



2024-2025

LE SECTEUR DU TOURISME EN FRANCE ET DANS LE CANTAL



Réalisé par

CHALLET Marie

GIRAUD Kilian

HOUNTON Doudedji Justus

SAE 6-06

Etude de cas: Attractivité territoriale

Enseignant Référent

Jean-Yves BERGERON

TABLE DES MATIERES

Introduction	2
I. Le tourisme en France	3
A. Des données économiques et sociales	3
B. Les facteurs d'influence du secteur	5
II. Le tourisme sur le territoire cantalien	7
A. Un état des lieux du tourisme dans le Cantal.....	7
B. Valoriser l'image du territoire pour renforcer son attractivité	8
Conclusion.....	11
Bibliographie	12
Annexes	14

INTRODUCTION

En 2023, la France a confirmé son statut de première destination touristique mondiale avec plus de 100 millions de visiteurs internationaux, enregistrant des recettes touristiques record de 63,5 milliards d'euros. Ce succès témoigne de l'importance du secteur, qui représente environ 8 % du PIB national et génère près de deux millions d'emplois. Cependant, ce dynamisme s'inscrit dans un contexte de profondes mutations : digitalisation croissante des services touristiques, montée en puissance du tourisme durable, diversification des attentes des visiteurs et impact du changement climatique sur les pratiques de voyage. En parallèle, les territoires moins connus, comme le Cantal, cherchent à renforcer leur attractivité en misant sur leurs atouts naturels et culturels, tout en relevant les défis liés à leur notoriété et à la modernisation de leurs infrastructures.

Le tourisme, défini comme l'ensemble des activités liées aux déplacements temporaires des individus en dehors de leur cadre de vie habituel, joue un rôle central dans le développement économique, social et culturel des territoires. À l'échelle nationale, il se décline sous de nombreuses formes – tourisme urbain, culturel, de nature, balnéaire, sportif ou encore gastronomique – répondant à des motivations variées. Sur le plan local, le Cantal se distingue par une offre touristique centrée sur son patrimoine naturel préservé, son cadre montagnard et ses traditions authentiques. Malgré ces atouts, le département doit faire face à des enjeux majeurs, notamment en matière de visibilité, d'accessibilité et de diversification de son offre pour séduire un public plus large et allonger la durée des séjours.

Dans ce contexte, il convient de s'interroger sur la place du tourisme dans le développement des territoires et son impact sur l'attractivité locale. Dans quelle mesure le tourisme, pilier de l'économie française, joue-t-il un rôle prépondérant dans l'attractivité et le développement d'un territoire ? Cette réflexion implique également d'autres questionnements : quels sont les principaux moteurs et freins du tourisme en France et dans le Cantal ? Comment valoriser l'image d'un territoire pour renforcer son attractivité et attirer une clientèle plus large et plus diversifiée ?

Pour répondre à ces interrogations, nous analyserons dans un premier temps les grandes tendances du tourisme en France, en étudiant ses enjeux économiques et sociaux ainsi que les principaux facteurs d'influence du secteur. Nous nous intéresserons ensuite au cas spécifique du Cantal en établissant un état des lieux du tourisme sur ce territoire avant d'examiner les stratégies mises en place pour valoriser son image et accroître son attractivité.

I. LE TOURISME EN FRANCE

A. Des données économiques et sociales

Le tourisme en France constitue un secteur fondamental de l'économie nationale, non seulement en raison de son impact direct sur le produit intérieur brut, mais aussi pour son rôle majeur dans l'emploi et l'attractivité internationale du pays. En 2023, la France a confirmé son statut de première destination touristique mondiale, accueillant plus de 100 millions de visiteurs internationaux, un chiffre en hausse de 8 % par rapport à 2019 (voir Annexe n°1 : *Les chiffres clés du tourisme en France en 2023* et Annexe n°4 : *Rebond des arrivées internationales en 2023*). Cette performance témoigne de la résilience du secteur, qui a su rebondir après la crise sanitaire et s'adapter aux nouvelles attentes des voyageurs.

Sur le plan économique, le tourisme représente environ 8 % du PIB français, soit un apport de près de 225 milliards d'euros en 2023. Les recettes générées par les touristes étrangers ont atteint un niveau record de 63,5 milliards d'euros, contribuant significativement à la balance commerciale du pays (voir Annexe n°2 : *Évolution des recettes touristiques internationales* et Annexe n°3 : *Impact du tourisme sur la balance des paiements*). Cette manne financière alimente directement plusieurs secteurs connexes tels que l'hôtellerie, la restauration, le commerce de détail et les services culturels. Par ailleurs, les investissements touristiques ont progressé pour atteindre 18,6 milliards d'euros en 2023, traduisant une dynamique favorable et un soutien actif à la modernisation des infrastructures.

L'emploi constitue un autre pilier central du secteur, avec près de 2 millions de personnes travaillant directement ou indirectement dans le tourisme. Parmi ces emplois, 1,3 million concernent spécifiquement l'hébergement et la restauration, tandis que les meublés de tourisme et résidences de vacances soutiennent environ 360 000 emplois. Le secteur offre une diversité d'opportunités professionnelles, souvent dans des zones rurales ou littorales, où il joue un rôle clé dans le maintien de l'activité économique et sociale.

L'attractivité de la France repose sur une diversité de territoires et d'expériences qui répondent aux attentes d'un large éventail de visiteurs. Le pays se distingue par son offre culturelle exceptionnelle, avec des sites emblématiques comme le musée du Louvre, le Mont-Saint-Michel, la Tour Eiffel ou encore le château de Versailles, qui attirent plusieurs millions de visiteurs chaque année. En 2023, la basilique du Sacré-Cœur de Montmartre a été le site culturel le plus visité avec 11 millions de visiteurs, devant le Louvre (8,9 millions) et Versailles (8,1 millions). Le patrimoine naturel n'est pas en reste, avec des destinations variées allant des plages méditerranéennes aux montagnes alpines, en passant par les campagnes du sud-ouest et les vignobles de Bourgogne.

Le dynamisme du secteur repose également sur la diversité de son offre d'hébergement, qui s'adapte aux nouvelles tendances de consommation touristique. En 2023, la France comptait plus de 16 850 hôtels, 7 432 campings et 2 290 résidences de tourisme, reflétant un large éventail de modes d'hébergement (voir Annexe n°6 : *Évolution des nuitées dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air*). L'hôtellerie de plein air connaît un essor notable, portée par la demande croissante pour des séjours en contact avec la nature. Parallèlement, le développement des plateformes de location entre particuliers (Airbnb, Abritel) a profondément modifié les

modes de séjour, en offrant des alternatives plus flexibles et parfois plus abordables que l'hôtellerie traditionnelle.

La répartition de la fréquentation touristique illustre la complémentarité entre les différentes zones géographiques. Les littoraux restent les destinations les plus prisées, enregistrant 23,5 millions de nuitées en été 2023 (voir Annexe n°5 : *Répartition des nuitées en France par région* et Annexe n°10 : *Performance du littoral dans l'hébergement touristique*), suivis des espaces ruraux (6,8 millions), des zones urbaines hors métropoles (4,5 millions) et des massifs montagneux (4 millions). L'Île-de-France demeure une région clé du tourisme international, concentrant à elle seule près de 30 % des arrivées étrangères, tandis que des territoires comme la Nouvelle-Aquitaine, l'Occitanie et la Provence-Alpes-Côte d'Azur attirent une forte clientèle estivale grâce à leurs attraits balnéaires et patrimoniaux.

