

POUR L'ATTRACTIVITÉ
LE DÉPARTEMENT AGIT !



DOSSIER DE PRESSE

PRÉ-BILAN

DE LA SAISON TOURISTIQUE 2025 EN SAÔNE-ET-LOIRE

26 septembre 2025



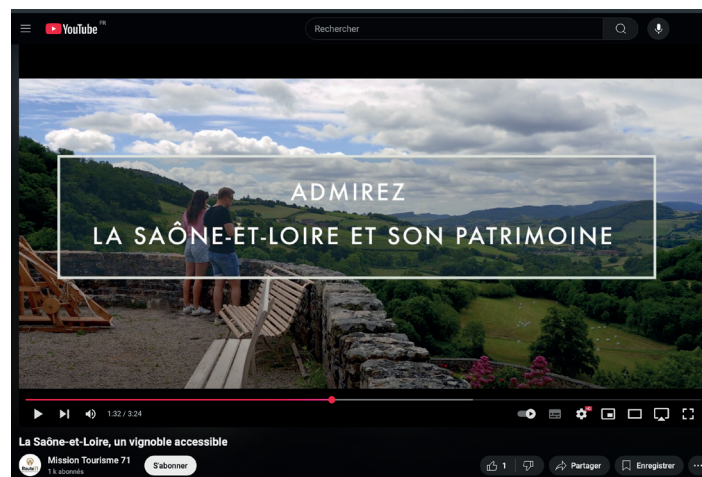
LES ACTIONS TOURISTIQUES DU DÉPARTEMENT

Le Département de Saône-et-Loire a, cette année encore, soutenu l'activité touristique en finançant une campagne de communication nationale, en accompagnant des manifestations d'envergure, ou en s'impliquant dans des partenariats.

OBJECTIF : FAIRE DÉCOUVRIR LA SAÔNE-ET-LOIRE

SUR LES ÉCRANS...

- 🕒 **Replay TF1+ et M6+** : campagne pendant deux mois en avril et en mai avec une vidéo de 15 secondes – 3,4 millions d'impressions et **3,4 MILLIONS DE VIDÉOS VUES À 100%**
- 🕒 **Sponsoring de l'émission Koh-Lanta** en replay sur TF1+ pendant 2 semaines du 21 avril au 4 mai – **2,2 MILLIONS D'IMPRESSIONS**
- 🕒 **Diffusion de 2 vidéos** de promotion de l'oénotourisme à bord des vols long-courriers Air France – **16 MILLIONS DE PASSAGERS**
- 🕒 **Sponsorisation émission L'air du Temps** BFM Lyon, d'avril à mai, 1 000 spots - **4,4 MILLIONS DE CONTACTS**



TF1+





➤ **Campagne publicitaire Meta sur Facebook et Instagram** d'avril à juillet et de mi-septembre à mi-octobre – **14,4 MILLIONS D'IMPRESSIONS / 160 000 CLICS / 72 600 VIDÉOS VUES À 100%**

➤ **Campagne Google Ads** diffusion d'annonces en fil rouge – **2,2 MILLIONS D'IMPRESSIONS / 92 700 CLICS**

➤ **Venue de 8 créateurs** de contenus entre mai et juillet

Vélo

> Clémence Polge sur la Boucle de Bourgogne du Sud, du 18 au 23 mai
> Cyclo voyage avec Gaëtan, sur la totalité de la CycloRoute71, du 18 au 27 juin

Lifestyle

➤ **Collaboration** entre Nos Curieux Voyageurs et les Best Jobers - **PLUS D'1,4 MILLIONS DE VUES AU TOTAL**

Randonnée

➤ **4 blogueurs** lors du Blogtrip randonnée en mai, entre Autunois Morvan et Creusot Montceau
➤ **Partenariat avec Mollow**, « randonnées accessibles en train », 180 000 vues
➤ **Partenariat Blog** Lyon Citycrunch - 3 articles de blog - **PLUS DE 10 000 LECTURES AU TOTAL + 1 RÉEL SUR INSTAGRAM**

À L'AFFICHE...

➤ **Affichage dynamique DOOH** à Paris Gare de Lyon du 1^{er} avril au 13 avril et au centre commercial Lyon Part-Dieu du 14 au 30 avril
75 MILLIONS DE CONTACTS

➤ **Affichage à Paris** : couloirs du métro du 17 avril au 7 mai

➤ **Affichage à Lyon** : affichage en 8 m² du 7 au 13 avril et dans le métro du 15 au 22 mai
PLUS DE 36,5 MILLIONS DE CONTACTS

➤ **Affichage en Suisse**, avec Bourgogne Franche-Comté-Tourisme
> À Douvaine du 6 au 14 mai 2025, format 2 m², 16 faces
> Sur le tram de Genève du 14 au 27 mai 2025
> À bord du Léman Express, du 12 au 25 mai, 55 faces



SUR LES ONDES...

