RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

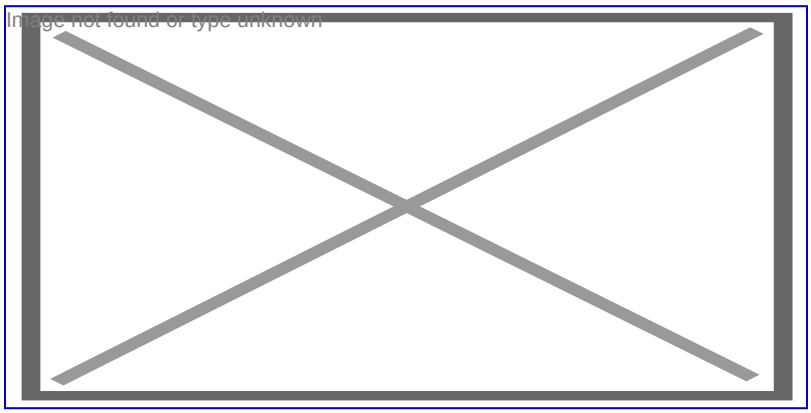
ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

?Tourisme international / domestique

ARTICLE

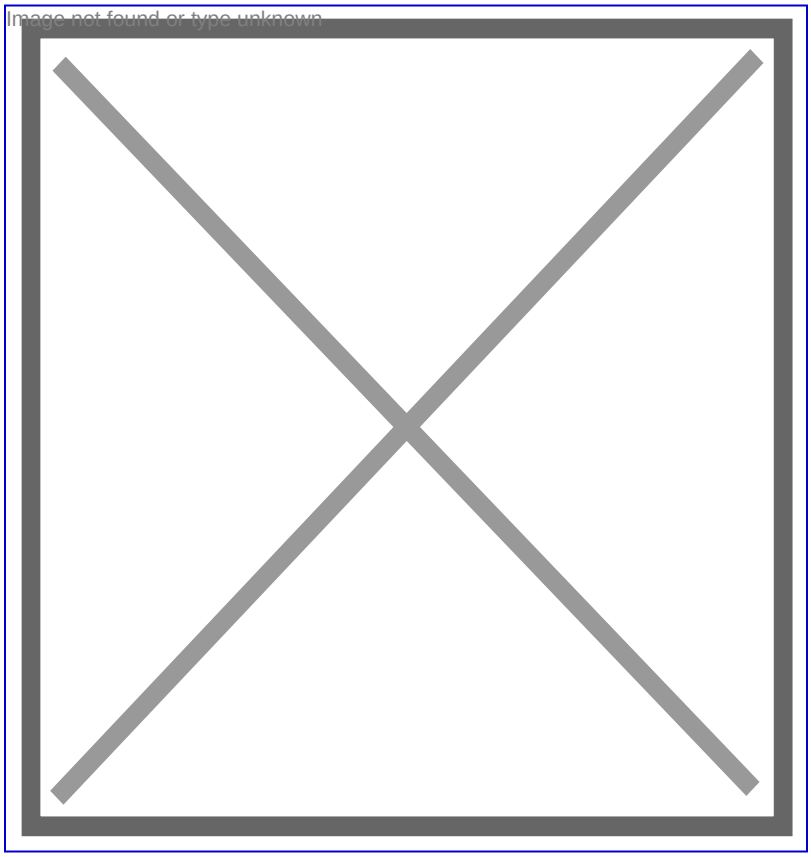
Pour accélérer la relance, le tourisme français devra conquérir ou reconquérir les clientèles internationales, mais aussi séduire les Français attirés par les séjours à l'international. Atout France publie une analyse des raisons qui poussent certaines clientèles françaises à opter pour des séjours à l'international et propose des clés pour les capter.

