



# Aintourisme

Observatoire de l'activité  
du tourisme de l'Ain

---

juin 2022

## CHIFFRES CLÉS DE L'AIN

### ÉDITION 2022



**l'Ain**  
POUR VOUS



# L'AIN, LE DÉPARTEMENT DE LA RÉUSSITE ÉCONOMIQUE

**1<sup>er</sup>**  
département  
industriel  
de France  
*(part de l'emploi)*

**9<sup>e</sup>**  
plus bas taux  
de chômage  
national

**6<sup>e</sup>**  
plus forte  
balance  
commerciale  
nationale

**3<sup>e</sup>**  
exportateur  
de la région  
Auvergne-  
Rhône-Alpes

## 9 FILIÈRES D'EXCELLENCE

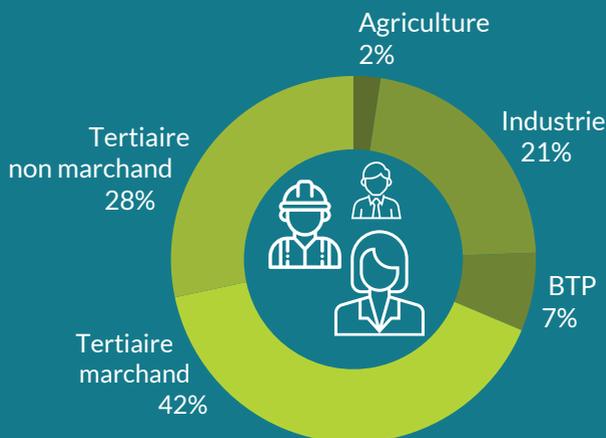
**1<sup>er</sup>**  
acteur  
national pour  
la production  
de produits  
en matière  
plastique

**1<sup>er</sup>**  
acteur  
national pour  
la fabrication  
de moules et  
modèles

**1<sup>er</sup>**  
pour le  
secteur de  
l'aérotechnique, du  
frigorigène et  
du thermique

**1<sup>er</sup>**  
pôle régional  
pour la  
fabrication de  
plats préparés

### EMPLOIS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



Sources : CCI de l'Ain, Chiffres Clés de l'Ain, édition 2022  
INSEE, dossier complet Département de l'Ain, 17/01/2022



# 02 L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE



**35 millions d'€**  
d'investissement touristique  
(hors Restauration) en 2020  
*dont 85% en hébergement*



**13,5 millions d'€**  
investis dans  
la Restauration



**49€** dépensés par touriste  
et par jour (été/hiver)  
*+ 6€ depuis 2016*

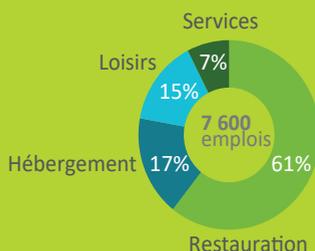


**10,9 millions d'€**  
de remboursement  
*dans les 2 050 points d'acceptation  
des chèques vacances dans l'Ain  
+ 35% de remboursement en 2021*



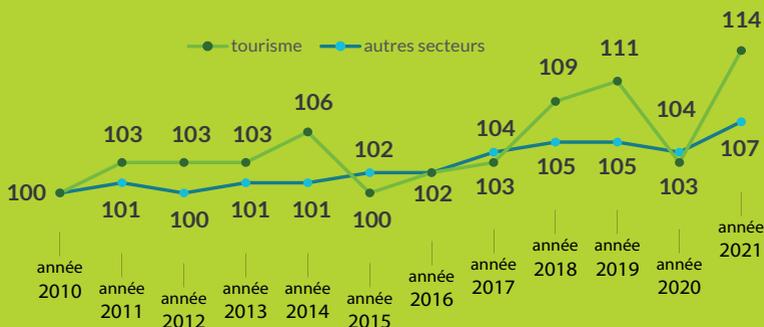
**5%** des emplois salariés  
de l'Ain sont des emplois  
en lien avec le tourisme,  
soit près de 7 600 emplois

*Malgré la crise sanitaire, depuis 2010,  
le nombre d'emplois salariés du secteur  
tourisme est en nette progression (+14%)  
alors même que les emplois des autres  
secteurs d'activité n'ont progressé que de 7%.*



## ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOIS SALARIÉS

Indice base 100 = 2010



# NOTORIÉTÉ, IMAGE ET ATTRACTIVITÉ

## 70%

des sondés  
connaissent l'Ain et  
voient bien de quel  
département il s'agit

## 84%

des sondés ont une  
bonne opinion de la  
destination touristique

## 82%

des sondés se sont  
déjà rendus dans le  
département de l'Ain

## LES FORCES DE LA DESTINATION

### GASTRONOMIE

93% de satisfaction



Au delà des critères classiques de choix d'une destination, la gastronomie régionale devient un critère davantage déterminant qu'en 2016

### FACILITÉ D'ACCÈS

92% de satisfaction



Plus d'un tiers des visiteurs se dit même très satisfait de la durée du trajet pour se rendre à la destination (36%)

### ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

90% de satisfaction



La diversité des activités sportives et de pleine nature est particulièrement appréciée par la clientèle du Grand Lyon (92%)

### BEAUTÉ DES PAYSAGES

90% de satisfaction



La beauté des paysages est LE critère décisif dans le choix d'une destination.

