



ENQUÊTE CONJONCTURELLE OFFICES DE TOURISME DE FRANCE – Rn2D – ANMSM – ATOUT FRANCE - 2^e vague -

Une bonne saison été en 2015 essentiellement portée par la clientèle française

Selon les professionnels du tourisme, la fréquentation touristique a été satisfaisante sur la quasi-totalité du territoire, notamment grâce à la clientèle française qui semble clairement avoir privilégié la France cette année. Des perspectives encourageantes pour la fin de saison laissent augurer un bilan très positif pour l'été 2015.

Les Français semblent avoir clairement privilégié la France

Les professionnels du tourisme ont jugé la fréquentation touristique des Français en progression sur la quasi-totalité du territoire, en particulier sur le littoral (arc atlantique, de la Bretagne au bocage vendéen, littoral Languedocien) dans les stations de montagne et à la campagne (Centre Ouest et Alpes du Sud notamment). La fréquentation française est toutefois jugée en retrait par rapport à l'an dernier à Paris, sur le littoral de la mer du Nord, dans le Périgord et des Cévennes à la Provence.

Les **Français semblent clairement avoir privilégié la France cette année**. Des **conditions météorologiques** particulièrement clémentes, ont favorisé cette bonne fréquentation jouant favorablement dans les décisions de dernière minute. Cette tendance est amplifiée par deux facteurs principaux : **les événements internationaux récents** (Tunisie...) et la communication médiatique importante sur les différentes destinations françaises (émissions TV, magazines...).

Une bonne tenue des clientèles étrangères

Les touristes étrangers ont été au rendez-vous, avec une fréquentation globale du territoire jugée proche de la saison passée. L'arc atlantique, les destinations situées de la Bretagne au bocage vendéen, le littoral méditerranéen, et plus généralement les villes ont particulièrement été plébiscitées.

Une nouvelle fois, ce sont les Britanniques qui se retrouvent sur la première marche du podium sur tous les types d'espace (ville, mer, montagne, campagne).

Les professionnels notent en particulier une augmentation de la fréquentation sur le littoral pour les clientèles allemandes, belges et néerlandaises et en ville (dont Paris) pour les Belges, les Espagnols, les Américains. **L'Office de Tourisme de Paris note une explosion du tourisme chinois** intramuros (+44% d'arrivées hôtelières au 1^{er} semestre), alors qu'à contrario les Japonais et les Russes sont en forte baisse.

Evènements et activités nature ont la côte

La fréquentation des activités de loisirs est unanimement annoncée en hausse cette année, notamment grâce à une météo propice. De nombreux professionnels ont noté l'augmentation des demandes pour **le vélo** (Loire à Vélo, recherche d'itinéraires cyclables...) et **pour les activités nature** en général (randonnées, baignades lors des épisodes de canicule...).

Alors que la fréquentation des sites culturels est annoncée en recul à Paris, les événements, qu'ils soient culturels ou sportifs (festivals, fêtes populaires, marchés, étapes du tour de France...) semblent avoir rencontré leur public en particulier en ville.

Plusieurs destinations touristiques ont par ailleurs noté une fréquentation importante des **clientèles de proximité** qui ont soutenu le dynamisme des activités.

Recherche de bons plans et réservations toujours plus tardives

Si les touristes sont là, ils semblent avoir **fait attention à leur pouvoir d'achat**, n'hésitant pas à négocier les prix, ils étaient à la recherche de bons plans, d'animations gratuites, de prix bas, mais aussi d'un bon rapport qualité prix, notamment dans la restauration. Les clients sont exigeants et ont des attentes bien précises, poussant notamment les hébergeurs à proposer des offres de dernière minute pour séduire les clients indécis.

Enfin, une tendance toujours présente : les réservations de dernière minute, **voire de « dernière seconde en fonction de la météo »** ont été très largement soulignées par les Agences de Développement Touristiques départementales, les Offices de Tourisme et les stations de montagne et ce pour tout type d'hébergement, y compris les meublés et les campings.

En matière d'hébergements, les sentiments de hausse concernent principalement les hôtels à Paris et dans les stations de montagne, les campings à la campagne et les chambres d'hôtes à la mer. Pour le reste, c'est la stabilité qui domine.

Des perspectives encourageantes pour la fin de saison

Pour cette saison estivale 2015, on assiste à un **meilleur étalement temporel et spatial** de la fréquentation touristique, même si le mois de juin a un peu été pris en étau entre les ponts de mai et le démarrage de la saison.

Aussi, pour la fin de saisons les professionnels sont plutôt optimistes, en particulier ceux pour qui la saison semble avoir déjà été la plus satisfaisante (arc atlantique, littoral azuréen, centre Ouest, de la Bretagne à la Côte d'Opale). Une bonne fréquentation des Français et une bonne dynamique, en particulier urbaine pour les clientèles internationales, sont attendues. Reste à voir si les conditions météorologiques, toujours très impactantes dans les décisions de départ seront de la partie pour cette fin de saison.

Méthodologie :

Cette analyse conjoncturelle dresse un bilan de l'activité touristique pour la saison estivale 2015 (juin à mi-août) et fournit des prévisions de fréquentation pour la fin de la saison estivale. Elle a été menée du 3 au 18 août 2015, par Offices de Tourisme de France, le Réseau National des Destinations Départementales (Rn2D) et l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne en partenariat avec Atout France et a rassemblé 788 répondants.

Contacts presse :

Offices de Tourisme de France - www.offices-de-tourisme-de-france.org

Yannick Bertolucci - 01 44 11 10 32 - yannick.bertolucci@offices-de-tourisme-de-france.org

Réseau National des Destinations Départementales - Rn2d - www.Rn2d.net

AB3C / Stéphane Barthélémi - 01 53 30 74 04 - stephane@ab3c.com

Claire Bourgeois - 01 44 11 10 44 - c.bourgeois@rn2d.net

Association Nationale des Maires des Stations de Montagne - www.anmsm.fr

Agence Coriolink - Amélie Lebreton - 06 70 60 25 30 / amelie.lebreton@coriolink.com

Atout France - www.atout-france.fr ou www.rendezvousenfrance.com

Stéphanie Cadet - 01 42 96 70 75 - stephanie.cadet@atout-france.fr