
-9 pts / 2022
- 1,2 million de CA  
+0,2% / 2022

### Loire Forez

- Offre : +25% de nuits réservables
- 96 500 nuitées  
+14%/2022
- Taux d'occupation : 40%  
-3 pts / 2022
- 1,8 million de CA  
+20% / 2022

### Saint Etienne Métropole

- Offre : +33% de nuits réservables
- 216 800 nuitées  
+10%/2022
- Taux d'occupation : 32%  
-9 pts / 2022
- 2,7 millions de CA  
+14% / 2022

# DANS LES LIEUX D'ACCUEIL

## Offices du tourisme

# 56 900 personnes

se sont renseignés auprès des **offices du tourisme**  
et **points information** du territoire

→ Une fréquentation globalement stable sur le département par rapport à 2022

Mais des situations variables selon les Offices du Tourisme



## Zoom sur les sites de visites

### Parmi les répondants

les 3 sites culturels et de loisirs les plus fréquentés cet été sont :

**Les Acrobois à La Versanne - 25 000 visiteurs**

**L'Espace Eaux Vives de St Pierre de Bœuf - 22 5600 visiteurs**

**Le Musée de la Mine à St Etienne - 20 150 visiteurs**

**NB** : malgré l'absence de chiffres, il est probable que l'Espace Zoologique de Saint Martin la Plaine soit sur la 1ere marche du podium

