

# Dossier de presse

BILAN DU DEBUT D'ANNEE  
ET PERSPECTIVES ESTIVALES

**Vacances 2011 :**  
**Frédéric LEFEBVRE annonce**  
**une saison estivale très prometteuse**

**Contacts presse :**

**Cabinet de Frédéric LEFEBVRE**

Sophie Le Mouël : 01 53 18 40 61

**Atout France**

Stéphanie Cadet : 01 42 96 70 75 - [stephanie.cadet@franceguide.com](mailto:stephanie.cadet@franceguide.com)

**Rn2D**

Claire Bourgeois : 01 44 11 10 44 – c.bourgeois@Rn2d.net

Agence AB3C - Stéphane Barthélémi – 01 53 30 74 00 - stephane@ab3c.com

**Offices de Tourisme de France - Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'initiative**

Anne-Catherine AYE - Tél : 01 44 11 72 80 – communication@fnotsi.net

**Ski France – ANMSM**

The Desk - Anne Dussouchet – 01 77 37 29 95 – a.dussouchet@thedesk.fr

# Sommaire

<b>1 – Etude détaillée : bilan du début d’année et perspectives</b>	p.3
<b>2 - Présentation des outils statistiques</b>	
• Enquête de conjoncture Atout France en partenariat avec le RN2D, Offices de Tourisme de France® et SKI France	p. 10
• Baromètre mensuel de conjoncture touristique TNS Sofres	p. 11
• Enquête des bureaux de Atout France auprès des marchés lointains	p. 12
<b>3 – Annexes</b>	
• Synthèse de l’Enquête de conjoncture Atout France en partenariat avec le RN2D, Offices de Tourisme de France® et SKI France	p. 15
• Synthèse du Baromètre TNS Sofres	p. 19
• Synthèse de l’enquête des bureaux de Atout France sur les marchés internationaux	p. 21
• Synthèse des chiffres de l’année 2010 – source DGCIS	p. 23

## 1 – ETUDE DETAILLEE : BILAN PRINTEMPS ET PERSPECTIVES ESTIVALES

### 1 Une fréquentation en hausse cet été qui devrait consolider l'augmentation des dépenses touristiques du début d'année.

Sources : Baromètre TNS Sofres-Atout France, Enquête de fréquentation hôtelière DGCIS-INSEE, Enquête Suivi de la Demande Touristique et Enquête auprès des Visiteurs Etrangers réalisées par la DGCIS.

#### Début d'année :

##### Des dépenses touristiques en augmentation

Pour les **cinq premiers mois de l'année**, les dépenses des Français auraient augmenté de **+6.8%**, soit plus de 190 € par séjour et plus de 50 € par nuitée. Selon les premiers résultats de l'enquête Suivi de la Demande Touristique de la DGCIS, sur les trois premiers mois, la dépense aurait augmenté du même ordre. Toujours sur les trois premiers mois de 2011, les voyages des touristes **français** en France auraient augmenté de 2,7% et leurs nuitées de 2,0%.

En ce qui concerne **les visiteurs européens**, la hausse des dépenses serait de **+3.9%** pour les 5 premières clientèles européennes (Britanniques ; Allemands, Belges, Italiens Néerlandais), soit plus de 350 € par séjour et 85 € par nuitée. Sur le seul premier trimestre, mais pour l'ensemble des clientèles étrangères, la croissance des dépenses serait de 4,6% selon l'enquête de la DGCIS auprès des Visiteurs Etrangers.. Cette croissance s'inscrit dans un contexte de légère baisse des arrivées des touristes étrangers à -1.3%.

A noter, d'après l'enquête de fréquentation hôtelière DGCIS-INSEE, la bonne tenue de la fréquentation suisse (+11,7% au cours des quatre premiers mois) et russe (+25,2% sur la même période).

Pour les **marchés lointains**, la croissance de la fréquentation hôtelière est très soutenue en ce qui concerne la zone Amérique centrale et du sud dont le Brésil, avec +29,5% au cours des quatre premiers mois, elle est plus modérée en ce qui concerne l'Asie, avec +5% pour la Chine et un recul sensible du Japon à partir du mois de février.