Sources : Atout France, tableau de bord des investissements touristiques 2019  
Suivi de la dépense touristique 2018 en Auvergne-Rhône-Alpes, Kantar Sofres, traitement Aintourisme  
Impact 2021 du Chèque-Vacances dans l'économie des territoires - [www.lanubus.com](http://www.lanubus.com)  
Salariés du secteur privé, Urssaf, 4e trimestre 2021  
Image et notoriété de l'Ain, Sondage OpinionWay pour Aintourisme, janvier 2020 - cible : bassins de proximité



# 03 L'OFFRE D'HÉBERGEMENT



**121 300**

**lits touristiques**

*dont 33% en hébergement marchand*

**40 000**

**lits touristiques marchands**

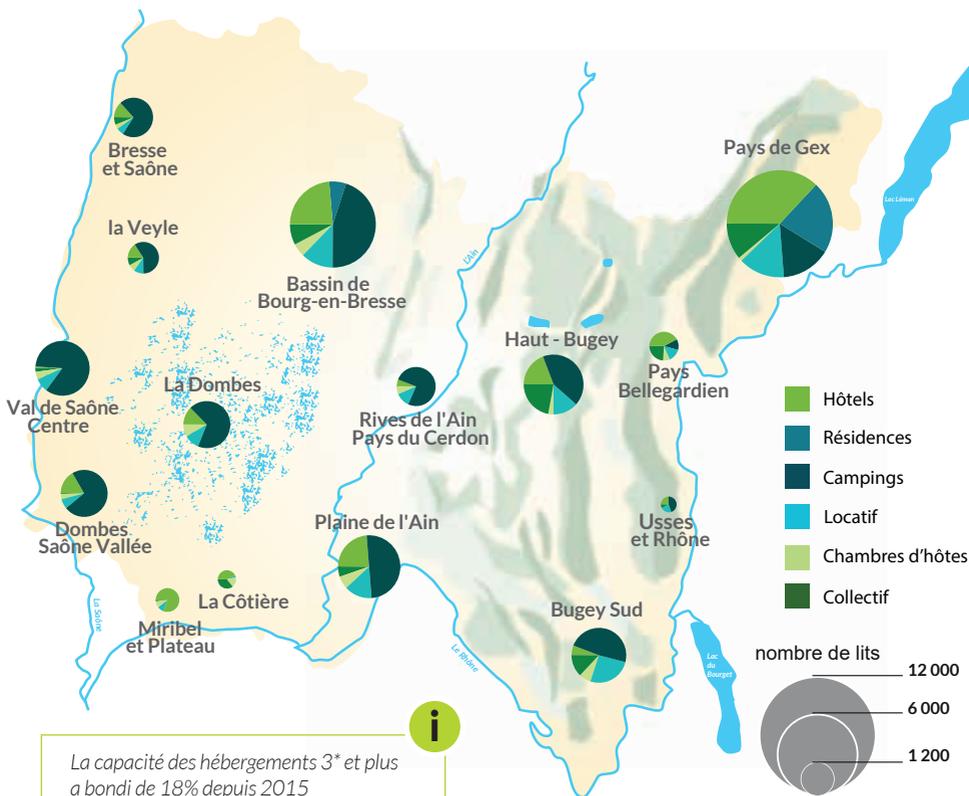
**1 430**

**établissements**

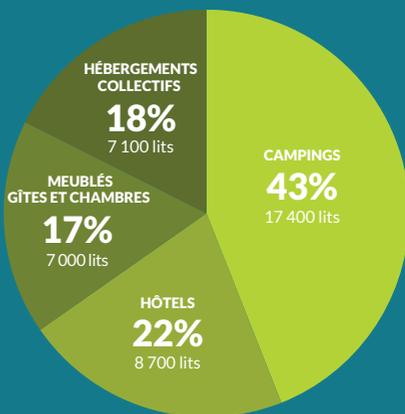
**16 300**

**résidences secondaires**

## CAPACITÉ D'ACCUEIL MARCHANDE PAR TERRITOIRE



“ La ventilation des lits touristiques est typique d'un département à dominante rurale. ”



