



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**A T O U T
F R A N C E**
Agence de développement
touristique de la France



NOTE DE CONJONCTURE

AVRIL 2023

SYNTHESE DES TENDANCES DU SECTEUR

- ➔ A retenir
- ➔ Analyse du tourisme international et domestique
- ➔ Observatoire des stations de montagne

3,9 Md€

Les recettes du tourisme international restent à la hausse pour ce premier trimestre de l'année 2023

Les touristes internationaux ont généré 3,9 Md€ de recettes en mars 2023. Ce dernier mois du premier trimestre s'inscrit en hausse de +16% par rapport à l'année 2022 et dépasse son niveau d'avant Covid : +12% par rapport à mars 2019. Si ce résultat traduit la reprise du tourisme international vers la France, il s'explique également par l'inflation et l'équilibre offre/demande qui tirent les prix à la hausse depuis 1 an dans le secteur du tourisme. Les dépenses des touristes français à l'étranger se maintiennent à des niveaux proches de ceux de 2019 : +4% par rapport à mars 2019. Le solde du poste Voyages de la balance des paiements atteint 0,5 Md€ en mars 2023 comme en mars 2022. Ce premier trimestre est marqué par la très forte hausse de la clientèle américaine, +75% de recettes générées par rapport à 2019, la bonne tenue des Britanniques après une fin d'année 2022 en ralentissement, ainsi que le retour de la clientèle italienne. En 2022, la part de marché de la destination France versus ses principaux concurrents (Espagne, Italie et Portugal) est en hausse pour la clientèle en provenance des Etats-Unis par rapport à 2019 (+7 pour la France, -7 pour l'Espagne).

-15%

Le trafic aérien continue à progresser et retrouve progressivement son niveau d'avant crise

En mars, le trafic aérien est en recul de -15% par rapport à 2019, essentiellement en raison de la faiblesse des flux en provenance d'Asie (principalement Chine et Japon). Le mois de mars enregistre le retour de la clientèle britannique (+4% par rapport à 2019) en France contrairement à ses principaux concurrents (-8% en Espagne et -37% en Italie). Avec des carnets de commandes encore en recul de -10% pour la période d'avril à juin par rapport à 2019, la France occupe une position intermédiaire entre l'Espagne qui retrouve des niveaux proches de ceux de 2019 et l'Italie, en retrait dans la reprise. Les clientèles en provenance du continent américain ont fait leur retour en mars (+20% pour le Mexique, +11% pour le Canada et +5% pour les Etats-Unis). Sur les trois prochains mois, la capacité aérienne programmée annoncée est équivalente aux niveaux de 2019.

62%

Un mois de mars mitigé pour l'hôtellerie mais de belles perspectives pour les prochains mois

Le mois de mars enregistre un taux d'occupation de 62%, il est en retrait de -3 points par rapport à 2019 mais en hausse de +3 par rapport à 2022. La majorité des espaces n'ont pas encore retrouvé leur niveau d'avant crise. Cependant, l'ensemble des territoires sont tirés par la hausse du prix moyen, générant des RevPAR toujours en forte croissance. Les réservations pour le mois de mai et pour les trois prochains mois sont en hausse pour l'ensemble de la France métropolitaine avec un taux d'occupation de 43% pour le mois de mai, soit +2 points par rapport à 2022.

Des belles perspectives pour le locatif

Avec un taux d'occupation de 51% en mars, le locatif entre particuliers a poursuivi sa croissance avec un taux d'occupation supérieur à 2019 (+4 points). Le locatif gagne des parts sur l'ensemble du territoire en termes d'offre proposée à la commercialisation (+71% par rapport à 2019) et de nuitées réalisées (+84% par rapport à 2019). Sur l'ensemble de ces espaces, la demande est au rendez-vous et les taux d'occupation progressent. Seule la métropole du Grand Paris et les territoires urbains voient leur taux d'occupation légèrement diminuer par rapport à 2019 et 2022. A l'échelle nationale, les taux de réservations pour les trois prochains mois sont encourageants pour la suite de la saison. Les destinations Outre-mer ont enregistré un très bon premier trimestre.