En ce qui concerne le mois de **juin**, d'après le baromètre TNS Sofres-Atout France, les intentions laissent espérer une **hausse de la fréquentation**, tant en ce qui concerne la clientèle française (+6% en séjours et +10% en nuitées) que celle des 5 principales clientèles européennes, notamment britannique (+9% en séjours et +12% en nuitées).

#### Prévisions juillet-août :

##### De bonnes perspectives en particulier pour le mois d'août

Concernant la fréquentation des **Français**, la croissance devrait, d'après le baromètre TNS Sofres, principalement provenir d'un accroissement de la durée des séjours, de façon modérée en **juillet** (séjours en retrait de -5%, **nuitées en hausse de +2%**) et plus affirmée en **août** (séjours en retrait de -1%, **nuitées en hausse de +7%**).

Du côté des **5 principales clientèles européennes**, si on s'attend également à un allongement des séjours, quoique dans des proportions moindres, celui-ci se cumulerait avec une augmentation des arrivées en France, de +5% en juillet et de +9% en août, conduisant à une hausse respective des nuitées de +8% et +13%.

Plus particulièrement, selon les bureaux de Atout France, en **Allemagne**, la majorité des tour-opérateurs vendant la France ont augmenté leur programmation par rapport à 2010 et tablent sur une croissance comprise entre 5% et 20%, avec un panier moyen en hausse.

L'ouverture de lignes aériennes devrait en outre favoriser l'arrivée de nouvelles clientèles européennes, **espagnole et tchèque** sur Nantes, Nice, Marseille, Bordeaux et Toulouse ainsi que **finlandaise** sur Marseille.

On table pour la clientèle **russe** sur une hausse de l'ordre de 10%, la Côte d'Azur constituant la destination phare.

Pour la **clientèle asiatique**, les perspectives sont plutôt positives concernant l'Inde, en dépit de l'handicap d'un Euro fort, des problèmes de délivrance de visas et de tarifs élevés des services réceptifs.

L'Europe et donc la France, pourrait bénéficier de reports de la clientèle chinoise qui avait normalement prévu de se rendre au Japon.

Sans surprise, la fréquentation **japonaise** en France devrait chuter cet été de l'ordre de - 25%, du fait des événements. Toutefois, l'été s'annonce meilleur que le printemps et une reprise est attendue à partir du mois de septembre.

## 2 Les acteurs touristiques bénéficient de l'embellie

Source : Enquête de conjoncture Atout France en partenariat avec le RN2D, la Offices de Tourisme de France et Ski France et Baromètre TNS Sofres

### 2.1 Avril-mai 2011 : une tendance tirée à la hausse par le mois d'avril

**Avril 2011** : une proportion inhabituellement élevée des professionnels interrogés dans le cadre du baromètre TNS Sofres ont perçu leur activité en hausse par rapport à avril 2010 : 37% des loueurs d'hébergements collectifs, 42% des restaurateurs touristiques, 47% des hôteliers et jusqu'à 56% des gérants de camping.

Du côté de l'enquête de conjoncture, les offices de tourisme et syndicats d'initiative ainsi que les comités départementaux de tourisme s'accordent de leur côté à considérer que la fréquentation a été satisfaisante, la croissance étant essentiellement imputable à la clientèle française. Ils attribuent ces bons résultats en premier lieu aux conditions météorologiques exceptionnellement favorables, et en second lieu aux reports de destinations en lien avec les événements géopolitiques en Afrique du Nord.

**Mai 2011** : l'appréciation des professionnels est plus mitigée pour le mois de mai, l'absence de ponts ayant sans doute amoindri l'effet positif de conditions météorologiques restées favorables : elle va de 38% de perceptions de hausse de la part des hôteliers dans le meilleur des cas, à 54% de perceptions de baisse par les gérants de camping à l'opposé. Cette vision recoupe la perception des offices et comités départementaux de tourisme. La tendance aurait été en effet selon eux :

- à la hausse pour la clientèle française et stable pour la clientèle étrangère sur le littoral,
- à la hausse surtout pour les clientèles étrangères en milieu urbain
- et à un moindre degré en milieu rural,
- et stable globalement en montagne avec néanmoins des clientèles étrangères à la hausse dans les stations.

