

Observatoire national de l'Economie des Stations Thermales

5^{ème} Edition

Novembre 2025





Stations thermales : de quoi parle-t-on ?

Les 87 stations thermales françaises en activité

CHIFFRES CLES :

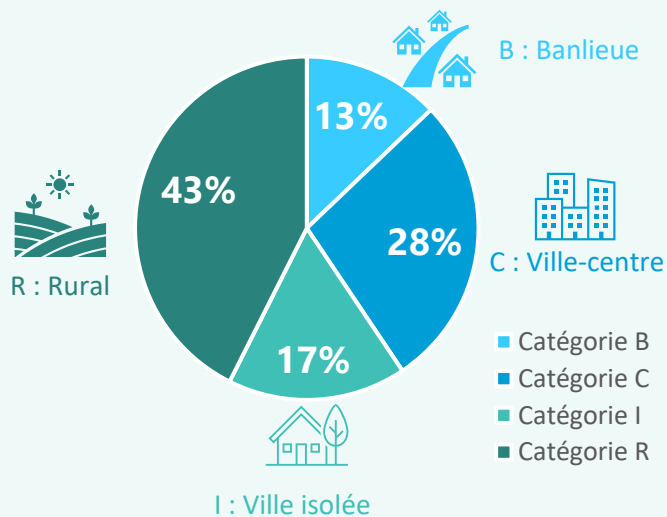
87

Stations thermales en activité en France en 2024*

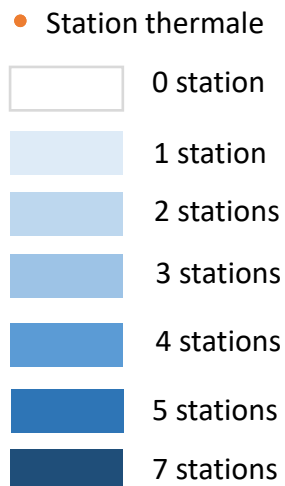
70 %

Des stations comptent < 5 000 habitants

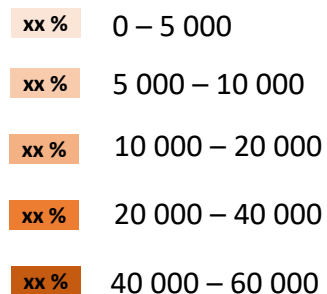
Répartition des stations selon les catégories de ville définies par l'INSEE :



LÉGENDE** :

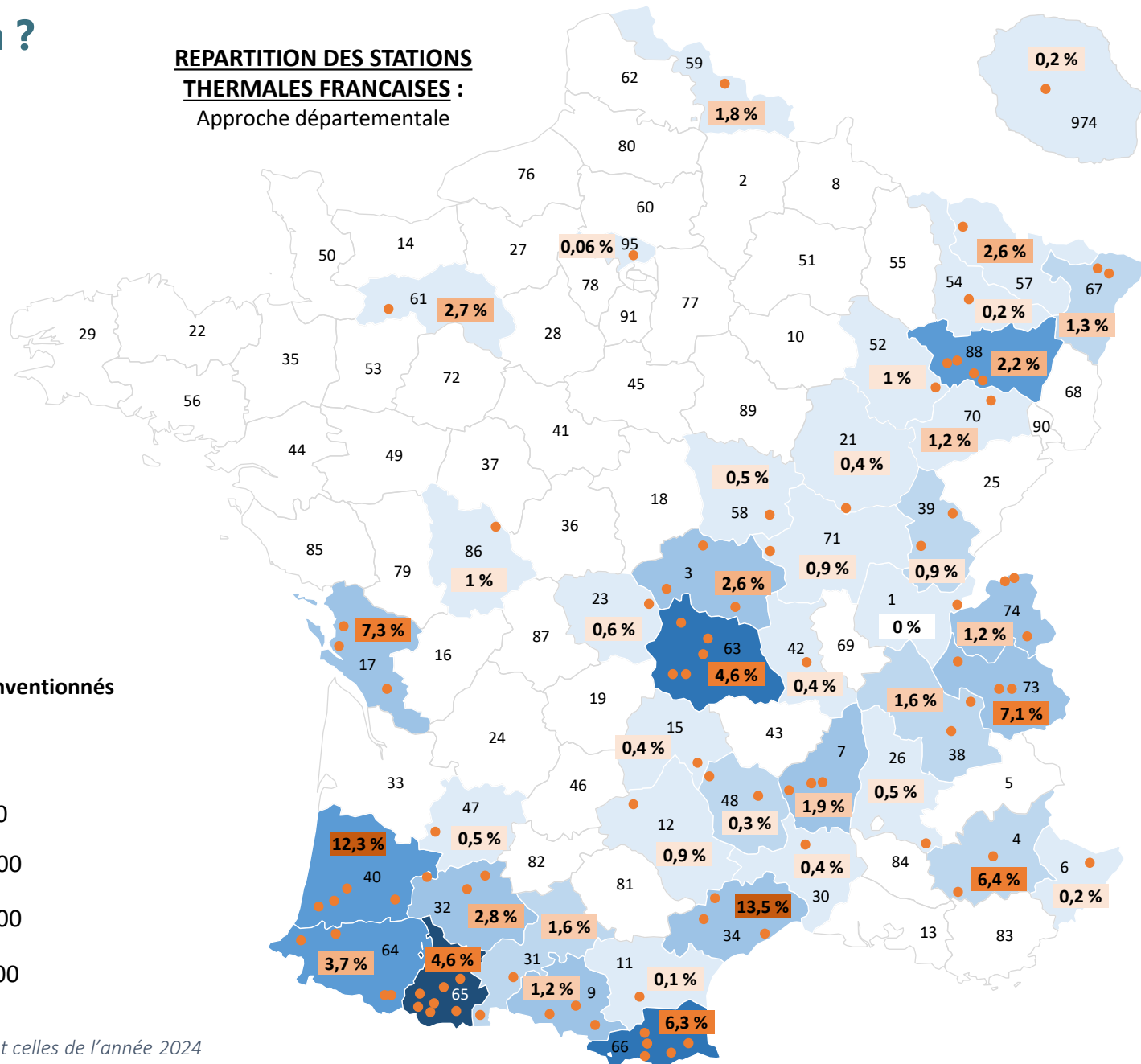


Nombre de curistes conventionnés accueillis en 2024 :



** Les données utilisées sont celles de l'année 2024

REPARTITION DES STATIONS THERMALES FRANCAISES : Approche départementale





Stations thermales : de quoi parle-t-on ?

100 établissements thermaux

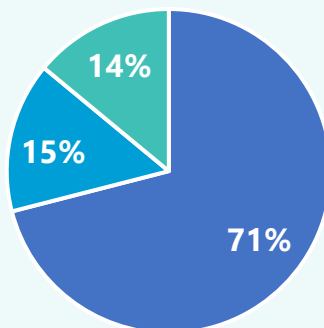
100

Etablissements thermaux en activité en France en 2024

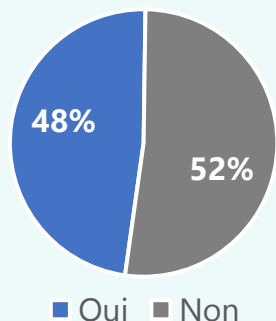
(2 stations comptent plus d'un établissement et 2 établissements sont fermés)

Statut des établissements :

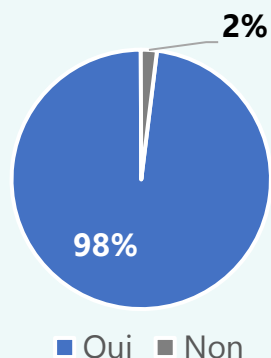
- Privé
- Public
- Société d'Economie Mixte et assimilé



Appartenance à une chaîne / un groupe parmi les 86 structures mixtes et privées :



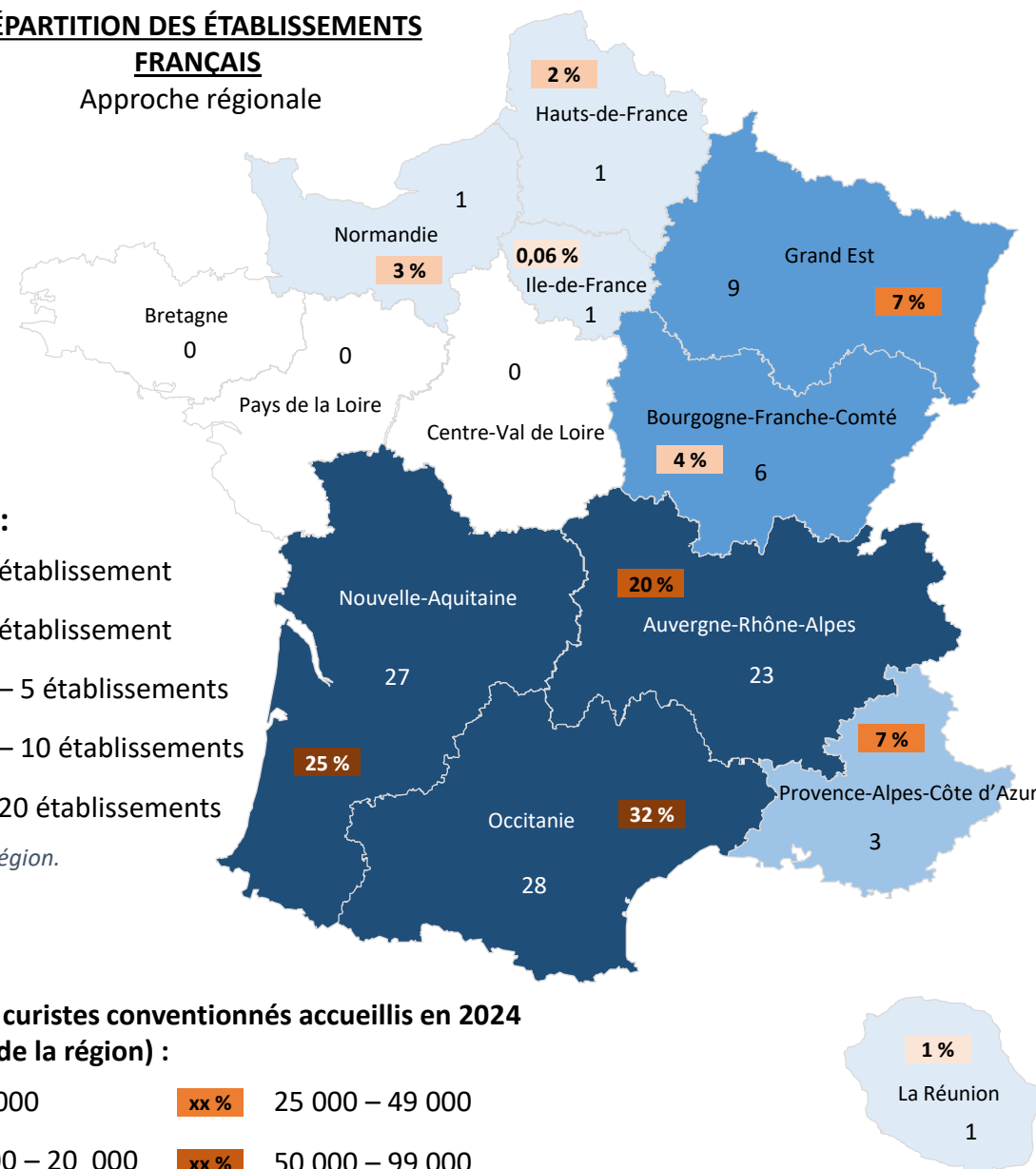
Présence d'activités bien-être / thermo-ludiques :



RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS

FRANÇAIS

Approche régionale



LÉGENDE* :

- 0 établissement
- 1 établissement
- 2 – 5 établissements
- 6 – 10 établissements
- > 20 établissements

* Echelle de la Région.

Nombre de curistes conventionnés accueillis en 2024 (à l'échelle de la région) :

xx %	< 1 000	xx %	25 000 – 49 000
xx %	7 000 – 20 000	xx %	50 000 – 99 000
xx %	20 000 – 25 000	xx %	> 100 000



OESTh 2025 – 5^{ème} édition nationale – Données 2024

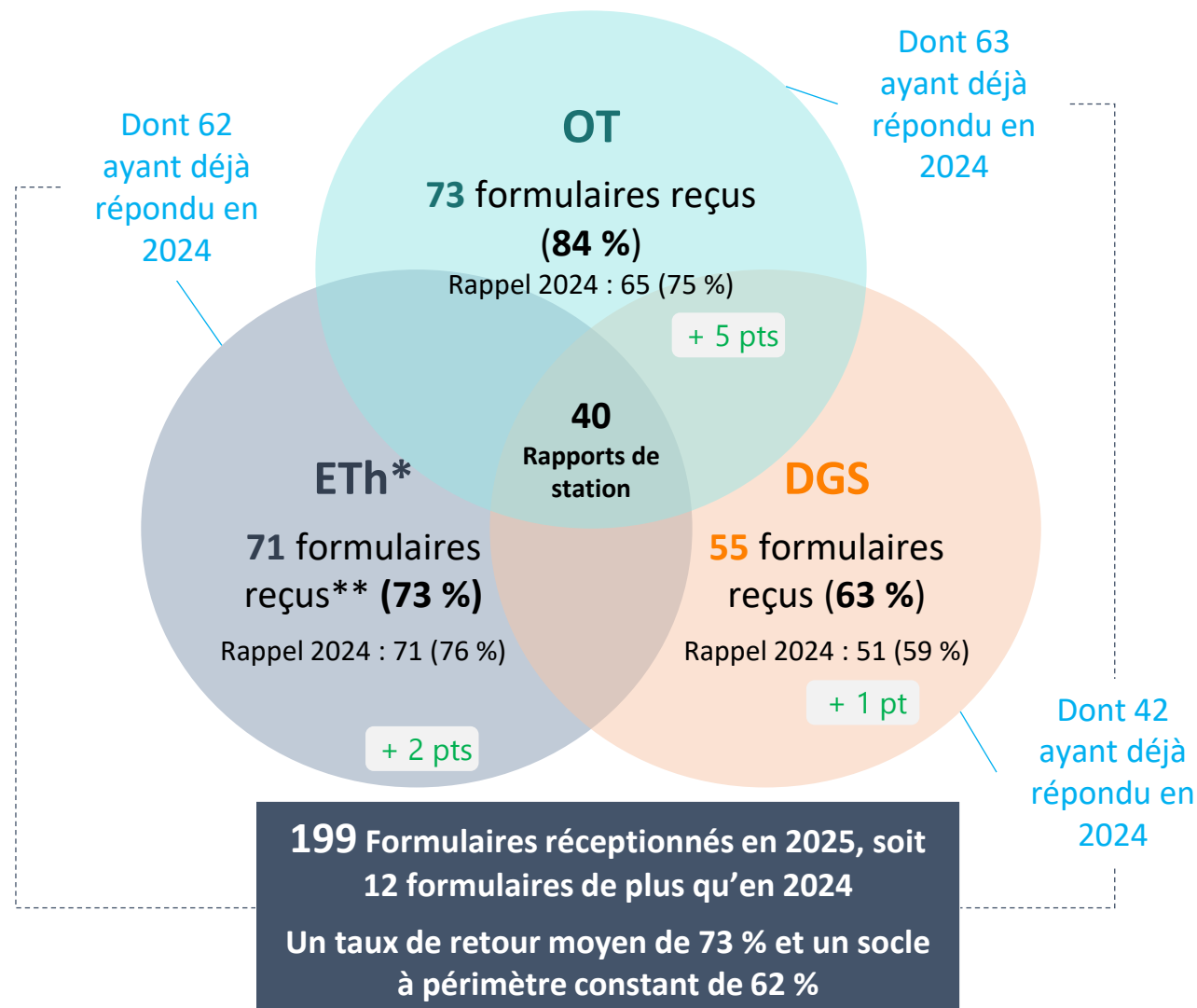
2025 : 5^{ème} année d'opérationnalisation de l'Observatoire à l'échelle nationale

Un réseau fonctionnel d'environ **270** correspondants locaux

199 formulaires reçus (vs. 187 en 2024 et 176 en 2023)

1 rapport national, **40** rapports de station (vs. 37 rapports de station en 2024)

et **4** rapports de région (vs. 3 rapports de région en 2024)



*Etablissement thermal

Présentation des résultats de l'OESTh 2025





7 messages clés de l'OESTh 2025

1. Les **activités thermales non conventionnées** poursuivent leur **dynamique de croissance en 2024**, marquée par une **progression notable des cures libres (+20%) et des accès bien-être (+5%)**. Cette croissance représente un **levier majeur** pour la fréquentation des stations mais **ne suffit pas à compenser la faible croissance des cures médicalisées**.



2. Les stations thermales maintiennent une aire d'attractivité large en termes de curistes et concentrent encore en 2024 l'offre d'hébergement et la fréquentation touristique locale. **Elles maintiennent ainsi leur rôle moteur dans l'attractivité de leur territoire.**

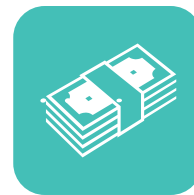


3. La **santé financière** des communes thermales **s'améliore légèrement en 2024**. Les investissements spécifiquement **dédiés à l'activité thermale connaissent une hausse** plus marquée encore que les investissements totaux.



4. **L'économie du thermalisme en 2024 : près de 4,8 Md€ de richesse générés et plus de 25 000 ETP mobilisés.**

Les **impacts de cette économie** en matière de richesse et d'emplois **sont en hausse** par rapport à 2023, mais demeurent inférieurs à 2019.



5. **Le soutien des stations thermales à l'économie locale se renforce encore en 2024** : la part d'approvisionnements locaux et régionaux au sein des entités thermales croît de 3 points.



6. **Les engagements environnementaux des établissements thermaux poursuivent leur croissance**, avec toujours un accent fort sur le volet performance énergétique.



7. *Zoom thématique*
Les **profils des patientèles et clientèles** des stations thermales restent **majoritairement stables** sur les dernières années. Les établissements thermaux et offices de tourisme déploient des **efforts divers pour renforcer l'attractivité et le dynamisme des stations.**





1. Les activités thermales non conventionnées poursuivent leur dynamique de croissance en 2024, marquée par une progression notable des cures libres (+20%) et des accès bien-être (+5%). Cette croissance représente un levier majeur pour la fréquentation des stations mais ne suffit pas à compenser la faible croissance des cures médicalisées.



