



# Chiffres clés du tourisme 2024

# La métropole de Lyon en quelques chiffres



**3<sup>e</sup>**

métropole de France

**1,4**

million d'habitants

**58**

communes

**42 000**

emplois touristiques

# Chiffres clés 2024



**Robert Revat**  
Président  
ONLYLYON Tourisme et Congrès

## Édito

Poursuivant la dynamique de la très belle année 2023, 2024 a été une année de consolidation pour le tourisme à Lyon, prouvant une fois de plus la solidité de la destination.

L'année a été marquée par une riche activité événementielle, des mégas concerts de Taylor Swift ou Coldplay, en passant par de nombreux congrès et salons, ou encore l'incroyable rencontre des métiers Worldskills à la rentrée. Cette effervescence a très largement profité à la destination, qui a rencontré à certains moments de l'année des taux de remplissage hôteliers rarement égalés.

Sur l'année complète, on notera un nouveau record de ventes pour la Lyon City Card, portée également par la riche programmation culturelle et muséale. Plus de 50 000 cartes ont ainsi été vendues, dépassant de loin les performances des années précédentes.

Le tourisme d'affaires a retrouvé ses couleurs, et l'année a été marquée de nombreux congrès et salons, dans des domaines variés. Du côté du tourisme de loisirs, de multiples opérations de promotion ont permis de séduire toujours plus nos visiteurs, avec les *Lyoncomotives* pour séduire hors de Lyon, de Paris à Barcelone, ou la promotion de la vie *À la Lyonnaise* auprès de nos cibles locales ou de passage.

ONLYLYON Tourisme a continué son développement d'un tourisme plus responsable, maintenant de très bons résultats au GDS Index (Global Destination Sustainability Index) et entraînant les acteurs du tourisme lyonnais dans des démarches durables essentielles pour le secteur, de l'écolabellisation des hébergements au renforcement des pratiques responsables dans l'évènementiel.

**En résumé, une belle année 2024, porteuse de valeurs et de richesse pour notre territoire!**

# Pourquoi ce document ?

Édités chaque année au printemps, les chiffres clés du tourisme de l'année précédente sont le moyen pour ONLYLYON Tourisme et Congrès et ses partenaires de tirer le bilan de leur activité et de la santé de la destination.

Ce bilan 2024 confirme un retour à la normale avec des résultats solides. L'activité événementielle, des grands concerts et des rendez-vous professionnels, a largement participé à cette dynamique positive.

**Ce bilan 2024 sera divisé en deux grandes parties :**

→ Dans la première, nous nous attacherons à présenter **les chiffres de la destination**, à travers ses grands piliers touristiques : musées, transports, visites, hébergements...

Voir page 6

→ Dans une seconde partie, **les chiffres propres à ONLYLYON Tourisme et Congrès** et à ses missions : marketing, promotion, accueil...

Voir page 18

Ce bilan chiffré sera également l'occasion de présenter de manière factuelle et visuelle **les efforts faits par la destination pour développer un tourisme plus responsable**.

Ainsi, vous retrouverez en haut de chaque double-page les objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU et pourrez suivre en chiffres les efforts d'ONLYLYON Tourisme et Congrès pour tendre vers un tourisme à impact plus limité pour notre destination.

# Objectifs de Développement Durable

## Les objectifs à intégrer dans nos stratégies

« Les objectifs de Développement Durable de l'ONU (17 ODD) nous donnent la marche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous. Ils répondent aux défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, notamment ceux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice. Les objectifs sont interconnectés et, pour ne laisser personne de côté, il est important d'atteindre chacun d'entre eux, et chacune de leurs cibles, d'ici à 2030\* ». »

\*[source : UN.org]

Dans sa stratégie pour un tourisme plus responsable, **ONLYLYON Tourisme et Congrès** a choisi de se concentrer tout particulièrement sur les **10 ODD** suivants :

2 FAIME ZÉRO

3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

10 INÉGALITÉS RÉDUITES

11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

14 VIE AQUATIQUE

15 VIE TERRESTRE

17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS

## Les grands piliers de notre stratégie

<p><b>Co-construire</b> ensemble un tourisme plus responsable à Lyon et sa métropole avec l'ensemble des parties prenantes</p>	
<p><b>Respecter</b> l'environnement en œuvrant pour une amélioration de nos impacts, et freiner les effets du changement climatique</p>	
<p><b>Participer</b> au bien-être et à la bonne santé des individus</p>	
<p><b>Favoriser</b> l'accessibilité des offres à tous les publics</p>	
<p><b>Garantir</b> l'authenticité de l'expérience vécue en privilégiant la rencontre, la convivialité</p>	
<p><b>Encourager</b> une consommation responsable locale</p>	
<p><b>Développer</b> l'économie locale et l'emploi sur le territoire</p>	

# La santé de la destination

**2024 a été une belle année avec des chiffres du tourisme qui confirment un retour aux standards d'avant 2020.**

Les résultats de la fréquentation hôtelière sur l'année sont excellents. On dépasse ainsi la barre des **9,56 millions de nuitées** dans les hébergements métropolitains, avec un **taux d'occupation annuel de 71,1%**, un bon score sachant que 2024 n'accueillait pas d'évènements professionnels majeurs tels que Sirha ou Pollutec.

L'année a toutefois été portée par une **forte actualité événementielle** grand public : les **grands concerts** au Groupama Stadium ont accueilli plus de **332 000 spectateurs** sur l'année, et la **Fête des Lumières** avec ses **2 millions** de spectateurs habituels, etc.

Du côté de l'activité culturelle, ce sont plus de **50 000 Lyon City Cards** qui ont été vendues en 2024, un **chiffre record** qui prouve la bonne santé de la destination.

Le **tourisme d'affaires**, enfin, a confirmé son dynamisme et contribué à porter la destination, avec **220 évènements professionnels** (congrès, salons, foires, conventions...) accueillis dont 5 salons et foires ayant accueilli plus de 50 000 visiteurs chacun.

# Les chiffres clés en un clin d'œil

## Hébergements

Une année stable

**9,56 millions** de nuitées marchandes  
soit **+1,3%** vs n-1

**TO** annuel de **71,1%**  
soit **-0,8 pt** vs n-1



## Activités

Une belle année



MUSÉES

**1 968 266** visiteurs soit **+6,2%** vs n-1

ATTRACTIONS

**899 005** entrées soit **-4,4%** vs n-1

LYON CITY CARD

**50 010** cartes soit **+15%** vs n-1



## Tourisme d'affaires

Une dynamique qui se confirme

**220** événements accueillis,  
soit **+4,8%** vs n-1

**261 millions** d'euros de dépenses  
pour les congressistes

## Évènements

Une forte actualité événementielle



**332 000** spectateurs pour les grands  
concerts au Groupama Stadium

**2 millions** de personnes à la Fête des  
Lumières

## Tourisme responsable

Lyon dans le top 20 des villes mondiales

Score de **80%** au classement **GDS Index**

**67** établissements écolabellisés  
soit **33%** du parc hôtelier



## Transports

Une enquête auprès de 5 024 touristes

**36%** privilégient le train pour venir à  
Lyon

**56%** privilégient les transports en  
commun pour se déplacer dans Lyon





# Hébergements

Avec l'ouverture en 2024 de beaux établissements, l'**offre** d'hébergement lyonnaise reste **qualitative et compétitive**.