### 2.2 Un été 2011 démarrant sous des auspices favorables en juin avec un mois d'août prometteur

**Juin 2011** : Selon les professionnels interrogés dans l'enquête TNS Sofres, les Français semblent avoir reporté sur le mois de juin les ponts de mai que le calendrier ne favorisait pas cette année. 88% des gérants de campings, 76% des hôteliers, 72% des loueurs d'hébergements collectifs et 70% des restaurateurs se déclarent satisfaits de leur niveau d'activité, seuls les loueurs de logements individuels étant en retrait, avec tout de même 61% de satisfaits.

De leur côté, les offices et comités départementaux du tourisme sont confiants dans de bons résultats pour le mois de juin, 41% à 64% d'entre eux, selon le type de structure, s'attendant à une hausse de fréquentation, avec des perspectives meilleures en ce qui concerne la clientèle française qu'étrangère, seules les stations de montagne se démarquant de cette perception.

### **Juillet 2011 : entre hausse dans l'hôtellerie/camping et sur le littoral et stabilité ailleurs**

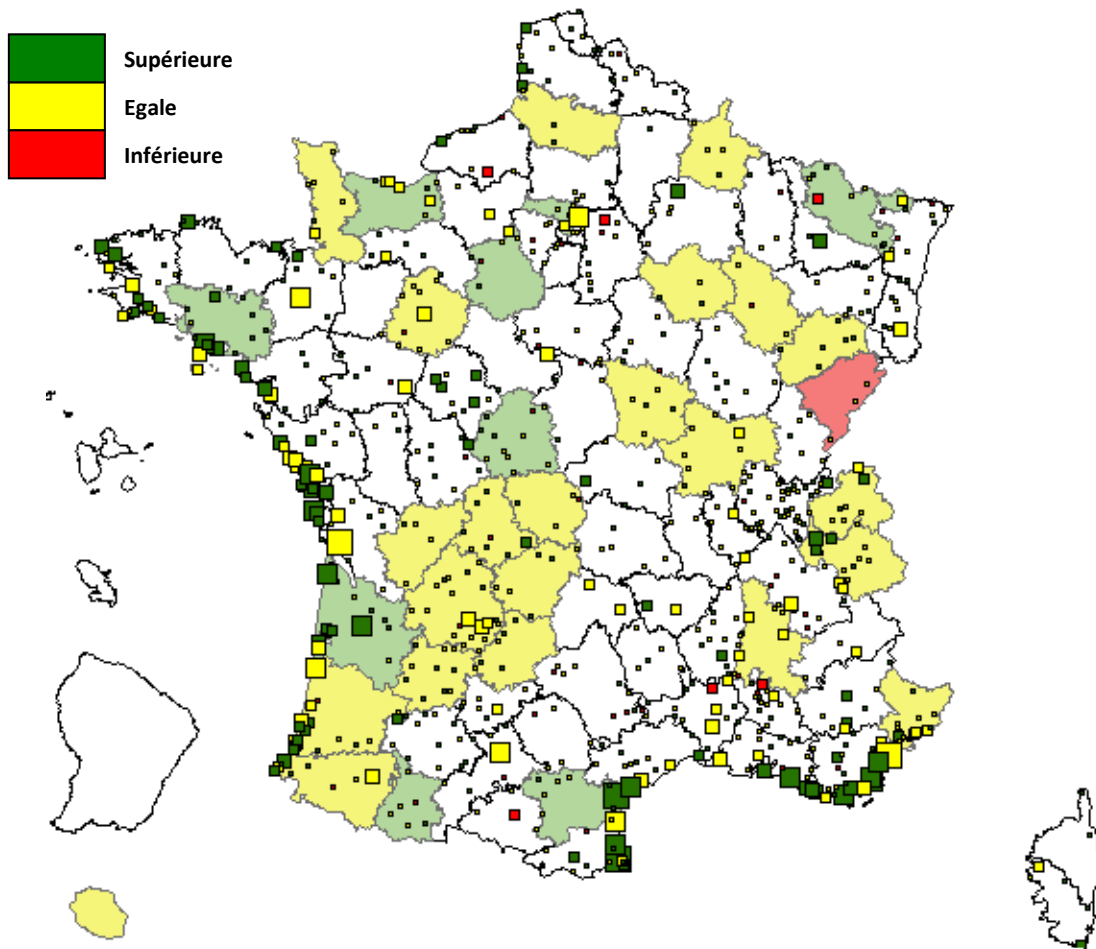
Selon le baromètre, les taux de réservation en juin pour juillet, par rapport à la même époque en 2010

