RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Pôle Villes

Le tourisme urbain, locomotive de la Destination France
- Point de situation 2025 -

Le tourisme urbain en synthèse

300 millions de nuitées marchandes en ville en France en 2024, en hausse de 5,5% par rapport à 2023
(121 millions de nuitées à Paris-IDF ; 179 millions de nuitées dans les autres villes)

42% des nuitées marchandes françaises sont effectuées en ville en 2024
(17% pour Paris-IDF ; 25% dans les autres villes)

38% des nuitées marchandes urbaines sont réalisées par des visiteurs internationaux, en hausse de +6,5 % par rapport à 2023

2/3 des voyages effectués par des visiteurs internationaux en France se déroulent en ville

Source : Data Hub France Tourisme Observation 2024

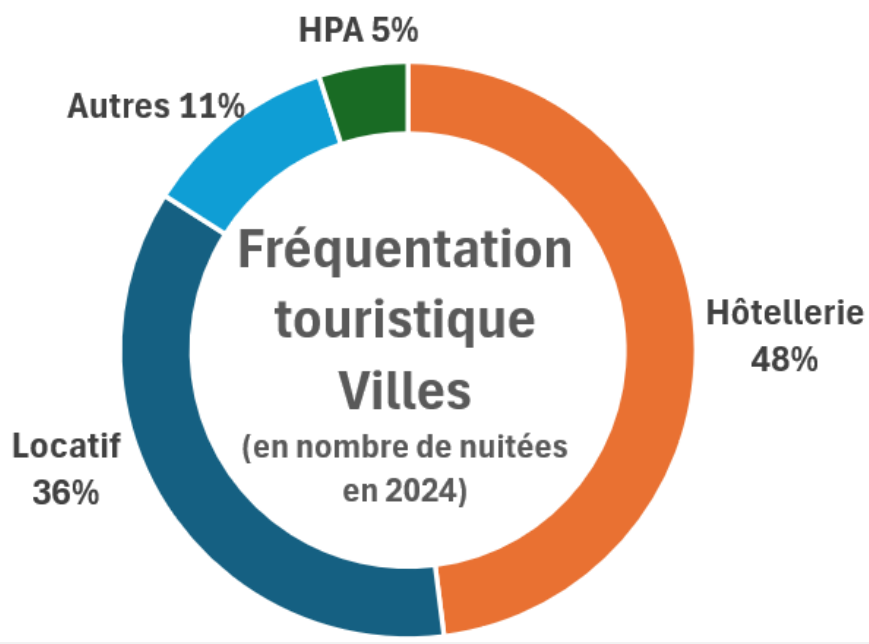
Les villes, premier espace touristique

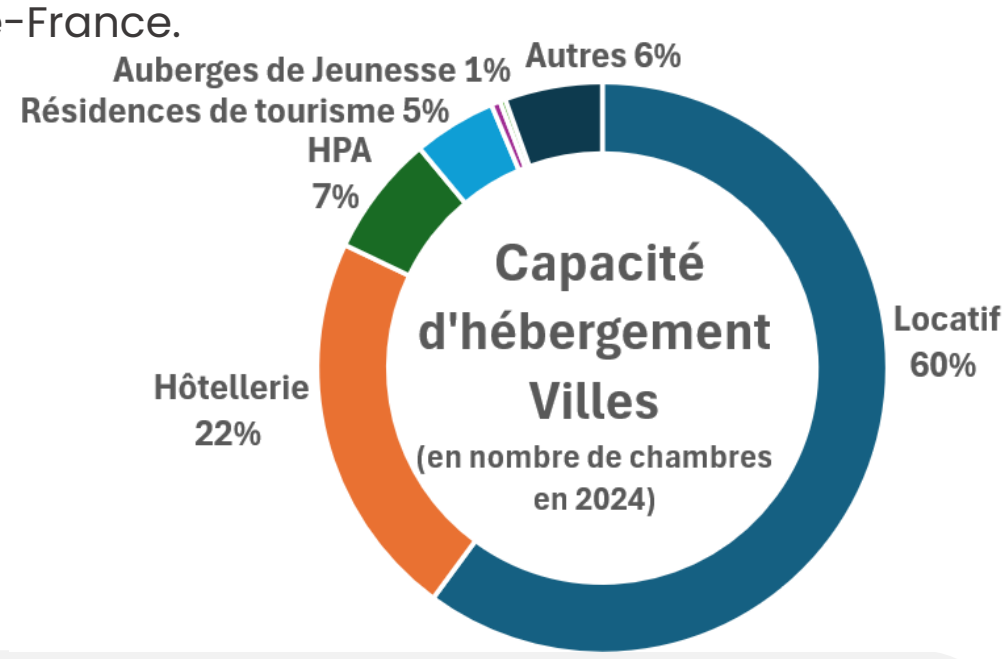
Premier espace touristique au niveau national, les villes concentrent 42% des nuitées marchandes françaises, avec 300 millions de nuitées marchandes réalisées en 2024, **en hausse de 5,5%.**