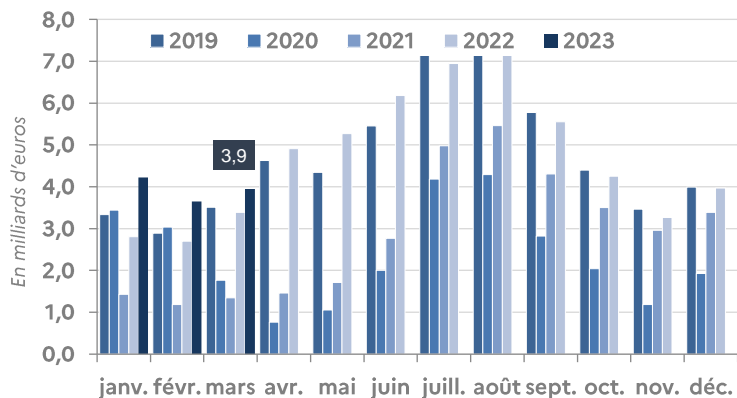
Un premier bilan satisfaisant pour la saison hivernale 2022-2023 en montagne

Le premier bilan de la saison hivernale 2022-2023 fait état d'un niveau de fréquentation satisfaisant compte tenu d'un contexte difficile : inflation, manque de neige, grèves. La bonne dynamique de la fréquentation s'observe dans l'ensemble des hébergements touristiques avec un taux d'occupation de 68% (-1 point par rapport à la saison précédente). La saison a vu le retour de la clientèle britannique (31%) alors que la clientèle domestique est en très léger recul par rapport à l'année passée.

Le Baromètre de l'Hôtellerie de Plein Air intégré au Data Hub « France Tourisme Observation » enregistre des tendances positives

Les premières tendances laissent entrevoir une bonne saison pour l'hôtellerie de plein air. En effet, en semaine 17, les carnets de réservations pour l'ensemble de la saison s'établissent à 74 millions de nuitées, en hausse de +17% par rapport à la même date en 2022. Avec 26 millions de nuitées enregistrées au mois de mai (semaine 17), la clientèle internationale confirme son retour déjà affirmé en 2022 (+30% par rapport à 2022). La clientèle domestique répond également présente avec 48 millions de nuitées enregistrées, soit +11% par rapport à 2022. Les performances de l'hôtellerie de plein air s'annoncent donc très favorables et notamment par un mois de mai très prometteur dû aux nombreux jours fériés. Ces résultats s'expliquent également par des réservations plus précoces en 2023, les clients des campings ayant pu être séduits par les campagnes de *early booking* mises en place par les professionnels, dans un contexte d'incertitude sur les évolutions des prix en raison d'une inflation encore forte.

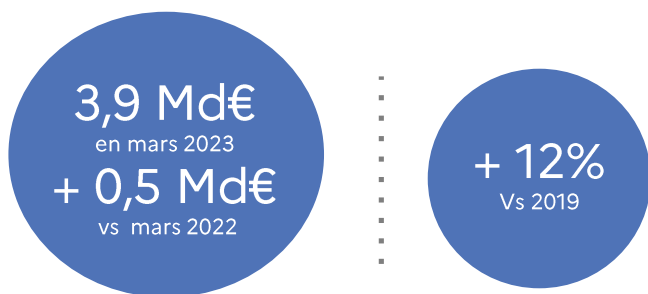
Recettes du tourisme international en France



Source : Banque de France, avril 2023, crédit du poste Voyages de la Balance des paiements

En mars 2023, les recettes du tourisme international en France s'établissent à 3,9 milliards d'euros et sont en hausse de +0,4 Md€ par rapport à leur niveau de 2019, constituant un nouveau record en valeurs courantes.