Plus de 500 000 séjours en cures (soit env. 8,8 millions jours de soins): Les cures continuent d'augmenter, bien qu'elles n'aient pas encore retrouvé leur niveau d'avant Covid-19



471 600

cures conventionnées* en 2024
(soit env. 8 480 000 jours de soins)

+2 %

462 130 cures conventionnées en 2023

-19 %

579 630 cures conventionnées en 2019

Données fournies par le CNETH



55 660

cures médicales libres et séjours santé en 2024**
(soit env. 330 000 jours de soins)

+20 %

46 400 cures médicales libres et séjours santé en 2023

+99 %

27 980 cures médicales libres et séjours santé en 2019

71 répondants pour l'année 2024

*Cures conventionnées / prises en charge par l'Assurance maladie : cures de 18 jours complètes ou interrompues délivrées en première orientation (hypothèse de calcul : 1 cure = 18 jours de soins en moyenne).

**Cures médicales libres et séjours santé / activités médicales ou de prévention : séjours non pris en charge par l'Assurance maladie avec suivi médical, effectués à titre curatif ou préventif, entretien santé ou remise en forme (ex : programmes dédiés à une « pathologie », Education Thérapeutique du Patient, etc.) (hypothèse de calcul : 1 cure libre / séjour de santé = 6 jours de soins en moyenne).



Plus de 3,9 millions d'entrées liées au bien-être : les accès bien-être ont largement dépassé leur niveau d'avant Covid-19



3 901 700
accès bien-être* en 2024

+5 % 3 726 220 en 2023

+31 % 2 980 000 en 2019

70 répondants pour l'année 2024

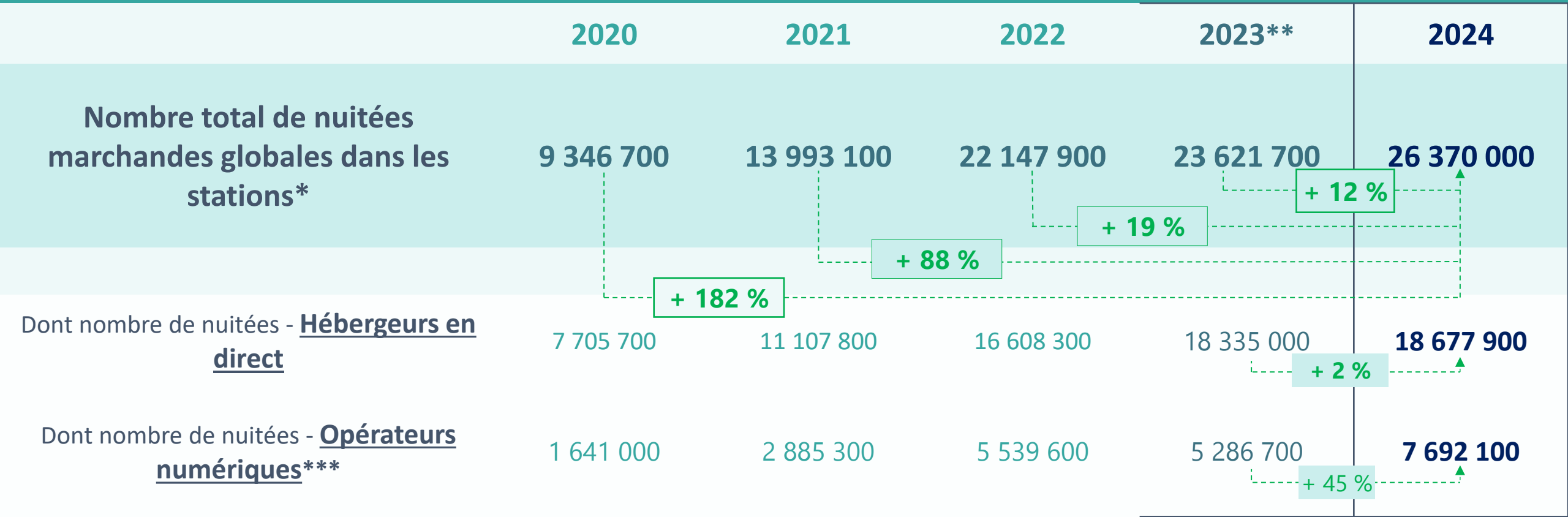
Remarques :

- Les centres bien-être des Antilles (Jonzac), Amnéville et Nancy représentent au total 31 % des accès bien-être de 2024.
- La station de Nancy n'était pas incluse dans le périmètre de l'Observatoire avant 2023 (intégration en 2024, sur les données de l'année 2023).
- La croissance des activités non conventionnées, qui représentent respectivement 2% (cures libres) et 8% (accès bien-être) de la fréquentation totale des stations thermales, constitue un levier majeur pour la fréquentation marchande des stations mais ne suffit pas à compenser la faible croissance des cures médicalisées qui représentent 90% de la fréquentation des stations thermales.

**activités de bien-être : accès à l'unité ou sur abonnement à des installations ludiques ou de remise en forme, séjours bien-être, accès détente, etc., réalisés à l'établissement thermal ou dans tout autre établissement dépendant de la même entité juridique.*



La fréquentation marchande des stations thermales connaît une croissance importante en 2024 (+12 %), une hausse principalement soutenue par les opérateurs numériques



La fréquentation est analysée à partir des données de nuitées payantes recueillies via la **taxe de séjour** : ce chiffre n'inclut pas ni les nuitées non-marchandes (qui peuvent représenter la majeure partie de la capacité d'hébergement) ni les nuitées générées par les < 18 ans.

* Les données de fréquentation à l'échelle nationale ont fait l'objet d'une **extrapolation** (en 2024: 59 offices de tourisme répondants, données complétées par des extrapolations). Elles ne comptabilisent pas les nuitées payantes dans les communes avoisinantes.

** La station de Nancy a été intégrée au périmètre à partir de 2023. La prise en compte de ces données entraîne une augmentation mécanique du nombre de nuitées marchandes.

*** Les **nuitées générées par les opérateurs numériques** ont été estimées en multipliant le montant de la **taxe de séjour** générée par ces opérateurs par le ratio **taxe de séjour** générée par les hébergeurs en direct / nombre de nuitées générées par ces hébergeurs.

NB 1 : Depuis le 1er janvier 2019, les opérateurs numériques (plateformes), lorsqu'ils sont intermédiaires de paiement, sont chargés de collecter et de reverser directement la **taxe de séjour** au réel pour le compte des loueurs non professionnels (art. L2333-34 du CGCT). Cette obligation a fortement contribué à accroître le rendement de la **taxe de séjour** sur les destinations, particulièrement à compter de 2020. En raison de ce contexte, les données 2019 n'ont pas été reportées cette année.

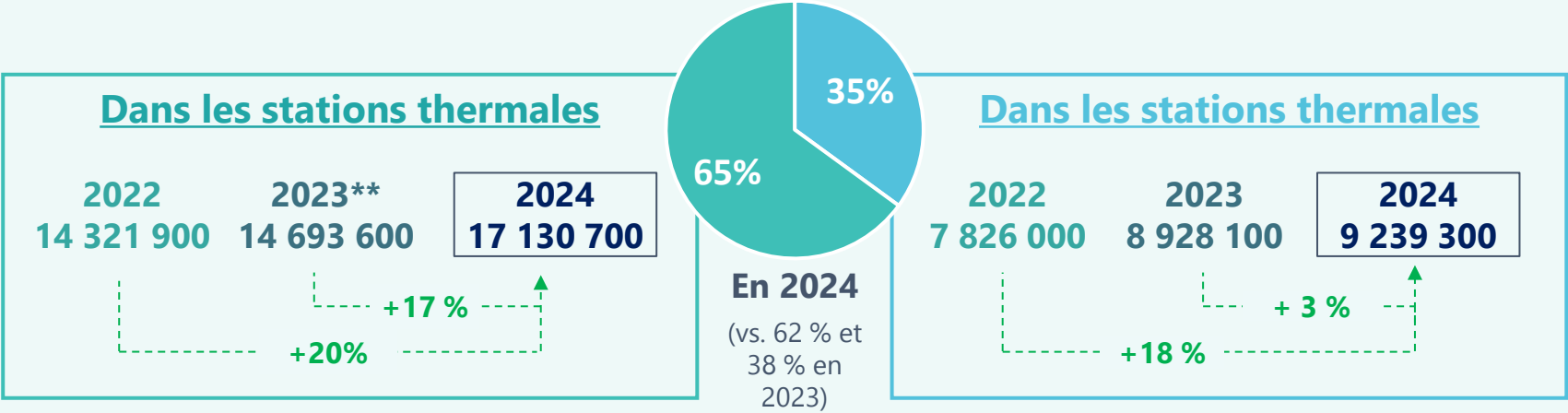
NB 2 : Le **décret n°2022-1661 du 26.12.2022** relatif aux obligations déclaratives des opérateurs de plateformes de mise en relation par voie électronique a pu avoir un **impact notable sur la traçabilité et la fiabilité** des données relatives à la **taxe de séjour** déclarée par les opérateurs numériques entre 2022 et 2023. Le taux de variation de la donnée doit ainsi être interprété avec **précaution**.



En 2024, le nombre de nuitées marchandes thermales représente 35 % des nuitées globales dans les stations (soit -3 points par rapport à 2023)

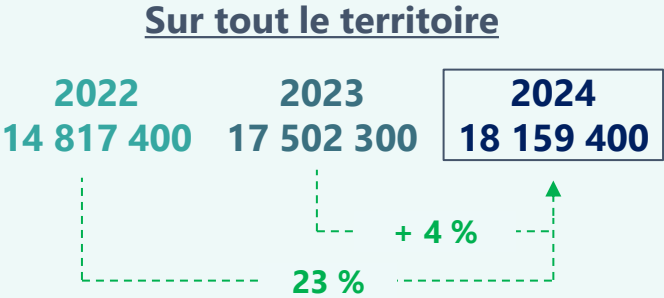
NUITEES MARCHANDES TOURISTIQUES

Les nuitées touristiques dans les stations thermales représentent en 2024 65 % des nuitées marchandes totales



NUITEES MARCHANDES THERMALES*

Les nuitées marchandes thermales représentent en 2024 34 % des nuitées globales dans les stations (vs. 38 % en 2023 et 35% en 2022)



La fréquentation de la clientèle est analysée à partir des données de nuitées payantes recueillies via la **taxe de séjour** : ce chiffre n'inclut donc ni les nuitées non-marchandes (notamment dans les résidences secondaires), qui peuvent représenter la majeure partie de la capacité d'hébergement, ni les nuitées générées par les < 18 ans.

*Les **nuitées marchandes thermales** correspondent aux **nuitées payantes dues aux curistes (conventionnés et libres), aux clients bien-être et aux accompagnants de ces profils**. Elles excluent les nuitées en résidences principales, résidences secondaires et chez les amis ou la famille.

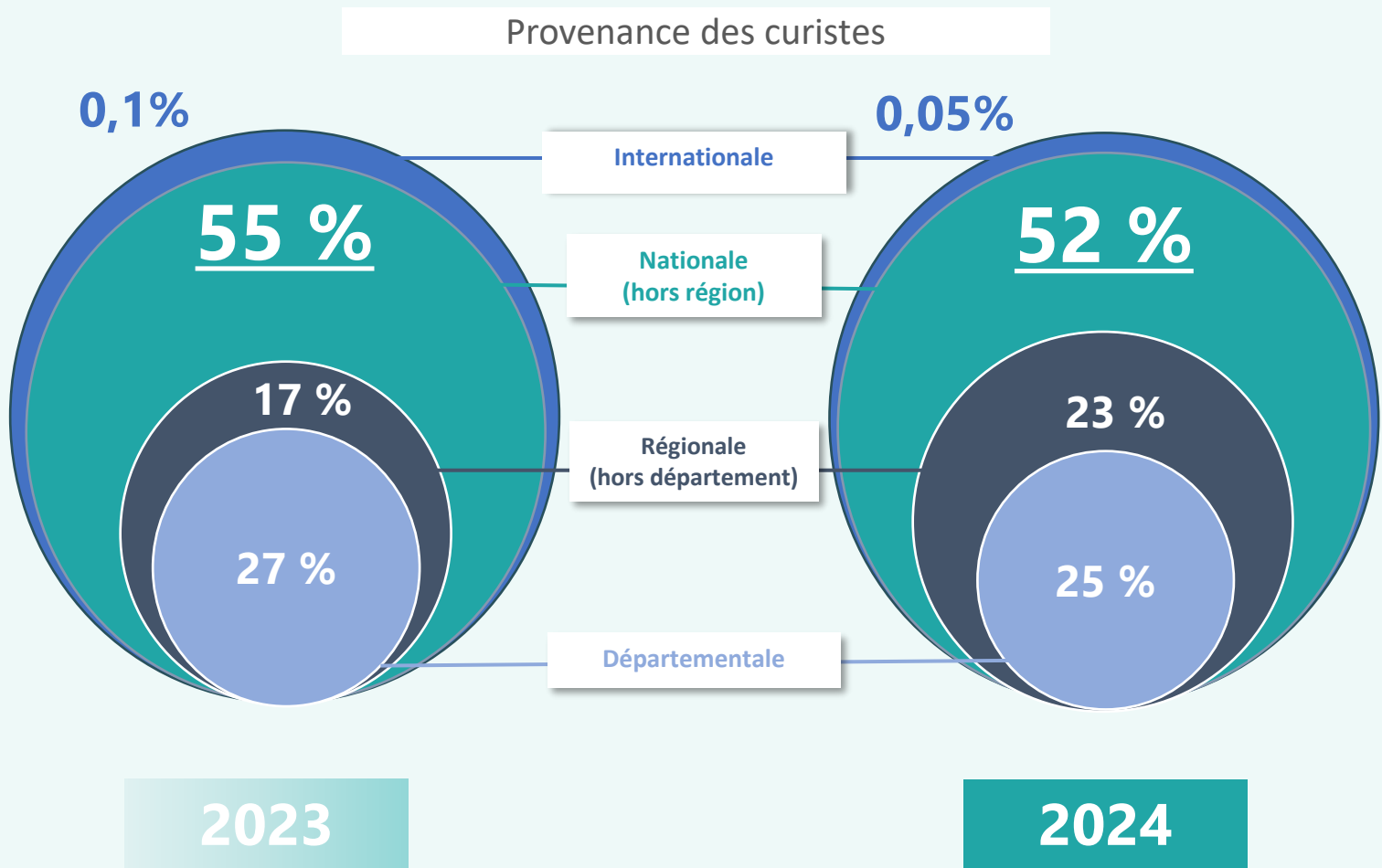
** La station de Nancy a été intégrée au périmètre à partir de 2023. La prise en compte de ces données entraîne une augmentation mécanique du nombre de nuitées marchandes.



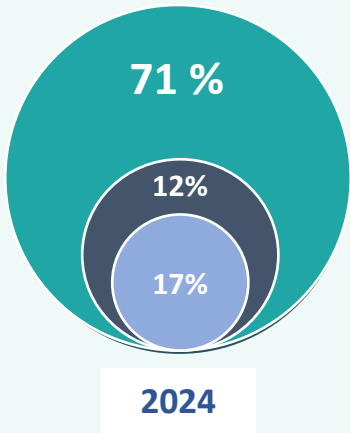
2. Les stations thermales maintiennent une aire d'attractivité large en termes de curistes et concentrent encore en 2024 l'offre d'hébergement et la fréquentation touristique locale. **Elles maintiennent ainsi leur rôle moteur dans l'attractivité de leur territoire.**



Une vaste aire d'attractivité : en 2024, près de 52% des curistes viennent de régions extérieures à celles des établissements qu'ils fréquentent. La dynamique d'attractivité se renforce par ailleurs à l'échelle régionale

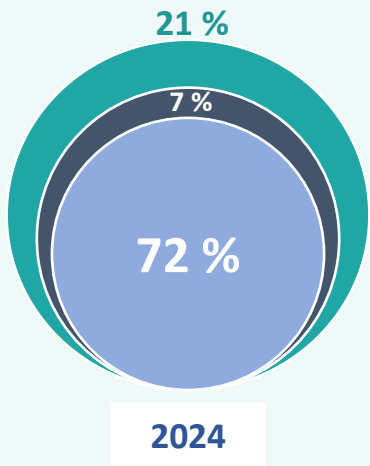


Exemples de cas spécifiques



Station de Rochefort, catégorisée dans la classe G « Grandes stations thermales et touristiques » de la typologie de stations.

71 % des curistes sont d'origine nationale (hors région).



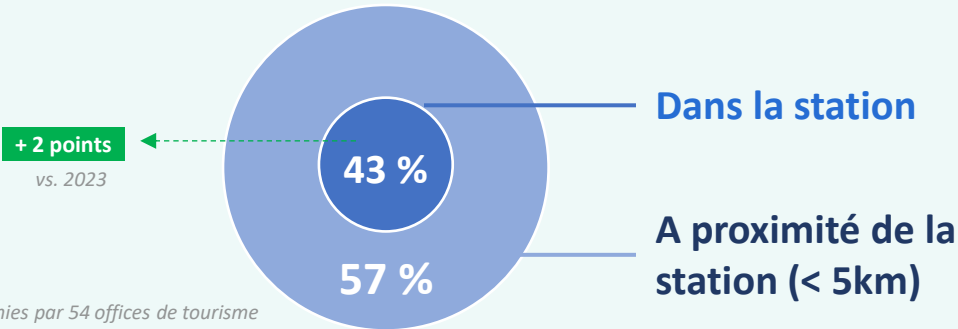
Station de Uriage-les-Bains, catégorisée dans la classe I « Stations dont les stratégies et trajectoires sont ancrées dans un écosystème local non thermal » de la typologie de stations.

72 % des curistes proviennent du département.