Après une année 2023 particulièrement dynamique, notamment grâce à la Coupe du Monde de Rugby, la fréquentation poursuit sa progression en 2024, avec une **hausse du nombre de nuitées** enregistrées. Les taux d'occupation se maintiennent bien et la durée moyenne de séjour se stabilise au-dessus des 2 nuits toutes cibles confondues.

## Fréquentation

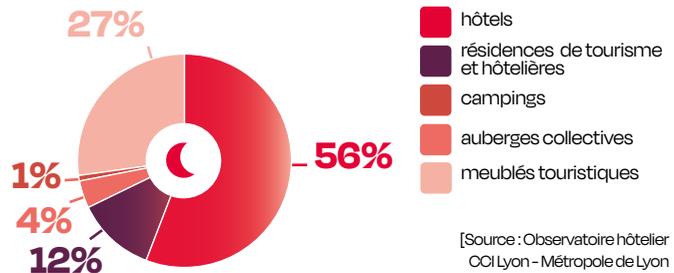
**9,56 millions** de nuitées dans les hébergements touristiques marchands

soit **+1,3%** vs n-1

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



Répartition du nombre de nuitées par catégorie d'hébergement



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

## Offre

**266** hébergements

une capacité de **45 318** lits

### Hôtels

**212** établissements

**14 762** chambres

**31 854** lits

### Résidences de tourisme et hôtelières

**40** établissements

**3 916** appartements

**10 090** lits



### Campings

**3** établissements

**1 572** lits

### Auberges collectives

**11** établissements

**543** appartements

**1 802** lits

[Source : Taxe de séjour]

Durée moyenne du séjour

**2,3** nuits\*

\* toutes cibles confondues

[Source : Flux Vision - Orange Business à partir des nuitées touristiques françaises et étrangères, marchandes et non marchandes, loisirs et affaires, non local]

# Hôtels et résidences de tourisme et hôtelières

## Fréquentation

Hôtels : **5,37 millions** de nuitées

Résidences de tourisme et hôtelières :  
**1,12 million** de nuitées

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

★★★★★  
**85%** de l'offre hôtelière classée  
dont **65%** en 3, 4 et 5 étoiles

[Source : Taxe de séjour]

## Nouveautés

Hôtel & Spa Fort Saint-Laurent, Handwritten Collection : **35** chambres (Lyon 1<sup>er</sup>)

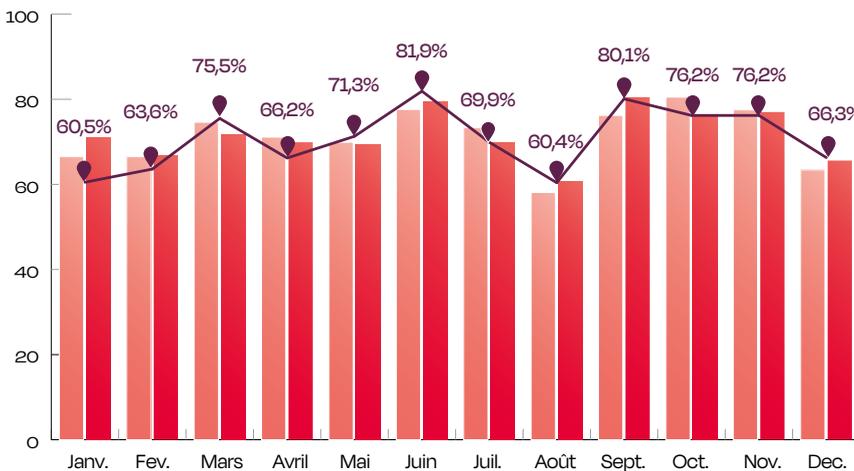
YASI Hostel : **13** chambres (Lyon 3<sup>e</sup>)

Bikube Lyon 4\* : **146** appartements (Lyon 3<sup>e</sup>)

Académie Hôtel 4\* : **12** chambres (Lyon 5<sup>e</sup>)

Hôtel B&B Massieux Genay : **86** chambres (Genay)

## Taux d'Occupation mensuel (TO en %)



**TO 2024**

TO moyen : **71,1%**

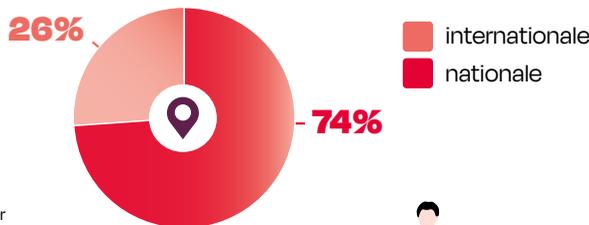
TO moyen semaine : **75,9%**

TO moyen weekend : **64,2%**

[Source : Observatoire hôtelier CCI Lyon - Métropole de Lyon]

## Répartition clientèle nationale / internationale (en %)

dans l'hôtellerie classée



[Source : Observatoire hôtelier CCI Lyon - Métropole de Lyon]

**67**  
établissements  
écolabellisés  
soit **33%** du parc, dont  
**24** nouveaux établissements  
en 2024



## Top 5 clientèle internationale





# Activités

2024 **confirme le retour à la normale** pour les musées et attractions touristiques. La fréquentation des musées reste élevée, portée par la Biennale d'Art Contemporain et les nombreuses expositions proposées par les établissements lyonnais. Les attractions touristiques connaissent une légère baisse, en partie liée à la météo.

Les **ventes de Lyon City Cards battent un nouveau record**, avec plus de 50 000 cartes vendues : la carte devient ainsi **la plus vendue en France** cette année.

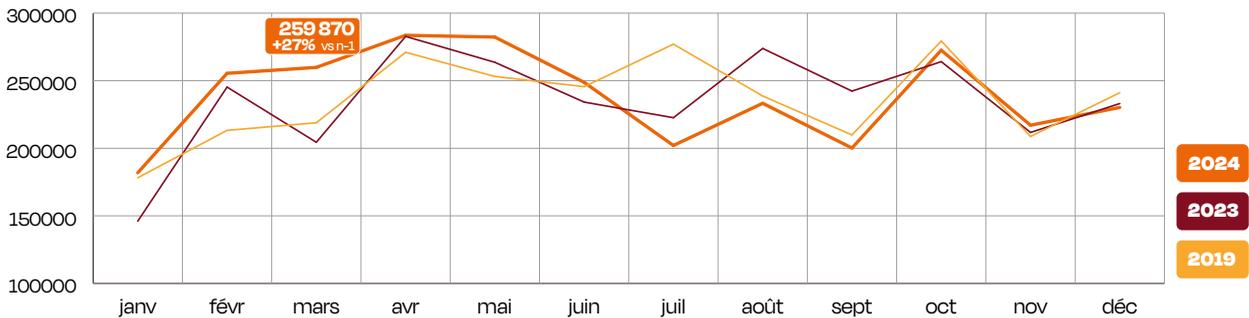
## Fréquentation des musées et attractions touristiques\*