Alors que les mobilités internationales reprennent, la France apparaît comme une destination recherchée cet été :
Selon le dernier *Baromètre des intentions de voyages* (Atout France / Office de tourisme et des congrès de Paris), **70% des Français souhaitant partir en vacances envisagent un séjour en France**, 23% en Europe et très peu vers une destination lointaine. Les destinations littorales et de montagne sont plébiscitées, les destinations rurales sont toujours recherchées même si elles le sont un peu moins qu'en 2020 et l'urbain rebondit légèrement, en particulier auprès des populations vaccinées ;
En termes de marchés internationaux, **le rebond est fort pour les clientèles américaines et italiennes** notamment. La France reste bien positionnée auprès des touristes du Bénélux, de l'Allemagne et de la Suisse mais la concurrence d'autres destinations, d'Europe du Sud notamment, sera plus forte qu'en 2020. Le marché britannique apparaît en revanche fragile à court terme.



En termes de recettes touristiques internationales, comme en 2020, **la France a mieux résisté au 1er trimestre 2021 que ses principaux concurrents**, avec une baisse d'un peu moins de 60% par rapport à 2019, alors que l'Espagne et l'Italie enregistrent des baisses situées entre -80 et -90% sur cette période.

Recettes du tourisme international en France, dans les principaux pays européens, aux Etats-Unis et en Chine



Concernant les recettes liées au tourisme domestique, le solde du poste « voyage français » de la balance des paiements s'est moins dégradé en 2020 puisque davantage de Français sont restés en France.
La forte résilience du marché domestique en temps de crise en fait un enjeu majeur pour de nombreux territoires. Selon l'Insee, le total des **nuitées domestiques dans les hébergements collectifs marchands a seulement baissé de -8,1% pendant la période estivale** (juillet/août/sept) entre 2020 et 2019. Le volume des nuitées internationales s'est revanche fortement contracté de -56,6% générant une baisse globale du volume des nuitées de -22,9%.
Atout France estime ainsi la **baisse des recettes du marché domestique à -35% en 2020, contre -50% pour les recettes internationales**.

A l'avenir, certaines clientèles françaises devraient être à nouveau tentées par un séjour à l'international. Ce choix, en forte croissance avant la pandémie, avait alors contribué à **dégrader le solde du poste voyage de la balance des**

paiements de 21,3 à 11,6 Mds € entre 2013 et 2019. Cette baisse est essentiellement liée à une accélération du rythme de croissance des dépenses des Français à l'étranger constatée ces dernières années.

C'est pourquoi Atout France a souhaité analyser, dans **une nouvelle étude**, les raisons qui poussent certaines clientèles françaises à opter pour des vacances à l'international. Le document fournit ainsi à tous les acteurs, entreprises et destinations, les clés d'un meilleur positionnement sur le marché domestique.

Jean-Baptiste Lemoyne Secrétaire chargé du Tourisme, des Français de l'étranger et de la Francophonie : *« Depuis 2020, la destination France a mieux résisté que ses voisines parce que les Français ont eu le réflexe de la destination France. Ils sont le cœur battant du tourisme bleu blanc rouge ! Afin de conforter cette dynamique il est important de mieux connaître les pratiques de nos compatriotes, c'est tout le sens de cette étude que publie aujourd'hui Atout France. C'est une boussole précieuse afin de s'adapter à leurs attentes. »*

Caroline Leboucher, Directrice générale d'Atout France : *« La pandémie a mis en lumière l'enjeu économique majeur que représente l'industrie touristique pour l'ensemble des destinations françaises : l'enjeu des recettes touristiques internationales, clés pour un certain nombre de territoires et d'acteurs, mais également l'enjeu des clientèles françaises pour l'ensemble des acteurs, et la nécessité de développer un tourisme de proximité encore plus attractif. L'étude sur le tourisme des Français publiée par Atout France s'attache à analyser les pratiques de ces derniers en matière de séjours en France et à l'international, et à fournir des clés aux professionnels pour inciter certaines clientèles à redécouvrir les atouts des destinations françaises ».*

30 millions de voyages à l'étranger par an
Un enjeu de près de 50 milliards d'euros

Focus sur les longs séjours

Image not found or type unknown

Le tourisme des Français – Ceux qui partent à l'étranger. Ceux qui restent en France

Consultez la synthèse de l'étude

Atout France – Juin 2021