

Bilan de la saison touristique hivernale et premières tendances pour le printemps

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Ce lundi 27 mars 2023, Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, Caroline Leboucher, directrice générale d'Atout France, et François de Canson, président d'ADN Tourisme, ont présenté le bilan de la saison touristique hivernale.

Pour les vacances de février, 27% des Français sont partis en vacances, contre 25% en 2019, dont une très grande majorité d'entre eux sur le territoire national (8 français sur 10), ce qui prouve l'attractivité toujours renouvelée des destinations nationales (source enquête YouGov pour Atout France). Sur cette même période, l'hôtellerie connaît une hausse de 8,3% du taux d'occupation au niveau national par rapport à 2022 pour un total de 58,1%. (Enquête MKG)

Pendant cette même période, le dispositif Flux Vision Tourisme Orange / ADN Tourisme a comptabilisé plus de 67 millions de nuitées des Français en France. Ces chiffres témoignent d'un retour progressif aux niveaux d'avant crise et témoignent de la résilience et de la forte capacité d'adaptation du secteur du tourisme.

Pour les prochains mois, les prévisions sont positives : presque 6 Français sur 10 envisagent un séjour avant l'été (Enquête YouGov pour Atout France).
En tant que destination, la France continue de bénéficier d'une forte attractivité auprès des clientèles internationales et est régulièrement citée comme « destination européenne préférée » pour les séjours des prochains mois. (Baromètre TCI Research pour l'ETC et pour Atout France)

L'année 2022 a été une réussite pour le tourisme français.
Dans la continuité des records de la saison estivale, la France a enregistré 57,9 milliards d'euros de

recettes touristiques internationales (source : Banque de France). Elle est l'une des seules destinations à enregistrer une croissance des recettes par rapport à 2019 (+2,1%). La destination a notamment fortement rebondi auprès des touristes américains, **avec une hausse de 35% des recettes sur le marché américain comparé à 2019**.

Les dispositifs gouvernementaux ont également permis de relancer les **investissements touristiques qui atteignent les 18,6 milliards d'euros**, un niveau historique, avec une hausse de 4% par rapport à 2019. Ces investissements ont surtout profité aux hébergements dans l'hôtellerie de plein air (+24%), les équipements culturels (+14%) et le cyclotourisme (+34%).

Pour Olivia Grégoire : « *L'année 2022 a été rayonnante pour le tourisme français. La saison hivernale marquée par l'inflation a tout de même été un succès. Les impacts de la pandémie sont derrière nous et le tourisme retrouve des couleurs. Les Français sacralisent les vacances et il faut s'en réjouir. Nous resterons à la tâche, le Gouvernement pour préserver leur pouvoir d'achat et les inciter à voyager partout sur notre territoire et les acteurs du tourisme pour leur proposer toujours plus d'offres diverses et variées en lien avec leurs nouvelles aspirations.* »

Pour Caroline Leboucher : « *Atout France et ses partenaires sont pleinement engagés pour maintenir l'attractivité de la destination France qui reste pour les Européens, en tête des intentions de départ dans les prochains mois, ainsi que pour les principaux marchés extra européens. Le salon Rendez-vous en France, organisé la semaine dernière à Paris, a réuni pas moins de 800 voyagistes internationaux qui seront autant de prescripteurs actifs de la destination. La campagne #ExploreFrance 2023, lancée début avril avec les 13 régions métropolitaines et de nombreuses entreprises du secteur et dotée d'un budget de 10 M€, invitera quant à elle les touristes de 10 marchés européens et aussi des Etats-Unis et du Canada à venir y « Rêver en grand et à prendre le temps* ».

Pour François de Canson : « *Plus que jamais, les Français veulent donner de la valeur et du sens à leur séjour. Ils recherchent le repos, la convivialité, le partage, mais aussi des expériences. Ils sont de plus en plus vigilants quant à l'impact de leur comportement sur l'environnement, sans pour autant sacrifier leur confort et leurs plaisirs. Quel que soit le contexte, les vacances restent essentielles, même si les Français peuvent y apporter des adaptations pour permettre de se faire plaisir dans un budget plus serré. Notre enjeu est donc de faire vivre aux Français des vacances en France aussi mémorables et uniques qu'à l'étranger !* »

Retrouvez l'ensemble des éléments détaillés sur le site d'Atout France

Retrouvez l'étude d'ADN Tourisme sur les nouvelles aspirations des Français