2024 confirme le retour à une fréquentation annuelle identique aux années pré-COVID

**2 867 118** entrées, soit

**+ 2%** vs n-1 et **+ 1%** vs n-4

\*cumul des deux



## Lyon City Card

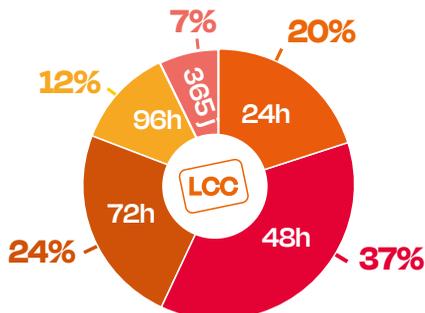
**50 010** cartes vendues et distribuées

**+ 15%** vs n-1 dont **1 485** cartes dématérialisées

**+ 16%**

de cartes **365j/1 an** vendues vs n-1

## Répartition des cartes



## 3 activités

en moyenne réalisées avec la Lyon City Card

## Top 3 des activités incluses dans la LCC

1. Les Bateaux Lyonnais

2. Musée des Confluences

3. Musée des Beaux-Arts



## Musées

**1 968 266** visiteurs

**+ 6%** vs n-1

1. Musée des Confluences

2. Musée des Beaux-Arts

3. Musée Cinéma & Miniature

4. Lugdunum-Musée

5. Musée d'Art Contemporain

## Attractions touristiques

**899 005** visiteurs

**- 4%** vs n-1

1. Aquarium de Lyon

2. Les Bateaux Lyonnais

3. Mini World Lyon

4. Visites guidées ONLYLYON Tourisme

5. Planétarium

## Visites guidées



**84 381** personnes guidées

**+ 6%** vs n-1

**+ 6%** de dossiers de visites  
en groupe confirmés vs n-1

1. Le Vieux-Lyon en 1 heure

2. De Bellecour au Vieux-Lyon

3. Les traboules de la Croix-Rousse et le mur  
des Lyonnais célèbres

4. Au cœur du quartier Vieux-Lyon

5. Du Vieux-Lyon à la place des  
Terreaux, au fil du temps

## Partenaires boutique visiterlyon.com



**30** partenaires



**140** activités



**32 532** participants,

**- 2%** vs n-1

1. Les Bateaux Lyonnais

2. Lyon City Tour

3. Visites du Jardin de rocaille de l'Ermitage

4. Visites insolites par Cybèle

5. Visites Audioguidées Rewind

## Journée Visitez Lyon : 13 avril 2024

1 journée, 30 façons de découvrir Lyon

**1 journée** de visites et activités à **- 50%**

à pied, en segway, en vélo électrique...

Visiter  
Lyon

**7<sup>e</sup>** édition

**646** participants

**14** thèmes de visites

**15** partenaires





# Évènements

2024 a été une **très belle année pour l'évènementiel grand public**, portée en particulier par les mégas concerts au Groupama Stadium et à la toute nouvelle LDLC Arena, mais aussi par les temps forts réguliers de la destination, du Lyon Street Food Festival à la Biennale d'Art Contemporain.

La compétition mondiale des métiers **Worldskills** a également été un moment clé de l'année, faisant découvrir Lyon à des compétiteurs et leurs accompagnants de plus de 70 pays et régions.

## Focus

### 47<sup>e</sup> compétition mondiale des métiers

du 10 au 15 septembre 2024

**1 400** compétiteurs

**+ de 70 pays** pays et régions représentées

**59** métiers en compétition

**37** médailles pour la France



### Jeux Olympiques et Paralympiques 2024

le 26 août 2024

#### Passage de la flamme paralympique

place Bellecour qui ouvre trois jours de festivités autour des Jeux Paralympiques

**11 matchs de football** accueillis du 24 juillet au 9 août au **Groupama Stadium**



## Les grands concerts

Une tendance grandissante, le tourisme musical

### Record d'affluence (nbre de spectateurs)

#### Au Groupama Stadium

**Taylor Swift** (2 et 3 juin): **+ de 117 000**

**Coldplay** (22, 23 et 25 juin): **+ de 160 000**

#### À la LDLC Arena

**Dadju et Tayc** (3 oct. 2024): **+ de 15 000**

**Justin Timberlake** (6 et 7 sept.): **+ de 26 000**

Show sportif :

**WWE Blacklash & Smackdown** (3 et 4 mai): **+ de 22 000**

**+ de 90%**

TO hôtellerie  
8 nuits en juin  
[concerts à Lyon]



Taylor Swift au Groupama

# Les événements qui font vivre la destination

## Fête des Lumières

**2 millions** de visiteurs

**25<sup>e</sup>** édition

**4** jours de fête

**32** œuvres artistiques



## Nuits Sonores

**108 000** festivaliers

**21<sup>e</sup>** édition

**5** jours et **5** nuits de festival

**150** artistes



## Nuits de Fourvière

**165 000** spectateurs

**120** représentations

**13** lieux dans toute la métropole

**136** ateliers



## Biennale d'Art Contemporain

**285 000** festivaliers

**16<sup>e</sup>** édition

**280** œuvres

**80** artistes



## Festival Lumière

**180 000** spectateurs

**157** films diffusés

**9** jours de cinéma

**38** salles de cinéma et de spectacles de la métropole



## Lyon Street Food Festival

**52 000** festivaliers

**8<sup>e</sup>** édition

**4** jours de fête

**120** cheffes et chefs





# Tourisme d'affaires

En 2024, le secteur des évènements a atteint **une certaine stabilité**, les opérateurs du MICE s'étant adaptés aux nouvelles structures des entreprises. Depuis la pandémie, **l'évènementiel est devenu crucial** pour préserver la cohésion et la motivation des équipes, notamment avec l'essor du travail à distance. **Les entreprises privilégient des animations ludiques et responsables**, en accord avec les principes de la RSE. Toutefois, elles doivent faire face à une augmentation des prix, conséquence de l'inflation et des coûts accrus liés à la transition vers une économie plus durable.

Les **salons professionnels connaissent une reprise**, dépassant les niveaux d'avant la pandémie en termes d'exposants et de surface d'exposition, bien que le nombre de visiteurs soit légèrement inférieur à celui de 2019. Le segment des **congrès associatifs** a subi des reports ces trois dernières années, mais une **normalisation** est constatée depuis 2023, avec le **retour de la participation internationale**.

Les **dépenses des congressistes sont considérables**, l'hébergement représentant une part significative de leurs coûts, selon une étude réalisée par Coésio <sup>(1)</sup>.

## Observatoire du tourisme d'affaires\*

[Données issues de nos partenaires Cité Centre de Congrès, Halle Tony Garnier, Eurexpo Lyon et Université de Lyon.]