## DES DÉSÉQUILIBRES ENTRE LES TERRITOIRES

Plus de campings en plaine, des hôtels en zone urbaine, des résidences majoritairement dans le Pays de Gex

LA CAPACITÉ GLOBALE D'ACCUEIL FLÉCHIE DEPUIS 2017 (-2,4%), MAIS ÉVOLUE DIFFÉREMMENT SELON LE TYPE D'HÉBERGEMENT



**Hôtels**  
-3%



**Locatif**  
+17%



**Collectif**  
-16%



**Campings**  
stable



**Chambres d'hôtes**  
+6%



**Résidences**  
-14%

Sources : Apidae, janvier 2021  
INSEE, Enquêtes hébergements 2021  
Atout France, Classement officiel du Ministère du Tourisme 2021



# 04

# LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE



**10,5 millions** de nuitées tourisme en 2021  
**-18%** / 2019    **+3%** / 2020

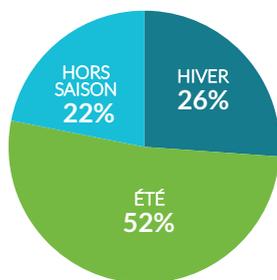


**2,1 million** de ces nuitées sont réalisées en hébergement marchand traditionnel (21%)  
**-34%** / 2019    **+36%** / 2020



**42 millions** de visiteurs à la journée (excursionnisme)  
**+10%** / 2019    **+24%** / 2020

## LA SAISONNALITÉ DES NUITÉES



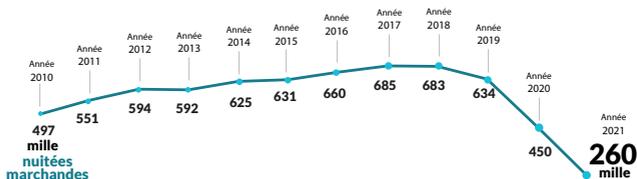
Une place prépondérante de la saison été en 2021

## L'ÉVOLUTION DES NUITÉES MARCHANDES

**PÉRIODE ESTIVALE**  
 mai à septembre



**PÉRIODE HIVERNALE**  
 décembre à mars



La fréquentation des hébergements marchands a progressé de 8% en 5 ans jusqu'en 2019, une progression stoppée nette par la crise sanitaire, en particulier en hiver.

# APPROCHE DE LA FRÉQUENTATION ANNUELLE GLOBALE

Elle est mesurée par Flux Vision Tourisme, méthode de mesure des flux touristiques, développée par les équipes d'Orange Business, qui repose sur l'exploitation des données de la téléphonie mobile.

## EVOLUTION DES NUITÉES ANNUELLES



## NUITÉES MENSUELLES 2021

Sources : FluxVision Tourisme, Orange, données 2021  
INSEE, Enquêtes hébergements 2021





# 05 LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

## POIDS DES CLIENTÈLES FRANÇAISES



**73%**  
des nuitées

**83%**  
des excursions



**7,6 millions** de nuitées  
-9% / 2019 +5% / 2020



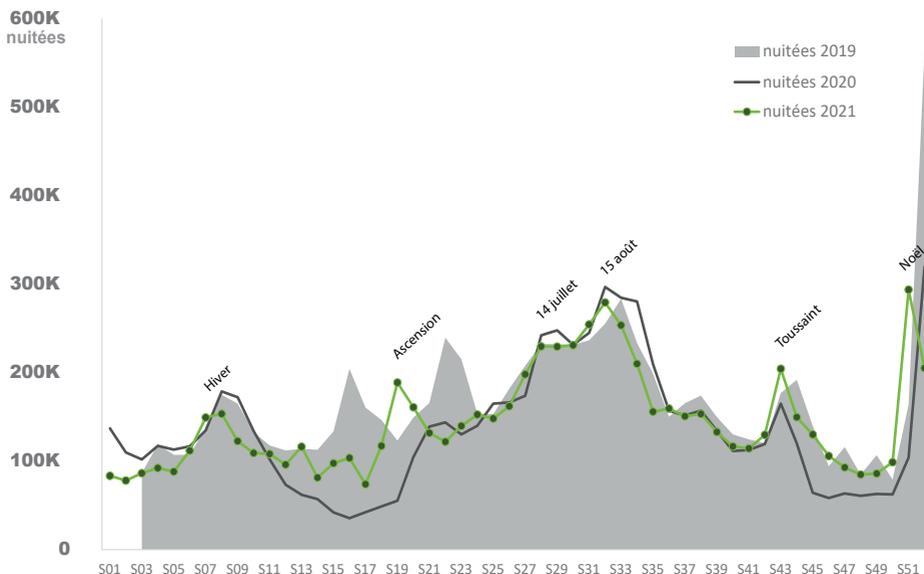
**2,1 jours**  
de durée moyenne de séjour  
88% de courts séjours (1 à 3 nuits)