Une fréquentation en hausse

Cette croissance de la fréquentation des clientèles urbaines est portée par l'essor des offres de **locations saisonnières** (+29% de fréquentation en 2024 à Paris-IDF ; +14% dans les autres villes), qui représentent 60% de la capacité d'hébergement des villes (en nombre de chambres disponibles en 2024) et 36% des nuitées marchandes urbaines.

Néanmoins, **l'hôtellerie** constitue toujours le mode d'hébergement touristique privilégié par les clientèles urbaines avec 48% des nuitées marchandes y étant réalisées (56% pour Paris-IDF ; 42% dans les autres villes), porté à la fois par le tourisme d'affaires et le tourisme de loisirs. Par ailleurs, 64% de la capacité d'accueil hôtelière française (en nombre de chambres) est situé en ville, dont 25% à Paris et en Ile-de-France.





Sécurité, qualité prix et qualité de l'hébergement : des critères clés

Avec des séjours relativement courts, un trio d'activités phares est recherché en priorité :

- ❑ visiter des **lieux culturels** exceptionnels,
- ❑ assister à un **événement** (festival, théâtre, opéra, concert)
- ❑ faire du **shopping**

La **sécurité**, le rapport **qualité/prix**, la qualité des **hébergements** sont les critères qui apparaissent les plus importants dans le choix d'une destination urbaine. La qualité des **transports en commun** et **l'accessibilité** sont également des prérequis, en sus de **l'offre culturelle et patrimoniale** et la **gastronomie**

Sources : France Tourisme Observation - Mémento Touristique 2024 + Enquête internationale 2024 Voyager en France : perception, attentes, parcours client + Etude internationale 2024 Image et attractivité des territoires touristiques

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Pôle Villes

Le tourisme urbain, locomotive de la Destination France
- Point de situation 2026 -

Des destinations ouvertes sur l'international

Cette attractivité des villes françaises se traduit hors des frontières avec **38% de nuitées** marchandes urbaines réalisées par les clientèles internationales (49% de nuitées de clientèles internationales à Paris-IDF en 2024 ; 31% pour les autres villes), une tendance **en hausse de 6,5%** par rapport à 2023 (+4% de nuitées à Paris-IDF ; +9% dans les villes).

2/3 des séjours des visiteurs internationaux en France se déroulent en ville. Les principales clientèles attirées par les destinations urbaines françaises sont essentiellement des **clientèles long-courrier** (Brésiliens, Turcs, Japonais, Singapouriens, Sud-Africains, Coréens, Mexicains, Chinois, Canadiens….) ainsi qu'**européennes** (Portugais, Italiens, Espagnols…).

Les villes, des espaces soumis à une forte concurrence internationale

Les métropoles et grandes villes françaises sont en concurrence directe avec leurs destinations européennes voisines. Les préférences des visiteurs européens se dirigent d'abord vers des métropoles **italiennes** (Rome, Florence, Milan) et **espagnoles** (Madrid, Barcelone, Séville) avant la France. En sus de **Paris**, 5 métropoles françaises sont plus attractives aux yeux de ces clientèles européennes (**Nice**, **Marseille**, **Lyon**, **Bordeaux** et **Toulouse**), mais arrivent derrière Londres, Lisbonne, Porto, Amsterdam, Vienne, Berlin et Bruges. Elles sont néanmoins plus attractives que Copenhague, Dublin, Munich et Bruxelles.







