

Fréquentation touristique en France : de bonnes perspectives pour la saison estivale et olympique

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Comme en 2023, 74% des Français envisagent de partir en vacances pendant l'été et ¾ d'entre eux ont choisi la France pour leur séjour principal (+2 points par rapport à 2023). Ces tendances encourageantes s'inscrivent dans une dynamique de fréquentation globalement positive depuis le début d'année 2024, malgré des contrastes selon les périodes.
L'avant-saison, depuis le 1er mai, semble néanmoins avoir marqué le pas du fait d'une météo particulièrement difficile et malgré un week-end du 8 mai / Ascension exceptionnel.
Tous les regards se portent désormais vers une saison estivale hors-normes, avec une montée en puissance progressive vers les Jeux Olympiques et un mois d'août performant.

1. Le tourisme en France est dans une bonne dynamique depuis le début de l'année 2024.... malgré une avant-saison en demi-teinte

Depuis le début d'année, la fréquentation touristique en France, est en progression, tant pour la clientèle française (+4% de nuitées du 1er janvier au 15 juin, selon Flux Vision Tourisme) que pour les clientèles européennes et long-courriers (+5%). Une situation globalement positive qui revêt des contrastes selon les périodes (un 1er trimestre globalement satisfaisant, un weekend de Pâques et des vacances de printemps en retrait).

Concernant plus précisément l'avant-saison (du 1er mai au 15 juin, selon Flux Vision Tourisme), la fréquentation française est globalement stable et atteint près de 140 millions de nuitées touristiques. Celle-ci a été essentiellement

soutenue par le weekend du 8 mai / Ascension exceptionnel (ayant atteint le niveau d'un weekend de fin juillet), alors que l'on observe un léger retrait depuis la mi-mai.

La fréquentation européenne et long-courriers continue quant à elle sur la bonne dynamique engagée depuis le début d'année avec une fréquentation en progression de +6%. Les clientèles lointaines confirment leur retour sur cette période (Chine, Japon mais aussi Etats-Unis dans le cadre notamment des Commémorations du 80ème anniversaire du Débarquement en Normandie). Dans le même temps, les clientèles européennes de proximité connaissent des évolutions variables puisque si Royaume-Uni, Italie, Belgique et Suisse sont en progression, Pays-Bas et Espagne en stabilité, les Allemands sont quant à eux en retrait.
Les conditions météo, qui ont été particulièrement mauvaises pour tous les territoires, ont nécessairement impacté la fréquentation (touristes et excursionnistes) ainsi que les réservations de dernière minute

2. Des perspectives de fréquentation estivale encourageantes pour la clientèle domestique

Pour cet été, selon les résultats de l'enquête Opinion Way pour Atout France, ADN Tourisme et 8 Comités Régionaux du Tourisme, **3 Français sur 4 envisagent de partir en vacances entre juin et septembre 2024** (au même niveau qu'en 2023).

Parmi ces Français partants, **3 sur 4 ont choisi la France pour leur séjour principal** (+ 2 points par rapport à 2023). Parallèlement, les intentions de séjour à l'international sont en repli de 3 points. L'Espagne reste en tête des destinations envisagées (21%), devant l'Italie (12%) et le Portugal (9%).

Les Français vont privilégier des séjours plus courts... mais plus nombreux : 4 Français sur 10 qui prévoient de partir privilégient les courts séjours pour cet été 2024 (+3 points par rapport à l'année passée) au détriment de séjours supérieurs à 15 jours (-3 points). Cette tendance concerne particulièrement le pont du 15 août, qui attire près de 1 Français sur 2. Cela se traduit par un recul de la durée moyenne de séjour, qui passerait de 11 à 10 jours. En moyenne, selon cette enquête, le nombre moyen de séjours par Français augmenterait de 1,4 à 1,7 en un an.

Les destinations littorales et les hébergements marchands plébiscités : en termes de destinations, sans grande surprise, le littoral arrive largement en tête des espaces privilégiés (42% des intentions de séjour, comme en 2023). Parallèlement, les espaces urbains affichent une progression de +3 points des intentions de départ des Français au regard des prévisions à la même période l'année dernière (15% des intentions), derrière les espaces ruraux (19%) mais devant la montagne (10%) et l'itinérance (8%). A début juin, 72% des Français envisageant de partir ont déjà réservé leur hébergement pour leur séjour le plus long, soit 6 points de plus qu'à la même période en 2023. Près de 2 Français sur 3 se tourneront vers des hébergements marchands, les locations (27%) constituant le moyen d'hébergement privilégié des Français devant la famille et les amis (23%).

Vers une saison estivale bénéficiant de la dynamique Olympique ? La saison estivale qui se profile sera rythmée par les Jeux de Paris 2024, bien entendu à Paris et en Ile-de-France mais également dans les 10 villes hôtes. Même si de nombreux territoires ont peu de visibilité sur la fréquentation spécifique durant la période JO (40%), près de la moitié des membres du réseau ADN Tourisme estiment que la fréquentation sera stable ou en augmentation durant cette quinzaine. Plus globalement, les destinations entrevoient une bonne dynamique pour août alors qu'un certain nombre font état d'un retard des réservations pour juillet.
L'organisation des Jeux de Paris 2024 n'a pas eu d'incidence sur la période de départ des Français (seul 1 sur 5 estime que l'événement a influencé ses choix) ou la destination choisie (seuls 18% déclarent que l'événement a joué sur leur décision).
En outre, 3 franciliens sur 5 prévoient de rester en Île-de-France pendant les Jeux Olympiques. Les Jeux Paralympiques ne pèsent quant à eux que très peu : plus de 9 habitants de régions hors Ile-de-France sur 10 n'envisagent pas la réalisation de séjours dédiés.