**34 millions**  
d'excursionnistes  
+17% / 2019 +26% / 2020

## L'ÉVOLUTION DES NUITÉES FRANÇAISES DANS L'AIN (SEMAINE)

Source : FluxVision Tourisme, Orange, données 2021



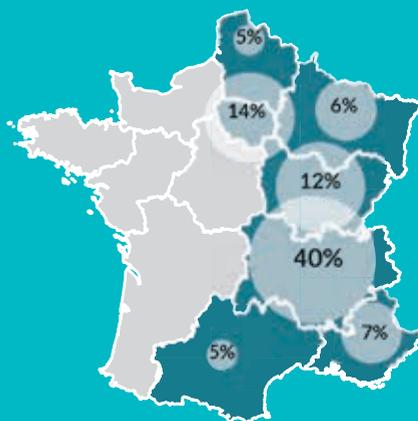
# LES GRANDS BASSINS ÉMETTEURS DE TOURISTES : LA MOITIÉ EST DE L'HEXAGONE

Les habitants de la région Auvergne-Rhône-Alpes sont la première clientèle touristique du département : 3 millions de nuitées, **soit 40% de part de marché.**

+2% / 2020

## TOP 5 DES DÉPARTEMENTS

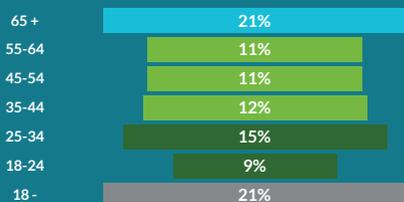
Rhône	21%
Haute-Savoie	6%
Saône-et-Loire	6%
Isère	5%
Paris	3%



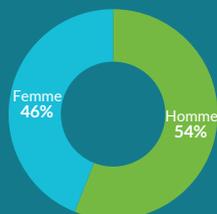
## LE PROFIL DES VISITEURS FRANÇAIS

en savoir plus page 17

### RÉPARTITION DES VISITEURS FRANÇAIS PAR ÂGE



### GENRE



### LIEU DE VIE



### CSP





# 06

## LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE - TOP 5

### POIDS DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES\*



**27%** des nuitées  
**17%** des excursions



**2,9 millions** de nuitées  
**-36%** / 2019 **-3%** / 2020

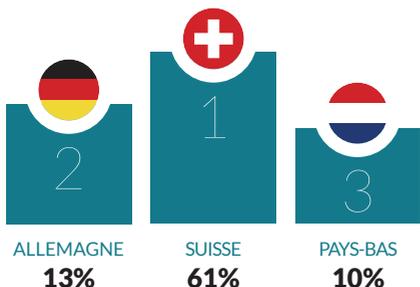


**1,93 jours** de durée moyenne de séjour  
92% de courts séjours (1 à 3 nuits)



**7 millions** d'excursionnistes  
**-16%** / 2019 **+18%** / 2020

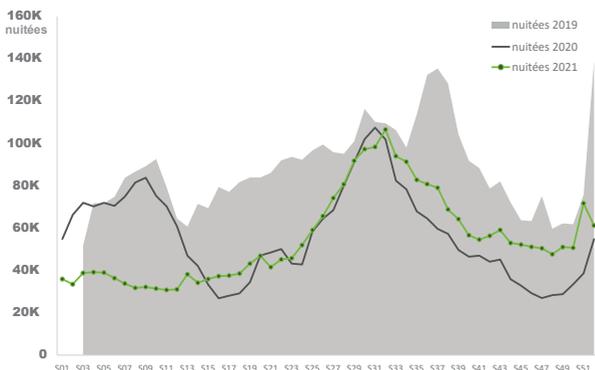
### PRINCIPAUX BASSINS ÉMETTEURS



Ces chiffres ne prennent en compte que les principales clientèles touristiques étrangères : Suisses, Allemands, Belges, Britanniques et Néerlandais.

### L'ÉVOLUTION DES NUITÉES ÉTRANGÈRES DANS L'AIN (SEMAINE)

Source : FluxVision Tourisme, Orange, données 2021



La COVID-19 a lourdement impacté le tourisme des clientèles internationales, tant en 2020 qu'en 2021. Fermeture des frontières, contraintes sanitaires fortes...



# 07 2021 EN SYNTHÈSE

**Le tourisme aindinois retrouve progressivement des couleurs, la pandémie ayant surtout impacté les ailes de saison.** Les pertes de nuitées se réduisent depuis 2020 : 760 mille nuitées touristiques françaises seulement (-9%) et 1,5 millions de nuitées touristiques étrangères. L'année 2021 s'est achevée sur un recul de fréquentation estimé à 2,3 millions de nuitées (-18%) par rapport à 2019.