# DANS LES LIEUX D'ACCUEIL

## Nombre de visiteurs entre mai et août 2023 sur certains sites de visite de la Loire\*



### Activités Nature

**Acrobois – La Versanne**  
25 000 visiteurs

**Espace Eaux Vives – St Pierre de Bœuf**  
22 560 visiteurs

**Piscine de Bourg-Argental**  
18 160 visiteurs

**Ferme des Délices Foréziens – St-Cyr-les-Vignes**  
13 600 visiteurs

**Dévalkart - Graix**  
Entre 4 000 et 5 000 visiteurs

**Monde des Pentes - Graix**  
2 300 visiteurs

**Jardin des plantes a couleurs – Essertines-en-Donzy**  
1 010 visiteurs



**Véloire – St Nizier sous Charlieu**  
↓ 24 500 passages de vélos

**Véloire – Roanne**  
↑ 37 900 passages de vélos

**Crêt de la Perdrix – Graix**  
↓ 29 700 piétons



### Musées

**Musée de la Mine - St Etienne**  
↑ 20 150 visiteurs

**Musée des Verts - St Etienne**  
↑ 11 290 visiteurs

**Musée d'Art et d'Industrie - St Etienne**  
↑ 9 340 visiteurs

**Musées du Chapeau – Chazelles-sur-Lyon**  
7 250 visiteurs

**Cité du Design – St Etienne**  
↓ 5 940 visiteurs

**Musées de Charlieu**  
↑ 4 150 visiteurs

**Musée de la Fourme – Sauvain**  
3 900 visiteurs

**Musée d'Allard – Montbrison**  
↑ 3 650 visiteurs

**Musées de Feurs**  
↓ 2 570 visiteurs

**Musées du Tissage – Bussières**  
↓ 1 780 visiteurs

# DANS LES LIEUX D'ACCUEIL

## Nombre de visiteurs entre mai et août 2023 sur certains sites de visite de la Loire\*



### Autres sites de visite

#### Château de Bouthéon

↓ 18 970 visiteurs

#### Volerie du Forez – Marcilly le Chatel

16 300 visiteurs

#### Château de la Roche – St Priest la Roche

14 650 visiteurs

#### Château d'Essalois - Chambles

↓ 14 200 visiteurs

#### Bateau des Gorges de la Loire - St Victor sur Loire

↑ 9 430 croisiéristes

#### Train de la Loire – Commelle-Vernay

9 680 visiteurs

#### Abbaye de Charlieu

↓ 7 040 visiteurs

#### Moulin des Massons – St Bonnet de Courreau

6 690 visiteurs

#### Site Le Corbusier - Firminy

↓ 6 110 visiteurs

#### Casino de Noirétable

5 200 visiteurs

#### Couvent des Cordeliers – St Nizier sous Charlieu

↑ 5 170 visiteurs

#### Chartreuse Sainte Croix en Jarez

↑ 3 700 visiteurs

#### Abbaye de la Bénisson-Dieu

↓ 4 200 visiteurs

#### Maison des tresses et lacets – la Terrasse sur Dorlay

2 040 visiteurs

#### Moulin de Vignal – Apinac

1 800 visiteurs

#### Centre de l'Art Roman – Champdieu

1 500 visiteurs

#### Ecomusée de Monts du Forez – Usson en Forez

1060 visiteurs

#### Maison du Parc - Pélussin

1 040 visiteurs

#### Ferme Seigne – Panissières

960 visiteurs

#### Visite de la centrale de Grangent – Chambles

590 visiteurs

#### Maison du Châtelet – Bourg-Argental

580 visiteurs

#### Maison de la Passementerie – Jonzieux

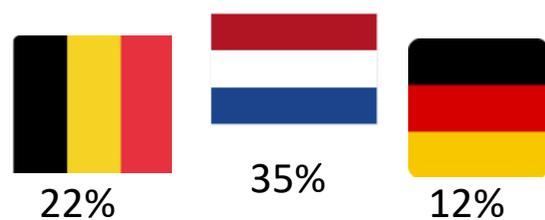
290 visiteurs

**De plus en plus compliqué de discerner de grandes tendances de fréquentation et de consommation, si ce n'est toujours plus de dernière minute !**

### 10 637 visiteurs

Dans les 4 bureaux principaux de l'Office de Tourisme. En **baisse globale de 5%**, mais **en hausse de 8% sur le village de caractère de Malleval**.

Clientèle étrangère en hausse de 28% sur les bureaux du Pilat rhodanien.



### 21 690€



Le chiffre d'affaire des boutiques de l'Office de Tourisme était en recul jusque fin juillet, mais termine en hausse de 1,3% à la fin de l'été. Le mois d'août a rattrapé le retard.

La variation du panier moyen est très différente d'un bureau à l'autre.

**Une fréquentation très météo-dépendante et impactée par la conjoncture socio-économique**

- **Les ponts du printemps ont subi l'impact de la météo défavorable avec des annulations et peu de réservations de dernière minute.**
- **La saison d'été a démarré encore plus tardivement cette année (3<sup>ème</sup> semaine de juillet).**
- **On note malgré tout la hausse des séjours de la clientèle étrangère et notamment en dernière minute. Des touristes descendus plus au sud pour trouver un peu plus de soleil face aux conditions climatiques compliquées cet été plus au Nord.**
- **Beaucoup moins d'excursionnistes.**
- **La clientèle groupe est en nette baisse (jusqu'à 50%) sur les sites de visites/activités, notamment lié aux coûts du transport, à la baisse des financements et aux difficultés à recruter du personnel. Stable pour les activités visites / encadrement de l'Office de Tourisme.**

### Les nouveaux comportements touristiques annoncés sont timidement visibles

#### Le Pilat, une destination qui correspond aux attentes

Plus proche, plus raisonnable, plus nature et plus respectueux...ce sont les nouvelles tendances de consommation touristiques annoncées par les spécialistes. Un constat qui devrait profiter au Pilat qui répond parfaitement à ces nouvelles aspirations. Or, les chiffres de fréquentation à ce stade sont en recul. Il faut prendre également en considération les événements conjoncturels comme la météo ou l'inflation. A consolider en fin d'année, car l'arrière saison est souvent profitable dans le Pilat, notamment si la météo est clémente.

