

Note de conjoncture touristique 2026 sur le territoire de Vichy Communauté

Printemps & perspectives été



Vichy Destinations a le plaisir de vous présenter sa note de conjoncture Printemps & perspectives été 2026 afin de mesurer l'évolution de l'activité touristique sur la destination et des perspectives estivales. Ce travail est le fruit d'une collaboration avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, ADN Tourisme, Allier Bourbonnais Attractivité et divers outils d'observation touristique (Orange Flux Vision (suivi de la fréquentation touristique grâce au bornage des téléphones mobiles) et l'Observatoire mutualisé du locatif - FTO via Liwango (suivi de l'activité des hébergements locatifs commercialisés sur les plateformes numériques)).

Les données de cette note de conjoncture sont également issues du Baromètre conjoncturel d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme / enquête réalisée par G2A Consulting du 13 au 24 juin 2026 auprès d'un échantillon de professionnels / prestataires touristiques représentatif de la répartition de l'offre et de la fréquentation touristique par territoire et par type d'activité (meublés, chambres d'hôtes, campings, hôtels, Hébergements collectifs, restaurants, activités de loisirs, sites touristiques et résidences de tourisme) / 60 répondants sur Vichy Communauté.

Bilan du printemps 2026

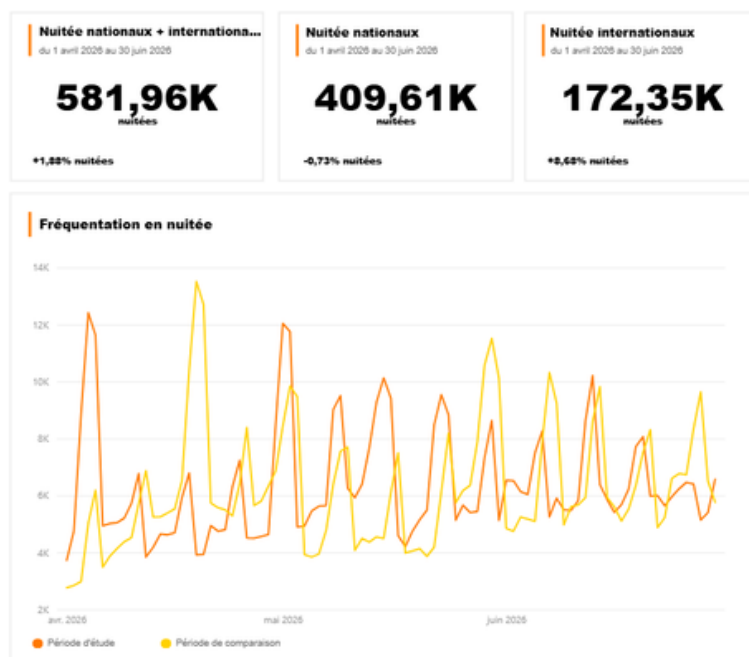
Une fréquentation touristique stable sur le territoire de Vichy Communauté

Orange Flux Vision

Selon les données issues du dispositif Flux Vision – Orange Business, entre le **01/04/26** et le **30/06/26** la fréquentation touristique (séjours marchands et non-marchands) sur le territoire de Vichy Communauté est globalement stable avec une légère progression de **+1.88 %** par rapport à la même période en 2025.

Le mois d'avril a enregistré une baisse de fréquentation (**-4.21%**). En revanche, le mois de mai affiche une forte hausse avec **12%** de progression par rapport à 2025. Le calendrier était particulièrement favorable, les jours fériés ont permis de longs week-ends propices aux départs. Le mois de juin est globalement stable avec une légère baisse de **-2.54%**. Vichy Communauté a donc connu **une tendance positive en amont de la haute saison estivale**.

Cette hausse est tirée par une **belle dynamique internationale** (+8,68 % de nuitées étrangères), qui fait écho au constat régional : les **clientèles nord-européennes** sont particulièrement présentes et contribuent à soutenir la fréquentation partout en Auvergne-Rhône-Alpes. La **clientèle nationale** reste, elle, **quasi stable** (-0,73 %).



