



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Lyon, le 1<sup>er</sup> février 2022

### **Bilan touristique 2021 : des résultats positifs illustrant la résilience de la métropole lyonnaise**

**La fréquentation touristique de la Métropole de Lyon en 2021 affiche un premier bilan positif par rapport à 2020, bien qu'encore très impactée par les conséquences de la crise sanitaire. L'année 2021 a été marquée par une saisonnalité au rythme des mesures sanitaires : un premier semestre difficile, une belle reprise dès l'été et le retour du tourisme d'affaires au mois de septembre. Une fréquentation locale et nationale toujours très forte et une envie de Lyon qui ne faiblit pas sont les deux principaux facteurs de ces résultats.**

« La destination lyonnaise affiche un bilan touristique positif et encourageant en 2021 par rapport à 2020, même si l'on n'atteint pas les résultats exceptionnels de 2019. Les très bons chiffres de septembre à novembre ainsi que le bilan positif de l'été n'ont pas permis de compenser le retard accumulé au premier semestre mais, grâce à la reprise du tourisme d'affaires dès l'automne et à la fidélité de la clientèle française, l'année se conclut par de très bons résultats » constate Virginie Carton, Directrice Générale de l'Office de Tourisme de la Métropole de Lyon.

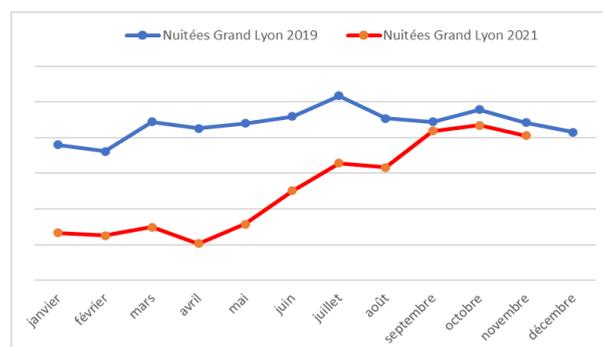
#### **En 2021, la destination lyonnaise tire son épingle du jeu**

**Le modèle de tourisme « à la lyonnaise »** a une nouvelle fois démontré sa résilience face aux aléas de la pandémie. En effet l'équilibre entre tourisme d'agrément et tourisme d'affaires, ainsi qu'entre clientèle de proximité, nationale et la clientèle internationale permet à la destination de tirer à nouveau son épingle du jeu.

Au cours d'année 2021, le taux d'occupation (TO) des hôtels de la métropole lyonnaise a été l'un des meilleurs en France et en Europe. A noter, par ailleurs, que le TO Week-end en juillet et août a été supérieur au TO Semaine, une première depuis 2016.

#### **Une saisonnalité touristique rythmée par les mesures gouvernementales**

Bien que les données hôtelières du mois de décembre ne soient pas encore disponibles, le relevé des nuitées sur les 11 autres mois de l'année permet de dessiner une année touristique très dépendante des mesures gouvernementales.



### Un premier semestre très faible lié aux restrictions sanitaires

Le secteur hôtelier a enregistré de janvier à mai près de 670 000 nuitées dans le Grand Lyon soit une baisse de -68% par rapport à 2019. Pour rappel, le premier semestre 2021 a été marqué par la mise en place d'un couvre-feu débuté fin 2020, une restriction des déplacements à 10 km de son domicile à partir du 31 mars et la poursuite de la fermeture des restaurants et des lieux culturels jusqu'au 19 mai 2021.

### Une reprise en douceur en mai-juin avec une saison estivale plutôt positive

Les mois de mai et juin 2021 ont amorcé le redémarrage en douceur de l'activité touristique. Une reprise confirmée en juillet et plus mesurée en août certainement liée à la mise en place du passe sanitaire sans oublier les contraintes de jauge. Le secteur des loisirs (musées et attractions) a enregistré une fréquentation de plus de 500 000 visiteurs sur la période soit une hausse de +50% par rapport à 2020.

