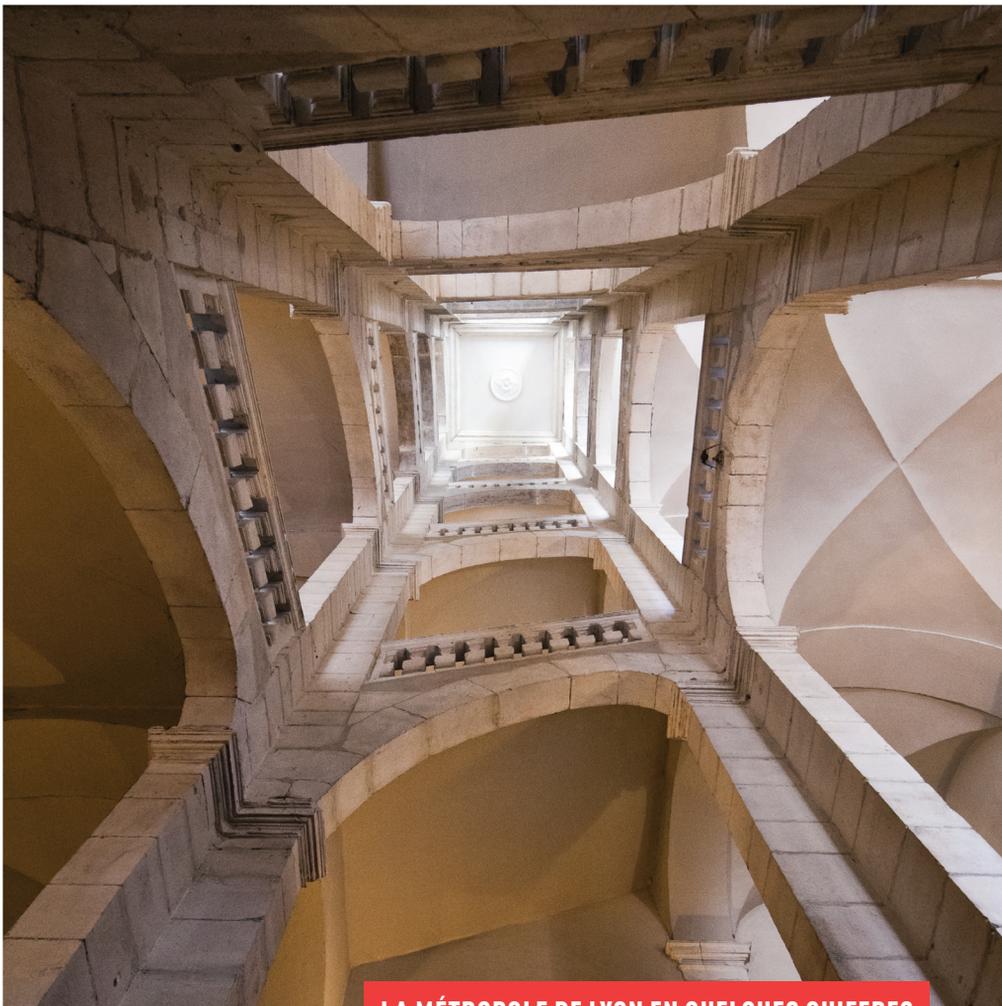


# CHIFFRES CLÉS 2021



ONLY LYON 



## LA MÉTROPOLE DE LYON EN QUELQUES CHIFFRES



- **3<sup>e</sup> métropole** de France
- **1.4 million** d'habitants
- **59 communes**
- **34 069 emplois** touristiques

# CHIFFRES CLÉS 2021



**Robert Revat**  
Président ONLYLYON Tourisme  
et Congrès

## EDITO

### Le rebond du tourisme lyonnais

On ne se souviendra certainement pas, dans quelques années, de 2021 comme d'une grande année pour le tourisme lyonnais. Dans la lignée de 2020, 2021 a évidemment été une année de crise sans précédent, en pleine pandémie. L'activité touristique a fluctué, au gré des confinements, des vagues de Covid, de la mise en place ou de la levée des restrictions sanitaires. Nos professionnels et nos équipes ont dû naviguer à vue dans cette tempête, certains secteurs comme la vie nocturne restant à quai pendant de longs mois.

Pour autant, une fois encore, nos équipes ont bataillé et n'ont rien perdu de leur motivation à faire vivre Lyon ! Dès que cela a été possible, l'accueil des grands événements a repris, les équipes sont reparties sur le terrain à la recherche de congrès ou de salons, les visiteurs ont été accueillis place Bellecour, avec le sourire... masqué, mais précieux !

La crise a aussi été vecteur d'innovation, et nous a forcés à nous réinventer. De nouveaux outils sont nés, entre le magazine « A la Lyonnaise » et une belle nouvelle vidéo de promotion de Lyon, « Lyon, I love you », une campagne inédite aux côtés de nos hôteliers « 1 nuit achetée = 1 nuit offerte », la promotion de Lyon aux World Travel Awards, les Oscars du Tourisme... et bien d'autres opérations !

2021 a permis, enfin, un bel alignement de nos valeurs, aux côtés de la Métropole de Lyon et de nos partenaires professionnels, pour construire ensemble un tourisme plus responsable à Lyon ! Consacrée destination leader en France pour un tourisme plus responsable, Lyon a déroulé en 2021 un plan d'action pour les années à venir, afin de rendre le tourisme sur notre métropole plus responsable et plus vertueux.

Merci à toutes nos équipes, partenaires, adhérents, administrateurs, pour leur confiance renouvelée à travers cette année de relance.

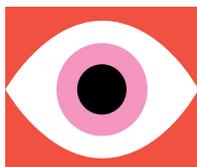
# UNE ANNÉE DE RELANCE

Dans la continuité du second semestre 2020, l'année 2021 a été une année dédiée à la relance touristique de la destination, avec des hauts et des bas marqués par les différentes vagues de Covid et la mise en place du pass sanitaire au cours de l'été.

Les équipes d'ONLYLYON Tourisme et Congrès ont œuvré pour (re)donner envie de Lyon et de manière générale de séjours urbains, dans un contexte sanitaire complexe. Cibles principales : les marchés de proximité et régionaux, puis les marchés européens de proximité, les plus à même de venir jusqu'à Lyon.

