

cantal
AUVERGNE

LE TOURISME EN 15 CHIFFRES





ÉCONOMIE TOURISTIQUE

2 500 emplois touristiques

Soit 6 % de l'emploi départemental, jusqu'à 8 % durant l'été

**185 M€ de consommation
touristique**

Soit un apport annuel de 1 255 € par habitant
40 à 70 € dépensés par touriste et par jour

**54,3 M€ d'investissements
touristiques en 2014**

20 % des investissements de l'Auvergne
629 700 € de taxe de séjour récoltés

1

2

3



OFFRE TOURISTIQUE

130 000 lits touristiques

dont 30 % en hébergement marchand

4

39 000 lits marchands

43 % en camping

21 % en locatif

16 % en hôtel

5



FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

4,1 millions de nuitées touristiques

12 % des nuitées touristiques d'Auvergne

6

3,6 millions de nuitées réalisées par les Français

12 % des nuitées touristiques d'Auvergne

7



FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

36 % de taux d'occupation hôtelière

465 200 nuitées dont 10 % de nuitées étrangères

8

42 % de taux d'occupation en locatif dans les campings

346 500 nuitées dont 20 % de nuitées étrangères

9

17 % de taux d'occupation en chambres d'hôtes

3 % des lits marchands

10

30 000 visiteurs au château de Val à Lanobre

300 000 visiteurs estimés à Salers

475 000 visiteurs/an au Grand Site de France Puy Mary - Volcan du Cantal

348 400 journées skieurs alpins au Lioran

12 000 visiteurs au château d'Anjony à Tournemire

26 000 personnes accueillies à l'office de tourisme de Saint-Flour

130 000 visiteurs au Festival du Théâtre de rue d'Aurillac

43 300 personnes accueillies à l'office de tourisme d'Aurillac

HOP.!

www.hop.fr 27 000 passagers sur la ligne Aurillac/Paris





FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

**374 000 journées skieurs sur
une saison (alpins et nordiques)**

48 % réalisées en février

11

**46 700 entrées à l'établissement
thermal de Chaudes-Aigues**

84 % d'activités thermo-ludiques

12



CLIENTÈLE TOURISTIQUE

70 % de clientèle fidélisée

Originaire essentiellement des départements de proximité et d'Île-de-France.

Moyenne d'âge : 51 ans

Employés et cadres moyens

13

5 % de clientèle étrangère

Essentiellement des clientèles nord-européennes (Belges, Anglais, Néerlandais)

14



CLIENTÈLE TOURISTIQUE

**92 % de clientèle satisfaite
de son séjour**

15

L'image Cantal :

Environnement/nature

Qualité de vie

Gastronomie



GLOSSAIRE

Consommation touristique : dépenses des clientèles en séjour de plus d'une nuit sur le territoire concerné en hébergement marchand et non marchand + activités pratiquées pendant le séjour.

Hébergements marchands : hébergements commercialisés comme les hôtels, campings, meublés, chambres d'hôtes, hébergements collectifs, ...

Hébergements non marchands : hébergements à usage privé (résidences secondaires ou accueil chez des parents et amis en résidences principales), aires de camping-cars.

Investissement touristique : montant des investissements dans l'ensemble des hébergements et équipements touristiques (casinos, parcs de loisirs, remontées mécaniques, thalassothérapie, thermalisme, musées, centre d'accueil de manifestations professionnelles).

Journée skieur : visite journalière d'une personne sur un site de pratique (ski alpin ou nordique).

Lits touristiques : total des lits en hébergements marchands et en résidences secondaires (hors locations saisonniers).

Nuitée : nombre de nuits passées par un touriste dans un même hébergement (exemple : 4 personnes, séjournant 2 nuits dans un hôtel, comptabilisent 8 nuitées).

Taux d'occupation : proportion des chambres, lits, emplacements ou établissements occupés par rapport à l'offre disponible durant la période observée.



Cantal Destination

12, rue Marie Maurel – CS 80 007 – 15013 Aurillac Cedex - Tél 04 71 63 85 00

cantal-destination.com

Contact observatoire

Laurence Lescure - Tél. 04 71 63 85 19 - llescure@cantal-destination.com

Consultez nos études complémentaires

Le panorama du tourisme dans le Cantal (édition annuelle)

La grande enquête clientèle 2013-2014

Les aires de camping-cars 2014-2015

Les chambres d'hôtes du Cantal 2015

Les emplois saisonniers touristiques 2015-2016

PRO.CANTAL-DESTINATION.COM