### Evènements accueillis

**220** évènements, soit **+ 4,8%** vs n-1

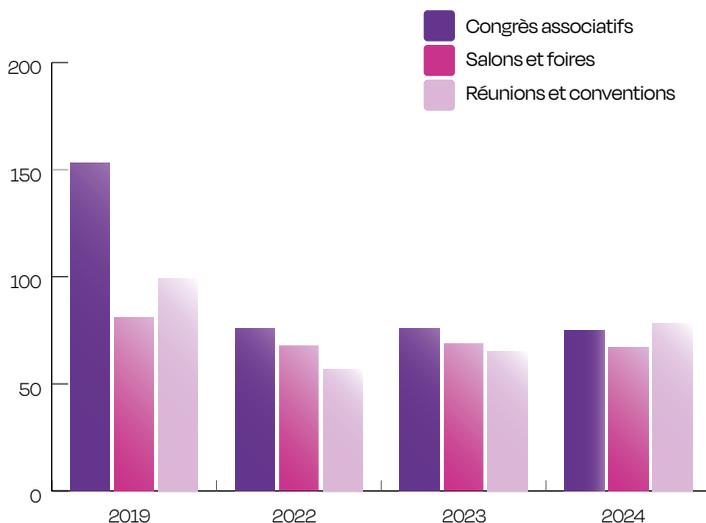
dont : **23%** de congrès associatifs, réunions, conventions de plus de **1 000** participants.

**5** salons et foires ayant accueilli plus de **50 000** visiteurs chacun

**17** évènements ayant bénéficié de l'accompagnement **Welcome by ONLYLYON**



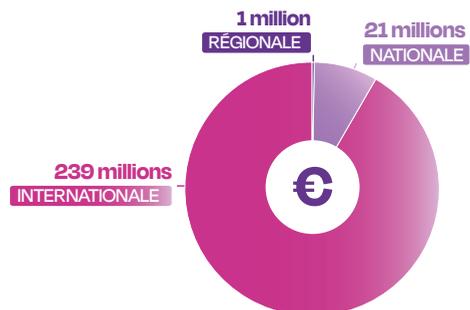
### Répartition des évènements par typologie



### Retombées économiques

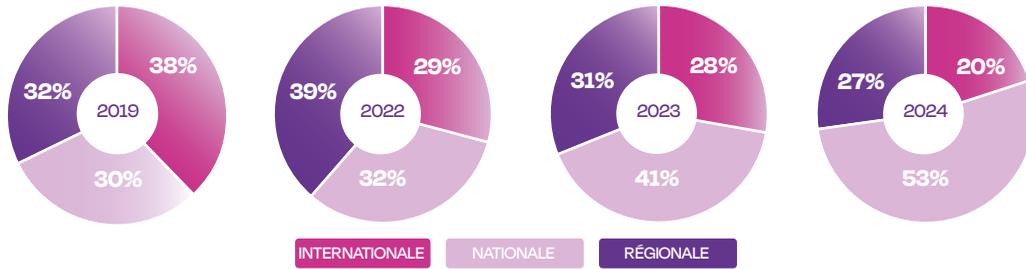
**261 millions** d'euros\*  
de dépenses pour les congressistes

<sup>(1)</sup> source : étude des retombées économiques de l'activité d'accueil de congrès en France par Atout France, Coésio et Unimev]



\* Hors transport à destination et dépenses liées à l'organisation du congrès

## Audience des évènements



## Durée moyenne de séjours (en nbre de jours)

### Congrès

Nationaux **2,86** jours  
Internationaux **4,08** jours

### Réunions et conventions

Régionales **2** jours  
Nationales **1,67** jours

## Un Centre des Congrès labellisé et engagé

**- 20%** de déchets vs n-1

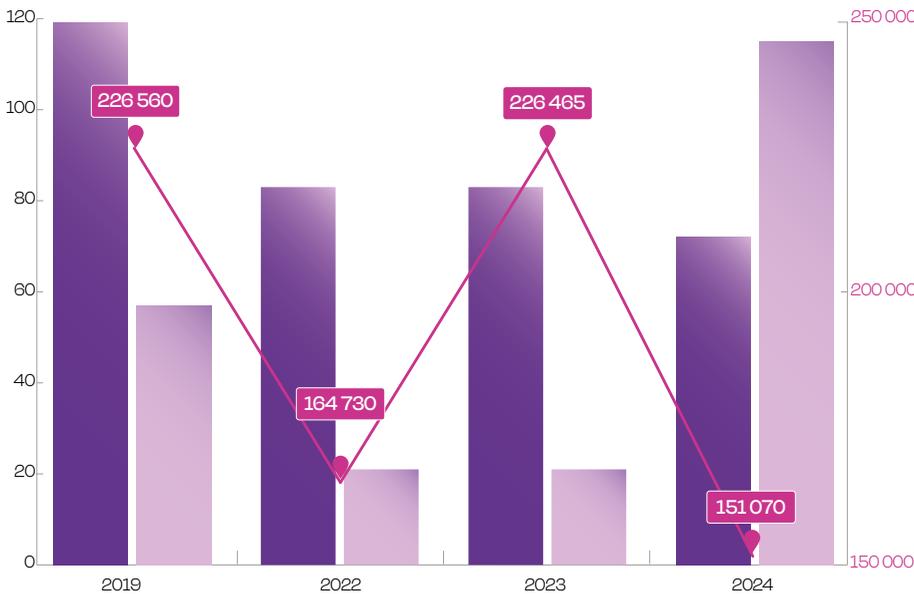
**57%** de taux de tri, soit **+ 8 pts** vs n-1

- Suppression des bouteilles en plastique
- Limitation de l'utilisation de la vaisselle à usage unique et de la moquette
- Lutte contre le gaspillage alimentaire : **12 047** repas redistribués auprès d'associations  
**12 tonnes** de biodéchets collectés



## Perspectives

### Journées congressistes et nombre de dossiers



### Retombées économiques

**53,7 millions**  
d'euros\*  
d'ici **2028**

[source : étude des retombées économiques de l'activité d'accueil de congrès en France par Atout France, Coésio et Unimev]

- Nombre de dossiers ouverts
- Nombre de dossiers gagnés
- Journées congressistes gagnées

[Données : activité du Bureau des Congrès et des Salons]



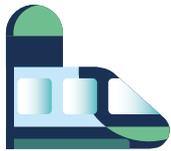
# Transports

Lyon confirme son rôle de hub ferroviaire en renouvelant ses actions de promotion autour de l'**accessibilité en train** via ses opérations « **Lyoncomotive** », l'objectif étant de **réduire le bilan carbone des déplacements touristiques** des visiteurs. En 2024, la barre des 60 millions de voyageurs dans les gares a été dépassée.

Sur place, plus de la moitié des visiteurs **favorisent les transports en commun pour se déplacer** démontrant un peu plus l'importance des mobilités douces.

Le **cyclotourisme** continue d'augmenter avec plus de 1 200 km de réseau cyclable.