Parmi les grandes opérations de promotion de la destination auprès du grand public en 2021 : la participation de Lyon et une belle 2<sup>ème</sup> place comme meilleure destination européenne aux World Travel Awards, la sortie d'un nouveau film de destination « Lyon, I love you », une campagne de promotion hôtelière inédite « 1 nuit achetée = 1 nuit offerte » ou encore la sortie d'un nouvel écosystème de marque autour du magazine trimestriel « A la lyonnaise » !

Côté web et réseaux sociaux, de nouveaux records de visites et de visibilité ont été battus en 2021, preuve que si les visiteurs n'étaient pas encore tous au rendez-vous, l'attrait pour Lyon en ligne n'en était pas moins grand !



# SOUTENIR LES PROFESSIONNELS DU TOURISME



**21 rendez-vous ONLYLYON physiques ou digitaux**

Pour échanger avec les adhérents avec près de 800 participants au total dont 10 autour du tourisme responsable et de l'écotourisme



**37 newsletters** envoyées aux socio-professionnels

**100 articles** à destination des professionnels du tourisme dont 17 sur le tourisme responsable



**1 503 signataires** de la charte sérénité ONLYLYON pour accueillir visiteurs et habitants en toute sécurité et durablement.

# VALORISER L'OFFRE DU TERRITOIRE

## JUIN 2021 LANCEMENT DU NOUVEAU MEDIA À LA LYONNAISE



Ce nouveau média lyonnais, c'est un **site web**, une **newsletter**, une **page facebook**, un **compte Instagram** et un **magazine trimestriel gratuit**.

On y parle food, shopping, culture, escapades et sorties, nouvelles adresses, bons plans et lieux méconnus de la région lyonnaise.

- > Plus de 300 points de diffusion
- > 40 000 ex (2 versions FR et EN, 4 numéros par an)

## FIN 2021 : MON WEEKEND À LYON DEVIENT À LA LYONNAISE



à la lyonnaise

**46 newsletters** hebdomadaires monweekendalyon

**4 newsletters** bimensuelles alalyonnaise



**2,5 MILLIONS DE VUES\***

## NOUVEAU FILM ONLYLYON : LYON, I LOVE YOU

Véritable outil de promotion pour tous les acteurs de notre destination mis à la disposition de tous les partenaires de la démarche ONLYLYON qui contribuent collectivement à faire de la métropole de Lyon une destination désirable, accueillante et vibrante...

\* A fin 2021, après seulement quelques semaines de promotion



# PROMOUVOIR L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA DESTINATION

→ **Après des professionnels du tourisme**

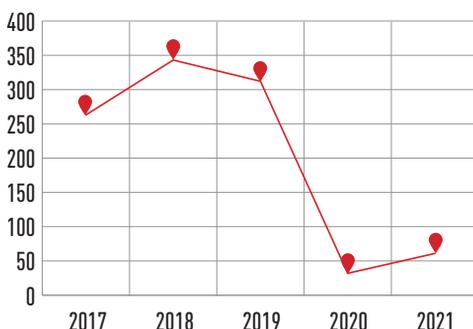
**233 demandes de renseignements traitées** (-20% vs N-1 et -51% vs N-2)

**61**

**PROFESSIONNELS**

Tour opérateurs, agents de voyages,  
autocaristes etc.  
accueillis par ONLYLYON Tourisme & Congrès

**+61%** vs N-1 **-80%** vs N-2



**10**

**OPÉRATIONS  
DE PROMOTION**

avec plus de **350**  
**professionnels** rencontrés

**+67%** vs N-1 et **-23%** vs N-2

**MARCHÉS PRIORITAIRES :**

→ France, Europe, Amérique du Nord

**THÉMATIQUES :**

→ Destinations reliées en train à Lyon

→ Tourisme urbain et responsable

**ÉVÈNEMENT À VENIR :**

→ Coupe du monde de rugby 2023



→ **Après de la presse**

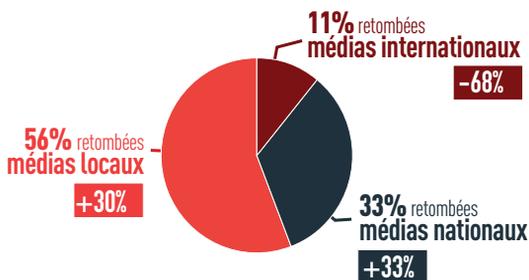
**73**

**JOURNALISTES**

français et internationaux  
accueillis par ONLYLYON Tourisme & Congrès

**+66%** vs N-1

**355 retombées presse**



## CAMPAGNES DE PROMOTION



# 6 CAMPAGNES DIGITALES

2 OBJECTIFS

→ NOTORIÉTÉ ET CONVERSION

## 12 600 nuitées

générées par la campagne multi-partenaire Expédia  
en collaboration avec 6 villes de la région.  
Co-organisée avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme et Atout France

**1 NUIT ACHETÉE = 1 NUIT OFFERTE** Campagne inédite durant l'été 2021 (1<sup>er</sup> juin - 31 août)



- **64** partenaires hébergeurs
- **5 millions** de personnes touchées en France, Suisse et Belgique
- **90 000** visites sur le site internet dédié à l'opération
- **1 visite sur 2** a généré un clic vers les sites des partenaires

## WORLD TRAVEL AWARDS : LYON SIGNE SA PLUS BELLE PERFORMANCE



- **2<sup>ème</sup>** meilleure destination urbaine d'Europe
- **1<sup>ère</sup>** destination au monde à découvrir

## LES PLUS BELLES RETOMBÉES DE L'ANNÉE

### PRESSE NATIONALE

#### PRESSE GRAND PUBLIC

Les échos week-end, supplément spécial Lyon  
Ça m'intéresse.fr  
Lonely Planet.fr  
Destination France

Voyageons.autrement.com  
The Good Life  
L'Est Républicain  
France Bleu  
JT de 13h de TF1 Un Week-end à Lyon  
France 5 Les 100 Lieux qu'il faut voir

#### PRESSE PRO TOURISME

Tour Mag.com  
Revue Espaces L'Echo touristique

#### PRESSE MICE

Meet & Travel Media  
Événements et Conventions

### PRESSE INTERNATIONALE

#### Allemagne

Das Schmeckt > 100 000 ex  
Die Presse > 82 566 ex

#### Italie

Vita in Camper  
Terre Incongnite Magazine

#### Belgique

RTBF  
Juliette & Victor > 18 000 ex Soir.be

#### Pays-Bas

Le Flying Dutchman

#### UK

France Today > 210 000 ex  
Multi-marché

Lonely Planet.com

#### MICE

Boardroom

# ACCUEILLIR ET INFORMER LES VISITEURS

Côté accueil des visiteurs, la saisonnalité 2021 a clairement été rythmée par les mesures gouvernementales : un premier trimestre avec une activité quasi nulle, une reprise au printemps et la montée de la 5<sup>ème</sup> vague dès l'automne 2021. Malgré cela, notre accueil a continué à être plébiscité et reconnu et le public a commencé progressivement à revenir, même s'il a été majoritairement français, les Espagnols, Allemands, Belges ne commençant que très progressivement leur retour.