On observe **des pics de nuitées et excursionnistes sur les dates des événements phares** du Territoire (Pilatrail, Estrange Festival, Bravos de la Nuit...)

« Beaucoup de Hollandais arrivés en dernière minute pour trouver le soleil sur la première quinzaine du mois d'août. Ils ont rempli le camping... »

#### Hausse des séjours non-marchands

On observe une hausse de séjours non-marchands en camping-cars ou équivalent et de l'hébergement dans la famille ou chez des amis. Les séjours semblent plus longs avec beaucoup de touristes qui restent **15 jours**, ce qu'on voyait peu avant.

On note aussi une augmentation des demandes sur l'itinérance à pied ou à vélo, la Via Fluvia qui se met en place attire de plus en plus.



**L'Office de Tourisme de Saint-Etienne Métropole enregistre une bonne fréquentation de l'ensemble de ses bureaux sur la période estivale (juillet – août 2023).**

**À noter que, si la fréquentation des bureaux d'accueil a été plus faible en juillet, le mois d'août a atteint ses promesses et a été particulièrement dynamique sur le bureau stéphanois et sur le point d'information estival de Saint-Victor qui affiche une belle fréquentation.**

# 11 000 visiteurs

Ont fréquentés nos points d'accueil depuis le mois de mai dont 6 400 en juillet-août (soit + 5% vs 2022). 1800 visiteurs ont franchi la porte du bureau estival de Saint-Victor-sur-Loire.

# 46 nationalités

Sont passées dans nos points d'accueil cet été. Le top 5 :



# 29 000€



C'est le chiffre d'affaires des ventes de produits dans nos boutiques (tous bureaux confondus sur la période mai-août).

La part billetterie est marginale.

Le mois de juillet dans un contexte post émeutes et sans Tour de France cette année est plus calme que l'an dernier.

En revanche, à l'image des autres sites touristiques du territoire, le mois d'août enregistre de belles performances, boosté notamment par le match France-Ecosse au stade Geoffroy-Guichard le 12 août.

Le bureau estival de Saint-Victor-sur-Loire a particulièrement bien fonctionné cette année avec 1800 visiteurs sur juillet-août, confirmant l'attrait des Gorges de la Loire auprès des touristes et visiteurs. Les Gorges ont d'ailleurs bénéficié d'une belle visibilité dans les médias nationaux cette année (conf. Article du Monde en janvier et mai).

Si la part du public étranger et la clientèle locale restent stables, les visiteurs français, quant à eux, sont en hausse (300 visiteurs en plus par rapport à 2022).

# CET ÉTÉ À SAINT-ÉTIENNE MÉTROPOLE

## SUR LE TERRITOIRE

### Un beau mois d'août pour le tourisme.

Le cœur de l'été a vu le volet urbain de la destination être un peu en retrait en comparaison des espaces naturels qui restent plébiscités en période estivale. Dans l'ensemble, le mois de juillet a été plutôt contrasté, à la différence du mois d'août qui a été très positif et enregistre de belles fréquentations.

L'urbain n'est pas le choix premier des vacanciers l'été. En l'absence de Biennale Design, de Tour de France et impacté par les émeutes début juillet, l'été en ville a été plus calme qu'en 2022. Les espaces naturels et les reliefs ont en revanche été favorisés. Pour le mois d'août, le **match de rugby France-Écosse** à Geoffroy-Guichard a été l'évènement phare de notre territoire, marquant nettement un pic de fréquentation sur un mois d'août globalement bien dynamique.

### Du côté des sites touristiques

Les sites touristiques ont dans leur majorité connu un bel été. Par rapport à 2022, notons notamment la performance du **musée de la Mine**, avec +20% de visiteurs, **de la Chartreuse de Sainte-Croix** qui a très bien fonctionné, avec +64% sur l'été, **du musée des Verts** avec plus de 7% de visiteurs en plus et **le bateau croisière** des gorges de la Loire avec 9%. Là encore, le mois d'août a souvent été un bon voire très bon mois.