- On pouvait s'attendre à un hiver catastrophique suite à la décision gouvernementale de fermer les remontées mécaniques. Mais l'Ain et ses stations n'ont pas été boudés par la clientèle française, qui a porté son dévouement sur la découverte des activités nordiques. Au final, les nuitées France du 1<sup>er</sup> trimestre se sont révélées de même niveau que 2019. Les pertes se sont surtout fait sentir côté clientèles internationales (-47%).
- En revanche, le confinement du 3 avril au 2 mai 2021, intégrant les vacances de Pâques, et l'évolution des restrictions sanitaires (couvre-feu, port du masque, pass sanitaire...) ont fortement impacté le 2<sup>e</sup> trimestre : -32% de nuitées / 2019.
- C'est au cœur de la saison estivale (juillet-août) que les nuitées ont été les plus fortes, le niveau de 2019 étant presque atteint (-7% seulement). Les clientèles nationales ont fait leur retour, +7% pour le Grand-Est, +1% pour l'Île-de-France et les Hauts-de-France. La clientèle étrangère a également retrouvé le chemin du département, en particulier la clientèle belge et néerlandaise.
- Sur cette même période, la fréquentation à la journée a été soutenue : 11 M d'excursionnistes, une hausse de 40% par rapport à 2019 !
- Le retour à la normale s'opère progressivement depuis septembre. Les vacances de la Toussaint ont par ailleurs été plus fréquentées qu'avant la pandémie.

Les sites culturels et de loisirs n'ont pas pu reprendre un rythme normal de visite, hormi durant la période estivale, l'absence de groupes et scolaires ayant de nouveau été impactante en 2021. La pratique d'activités de plein air est restée forte malgré une météo capricieuse au cours de l'été : les visites d'ENS, la randonnée, le vélo et l'itinérance ont eu la préférence des clientèles.



# 08

# L'HÔTELLERIE

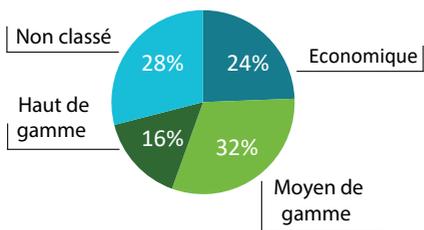


772K nuitées environ, une baisse de 40% par rapport à 2019.  
La lente reprise du tourisme d'affaires et le retour timide  
des clientèles étrangères n'auront pas été suffisants  
pour retrouver un niveau d'avant-crise



## SEGMENTATION DES LITS HÔTELIERS

48% de l'offre aujourd'hui classée 3\* ou plus,  
10 points de plus qu'en 2016.



**149** hôtels  
8 740 lits



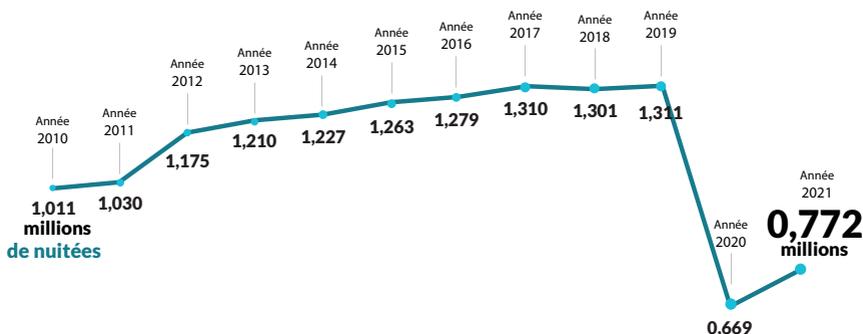
**771 600** nuitées  
**-40%** / 2019    **+15%** / 2020  
Taux d'occupation : 43%  
Part clientèle étrangère : 16%  
- 10 points / 2019



**En Auvergne Rhône-Alpes**  
Hôtellerie : -32% de nuitées / 2019  
Camping : -3% de nuitées / 2019

## ÉVOLUTION DES NUITÉES HÔTELIÈRES

Sources : INSEE/Direction du Tourisme, Enquêtes hébergements



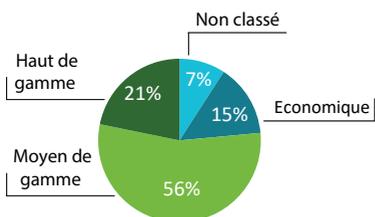


# 09

# L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

## SEGMENTATION DES LITS EN HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Une offre qualitative, plus de 75% des lits sont classés 3\* et plus.