Chez nos partenaires et au sein de notre bureau des guides, l'activité a également été en dents de scie. Pour autant, attractions, visites, musées et grands événements ont repris progressivement, même si la reprise a pu être freinée par le pass sanitaire et les jauges.

La Lyon City Card a repris côté ventes, avec près de 16000 cartes vendues (contre 40 000 tout de même en année record...)

A noter deux belles journées **VISITEZ LYON !** de visites gratuites, qui ont permis de faire découvrir nos visites à plus de 800 participants !



# INFORMER HABITANTS ET VISITEURS À TRAVERS LE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

**3.1 millions de visites**  
+12% (vs N-1) sur nos sites



## → Les pages de nos réseaux sociaux

|  | PAGES                     | NBRE ABONNÉS     |
|--|---------------------------|------------------|
|  | LYON                      | <b>1 637 210</b> |
|  | ONLYLYON                  | <b>204 365</b>   |
|  | MON WEEKEND À LYON / ALL* | <b>11 788</b>    |
|  | PAVILLON ONLYLYON         | <b>2 236</b>     |
|  | ONLYLYON                  | <b>50 035</b>    |
|  | ONLYLYON TOURISME         | <b>17 726</b>    |
|  | ONLYLYON                  | <b>141 168</b>   |
|  | ONLYLYON TOURISME         | <b>6 654</b>     |
|  | ONLYLYON                  | <b>154 197</b>   |



## TOP 5

DES ARTICLES  
ET POSTS  
LES PLUS VUS

en nombre  
d'impressions

### ONLYLYON TOURISME

**105 185** → Nouveau film de destination  
« Lyon, I Love You »

**25 933** → InterContinental élu meilleur hôtel  
de France 2021 aux World Travel Awards et son  
bar Le Dôme, meilleur bar au monde aux  
Prix Villegiature Awards 2020-2021

**20 890** → L'InterContinental, candidat au titre  
de l'hôtel le plus Instagrammable du monde  
2021

**17 539** → Les chefs lyonnais nous soutiennent  
pour le titre de « Meilleure Destination Urbaine  
Européenne » aux World Travel Awards

**14 488** → Lyon, 2<sup>e</sup> Meilleure Destination Urbaine  
Européenne 2021

### MONWEEKENDALYON / ALL\*

**48 090** → Spectacle son et lumière  
« La Région des Lumières »

**20 679** → Campagne 1 nuit achetée = 1 nuit  
offerte

**20 624** → Fête des lumières 2021 en images

**16 721** → Circuits vélos des Monts du  
Lyonnais

**16 487** → Musée de l'illusion

\* ALL : À LA LYONNAISE

# ACCUEILLIR HABITANTS ET VISITEURS AU PAVILLON DU TOURISME ONLYLYON

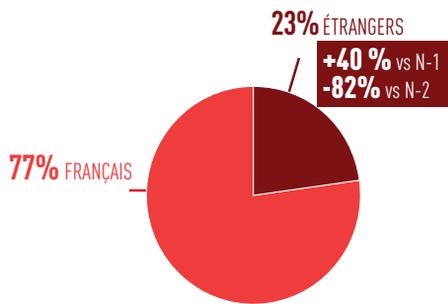
→ Un accueil de qualité reconnu : ★★★★★

4.4 /5\* sur  Tripadvisor et 4.3 /5\* sur  Google

\*Notes moyennes sur l'année

→ Nombre de contacts qualifiés : **53 380**

soit **+14%** vs N-1 et **-59%** vs N-2



→ Reprise de l'activité vs N-1

**+34%** APPELS  
**+23%** COURRIERS  
**+7%** MESSENGERS, MAILS, CHAT



→ Une saisonnalité touristique rythmée par les mesures gouvernementales



## TOP 5

DES NATIONALITÉS ACCUEILLIES

17%



Espagne

12%



Allemagne

12%



Belgique

9%



Pays-Bas

8%



Suisse

# ACTIVITÉS ET LOISIRS

## VISITES GUIDÉES

**33 085 personnes guidées**

**+ 79%** vs N-1



**TOP 3** DES THÈMES DE VISITES



(nombre de visiteurs)

1. Vieux-Lyon Renaissance en 1h
2. De Bellecour au Vieux-Lyon
3. De Fourvière à la Saône

**TOP 3** DES ACTIVITÉS DE NOS PARTENAIRES



(vendues en ligne)

1. Lyon City Tour (bus et tram)
2. Visites insolite par Cybèle
3. Lyon Food Tour

**25 partenaires** sur [visiterlyon.com](https://visiterlyon.com)  
**163 produits en vente**

**+ 52%** vs N-1

dont **66 nouveaux produits** et **9 nouveaux partenaires**

**2 JOURNÉES DE VISITES GRATUITES POUR UN TOURISME PLUS INCLUSIF (JUILLET ET NOVEMBRE 2021)**



→ **Taux de remplissage 93%**  
(cumul) **+15%** vs N-1

→ **400 participants** sur chaque édition  
**+10%** vs N-1

→ **12 thèmes** de visites régulières  
→ **11 partenaires** proposant des activités

## MUSÉES



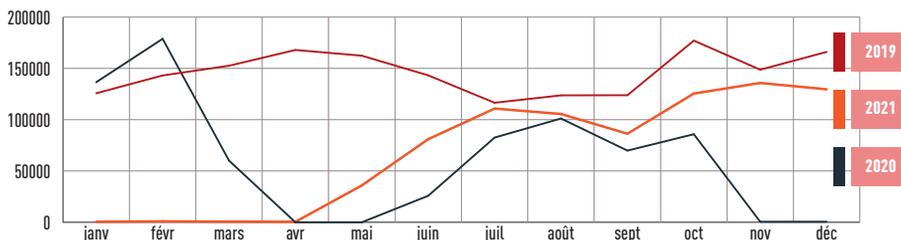
**813 095 visites**

soit **+ 9%** vs N-1

**TOP 5**  
DES MUSÉES

1. Musée des Confluences
2. Musée des Beaux-Arts
3. Musée Cinéma et Miniatures
4. Lugdunum, musée
5. Musée d'Art Contemporain