Les problématiques budgétaires restent très prégnantes pour les Français : si, pour les partants, la vigilance sera de mise vis-à-vis du contrôle des dépenses (60% des réponses), les contraintes budgétaires restent le motif principal justifiant les raisons de non-départs (pour 45% des Français) ou d'incertitudes à réaliser au moins un séjour (49% des

répondants).

3. Les clientèles européennes et long-courriers dans une bonne dynamique

Au regard des arrivées aériennes internationales (source : ForwardKeys), la fréquentation étrangère prévisionnelle est stable cet été (+1% par rapport à 2023 de juillet à septembre).

Parmi les clientèles qui seront fortement présentes : les Etats-Unis (+11%), l'Allemagne (+9%), le Japon (+25%), le Royaume-Uni (+2%) ou le Danemark (+1,5%) seront au rendez-vous.

4. Une saison estivale à plusieurs vitesses pour l'hébergement touristique en France

L'Hôtellerie de Plein Air (source : France Tourisme Observation) poursuit sur ses bonnes performances : les carnets de réservations connaissent une hausse de 1% par rapport à 2023 pour l'ensemble de la saison, jusqu'à fin octobre, notamment grâce à une forte présence prévisionnelle des clientèles internationales (+6%), et ce malgré un léger recul des clientèles domestiques (-2%). Dans un contexte de pouvoir d'achat incertain, les emplacements nus sont particulièrement recherchés (+4%), alors que les emplacements équipés connaissent une légère baisse (-1%). Les campings des destinations du sud de la France, en particulier du pourtour Méditerranéen (Occitanie et PACA) sont particulièrement plébiscités.
Cette tendance positive s'observe également dans le champ des meublés de tourisme (source : Observatoire Mutualisé du Locatif, France Tourisme Observation), avec un volume de nuits réservées en augmentation pour l'ensemble de la saison estivale, malgré un démarrage plus lent que d'habitude en juillet. A partir de la mi-juillet, ce sont environ 40 000 nuits supplémentaires qui seront générées chaque jour dans ce secteur.

L'hôtellerie connaîtra une saison estivale en léger retrait par rapport à 2023 (source : STR x In Extenso), malgré le boost que va représenter les Jeux Olympiques sur Paris et l'Ile-de-France au mois d'août. Après un mois de juillet moins performant (-5 à -10 points en Ile de France et à Paris selon les zones concernées), le mois d'août va effectivement connaître des pics de fréquentation importants par rapport aux normales de saison, de plus de 20 points sur Paris et l'Ile-de-France.

Au global, après une avant-saison mitigée, le mois de juillet connaîtra un démarrage tardif, mais la fréquentation du mois d'août devrait être supérieure à 2023 et de nombreux signaux positifs s'annoncent sur le mois de septembre, en particulier sur la filière HPA et le locatif.

> A la veille d'une saison estivale hors-normes rythmée par les Jeux Olympiques et Paralympiques, le bilan à mi-parcours de la fréquentation touristique 2024 montre une progression globale tant sur la clientèle française (+4% de nuitées) que sur la clientèle internationale (+5%), avec toutefois des disparités selon les territoires et les périodes. Les perspectives sont très encourageantes pour le cœur de l'été avec 3 Français sur 4 qui envisagent de partir et 75% d'entre eux qui choisiront une destination hexagonale.

François de Canson, Président d'ADN Tourisme

> Comme anticipé, l'été 2024 sera singulier. Après un début d'été en demi-teinte, Paris 2024 va contribuer à conforter les bonnes performances du mois d'août sur tout le territoire, suivi par un mois de septembre qui s'annonce encourageant. Les Français continuent de sanctuariser leurs vacances et de privilégier la France mais avec des séjours plus courts et plus fréquents. Nous sommes ravis de constater les performances exceptionnelles des clientèles américaines, et le retour accéléré des voyageurs japonais.

Rose-Marie Abel, Directrice générale par intérim d'Atout

Sources

- Dispositif “Intentions de départ des Français”, vague 1/2024 : sondage OpinionWay pour Atout France et ADN Tourisme en partenariat avec 8 Comités Régionaux du Tourisme métropolitains, réalisé du 30 mai au 3 juin 2024 auprès d’un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, composé de 2007 personnes.
- Dispositif conjoncturel ADN Tourisme : Enquête adhérents réalisée du 18 au 21 juin 2024 auprès de 499 destinations adhérentes parmi les CRT, ADT et OT Catégorie I. Taux de réponse : 27%.
- Flux Vision Tourisme : solution développée par Orange Business et coconstruite avec le réseau ADN Tourisme, qui permet de convertir des millions d’informations du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques, développée en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données.
- Baromètre pour l’Hôtellerie de plein air, France Tourisme Observation, FNHPA, Atout France, ADN Tourisme, Partenaires territoriaux
- Observatoire Mutualisé du Locatif, France Tourisme Observation, Atout France, ADN Tourisme, Partenaires territoriaux