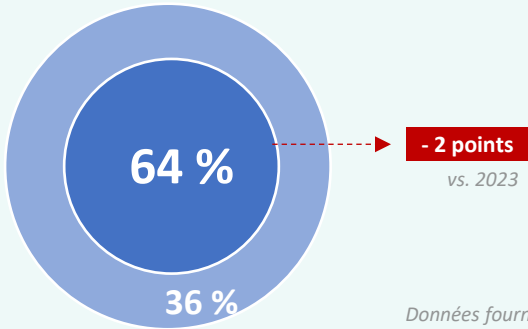


Les stations thermales constituent le principal pôle d'attraction touristique et concentrent encore l'essentiel de l'offre et de la fréquentation sur leur territoire environnant en 2024

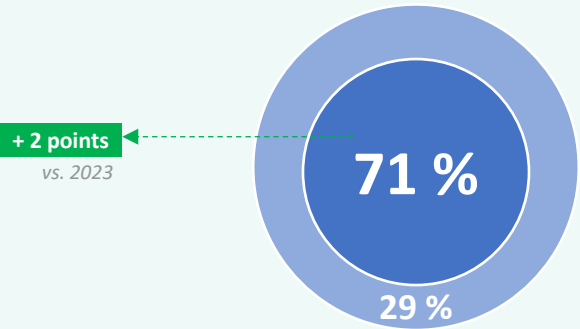
Poids du **nombre d'habitants dans la station** par rapport au nombre d'habitants dans le périmètre élargi



Poids de **l'offre d'hébergement touristique** de la station dans l'offre totale sur le périmètre élargi



Poids de la **fréquentation touristique*** de la station par rapport à la fréquentation totale sur le périmètre élargi



Données fournies par 38 offices de tourisme

* La part de la fréquentation touristique est basée sur le nombre de nuitées payantes issues des données de taxe de séjour.

Exemples de cas spécifiques

Station de Ussat-les-Bains, catégorisée dans la classe H « Stations pour lesquelles le thermalisme occupe une place secondaire dans l'offre touristique » de la typologie de stations.

La fréquentation touristique de la station ne représente que 27 % de la fréquentation totale sur le périmètre élargi.

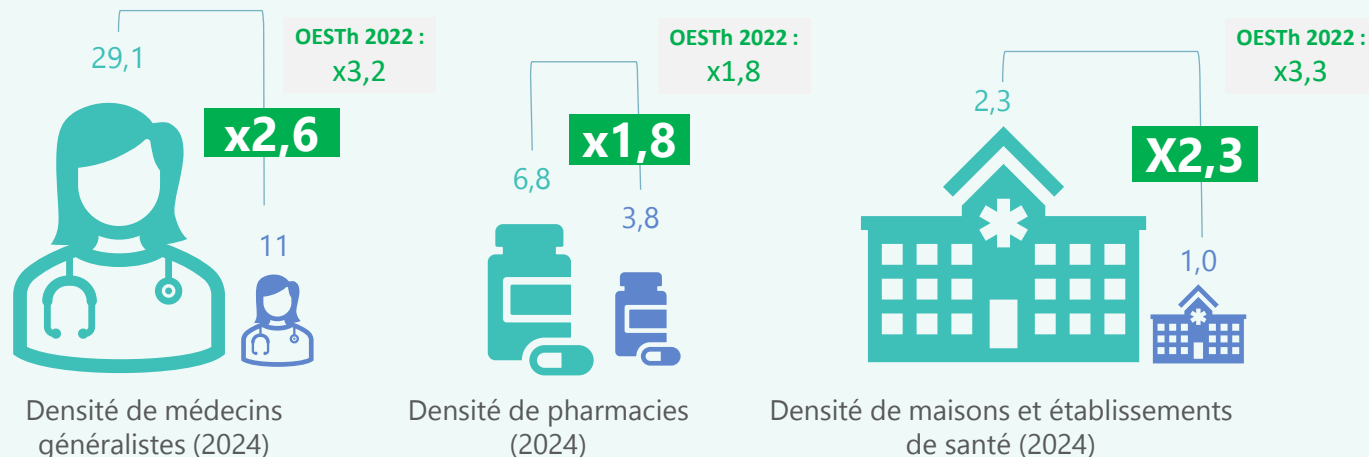
Station d'Aix-les-Bains, catégorisée dans la classe G « Grandes stations thermales et touristiques » de la typologie de stations.

La fréquentation touristique de la station représente 90 % de la fréquentation totale sur le périmètre élargi.



Un taux d'équipement et une offre de santé significativement supérieurs à ceux des autres stations touristiques françaises

1 – Offre de santé comparée – densité pour 10 000 habitants (2024)

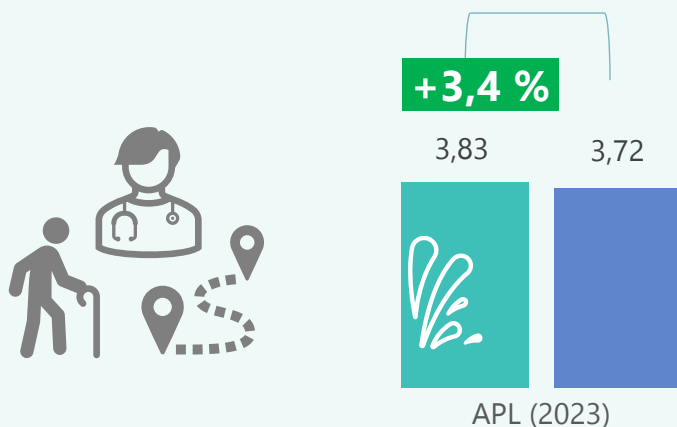


■ Performance moyenne des stations thermales - Données INSEE

■ Performance moyenne des communes et stations touristiques françaises - Données INSEE

Aide à la lecture : En moyenne, en 2020, les stations thermales françaises comptaient 29,1 médecins généralistes pour 10 000 habitants, soit 2,6 fois plus que la moyenne des communes et stations touristiques françaises.

2 – Adéquation entre l'offre et la demande de soins - **Accessibilité potentielle localisée* (APL) aux médecins généralistes (2023)**



***Définition :** L'Accessibilité Potentielle Localisée est un indicateur local, disponible au niveau de chaque commune, qui tient compte de l'offre et de la demande issue des communes environnantes. Calculé à l'échelle communale, l'APL met en évidence des disparités d'offre de soins qu'un indicateur usuel de densité, calculé sur des mailles beaucoup plus larges (bassins de vie, départements...), aura tendance à masquer. L'APL tient également compte du niveau d'activité des professionnels en exercice ainsi que de la structure par âge de la population de chaque commune qui influence les besoins de soins.

- En moyenne, en termes de **taux d'équipement de santé** (1,8 fois plus de pharmacies pour 10 000 habitants et 2,3 fois plus de maisons et d'établissements de santé en 2024) et de **maillage des professionnels de la médecine** (2,6 fois plus de médecins généralistes pour 10 000 habitants en 2024), **les stations thermales surperforment** par rapport aux autres communes et stations touristiques françaises.
- Même en incluant des **paramètres de demande de soins**, particulièrement élevés dans les stations thermales (pyramide des âges notamment), la performance de santé moyenne des stations thermales **reste supérieure** à celle des autres communes et stations touristiques. En moyenne, en 2023, un habitant standardisé d'une station thermique avait ainsi accès à **3,83 consultations/visites par an** auprès d'un médecin généraliste (contre 3,72 dans les communes et stations touristiques françaises).

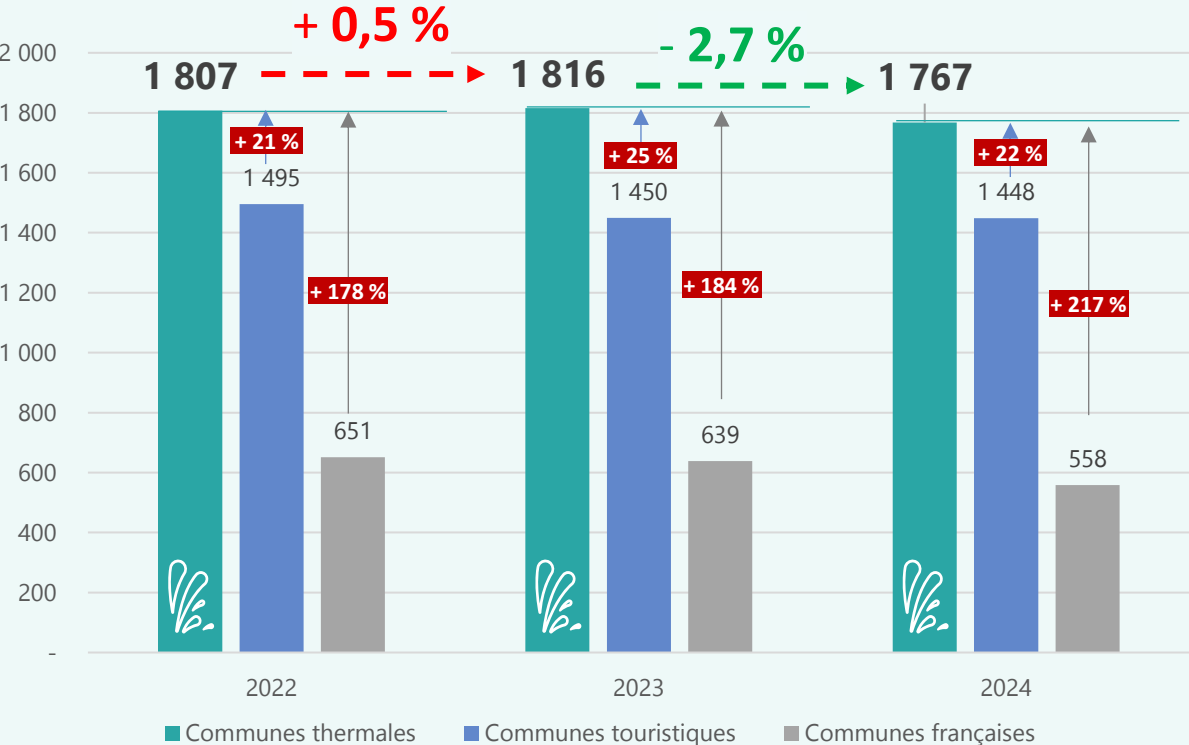


3. La santé financière des communes thermales **s'améliore légèrement en 2024. Les investissements** spécifiquement **dédiés à l'activité thermique** **connaissent une hausse** plus marquée encore que les investissements totaux.



La situation financière des communes thermales s'améliore légèrement en 2024, avec toutefois des disparités selon les strates démographiques

Encours total de dette moyen par habitant (budget principal uniquement)



Encours de dette par habitant en 2024 selon la strate démographique	Communes touristiques	Communes thermales	Comparaison
< 100 hab.	2 523 €	2 521 € (1)	0%
≥ 100 hab. et < 200 hab.	1 612 €	4 176 € (4)	159%
≥ 200 hab. et < 500 hab.	1 851 €	1 233 € (8)	-33%
≥ 500 hab. et < 2 000 hab.	1 442 €	2 036 € (28)	41%
≥ 2 000 hab. et < 3 500 hab.	1 232 €	1 643 € (11)	33%
≥ 3 500 hab. et < 5 000 hab.	1 278 €	1 660 € (11)	30%
≥ 5 000 hab. et < 10 000 hab.	1 138 €	1 385 € (12)	22%
≥ 10 000 hab. et < 20 000 hab.	1 089 €	987 € (7)	-9%
≥ 20 000 hab. et < 50 000 hab.	1 298 €	1 695 € (5)	31%
≥ 50 000 hab. et < 100 000 hab.	1 289 €	(-)	-
≥ 100 000 hab.	1 046 €	1 093 € (1)	4%
Moyenne	1448 €	1 767 €	+ 22%

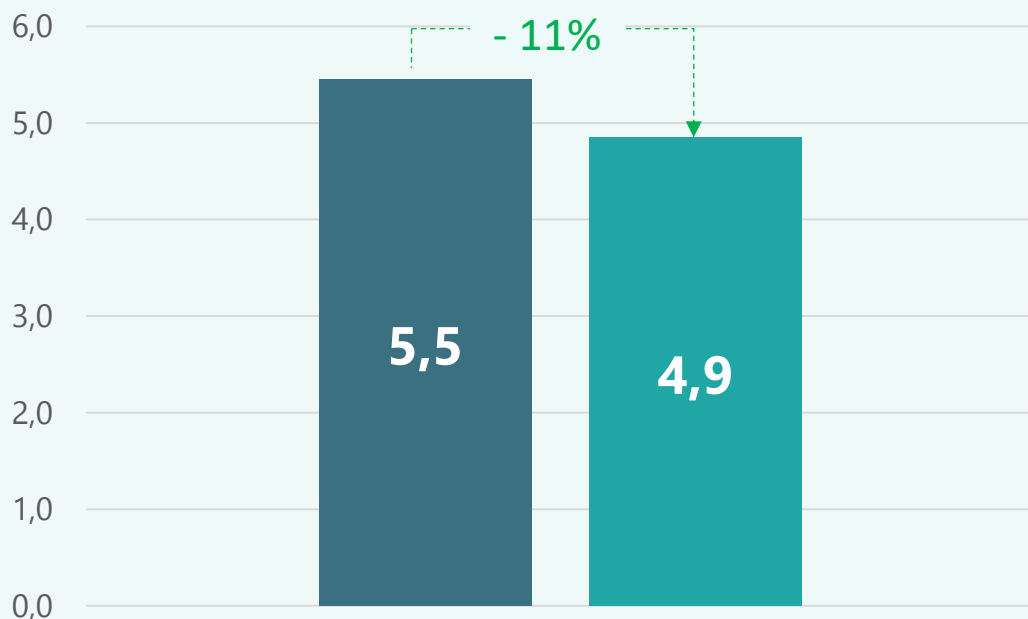
L'encours de dette par habitant se calcule comme le ratio entre l'encours total de la dette (budget principal uniquement) et la population INSEE. Les données sont issues des comptes consolidés des communes pour 2022, 2023 et 2024 publiés par l'observatoire des finances et de la gestion publique locales.



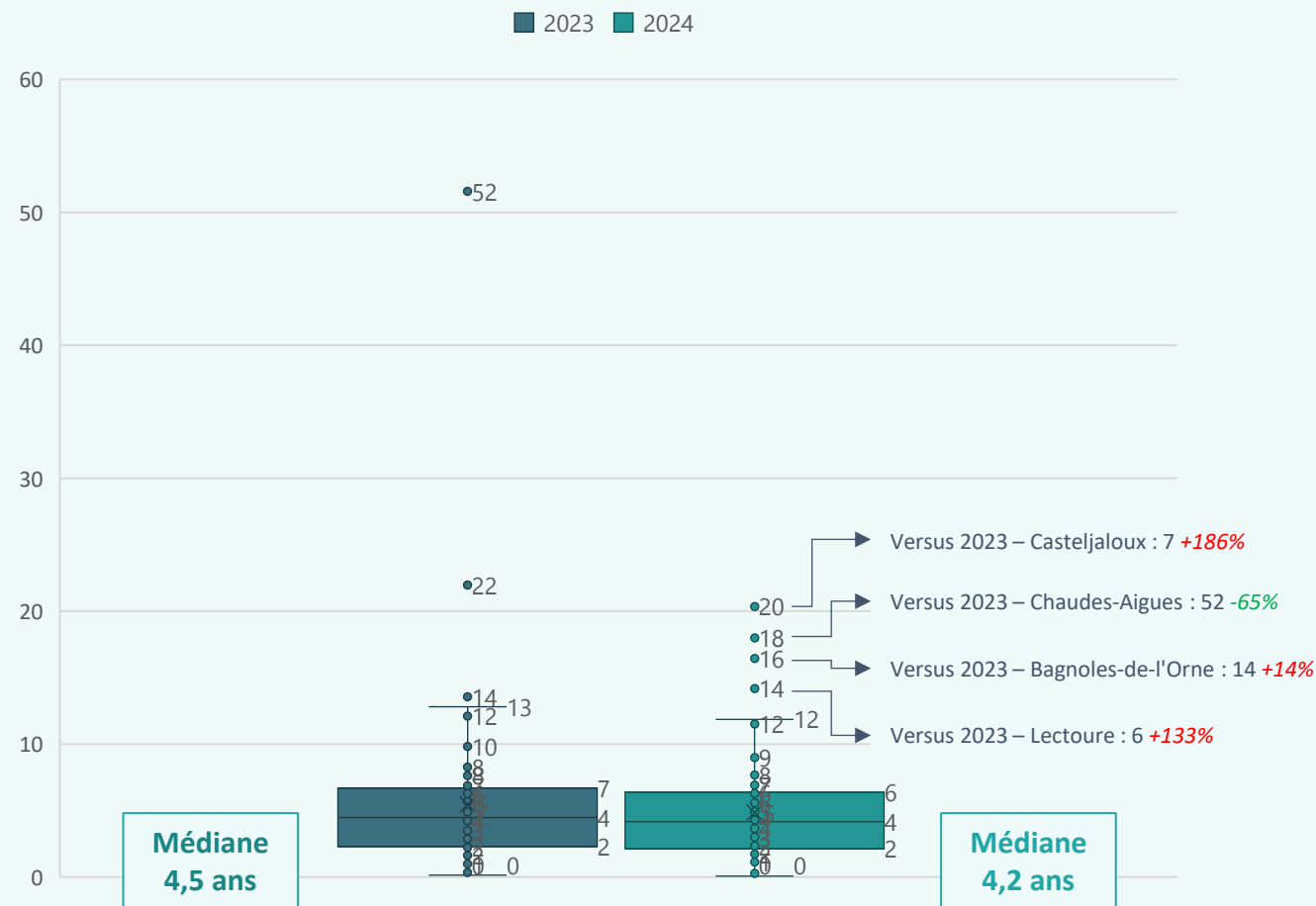
La capacité de désendettement moyenne des communes thermales s'améliore de manière homogène entre 2023 et 2024

Capacité de désendettement* (budget principal uniquement) en 2023 et 2024

Moyenne de la capacité de désendettement des stations en 2023 et 2024



La moyenne de la capacité de désendettement des stations thermales françaises a diminué de 11 % entre 2023 et 2024. La médiane de la capacité de désendettement a diminué de 7 %, ce qui traduit une tendance relativement homogène pour l'ensemble des communes



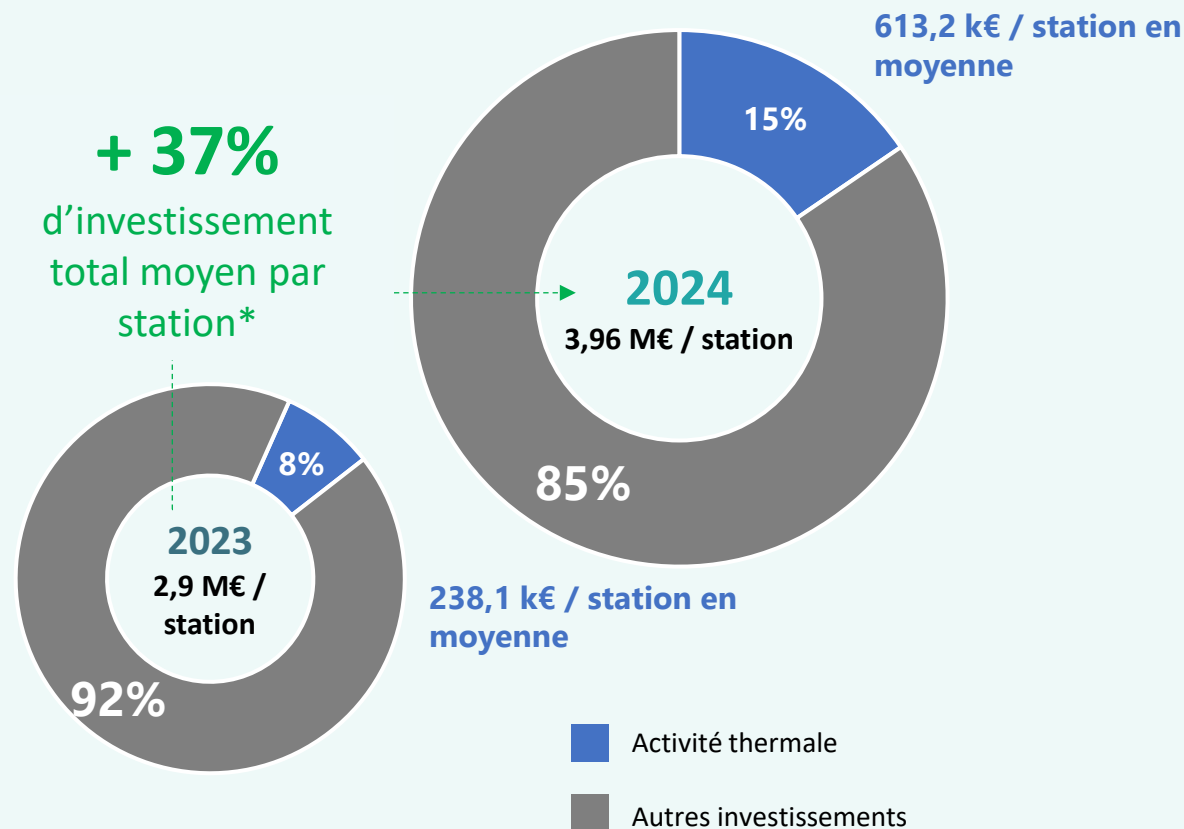
*La capacité de désendettement se calcule comme le ratio entre l'encours total de la dette (budget principal uniquement) et la capacité d'autofinancement (ou épargne brute). Les données sont issues des comptes consolidés des communes pour 2023 et 2024 publiés par l'observatoire des finances et de la gestion publique locales. Les communes thermales présentant une capacité de désendettement négative (causé par une épargne brute temporairement négative) sont exclues du périmètre.