### Du côté des hébergeurs

En juillet-août, le Club Hôtelier note un retour à un taux d'occupation similaire aux années avant COVID, les deux derniers étés ayant en effet été marqués par une plus forte fréquentation d'un tourisme domestique favorable aux réservations estivales. L'augmentation constante du phénomène Airbnb est également à prendre en considération. En revanche, les ailes de saison, dont le mois de septembre avec la coupe du Monde de Rugby confirment de belles fréquentations.

*L'activité Hôtelière reste stable sur le mois de mai par rapport à 2022 malgré une légère baisse dû à une moindre fréquentation de la clientèle affaires suite aux jours fériés. Juin a été porteur notamment sur le segment des hôtels économiques avec des évènements sportifs les weekends. La clientèle affaires a également été au rdv sur ce mois. Un été en léger recul par rapport aux années post-covid. On constate une baisse de fréquentation notamment sur les weekends, liée à une diminution des séjours en France. Le match amical de rugby au mois d'août a été cependant très contributeur en termes de nuitées. La fin d'année est prometteuse avec la RWC et différents évènements professionnels*  
Sébastien COURBON – Directeur Novotel & Ibis Gare

Notre bilan de saison estival 2023 est meilleur qu'en 2022 et ces résultats sont d'autant plus satisfaisants compte-tenu du contexte économique et météorologique. Les 2 mois d'été ont été très bons alors que mai et juin ont été plus faibles en raison de la météo capricieuse. Notre équipe a accueilli plus de touristes qu'à l'accoutumée, notamment des étrangers. Les vacanciers réservent de plus en plus tardivement.

## 15 557 visiteurs

**+14 % par rapport à 2022 et - 3 % par rapport à 2019.**  
C'est majoritairement grâce aux BIT de Saint-Bonnet-le-Château (+ 420 personnes) et particulièrement **le bureau d'information touristique mobile (+ 2 046 personnes)** que l'on doit ces bons résultats.

## 93 500 €

C'est le chiffre d'affaires des ventes de billets de spectacles, de mai à août, **en baisse de 19 %** suite à une année 2022 historique. Cela est dû au concert de Natacha St-Pier fin juin 2022 avec un tarif élevé sur une grosse jauge. Cette saison estivale **8 410 billets (+ 0,23%)** ont été vendus.

## 3 430 visiteurs guidés (+ 7%)

La Centrale hydroélectrique de Grangent et les visites de châteaux privés sont les visites les plus plébiscitées. Grâce à une programmation des visites le matin, en fin d'après-midi et en soirée, **seulement 4 visites ont été annulées et 1 reportée en raison de la canicule.**

Le nouveau jeu Enquête game sur la créature mystère à Essalois a été **loué 37 fois sur 32 jours**. Il a permis d'attirer un nouveau public adolescent au château.

Forte demande de la part des EHPAD pour nos **conférences interactives en image et en vidéo**, créées pendant la crise sanitaire, dont celle sur la fourme de Montbrison.

## 5,3 millions et 83 000

Ce sont le nombre de vues des **publications et des interactions** de nos fans sur **Facebook**. 430 000 et 5 500 sur Instagram. Le site web commun à tous le Forez rendezvousenforez.com, lancé en mai 2023, a **doublé sa fréquentation.**

Le bilan estival est positif et confirme le bon début d'année. Plus de touristes, notamment étrangers, et un peu moins d'excurtionnistes, du fait de la météo et de l'inflation qui ont obligé les vacanciers à limiter leurs activités (rando, activités nature, visites) ou à privilégier les activités d'eau et à arbitrer des choix (restauration).

## 1,8 millions €

C'est le chiffre d'affaires cumulé de mai à août des meublés de tourisme sur les plateformes Airbnb et Aritel réalisé en Loire Forez, en augmentation de + **20% cet saison !**

Déjà **3,6 millions depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2023** contre 3,75 millions pour toute l'année 2022...