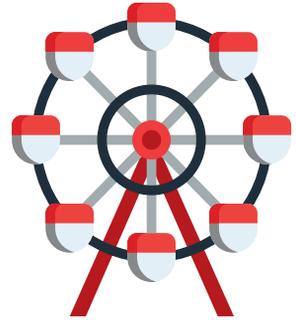
### → Fréquentation



# ATTRACTIONS TOURISTIQUES

448 642 entrées

soit + 31% vs N-1



1. Aquarium de Lyon
2. Les Bâteaux Lyonnais
3. City Aventure
4. Planétarium
5. Mini-World

**TOP 5**  
DES ATTRACTIONS  
TOURISTIQUES

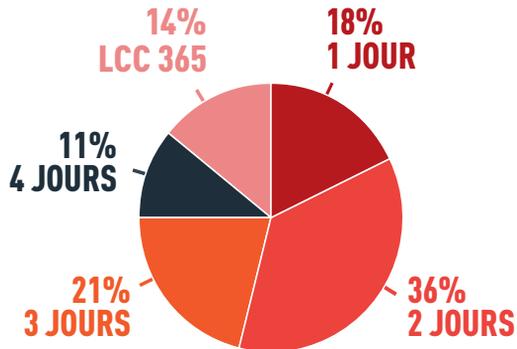
# LYON CITY CARD

15 925 cartes distribuées

+ 77% vs N-1

**3 ACTIVITÉS  
EN MOYENNE**

réalisées avec la carte



**TOP 5**  
DES ACTIVITÉS  
RÉALISÉES AVEC  
LA LCC

1. Les Bâteaux Lyonnais
2. Musée des Confluences
3. Musée Cinéma et Miniatures
4. Musée des Beaux-Arts
5. Visite des toits de Fourvière

# RETOUR DES GRANDS ÉVÉNEMENTS



## Fête des Lumières

**1.8 million de visiteurs**

**60%** de nouvelles participations artistiques

**150 projets** réalisés par des étudiants

**37** partenaires



## Festival Lumière

**145 000 festivaliers**

**450** séances de cinéma remplies à 85%

**dont 10 000** jeunes de moins de 25 ans



## Nuits de Fourvière

**76 000 spectateurs**

**62** représentations

**dont** 5 de théâtre, 3 de cirque, 6 de danse et 28 concerts



## Biennale de la Danse

**43 300 festivaliers**

**679** artistes

**21** pays

**22** lieux de représentation



## Street Food festival

**35 000 festivaliers**

**100 chefs**

**200** ateliers participatifs

**20 000 m2** : Les Usines Fagor



## Nuits Sonores

**30 000 festivaliers**

**Plus de 50%** d'artistes locaux

**6 jours de festival**

# VERS UN TOURISME PLUS RESPONSABLE

Pilier de notre stratégie 2021 (et pour les années à venir), la co-construction avec l'ensemble des parties prenantes de notre destination d'un tourisme plus responsable.

L'année 2021 a vu la création d'une gouvernance Tourisme Responsable avec des ressources humaines dédiées et la publication de notre Manifeste pour un tourisme plus responsable, en lien direct avec le schéma de développement du tourisme voté en fin d'année par la Métropole de Lyon.

L'ambition et l'engagement d'ONLYLYON Tourisme sont doubles, à la fois pour la structure et pour la destination. La structure s'est engagée dans une démarche personnelle de labellisation et de RSE (ISO 20121, LUCIE 26000) et emmène également avec elle les professionnels de la destination (hôteliers, restaurateurs, organisateurs d'évènements...) afin de faire de Lyon une métropole modèle et engagée.

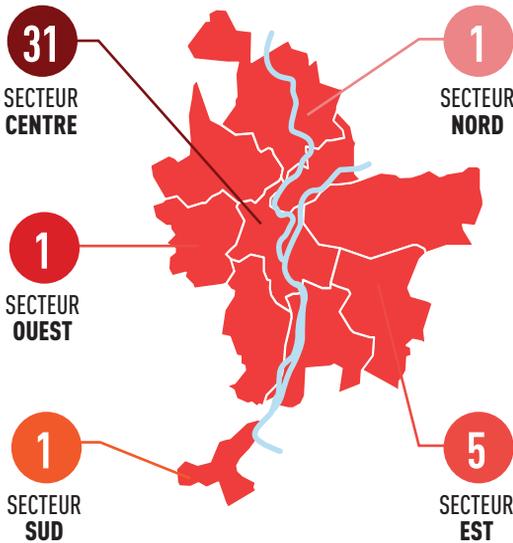


# VALORISER LE TOURISME DE PROXIMITÉ



**39 accueils labellisés**  
dans la Métropole

- 2 centres commerciaux
- 20 parkings LPA
- 4 gares
- 1 aéroport



## GREETERS DE LA MÉTROPOLE



**250 demandes et 116 balades**  
**319 personnes accueillies**  
**+38%** vs N-1 **-66%** vs N-2

Echange et rencontre entre habitant et touriste : mettre en relation des visiteurs qui souhaitent explorer une ville et des habitants désireux de la faire découvrir de manière conviviale, personnalisée et gratuite.

## TOURISME NATIONAL ET DE PROXIMITÉ FORT

**Audience sur nos sites**

**88% de visiteurs français**  
dont **50%** de Lyon

**Audience du tourisme d'affaires**

**85% d'évènements à audience nationale**  
dont **43%** avec des participants uniquement régionaux et locaux

**Pavillon du Tourisme ONLYLYON**

**76% des contacts qualifiés sont des visiteurs français**  
dont **26%** de la région AURA

**Personnes guidées**

**82% des visites réalisées en Français**  
soit **+11 pts** vs N-1

**Nuitées touristiques**

**29% des nuitées françaises** réalisées par des régionaux

[données Flux Vision Tourisme by Orange]

**Transport**

**22% de dessertes aériennes nationales**



# DÉMARCHES ENVIRONNEMENTALES

## GDS INDEX (GLOBAL DESTINATION SUSTAINABILITY INDEX)



→ **1<sup>ère</sup> ville française et 7<sup>ème</sup> ville mondiale** au classement des destinations responsables : score de **80%**

→ **Trophée** de la **meilleure progression** : **+34%**

## LABEL LUCIE EN COURS NORME ISO 26000



→ **Définition du plan d'engagement selon les 9 enjeux RSE prioritaires définis**