Le niveau global d'investissement des stations thermales augmente de 37%, et le montant moyen alloué à l'activité thermique connaît une forte hausse

Montant moyen des investissements des stations en 2023 et 2024

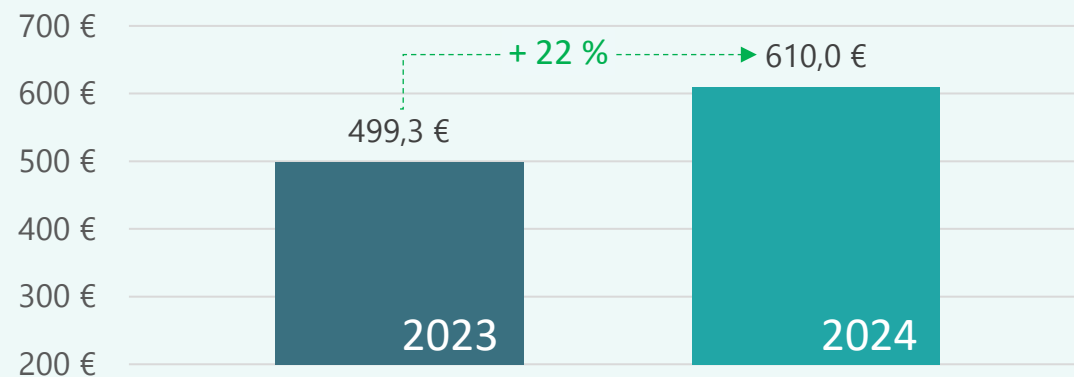
52 DGS répondants pour 2024
49 DGS répondants pour 2023



*+24% par rapport à 2022 (3,2 M€ /station)

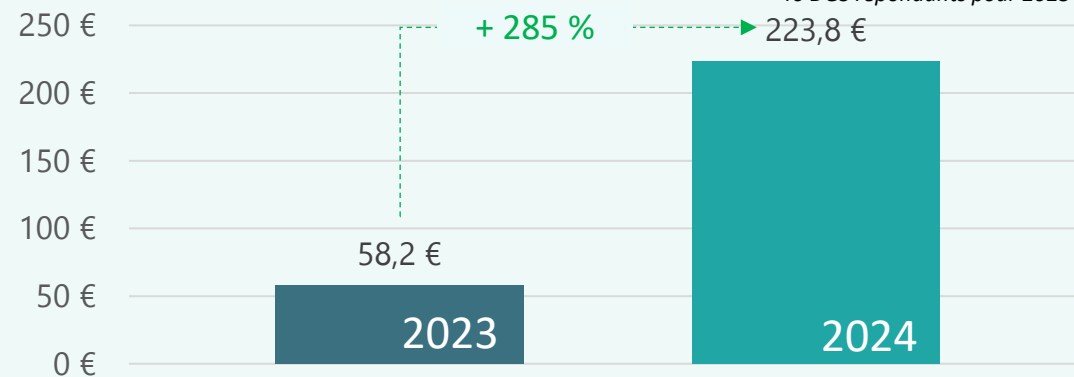
Montant moyen des investissements totaux par habitant en 2023 et 2024

51 DGS répondants pour 2024
49 DGS répondants pour 2023



Montant moyen des investissements thermaux par curiste conventionné en 2023 et 2024

48 DGS répondants pour 2024
46 DGS répondants pour 2023



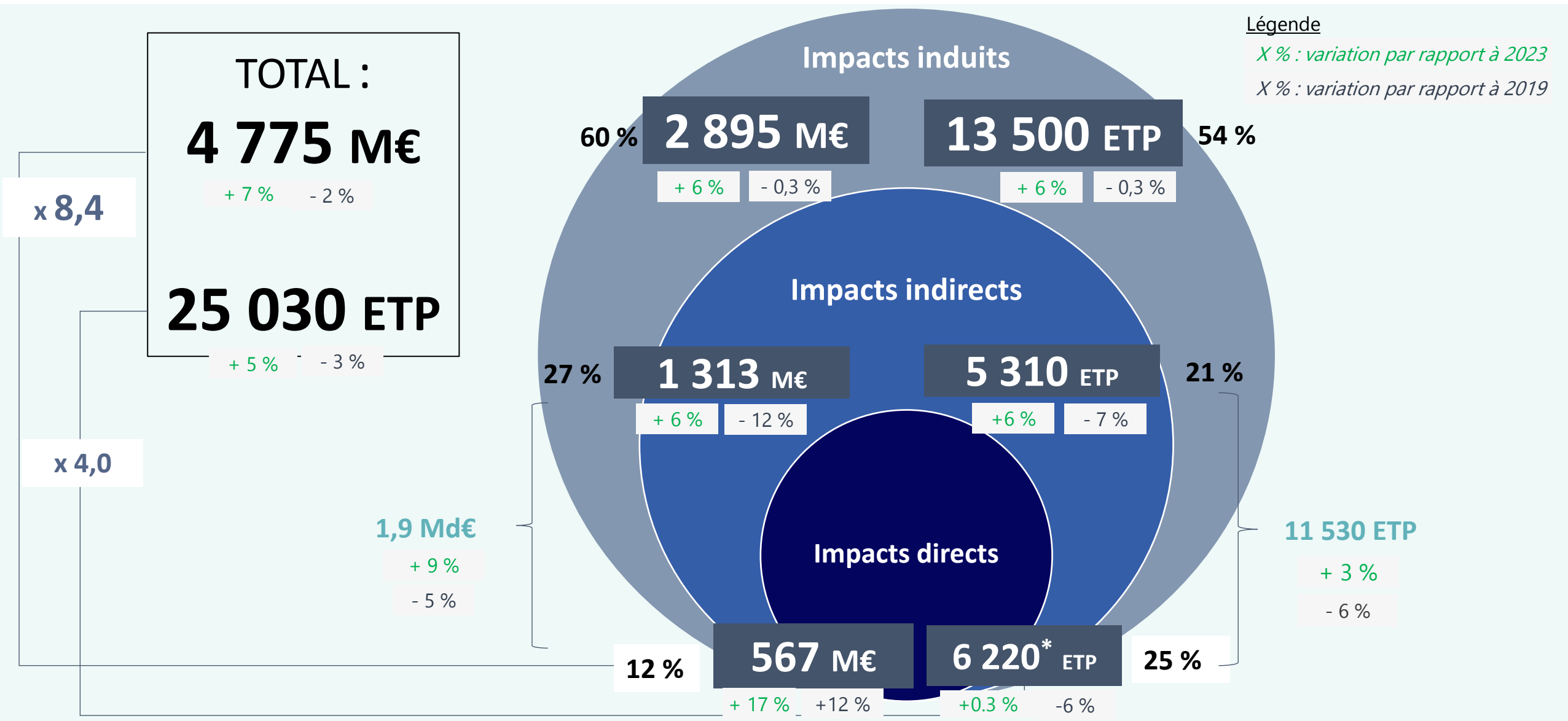


4. L'économie du thermalisme en 2024 : près de 4,8 Md€ de richesse générés et plus de 25 000 ETP mobilisés.

Les impacts de cette économie en matière de richesse et d'emplois **sont en hausse** par rapport à 2023, mais demeurent inférieurs à 2019.



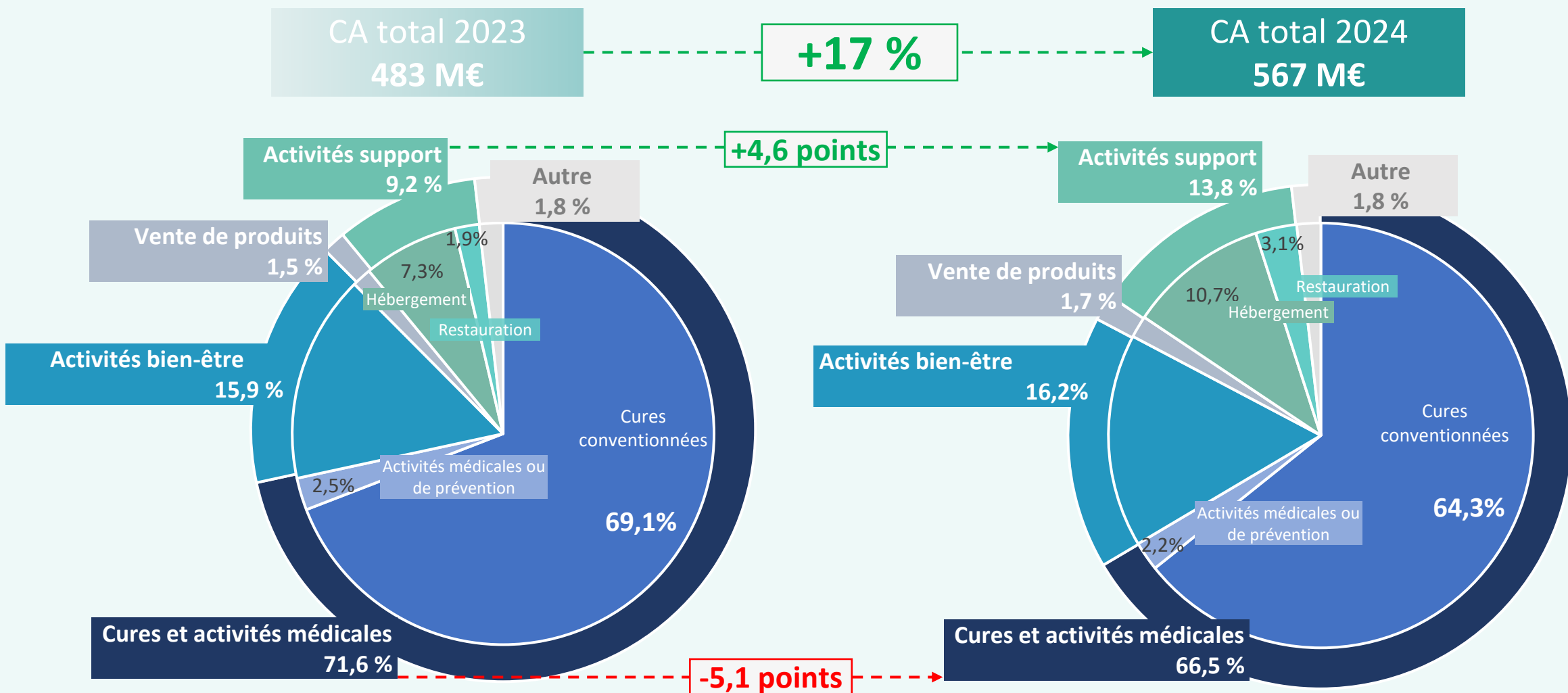
En 2024, l'activité thermique a généré au total près de 4,8 Md€ de richesse et mobilisé plus de 25 000 ETP



*Les données 2023 ont été ajustées cette année en raison de corrections importantes apportées certains établissements, ancienne donnée ETP 2023 = 6930.



Un chiffre d'affaires largement supérieur* au niveau pré-COVID pour les entités juridiques thermales (499,5 M€ en 2019), soutenu par les hébergements et la restauration**



* Évolution à nuancer en raison du contexte inflationniste des dernières années

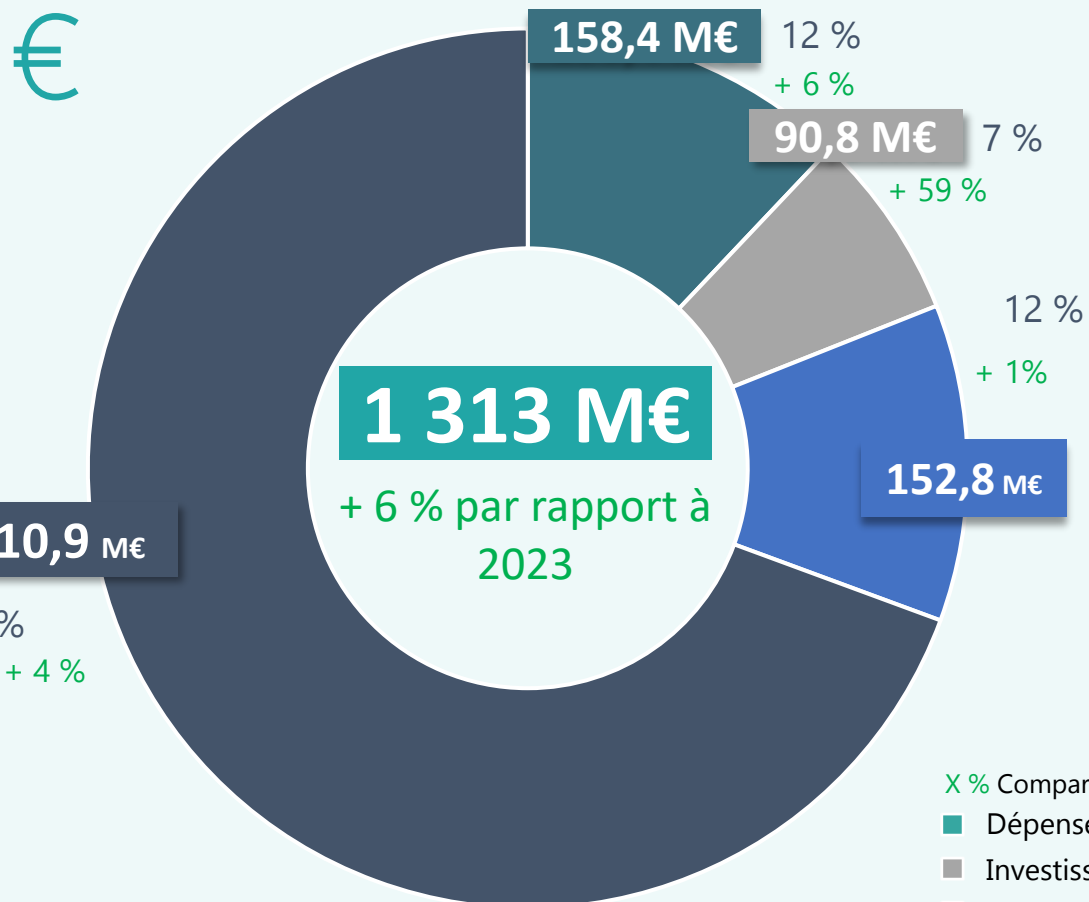
**A noter que ces activités ne sont pas systématiquement exploitées par l'entité juridique thermale