## Profil et attentes des touristes

Le top 3 des provenances géographiques françaises : **AURA, Île de France et PACA**

Le top 3 des provenances géographiques internationales : **Allemagne, Belgique et Pays-Bas**

Top 3 des thématiques des demandes : **Billetterie/boutique, randonnées/activités de pleine nature, activités famille/agenda**

## Les groupes sont de retour !

L'activité groupe a été particulièrement bonne au printemps et cet été. **Au 31 août, le chiffre d'affaires de l'année 2022 a été dépassé** avec 125 000 €, soit +0,5% et +17 % par rapport à 2019.

L'ensemble des sites de Loire Forez ont ressenti cette même tendance. Les réservations pour l'automne sont plutôt bonnes mais sur un rythme un peu moins important qu'en début d'année.

« **Cyrille – Camping Le Surizet à Montbrison**  
Nous avons réalisé un été exceptionnel avec une fréquentation record (+18%) et avons même du refuser des touristes en août ! »



## Une offre d'activités en évolution, une fréquentation en progression

# 6 595 forfaits

Une ouverture quotidienne des remontées mécaniques tout l'été a permis une meilleure compréhension des horaires pour notre clientèle.  
**+ 43% par rapport à l'été dernier**

# 96 000€



L'augmentation significative du chiffre d'affaires par rapport à l'année dernière est due à une ouverture plus adéquate des remontées et une nouvelle approche de la restauration sur la saison d'été

## Restaurant les Épilobes

La nouvelle cheffe a changé le mode self de l'hiver en service à table pour l'été.  
Le « fait maison » et une orientation vers les produits locaux permettent d'améliorer la réputation de ce restaurant.



## Evènements ou éléments marquants sur le territoire

### 6 nouvelles activités pour toute la famille

L'offre de randonnées pédestres, VTT, mini-golf, tir à l'arc, escalade au rocher de l'Olme a été complétée par de nouvelles activités gratuites ou payantes gérées par des privés ou par la station :

Escape Game en extérieur, disc golf, golf rural, pumtrack, nouvelle piste de descente pour débutant, sentier de découverte.

.....

### 800 vététistes / Bike and Fourme

Un bel événement à la station le week-end du 8-9 juillet où 800 vététistes sont venus pour découvrir un domaine de VTT pour tous niveaux.

« Une belle dynamique pour la station a débuté cet été et qui sera poursuivie l'année prochaine ... »



**Bel été sur Forez-Est, particulièrement au mois d'août, dans la continuité d'un bon début d'année 2023**  
**Nos clientèles restent très majoritairement locales, retour de clientèles du nord de l'Europe**

## 8 206 visiteurs

Accueillis et renseignés sur l'ensemble de nos bureaux d'information (4), points d'information estivaux (2), accueils hors les murs entre mai et août 2023.  
Soit une hausse de + 8,6 % par rapport à la même période en 2022.

## 62 756 €



Chiffre d'affaires cumulé de notre activité billetterie (54216 €) et boutique (8540 €) de mai à août 2023, en baisse de - 12 % par rapport à 2022.

## A retenir

Un été dans la continuité de notre année 2023, fréquentation en hausse dans nos différents lieux d'accueil mais consommation en légère baisse, liée nécessairement à une inflation impactante.

Nos activités (visites guidées, animations...) finalement assez peu impactées (au total) par la climatologie de cet été 2023, et en hausse par rapport à 2022.

Notre nouveau site web commun avec Loire Forez, lancé avant l'été, a vu sa fréquentation nettement améliorée.

Clientèle régionale (AURA) largement majoritaire, dont 83 % de ligériens et 13 % de rhodaniens.

Retour plus marqué de visiteurs du nord de l'Europe (Belgique, Allemagne, Angleterre).