🕒 Partenariat avec Autoroute INFO 107.7 de juin à décembre

> 1 spot promotionnel de 30 secondes - diffusion de juin à septembre

PRÈS DE 40 MILLIONS D'AUDITEURS

> 1 émission en direct le 21 octobre au Château de Drée

ENVIRON 700 000 AUDITEURS PAR JOUR

🕒 Partenariat avec Sud Radio

> 5 interviews pour « Les routes de l'été » du 7 au 11 juillet valorisant les

6 micro-territoires de la Saône-et-Loire

600 000 AUDITEURS



SUR LES ROUTES...

🕒 **Animations au Salon international de l'agriculture à Paris** sur le stand de 100 m² du Département de Saône-et-Loire, du 22 février au 2 mars, avec la participation des offices de tourisme de Saône-et-Loire ainsi qu'un grand jeu concours

607 503 VISITEURS (+ 0,6 % PAR RAPPORT À 2024)

🕒 Participation aux salons du tourisme

> Salon des voyages de Clermont-Ferrand : 5 partenaires touristiques sur le stand du Département

> Le Randonneur à Lyon : l'ensemble des offices de tourisme mobilisés sur le stand du Département

PRÈS DE 18 000 VISITEURS CUMULÉS POUR LES DEUX SALONS

🕒 **Opération de promotion sur l'aire d'autoroute de Mâcon Saint-Albain** le samedi 12 juillet avec un jeu concours « Aventures Mômes » destiné aux familles



① **Nouvelle identité graphique pour l'application Route71**, avec le message « De la connexion à la déconnexion »

> Sept visuels de communication reprenant les atouts majeurs du département (patrimoine, vélo, vignoble, famille, gastronomie, nature, randonnée pédestre)

> Un plan media à l'échelle locale avec de l'affichage numérique dans les gares TGV de Saône-et-Loire (Mâcon et Le Creusot) et grandes villes limitrophes (Dijon, Beaune, Lyon Part-Dieu...), un spot vidéo diffusé sur BFM TV Lyon et dans les cinémas de Saône-et-Loire et des départements limitrophes, des bannières cliquables sur l'appli SNCF Connect du 27 mars au 10 mai 2025 et du 30 juin au 15 août avec un ciblage Saône-et-Loire, Bourgogne, Allier et Loire, des insertions dans la presse loco-régionale...

> Un plan media à l'échelle locale avec de l'affichage numérique dans les gares TGV de Saône-et-Loire (Mâcon et Le Creusot) et grandes villes limitrophes (Dijon, Beaune, Lyon Part-Dieu...), un spot vidéo diffusé sur BFM TV Lyon et dans les cinémas de Saône-et-Loire et des départements limitrophes, des bannières cliquables sur l'appli SNCF Connect du 27 mars au 10 mai 2025 et du 30 juin au 15 août avec un ciblage Saône-et-Loire, Bourgogne, Allier et Loire, des insertions dans la presse loco-régionale...

① **Création d'une communication spécifique à destination des habitants pour l'application Route71** avec le message « L'appli des gens d'ici » et une déclinaison en 16 visuels, utilisée dès le mois d'août pour le covering de la navette gratuite de Mâcon, des partenariats avec la presse locale...

dès le mois d'août pour le covering de la navette gratuite de Mâcon, des partenariats avec la presse locale...

LA SAÔNE-ET-LOIRE AVEC VOUS

① **Nouveau jeu de piste sur l'application Voie Verte 71**, « Marcigny, mon cher Marcigny »

> 10 points d'intérêts qui retracent l'histoire de Marcigny

> 1h de découverte ludique



① **Soutien à des temps forts**

> La VéloGourmande Sud Bourgogne les 14 et 15 juin

> Première édition de l'Ultra Trail des 2 Roches, les 5 et 6 juillet

> Soutien au Rallye des vins de Mâcon, du 6 au 8 juin

> Soutien à la Tournuscimes, le 19 octobre à Chardonnay



📌 Opération sets de table et sacs à pain

> Sacs à pain en mai et juillet

400 000 EXEMPLAIRES

150 BOULANGERIES

> Sets de table du 16 juillet au 31 août

130 000 EXEMPLAIRES

56 RESTAURANTS



📌 Journée « En chemin vers un tourisme responsable » organisée au Lab71 à Dompierre-les-Ormes, avec conférences et tables rondes

> + de 100 acteurs du tourisme inscrits

> Présence de Caroline Mignon, présidente de l'association Acteurs du tourisme durable

LA SAÔNE-ET-LOIRE INCONTOURNABLE ...