**1. Intégrer la démarche RSE** dans la stratégie globale de l'association

**2. Protéger les données personnelles et confidentielles** des parties prenantes

**3. Favoriser la qualité** de vie au travail

**4. Protéger la santé et la sécurité** des collaborateurs

**5. Eco-concevoir** les produits, activités et services

**6. Agir en faveur de la responsabilité sociétale** des fournisseurs

**7. Assurer la qualité** de ses produits et services et la satisfaction client

**8. Contribuer au développement socio-économique** des territoires d'implantation

**9. Participer à des initiatives** d'intérêt général

## ETIQUETTE ENVIRONNEMENTALE



→ **Initiée en 2020, la photographie des impacts environnementaux d'ONLYLYON Tourisme à travers l'étiquette environnementale s'est faite par la mesure de**

### 4 CRITÈRES :



Emission de CO<sup>2</sup>



Produits biologiques et écolabellisés

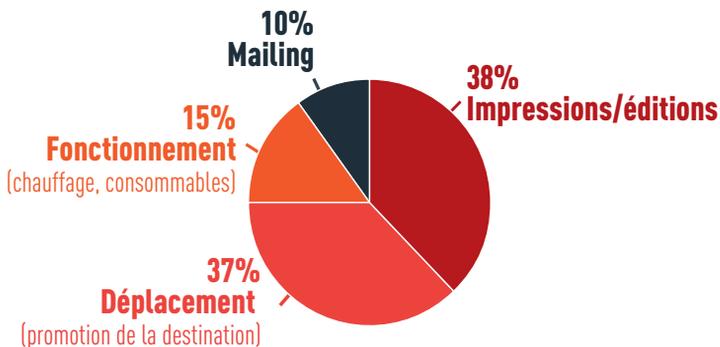


Consommation d'eau



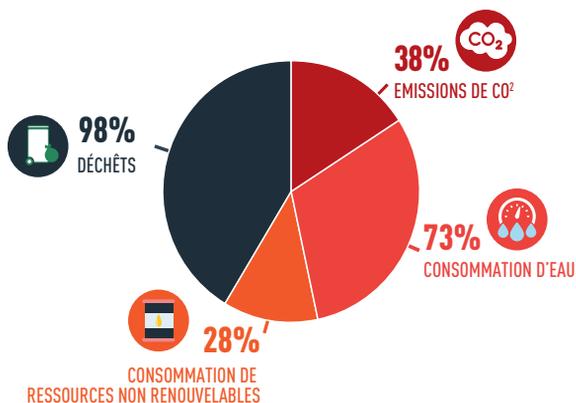
Consommations de ressources non renouvelables (énergie et déchets)

→ Répartition des émissions de CO<sup>2</sup> d'ONLYLYON TOURISME ET CONGRES



→ 303,6 tonnes de CO<sub>2</sub> en 2019 soit 4,8 tonnes de CO<sub>2</sub> / an / collaborateur  
= un peu moins de la moitié des impacts d'un Français en 2019

→ Principal émetteur = Impressions et éditions



LES  
PREMIERS  
RÉSULTATS

→ Baisse de 4% de l'impact carbone à 291 tonnes en 2020

→ Diminution de 7% des impressions papiers entre 2019 et 2020 entraînant :



-13% de la consommation d'eau



-14% de la consommation de ressources non renouvelables



-10% de déchets

# LE RETOUR DU TOURISME D'AFFAIRES

Durant 18 mois le secteur événementiel a été fortement impacté par l'arrêt de la tenue des manifestations professionnelles. Caractérisée par une forte résilience, la filière a montré sa faculté d'adaptation tant sur la mise en place des mesures sanitaires que dans l'adaptation de l'offre à la demande.

La reprise des activités événementielles au dernier quadrimestre 2021 a confirmé l'attente forte des acteurs économiques à renouer avec les rencontres professionnelles.

Le segment des congrès associatifs a particulièrement souffert du report des manifestations, les privant de revenus avec un effet « domino » sur les congrès déjà programmés les années suivantes dans d'autres destinations. Certaines associations internationales repensent leurs formats de congrès, l'hybridation est une constante ouvrant l'accès à des participants de pays lointains.