## Quelques éléments marquants....

### Prestataires touristiques

- Des organisateurs d'événements et des sites qui ont fait le plein cet été, pour n'en citer que quatre : 30000 participants au Scoop Music Tour en juillet à Feurs, 13000 entrées payantes lors de la Fête médiévale au Château de Montrond-les-Bains en août, 10000 entrées à l'hippodrome de Feurs et 20300 visiteurs à Tour Matagrin à Violay de mai à août.
- Réouverture du Château de Montrond-les-Bains et déjà 3410 visiteurs de mai à août, début très encourageant.
- Un bon mois de juin avec le retour des groupes adultes et scolaires, mois de juillet inférieur avant un mois d'août satisfaisant malgré l'épisode caniculaire de fin de période.

### Synthèse

Une activité satisfaisante au niveau de l'office de tourisme Forez-Est.

Les taux de remplissage de nos hébergeurs sont annoncés bons, à confirmer par la collecte à venir de la taxe de séjour.

Nos prestataires touristiques dans l'ensemble satisfaits de la saison, particulièrement les mois de juin et d'août.

Dans tous les cas, un tourisme de proximité qui s'impose (isochrone 1h30).

**Céline GIRAUD,**  
**Ferme des Délices foréziens**  
« La saison a eu du mal à démarrer au vu des week-ends printaniers pluvieux. Concernant les visites un été en dents de scie avec des visites soit complètes soit annulées car pas d'inscription. Malgré les aléas climatiques nous terminons la saison avec une fréquentation en hausse et d'excellents retours et avis. Le bilan final est donc très positif »

Tous les indicateurs sont au beau fixe !  
Fréquentation en hausse par rapport à 2022 !  
Retour de la clientèle européenne et des groupes

## Office de tourisme

**8 437** visiteurs

sur la période estivale  
dont **2 630 Hors Les Murs**

**25 €** ticket moyen boutique  
un CA en hausse de +15% vs 2022



### Clientèle "Groupes" en progression

Le service groupe enregistre une progression de + 16% pour atteindre au 31 août un CA de 187 000 €.

## Fréquentation Estivale 2023

Office de tourisme et Hors les murs : +10% VS 2022

Fréquentation site internet : +3 % VS 2022

52 % de la clientèle française accueillie vient  
d'Auvergne-Rhône-Alpes

12 % de clientèle étrangère

(belges, néerlandais, anglais)

### Fréquentation Sites touristiques

Train de la Loire : +11%

Château de la Roche : +12 %

### Éléments marquants

Le roannais, avec une clientèle fidèle, et une politique événementielle forte a pu bénéficier d'une fréquentation touristique en hausse cet été.

Les données globales de fréquentation , intégrant la taxe de séjour, révèlent une augmentation de +1% des nuitées en juillet-août par rapport à l'année précédente.

Un mode de consommation qui évolue et une diminution des dépenses.

Un budget serré qui entraine une modification de la consommation et des comportements.

On note une hausse des hébergements entre particuliers ( airbnb, gite.....) ainsi qu'un report vers les hébergements non marchands (résidences familiale ), au détriment notamment de l'hôtellerie de plein air

**L'évènementiel,  
un moteur pour le tourisme  
en Roannais**



Après une très bonne année 2022 à l'office de tourisme à Charlieu, légère baisse de la fréquentation physique (- 8%), pas aidée par les périodes caniculaires.

Les mois de mai et juin étaient meilleurs qu'en 2022, mais plus fortes baisses en juillet et août. L'accueil hors-les-murs à Belmont-de-la-Loire s'en sort mieux (+ 13,5%).

# 6 143 visiteurs

dans nos points d'informations

Ventes boutique + 9 %. Particulièrement :

+ 24 % pour les visites guidées

+ 13 % pour les visites individuelles

+18 % pour les visites groupes

+ 56 % pour les visites scolaires



Après un beau retour en 2022, la clientèle étrangère baisse significativement (- 24 %), particulièrement les touristes originaires des Pays-Bas et de la Belgique.

