

Communiqué de presse Point presse du 14 octobre 2026 - Privas

1 - Retour sur la saison (printemps, été, automne), les grands enseignements et les perspectives

Fréquentation touristique globale :

Un repli estival de l'ordre de 8 %. Une bonne tenue du printemps. Un automne qui se maintient à un niveau élevé.

Des écarts qui se creusent entre professionnels. Certains acteurs continuent à bien fonctionner tandis que d'autres sont davantage impactés par la météo, les épisodes de forte chaleur ou les contraintes budgétaires des ménages. Les situations restent très variables selon les territoires et les activités.

Impact climatique et difficultés de pouvoir d'achat sont les principaux facteurs évoqués par les professionnels.

Clientèles françaises

Après des années de fréquentation post covid en forte hausse, on assiste à une érosion des clientèles françaises en 2026, en particulier sur les 2 mois d'été qui perdent 12 % par rapport à la moyenne des 4 dernières années.

La fréquentation du printemps se maintient à un bon niveau, quasi identique aux 4 bonnes années post covid (2022 à 2025) et à un niveau supérieur à 2019.

Au global, la fréquentation 2026 d'avril à août 2026 revient au niveau de 2019.

Les plus fortes baisses sont enregistrées sur les marchés les plus lointains, en particulier Hauts de France et Ile de France, alors que les 2 marchés de proximité Auvergne Rhône-Alpes et PACA progressent par rapport à 2019, dopés par les Bouches du Rhône, l'Isère et l'Hérault qui enregistrent les plus fortes hausses sur les dernières années.

Clientèles étrangères

Allemagne et Suisse sont les marchés les plus dynamiques sur les dernières années.

L'année 2026 marque un repli des clientèles étrangères par rapport aux 4 dernières années (2022 à 2025), et ce malgré une fréquentation de printemps en légère hausse.

Cette baisse est presque entièrement imputable au marché néerlandais avec une perte sur la saison 2026 estimée à près de 400 000 nuitées par rapport aux années de forte fréquentation 2023 et 2024.

Si le marché néerlandais demeure le principal marché étranger en volume, il est désormais talonné par le marché allemand qui progresse par rapport à la moyenne des dernières années, en particulier grâce à ses bonnes performances du printemps.

La Belgique est en légère baisse par rapport aux 4 dernières années.

La Suisse, 4ème marché en volume est en progression constante depuis 2022.

2 - L'Ardèche s'adapte...

Face aux enjeux environnementaux, sociétaux et numériques, Ardèche Tourisme renforce ses actions d'accompagnement auprès des acteurs du tourisme afin d'anticiper les évolutions du secteur et maintenir la compétitivité de la destination :

- La professionnalisation des acteurs sur les questions du tourisme durable se poursuit, avec de nouveaux dispositifs d'accompagnement et de sensibilisation.
- La mobilité avec Ardèche Trip Planner nouveau service web multimodal pour aider les visiteurs à organiser leurs déplacements, en privilégiant les solutions douces et en incluant les transports publics, urbains, les navettes estivales et la pratique du vélo. La solution est développée sur le site de la destination ardeche-guide et via les offices de tourisme. Accessible aujourd'hui à partir du site et de l'application du Département.
- L'accompagnement des pros sur l'IA - « **nourrir l'IA ou être invisible** ».

Sur ce dernier point, l'enjeu est majeur pour la destination, les nouveaux moteurs de recherche basés sur l'IA s'appuient sur des contenus fiables, la visibilité de l'offre touristique ardéchoise dépend de plus en plus de la qualité des contenus mis en ligne.

L'Intelligence Artificielle (IA) regroupe des technologies capables d'analyser des données, d'apprendre et de produire des réponses ou des contenus en imitant certaines capacités humaines (raisonnement, langage, synthèse). Dans notre contexte tourisme, l'IA s'appuie sur les contenus existants pour répondre aux questions des internautes.

L'IA ne remplace pas l'expertise humaine, elle la valorise... si elle est bien formulée.

Un séminaire dédié à ces enjeux sera organisé en décembre, à destination des acteurs touristiques.

3 - La campagne digitale partagée, une stratégie collective au service de la destination

Dans le cadre du plan d'actions partagé 2026, Ardèche Tourisme et dix partenaires touristiques du département ont mené ensemble une campagne de promotion en ligne. Ensemble, ils ont choisi de réunir leurs moyens pour porter une même image de l'Ardèche auprès des clientèles de proximité - Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Occitanie.

Au printemps, les familles en ligne de mire

La campagne s'est adressée aux familles avec enfants, des parents de 35 à 50 ans en quête de vacances actives : activités de pleine nature, loisirs récréatifs et lieux de visite ludiques. L'objectif était de donner envie de passer en Ardèche les week-ends et ponts de mai et juin.

« *Ardèche, sans filtre* » : la campagne joue sur les codes des réseaux sociaux. À la question « Ajouter un filtre ? », elle répond « Inutile », pour montrer une Ardèche dont les paysages et les moments en famille n'ont pas besoin d'être retouchés pour donner envie.

À l'automne, place à la déconnexion

La campagne a visé une clientèle adulte voyageant sans enfants, en recherche de calme, de détente et d'expériences gourmandes et culturelles. Elle incitait à la réservation sur les week-ends et les vacances d'octobre et de novembre.

« *Ardèche en mode avion* » : la campagne reprend le « mode avion » du téléphone, symbole de la coupure avec les sollicitations du quotidien, pour présenter l'Ardèche comme l'endroit où l'on décroche vraiment.

5,5 millions d'affichages, plus de 90 000 consultations

Les pages de la campagne sur ardeche-guide.com ont été consultées environ 42 000 fois sur cette période de printemps et 51 000 fois sur cette période d'automne.