📌 L'opération chéquier #Incontournables71 :

31 partenaires touristiques mobilisés

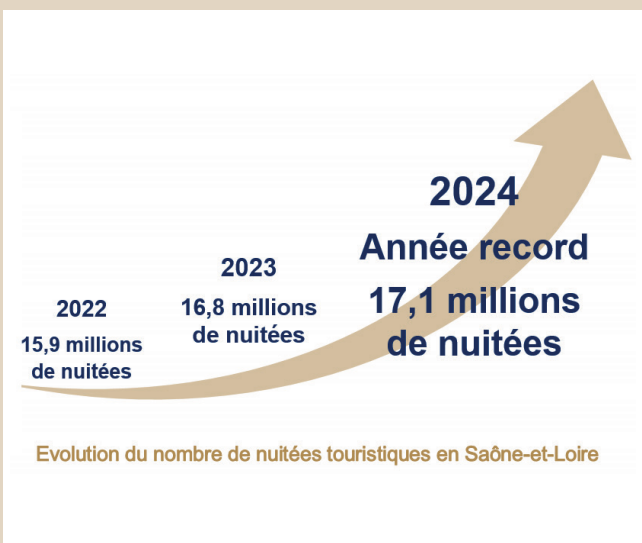


LA SAISON TOURISTIQUE 2025 EN CHIFFRES

Dans un contexte national et européen chahuté, entre fluctuations politiques et baisse du pouvoir d'achat, la fréquentation touristique de la plupart des départements français pour l'été 2025 est en berne. **Après une année 2024 record en termes de fréquentation touristique, avec 17,1 millions de nuitées**, la Saône-et-Loire ne fait pas exception à cette tendance nationale (- 5,8 % de nuitées du 1^{er} janvier au 31 août en 2025 par rapport à 2024 (source Orange Flux Vision). Cette baisse est également ressentie à l'échelle de la Destination Bourgogne (- 4,2 % sur la même période).

Pour autant, la campagne de communication nationale du Département de Saône-et-Loire, lancée en avril, affiche un franc succès avec de nombreux indicateurs au vert : + 17 % de visites sur le site web, + 8 % de consultations de l'appli Route71 et + 26 %

de followers Instagram depuis le début de l'année. Le nombre de nuitées locales 2025 se place à mi-chemin entre le niveau de 2024 et 2023.



Après d'importantes évolutions ces dernières années, la fréquentation locale s'est donc stabilisée à 1,3 millions de touristes.

Les marchés étrangers connaissent des évolutions très variables entre les nationalités.

Allemagne

+ 2,2% pour la première clientèle étrangère en Saône-et-Loire. Cette hausse découle d'un marché touristique allemand dynamique, où les vacances restent une priorité budgétaire. La Saône-et-Loire bénéficie de sa proximité géographique et de son positionnement sur la nature et le patrimoine, parfaitement aligné avec les attentes des visiteurs allemands.

Pays-Bas

- 18,5%. Cette importante baisse peut s'expliquer par un contexte économique défavorable : pouvoir d'achat limité, coûts du carburant pour une clientèle amatrice de camping.

Suisse

+ 4,2%. Troisième clientèle touristique étrangère en Saône-et-Loire depuis quelques années, la Suisse a fait l'objet cette année d'une communication spécifique avec de l'affichage dans plusieurs villes et le covering d'un tram à Genève en partenariat financier avec Bourgogne-Franche-Comté Tourisme. **Pour les restaurants, la baisse de fréquentation touristique a été en partie compensée par la clientèle locale, qui a permis une hausse puis une stabilité du chiffre d'affaires, mais une baisse de la marge** (source : CCI Saône-et-Loire). Les touristes présents auraient en effet eu tendance à maîtriser, voire limiter leurs dépenses sur place, notamment pour la restauration.

En ce qui concerne les sites de visite, 63% connaissent une stabilité ou une hausse de leur Chiffre d'Affaires. En totalisant **138 121 visiteurs, les sites culturels du Département et le Grand Site de Solutré Pouilly Vergisson, confirment cette tendance.**

Enfin, pour les hébergements, **ce sont les hôtels qui ont le mieux tiré leur épingle du jeu avec 91% d'entre eux en stabilité ou légère hausse du CA. Viennent ensuite les gîtes à 60% en stabilité ou en hausse du CA.** Les chambres d'hôtes sont pour 46% en stabilité ou hausse du CA. Les campings, particulièrement plébiscités ces dernières années, ont connu une légère baisse du Chiffre d'Affaires pour 62% d'entre eux.»

Les perspectives pour l'arrière-saison

Près de 60% des professionnels se déclarent « optimistes » pour les mois de septembre et octobre (source enquête de conjoncture Bourgogne-Franche-Comté Tourisme portant sur 206 répondants en Saône-et-Loire).





CONTACT
DÉPARTEMENT DE SAÔNE-ET-LOIRE
Mission Tourisme du Département
de Saône-et-Loire

Émilie COLIN-ROTAT, chargée de communication et relations presse
03 85 21 92 54 – 06 70 20 35 68
e.colin@saoneetloire71.fr