

Paris, le 07/06/2023

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bilan touristique des vacances de printemps et du mois de mai : une fréquentation au rendez-vous portée par un calendrier et une météo favorables

Malgré le contexte inflationniste, les vacances de printemps et les week-ends prolongés du mois de mai ont été une réussite, et les destinations françaises enregistrent des hausses de fréquentation par rapport à 2022 (**+ 15% de fréquentation durant les vacances de Pâques - 8 avril au 8 mai**). La présence exceptionnelle de quatre possibilités de « ponts » ou week-ends prolongés, contre deux l'an passé, a eu un effet bénéfique sur les départs des Français et comme conséquence un étalement des départs et des réservations de nuitées.

1. Fréquentation pendant les vacances de Pâques (8 avril au 8 mai)

Entre le 8 avril et le 8 mai, soit la période des vacances de Pâques, comprenant les week-ends du 1^{er} et du 8 mai selon le de suivi des clientèles par téléphonie mobile Flux Vision Tourisme / ADN Tourisme, on constate **une augmentation de près de 15% de nuitées réalisées en France par des résidents français**, soit 103,6 millions de nuitées par rapport à 2022. Sur la même période, la fréquentation étrangère est également en progression moyenne de 15%.

Sur cette même période, les destinations rurales et littorales ont été les plus plébiscitées : la fréquentation française des espaces littoraux a augmenté, selon la destination de 6% à 14% par rapport à 2022. Pour la clientèle étrangère, les destinations privilégiées ont été les littoraux et les espaces urbains, enregistrant des taux de progression satisfaisants. **Près de 3 destinations sur 5 estiment que la fréquentation des vacances de printemps 2023 est supérieure à celle des vacances de printemps 2022.**

2. Fréquentation pour les ponts du mois de mai

- **Pour le seul week-end de l'Ascension, il est constaté une baisse du nombre de nuitées de 9% par rapport à 2022 (touristes français et internationaux confondus).** Si on observe une baisse de la fréquentation française lors du week-end de l'Ascension par rapport à 2022 elle est à mettre en perspective avec l'excellent résultat de l'année précédente, qui s'explique par la présence de deux week-ends prolongés en 2022, contre quatre cette année. En 2023, les Français n'ont donc pas concentré leurs départs sur les seuls week-ends de l'Ascension et de Pentecôte comme l'an passé.
- **Pour le weekend de Pentecôte, la fréquentation française est en progression de +1% au regard des résultats de 2022 et atteint 14,3 millions de nuitées touristiques.** La fréquentation étrangère est très légèrement moindre (-2%) au regard de 2022.

3. Un mois de mai favorable à l'hébergement touristique

Dans l'hôtellerie de plein air, du 1^{er} au 28 mai, les volumes de nuitées sont en progression par rapport à 2022, avec une **augmentation de fréquentation de 20%**. Si la fréquentation domestique est en forte hausse (+15%), le secteur de l'hôtellerie de plein air a vu une très belle fréquentation internationale portée notamment par les Belges et les Allemands. Les destinations littorales ont notamment surperformé sur la période (+29% pour le littoral rural, +28% pour le littoral urbain).

Dans l'ensemble du secteur de l'hôtellerie, les taux d'occupation reviennent à leurs niveaux de 2019 avec notamment de belles performances de l'hôtellerie urbaine. Par ailleurs, le revenu par chambre a augmenté de 5,4% par rapport à 2022, et 21,6% par rapport à 2019, année de référence pour le secteur.

Plus d'éléments sur le bilan touristique :

- des vacances de printemps : [230516-bilan-vacances-printemps-synthese.pdf - Google Drive](#)
- du weekend de l'Ascension : [230524-bilan-ascension-synthese.pdf - Google Drive](#)
- du weekend de Pentecôte : [20230602-bilan-pentecote-synthese VDef.pdf - Google Drive](#)

Pour Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme : « *Le tourisme en France se porte à merveille. Il ne résiste plus, il excelle et tire ainsi l'économie française dans un contexte inflationniste difficile pour de nombreux français. Depuis la fin de la pandémie, tous les voyants sont au vert pour le secteur touristique et nos destinations françaises attirent toujours plus de touristes, français comme étrangers. C'est une bonne nouvelle pour nos entreprises du tourisme, nos commerçants et pour l'ensemble de l'économie française alors que la France s'apprête à accueillir des événements sportifs de premier plan.* »

Pour Caroline Leboucher, Directrice générale d'Atout France : « *Le calendrier de ce printemps, particulièrement propice aux week-ends prolongés, a permis aux Français ainsi qu'aux clientèles internationales de concrétiser leurs intentions de séjours en France métropolitaine, telles qu'exprimées dans nos baromètres. Atout France et ses partenaires poursuivent leurs efforts de promotion en encourageant notamment une découverte de la France sur les ailes de saison, alors que les indicateurs sont au vert pour la période estivale. L'arrière-saison devrait notamment bénéficier cette année de la venue des voyageurs internationaux à l'occasion de la Coupe du Monde de Rugby qui démarrera dès le 8 septembre.* »

Pour François de Canson, Directeur général d'ADN Tourisme : « *Le mois de mai s'est terminé sur un très bon niveau de fréquentation, notamment grâce à deux ponts supplémentaires par rapport à 2022. Les Français confirment leurs attentes en matière de loisirs tout en souscrivant à la règle des 3 R (rupture, retrouvailles, ressourcement), autant de signes positifs qui laissent augurer un été prometteur sur l'ensemble de nos destinations. Partout sur les territoires, nos adhérents – les offices de tourisme, et les comités départementaux et régionaux de tourisme – constituent de véritables partenaires de confiance auprès des visiteurs pour l'information, le conseil et l'accueil. Ils sont également aux côtés des professionnels et des destinations afin de les accompagner dans leur activité pour une saison estivale réussie.* »