Nuitées touristiques marchandes et non marchandes réalisées entre le 01/04 et le 30/06/26 sur le territoire de Vichy Communauté (Flux Vision – Orange Business)

Liwango

Les données issues de l'observatoire mutualisé du locatif *Liwango*, qui analyse les réservations effectuées via les plateformes numériques (Airbnb, Abritel, Booking...), suivent la même tendance que Flux Vision :

- **Avril 2026** : 11 505 nuitées réservées avec un **taux d'occupation de 41%** (contre 44 % en 2025).
- **Mai 2026** : 15 679 nuitées réservées avec un **taux d'occupation de 55 %** (contre 46% en 2025).
- **Juin 2026** : 14 095 nuitées réservées avec un **taux d'occupation de 50 %** (contre 48 % en 2025).

Les Offices de Tourisme

Au printemps 2026, les Offices de Tourisme de Vichy Communauté ont accueilli **19 611 visiteurs**, soit une **baisse globale de -13 % par rapport à 2025**.

- Vichy reste le principal pôle d'accueil avec **16 547 visiteurs** sur la période.
- Châtel-Montagne enregistre le même nombre de visiteurs qu'en 2025 sur la période, soit 1 300 visiteurs.
- Le point d'accueil de Billy affiche un repli de fréquentation, avec **1 700 visiteurs**, contre 2 200 visiteurs en 2025.

Ce repli des passages en Office de Tourisme n'est pas nécessairement le signe d'une moindre activité touristique : il peut aussi traduire un report vers les outils numériques (site internet, billetterie en ligne, réseaux sociaux, applications).

Perception des professionnels : un printemps globalement positif selon les périodes et secteurs

D'après les résultats du Baromètre conjoncturel d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme (enquête auprès de 60 prestataires touristiques de Vichy Communauté) :

- **57%** des professionnels interrogés qualifient la fréquentation du printemps de **bonne à très bonne**, avec des disparités selon les périodes et secteurs. Un niveau proche, voire supérieur, à la satisfaction moyenne enregistrée à l'échelle régionale ce printemps (52 % de professionnels satisfaits).
- **42%** des répondants ont observé une **baisse de fréquentation sur les vacances de printemps**.
- En revanche, les **ponts du 1er mai, 8 mai et Ascension** ont été globalement satisfaisants, avec une stabilité de la fréquentation pour 40% des répondants.

Des disparités apparaissent selon les secteurs d'activité :

- Les répondants **hôteliers** estiment à **44%** que la fréquentation printanière a été très mauvaise.
- En revanche, sur l'hôtellerie de plein air, **60%** des répondants estiment que la période a été bonne.
- Nous observons des disparités chez les **restaurateurs**. **30%** des répondants jugent cette période très bonne, et 57% très mauvaise.

Une stabilité de la clientèle régionale et nationale

- **50%** des répondants estiment que la fréquentation des **clientèles régionales et nationales** est restée **stable** sur la période.
- Concernant les clientèles européennes, les pays les plus représentés au printemps 2026 sont l'Allemagne pour 62% des répondants, la Belgique (53%), le Royaume-Uni (49%), la Suisse (41%) et les Pays-Bas (40%).

Une baisse des dépenses touristiques

50 % des professionnels estiment que les **dépenses** de leur clientèle sont **en baisse** par rapport à celles de 2025. Cette baisse des dépenses est davantage observée chez la clientèle française. Les dépenses semblent plutôt stables chez les clientèles étrangères.

Des temps forts au printemps sur le territoire de Vichy Communauté

La **programmation événementielle** du printemps (Festival de Scrabble, Rassemblement national malgache, Vichy Fête Napoléon III, ...) ainsi que le lancement du **Grand Cabaret** ont donné le coup d'envoi de la saison touristique. A Vichy, habitants et touristes ont également pu se réapproprier un Parc des Sources flambant neuf, des kiosques rafraîchis pour se restaurer et ont pu redécouvrir le Casino Partouche entièrement rénové.

Les actions de commercialisation de Vichy Destinations

Dès le début du printemps et comme l'année passée, Vichy Destinations en partenariat avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, a mené des **campagnes de commercialisation ciblées** (SNCF Connect, TripAdvisor, Voyage Privé, Komoot) avec l'objectif de renforcer l'attractivité de la destination **citybreak**, stimuler les séjours loisirs et les retombées économiques, tout en allongeant la durée moyenne des séjours.