# LES ACTIONS DU BUREAU DES CONGRÈS ET DES SALONS



## ACCUEILS OU VISITES D'INSPECTION

→ 5 accueils et 54 professionnels reçus soit **+54%** vs N-1

## PARTICIPATION À

→ 11 salons, workshops et webinars soit **+10%** vs N-1

## OPÉRATIONS DE RELATIONS PUBLIQUES

→ 10 opérations organisées soit **+67%** vs N-1

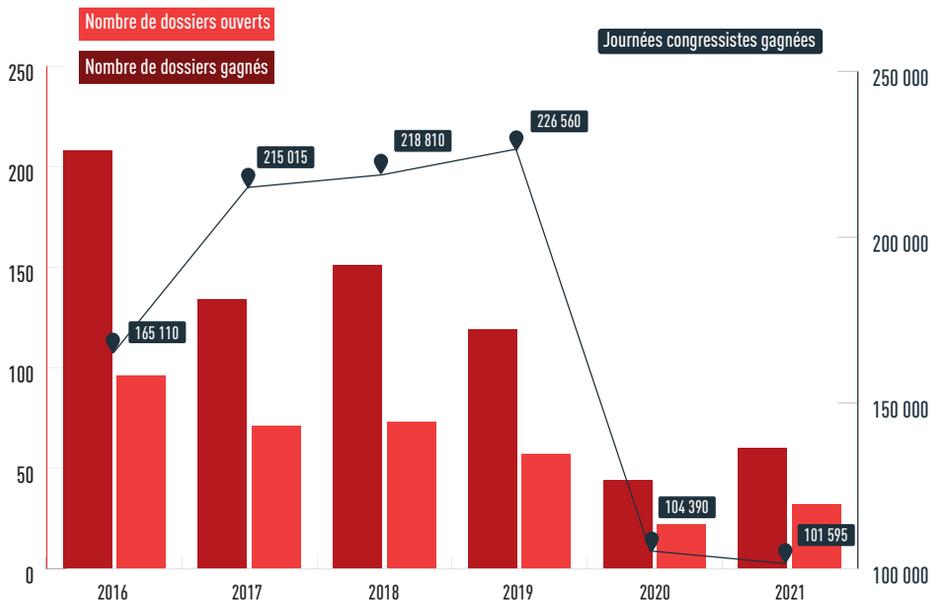
## DEMANDES D'AIDES TECHNIQUES

→ 341 réponses soit **+36%** vs N-1

## ACCOMPAGNEMENT WELCOME BY ONLYLYON

→ 4 congrès et 9 salons soit **+96%** vs N-1

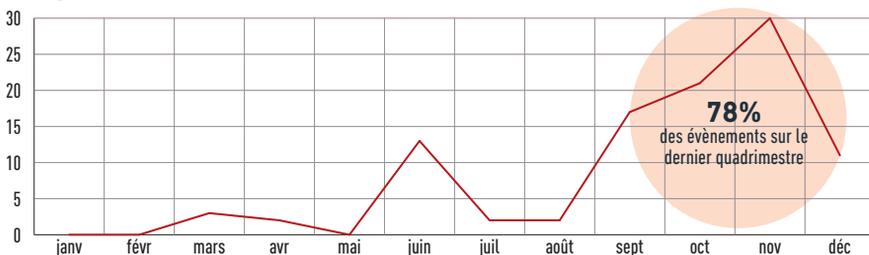
## > Dossiers gagnés pour N+



# OBSERVATOIRE DU TOURISME D'AFFAIRES

Les données sont issues de nos partenaires :  
Cité Centre de Congrès, Halle Tony Garnier, Parc des  
Expositions Eurexpo Lyon et Université de Lyon.

## → Reprise du tourisme d'affaires

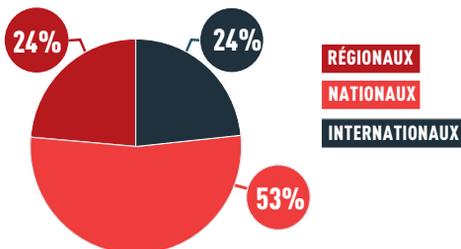


**34 congrès associatifs**

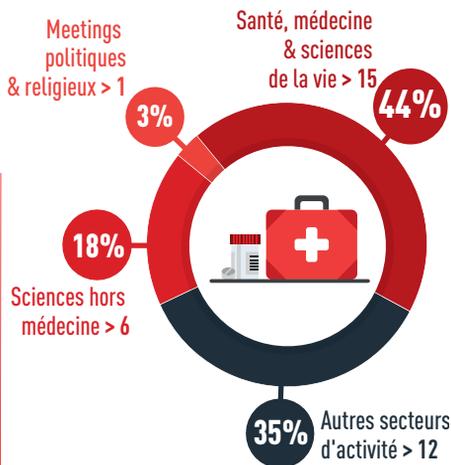
**+ 62%** vs N-1

**18 060 participants**

## → Audience des événements



## → Répartition par secteurs



## 7 CONGRÈS DE PLUS DE 1000 PARTICIPANTS

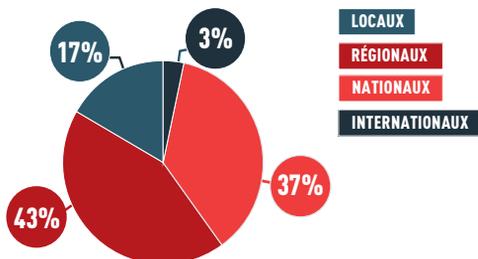
- CONVENTION DE L'ASSOCIATION CJD (CENTRE DES JEUNES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE)
- CONGRÈS EURO-PHARMAT
- CONGRÈS DU SECOURS POPULAIRE FRANÇAIS
- CONGRÈS NATIONAL DES PHARMACIENS
- CONGRÈS EFAS (EUROPEAN FOOT AND ANKLE SOCIETY)
- CONGRÈS HOPIPHARM, CONGRÈS FRANCOPHONE DE PHARMACIE HOSPITALIÈRE
- BLEND WEB MIX

# 30 réunions et conventions

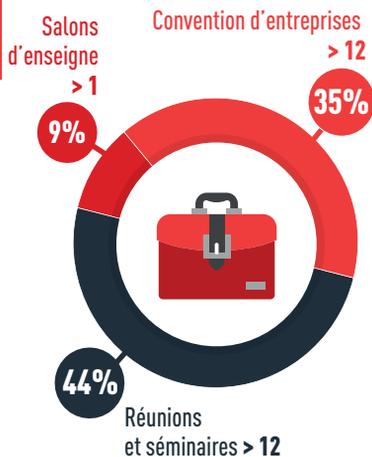
+ 76% vs N-1

16 373 participants

## → Audience des événements



## → Typologie des manifestations

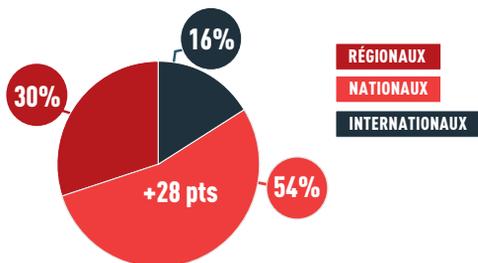


# 37 salons et foires

+ 61% vs N-1

près de 800 000 visiteurs

## → Audience des événements



## → Typologie des salons



### 5 SALONS AYANT ACCUEILLI PLUS DE 60% DU VISITORAT

→ EQUITA  
→ SIRHA

→ EPOQ'AUTO  
→ SOLUTRANS

→ POLLUTEC

# HÉBERGEMENT

Etroitement lié à l'activité de la destination, l'hébergement a suivi les mêmes courbes, avec des hausses et des baisses liées au contexte sanitaire.

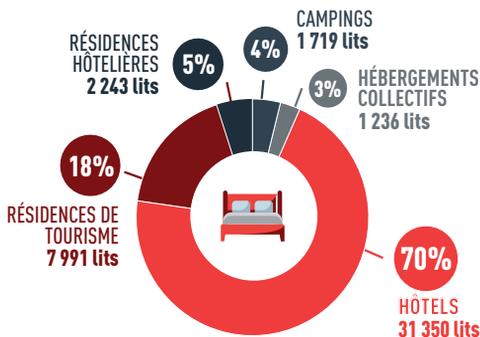
L'année a ainsi suivi la tendance suivante : un premier semestre très faible lié aux restrictions sanitaires, une reprise en douceur en mai-juin avec une saison estivale plutôt positive, et un dernier quadrimestre fort lié à l'évènementiel.

Bien que loin des chiffres des années précédentes, l'année 2021 marque tout de même une belle reprise par rapport à 2020, avec des taux d'occupation en septembre approchant ainsi de ceux de 2019.