## Venir à Lyon



### En train

**36%** des touristes **privilégient** <sup>(1)</sup> le train à tout autre moyen de transport pour venir à Lyon

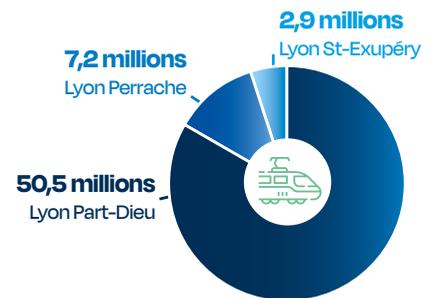
**+ de 60 millions** de voyageurs\*, soit **+ 9%** vs n-1



<sup>(1)</sup> Enquête réalisée d'octobre 2023 à septembre 2024 auprès d'un panel de 5 024 touristes venus sur la destination.

\* Source : SNCF Gares et connexions]

### Répartition par gare (en millions de voyageurs)



## En avion

**10,5 millions** de passagers

**5,2 millions** d'arrivées à Lyon

**77,9%** de trafic international



**126** destinations directes dans **41** pays différents

**45** compagnies aériennes

**37** aéroports desservis au moins une fois par jour

[Source : Aéroports de Lyon]



## En Rhônexpress

Gare TGV et Aéroport Lyon St-Exupéry <-> centre-ville

**1,5 million** de voyageurs, soit

**+ 8,6%** vs n-1

**+ 11%** de trajets/jours

**30**  
minutes

**7/7**  
jours

**139**  
trajets/j

**04:25**  
**00:00**  
horaires

[Source : TCL]

## Se déplacer dans Lyon

### Transports en Commun Lyonnais



**1<sup>er</sup>** réseau de France, hors Paris

**2 millions** de voyages/jour

**530 000 abonnés** soit 1/3 des habitants du territoire

**72** communes desservies par :

4 lignes de **métro** dont 2 automatiques et 42 stations

2 lignes de **funiculaire** entièrement modernisées

7 lignes de **tramway** soit 77 km de lignes

+ de **130 lignes de bus et trolleybus** soit 1 000 véhicules

#### Nouveauté 2024

Remplacement du ticket papier par le ticket rechargeable

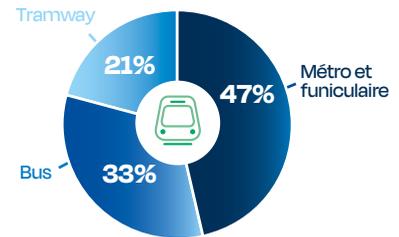
#### 50 ans !

En 2024, le métro lyonnais a fêté les 50 ans de la mise en service du premier tronçon de la ligne C

# 56%

**des touristes privilégient** les transports en commun pour se déplacer dans Lyon <sup>(1)</sup>

### Répartition par mode de transports (en nombre de voyages)



[Source : TCL]

## Vélo

Un moyen de déplacement à part entière pour les habitants de la métropole

**9,8 millions** de locations de **Vélo'v**, soit **- 3,2%** vs n-1

**92 500 abonnés**, soit **+ 5%** vs n-1

**2<sup>e</sup> parc** de vélos en France : **429** stations sur **22** communes

**5 000** vélos dont **50%** e-Vélo'v



[Source : Vélo'v]

## Cyclotourisme



**1 215 km** de réseau cyclable, soit **+ 3%** vs n-1

**2 véloroutes** : la Viarhona et la Voie Bleue

**60 structures** labellisées Accueil Vélo, soit **+ 7%** vs n-1

## Voiture et autopartage

**1 000** voitures en autopartage sur la métropole

**3** services d'autopartage labellisés

+ de **40 000 utilisateurs** pour un total de **417 000 trajets** sur la plateforme de covoiturage *En Convoit Rendez-Vous*

Des voies dédiées et réservées au covoiturage sur la M6-M7



[Source : Métropole de Lyon]





# Nos actions pour la destination

En 2024, les différentes équipes qui composent ONLYLYON Tourisme et Congrès ont contribué chacune à la promotion de notre destination et à l'accueil de nos visiteurs, qu'ils soient locaux, nationaux ou internationaux.

Plus de **100 000 visiteurs** ont été accueillis et renseignés par nos équipes, près de **190 000 magazines à la lyonnaise** ont été distribués, **130 000 abonnés qualifiés** à notre CRM de destination ONLYLYON Expérience ont reçu de l'information régulière sur notre destination, **24 démarches d'écolabellisations** ont été financées par ONLYLYON Tourisme et Congrès pour nos partenaires, **plusieurs millions de personnes** ont été touchées par nos différentes campagnes de promotion digitale de Lyon, **285 journalistes** français et internationaux ont été accueillis ou rencontrés à Lyon et à l'international, **des centaines de posts** ont été publiés sur les réseaux sociaux pour promouvoir Lyon et sa métropole, **19 campagnes de promotion** grand public ont été menées.

## Nos missions

- Un tourisme plus responsable page 20
- Valoriser l'offre de la destination page 22
- Promouvoir la destination auprès des professionnels du tourisme, de la presse et du grand public page 24
- Accueillir et informer nos visiteurs page 26
- Animer l'éco-système touristique lyonnais page 28

# Un tourisme plus responsable

ONLYLYON Tourisme et Congrès poursuit le déploiement de sa stratégie pour un tourisme plus responsable. Avec un **taux de 91% de réalisation du plan d'actions 2024** de notre stratégie Tourisme Responsable (2021-2025), **l'engagement** de tout l'écosystème touristique lyonnais se poursuit avec conviction. **L'écolabellisation des hébergements** atteint un niveau jamais égalé sur une année, tout comme l'intérêt porté pour la **labellisation Tourisme & Handicap**.

**Embarquer le plus grand nombre de professionnels touristiques** dans cette transformation de l'offre participe activement et largement à la bascule vers un tourisme plus durable. Un **signal positif** pour la destination.

## S'engager et s'améliorer

### Certification ISO 20121

de l'Office du Tourisme et des Congrès de la métropole pour :

- **l'organisation et l'accueil** de projets et événements professionnels et grand public
- **sa mission de promotion** de la destination

Audit de suivi de la certification obtenu en avril 2024



### Lyon dans le top 20

au classement des destinations responsables

### Classement GDS index

GLOBAL DESTINATION SUSTAINABILITY INDEX

Score **80%**



### Empreinte carbone

d'ONLYLYON Tourisme et Congrès scope 2 pour l'année 2022 (analyse 2024 programmée en 2025)

Analyse et réduction de nos impacts carbonés : éditions, déplacements, chauffage...