Un nouveau plan de communication pour la destination

Vichy Destinations a par ailleurs déployé, à partir du 10 juin 2026, un vaste plan de communication porté par la campagne « **Explorez tout un monde, visitez Vichy** », confiée à l'agence Notchup. Le dispositif d'affichage couvre 16 villes, avec une forte présence parisienne (650 faces en kiosques et dans les couloirs du métro) et plus de 50 000 magazines distribués sur l'ensemble de ces territoires. Un premier pas vers la promotion à l'international se dessine avec une diffusion complémentaire à Genève, Bruxelles et Luxembourg, ainsi qu'une visibilité dans le magazine EnVols d'Air France. La campagne se prolonge sur le digital tout au long de la saison (Facebook, Instagram, YouTube), avec des formats vidéo et un ton volontairement décalé pour surprendre et renouveler l'image de la destination - une stratégie qui capitalise sur l'inscription de Vichy au patrimoine mondial de l'Unesco en 2021 et sur l'achèvement, en 2026, des travaux de rénovation du parc des Sources, cœur du bien classé.



Prévisions pour l'été 2026

Des professionnels prudents pour juillet-août

Les professionnels se montrent **globalement prudents** pour la saison estivale. 63 % d'entre eux sont peu ou pas confiants pour la saison estivale. Parmi les facteurs négatifs, 82% soulignent la **baisse du pouvoir d'achat et l'inflation**, 79% la **hausse du coût des carburants** et 20% les **impacts du changement climatique**. Toutefois, 37 % restent optimistes, évoquant notamment l'**attractivité touristique de la région** (53%), les **animations et événements du territoire** (48 %) et la tendance au **tourisme de proximité** (30%).

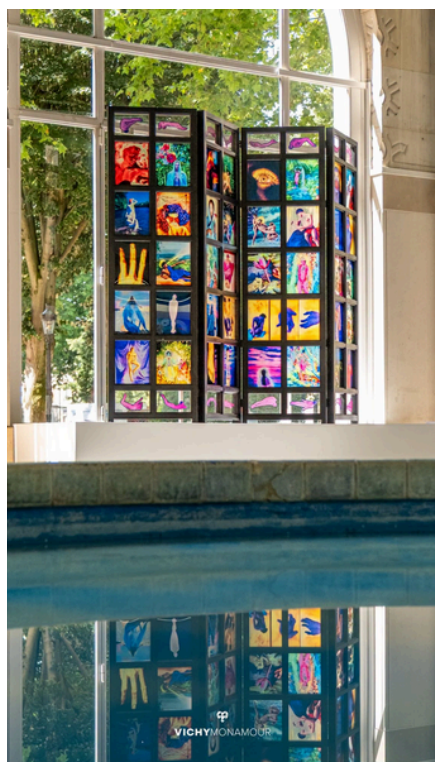
Dans l'ensemble et sur la base de leurs réservations, **56%** des répondants prévoient une baisse de fréquentation en juillet. Les professionnels sont plus optimistes pour le mois d'août, **48%** d'entre eux prévoient une fréquentation stable ou en hausse.

Les Allemands, 1^{ère} clientèle ayant réservé pour cet été

La **clientèle allemande** est la plus présente parmi les réservations étrangères déjà enregistrées cet été (**45%**), suivie des **Belges (44%)** — qui dominent pour la région Auvergne-Rhône-Alpes — et des **Britanniques (40 %)**. Ceci confirme la **stratégie touristique** déployée par la destination.

Moins de difficultés de recrutement saisonnier

Enfin, les **difficultés de recrutement saisonnier** semblent **diminuer** : une grande majorité des professionnels n'ont pas rencontré de problèmes particuliers. Cependant, 50% des hôteliers signalent **encore des difficultés**.



Retrouvez l'ensemble de l'observatoire touristique de la destination sur : [Espace Pro](#)
Baromètre conjoncturel de la Région Auvergne-Rhône-Alpes : [Cliquez ici](#)

Rendez-vous en septembre pour le bilan de l'été 2026 