L'évolution des flux touristiques met également en évidence la diversification des marchés internationaux. En 2023, les principales clientèles étrangères provenaient du Royaume-Uni (31 % des nuitées internationales), des Pays-Bas (14 %), de la Belgique (8 %) et de l'Allemagne (7 %) (voir Annexe n°5 : *Répartition des nuitées en France par région* et Annexe n°10 : *Performance du littoral dans l'hébergement touristique*). Le retour progressif des Américains a été observé après une baisse post-COVID (voir Annexe n°9 : *La reprise du marché américain en France*), tandis que les clientèles asiatiques restent en deçà des niveaux pré-pandémiques. Ces dynamiques influencent les stratégies de promotion mises en place par les acteurs du tourisme français, qui cherchent à renforcer l'attractivité du pays sur de nouveaux marchés émergents (voir Annexe n°7 : *Progression des territoires émergents dans le tourisme*) tout en consolidant les flux traditionnels.

L'année 2023 a également été marquée par des événements majeurs contribuant à l'essor du tourisme, tels que la Coupe du Monde de Rugby, qui a engendré plus de 2,6 millions de nuitées supplémentaires. Ces manifestations sportives et culturelles jouent un rôle clé dans le renouvellement de l'image de la France et dans la captation d'une clientèle internationale de passage.

Toutefois, le secteur doit faire face à plusieurs défis, notamment en matière de transition écologique. La montée en puissance des préoccupations environnementales pousse les professionnels du tourisme à repenser leurs pratiques afin de limiter l'impact carbone des déplacements et des infrastructures touristiques. L'essor du tourisme durable, des mobilités douces et des initiatives locales favorisant le slow tourism s'inscrit dans cette logique de transformation. De plus, l'accessibilité et la gestion des flux restent des enjeux cruciaux pour éviter les phénomènes de saturation dans certaines destinations phares et favoriser un meilleur équilibre entre territoires.

Ainsi, le tourisme demeure un moteur fondamental de l'économie française, contribuant à la prospérité du pays et à son rayonnement international. Son développement repose sur une stratégie alliant innovation, diversification des offres et adaptation aux enjeux contemporains. La France, forte de son patrimoine exceptionnel et de son attractivité culturelle, semble bien positionnée pour consolider son leadership mondial dans les années à venir, à condition de relever les défis liés à la transition écologique et à l'évolution des comportements des voyageurs.

B. Les facteurs d'influence du secteur

Le secteur du tourisme en France est influencé par une multitude de facteurs qui façonnent son évolution et sa capacité à s'adapter aux nouvelles attentes des visiteurs. Ce dynamisme repose sur des éléments économiques, sociaux, technologiques et environnementaux qui agissent de manière conjointe pour redéfinir les pratiques et les tendances du marché. La France, en tant que première destination touristique mondiale, doit constamment ajuster son offre pour répondre aux enjeux contemporains et rester compétitive face à une concurrence internationale accrue.

L'un des premiers facteurs d'influence du tourisme en France est d'ordre économique. La conjoncture économique mondiale impacte directement les flux touristiques, en raison des variations du pouvoir d'achat des visiteurs. En période de croissance économique, les dépenses consacrées aux voyages augmentent, tandis qu'en période de crise, les touristes privilégient des destinations plus proches et des séjours plus courts. L'évolution des prix des transports, notamment ceux des billets d'avion et du carburant, joue également un rôle déterminant dans le choix des destinations. En 2023, les investissements touristiques ont atteint 18,6 milliards d'euros, traduisant une dynamique favorable et une volonté de modernisation des infrastructures. De plus, l'offre d'hébergement s'est diversifiée pour s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs, avec une montée en puissance des plateformes de location entre particuliers et des hébergements écologiques.

Un exemple marquant de ces fluctuations économiques s'est produit lors de la crise du COVID-19. Le graphique ci-dessous illustre l'effondrement brutal des dépenses touristiques mondiales (domestiques en bleu, internationales en noir) en 2020-2021, suivi d'une nette reprise dès 2022. Selon ces projections, le secteur devrait retrouver (voire dépasser) ses niveaux de dépenses pré-pandémiques dès 2024.

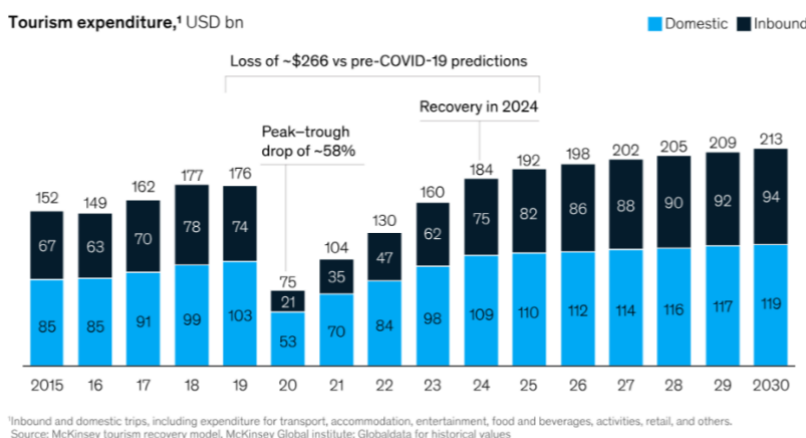


Figure 1: Impact du COVID-19 sur les dépenses touristiques mondiales (2015-2030)

Le tourisme est aussi influencé par des facteurs sociaux et démographiques. L'évolution des modes de vie et des attentes des visiteurs a conduit à une transformation des pratiques touristiques. On observe une demande accrue pour des expériences immersives et authentiques, où les touristes cherchent à s'appropriier les cultures locales et à privilégier des séjours plus expérientiels. Le tourisme gastronomique, par exemple, connaît une forte expansion, les visiteurs étant de plus en plus enclins à découvrir les spécialités régionales et les circuits courts. De même, l'essor du slow tourism et du tourisme de bien-être traduit une évolution des attentes vers un tourisme plus contemplatif et moins frénétique. Par ailleurs, les tendances

démographiques, notamment le vieillissement de la population en Europe, modifient les attentes en matière d'accessibilité et de services adaptés aux seniors.

L'innovation technologique constitue un autre levier majeur dans l'évolution du secteur touristique. La digitalisation a profondément transformé les comportements des voyageurs, en facilitant l'accès à l'information et en simplifiant les processus de réservation. L'émergence des plateformes de réservation en ligne, des applications mobiles et des avis clients a modifié la manière dont les touristes choisissent leurs destinations et planifient leurs séjours. De plus, les nouvelles technologies, telles que la réalité virtuelle et l'intelligence artificielle, offrent des opportunités inédites pour enrichir l'expérience touristique. Certains musées et sites historiques proposent désormais des visites en réalité augmentée, permettant aux visiteurs de plonger dans l'histoire de manière interactive. La connectivité et l'accès à Internet jouent également un rôle clé dans l'attractivité des destinations, notamment pour les jeunes générations, qui sont particulièrement sensibles à la disponibilité du Wi-Fi et à l'offre numérique des territoires visités.

L'environnement et le changement climatique sont devenus des préoccupations centrales pour le secteur du tourisme. La prise de conscience écologique incite de plus en plus de voyageurs à privilégier des destinations écoresponsables et à adopter des pratiques plus respectueuses de l'environnement. Cette tendance se traduit par le développement du tourisme durable, qui met l'accent sur la réduction de l'empreinte carbone des déplacements et sur la préservation des ressources naturelles. Le succès croissant de l'écotourisme et des séjours en pleine nature témoigne de cette évolution des comportements. Toutefois, le changement climatique représente aussi une menace pour certaines destinations, notamment les stations de ski, qui doivent s'adapter à la baisse de l'enneigement en diversifiant leur offre vers des activités estivales comme la randonnée et le VTT. La montée des températures et la multiplication des événements climatiques extrêmes, tels que les vagues de chaleur et les incendies, influencent également les choix des visiteurs, qui tendent à privilégier des séjours en dehors des périodes les plus exposées.