**198** tonnes éq. CO<sub>2</sub>, soit **- 24%** vs n-3



### Mobilisation interne

**Obtention du label Engagé RSE** : évaluer la maturité des démarches RSE des organisations sur la base de l'ISO 26000.

Audit de suivi en juin 2024

**100%** des effectifs de l'Office du Tourisme **formés et sensibilisés** au tourisme responsable



LE COLLECTIF



### Une équipe interne dédiée à la RSE

**12 salariés interservices engagés** dans une démarche interne d'amélioration continue

## Accompagner les socioprofessionnels

### Former les équipes

**24** démarches d'écotourisme de nos adhérents accompagnées et financées à **80%** par l'Office de Tourisme

**6** rendez-vous Tourisme Responsable et **121** participants

- Accompagnement labellisation Clef Verte
- Accompagnement labellisation Tourisme et Handicap
- Atelier Fresque du Climat
- Sensibilisation Diversité et Inclusion
- Mesurer son empreinte carbone
- Accueillir les publics à besoins spécifiques



## Déployer sur la destination la dynamique de labellisation



**66** établissements **Clef Verte** et **1** hébergement **Ecolabel Européen**



**11** prestataires événementiels certifiés ISO 20121



**257** structures labellisées **Engagé à Lyon** porté par la ville de Lyon



**60** structures labellisées **Accueil Vélo**



**700** points d'eau publics référencés et **115** lieux partenaires **Gourde Friendly**

## Embarquer la destination dans un tourisme inclusif

### Promotion et accompagnement des adhérents autour du label Tourisme & Handicap

**Financement à 100%** du processus de pré-audit

**Appui conseil pour 16 candidats** à la labellisation Tourisme et Handicap

**2** établissements labellisés :

- ibis Carré de Soie et Novotel Lyon Centre Confluence Bord de Saône

**14** établissements en cours de labellisation

**30** professionnels formés aux pratiques d'accueil des publics à besoins spécifiques



# Valoriser l'offre

Promouvoir l'offre du territoire à destination de ses visiteurs comme de ses habitants est **une des missions phares** d'ONLYLYON Tourisme et Congrès, avec des **résultats à la clé** pour l'année 2024.

La destination a communiqué sous les marques **ONLYLYON, Visiter Lyon et À la lyonnaise**, avec des contenus **engageants et impactants**, que ce soit via des emailings, ses réseaux sociaux ou son magazine trimestriel.

## visiterlyon.com

### Site vitrine de la destination et boutique

regroupant la vente de nos visites guidées, Lyon City Card et produits partenaires

**4,4 millions** de visites,

soit **+ 38%** vs n-1

**Objectifs** → améliorer les ventes et la transformation du trafic en achats



[visiterlyon.com](https://visiterlyon.com)  
[boutique.visiterlyon.com](https://boutique.visiterlyon.com)  
[alalyonnaise.fr](https://alalyonnaise.fr)

## à la lyonnaise



Un magazine trimestriel gratuit

**de 40 000 à 50 000 ex**

par édition en français et anglais

**+ de 300** points de diffusion sur la métropole de Lyon



Un site [alalyonnaise.fr](https://alalyonnaise.fr)

**178 807** visites,  
soit **+ 48%** vs n-1



@a.la.lyonnaise

**22 656** abonnés,

soit **+ 63%** vs n-1

Meilleure publication :

Réel Visite Guidée de l'Usine des eaux de Caluire-et-Cuire

→ **19 443** interactions

et **237 845** comptes touchés



Une newsletter tous les 15 jours

**25** newsletters envoyées,

**31 679** abonnés, soit **+ 13%** vs n-1

Un taux d'ouverture moyen sur l'année de **45%**



@alalyonnaise

**20 676** abonnés, soit **+ 8%** vs n-1

Meilleure publication : Réel Concert de Taylor Swift

→ **967** interactions

et **252 546** comptes touchés



À la lyonnaise | [Instagram](https://www.instagram.com/a.la.lyonnaise)  
C'est il y a 2 ans, après avoir battu Swift en concert au Grand Stade pour sa tournée mondiale 'The Eras Tour' !  
C'est la seule réaction sur ce... En voir plus

## Nos réseaux sociaux

**f** @officedetourismelyon

**19 087** abonnés,  
soit **+ 328%** vs n-1

Meilleure publication :  
Post *Série de photos partagées  
par une visiteuse*

→ **760** interactions  
et **121 326** comptes  
touchés



**in** @ONLYLYON Tourisme et Congrès



**24 133** abonnés,  
soit **+ 8%** vs n-1

Meilleure publication :  
Post *Lancement de la Fête des  
Lumières 2024*

→ **20 063** impressions

## Les réseaux de la marque ONLYLYON

**f** @LyonFrance

**1 593 989** abonnés,  
soit **- 2%** vs n-1

**in** @ONLYLYON

**66 278** abonnés,  
soit **+ 5%** vs n-1

**ig** @onlylyon

**165 325** abonnés,  
soit **+ 3%** vs n-1

**td** @onlylyon\_officiel

**110 082** abonnés,  
soit **+ 20%** vs n-1

## ONLYLYON Expérience : CRM de destination

**127 788** abonnés

→ **18** messages automatisés avec un taux d'ouverture moyen de **52%** composent différents cycles de communication digitale en fonction du parcours client

Ex : communication suite à l'achat d'une Lyon City Card au Pavillon du Tourisme

→ **43** campagnes envoyées dont **22** newsletters en 2024

→ **51%** : taux d'ouverture moyen sur l'année, **+ 6 pts** vs n-1

**" Découvrir Lyon  
et la métropole  
à pied "**

Article le plus cliqué  
**2 246** clics



# Promouvoir la destination

Le service promotion a poursuivi en 2024 son opération **Lyoncomotive**, action commune aux trois marchés grand public, presse et professionnels du tourisme. Ce plan d'action de soutien au **tourisme en train** s'adresse à nos clientèles nationales comme européennes, disposant de lignes reliant Lyon.

En parallèle de cette opération fil rouge, **le nombre d'accueils de professionnels** du tourisme comme de journalistes **a explosé en 2024**, soulignant l'attractivité de notre destination.

Enfin, les **campagnes de notoriété et conversion** en ligne se sont **démultipliées**, permettant de séduire un public toujours plus large.

## La Lyoncomotive

### Une opération phare pour promouvoir Lyon

Cible : les villes accessibles en train depuis Lyon

2 étapes en 2024 : Paris et Barcelone

**32** partenaires lyonnais présents

**126** professionnels du tourisme de loisirs et d'affaires rencontrés

**39** journalistes présents

**11 683** participations aux jeux concours grand public

**633 945** personnes touchées

**4 459** inscriptions aux newsletters ONLYLYON Expérience



Paris - 14 mars 2024 :

**98** tour opérateurs présents

Barcelone - 28 novembre 2024 :

**17** tour opérateurs présents

## Des actions auprès des professionnels du tourisme

**327** professionnels accueillis par OLTC lors de **60** éductours

→ Tour opérateurs, agents de voyage, autocaristes, etc.