Vers des destinations urbaines plus durables et éco-responsables



Face à une **concurrence croissante** de grandes villes européennes et internationales qui possèdent des atouts comparables (accessibilité, hébergement, patrimoine, événementiel, vie culturelle, vie nocturne) et un rapport qualité/prix parfois plus compétitif, les destinations urbaines françaises doivent **se réinventer** (expérience client, connectivité, slowtourisme, workation, tiers-lieux hybrides, circuits courts, verdissement…) tout en faisant face aux enjeux du **développement durable**, au **changement climatique** et en préservant le **cadre de vie des habitants.**



Sources : France Tourisme Observation - Mémento Touristique 2024 + Enquête internationale 2024 Voyager en France : perception, attentes, parcours client + Etude internationale 2024 Image et attractivité des territoires touristiques

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Pôle Villes

Objectifs et stratégie du pôle

Le pôle Villes d'Atout France réunit les principales destinations urbaines françaises, auxquels s'associent d'autres partenaires institutionnels d'Atout France (ADN Tourisme, Direction générale des entreprises).

Il est présidé depuis 2020 par Virginie Carton, directrice générale d'Only Lyon Tourisme et Congrès.
Les 36 membres du pôle sont des représentants d'offices de tourisme et agences d'attractivité des métropoles et grandes villes françaises

36 grandes villes et métropoles membres



Les thématiques stratégiques du Pôle Villes

- **Prospective** Tourisme urbain 2040
- **Mobilités décarbonées**
- **Tourisme social** (résidents)
- **Résilience des villes** face au réchauffement climatique
- **Restauration et gastronomie** locale
- **Hébergement locatif** urbain

La stratégie du Pôle Villes

L'ambition du Pôle Villes est de **fédérer l'ensemble des acteurs du tourisme urbain** dans une démarche volontaire et collective de développement durable de l'attractivité touristique, afin d'optimiser la fréquentation et la répartition des flux au cœur de ces destinations.

- Accompagner la stratégie d'attractivité des destinations urbaines françaises en mettant en valeur leurs **atouts compétitifs** au regard de la concurrence internationale
- Contribuer à une **connaissance fine des enjeux** auxquels les villes sont confrontées pour pouvoir y répondre de manière pertinente et coordonnée
- A travers une dynamique de mise en réseau, permettre les **échanges de bonnes pratiques** et retours d'expérience inspirants entre destinations
- Valoriser les **initiatives innovantes** pour la transition vers un **tourisme urbain durable, raisonné et responsable**



Le mot de la Présidente du Pôle

Virginie Carton, directrice générale d'Only Lyon Tourisme et Congrès

"Je suis ravie de participer à l'animation du pôle au moment où les enjeux d'un tourisme plus responsable marquent désormais l'ensemble de nos stratégies et de nos actions. Le pôle, grâce au travail collectif qu'il abrite, permettra de construire les outils dont les destinations ont besoin pour relever ces défis."

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Pôle Villes

Une équipe à votre écoute

Plan d'actions 2026 du Pôle Villes

Pour l'année 2026, les actions du Pôle Villes seront regroupées autour de :

- L'organisation de 2 à 3 **webinaires** par an sur des thématiques clés définies collectivement
- Réunion en visio de **quelques comités techniques** par an, en fonction des besoins et notamment en vue de l'organisation des webinaires
- L'organisation d'un **voyage d'études** thématique à **Nîmes**
- L'accueil d'un **séminaire annuel du pôle** à Paris en fin d'année
- En complément, Atout France et les membres du pôle Villes pourront réfléchir à participer à :
  - Des **actions marketing ciblées**, en fonction des opportunités, de l'actualité et des marchés,
  - Des **analyses / études / observatoires** thématiques en fonction de l'actualité, des priorités et des budgets

Vos contacts au Pôle Villes






Corinne LESPINASSE-TARABA, Sous-directrice Développement territorial et international
corinne.lespinasse-taraba@atout-france.fr - 01 42 96 74 63

Gabrielle LABESCAT-FRICAUDET, Responsable des Pôles Territoriaux Villes, Littoraux, Campagnes
gabrielle.labescat@atout-france.fr - 01 42 96 74 58

Mathilde SERRE, Chargée de mission Développement territorial et international
mathilde.serre@atout-france.fr - 01 42 96 70 88

Maëlle LAMBERT, Assistante chargée de projets territorial et international
maelle.lambert@atout-france.fr