# HÉBERGEMENT L'OFFRE

**269 hébergements**  
**18 798** chambres  
 pour une capacité de **44 539** lits  
**64%** de l'offre en 3, 4 et 5 étoiles



# FRÉQUENTATION

**5,8 millions de nuitées\***

**+ 39%** vs N-1  
 dont :

\* Estimation sur le dernier trimestre

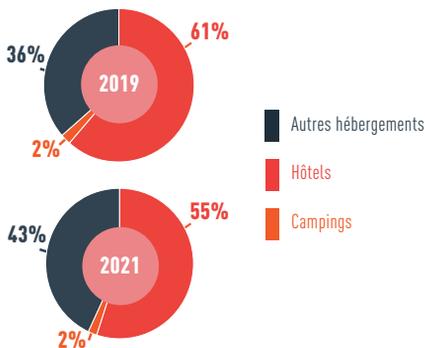
[Source : Observatoire hôtelier CCI Lyon et Taxe de séjour]

**> 3.2 millions**  
 en hôtels **(+44%)**

**> 2,5 millions**  
 en autres hébergements touristiques **(+34%)**

**> 129 000**  
 campings **(+11%)**

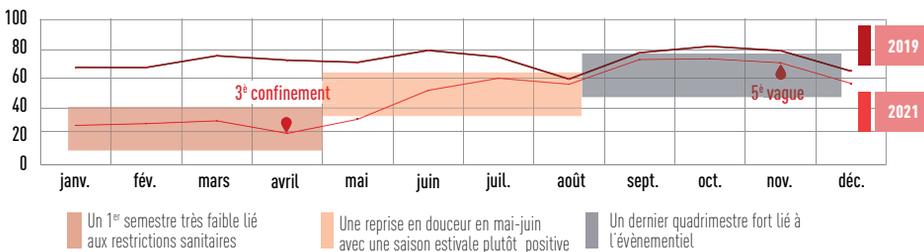
## → Evolution choix Hébergement



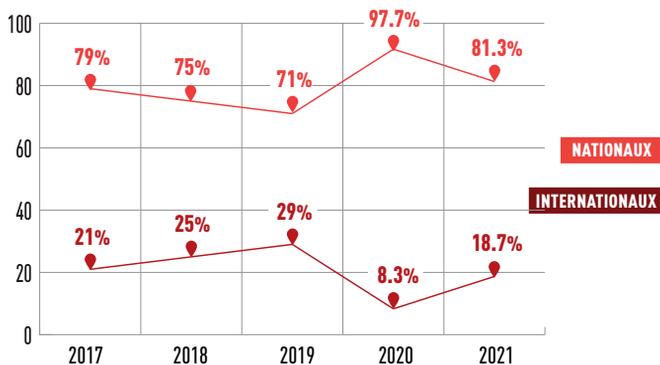
## → Taux d'occupation annuel



## → Taux d'occupation mensuel

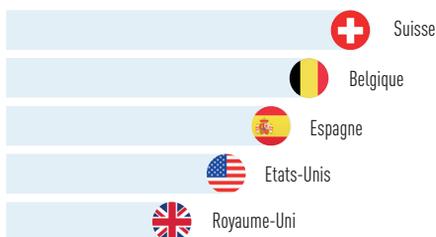


## → Répartition clientèle



## TOP 5

DES  
NATIONALITÉS  
ACCUEILLIES



## NOUVEAUTÉS 2021

- Hôtel Moxy à l'Aéroport > 123 chambres
- Golden Tulip Limonest 4\* > 96 chambres
- Kyriad Limonest 3\* > 92 chambres
- Campanile Smart Lyon Est - Eurexpo Lyon Aviation > 77 chambres



## → Durée moyenne de séjour

# 2.4 NUITS EN MOYENNE

toutes cibles confondues

[Source : Flux Vision Tourisme d'Orange à partir des nuitées touristiques françaises et étrangères, marchandes et non marchandes, loisirs et affaires]

## → Segment milieu et haut de gamme

# 3ÈME POSITION

Taux d'occupation annuelle des destinations urbaines européennes

[Source MKG : par rapport à décembre 2019 comparativement à d'autres destinations urbaines européennes et françaises - derrière Nantes et Marseille]



# TRANSPORT

Quasi à l'arrêt en 2020, le transport à l'échelle mondiale a bien amorcé sa reprise en 2021, favorisant de nouveau les mobilités, au gré de l'ouverture des frontières.

L'aéroport a ainsi repris son activité et vu l'ouverture de nouvelles lignes. Pour autant, ce sont surtout les marchés européens de proximité que nous avons attirés en 2021, attirant des visiteurs principalement en voiture ou en train.

En lien avec le schéma de développement pour un tourisme plus responsable de la Métropole de Lyon, nous avons en 2021 continué à valoriser les mobilités douces sur notre destination : vélos, pistes cyclables, auto-partage, transports en commun, covoiturage...

Le déploiement du label Accueil Vélo sur notre destination devrait également favoriser l'émergence de Lyon comme destination pour le cyclo-tourisme, sur les deux axes majeurs de la Viarhona et de la Voie Bleue.



# TRANSPORT AVION



**4.5 millions** de passagers  
**2.3 millions** d'arrivées à Lyon  
**+ 27%** vs N-1

→ **54%** de trafic international  
**-4%** vs N-1

→ **84** destinations directes  
dont **14** nouvelles

→ **36** compagnies aériennes  
dont **8** nouvelles

→ **40 ouvertures de lignes dont 14 nouvelles destinations**

| DESTINATION       | COMPAGNIE AÉRIENNE           | SAISONNALITÉ |
|-------------------|------------------------------|--------------|
| DAKAR             | Air Sénégal                  | Annuel       |
| HURGADA           | SunExpress                   | Été          |
| SANTORIN          | Transavia; Volotea           | Été          |
| ISTANBUL          | Anadolujet                   | Été          |
| PRITINA           | Trade Air                    | Été          |
| EREVAN            | ALK Airlines                 | Été          |
| KEYSERI           | SunExpress; Turkish Airlines | Été          |
| ANADOLU (TURQUIE) | Turkish Airlines             | Été          |
| BARİ              | Transavia; Volotea           | Été          |
| KOS GRÈCE         | easyJet                      | Été          |
| POINTE-À-PITRE    | Corsair                      | Hiver        |
| LA RÉUNION        | Corsair                      | Annuel       |
| SFAX (TUNISIE)    | Transavia                    | Hiver        |
| EREVAN (ARMÉNIE)  | FlyOne Armenia               | Annuel       |

## NOUVEAUX SERVICES LYON AÉROPORT



→ **MONA, COMPAGNON DE VOYAGE MOBILE**

Basé sur la biométrie pour fluidifier le parcours du client et enrichir son expérience grâce à une assistance personnalisée : une première mondiale.