Plus d'info :

<https://pro.ardeche-guide.com/campagne-digitale-partagee-une-demarche-collective-au-service-de-la-destination/>

Des outils numériques performants au service du territoire, quelques chiffres de la destination sur le web :

L'écosystème digital de la destination

DES SITES WEB

 www.ardeche-guide.com Site amiral de la destination Français • Anglais • Version presse • Version groupes	 www.passerelles-patrimoines-ardeche.com Site dédié au public scolaire
---	--

LE PORTAIL DE LA DESTINATION EN 2026

 1,5 million de visiteurs	 2,8 millions de pages vues	 75 % du trafic sur mobile	 10 000 sessions via l'IA (ChatGPT ou Google Overview)
 UNE PLACE DE MARCHÉ PARTAGÉE + de 4 M€ de volume d'affaires en 2026		 36 000 transactions	

4 - Des événements majeurs d'automne accompagnés par Ardèche Tourisme

- Les Villages de caractère d'Ardèche® fêtent leurs 30 ans

Ce label, qui rassemble aujourd'hui 21 villages, valorise le patrimoine, améliore les cadres de vie et renforce l'attractivité touristique de l'Ardèche. Animé par Ardèche Tourisme, il contribue à préserver l'authenticité des villages tout en favorisant leur dynamisme économique, culturel et résidentiel.

Le Plan tourisme « Destination Ardèche 2024-2028 » a confirmé l'importance du label ainsi que l'enjeu de son déploiement. Un partenariat entre Ardèche Tourisme et le C.A.U.E. de l'Ardèche permet d'accompagner les initiatives et notamment les candidatures. Les Offices de Tourisme s'impliquent eux aussi dans la valorisation de ces villages et se sont mobilisés pour proposer des visites dédiées à ce 30^{ème} anniversaire.

<https://pro.ardeche-guide.com/villages-de-caractere-30-ans/>

- Les Castagnades : Une édition 2026 consacrée aux 20 ans de l'AOP Châtaigne d'Ardèche

Du 10 octobre au 8 novembre 2026, la 27^e édition des Castagnades est placée sous le signe des 20 ans de l'AOP Châtaigne d'Ardèche. Les 11 fêtes proposeront, pendant un mois, marchés de producteurs, randonnées gourmandes, animations, rencontres avec les castanéculteurs et menus Castagnades.

<https://www.castagnades.fr/>

- Vignobles en Scène, du 15 au 18 octobre : le grand événement dédié à l'œnotourisme dans les vignobles français

Des moments gourmands à partager, des banquets, des activités festives et insolites au cœur des vignes et des caves pour les deux destinations labellisées « Vignobles & Découvertes » : Vallée du Rhône Nord et Vignobles Sud Ardèche. De nombreuses expériences à vivre : rencontre de vignerons, rando wine, découverte du vignoble à vélo à assistance électrique avec dégustation

dans les vignobles, découvertes des grands crus à bord du train de l'Ardèche « le train du sommelier », concerts, spectacles et soirées d'exception avec les banquets insolites dans les écuries du Château de Banne et au Safari de Peaugres.

<https://valleedurhonenord.com/fr/>
<https://lesvinsdardeche.com/>

5 - Valorisation du tourisme gourmand et des démarches de qualité à destination du grand public : « L'Ardèche s'invite au menu »

Le Centre du Développement de l'Ardèche - Ardèche le Goût* organise, avec le Projet Alimentaire Territorial de Privas Centre Ardèche et le Département de l'Ardèche, l'opération « **L'Ardèche s'invite au menu !** » du **12 au 18 octobre 2026**, dans le cadre de la Semaine du Goût. Cette édition met à l'honneur les produits ardéchois de l'automne.

L'objectif est de promouvoir la restauration locale et de renforcer les liens entre producteurs et restaurateurs. Les établissements participants s'engagent à proposer des menus élaborés majoritairement à partir de produits ardéchois et de saison.

Participant à l'opération :

- 12 collèges,
- L'Espace Découvertes Ardèche à Salavas
- 3 autres établissements de restauration collective,
- 7 restaurants traditionnels du secteur de Privas et environs (Lulu's, l'Estello, l'Epicurieuse, et les Châtaigniers à Privas ; l'Auberge de Freyssenet à Freyssenet ; la Comballe à Veyras et Châtaignes et Champignons à Chalencon.

<https://ardechelegout.fr/>

**Ardèche le Goût, c'est l'accompagnement des professionnels de l'agroalimentaire aux enjeux de l'alimentation durable, et de tous les publics à l'éducation gustative. Ardèche le Goût porte aussi la marque Goûtez l'Ardèche® qui garantit l'origine et le goût des produits.*

INFO - PARUTION ! Le magazine « Émerveillés par l'Ardèche » automne-hiver 2026

Le nouveau magazine « Émerveillés par l'Ardèche » est arrivé en kiosque à la mi-septembre. Coordonnée par Ardèche Tourisme aux côtés des Éditions du Dauphiné Libéré, cette publication semestrielle reste un outil précieux de valorisation de la destination, mis à la disposition de l'ensemble des professionnels du territoire. Tirage automne-hiver : 15 000 exemplaires.

Plus d'info : https://pro.ardeche-guide.com/emerveilles_par_lardeche_n16/#des-services-pour-prolonger-la-diffusion-du-magazine

Contact Presse :

Brigitte Mounier - Pôle Communication - Ardèche Tourisme

Tél. 04 75 64 10 82 – 07 86 56 96 98

bmounier@ardeche-guide.com - <http://presse.ardeche-guide.com/>