**65 campings et 2 PRL**  
**17 400 lits** dont 240 en aires naturelles / camping à la ferme



**512 150 nuitées**  
 entre mai et septembre 2021  
 -10% / 2019      +37% / 2020



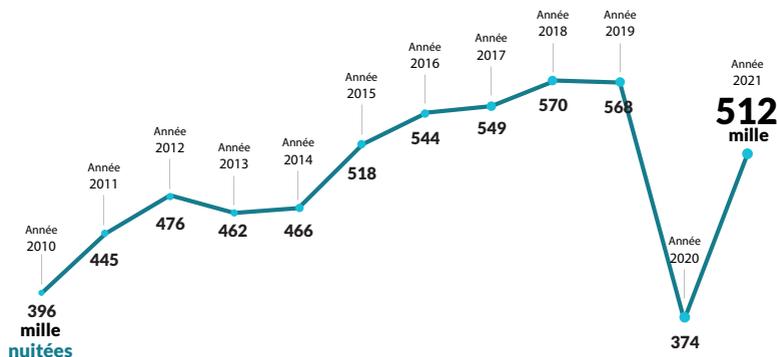
**Le locatif : 35%** des nuitées  
 Taux d'occupation : 45% **stable** / 2019  
 Part clientèle étrangère : 17%



**Les emplacements : 65%**  
 Taux d'occupation : 20% **-5 pts** / 2019  
 Part clientèle étrangère : 35%

## ÉVOLUTION DES NUITÉES 'CAMPING' (MAI À SEPTEMBRE)

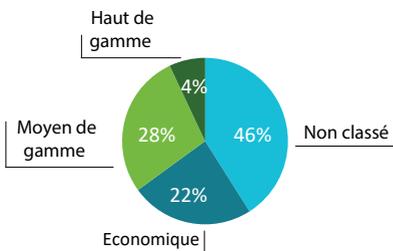
Sources : INSEE/Direction du Tourisme, Enquêtes hébergements





# 10 LE LOCATIF

## SEGMENTATION DES LITS LOCATIFS



**1 130** structures d'hébergement locatif

**6 800 lits**

dont 1 800 en chambres d'hôtes/insolite et 5 000 en meublés de tourisme



**136 450** nuitées commercialisées en gîtes ruraux par Gîtes de France

**+20%** / 2019 **+24%** / 2020

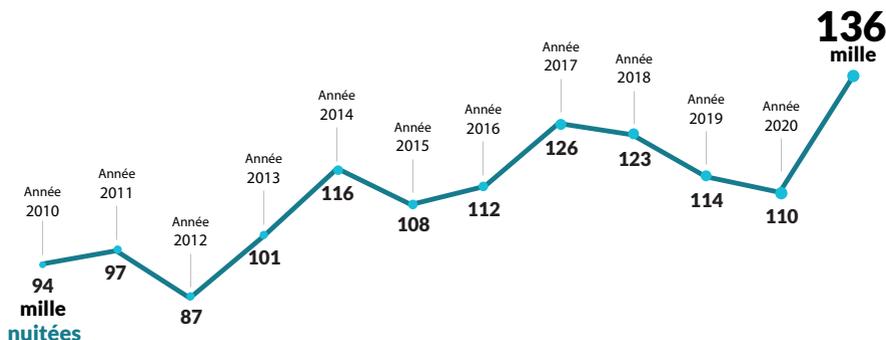
Taux d'occupation : **60%**

Durée moyenne de séjour : **8,2 nuits**

Part clientèle étrangère : **14%**

## ÉVOLUTION DES NUITÉES 'GÎTES DE FRANCE'

Source : service de réservation des Gîtes de France de l'Ain



## La location d'hébergement entre particuliers en chiffres

**3 700 offres disponibles** à la location au moins une fois dans l'année sur des plateformes de vente en ligne (Airbnb, Aritel)

**303 500 nuits** réservées en 2021 : **+50%** / 2020

Taux d'occupation de **43%**

**25 M€** de chiffre d'affaires global

Source des données : Likibu



## QUELQUES DÉFINITIONS

### NUITÉE

Elle correspond à la nuit passée par un touriste sur le territoire ou dans l'hébergement observé

### DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

Elle représente le temps moyen passé par les touristes sur un territoire ou dans un hébergement.

### TAUX D'OCCUPATION

Le taux d'occupation est le rapport entre le nombre d'unités d'hébergements (chambres, emplacements, appartements...) disponibles et le nombre d'unités d'hébergements occupés. Il est exprimé en pourcentage.

