

Note à l'intention du réseau et des partenaires

Un bel été malgré quelques incertitudes

L'année 2022 a vu le retour de la fréquentation touristique d'avant crise sanitaire. Les premiers chiffres de 2023 confirment une embellie qui devrait se poursuivre cet été, malgré quelques freins notables.

Un hiver très encourageant...

Au premier trimestre 2023, la fréquentation dans les hébergements collectifs touristiques hors campings, exprimée en nombre de nuitées, était supérieure de 12,6 % à son niveau du premier trimestre 2022. Cette hausse concernait surtout les hôtels (+19,2%)¹ et dans une bien moindre mesure les autres hébergements collectifs de tourisme (+1,6%).

Le nombre de nuitées dans les hôtels et les autres hébergements collectifs de tourisme était ainsi légèrement supérieur à celui de la saison hivernale 2019 (+1,4%) qui correspondait à un pic de fréquentation sur la décennie précédente.

La fréquentation hôtelière était en forte hausse en Ile-de-France (+37,4%) par rapport au premier trimestre 2022 (+15%). Il en était de même pour l'urbain de province. La hausse était beaucoup plus mesurée dans les hôtels du littoral (+6%) et des massifs (+3,4%). La clientèle étrangère a largement contribué à ce dynamisme, notamment les clientèles britanniques, allemandes et néerlandaises.

En ce qui concerne les AHCT, si la hausse se confirme, elle est encore fragile, comme en témoigne la légère baisse dans les résidences de tourisme (-0,8%). Comme pour l'hôtellerie, les zones urbaines sont les principales bénéficiaires de cette hausse de la fréquentation. En revanche, les massifs enregistrent une faible diminution de la fréquentation.

¹ Pour rappel, celle-ci était particulièrement faible du fait de la crise sanitaire.

... confirmée par une dynamique printanière à la hausse

La fréquentation au printemps s'est inscrite dans la même logique. Ainsi en mai, le taux d'occupation de l'hôtellerie en France métropolitaine a retrouvé son niveau d'avant et se situe autour des 70%. La location de meublés touristiques de particuliers à particuliers a même largement dépassé le niveau de 2019 : le taux d'occupation est de 56%, soit +9 points par rapport à l'année de référence. Sur le mois d'avril, les recettes issues des touristes internationaux s'établissaient à 5,5 milliards d'euros, soit +0,9 milliards d'euros par rapport à 2019 (+ 19%). Ce chiffre résulte évidemment du retour des clientèles européennes et américaine, mais aussi de l'inflation qui se répercute sur les recettes en valeur, et qui a atteint un pic à ce moment de l'année.

Des perspectives estivales rassurantes...

Le Baromètre des intentions de voyage d'Atout France-Opinion Way indique que 73% des Français envisagent de partir en vacances et/ou en week-end entre juin et septembre 2023, soit deux points de plus qu'en 2022. Il faut noter que sont considérés comme des « week-ends » des séjours inférieurs à trois jours. Or selon l'OMT, on appelle vacances l'ensemble des déplacements d'agrément comportant au moins quatre nuits consécutives hors du domicile. **Le baromètre d'Atout France précise que 59% des Français prévoient de partir « en séjour long » cet été. On retrouve ici le chiffre publié par l'UNAT et l'IFOP dans une note de la Fondation Jean Jaurès publiée en juillet 2023 selon lequel un peu plus de 6 Français sur 10 partiraient en vacances cet été².**

... entachées par une conjoncture économique peu favorable

Selon le Baromètre d'Atout France, près des 2/3 des Français partants privilégient l'hébergement marchand. 24% iront chez des proches (familles ou amis) et 8% gagneront leur résidence secondaire. **Il est notable que le chiffre de voyageurs ayant recours aux structures marchandes soit en baisse de 4%.** Cette diminution s'explique sans doute par le

² Antoine Bristielle, Cécile Cottureau, « Les inégalités face au départ en vacances », *Note de la Fondation Jean Jaurès*, 12 juillet 2023.

contexte inflationniste et la nécessité éprouvée par les vacanciers de réduire le budget réservé aux vacances. Les chiffres du baromètre indiquent que les Français victimes d'une baisse de leur pouvoir d'achat choisiront **des hébergements moins coûteux (36%, soit +4 points)**. La note de la Fondation Jean Jaurès rend elle aussi compte de l'adaptation des comportements à une conjoncture économique peu favorable : **si les Français sont attachés aux vacances, ils envisagent de voyager moins longtemps que d'habitude (40% des interrogés, dont 45% pour les cadres et professions intellectuelles supérieures) et moins loin (35% du total, dont 40% des ouvriers et 66% des chômeurs).**

La situation du Tourisme social et solidaire

Globalement l'année dernière, **le secteur des colonies de vacances et des classes de découvertes** a fait preuve d'une grande capacité à rebondir puisqu'il a renoué avec des chiffres de fréquentation quasi identiques à ceux de l'avant pandémie³. On constate toutefois d'importantes disparités en son sein : la reprise est plus faible à l'étranger, l'augmentation plus importante en outre-mer, les mini-séjours - pourtant stratégiques - connaissent une baisse préoccupante.

Cet hiver, les colonies de vacances et les classes découvertes ont enregistré une fréquentation satisfaisante. Les perspectives pour l'été sont également bonnes, même si la diminution d'un certain nombre de budgets communaux vient ralentir la reprise. Les difficultés de recrutement sont toujours très fortes. La revalorisation du Contrat d'engagement éducatif prévu au 1er janvier 2024, s'il est une bonne nouvelle pour les animateurs, risque de mettre en difficultés les hébergeurs déjà confrontés à de graves problèmes de trésorerie.

Le secteur des villages vacances a connu lui aussi une bonne année 2022. L'hiver a été globalement bon, l'été s'annonce également sous de bons auspices en termes de fréquentation, qui atteint voire dépasse le niveau de 2022, notamment pour les groupes. Il y a divers signes de l'impact de l'inflation sur les comportements de la clientèle familiale et sur les

³ Il en est de même pour les auberges de jeunesse.

réservations individuelles : une hausse des réservations de dernière minute, une forte sensibilité aux promotions, une réduction moyenne de la durée des séjours. Ce sont les établissements qui pratiquent les tarifs les plus bas qui pâtissent évidemment le plus de la baisse du pouvoir d'achat. Le recrutement est moins compliqué que l'année dernière, probablement du fait des augmentations de salaire et des efforts des opérateurs, même si cela reste tendu. .

L'activité hôtelière urbaine reste très porteuse avec des taux de remplissage maximum, notamment à Paris. Tout comme l'activité de camping qui connaît une excellente dynamique et pour laquelle on peut faire l'hypothèse d'un transfert d'autres établissements vers les campings.

Concernant les voyages, le transport terrestre a retrouvé son niveau d'avant COVID. Mais l'aérien continue de souffrir de prix difficilement accessibles. Le change défavorable dollar/euros pèse également sur l'état de santé économique des opérateurs.

Globalement, les différentes familles du TSS ont retrouvé des couleurs depuis le covid. Cependant, elles sont toutes confrontées à des difficultés similaires : **inflation** élevée qu'il est délicat de répercuter sur les prix des séjours, **crise du recrutement** - aussi bien chez les saisonniers que parmi les animateurs -, **difficultés à trouver des financements** pour réaliser des travaux sur le bâti soumis à des obligations réglementaires de plus en plus contraignantes.