## Plus que jamais à la dernière minute

Très difficile d'anticiper le comportement des touristes, ceux-ci se décidant plus que jamais à la dernière minute, notamment en fonction des conditions météorologiques.

Parallèlement, impression de devoir accompagner plus longtemps nos visiteurs sur chacune de leurs demandes.

## Nouvelle offre de visite :

**Réouverture de la péniche-musée au Muséo'Parc du Marinier à Briennon avec l'exposition « L'Odyssée du Marinier » début juillet**

### Éléments marquants

#### Succès des animations en plein air

Rassemblement de véhicules, festival des Férus, marchés nocturnes, fête médiévale de La Bénisson-Dieu... la plupart des animations en plein air accessibles gratuitement ont très bien fonctionné lorsque les conditions météorologiques n'étaient pas trop défavorables (canicule).

Les concerts ont plutôt été bien remplis, en revanche recul très net des Nocturnes de l'abbaye de Charlieu (payant).

#### Des sites qui progressent :

- le Muséo'Parc du Marinier à Briennon voit sa fréquentation augmenter de 11,5 % ;
- celle des musées de Charlieu de 18,5 %, bien soutenue par l'exposition temporaire sur les Roullier.
- couvent des Cordeliers (+ 21 %)

#### Un site qui régresse :

- abbaye de Charlieu (- 11%)



« L'impact de l'inflation s'est clairement ressenti cette année, avec un comportement moins dépensier : visite d'un seul musée avec l'exposition temporaire au lieu des deux musées habituellement »



# CET ETE DANS LA LOIRE – CE QU'IL FAUT RETENIR

## Une saison estivale satisfaisante

malgré la baisse du pouvoir d'achat et les aléas météorologiques.