**11** opérations (salons, démarchages, webinaires...) ayant permis de toucher **343** professionnels



### Top 3

Nationalités reçues en éductour

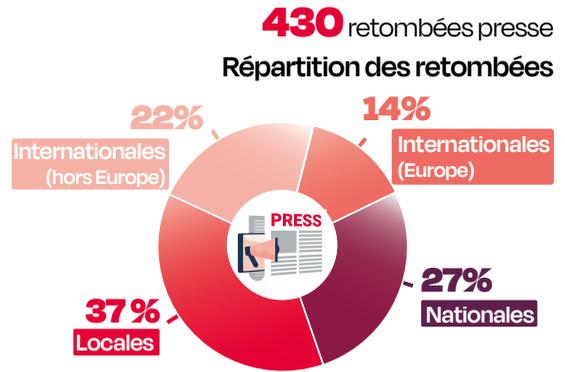
1. Canada : 71 pax

2. Etats-Unis : 55 pax

3. France : 37 pax

## Auprès de la presse

- 300** demandes gérées
- 20** prises de paroles
- 61** interviews
- 75** journalistes accueillis en voyages de presse
- 210** journalistes rencontrés à Lyon et à l'étranger
- 9** participations à des événements presse à l'étranger



## Auprès du grand public

### → les campagnes grand public

- 19 617 422** impressions, soit **+ 77%** vs n-1
- 101 967** réservations / inscriptions / clics
- 5 053** opt in, soit **+ 9%** vs n-1

# + 261%

réservations / inscriptions / clics  
vs n-1

### → Quelques campagnes marquantes :

#### App SNCF Connect avec AURAT (avril-juin)

Notoriété et conversion sur marché France

**1 202 003** impressions  
et **2 550** ventes



**184K** impressions  
**1,6%** taux d'engagement

#### Tripadvisor avec AURAT (sept. - oct.)

Notoriété et conversion sur marché UK

**1 186 334** impressions et **2 521** clics des encarts dédiés

**12 721** impressions et **11 794** visiteurs pour la page *City break in Auvergne-Rhône-Alpes*

**314 927** impressions des social ads

#### KLOX (juin-juillet)

Visibilité et conversion auprès de la GenZ

**25 079** clics vers la page [visiterlyon.com](http://visiterlyon.com)

**556 096** vues de la vidéo

**3 240 704** impressions, dont :



**2 666 177**



**364 752**



**208 775**

#### Mollow (juin - sept.)

Contenus

Média spécialisé dans les voyages/city break en train

[mollow.eu](http://mollow.eu) :

**+ de 2,5K** lecteurs (articles blog et page destination)

Reel dédié à Lyon sur @mollow\_fr :

**2,3K** enregistrements, **6K** likes,

**198K** impressions, **Top 15** des contenus



#### Distribution événementielle du magazine À la lyonnaise

**51 200** exemplaires, soit **+ 41%** vs n-1  
**38** opérations

#### Influence

**32** demandes gérées

**16** influenceurs nationaux et internationaux accueillis

# Accueillir et informer

La **fréquentation du Pavillon** place Bellecour est restée **stable** en 2024, avec de beaux pics de visiteurs en juin, à l'occasion des grands concerts, et en septembre pendant la compétition mondiale des métiers, WorldSkills.

Les **clientèles étrangères** ont, une fois encore, été **très présentes**, représentant plus de la moitié des visiteurs avec **les Espagnols** toujours en tête des nationalités accueillies au Pavillon.

Hors les murs, le réseau des **39 points d'accueil labellisés** a permis de diffuser plus de 176 000 documentations touristiques sur l'ensemble du territoire.

Un accueil dans et hors les murs toujours **salué et recommandé** par nos visiteurs.

## Au Pavillon de l'Office du Tourisme

Un accueil reconnu :



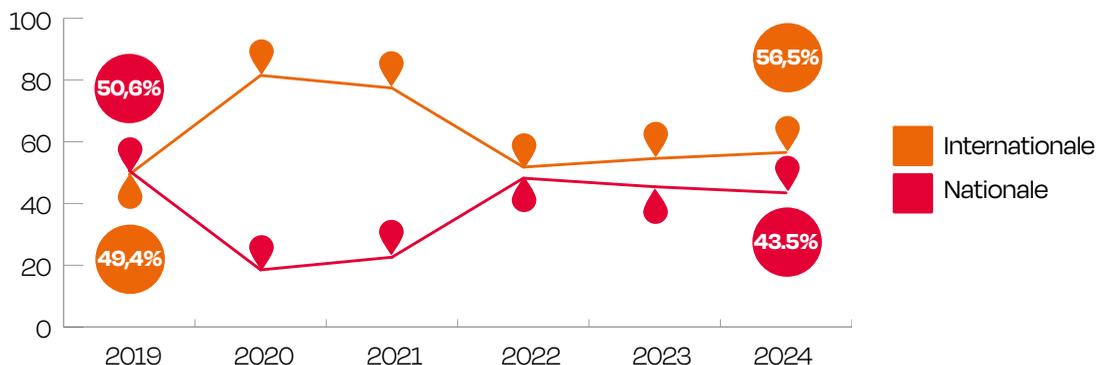
4,6 /5 et



4,3 /5



### Part de la clientèle nationale et internationale



### Top 5 des nationalités accueillies au Pavillon

1. Espagne	15%
2. Allemagne	12%
3. Etats-Unis	11%
4. Royaume-Uni	10%
5. Italie	7%

**43%** de visiteurs français renseignés dont :

→ **16%** de la métropole

→ **15%** de la région

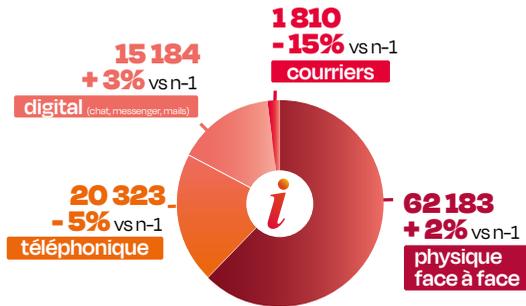
Auvergne-Rhône-Alpes hors métropole

## Nombre de contacts qualifiés

**99 500** visiteurs renseignés, *soit*

**identique** vs n-1

→ Pavillon, courriers, appels, chat, messenger, mails



## Hors les murs

### Accueil mobile de juin à septembre

**3** conseillers séjour mobiles

→ Conseil et médiation habitants/visiteurs dans les rues du Vieux-Lyon à l'appui d'un triporteur

**4 890** personnes renseignées,  
*soit* **+ 95%** vs n-1



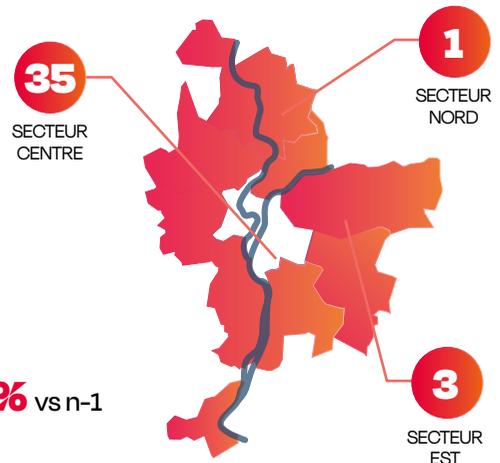
### Accueils labellisés dans la métropole

**L'ensemble** des mairies de la métropole ainsi que :

**39** partenaires *dont* : **4** gares  
**2** centres commerciaux  
**20** parkings LPA  
**3** musées

**74** personnes formées pour renseigner les visiteurs, *soit* **- 36%** vs n-1

**176 853** documents diffusés *dont* **108 400** plans



### Greeters\* de la métropole

**77** Greeters, *soit* **+ 7%** vs n-1

**469** demandes, *soit* **- 13%** n-1

**292** balades, *soit* **+ 2%** vs n-1

**662** personnes accueillies, *soit* **- 6%** vs n-1



[\*Mettre en relation des visiteurs qui souhaitent explorer une ville et des habitants désireux de la faire découvrir de manière conviviale, personnalisée et gratuite]

# Animer l'éco-système touristique

ONLYLYON Tourisme et Congrès a fédéré en 2024 un réseau de **plus de 600 adhérents**, professionnels du tourisme, de la culture ou de l'évènementiel qui choisissent de s'associer à notre structure et de **faire vivre à nos côtés la destination**.