### INDICATEURS SOCIO-DEMOGRAPHIQUES

GeoLife® est une segmentation dite géo comportementale de la base de clients Orange. Selon leur lieu d'habitation IRIS, ils sont classés en 11 catégories socio professionnelles  
CSP + : urbain ou rural dynamique, urbain ou pavillonnaire familial aisé  
CSP en croissance : résidence secondaire, urbain classe moyenne et périurbain en croissance  
Populaire : rural traditionnel ou ouvrier, urbain dévalorisé, populaire

### HÉBERGEMENT MARCHAND

Un hébergement marchand correspond à tout hébergement pour lequel l'utilisation induit une contrepartie financière. Les hôtels, campings, résidences de tourisme, villages et centres de vacances, gîtes d'étape/de groupe, refuges, chambres d'hôtes, résidences de tourisme, meublés touristiques sont des hébergements marchands.

### HÉBERGEMENT NON MARCHAND

Un hébergement non marchand correspond à tout hébergement pour lequel l'utilisation n'induit pas une contrepartie financière. Les résidences secondaires et l'hébergement chez des parents ou des amis sont des hébergements non marchands.

### CLASSEMENT DES HÉBERGEMENTS UTILISÉ DANS CETTE ÉDITION

- non classé
- économique : correspond à 1\* ou 2\* ou équivalent
- moyen de gamme : 3\* ou équivalent
- haut de gamme : 4\* ou 5\* et équivalent



# 11

# FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES EN 2021

## TOP 5 DES SITES TOURISTIQUES\*

*avec billetterie*



### Parc des Oiseaux

**198 900** visiteurs uniques

**-28%** / 2019



### Monastère royal de Brou

**62 700** visiteurs

**-26%** / 2019



### Les Grottes du Cerdon - Parc de Loisirs Préhistoriques

**37 800** entrées payantes

**-20%** / 2019



### Maison d'Izieu

**21 300** visiteurs

**-32%** / 2019



### Château de Voltaire

**24 900** visiteurs

**-18%** / 2019

## TOP 5 DES SITES TOURISTIQUES\*

*visite gratuite ou accès libre*



### Cité Médiévale de Pérouges

**317 900** visiteurs

**-13%** / 2019



### Pertes de la Valserine

**49 600** visiteurs

**+10%** / 2019



### Cascade de Cerveyrieu

**45 600** visiteurs

**+82%** / 2019



### Marais de Lavours

**35 700** visiteurs

**+17** / 2019



### Cern

**22 000** visiteurs individuels à partir de mai 2021 (pas de visites groupes)

\* seuls les répondants à nos sollicitations sont indiqués dans ce top 5

## FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTIEL

sans billetterie :

**Couleurs d'Amour**

**12 000** spectateurs estimés

avec billetterie :

**Le Printemps de Pérouges**

**45 000** spectateurs

**Les Musicales**

**du Parc des Oiseaux**

**25 000** spectateurs

**Festival d'Ambronay**

**9 260** spectateurs



## LES BASES DE LOISIRS

**La Plaine Tonique**

**50 290** entrées

**L'Île Chambod-Merpuis**

**17 300** entrées



## LES CHIFFRES CLÉS DU PATRIMOINE

40

sites naturels  
sensibles labellisés  
par le Département  
accessibles au public

396

immeubles protégés  
au titre des Monuments  
Historiques dont **143**  
classés et/ou **253** inscrits

PLUS DE  
35

musées, centres  
d'interprétation ou  
maisons thématiques  
dont **13** musées de France

Sources : enquête annuelle Observatoire d'Aintourisme auprès des sites touristiques et de loisirs du département.



# 12

## LA GASTRONOMIE



“ La marque du patrimoine culinaire et de la gastronomie de l'Ain

Fin 2018, l'Ain lance sa propre marque® "Saveurs de l'Ain". Son ambition : Propulser le territoire dans la cour des grandes destinations gastronomiques !

Une nouvelle dynamique est née ! ”



### CHIFFRES CLÉS

**2018** entreprises artisanales alimentaires inscrites au Registre des Métiers au 1er juin 2022 dont :

- **1230** restaurants et plats à emporter
- **788** entreprises Métiers de Bouche

**23** maîtres restaurateurs

**28** restaurants sélectionnés au guide Michelin, dont **5** étoilés, **1** «étoile verte», **6** «Bibs gourmands» et **17** cités Michelin

**3** Sites Remarquables du Goût

**10** produits AOC/AOP et **4** IGP

### SAVEURS DE L'AIN

**Plus de 413** partenaires adhèrent à la marque® «Saveurs de l'Ain», depuis son lancement en octobre 2018.

au 4 mai 2022 :

- **116** producteurs  
*Agricoles, entreprises artisanales, de fabrication de produit du terroir*
- **101** professionnels des métiers de bouche et **67** revendeurs  
*Bouchers-charcutiers, boulangers-pâtisseries, fromagers, chocolatiers, boutiques, offices de tourisme...*
- **124** restaurants / traiteurs  
*dont 3 restaurants Golfs de l'Ain*
- **5** événements



# 13

## L'ŒNOTOURISME



“ Le Bugey, destination Vignobles & Découvertes.