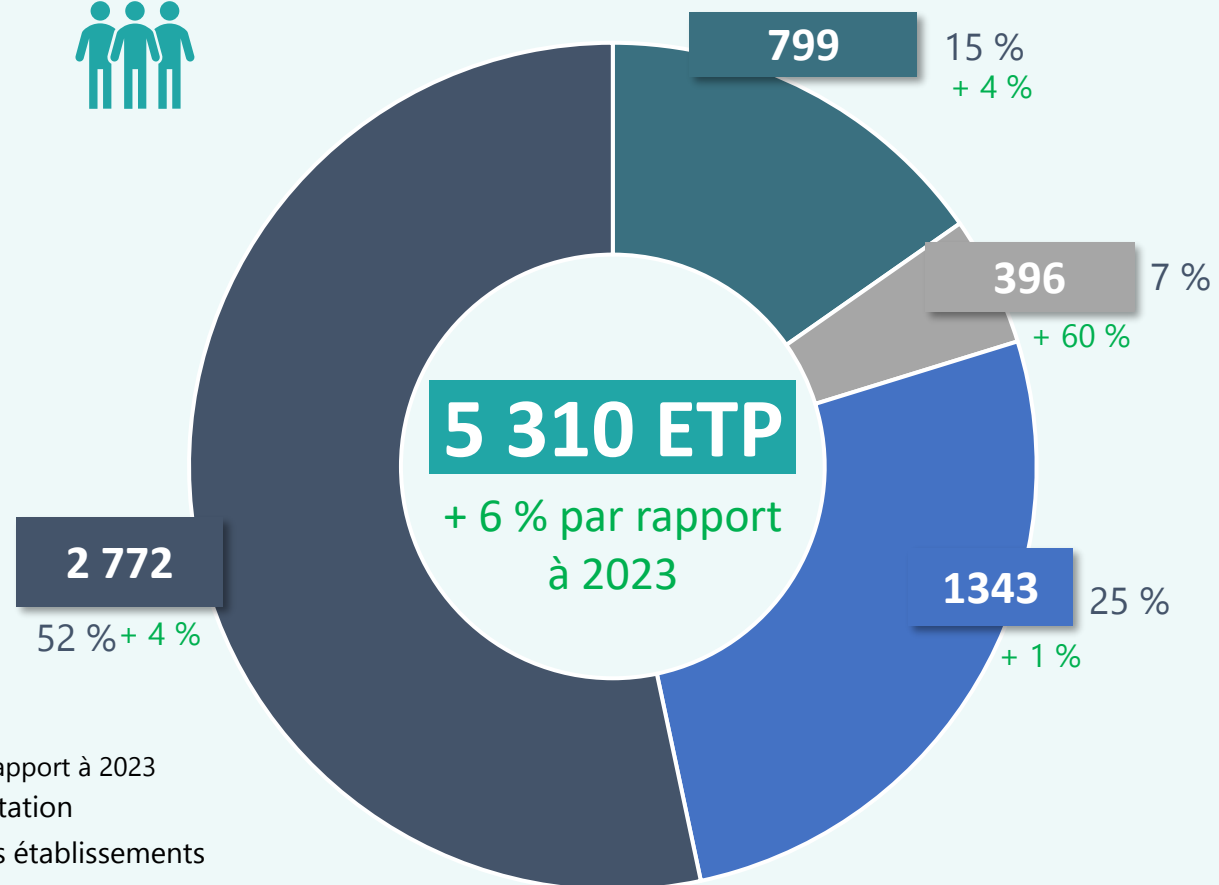
Impacts INDIRECTS : plus de 1,3 Md€ de chiffre d'affaires et plus de 5 300 ETP indirects générés par les entités juridiques thermales (soit +6% et +6% par rapport à 2023)

IMPACTS INDIRECTS

CHIFFRE D'AFFAIRES



EMPLOIS



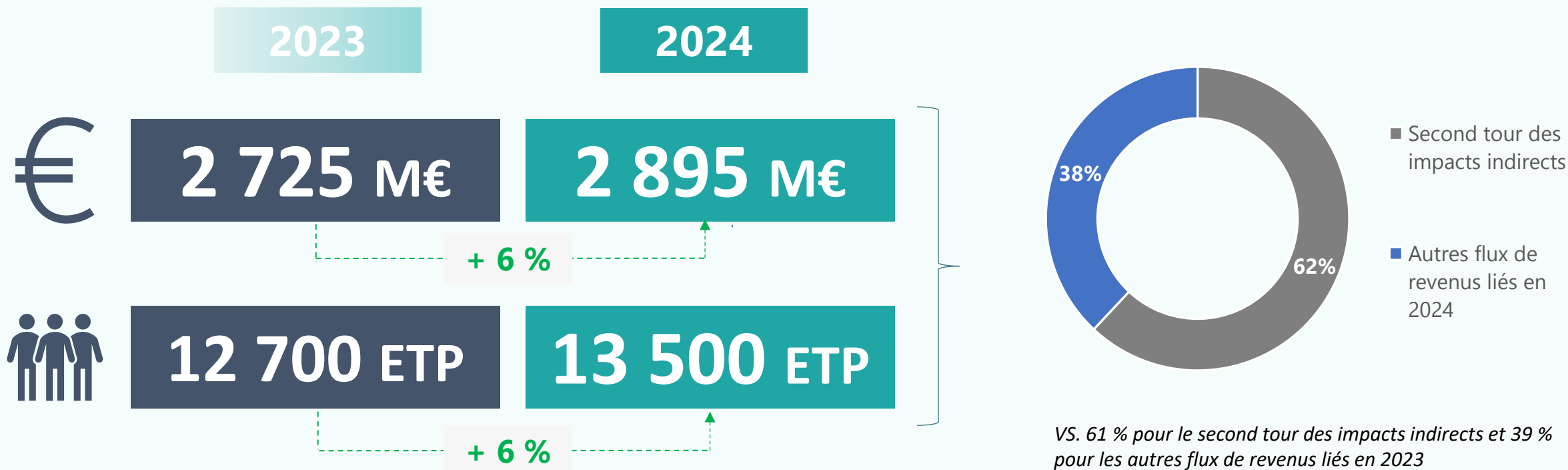
- X % Comparaison par rapport à 2023
- Dépenses d'exploitation
 - Investissement des établissements
 - Rétributions du personnel
 - Dépenses de consommations

1€ génère 2,55 € supplémentaires, dont 69% directement dans la station

Résultats basés sur les réponses de 58 à 67 établissements en 2023 et 54 à 63 en 2024



Impacts INDUITS : Près de 2,9 Md€ générés par le « second tour » des impacts indirects et les autres flux de revenus liés au thermalisme



NB : Le second tour des impacts indirects désigne l'activité économique elle-même générée par les dépenses indirectes (approche par multiplicateur keynésien, qui consiste à évaluer les dépenses successibles à partir de l'injection initiale).



5. Le soutien des stations thermales à l'économie locale se renforce encore en 2024 : la part d'approvisionnements locaux et régionaux au sein des entités thermales croît de 3 points.

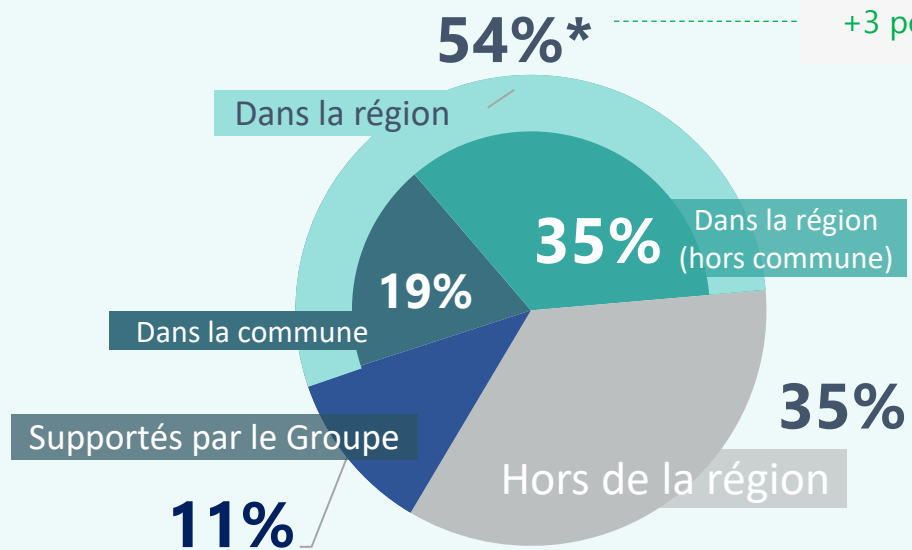


Les entités thermales renforcent encore leur soutien à l'activité locale

(57 % des dépenses sont désormais réalisées auprès de sous-traitants locaux et régionaux, soit une augmentation de 3 points par rapport à 2023)

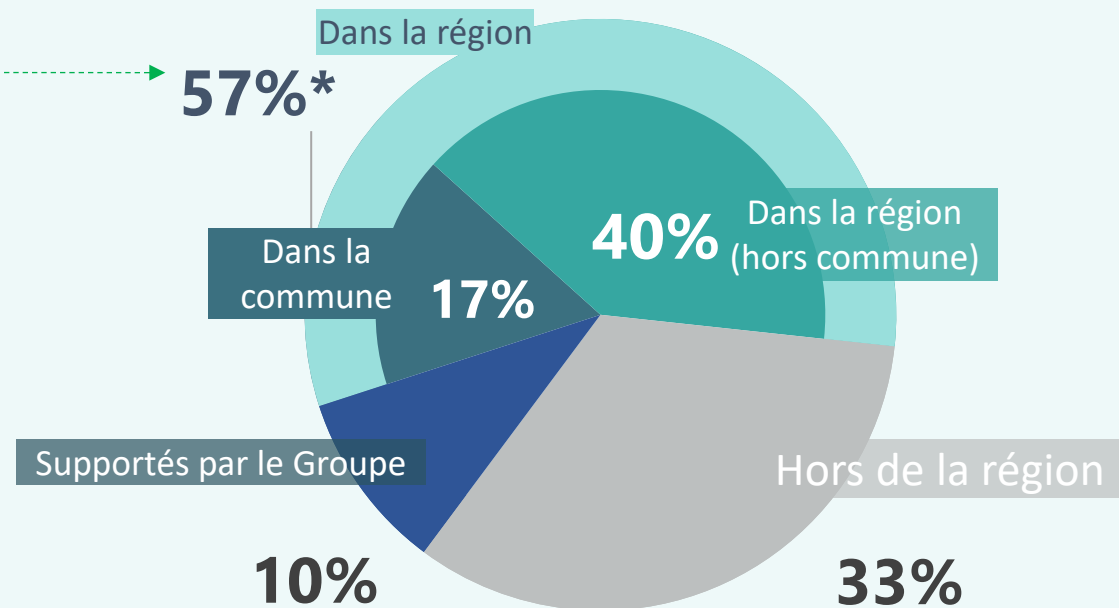
Répartition des **dépenses réalisées par les entités thermales** selon l'implantation des fournisseurs

2023



+3 points

2024



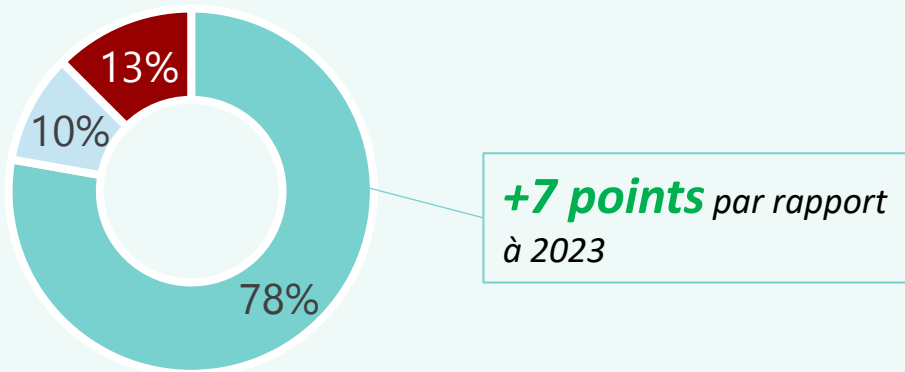


6. Les engagements environnementaux des établissements thermaux poursuivent leur croissance, avec toujours un accent fort sur le volet performance énergétique.

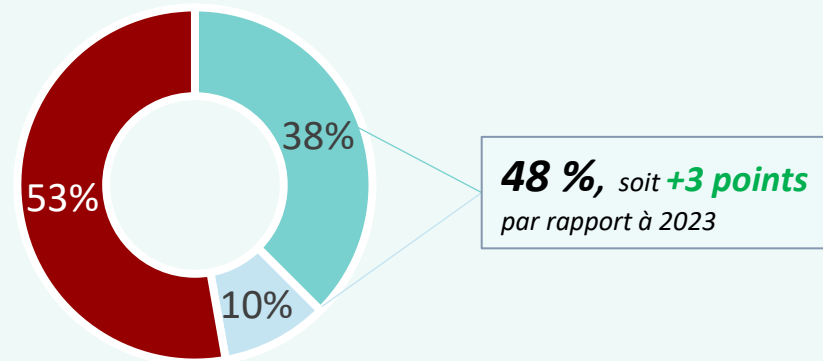


Les efforts des établissements en matière de performance énergétique et environnementale sont en progression sur tous les indicateurs par rapport à l'année précédente

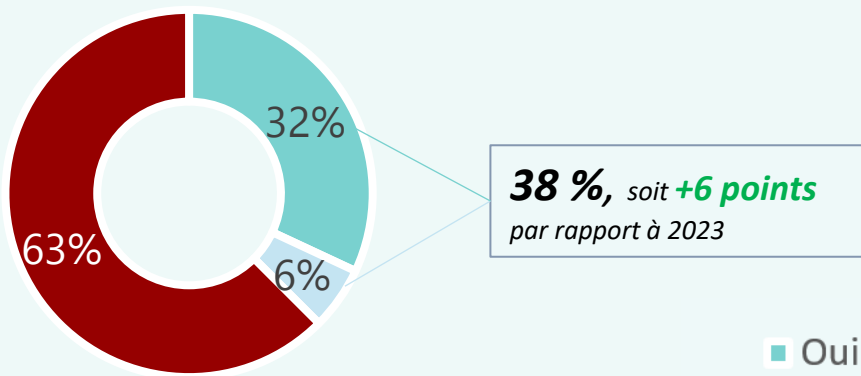
Avez-vous mis en place une initiative d'**optimisation et de réduction des consommations énergétiques** ?



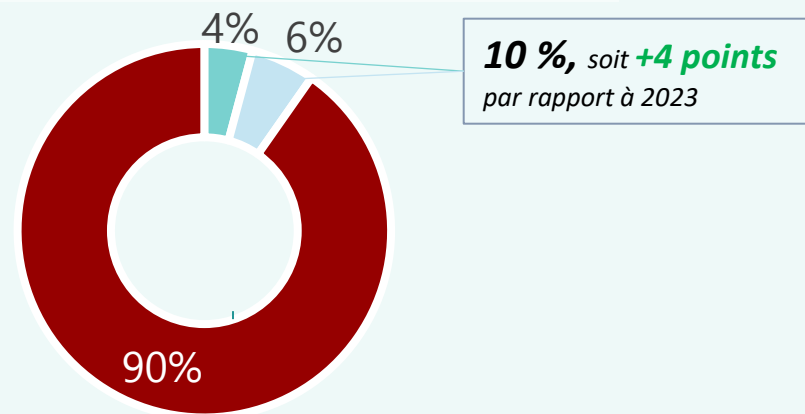
Avez-vous mis en place une initiative de **diminution des rejets / valorisation / traitement des boues** ?



Avez-vous mis en place un système de **traitement de l'eau thermique** avant rejet ?



Disposez-vous d'un **label de performance environnementale** ?



■ Oui ■ En cours ■ Non

72 établissements répondants en 2024 (contre 75 répondants en 2023)



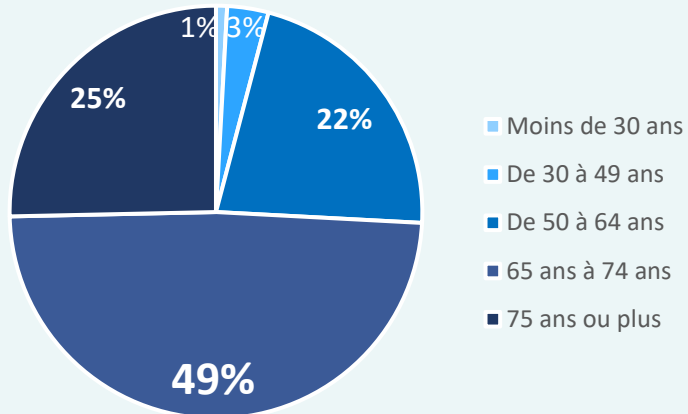
7. Les profils des patientèles et clientèles des stations thermales restent majoritairement stables sur les dernières années. Les établissements thermaux et offices de tourisme déploient des **efforts divers pour renforcer l'attractivité et le dynamisme des stations.**



Analyse de l'évolution des profils de la patientèle et clientèle du thermalisme 1/2

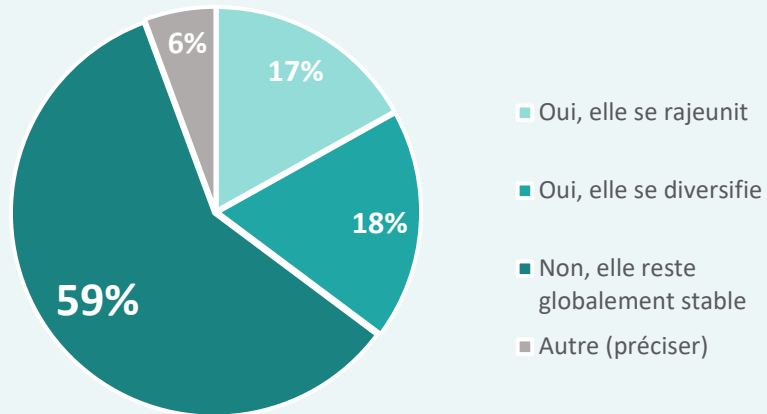
Curistes conventionnés

Répartition selon l'âge



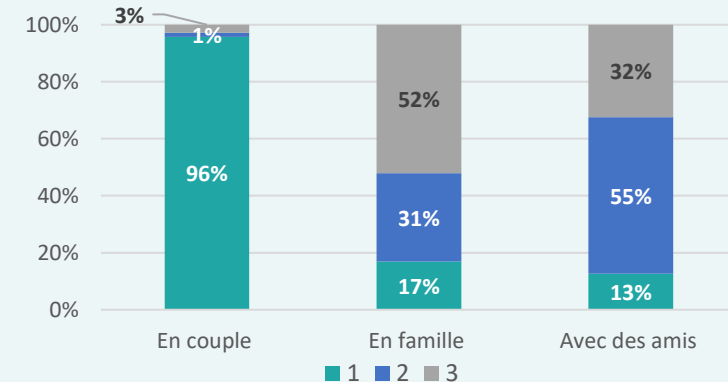
Résultats basés sur les réponses de 69 établissements

Evolution du profil



Résultats basés sur les réponses de 71 établissements

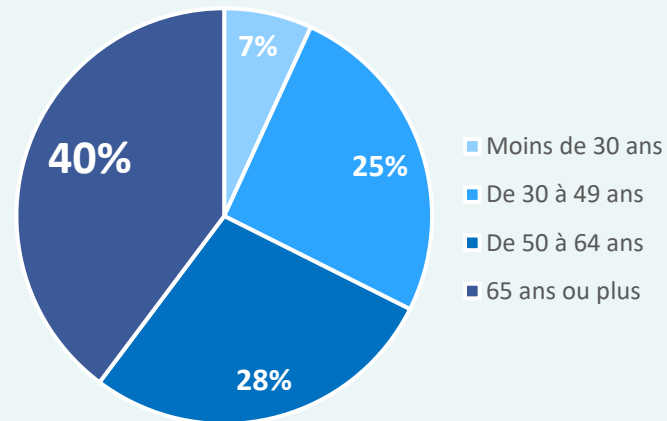
Accompagnement des curistes



Selon 59% des 71 établissements répondants, les curistes sont majoritairement accompagnés.