Enfin, les politiques publiques et les stratégies de promotion du territoire jouent un rôle déterminant dans l'attractivité touristique de la France. L'État et les collectivités locales investissent dans la valorisation du patrimoine, le développement des infrastructures et la mise en place de campagnes de communication ciblées. La tenue d'événements internationaux, tels que les Jeux Olympiques de Paris 2024, représente une opportunité majeure pour renforcer l'image de la France à l'échelle mondiale et attirer de nouveaux visiteurs. De plus, la structuration de l'offre autour de labels et de certifications, comme le classement des sites UNESCO ou le label "Villes et Pays d'Art et d'Histoire", contribue à renforcer la crédibilité et l'attrait des destinations françaises.

Ainsi, l'évolution du tourisme en France résulte d'un ensemble de facteurs qui interagissent et façonnent les tendances du secteur. Entre mutations économiques, transformations sociales, innovations technologiques et impératifs environnementaux, le pays doit sans cesse s'adapter pour répondre aux attentes des visiteurs et préserver son statut de leader mondial du tourisme. Les prochaines années seront marquées par des défis majeurs, mais également par des opportunités à saisir pour développer un tourisme plus durable, inclusif et innovant.

II. LE TOURISME SUR LE TERRITOIRE CANTALIEN

A. Un état des lieux du tourisme dans le Cantal

Le tourisme dans le Cantal constitue un levier essentiel du développement économique et social du département. Ce territoire, situé au cœur du Massif central, se distingue par son environnement naturel préservé, marqué par le plus grand volcan d'Europe, et par une offre touristique variée qui attire chaque année des visiteurs en quête de nature, de culture et d'authenticité. La contribution du tourisme à l'économie locale est considérable, représentant plus de 15 % du PIB départemental. Cette dynamique repose sur une capacité d'accueil importante avec environ 145 000 lits touristiques, dont 35 000 lits marchands. En 2023, le département a enregistré 5,58 millions de nuitées, un chiffre en progression de 3,6 % par rapport à l'année précédente et de 4,7 % par rapport à 2019, illustrant la résilience et l'attractivité croissante du territoire.

Ce développement touristique repose avant tout sur la richesse du patrimoine naturel du Cantal. Le Puy Mary, classé Grand Site de France, constitue l'un des points d'attraction majeurs, accueillant chaque année plus de 500 000 visiteurs (voir Annexe n°11 : *Fréquentation des sites touristiques et chemins de randonnée dans le Cantal en 2023*). La station du Lioran, principale station de ski du Massif central, offre un cadre idéal pour la pratique des sports d'hiver et des activités estivales en montagne, avec plus de 540 000 journées-skieurs comptabilisées en 2023 (voir Annexe n°13 : *Tourisme et activités de la station du Lioran en 2023*). L'été, le territoire se transforme en un vaste terrain de jeu pour les amateurs de randonnée, de VTT et d'activités nautiques, grâce à ses 3 500 kilomètres de sentiers balisés et ses nombreux lacs et rivières. Cette diversité d'activités favorise le développement d'un tourisme durable et de pleine nature, qui séduit une clientèle à la recherche d'expériences authentiques.

Si le tourisme français domine largement la fréquentation, avec 88 % des visiteurs issus de l'Hexagone, la clientèle étrangère reste marginale, représentant seulement 12 % des nuitées. Parmi les visiteurs internationaux, les Pays-Bas, la Belgique, l'Allemagne et le Royaume-Uni figurent parmi les principaux pays émetteurs. Cependant, cette clientèle étrangère, bien que fidèle, ne compense pas le manque de visibilité du Cantal sur la scène touristique internationale. La durée moyenne des séjours est relativement courte, avec 3,1 nuits pour les visiteurs français et 2,27 nuits pour les étrangers, traduisant une tendance aux courts séjours, souvent concentrés autour des week-ends et des vacances scolaires.

L'offre touristique cantalienne ne se limite pas à ses paysages et à ses activités de plein air. Le département mise également sur son riche patrimoine culturel et gastronomique pour séduire les visiteurs. Les villages de caractère, tels que Salers et Tournemire, classés parmi les plus beaux villages de France, offrent un cadre pittoresque et chargé d'histoire. Le Viaduc de Garabit, œuvre de Gustave Eiffel, constitue une attraction emblématique, témoignant du patrimoine architectural du territoire. La gastronomie locale, portée par des produits d'exception comme les fromages AOP (Cantal, Salers, Bleu d'Auvergne) et la viande d'exception, attire une clientèle en quête d'authenticité et de découvertes culinaires. Le thermalisme, bien que moins développé que dans d'autres régions françaises, représente un atout supplémentaire avec la station de Chaudes-Aigues, qui possède les eaux les plus chaudes d'Europe et propose une offre de bien-être et de soins médicaux.

Malgré ces atouts, le développement touristique du Cantal se heurte à plusieurs défis. La modernisation du parc d'hébergement constitue une priorité, de nombreux établissements souffrant d'un manque de rénovation et d'adaptation aux nouvelles attentes des visiteurs. La faible notoriété du département à l'international limite également son attractivité, nécessitant des efforts accrus en matière de promotion et de marketing pour séduire une clientèle étrangère. Le tourisme cantalien est également marqué par une forte saisonnalité, avec une fréquentation estivale et hivernale concentrée sur quelques mois, tandis que l'intersaison reste une période de faible activité. Cette dépendance aux conditions climatiques, notamment pour les sports d'hiver, représente un enjeu majeur à l'heure du changement climatique et pousse les acteurs du tourisme à diversifier l'offre pour attirer des visiteurs tout au long de l'année.

Le Cantal dispose néanmoins de marges de progression importantes pour renforcer son attractivité et développer un tourisme plus équilibré et pérenne. La diversification des activités, avec le développement du tourisme de bien-être, du slow tourism ou encore du tourisme œnologique et gastronomique, constitue une piste prometteuse. L'amélioration de l'accessibilité et des infrastructures, notamment en matière de transports, pourrait également favoriser l'accueil d'un plus grand nombre de visiteurs. La digitalisation du secteur touristique, en facilitant la réservation en ligne et la visibilité des offres, apparaît comme une nécessité pour s'adapter aux nouvelles pratiques des voyageurs. Enfin, la valorisation des initiatives locales et des savoir-faire traditionnels permettrait de renforcer l'identité du territoire et d'attirer un public en quête d'expériences immersives et authentiques.

Ainsi, le tourisme dans le Cantal représente une opportunité majeure pour le développement économique et l'attractivité du territoire, tout en s'inscrivant dans une démarche de préservation de l'environnement et de mise en valeur du patrimoine local. Si des défis persistent, les nombreuses initiatives mises en place, combinées aux atouts naturels et culturels du département, offrent de belles perspectives pour faire du Cantal une destination incontournable du tourisme vert et durable en France.

B. Valoriser l'image du territoire pour renforcer son attractivité

L'attractivité touristique du Cantal repose sur une combinaison subtile entre son patrimoine naturel exceptionnel, son authenticité préservée et une offre d'activités diversifiée. Pourtant, si le département dispose d'un fort potentiel, il demeure confronté à des enjeux majeurs en matière de visibilité et de valorisation de son image. Face à la concurrence croissante des destinations touristiques, notamment au sein de la région Auvergne-Rhône-Alpes, il devient essentiel d'affirmer une identité forte et singulière pour séduire une clientèle plus large et fidéliser les visiteurs. Le tourisme est un levier essentiel non seulement pour l'économie locale mais aussi pour le rayonnement du territoire. L'enjeu est donc de renforcer son attractivité en misant sur des stratégies de communication, de modernisation des infrastructures et de diversification des offres.