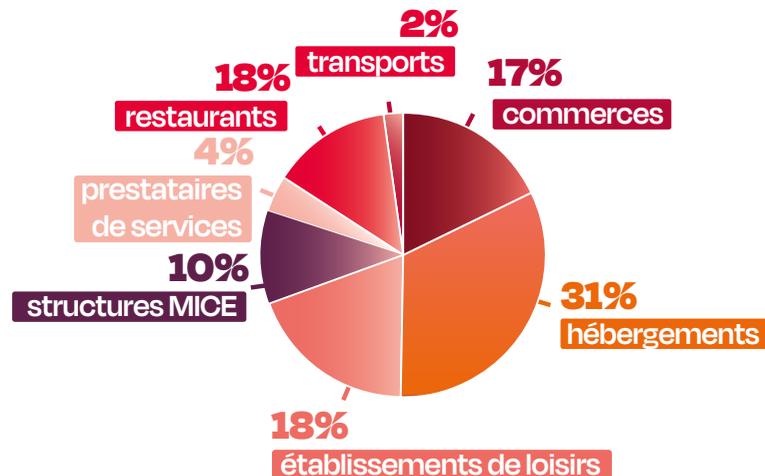
Ces 628 adhérents ont pu **bénéficier de formations**, de mises en avant sur nos **supports** et de **rendez-vous** dédiés, pour **s'informer ou échanger entre pairs**.

Au programme de ces rendez-vous notamment des formations pour s'engager dans une démarche plus responsable (fresque du climat, écolabellisation...) ou des actions conjointes pour valoriser les métiers du tourisme, avec la deuxième édition du RHEVE Festival.

## Un réseau d'adhérents

**628** adhérents à ONLYLYON Tourisme et Congrès, **soit + 3%** vs n-1

### Répartition par secteur d'activité



Des professionnels provenant de secteurs d'activité liés au tourisme et qui participent à la dynamique de la métropole lyonnaise à nos côtés.

## Rendez-vous organisés par ONLYLYON Tourisme

**1 024** participants au total, **soit + 66%** vs n-1

**18** opérations organisées à destination des socioprofessionnels du tourisme dont **3** déjeuners de networking et **3** visites guidées offertes à nos adhérents



Visite : le quartier Bellecour

## Du contenu dédié

### Newsletter Le Petit Journal

**1 930** abonnés  
**19** newsletters avec un taux d'ouverture moyen de **39%**  
 soit **+ 2 pts** vs n-1

### Baromètre mensuel de l'activité de la destination :

#### Flash Tourisme

**1 206** abonnés  
**9** newsletters avec un taux d'ouverture moyen de **32%**

Inscrivez-vous au  
 baromètre  
 Flash Tourisme



## Des actions de valorisation de l'emploi dans le secteur du tourisme

### RHEVE Festival

#### 2<sup>e</sup> édition du festival des métiers

**Objectif :** mettre un **coup de projecteur** sur le secteur de l'hôtellerie, la restauration et l'évènementiel



**Co-organisé** avec la Métropole de Lyon, la Maison Métropolitaine d'Insertion pour l'Emploi (MMIE)

### Cibles

- Les jeunes en orientation, leurs parents ou les enseignants
- Les personnes en reconversion, en recherche d'opportunités professionnelles ou de formation
- Les apprentis du secteur, les étudiants et tous les curieux

**2 200** participants, soit **+ 50%** vs n-1

**4 jours** d'animations gratuites et ludiques pour tester ces métiers

**70 professionnels** engagés

**+ de 50 lieux** dans toute la métropole

## Un festival né à Lyon



Revaloriser les métiers pour attirer les jeunes



**3<sup>e</sup> édition**  
**5-8 février 2025**

# Une destination qui rayonne

## Les grands classements

### Tourisme d'affaires

#### Lyon 1<sup>er</sup> destination française après Paris au classement mondial des villes de congrès ICCA

Mai 2024

Championne du tourisme d'affaires, Lyon a été une nouvelle fois référencée comme 2<sup>e</sup> destination française et 30<sup>e</sup> mondiale pour l'organisation de congrès par ICCA (International Congress and Convention Association).

### Tourisme Responsable

#### La métropole de Lyon confirme son bon classement au GDS Index

Octobre 2024

Lyon maintient sa place dans le TOP 20 du baromètre mondial des destinations responsables, avec une note de 80,16% et une 15<sup>e</sup> place mondiale.

### Gastronomie

#### "The world's best food markets"

#### Lyon, Les Halles de Lyon Paul Bocuse

The Financial Times - Décembre 2024

En intégrant les Halles Paul Bocuse parmi les meilleurs marchés du monde, le Financial Times confirme le statut de capitale française de la gastronomie à Lyon.



## Quelques retombées

### France

**Le Monde** : « À Lyon, la gastronomie élargit son horizon »

### Etats-Unis

**New York Times** : "36 hours in Lyon" (36 h à Lyon)

### Canada

**Toronto Star** : "From 'brain cheese' to bonbons: Understanding France's sensational cuisine through Lyon's history"

(De la cervelle de canuts aux bonbons : comprendre la gastronomie française à travers l'histoire de Lyon)



### Monde

**Lonely Planet** : "How to spend the ultimate weekend in Lyon"

(Comment passer un week-end inoubliable à Lyon)

### Espagne

**Viajes National Geographic** :

"Lyon Deslumbrada" (Lyon éblouit)



### Angleterre

**The Telegraph** : "The 13 best things to do in Lyon"

(Top 13 des choses à faire à Lyon)

### Italie

**Artribune** : "Cosa vedere a Lione: la città che continua a cambiare in meglio"

(A voir à Lyon : la ville qui change sans cesse)

### Allemagne

**Radwelt** : "Voie bleu : Pracht am blauen band"

(Splendeur sur la voie bleue)

### Belgique

**L'Avenir** : « Huit choses à faire à Lyon en 48h »





# Agir ici. Changer demain.



## ONLYLYON TOURISME ET CONGRÈS

Place Bellecour - 69002 Lyon

Tél. +33 (0)4 72 77 69 69

[info@lyon-france.com](mailto:info@lyon-france.com)

-

[www.visiterlyon.com](http://www.visiterlyon.com)

[www.tourisme-different.com](http://www.tourisme-different.com)

