

Communiqué de presse – 5 avril 2022

De bonnes perspectives pour le tourisme français ce printemps, marqué notamment par le retour des clientèles long-courrier.

ADN Tourisme, 11 Comités régionaux de tourisme, et Atout France dressent un état des lieux des intentions de séjours en France pour les clientèles françaises et internationales pour ce printemps 2023.

La moitié des Français expriment l'envie de partir ce printemps, dont 87% en France

49% des Français ont l'intention de **partir en week-end et/ou en vacances d'ici fin juin**, soit une proportion légèrement supérieure à la période pré-pandémie (43% d'intentions de départ en avril 2019 par exemple). Les intentions de voyage totales apparaissent cependant en retrait par rapport à l'an dernier, période marquée par une forte volonté de voyager en sortie de période de restrictions. La France est toujours la destination privilégiée (par 87% des clientèles domestiques), en léger retrait par rapport à l'an dernier (89%).

1

Les intentions **sont concentrées sur le week-end de Pâques et les vacances de Printemps** et, comme l'an dernier, **90% des répondants souhaitent partir à cette période ont ciblé la France comme destination**

Comme en 2022, les prévisions de séjour sont plutôt orientées vers le **littoral** et la **campagne** (respectivement 33% et 31%) et dans **des hébergements marchands** (y compris locatif) pour **64% des répondants**.

Les comportements en termes de mobilité restent stables par rapport à l'an dernier : la **voiture** reste de loin **le moyen de transport privilégié** pour se rendre à destination (63% en 2023, même proportion qu'en 2022), avec une légère augmentation de la part du train (15% contre 14%).

Malgré le contexte économique, les répondants ne déclarent **pas de réduction de la durée prévisionnelle de séjour** (toujours 5 jours). 70% des répondants envisagent des réductions de leur budget vacances, avec notamment des arbitrages sur la gamme des hébergements.

Des intentions de départs des clientèles internationales, toutes destinations confondues, à un bon niveau

Pour les 6 mois à venir, **les intentions de départs des clientèles internationales** affichent **une grande stabilité** par rapport à celles observées en mars 2022, selon l'étude Atout France et TCI Research. Cette étude se focalise sur les populations actives en termes de voyage lors des dernières années.

Ainsi, ces intentions de voyage s'élèvent à **91% pour les Britanniques**, à **87% pour les Allemands**, à **80% pour les Néerlandais**, à **93% pour les Italiens**, à **95% pour les Espagnols** et à **87% pour les Américains**.

Point notable : les concrétisations de ces intentions, donc les réservations, sont à la hausse (+ 5 points) pour la majorité des marchés, montrant la confiance en l'avenir et également l'envie de réserver à l'avance pour profiter des meilleurs prix.

Les intentions de départs vers la France toujours fortes

Les intentions de séjour vers la France sont stables en comparaison avec mars 2022 sur les marchés britannique (9% des voyageurs actifs déclarent souhaiter se rendre en France), allemand (8%) ou suisse (14%). Les Etats-Unis confirment la belle tendance observée l'an dernier, en France (6%). **Les intentions progressent par ailleurs sur les marchés asiatiques, notamment chinois et japonais.** 31% des clientèles chinoises ayant l'intention de voyager à l'international souhaitent se rendre en France, intention attisée par la fin des restrictions. La France est de loin la première destination européenne privilégiée.

En termes de destinations pour leur prochain séjour en France, **le littoral est le plus fréquemment envisagé et les destinations urbaines confirment leur retour en force**, notamment pour les touristes sud-européens (47%, contre 48% pour le littoral), ainsi que les marchés lointains (48% pour les destinations urbaines, en particulier Paris, porté par les intentions du marché chinois, et littorales).

Les clientèles internationales confirment leur rôle fortement contributeur en termes de dépenses, avec un budget moyen journalier par personne de 212 €/jour pour les clientèles lointaines (244€/jour pour les Etats-Unis notamment), 166€/jour pour l'Europe du Sud et 161€/jour pour l'Europe de l'Ouest.

2

Caroline Leboucher, Directrice générale d'Atout France : « Les clientèles internationales notamment des marchés long-courriers, confirment leurs fortes envies de voyages, ce qui est une excellente nouvelle pour la destination France. On peut particulièrement se réjouir du potentiel retrouvé du marché chinois. Les actions de promotion, notamment dans le cadre de la nouvelle campagne Explore France, vont mettre en avant l'art de vivre à la française, la culture et le patrimoine, la nature et le slow tourisme, des atouts confortés par les répondants de l'étude pour garantir que la France reste la première destination mondiale en 2023. »

François de Canson, Président d'ADN Tourisme : « Comme le démontre une étude que nous avons menée avec l'UNAT et les Comités régionaux de tourisme auprès de 5000 Français, ces derniers recherchent des offres « vraies » propices aux 3R (rupture, retrouvailles, ressourcement) alliant repos, confort et responsabilité, avec un budget contraint : par leur diversité, les destinations françaises, notamment celles de proximité, peuvent complètement répondre à leurs attentes. Par ailleurs, les professionnels du tourisme sur tous les territoires, dans les régions, les départements et les offices de tourisme, sont là pour informer et conseiller les touristes afin de leur permettre de préparer des vacances qui répondent au mieux à leurs attentes et qui s'inscrivent dans leur histoire de vie. »

Méthodologies et liens :

- Pour les intentions de départ des Français :

Interviews réalisés par OpinionWay du 27 au 30 mars 2023 sur un échantillon de 3013 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.
Enquête coordonnée par ADN Tourisme, Atout France avec 11 Comités régionaux de tourisme métropolitains



[Lien vers le document de synthèse](#)

3

- Pour les clientèles internationales :

Enquête réalisée par TCI Research pour Atout France du 3 au 15 mars 2023, auprès de 4000 voyageurs actifs (ayant réalisé au moins un séjour de loisir en hébergement marchand à l'étranger depuis 2019), issus de 10 marchés : Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Suisse, Italie, Espagne, Etats-Unis, Japon et Chine.

[Lien vers le document de synthèse](#)

Contacts presse

Pour les intentions de départ des Français :

ADN TOURISME : Benoît Artige / benoit.artige@adn-tourisme.fr / 01 44 11 10 35

Pour les clientèles internationales :

ATOUT FRANCE : Laura Sola / laura.sola@atout-france.fr / 01 42 96 70 09