La notoriété du Cantal, bien que renforcée par ses atouts naturels et culturels, reste encore limitée face aux grandes destinations touristiques françaises. Le département bénéficie d'une image positive auprès des adeptes du tourisme vert, des amateurs de randonnées et des passionnés de patrimoine rural, mais peine à s'imposer comme une destination incontournable pour un public plus large. Son positionnement actuel

repose largement sur son environnement préservé et sur son offre d'activités de pleine nature, qui attirent une clientèle sensible aux valeurs de l'écotourisme et du slow tourism. Cette orientation est un atout, car elle correspond aux nouvelles attentes des voyageurs en quête d'authenticité, de ressourcement et d'expériences immersives. Toutefois, pour élargir son rayonnement, il est nécessaire de développer des stratégies marketing plus dynamiques, en exploitant notamment le digital et les réseaux sociaux afin de toucher des segments de marché plus diversifiés.

Les acteurs du tourisme cantalien ont déjà engagé des actions visant à renforcer la visibilité du territoire. Des campagnes de promotion sont régulièrement mises en place sous l'égide du Comité Départemental du Tourisme et des Offices de Tourisme locaux, mettant en avant les atouts naturels du Cantal, sa gastronomie et son patrimoine culturel. L'obtention de labels tels que "Grand Site de France" pour le Puy Mary, ou encore l'inscription de villages comme Salers parmi les "Plus Beaux Villages de France", contribuent à asseoir la reconnaissance du territoire et à légitimer son positionnement touristique. Le Festival International de Théâtre de Rue d'Aurillac illustre aussi le dynamisme culturel, attirant un public toujours plus large (voir Annexe n°12 : Chiffres clés du Festival International de Théâtre de rue d'Aurillac édition 2023). Toutefois, ces démarches restent insuffisantes pour garantir un impact significatif sur l'attractivité du Cantal à l'échelle nationale et internationale.

L'une des clés du développement touristique réside également dans la modernisation et la diversification de l'offre. Le parc d'hébergement, bien que conséquent avec ses 145 000 lits, nécessite une montée en gamme pour répondre aux nouvelles attentes des voyageurs. L'essor du tourisme expérientiel incite de plus en plus les visiteurs à rechercher des hébergements atypiques ou immersifs, tels que des éco-lodges, des cabanes perchées ou encore des gîtes intégrés dans le patrimoine local. Investir dans ces types d'infrastructures permettrait de renforcer l'attractivité du territoire tout en valorisant son identité. De même, la création d'expériences touristiques innovantes, mêlant nature, bien-être et patrimoine, pourrait contribuer à séduire une clientèle en quête d'originalité et d'émotions.

L'amélioration de l'accessibilité et de la mobilité constitue un autre enjeu majeur pour le Cantal. Son isolement relatif et l'absence de grandes infrastructures de transport rapide freinent encore une partie du développement touristique. La mise en place de solutions de mobilité plus adaptées, notamment en renforçant les liaisons ferroviaires et en développant des offres de transport écologique (navettes touristiques, mobilités douces), permettrait d'attirer une clientèle plus large, y compris celle qui privilégie les déplacements responsables. L'accessibilité numérique est également un facteur clé dans l'attractivité d'une destination : une amélioration de la connectivité, en particulier dans les zones rurales et montagnardes, favoriserait le développement de services innovants pour les visiteurs et permettrait une meilleure promotion du territoire.

Enfin, la valorisation du Cantal passe aussi par la mise en avant de son patrimoine immatériel et de son ancrage culturel. La richesse gastronomique du département, incarnée par ses fromages AOP, ses spécialités culinaires et son terroir d'exception, constitue un levier fort pour attirer une clientèle gourmande et curieuse de découvrir des produits authentiques. De même, le dynamisme des événements culturels et festifs, comme le Festival International de Théâtre de Rue d'Aurillac ou les fêtes traditionnelles liées à l'agriculture et au pastoralisme, sont autant d'atouts à renforcer et à mieux promouvoir à l'échelle nationale et internationale. Miser sur ces éléments

distinctifs permettrait de renforcer l'identité du Cantal en tant que destination unique, où l'histoire, la nature et la culture se conjuguent harmonieusement.

En définitive, renforcer l'image du Cantal pour dynamiser son attractivité touristique nécessite une approche globale, intégrant à la fois des actions de promotion, des investissements dans l'amélioration des infrastructures et une diversification de l'offre pour répondre aux nouvelles tendances du tourisme. Le territoire a tous les atouts pour s'imposer comme une destination phare du tourisme vert et authentique en France, à condition de déployer une stratégie cohérente et ambitieuse qui mette en valeur son caractère unique et séduise une clientèle plus large.

CONCLUSION

Le tourisme reste un pilier de l'économie française, représentant autour de 8 % du PIB national et générant plus de deux millions d'emplois. La France, qui a accueilli plus de 100 millions de visiteurs internationaux en 2023, a su consolider son attractivité grâce à la diversité de ses territoires (offres culturelles, balnéaires, de pleine nature, etc.) et à une adaptation continue face aux évolutions sociales, technologiques et environnementales. Les facteurs d'influence majeurs – conjoncture économique, innovations numériques, nouveaux modes de consommation touristique et préoccupations écologiques – orientent de plus en plus le secteur vers un tourisme durable et responsable.

Dans le Cantal, qui génère plus de 15 % de son PIB local via le tourisme, la progression du nombre de nuitées souligne le potentiel d'un territoire riche en espaces naturels (Puy Mary, station du Lioran), en patrimoines bâtis (villages de caractère, Viaduc de Garabit) et en savoir-faire gastronomiques (fromages AOP, produits du terroir). Malgré des freins liés à l'accessibilité, à la notoriété encore limitée à l'international ou à la saisonnalité, le département dispose de réels atouts pour renforcer sa place sur la carte du tourisme vert. Les initiatives locales autour de l'écotourisme, de l'amélioration des infrastructures et de la diversification de l'offre témoignent d'une volonté de monter en gamme et de rendre le territoire plus compétitif, tout en préservant son identité authentique.

Dans la perspective des prochaines années, l'impact positif des grands événements récents (Coupe du Monde de Rugby 2023, Jeux Olympiques de Paris 2024) continue d'essaimer sur l'ensemble des régions françaises en 2025, notamment en termes d'image et de fréquentation touristique. Pour le Cantal, miser sur cette dynamique passe par l'organisation de nouveaux rendez-vous culturels et sportifs, à l'échelle nationale ou internationale, afin de maintenir l'élan et de développer davantage la visibilité du territoire. De plus, l'essor du télétravail et du nomadisme digital offre de nouvelles opportunités d'accueil hors saison, pour peu que l'on renforce la connectivité numérique et l'offre de services adaptés.

À plus long terme, la poursuite de stratégies collectives autour du tourisme durable (itinéraires doux, hébergements écologiques, labels de qualité) et d'un marketing territorial ambitieux permettra au Cantal de s'affirmer comme une destination à part entière, attirant une clientèle en quête de nature, d'authenticité et d'expériences singulières.

BIBLIOGRAPHIE

Atout France, "En rétrospective 2023 : une année exceptionnelle pour le tourisme français", www.atout-france.fr, analyse des tendances touristiques de 2023, consulté le 12/02/2025.

INSEE, "Le tourisme en France", www.insee.fr, statistiques officielles sur le tourisme, consulté le 12/02/2025.

Ministère de l'Économie, "Statistiques officielles du tourisme en France", www.economie.gouv.fr, rapport du gouvernement sur l'économie du tourisme, consulté le 12/02/2025.