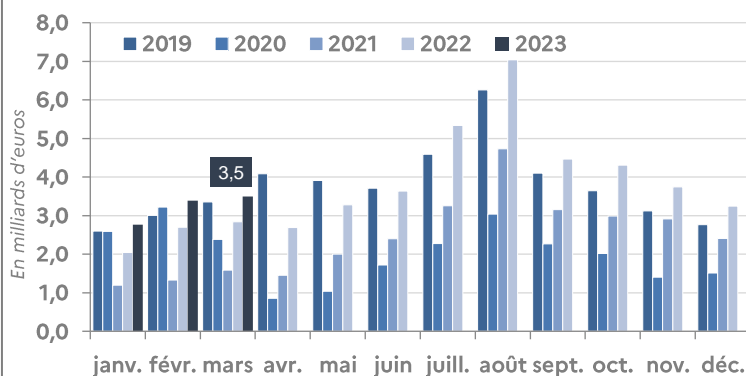
Comme les mois précédents, ce résultat s'explique par le retour des clientèles européennes et des Américains mais aussi par la hausse des prix qui augmente mécaniquement les recettes en valeur, et dont l'impact accélère en ce début d'année.



En février, les recettes du tourisme international se redressent nettement pour le Portugal, la France, l'Espagne et l'Italie par rapport à 2019 (respectivement +42%, +26%, +15% et +8%). En revanche, pour l'Allemagne, les évolutions des recettes restent à des niveaux inférieurs à 2019 (-11%).

Au cours des trois derniers mois, dans une Europe plus dynamique, la France, l'Espagne et le Portugal continuent ainsi leur progression par rapport à 2019.

Dépenses des résidents Français à l'étranger



Source : Banque de France, avril 2023, débit du poste Voyages de la Balance des paiements



En mars 2023, les dépenses des Français à l'étranger rebondissent légèrement par rapport à 2019 (+0,1 Md€), sous l'effet de la reprise des déplacements internationaux et, mécaniquement de la forte inflation dans les destinations privilégiées par les touristes français.

Le solde du poste Voyages de la Balance des paiements est positif en mars 2023 : 0,5 milliard d'euros. En mars 2019, le solde était à 0,2 Md€ et à 0,5 en mars 2022.

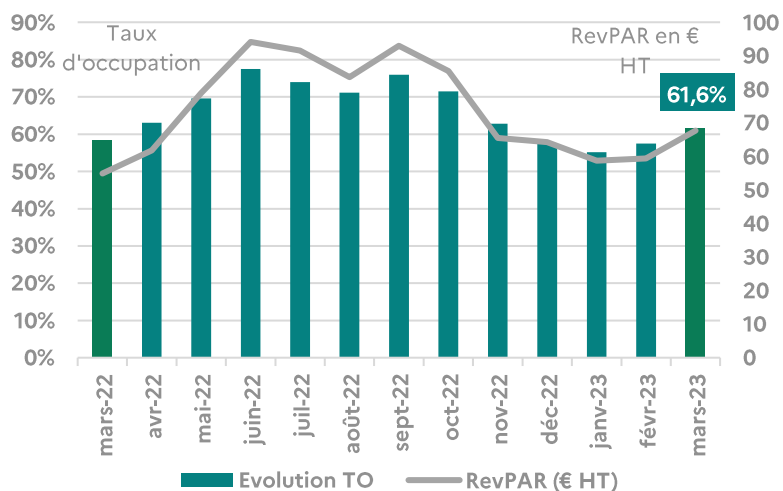
	Février 2023	Evol. vs 2019	Décembre 2022- février 2023	Evol. vs 2018-2019	YTD janv-fév	Evol. vs 2019
France	3,6	+26,2%	11,8	+21,1%	7,9	+26,4%
Espagne	4,1	+15,4%	12,5	+13,5%	8,2	+15,0%
Italie	2,1	+8,3%	6,2	-3,1%	4,2	+1,9%
Allemagne	2,2	-11,2%	7,0	-11,6%	4,5	-11,2%
Portugal	1,2	+41,8%	3,7	+37,0%	2,5	+39,7%

Source : Banque de France, Banco de España, Banca d'Italia, Deutsche Bundesbank, Banco de Portugal, mars 2023

Evolution des parts de marché de la France versus les principaux concurrents par pays émetteur