→ **ALYSE PREMIUM**

Service parking avec voiturier à l'aéroport



→ **LEO & GO**

Voiture en libre service, places de stationnement réservées

# RHÔNEXPRESS



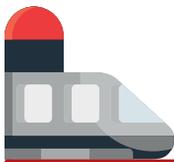
**638 688** voyageurs  
+ **43%** vs N-1



**29X MOINS DE CO2 QUE LA VOITURE**

0.156 kg de CO2 pour un voyage de 22 km avec Rhônexpress contre 4.532 kg pour la même distance en voiture

## TRAIN



**27.4 millions**  
de voyageurs  
+ **15%** vs N-1

- 22 millions**  
> Lyon Part-Dieu
- 4.2 millions**  
> Lyon Perrache
- 1.2 million**  
> TGV Lyon St-Exupéry

### NOUVEAUTÉ 2021

Paris-Lyon-Milan opéré par la compagnie italienne TRENITALIA → 2 trajets par jour



## TRANSPORTS EN COMMUN



**387 millions** de voyages,  
+ **19%** vs N-1, et **144** lignes

dont 2 funiculaires, 4 lignes de métro, 7 lignes de tram et 131 lignes de bus

### NOUVEAUTÉ 2021

- **Ligne T7** : Vaulx-La Soie / Décines OL Vallée
- **Ticket Famille** : 6 € pour la journée
- **Vélos autorisés** dans les tramways

## TAXIS



**1 472** licenciés sur la Métropole

# STATIONNEMENT



**68** parcs  
**43 000** places



**27** parcs relais pour  
**11 400** places

# AUTOPARTAGE



**680** voitures  
en libre-service  
**4** services labellisés

→ YEA !  
→ CITIZ  
→ LPA  
→ LEO&GO

## COVOITURAGE

- Création de la première gare de covoiturage de France sur le quai Gaillon
- Voie de gauche réservée au covoiturage sur les boulevards urbains M6 et M7 entre Dardilly/Limonest et Pierre-Bénite

En  
**covoit'**  
GRANDLYON

# VÉLO'V



**9.1 millions** de locations  
**+ 28%** vs N-1  
**25 000** locations par jour en moyenne

- **429** stations
- **22** communes
- **5 000** vélos dont 50% e-Vélo'v



## CYCLOTOURISME

- **1 090 km** de réseau cyclable
- **2 véloroutes** : la Viarhona et la Voie Bleue
- **363** structures Labellisées Accueil Vélo pour faciliter l'accueil des cyclotouristes dans notre destination



## LES CLASSEMENTS DE LYON

**1<sup>ÈRE</sup> VILLE FRANÇAISE**  
**7<sup>ÈME</sup> VILLE MONDIALE**  
au GDS Index

**TROPHÉE DE LA MEILLEURE**  
**PROGRESSION**  
dans le classement GDS Index

**2<sup>ÈME</sup> DANS LE TOP DES VILLES**  
**FRANÇAISES LES PLUS VERTES**  
selon le comparateur de voyage Kayak

**2<sup>ÈME</sup> MEILLEUR DESTINATION URBAINE**  
**EUROPÉENNE**  
**1<sup>ÈRE</sup> DESTINATION À DÉCOUVRIR**  
aux World travel Awards

**1<sup>ÈRE</sup> MÉTROPOLE FRANÇAISE LA PLUS**  
**ATTRACTIVE DE FRANCE**  
selon le baromètre d'Arthur Lloyd  
(5<sup>ÈME</sup> année consécutive)

**3<sup>ÈME</sup> DANS LE TOP 10 DES OT LES PLUS**  
**INFLUENTS SUR INSTAGRAM**  
selon Culture RP

**Parmi les 14 meilleures**  
**destinations à visiter en France**  
selon le Lonely Planet

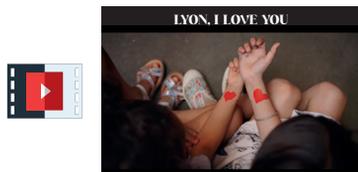


# LES CHIFFRES 2021 EN UN CLIN D'OEIL

## UNE ANNÉE DE RELANCE

Nouveau film de promotion

**2.5 millions de vues** à fin 2021



## ACCUEILLIR LES VISITEURS

Un accueil de qualité reconnu



Une fréquentation rythmée par les mesures gouvernementales

**53 380** contacts qualifiés



## ACTIVITÉS ET LOISIRS

RETOUR DES GRANDS EVENEMENTS

**1.8 million** de spectateurs à la Fête des Lumières

MUSÉES

**813 095** visites, **+9%** VS N -1

LYON CITY CARD

**15 925** cartes, **+77%** VS N -1



## LA REPRIS DU TOURISME D'AFFAIRES

**101** évènements accueillis à Lyon  
soit **+66%** VS N-1

**834 433** personnes accueillies  
soit **+92%** VS N-1

## HÉBERGEMENT

**5.8 millions** de nuitées, soit  
**+39%** VS N-1

Taux d'occupation annuel :

**+92%** VS N-1



## VERS UN TOURISME PLUS RESPONSABLE

Près de **350 adhérents** sensibilisés

Impact carbone d'ONLYLYON Tourisme

**Baisse de 4%** VS N-1

**9 enjeux RSE** prioritaires définis

## **ONLYLYON TOURISME ET CONGRÈS**

75 COLLABORATEURS À VOTRE SERVICE  
PLACE BELLECOUR – LYON 2

[WWW.LYON-FRANCE.COM](http://WWW.LYON-FRANCE.COM)

**ONLYLYON**   
TOURISME ET CONGRÈS |



Banque  Tourisme

ÉDITION  
ONLYLYON TOURISME ET CONGRÈS

CHARTRE ET CONCEPTION GRAPHIQUE  
[WWW.ORANGEVIF.COM](http://WWW.ORANGEVIF.COM)

PHOTO COUVERTURE : © DIDIER MICHALET  
CRÉDIT PHOTO : B.ROBERT - KROM GALERIE - V.RAMET

DOCUMENT NON CONTRACTUEL RÉALISÉ AVEC  
DES INFORMATIONS VALIDÉES AU 1<sup>ER</sup> TRIMESTRE 2022

REPRODUCTION INTERDITE