France Travail, "Tourisme et emploi dans un monde en transition", www.francetravail.org, analyse sur l'impact du tourisme sur le marché de l'emploi, consulté le 12/02/2025.

Statista, "La contribution des voyages et du tourisme au PIB en France", www.statista.com, étude statistique, consulté le 12/02/2025.

UN Tourisme, "Baromètre du tourisme – Mai 2024", www.unwto.org, rapport sur les tendances du tourisme international, consulté le 12/02/2025.

Campus France, "2024, année record pour le tourisme international en France", www.campusfrance.org, rapport sur la fréquentation des touristes étrangers en France, consulté le 12/02/2025.

Statista, "Les sites culturels les plus visités en France en 2023", www.statista.com, étude statistique sur les principales attractions touristiques, consulté le 12/02/2025.

Statista, "Les villes les plus visitées au monde en 2023", www.statista.com, étude sur le classement de Paris parmi les villes les plus visitées, consulté le 12/02/2025.

INSEE, "Les espaces touristiques en été 2023", www.insee.fr, analyse des nuitées touristiques par territoire, consulté le 12/02/2025.

Statista / INSEE, "Offre des établissements touristiques en France", www.statista.com, étude des infrastructures d'accueil touristique, consulté le 12/02/2025.

Ministère de l'Économie, "Une année 2024 record pour le tourisme en France", www.economie.gouv.fr, analyse des recettes du tourisme international en France, consulté le 12/02/2025.

Atout France, "Recettes du tourisme international en France en 2023", www.atout-france.fr, estimation des recettes touristiques, consulté le 12/02/2025.

Atout France, "98 millions d'arrivées internationales en France en 2023", www.atout-france.fr, comparaison avec les arrivées en Espagne et en Italie, consulté le 12/02/2025.

Campus France, "100 millions de touristes en France en 2023", www.campusfrance.org, estimation du tourisme international, consulté le 12/02/2025.

UN Tourisme, "Classement de la France comme première destination mondiale en 2024", www.unwto.org, analyse du nombre d'arrivées et des recettes associées, consulté le 12/02/2025.

Ministère de l'Économie, "Recettes du tourisme international en France en 2024 : 71 milliards d'euros", www.economie.gouv.fr, rapport officiel, consulté le 12/02/2025.

France Travail, "Part du tourisme dans le PIB français en 2023 : entre 7% et 7.5%", www.francetravail.org, analyse économique du secteur, consulté le 12/02/2025.

Atout France, "Emplois directs et indirects dans le tourisme en 2023", www.atout-france.fr, estimation des emplois touristiques en France, consulté le 12/02/2025.

France Travail, "2 millions d'emplois directs et 4.2 millions d'embauches dans le secteur du tourisme en 2023", www.francetravail.org, analyse du marché de l'emploi, consulté le 12/02/2025.

INSEE, "Le tourisme dans le Cantal", www.insee.fr, statistiques départementales sur l'attractivité touristique, consulté le 12/02/2025.

Chambre de Commerce et d'Industrie du Cantal (CCI Cantal), "Les chiffres clés du Cantal – Édition 2024", www.calameo.com/ccj-ara, rapport sur l'activité économique et touristique du département, consulté le 12/02/2025.

Conseil Départemental du Cantal, "Le tourisme dans le Cantal", www.cantal.fr, données officielles sur le développement touristique, consulté le 12/02/2025.

Atout France, "Bilan touristique de la période estivale 2024", www.atout-france.fr, analyse de la fréquentation estivale du Cantal et des régions rurales, consulté le 12/02/2025.

Canta Destination, "Panorama du tourisme dans le Cantal 2023", www.cantal.fr, étude des flux touristiques et de l'attractivité du territoire, consulté le 12/02/2025.

La Montagne, "Fréquentation estivale : les touristes se sont tournés vers le Cantal", www.lamontagne.fr, analyse journalistique sur la montée en puissance du tourisme cantalien, consulté le 12/02/2025.

La Montagne, "Faire plus avec moins : comment le département du Cantal voit le futur du tourisme ?", www.lamontagne.fr, analyse des défis et perspectives du tourisme cantalien, consulté le 12/02/2025.

Office de Tourisme du Cantal, "Stratégie de développement touristique 2022-2026", www.pro-hautesterrestourisme.fr, document stratégique pour renforcer l'attractivité du département, consulté le 12/02/2025.

ANNEXES

Annexe n°1: Les chiffres clés du tourisme en France en 2023.....	I
Annexe n°2: Évolution des recettes touristiques internationales	I
Annexe n°3: Impact du tourisme sur la balance des paiements	II
Annexe n°4: Rebond des arrivées internationales en 2023	II
Annexe n°5: Répartition des nuitées en France par région.....	III
Annexe n°6: Évolution des nuitées dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air	III
Annexe n°7: Progression des territoires émergents dans le tourisme.....	IV
Annexe n°8: Recettes du tourisme international selon les clientèles.....	IV
Annexe n°9: La reprise du marché américain en France	V
Annexe n°10: Performance du littoral dans l'hébergement touristique	V
Annexe n°11: Fréquentation des sites touristiques et chemins de randonnée dans le Cantal en 2023.....	VI
Annexe n°12: Chiffres clés du Festival International de Théâtre de rue d'Aurillac édition 2023	VII
Annexe n°13: Tourisme et activités de la station du Lioran en 2023	IX

Annexe n°1: Les chiffres clés du tourisme en France en 2023

Les chiffres-clés du tourisme



* Estimation Atout France

Sources : Eurostat, INSEE, TBIT, ADEME, Unisaf, Atout France

* Le calcul est théorique dans la mesure où les recettes internationales prennent notamment en compte les excursions internationales et de nombreuses autres dépenses (étudiants internationaux, travailleurs détachés, frontaliers, etc.). Pour les arrivées des internationaux, les flux comprennent des voyageurs en transit, et des voyageurs en séjour avec de fait, une durée de séjour et une dépense moyenne très différente.

Annexe n°2: Évolution des recettes touristiques internationales

2023 : une année record avec 63,5 milliards d'euros de recettes*

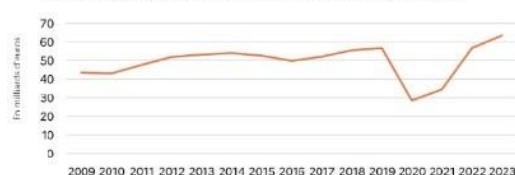


La France dépasse son niveau de 2019 en termes de recettes touristiques internationales

- Les recettes du tourisme international, estimées par le crédit du poste Voyages de la Balance des paiements, s'élèvent en 2023 à 63,5 milliards d'euros, soit une progression de +12% par rapport à 2019. L'évolution des recettes entre 2019 et 2022 étant stable, la progression entre 2022 et 2023 s'établit ainsi à +12%.
- En 2023, les recettes en valeur bénéficient d'un effet prix lié à l'inflation et tirant les résultats vers le haut. L'évolution des recettes par rapport à 2019 reste ainsi en dessous de l'inflation des prix enregistrée sur la période.
- L'évolution des recettes traduit des changements dans la composition des arrivées vers la France. Elle s'explique notamment par le recul des arrivées des clientèles long-courriers, à l'exception notable des Américains, les plus contributrices en termes de dépenses moyennes, et dont les flux ne sont pas encore revenus à leurs niveaux de 2019. En revanche, les clientèles européennes de proximité sont nettement plus présentes sur le territoire métropolitain, notamment pour les séjours d'agrément.
- Ces changements expliquent l'évolution de la saisonnalité des recettes caractérisée par l'émergence des mois de mai et de juin en comparaison de la situation en 2019. Ce décalage des recettes vers l'avant saison peut notamment s'expliquer par le retour des Américains en France.