En 2017, le label Vignobles & Découvertes est venu renforcer la visibilité de l'offre touristique gastronomique du Bugey. ”



### LES VINS DU BUGEY, LABELLISÉS AOC DEPUIS 2009

**170** exploitations viticoles « Vin du Bugey » dont **94** vigneron, **74** exploitations viticoles ouvertes au public

**69** partenaires engagés dans la démarche 'Vignobles et Découvertes' dont :

- 30** caveaux
- 7** restaurants/bar à vin et **4** cavistes
- 14** hébergements
- 5** sites patrimoniaux et **3** prestataires d'activités
- 4** événements
- 4** Offices de tourisme



# 14

## LE GOLF



“ Offre la plus importante de la Région Auvergne-Rhône-Alpes. ”



### LES GOLFS DE L'AIN

**16** équipements golifiques :  
Top 10 des départements français

**45 trous : 1**      **27 trous : 1**  
**18 trous : 11**    **9 trous : 8**

**10 790** licenciés abonnés à un club de l'Ain en 2021

**4** resorts



# 15 LES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE



“ Le label Accueil Vélo se déploie dans l'Ain. 39 labellisés à ce jour (06/2022). 31 hébergements 2 sites touristiques 2 Offices de tourisme 2 restaurants 1 loueur 1 réparateur ”



## LE VÉLO

**300** km de véloroutes et voies vertes

**4** grands itinéraires : la Voie Bleue, Viarhônga, les GTJ VTT et cyclo

**18** grands cols et montées cyclistes remarquables jalonnés

**1 000** km de circuits balisés VTT

**3** bases fédérales VTT-FFCT et **2** espaces VTT-FFC

**3** bike parks

**2** Territoires Vélo : Bugey Sud (Bugey Vélo®) et Grand Bassin de Bourg-en-Bresse

**45 000** passages enregistrés entre janvier et août 2021 sur la ViaRhônga, à hauteur de Belley

**+8%** /2019



## LA MONTAGNE

**3** stations de ski alpin

**8** domaines nordiques

**Hiver 2021/2022 :**

**4,8** M€ de recettes du ski alpin

**+23%** /hiver 2019/2020

**1,1** M€ pour les domaines nordiques

**+71%** /hiver 2019/2020

**1** station de Trail®

**1** station Nordic Walk®

**6** parcours permanents de course d'orientation

**8** parcs aventure (dont 1 accessible PMR) et **2** viaferrata

“ L'Ain, **2<sup>e</sup>** département organisateur de trails de la région Auvergne-Rhône-Alpes. ”



L'Ain dans le **Top 3**  
des départements de  
la Région en nombre  
de km d'itinéraires  
balisés en 2019



## LA RANDONNÉE

**4 456** km d'itinéraires balisés inscrits  
(ou en cours d'inscription) au PDIPR de l'Ain  
dont **1 000** km de GR® et de GR® de Pays

- 4** itinéraires GR dont la GTJ à pied
- 7** itinéraires GRP



L'Ain, **1<sup>er</sup>** département  
qui compte le plus  
grand nombre de  
communes labellisées  
de la région.



## LE FLEURISSEMENT

**82** communes labellisées *Villes et Villages fleuris*

- 4** communes «4 fleurs»

## L'AIN C'EST AUSSI

**4** Communes touristiques classées

**1** Station classée de tourisme, la station  
thermale de Divonne-les-Bains

**11** Stations Vertes

**1** Pays d'art et d'histoire, Dombes-Saône-Vallée

**2** Plus Beaux Détours de France,  
Châtillon-sur-Chalaronne et Trévoux

**2** Villes et Métiers d'Art, Châtillon-sur-  
Chalaronne et Trévoux

**1** Plus Beaux Villages de France®, Pérouges

**1** Petites Cités de Caractère®, Ambronay

**1** Ville Sanctuaire, Ars-sur-Formans

**1** Parc naturel régional, le Haut-Jura

**6** Réserves Naturelles de France

**1** Plage Pavillon Bleu, la Plaine Tonique

## CONTACT OBSERVATOIRE

### **Aintourisme**

Agence de Développement  
Touristique du département de l'Ain  
34 rue Général Delestraint – CS 90078  
01002 BOURG-en-BRESSE Cedex  
France

**Stéphanie LUQUIN**

Tél. : 04 74 32 83 96  
s.luquin@aintourisme.com

[www.ain-pro.com](http://www.ain-pro.com)  
[tourisme@aintourisme.com](mailto:tourisme@aintourisme.com)

# Aintourisme