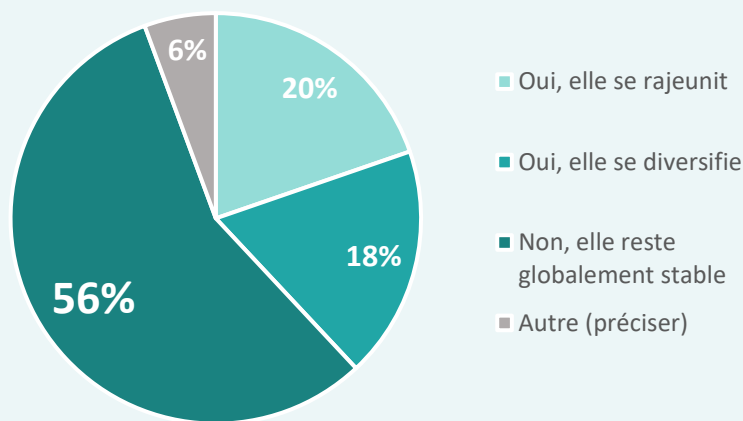
Curistes libres

Répartition selon l'âge



Résultats basés sur les réponses de 54 établissements

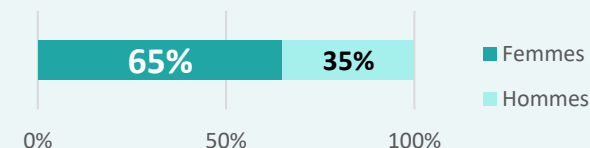
Evolution du profil



Résultats basés sur les réponses de 71 établissements

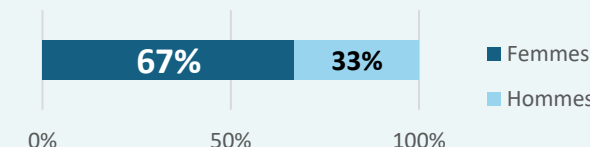
Répartition selon le genre

Curistes conventionnés



Résultats basés sur les réponses de 66 établissements

Curistes libres



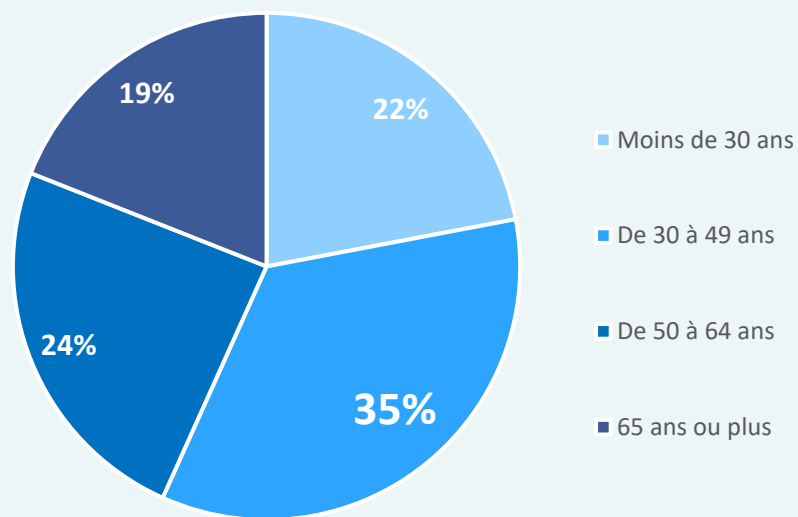
Résultats basés sur les réponses de 56 établissements



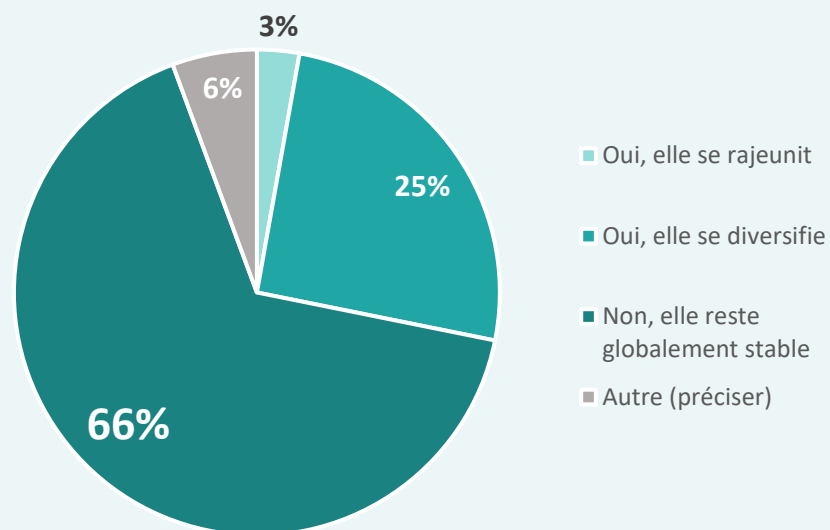
Analyse de l'évolution des profils de la patientèle et clientèle du thermalisme 2/2

Clientèles bien-être

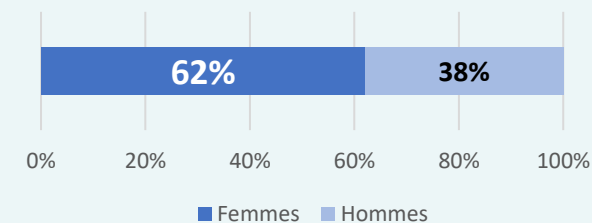
Répartition des clients bien-être selon leur âge



Evolution du profil des clients bien-être



Répartition selon le genre Clients bien-être

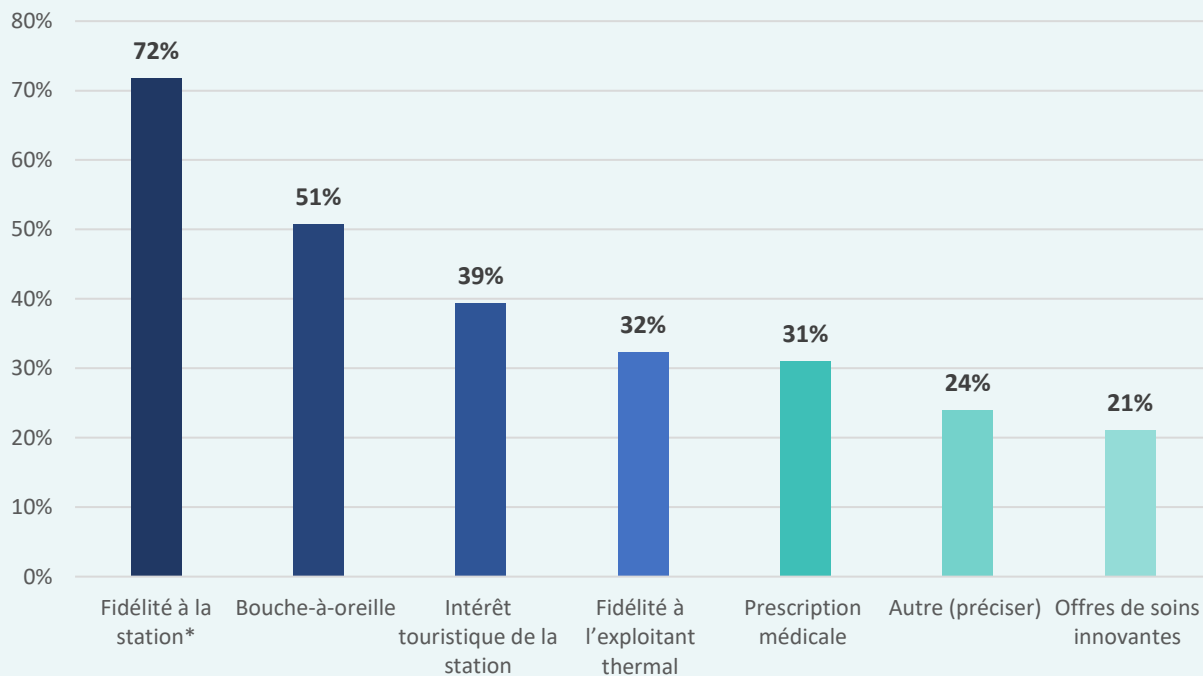


Résultats basés sur les réponses de 31 établissements thermaux



Analyse des motivations des patients et clients, ainsi que des orientations stratégiques des établissements thermaux

Motivations des patients / clients dans le choix de la station thermale



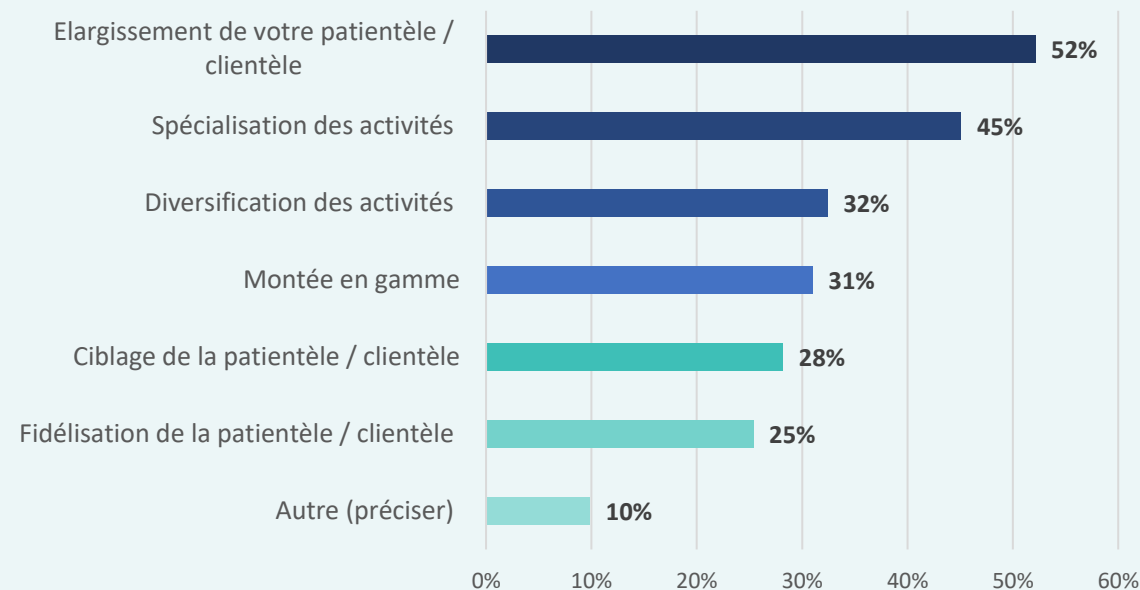
* Fidélité à rapprocher notamment de l'efficacité de l'eau minérale naturelle de la station sur la pathologie du curiste

Résultats basés sur les réponses de 71 établissements

Autres motivations des patients et clients :

- Qualité des soins et/ou de l'accueil
- Taille de la station
- Proximité géographique

Orientations stratégiques du développement de l'établissement thermal



Résultats basés sur les réponses de 71 établissements

Exemples d'autres orientations stratégiques du développement de l'établissement :

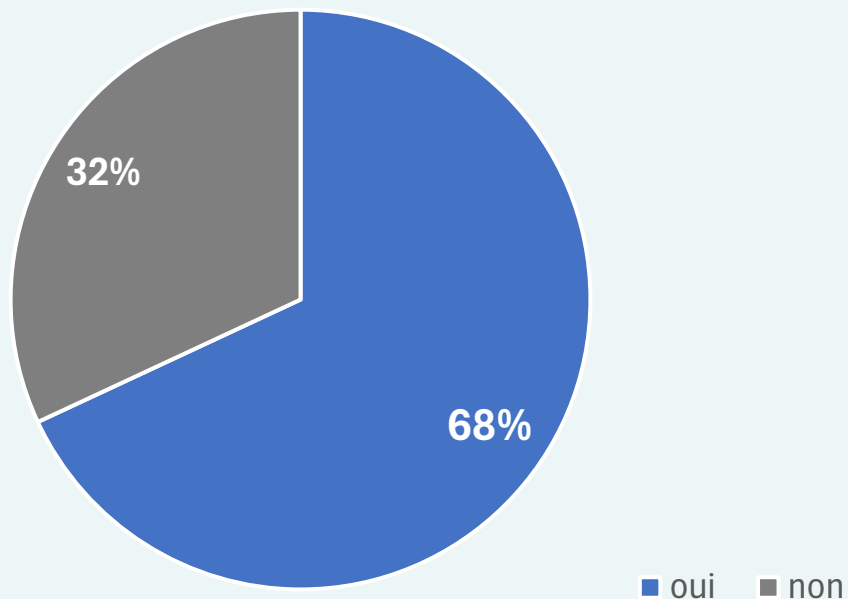
- Développement des cures courte durée et les activités bien-être
- Médecine intégrative

NB : Des comptes-rendus de deux entretiens avec des établissements thermaux (Vichy et Molitg-les-Bains) sont à retrouver dans les annexes du rapport



Actions de communication à destination de la clientèle de loisirs mises en œuvre par les offices de tourisme

Part des offices de tourisme déclarant avoir déployé un plan marketing ou une stratégie de communication dédié(s) à la clientèle de loisirs au cours des 2 à 3 dernières années



72 OT répondants

Exemples d'actions de communication et valorisation mises en place par les offices de tourisme dans les stations thermales

Branding et Positionnement

- **Vichy** : marque « Vichy Mon Amour », brand book, magazine et produits dérivés
- **Montrond-les-Bains** : nouvelle marque touristique pour repositionner la destination

Communication Digitale et Contenus

- **Lamalou-les-Bains** : vidéos courtes avec personas (couples, etc.), réseaux sociaux
- **Avène-les-Bains** : vidéos promotionnelles web, jeux concours et e-news

Évènements et Expériences

- **Aix-les-Bains** : événements (Mois Pour Moi, BeFit)
- **Prats-de-Mollo-la-Preste** : pots d'accueil gratuits avec tirage au sort, convivialité pour fidéliser les curistes

Partenariats et Coopérations

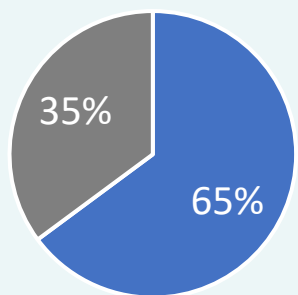
- **Gréoux-les-Bains** : campagnes Atout France « Villes d'eaux, villes de bien-être », mixmédia avec exploitant thermal + ADT
- **Luxeuil-les-Bains** : campagnes Atout France et plans d'actions avec CRT, ADT, marque Vosges du Sud

NB : Le compte-rendu d'un entretien avec un office de tourisme (Bagnoles de l'Orne) est à retrouver dans les annexes du rapport



Transports et mobilité vers ou au sein de la station

Part des communes thermales possédant au moins une **gare voyageurs à moins de 15 minutes**

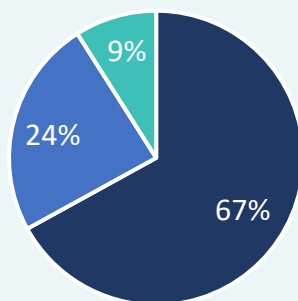


74 OT répondants

■ OUI ■ NON

Enjeu de la mobilité vers la station thermale (origine-destination)

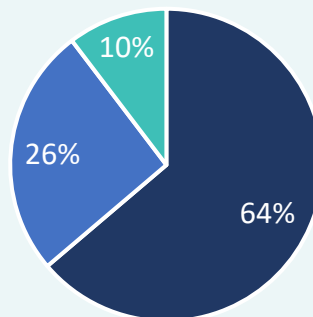
■ Très important
■ Un peu important
■ Pas vraiment important



58 DGS répondants

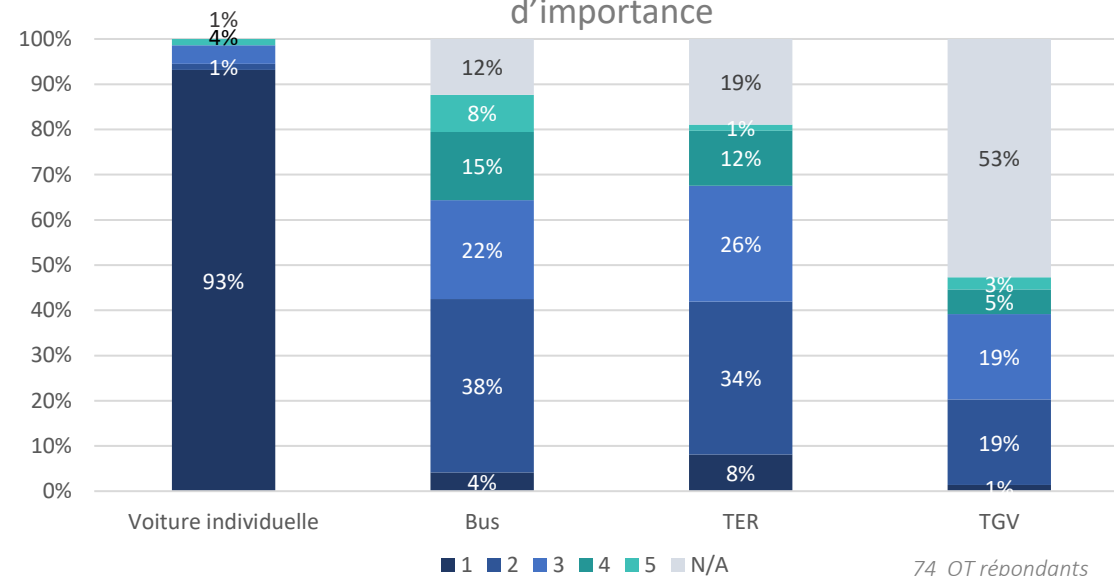
Enjeu de la mobilité au sein de la station thermale (pendant le séjour)

■ Très important
■ Un peu important
■ Pas vraiment important



58 DGS répondants

Principaux **moyens de transports** utilisés par les visiteurs pour se rendre au sein des stations et classement par ordre d'importance



74 OT répondants

56 % des 72 offices de tourisme répondants ont initié/participé à des projets visant à améliorer la mobilité vers/ au sein de leur station au cours des 2 à 3 dernières années.