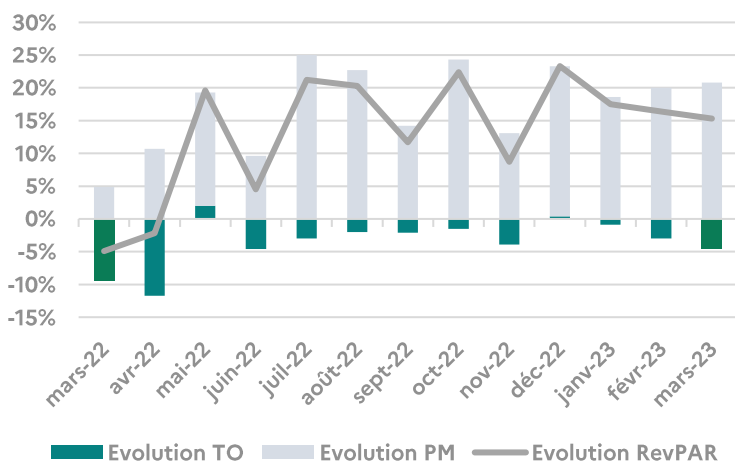
Allemagne		Destination	Année 2022 (en Md)	Part de marché en 2019	Part de marché en 2021	Part de marché en 2022
	France	6,4	24%	32%	26%	
	Espagne	9,3	37%	34%	38%	
	Italie	6,7	31%	26%	27%	
	Portugal	2,4	8%	8%	10%	
	4 destinations	24,8	100%	100%	100%	
Royaume-Uni		Destination	Année 2022 (en Md)	Part de marché en 2019	Part de marché en 2021	Part de marché en 2022
	France	6,1	22%	36%	23%	
	Espagne	13,7	52%	40%	51%	
	Italie	3,5	14%	9%	13%	
	Portugal	3,3	12%	14%	12%	
	4 destinations	26,6	100%	100%	100%	
Etats-Unis		Destination	Année 2022 (en Md)	Part de marché en 2019	Part de marché en 2021	Part de marché en 2022
	France	5,5	28%	43%	35%	
	Espagne	3,4	25%	21%	22%	
	Italie	4,7	38%	26%	31%	
	Portugal	1,9	8%	10%	12%	
	4 destinations	15,5	100%	100%	100%	
Chine		Destination	Année 2022 (en Md)	Part de marché en 2019	Part de marché en 2021	Part de marché en 2022
	France	0,9	80%	93%	90%	
	Espagne	nd	nd	nd	nd	
	Italie	0,05	15%	4%	4%	
	Portugal	0,1	5%	4%	6%	
	4 destinations	1,0	100%	100%	100%	

Performance de l'hôtellerie en France métropolitaine en mars 2023



Source : MKG Destination, mars 2023

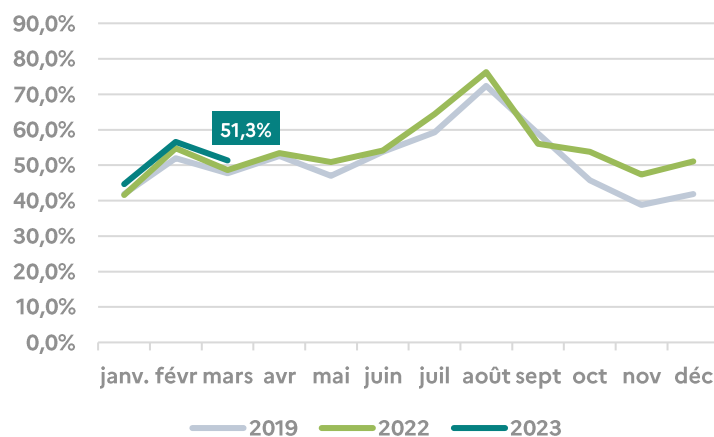
En mars 2023, le taux d'occupation sur l'ensemble de la France métropolitaine atteint 62%, et le RevPAR 67,7 euros HT.