* Crédit du poste Voyages de la Balance des paiements

Evolution annuelle des recettes du tourisme international en France



Evolution mensuelle des recettes du tourisme international en France



Source : Banque de France, France Tourisme Observation

Annexe n°3: Impact du tourisme sur la balance des paiements

2023 : le solde du poste Voyages de la balance des paiements atteint 18,1 Mds€

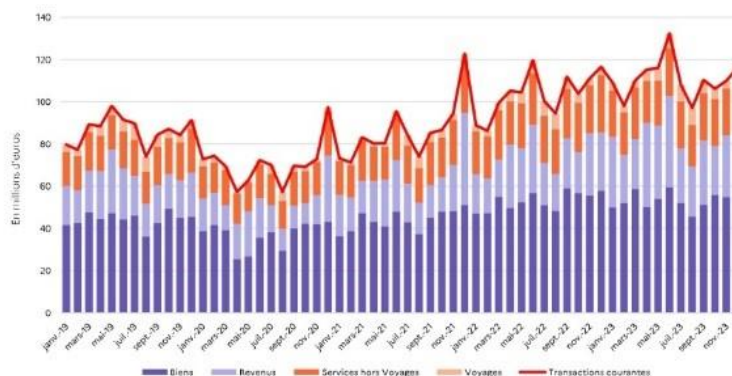
ATOUT FRANCE
L'Agence de développement
touristique de la France

Une contribution positive du poste Voyages à la Balance des paiements de la France

- En 2023, les recettes du poste Voyages représentent 5% du total des recettes des transactions courantes. Si la contribution analysée sous l'angle des recettes reste modérée, l'activité touristique se caractérise par un apport important à l'équilibre du solde de la Balance des paiements.
- Au quatrième trimestre de 2023, le solde de la balance des paiements de la France est en effet négatif. Il atteint -34,6 milliards d'euros. Le compte de transactions courantes* de la France est déficitaire sur les biens, notamment en raison de l'achat d'énergie mais d'une manière générale en raison d'un déficit dans l'industrie. Le tourisme permet ainsi de réduire d'un tiers le déficit extérieur de la France !
- Toutefois, les services en général et l'activité touristique en particulier permettent de contrebalancer ce déficit. Le solde du poste Voyages de la balance des paiements atteint **+18,1 Md€** en 2023, un résultat légèrement en deçà des records historiques de 2012 et 2013, mais en progression par rapport à 2022 (+4%) et par rapport à 2019 (+56%).

* Le compte de transactions courantes retrace les imports et les exports de biens et services.

Recettes des transactions courantes et ses composantes (brut)



Source : Banque de France

8

Annexe n°4: Rebond des arrivées internationales en 2023

2023 : une année record avec le rebond des arrivées internationales en France

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement
touristique de la France



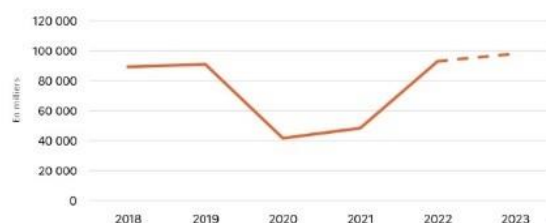
* Estimation réalisée par Atout France pour 2023, sur la base de l'évolution de la fréquentation internationale 2023 / 2022, avec pour hypothèse forte l'estimation de fréquentation de l'INSEE à 93 millions de visiteurs en 2022.

98 millions d'arrivées en 2023, soit +8% par rapport à 2019

- Selon les chiffres récents de l'INSEE, la France a retrouvé en 2022 son niveau de fréquentation internationale de 2019 avec 93 millions d'arrivées contre 91 millions en 2019.
- La clientèle de proximité reste majoritaire en termes d'arrivées en France : les Allemands, les Belges, les Britanniques, les Suisses et les Italiens constituent le top 5 en 2022.
- En 2023, la fréquentation internationale en France devrait approcher les 98* millions d'arrivées, d'après une estimation Atout France à partir des résultats observés sur la fréquentation dans les hébergements marchands.

Evolution des arrivées internationales en France

Calcul Atout France pour 2023



Sources : Enquête EVE et Eurostat, calcul Atout France.

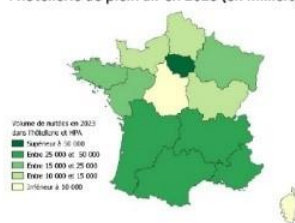
9

Annexe n°5: Répartition des nuitées en France par région

Les régions du sud conservent leur leadership



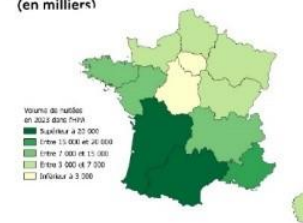
Nuitées totales dans l'hôtellerie et dans l'hôtellerie de plein air en 2023 (en milliers)



Nuitées totales dans l'hôtellerie en 2023 (en milliers)



Nuitées totales dans l'hôtellerie de plein air en 2023 (en milliers)



* Les données à l'échelle régionale sont disponibles seulement pour l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air.

- La géographie de l'hébergement marchand reste stable. Les régions affichant la fréquentation la plus importante restent les mêmes d'une année à l'autre avec un tropisme marqué pour le sud de la France : Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Auvergne-Rhône-Alpes (respectivement 45 000, 44 000, 40 000 et 38 millions de nuitées). Ces régions cumulent des grands centres urbains qui accueillent une forte fréquentation hôtelière et des hébergements dédiés aux activités de loisirs en littoral ou en montagne.
- La région Ile-de-France concentre une partie importante de l'activité hôtelière en France. Elle accueille une forte proportion de la clientèle internationale qui séjourne en France (un peu plus d'un tiers des nuitées internationales dans l'hôtellerie et dans l'hôtellerie de plein air sont réalisées en Ile-de-France) et capte également d'importants flux d'affaires liés aux grands salons et congrès organisés sur la place de Paris.

Source : Insee

Pour plus d'informations, se référer aux annexes (P.38).

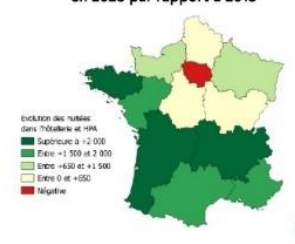
25

Annexe n°6: Évolution des nuitées dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air

La dynamique de l'arc Atlantique est tirée par l'hôtellerie de plein air



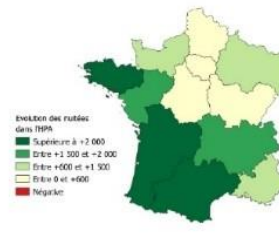
Evolution des nuitées totales dans l'hôtellerie et dans l'hôtellerie de plein air en 2023 par rapport à 2019



Evolution des nuitées totales dans l'hôtellerie 2023 par rapport à 2019



Evolution des nuitées totales dans l'hôtellerie de plein air 2023 par rapport à 2019



* Les données à l'échelle régionale sont disponibles seulement pour l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air.

- Les régions de l'ouest de la France performent notamment grâce à la croissance de l'hôtellerie de plein air (+2,5 millions de nuitées en Occitanie et en Nouvelle-Aquitaine par rapport à 2019, +2,3 millions de nuitées en Bretagne).
- En revanche, la fréquentation dans l'hôtellerie recule dans les régions de l'Ouest de la France, ainsi qu'en Île-de-France.
- En 2023, ces évolutions territoriales correspondent aussi au resserrement de l'activité dans les hébergements collectifs sur la période estivale.

Source : Insee

Pour plus d'informations, se référer aux annexes (P.39).