Une fréquentation estivale jugée **BONNE** voir **TRÈS BONNE** par

**80%** DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS

vs **74 %** en Auvergne-Rhône-Alpes

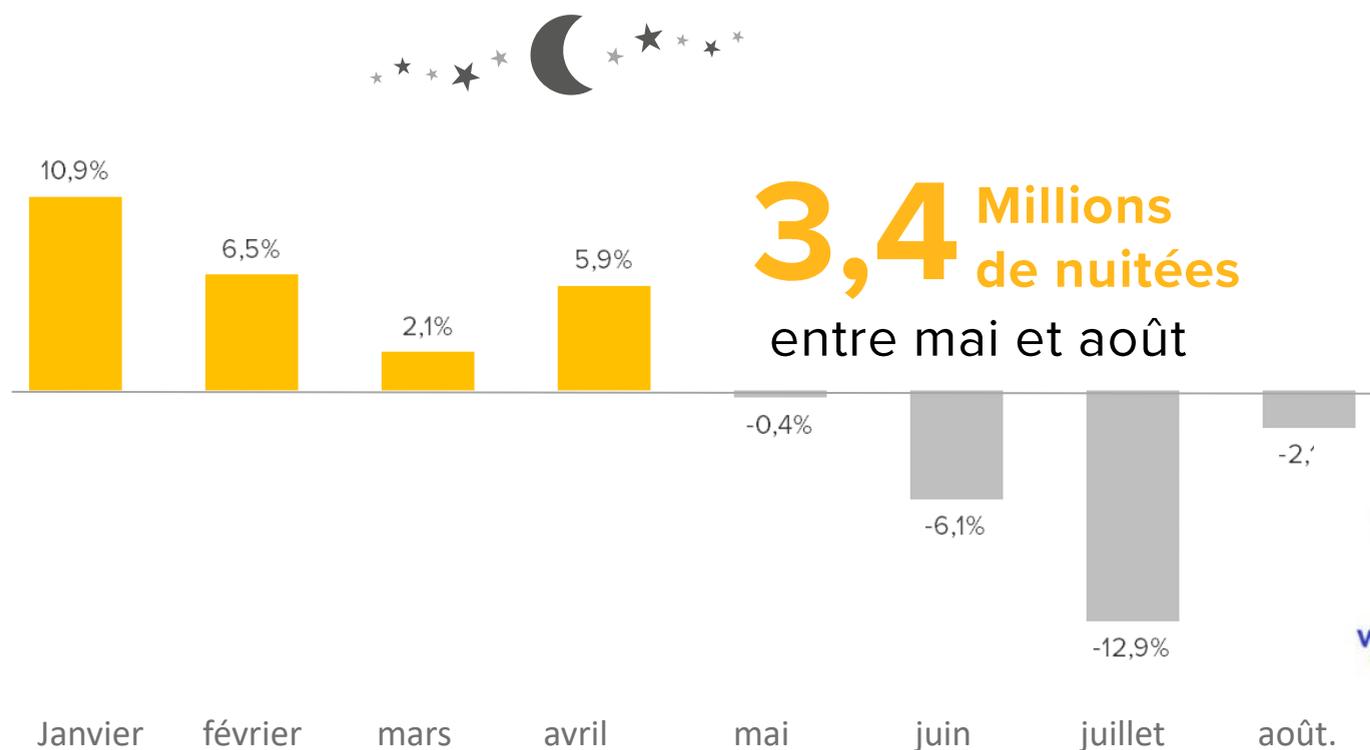
Très bonne  **24%**  
Pourcentage

Bonne  **56%**  
Pourcentage

Mauvaise  **19%**  
Pourcentage

Très mauvaise  **1%**  
Pourcentage

On note cette année, **un étalement de la saison** avec un **très bon début d'année**, qui compense le tassement estival, et **de belles perspectives** pour l'arrière-saison.



**3,4 Millions** de nuitées entre mai et août

**65%** DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS

Sont **CONFIANTS** pour l'arrière-saison.  
81 % en zone urbaine





2 rue Benay – CS 50057  
42410 Pélussin

Contact :  
Isabelle ARBUZ  
04 74 87 52 00  
iarbuz@pilat-tourisme.fr



Pierres d'histoire, terres d'avenir...

Place Saint Philibert  
42190 Chartlieu

Contact :  
Aurélien MOLLARD  
04 77 60 12 42  
direction@charlieubelmont-tourisme.com



1, place Eugène Baune  
42600 Montbrison

Contact observatoire :  
Bruno JAVERZAC  
04 77 96 08 69  
direction-ot@loireforez.com

Contact presse :  
Audrey PATOUILLARD  
04 77 96 08 69  
audrey@loireforez.com



8 Place Maréchal de Tassigny  
42300 Roanne

Contact presse :  
Lucile Bruchet  
04 77 71 09 20  
lbruchet@roannais-tourisme.com



16 avenue de la Libération  
BP 20031 42001 Saint-Etienne  
Cedex 1

Contact observatoire :  
Florent FAYEAUX  
04 77 49 39 00  
f.fayeaux@saint-etiennetourisme.com

Contact presse :  
Eugenie BARDET  
06 49 73 43 55  
E.bardet@saint-etiennetourisme.com



125 rue des Sources  
42210 Montrond-les-Bains

Contact :  
Laurent DUCLIEU  
04 77 94 64 74  
l.duclieu@forez-est.com

Contact :  
Marie-Claire PERROT  
04 77 94 64 74  
mc,perrot@forez-est.com



22, rue Paul Petit  
42100 Saint- Etienne

Contact observatoire :  
Dorothee MARION  
07 69 37 88 10  
dorothee@loiretourisme.com

Contact presse :  
Annick PAILLEUX  
06 82 72 20 76  
annick@loiretourisme.com

Suivez l'actualité du tourisme dans la Loire sur [pro.loiretourisme.com](http://pro.loiretourisme.com)

LOIRE