Exemples d'initiatives

- Vichy : mobilité douce (vélos...), navettes fluviales et VTT-canoë
- Barbotan-les-Thermes : voie verte et réseau de bus inter-départemental
- Nancy : city pass avec transports en commun et label "Accueil Vélo"

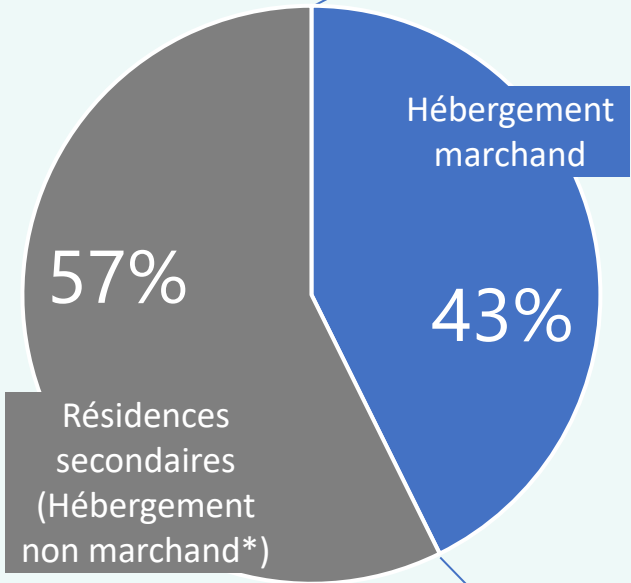
Annexes – Données et informations complémentaires





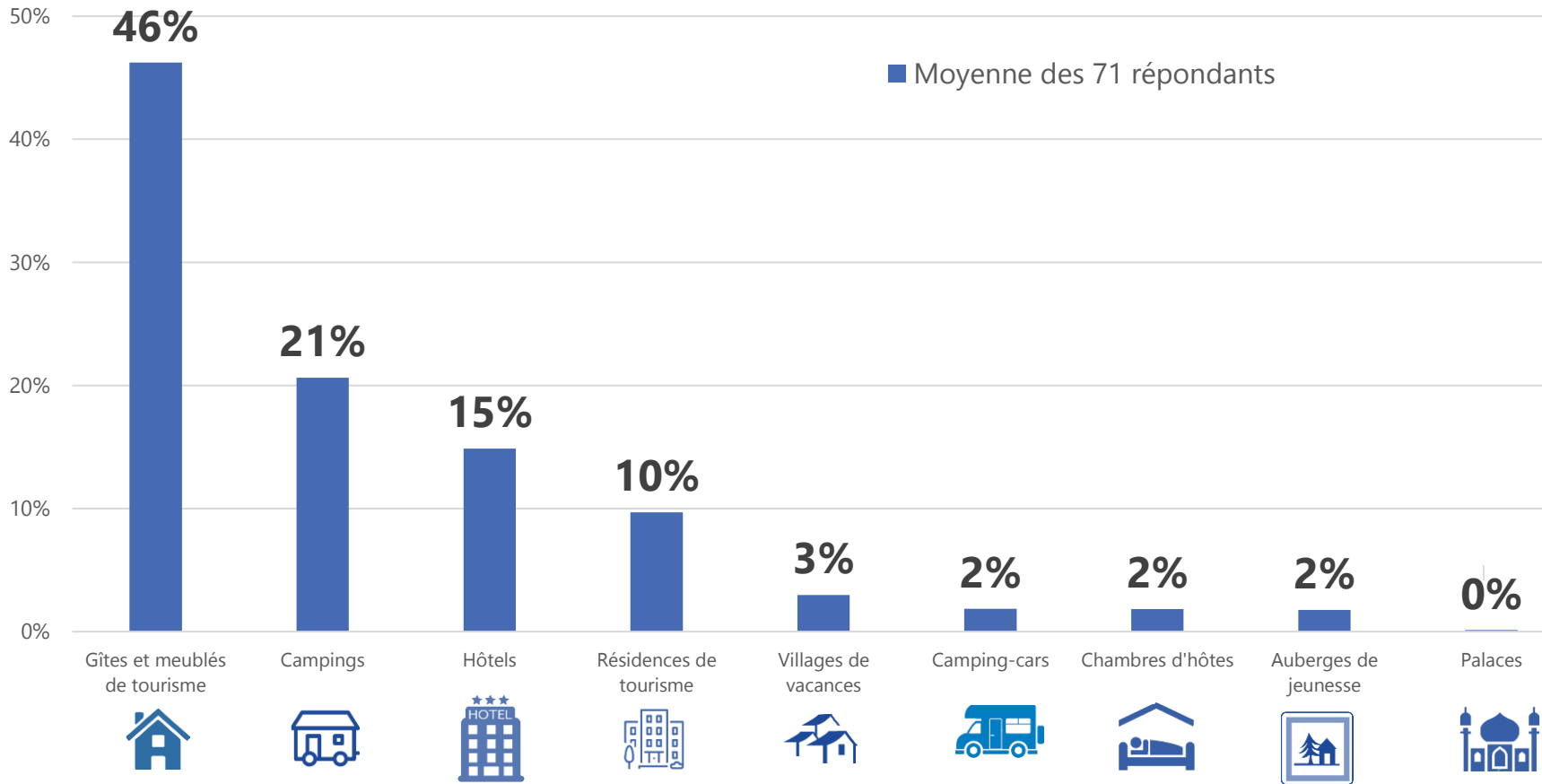
Annexes fréquentation - Les gîtes et meublés de tourisme représentent 46 % du nombre total de lits marchands 2024

Répartition de la capacité d'hébergement



Données fournies par 71 offices de tourisme

Répartition du nombre de lits par type d'hébergement marchand



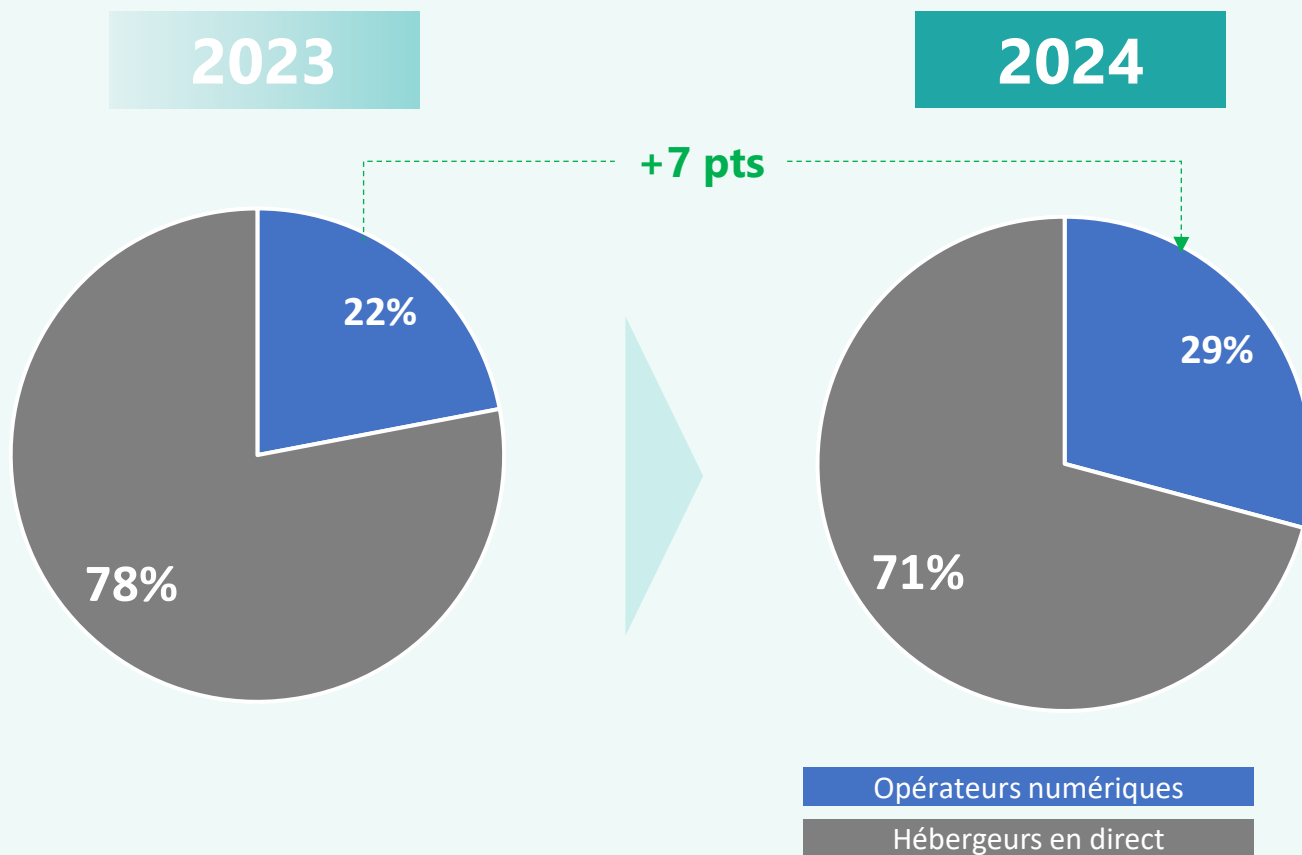
Données fournies par 71 offices de tourisme

* Dans l'hébergement non-marchand se retrouvent notamment les résidences secondaires non commercialisées, objet du focus présenté ci-dessus



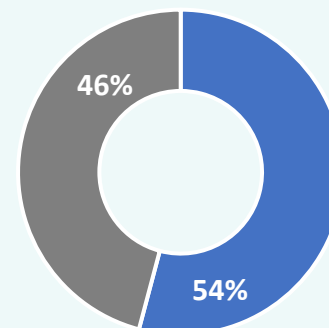
Annexes fréquentation - Le poids de l'offre proposée par les opérateurs numériques dans les stations augmente de 7 points en 2024

Poids de l'offre proposée par les opérateurs numériques dans les stations
(en proportion de nuitées marchandes)



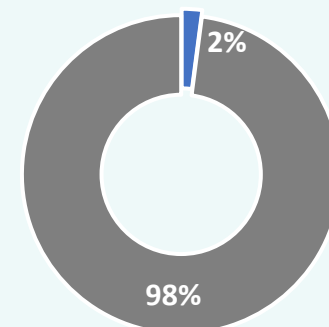
... avec toujours de fortes disparités entre stations

Cas spécifique – Taux de pénétration élevé en 2024



Station de Saint Lary Soulan, catégorisée dans la classe E « Stations thermales qui se différencient en hybridant leur identité : thermalisme et sports d'hiver » de la typologie de stations.

Cas spécifique – Taux de pénétration faible en 2024



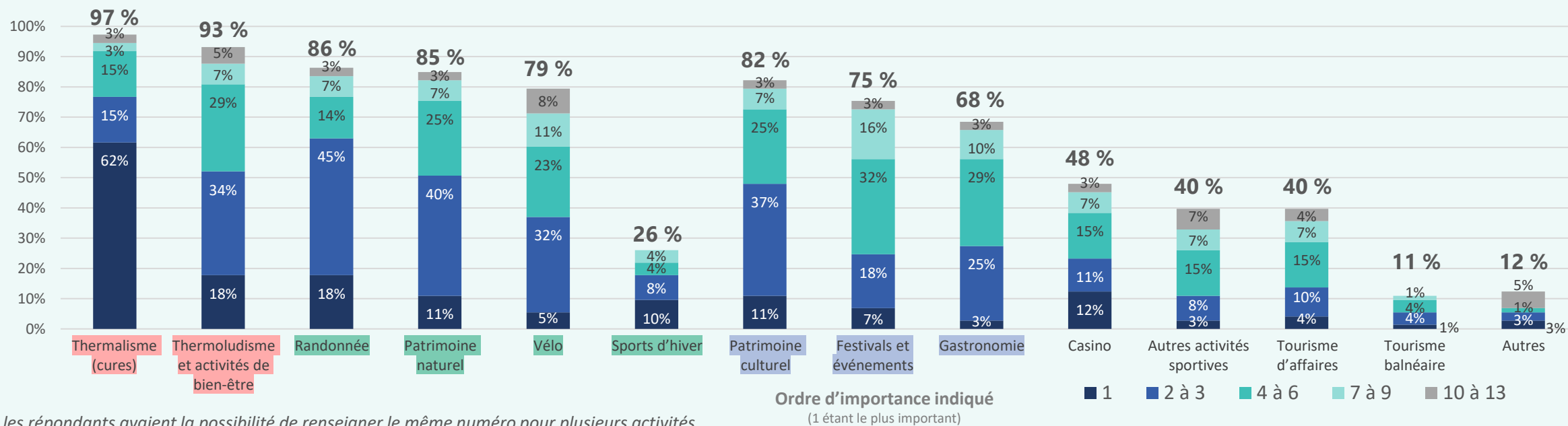
Station de Molitg-les-Bains, catégorisée dans la classe A2 « Stations locales à forte identité thermique – moyennes à grandes » de la typologie de stations.



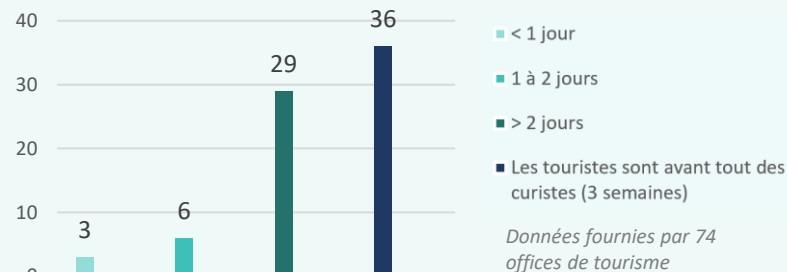
Annexes fréquentation - **Santé, nature et culture**, les trois piliers de l'offre des stations thermales

La **cure thermique** et les **offres de soins non médicalisées** restent l'offre majeure des stations, constituant le principal attrait des villes thermales et permettant la diversification vers des activités nature et patrimoniales.

Principales activités proposées au sein de la station thermique et classement par ordre d'importance par les offices de tourisme (déclaratif*)



Durée moyenne de séjour des visiteurs au sein de la station (NB : certains répondants ont sélectionné plusieurs durées)



Exemple de catégorie de la typologie pour laquelle les touristes sont avant tout des curistes :



A – Stations locales à forte identité thermique (14 / 16 répondants de la catégorie ont sélectionné uniquement la réponse « les touristes sont avant tout des curistes »).

Exemples de catégories de la typologie pour lesquelles la durée de séjour moyenne des touristes excède deux jours :



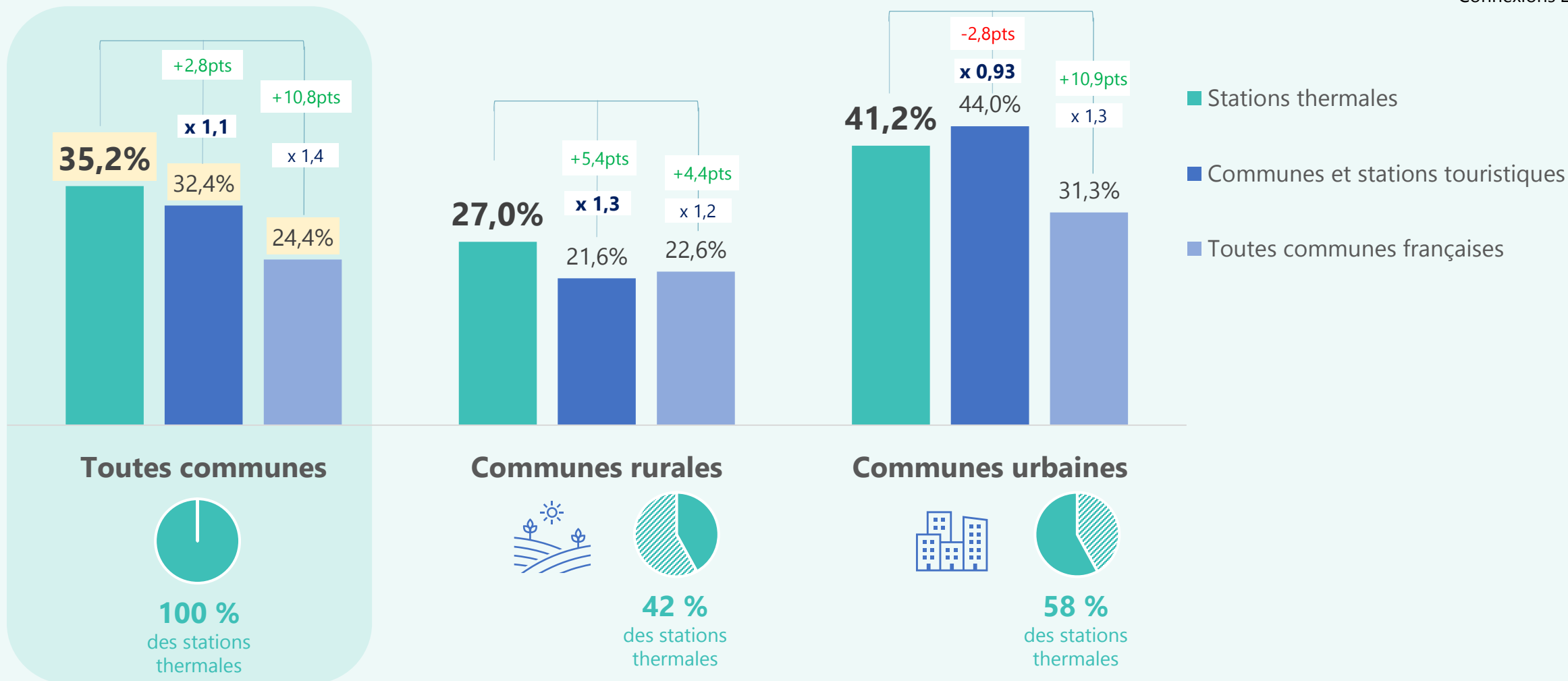
E – Stations thermales qui se différencient en hybridant leur identité – thermalisme et sports d'hiver (7 / 9 répondants ont sélectionné uniquement la réponse « > 2 jours ») ;
G – Grandes stations thermales et touristiques (6 / 7 ont aussi sélectionné uniquement la réponse « > 2 jours »)



Annexes attractivité – Les stations thermales disposent d’une offre d’infrastructures de transport légèrement plus développée que les autres communes, les rendant davantage accessibles

Offre d’infrastructures de transports comparée – **Part des communes possédant au moins une gare voyageurs**