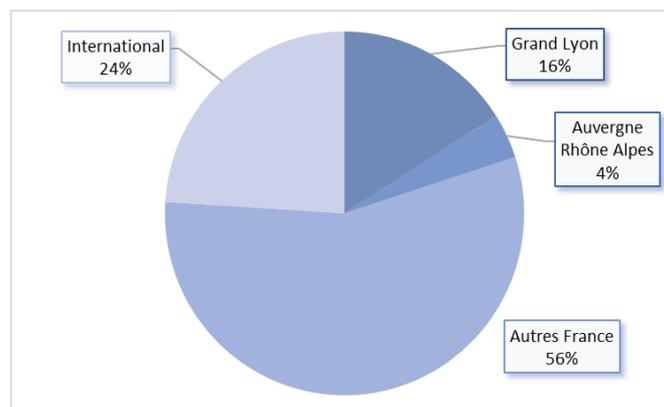
### Un dernier quadrimestre fort lié à l'évènementiel

Le dernier quadrimestre marque la reprise de l'évènementiel, avec l'accueil d'évènements professionnels majeurs tels que les salons Global Industrie, SIDO, SIRHA ou Pollutec mais aussi avec le retour de la Fête des Lumières. La reprise du tourisme d'affaires s'est directement traduite par de très belles performances du secteur hôtelier en septembre. En effet, septembre enregistre un taux d'occupation non loin des niveaux de 2019 (-5 points uniquement) et dépasse même les RevPAR et prix moyens constatés en 2019.

### Un tourisme de proximité et national fort

En 2021 plus que jamais, **la clientèle française reste majoritaire**, avec une part tout aussi conséquente de la clientèle régionale. Cela se vérifie à travers les données hôtelières et la fréquentation des activités de loisirs (musées et attractions) ainsi qu'au niveau du Pavillon d'accueil de l'Office de Tourisme où **76% des personnes accueillies sont des visiteurs locaux et nationaux**.

#### Origine géographique des visiteurs accueillis à l'Office de Tourisme



Les restrictions aux frontières expliquent à la fois ce tourisme de proximité et national fort ainsi que la baisse du visitorat étranger : -28 points par rapport à 2019 au Pavillon d'accueil de l'Office de Tourisme. Le retour des clientèles étrangères a été très timide et avec une provenance principalement des pays européens frontaliers. Les visiteurs d'Amérique du Nord (Etats-Unis et Canada) ont clairement manqué pour retrouver un niveau d'activité d'avant crise.

#### Top 5 des nationalités accueillies à l'Office de Tourisme

1. Espagne (17%)
2. Allemagne (12%)
3. Belgique (12%)
4. Pays-Bas (9%)
5. Suisse (8%)

## Une envie de Lyon qui ne faiblit pas, encouragée par des actions de promotion et des prix internationaux

Dans le cadre de son plan de relance et grâce au soutien de la Métropole de Lyon, ONLYLYON Tourisme et Congrès a mené de nombreuses campagnes de communication et de promotion tout au long de l'année :

- Le lancement du nouveau magazine « **A La Lyonnaise** », un magazine trimestriel gratuit destiné aux Grands Lyonnais pour leur faire redécouvrir la métropole, partager des idées de bons plans ou encore de sorties dont le premier numéro est sorti en mars.
- La campagne de destination inédite « **1 nuit achetée, 1 nuit offerte** » qui a permis de toucher près de 5 millions de personnes en France, Belgique et Suisse durant l'été.
- La nouvelle vidéo de promotion de la destination « **Lyon I Love You** » diffusée à l'automne, sur une musique de l'artiste Woodkid, qui a permis de toucher plus de 3 millions de personnes à travers une campagne sur les réseaux sociaux.

Ces différentes campagnes ont permis de susciter l'envie de Lyon et d'afficher une hausse significative du nombre de visites sur les sites internet d'ONLYLYON Tourisme : +12% par rapport à 2020 au global et même +10% sur notre site de vente visiterlyon.com par rapport à 2019, année de référence.

Cette "envie de Lyon" se traduit également par la hausse de plusieurs indicateurs tels que :

- +30% d'appels et courriels traités par le Call Center
- +26% d'abonnés sur LinkedIn ONLYLYON Tourisme et Congrès
- +19% d'abonnés sur Instagram @onlylyon
- +6% d'abonnés sur Twitter @OnlyLyonTourism

La destination lyonnaise s'est également distinguée sur les podiums des **classements internationaux** comme les World Travel Awards avec le prix de 1<sup>ère</sup> Destination Mondiale à Découvrir en 2022 et celui de 2<sup>ème</sup> Meilleure Destination Urbaine Européenne 2021, ou encore dans le classement du GDS-index 2021 (Global Destination Sustainability Index) où Lyon se place en 1<sup>ère</sup> position au niveau national et au 7<sup>ème</sup> rang niveau mondial.

Sources : ONLYLYON Tourisme & Congrès, Observatoire Hôtelier CCI LYON METROPOLE Saint-Etienne Roanne, Métropole de Lyon, MKG Consulting