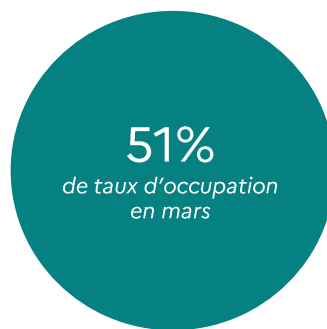
Source : MKG Destination, mars 2023

En mars 2023, les taux d'occupation restent en retrait de -3 points par rapport à 2019, mais le RevPAR est en progression de +15%. Les prix moyens ont progressé de +21%, tirés par l'inflation et le retour des clientèles les plus contributrices.

Taux d'occupation dans la location touristique CtoC en France métropolitaine



















Source : AirDNA, mars 2023



La location de particuliers à particuliers enregistre en mars 2023 un taux d'occupation de 51% en France métropolitaine, en hausse de +4 points par rapport à 2019.

La progression des taux d'occupation enregistrée dans l'hébergement de particuliers à particuliers en ce début d'année 2023 accompagne le développement du marché avec des croissances de la demande (nombre de nuitées appartements) et de l'offre proposée à la commercialisation particulièrement marquées, par rapport à 2019 mais également par rapport à 2022.

Part de marché par nationalités des lits occupés pour la saison d'hiver 2022-2023

								
	Allemagne	Grande-Bretagne	Pays-Bas	Belgique	Suisse	Italie	Espagne	Portugal
Part de marché 2022-2023	4,7%	30,7%	14,0%	8,0%	7,4%	2,2%	4,5%	0,6%
								
	Danemark	Luxembourg	Hongrie	Rép Tchèque	Pologne	Russie	USA	Canada
Part de marché 2022-2023	1,7%	0,2%	1,3%	2,2%	6,4%	0,4%	2,5%	0,5%

La clientèle britannique a été la plus présente dans les stations de montagne pour cette saison d'hiver 2022-2023, en globalisant près d'un tiers des nuitées internationales.

Viennent à la suite : les Néerlandais (14% des nuitées), les Belges (8%) et les Suisses (7,4%). Il est également à noter la bonne dynamique de la clientèle polonaise, qui globalise 6,4% de ces mêmes nuitées internationales.

Taux d'occupation réalisés pour la saison d'hiver 2022-2023

Taux d'occupation réalisés	Résidences de tourisme		Hôtels		Agences immobilières	
	2021-2022	2022-2023	2021-2022	2022-2023	2021-2022	2022-2023
Vacances de Noël	81%	80%	68%	70%	70%	71%
Période inter-vacances n°1	77%	85%	60%	72%	59%	64%
Vacances d'hiver	96%	91%	80%	80%	88%	82%
Période inter-vacances n°2	75%	70%	68%	60%	57%	53%
Saison 2022-2023	82%	81%	67%	70%	68%	66%
Taux d'occupation réalisés	Villages Clubs		Particuliers à particuliers		Ensemble des lits	
	2021-2022	2022-2023	2021-2022	2022-2023	2021-2022	2022-2023
Vacances de Noël	59%	74%	62%	65%	70%	73%
Période inter-vacances n°1	56%	76%	44%	45%	60%	66%
Vacances d'hiver	84%	82%	81%	74%	88%	83%
Période inter-vacances n°2	69%	68%	43%	34%	60%	54%
Saison 2022-2023	67%	74%	49%	44%	69%	68%

Selon les données relevées par G2A Consulting dans le cadre du Baromètre des stations de montagne Atout France / OSM, le taux d'occupation pour l'ensemble des hébergements est en léger repli de -1 point par rapport à la saison passée. Une bonne dynamique de fréquentation concerne les villages-clubs (+7 points) et les hôtels (+3 points). Les vacances de Noël et le mois de janvier (+6 points) se caractérisent par une bonne dynamique avant un ralentissement en fin de saison. La baisse limitée du taux d'occupation se manifeste dans un contexte de progression du stock d'offre proposée à la commercialisation, confirmant la bonne tenue de la demande domestique et internationale.