26

Annexe n°7: Progression des territoires émergents dans le tourisme

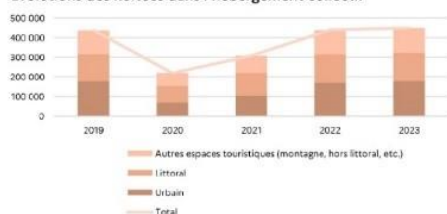
Certains territoires émergent



L'arc atlantique connaît une progression marquée de la fréquentation

- En 2023, près de 40% des nuitées dans les hébergements collectifs se sont réalisées dans des espaces urbains. En effet, les hébergements collectifs touristiques et l'hôtellerie se sont fortement développés en ville.
- Cependant, le littoral français enregistre de belles performances, notamment dans l'hôtellerie de plein air mais aussi dans le locatif CtoC. En 2023, l'arc Atlantique réalise de belles performances dans l'ensemble des types d'hébergements. Cette progression du nombre de nuitées peut également s'expliquer par la canicule de 2022. En effet, suite aux fortes chaleurs de 2022, par mesure de précaution, certains ont préféré privilégier des régions du quart Nord-Ouest.
- Dans les territoires de montagne le poids des nuitées est moindre. La majorité des nuitées se font dans les autres hébergements collectifs touristiques, mais de nouveaux modes d'hébergement se développent (locatif CtoC) sur ces territoires.

Evolutions des nuitées dans l'hébergement collectif



Evolutions de l'offre, de la demande et du taux d'occupation concernant le locatif CtoC

	Offre			Demande		
	2023 (en millions)	Evol. 2022 en %	Evol. 2019 en %	2023 (en millions)	Evol. 2022 en %	Evol. 2019 en %
France métropolitaine	144,0	+18,8%	+65,9%	76,0	+18,2%	+64,3%
Métropole du Grand Paris	10,7	+46,4%	+7,8%	7,0	+37,2%	-3,0%
Grandes agglomérations	19,7	+28,1%	+37,3%	11,3	+21,1%	+25,7%
Autres espaces urbains	18,0	+27,6%	+179,9%	9,3	+21,7%	+156,5%
Littoral Manche Nord	0,6	+16,8%	-74,7%	0,3	+16,7%	-72,3%
Littoral Manche Ouest	4,9	+13,3%	+102,7%	2,5	+15,5%	+99,1%
Littoral Atlantique Nord-Ouest	3,9	+11,1%	+5,3%	2,2	+14,9%	+17,2%
Littoral Atlantique Sud-Ouest	6,5	+10,1%	+15,2%	3,4	+13,6%	+20,4%
Littoral Méditerranée occidentale	7,9	+3,4%	+169,7%	4,2	+7,3%	+195,2%
Littoral Méditerranée orientale	5,3	+11,2%	-23,8%	2,6	+12,5%	-20,3%
Massif Corse	16,2	+19,2%	+598,0%	7,9	+17,4%	+549,6%
Massif Alpes du Nord	15,9	+15,6%	+132,6%	8,5	+18,6%	+190,3%
Massif Alpes du Sud	3,3	+9,5%	+29,4%	1,6	+14,8%	+40,4%
Massif Pyrénées	3,8	+11,7%	+111,4%	1,8	+12,4%	+134,6%
Massif du Jura	1,5	+14,2%	+447,3%	0,8	+17,5%	+515,4%
Massif Central	1,8	+13,1%	-33,8%	0,9	+14,4%	-28,5%
Massif des Vosges	5,3	+18,0%	+541,3%	2,5	+18,9%	+554,2%
Autres	18,5	+12,8%	+27,6%	9,2	+11,8%	+34,3%

Sources : AIRDNA, Insee, France Tourisme Observation

28

Annexe n°8: Recettes du tourisme international selon les clientèles

Les très belles performances du tourisme international en termes de recettes sont tirées par les clientèles de proximité



- En 2023, la Destination France a confirmé son attractivité exceptionnelle pour les clientèles européennes de proximité. En effet, les Belges, les Britanniques et les Suisses occupent le podium en termes de recettes générées en France. Leurs dépenses sont en hausse de respectivement +37%, +20% et +23% par rapport à 2019.
- Des signes de ralentissement de la clientèle allemande au cours des derniers mois sont notables.
- Les clientèles long-courrier ont également fait leur retour en France : ainsi, le retour des Américains en France est notable (+52% par rapport à 2019) et confirme la tendance observée l'année dernière.
- Toutefois, les clientèles asiatiques sont toujours très en retrait par rapport à 2019, même si elles sont en progression par rapport à 2022 (+71% pour le Japon et +30% pour la Chine par rapport à 2022). C'est un atout important pour l'avenir, la France est située en destination prioritaire N°1 en Europe en intentions de séjour pour une très grande majorité de clientèles long-courrier, dont les Chinois et les Japonais (Observatoire ETC : European Travel Commission).
- Le retour des touristes internationaux s'est confirmé notamment lors de la Coupe du monde de rugby 2023 qui s'est déroulée en France en septembre et octobre. La clientèle de proximité s'est montrée très dynamique puisque qu'en zoomant lors des soirs de matchs, près d'un tiers des nuitées sont des nuitées britanniques. Les touristes irlandais ont également été nombreux à venir en France à l'occasion de la Coupe du monde.

Ventilation des recettes du tourisme international

	2023 (en millions)	Evol. 2023 Vs 2019	Evol. 2023 Vs 2022
Belgique	8 162	+37,1%	+2,7%
Royaume-Uni	7 171	+20,2%	+17,1%
Suisse	6 517	+22,5%	+8,3%
Allemagne	6 457	+9,1%	+0,9%
Etats-Unis	6 245	+51,8%	+14,3%
Espagne	4 764	+2,5%	+8,1%
Italie	3 832	+17,3%	+9,8%
Pays-Bas	2 475	+28,3%	+3,9%
Chine	1 218	-65,6%	+30,0%
Japon	590	-36,8%	+70,5%
total 10 marchés	47 431	+14,0%	+10,8%
Monde	63 450	+11,8%	+12,0%

Source : Banque de France, France Tourisme Observation

30

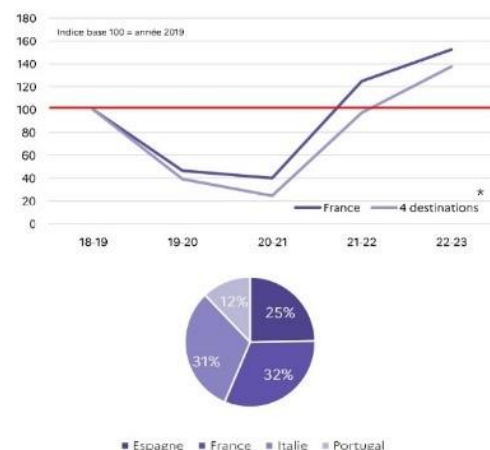
Annexe n°9: La reprise du marché américain en France

La dynamique des marchés lointains : très bonne tenue du marché américain



- L'année 2023 est marquée par le retour de la clientèle américaine. En effet, les recettes des Américains en France sont en progression de +52% par rapport à 2019 et atteignent 6,2 millions d'euros.
- La part de marché de la France dans les recettes des Américains s'établit à 32% et place la destination France et tête du podium, juste devant l'Italie.
- La France s'est montrée plus résiliente sur l'ensemble des 4 destinations étudiées (France, Espagne, Italie, Portugal) pendant la crise.
- En 2023, la forte valeur du dollar par rapport à d'autres devises a permis à de nombreux Américains de voyager à l'étranger, notamment en Europe. On note également une croissance significative du nombre de passeports dans la population américaine.
- L'importance de l'épargne post-Covid a pris une place prépondérante dans les priorités financières de nombreux Américains. Ceux qui ont réussi à mettre de l'argent de côté pendant la pandémie ont développé un fort désir de voyager.