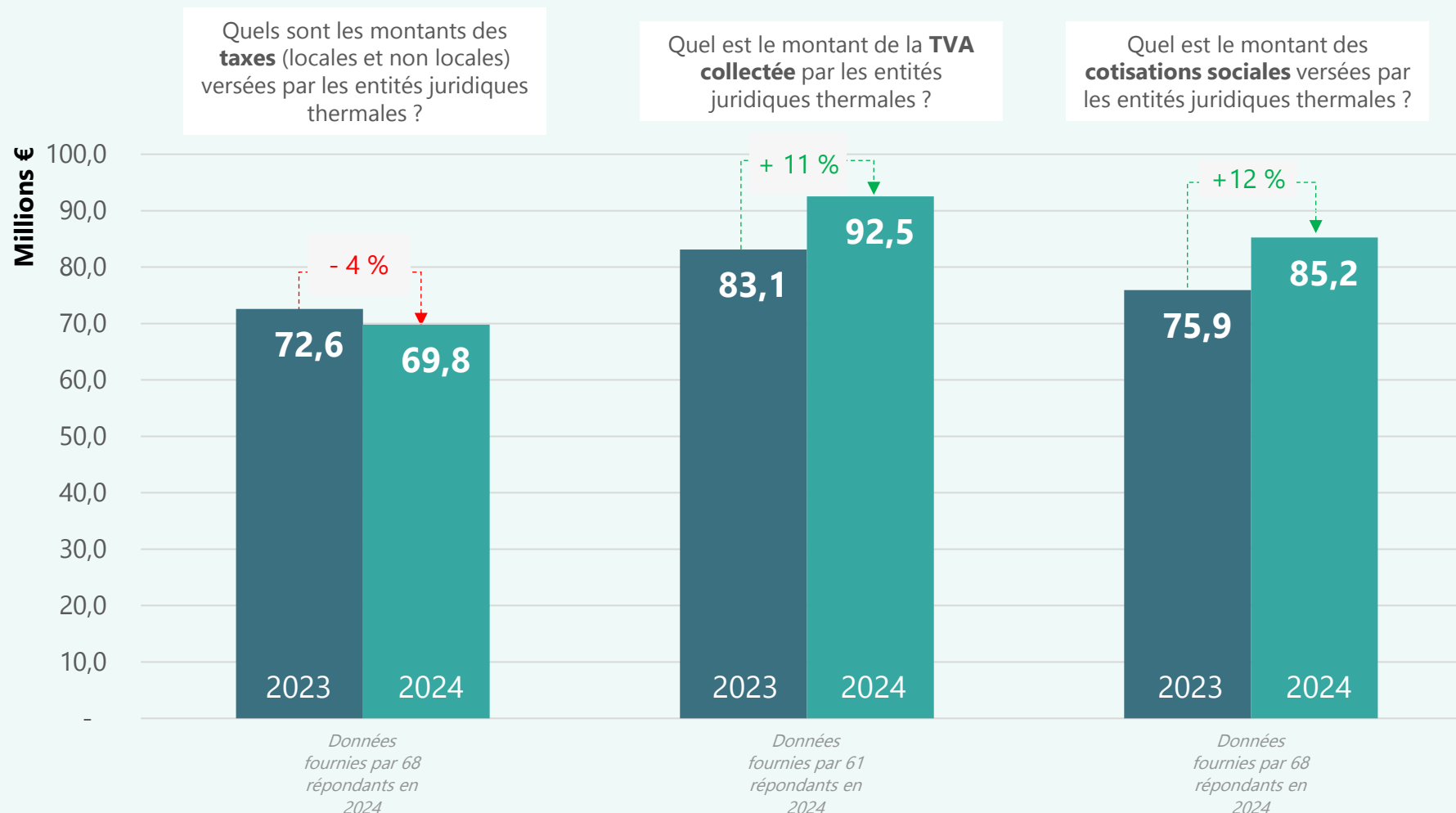
Données Gares & Connexions 2024



NB : L’offre d’infrastructures de transport des stations thermales apparaît significativement moins supérieure à celle des autres types de communes qu’indiqué dans l’analyse menée en 2021. Cette évolution s’explique par des données INSEE plus complètes et exhaustives disponibles en 2024.



Annexes soutien à l'économie locale - Une hausse des taxes collectées et des cotisations sociales entre 2023 et 2024, à l'inverse les taxes connaissent quant à elles une diminution



Remarques :

- Taxes locales : taxes versées à la commune, intercommunalité et le département.
- Taxes non locales : taxes versées à l'Etat, incluant notamment l'impôt sur les sociétés, la taxe sur la valeur ajoutée et les taxes liées aux salaires (la taxe sur les salaires, la taxe sur l'apprentissage, la contribution formation, la participation de l'employeur à l'effort de construction).
- TVA collectée : taxe sur la valeur ajoutée collectée (collectée par l'établissement / l'entité juridique sur les ventes réalisées), et non la TVA versée (dont est soustraite la TVA déductible, liée aux achats réalisés par l'établissement / l'entité juridique).

Points d'attention :

- Evolution des montants des taxes versées par les entités juridiques thermales potentiellement liée à la baisse de la rentabilité des entreprises thermales (baisse de l'impôt sur les sociétés).

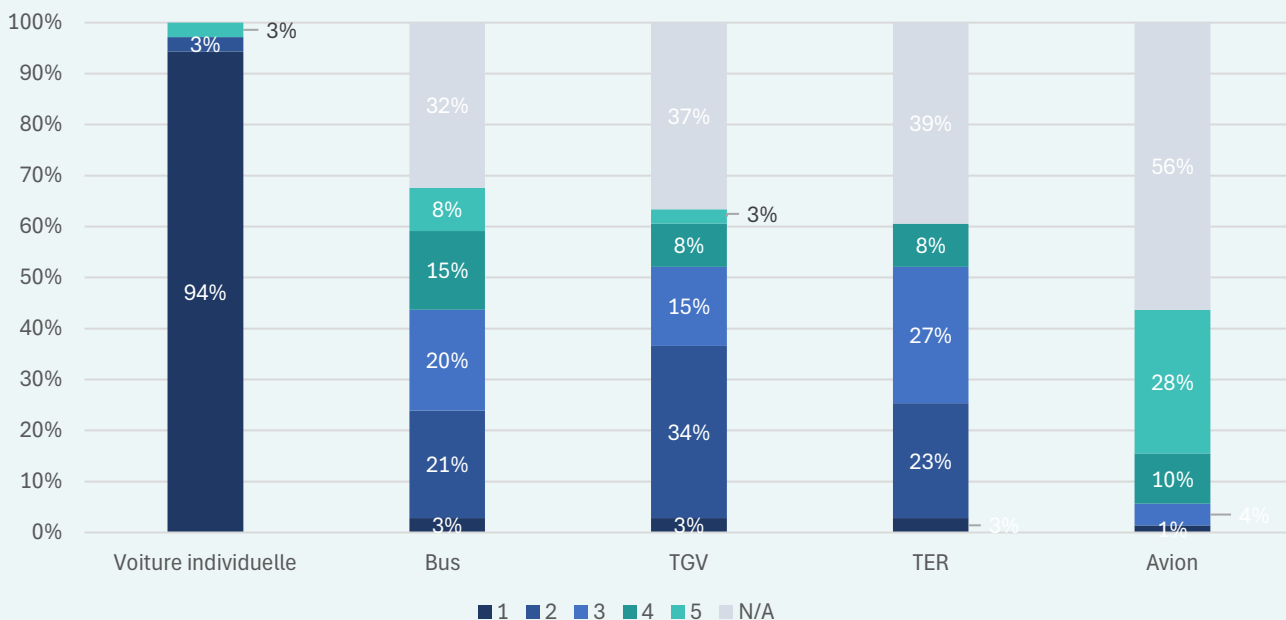
Extrapolations basées sur les réponses de 61 à 69 établissements pour l'année 2023.



Annexes zoom thématique - Transports et mobilité vers ou au sein de la station

Réponses des établissements thermaux

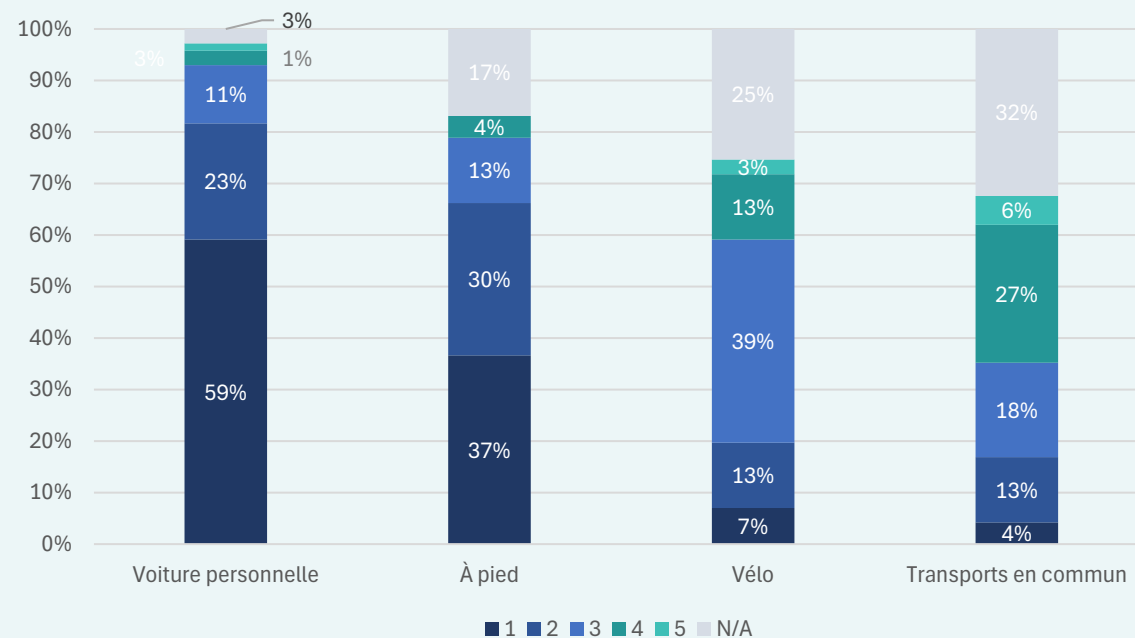
Moyens de transports privilégiés par les patients et clients pour se rendre au sein de la station



Résultats basés sur les réponses de 71 établissements

Aide à la lecture : 94% des établissements déclarent que la voiture personnelle constitue le moyen de transport privilégié des patients et clients pour se rendre au sein de la station.

Moyens de transports privilégiés par les patients et clients pour se déplacer au sein de la station



Résultats basés sur les réponses de 71 établissements

Aide à la lecture : 59% des établissements déclarent que la voiture personnelle constitue le moyen de transport privilégié des patients et clients pour se déplacer au sein de la station.



Annexes zoom thématique - Deux regards pour éclairer l'évolution et les tendances des patientèles et clientèles thermales

Le centre thermal de **Molitg-les-Bains**



Carte d'identité de la patientèle/clientèle majoritaire



Curistes conventionnés

Majoritairement seniors mais arrivée de nouveaux publics via les cures post-cancer du sein (prise en charge CNAM depuis 2021)



Curistes libres

Rajeunissement notable, lié à une communication ciblée

Motivations et orientations stratégiques

- **Diversification des services:** programmes post-cancer du sein, offre d'activités paramédicales diversifiée pour des programmes d'éducation à la santé ciblés : diététique, activités physiques adaptées, yoga, ostéopathie, etc.
- **Reconnaissance de la Fidélité par l'appartenance au Club Thermal :** réductions, sur certaines prestations (spa, bons cadeaux, etc.), sur l'hébergement
- **Animations collectives visant à développer le lien social** (beaucoup de curistes isolés): club des solos, ateliers créatifs (mandalas, peinture sur galets), animations musicales et ludiques

⌕ **Challenges :** **accessibilité à garantir**, la voiture est indispensable actuellement, les alternatives sont limitées (**covoiturage, navettes**)

Atouts de la station

- **Cadre naturel** (proximité Pyrénées et mer Méditerranée)
- **Coopération territoriale:** mise en place d'un verre de l'amitié tous les 15 jours en collaboration avec l'Office de tourisme, accords avec des partenaires locaux (avantages offerts aux commerçants)



Le centre thermal de **Vichy**

Carte d'identité de la patientèle/clientèle majoritaire



Curistes

Profils conventionnés et libres stables depuis plusieurs années (> 65 ans) centrés sur la rhumatologie et les affections digestives et troubles du métabolisme



Clientèle bien-être

Clientèle plus jeune, plus volatile et plus exigeante

Positionnement stratégique du centre thermal

- **Vaste programme de rénovation en cours - 50 M€**
- **Création d'un Resort :** multicibles, multisegments, multigammes. Création de nouvelles infrastructures de soin, dans un **contexte de polarisation de la demande** (solutions économiques proposées aux Thermes Callou versus cures premium aux Thermes des Dômes)
- Développement d'une approche de **santé intégrative** : Vy Resort Thermal & Spa invite à découvrir une approche unique du thermalisme intégratif. Cette approche articule les soins médicaux et des **programmes complémentaires** axés sur la prévention ou le bien-être (ateliers avec diététiciennes, activités artistiques...)

Atouts de la station

- **Classement UNESCO**
- **Offre touristique locale développée**
- **Accessibilité et environnement propice à la détente** (proximité gare, équipements sportifs autour du lac)



Annexes zoom thématique - Un regard pour éclairer l'évolution et les tendances des clientèles touristiques

L'office de tourisme de Bagnoles de l'Orne

CLIENTÈLES TOURISTIQUES : PROFIL HISTORIQUE ET ÉVOLUTIONS

Carte d'identité de la clientèle majoritaire

46%

Curistes
se diversifie

37%

Touristes



France
(majorité Nord-Ouest)

Diversification des attentes

- Demande d'activités en plus des soins qui existe depuis de nombreuses années
- En attente de diversité d'activités : nature, culture
- Demande de randonnées en constante hausse de fréquentation et des demandes de trail, running, VTT/cyclo

Focus sur les clientèles minoritaires

- Clientèle locale peu présente en cures, mais active sur le volet sport & culture
- Clientèles courts séjours (jusqu'à 5 jours) : familles, couples, camping-caristes, scolaires (offres pédagogiques), clientèle affaires

LEVIERS D'ATTRACTIVITÉ ET DE DIVERSIFICATION TOURISTIQUE



Événements sportifs & culturels

Bagnoles Normandie Trail*, Mad Jacques Véloscénie Normandie, Festivals d'été (ex. arts de rue), Fête Belle Époque, labellisation Petites Cités de Caractère



Mobilité douce & itinérance

Les parcours Véloscénie, voie verte Briouze-Bagnoles... favorisent la venue de cyclotouristes & familles



Expériences locales personnalisées

- Cueillettes de champignons, brame du cerf, découvertes des savoir-faire locaux, visites guidées thématiques...
- Roadbook (carnet de séjour numérique)



Sensibilité au développement durable

Label Green Destinations (2022, première destination française à l'avoir obtenu), développement d'offres tourisme durable
(Pas encore déterminant dans les choix mais renforce l'attractivité de la destination)

PRINCIPAUX ENJEUX ET ACTIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

Rajeunissement de la clientèle

- Activités **sportives** (véloscénie, appli On Piste...)
- & **culturelles**
- **Événements**

Digitalisation du parcours client

- **Personnalisation** (ex. roadbook)
- **Simplification**

Renforcement de l'offre durable

- Produits **tourisme durable** en cours de conception

Accessibilité

Ex. village Bagnoles Normandie Trail **accessible** aux PMR, une course inclusive

Refonte de l'identité de marque (2025)

- **Nouvelle charte éditoriale**, reprise **site web**, **guides**
- Collaborations **influenceurs**, série **documentaire vidéo** sur l'ensemble du territoire (ex. Bagnoles Expériences)

Objectifs et projets futurs

- **Extension** du label Green Destinations aux autres communes de la communauté de communes (27)
- Poursuite du déploiement de la **mobilité douce** (vélos électriques, bars à outils...)
- **Accompagner les partenaires** dans leur transition durable
- Travail **identité de marque & nouvelles offres**

*1 500 participants, participation plafonnée



Des stations très différentes – Typologie nationale (9 catégories principales)

A

▲+1

18 stations





Stations locales à forte identité thermique

B

▼-1

5 stations





Stations très dépendantes du thermalisme mais dont l'activité thermique médicale est en recul

C

3 stations





Stations à rayonnement national concentrant un nombre très élevé de curistes et faiblement diversifiées

D

7 stations





Stations thermales qui différencient leur offre par un positionnement « Santé »

E

11 stations





Stations thermales qui se différencient en hybridant leur identité : thermalisme et sports d'hiver

F

22 stations





Stations qui placent le thermalisme au cœur de leur offre mais valorisent d'autres atouts de leur territoire

G

7 stations





Grandes Stations Thermales et Touristiques

H

7 stations





Stations pour lesquelles le thermalisme occupe une place secondaire dans l'offre touristique

I

8 stations





Stations dont les stratégies et trajectoires sont ancrées dans un écosystème local non thermal

CONCEPTION D'UN OUTIL D'ANALYSE DES PROFILS DES STATIONS THERMALES FRANÇAISES – Étude Complète Disponible [ici](#)



Rappel - typologie des stations thermales – Objectifs, méthode et applications

Un travail d'analyse typologique des stations thermales françaises a été conduit entre novembre 2021 et avril 2022, permettant de composer **12 groupes de stations aux caractéristiques similaires**, en vue de **plusieurs applications opérationnelles** :

Rapport national de l'OESTh	Rapports de station
1. Consolidation des indicateurs 2. Zooms selon les spécificités de certaines stations	1. Analyse comparée de la station avec la moyenne des autres stations de sa catégorie (et non plus seulement moyenne nationale) 2. Estimation des impacts indirects locaux

3 piliers d'analyse structurants ont servi de socle à l'élaboration des catégories :

**Positionnement et couleur touristique de la station**

**Profil économique et géographique de la station**

**Périmètre de compétences, gouvernance et gestion**

- **+ de 60 critères** renseignés
- Des données issues de l'OESTh, de **bases de données nationales**, d'une **consultation en ligne** auprès des offices de tourisme et d'**entretiens** auprès de représentants de stations (élus, OT)

WAVESTONE

www.wavestone.com

Cédric BAECHER
Partner

cedric.baecher@wavestone.com

Bérénice BOURGEOIS
Consultante Senior

berenice.bourgeois@wavestone.com

Marie BAUCHET
Consultante Senior

marie.bauchet@wavestone.com

Andy DESMONTAIS
Consultant

andy.desmontais@wavestone.com