Recettes des Américains (année glissante Q4 2022 à Q3 2023)



* Les quatre destinations sont l'Espagne, la France, l'Italie et le Portugal.

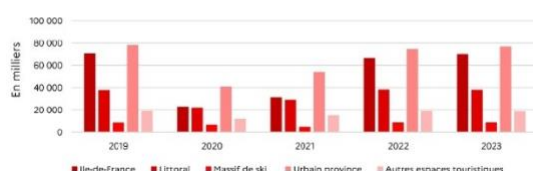
31

Annexe n°10: Performance du littoral dans l'hébergement touristique

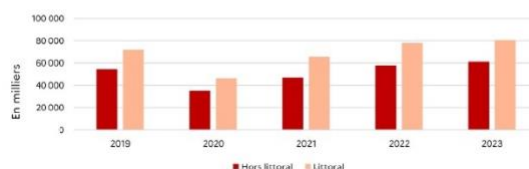
Le littoral performe sur l'ensemble des modes d'hébergement



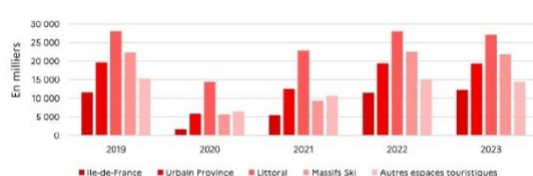
Nuitées totales dans l'hôtellerie par ETN (espace touristique national)



Nuitées totales dans l'hôtellerie de plein par ETN



Nuitées totales dans les autres hébergements collectifs touristiques par ETN



Source : Insee

- Une spécialisation des modes d'hébergement par type d'espace est visible : l'hôtellerie performe dans les territoires urbains tandis que l'hôtellerie de plein air réalise de belles performances sur l'ensemble du territoire et garde son leadership sur le littoral. En ville, le poids des flux d'affaires influe fortement sur le RevPAR des hébergements collectifs marchands.
- Les autres hébergements collectifs touristiques sont très présents sur le littoral et les espaces de montagne.
- Le locatif CtoC gagne des parts de marché dans les territoires où l'offre dans l'hébergement collectif s'avère limitée, notamment dans les destinations campagne.

27

Annexe n°11: Fréquentation des sites touristiques et chemins de randonnée dans le Cantal en 2023

Panorama du Tourisme 2023

SITES DE VISITE ET ÉVÉNEMENTS

TOP 3 DES SITES TOURISTIQUES VISITES



QUELQUES CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

SITES

Château de Val à Lanobre
Train Gentiane Express à Riom-es-montagne
Château d'Anjony à Tournemire
Maison de la Salers à Saint Bonnet de Salers
Rénac Aventures
Musée Géothermia de Chaudes-Aigues

VISITEURS

33 000
19 259
14 500
8 790
5 500
7 385

ÉVÉNEMENTS

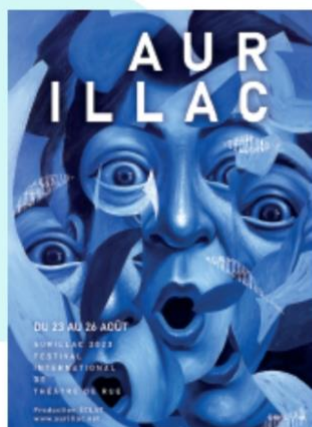


Voir fiches territoires

Annexe n°12: Chiffres clés du Festival International de Théâtre de rue d'Aurillac édition 2023

Panorama du Tourisme 2023

LE TOURISME DANS LES TERRITOIRES BASSIN D'AURILLAC FESTIVAL INTERNATIONAL DE THÉÂTRE DE RUE D'AURILLAC



CHIFFRES CLÉS 2023

Nombre de présents
cumulés sur l'évènement

139 000

92 000

nuitées
(dormant sur le territoire)

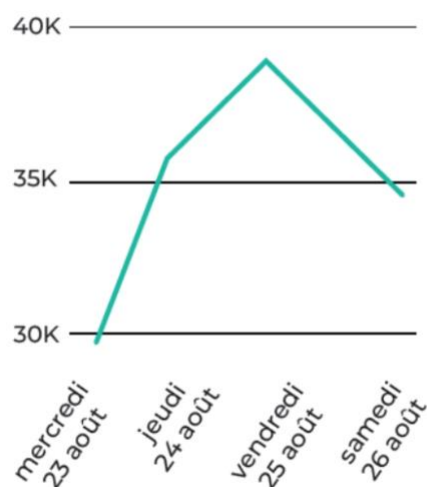
46 000

excursionnistes
(venant sur la journée)

49 000

présents uniques

Répartition des présents
à l'évènement



CHIFFRES CLÉS

2023

Journée la plus active

25
AOÛT
39 000
personnes

Pas de 2h le plus fréquenté

16:00 | 18:00

Pendant l'évènement

Top 3 des départements d'origine



Pendant l'évènement

Top 3 des pays étrangers d'origine



34 700

visiteurs au total par jour en moyenne soit

+201,1 %

par rapport aux jours précédents et suivants

Dont 

11 600

excursionnistes soit

+86,90 %

par rapport aux jours précédents et suivants

Dont 

23 100

nuitées soit

+335,20 %

par rapport aux jours précédents et suivants



Fiche réalisée en collaboration avec :



Service Tourisme
Direction Développement du territoire
adauzet@cantal.fr
Téléphone: 04 71 46 20 87

Annexe n°13: Tourisme et activités de la station du Lioran en 2023

Panorama du Tourisme 2023

LE TOURISME DANS LES TERRITOIRES HAUTES TERRES COMMUNAUTE LA STATION DU LIORAN



La construction de la station de ski du LIORAN qui se situe au cœur du département du Cantal a été finalisée dans les années 1970. c'est une station dont l'altitude est comprise entre 1 160 m pour la première remontée mécanique à 1 855 m au point culminant situé sur le Plomb du Cantal.

RESTONS CONNECTÉS :

 Le Lioran - Page officielle

 @lelioran / Le Lioran

 @lelioran / Le Lioran

 lelioran.com

ACCUEIL – OFFICE DE TOURISME

Nombre de visiteurs

27 849
passages

dont

14 294
en hiver

13 097
en été

Le domaine skiable se compose actuellement de :

- 19 remontées mécaniques avec 1 téléphérique
- 8 télésièges dont 2 débrayables
- 7 téléskis et 2 tapis de remonte-pente et 1 fil neige.
- les pistes, au nombre total de 43 s'étalent sur 150 hectares, réparties de la façon la suivante : 5 noires, 14 rouges, 14 bleues, 10 vertes.

CHIFFRES CLÉS 2023

*Jours d'ouverture de la station

95

Journées skieurs vendues

276 612

Nombre total de passages

2 949 711

***Journée la plus active**

Excursionnistes

**Dimanche 12 février
2023**

6 898

En nuitées

31 décembre 2023

3 722



*Données flux vision

*Rapport annuel au delegant 2023/ SAEM Super-Lioran Développement

***Téléphérique**

Jours d'ouverture (hiver)

65

Passages (hiver)

107 107

Jours d'ouverture (été)

79

Passages (été)

63 354

***Origine régionale des touristes
français en 2023 :**

1. Ile-de-France
2. Rhône-Alpes Auvergne
3. Nouvelle Aquitaine

**Origine des touristes étrangers
en 2023 :**

1. Belgique
2. Allemagne
3. Pays-Bas



Service Tourisme

Direction Développement du territoire

adauzet@cantal.fr

Téléphone: 04 71 46 20 87