- se maintiennent pour les loueurs de logements individuels, à 57% contre 58% en 2010,
- progressent légèrement pour les loueurs d'hébergements collectifs, à 67% contre 64% en 2010

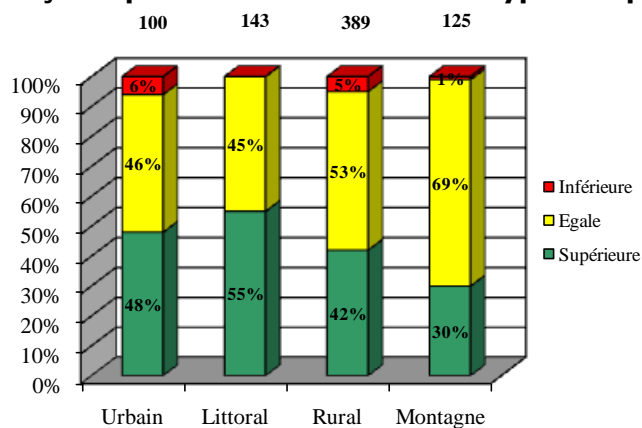
- et augmentent plus sensiblement dans l'hôtellerie (à 37% contre 32% en 2010) et le camping (à 65% contre 58% en 2010).

Les anticipations de hausse l'emportent par ailleurs très largement sur celles de baisse qu'il s'agisse des offices de tourisme ou des ADT-CDT. Elles constituent même la modalité dominante pour les offices de tourisme littoraux, alors que c'est la stabilité pour ceux relevant des autres types d'espace.

### Perception de la tendance de la fréquentation totale par les OTSI et les CDT pour le mois d'août 2011



### Perception de la tendance de la fréquentation française pour août 2011 selon le type d'espace



### **Août 2011 : une tendance à la hausse plus nettement affirmée**

Comme pour juillet, les anticipations de hausse l'emportent par ailleurs très largement sur celles de baisse qu'il s'agisse des offices de tourisme ou des ADT-CDT.

Mais si pour le littoral, les perspectives de fréquentation s'annoncent similaires à celles en hausse de juillet, elles sont également meilleures pour les autres types d'espace : la fréquentation devrait augmenter en milieu urbain et être stable pour les stations de montagne.

## **3. L'OFFRE- FOCUS PAR SEGMENTS D'ACTIVITES**

*Source : Baromètre TNS Sofres*

### **3.1 Hôtellerie**

**Avril 2011** : 75% des hôteliers ont déclaré une activité en hausse ou stable par rapport au même mois de l'année dernière, dont 47% de hausse (part relative de hausse la plus élevée depuis 2 ans). La dynamique a été particulièrement favorable en région parisienne et dans l'Ouest.

**Mai 2011** : 65% des hôteliers ont déclaré une activité en hausse ou stable par rapport au même mois de l'année dernière, dont 38% de hausse. La situation est très contrastée selon les zones géographiques, allant de 93% de déclarations d'activité en hausse ou stable dont 71% en hausse en région parisienne, à 45% de déclarations d'activité en hausse ou stable dans le Sud-Ouest et 43% dans le Nord-Est.

**Juin 2011** : 76% des hôteliers se déclarent satisfaits du niveau d'activité prévisionnel pour ce mois. Les tendances seraient favorables dans toutes les régions, et même excellente en région parisienne, dans l'Ouest et dans le Sud-Est, trois zones géographiques où les prévisions d'activité en hausse ou stable dépassent les 80%. Sur le littoral, 45% des hôteliers tablent sur une hausse de l'activité.

**Juillet 2011** : le taux de réservation dans l'hôtellerie pour ce mois s'établit à 37%, contre 32% en juin 2010 pour juillet 2010. Il atteint 41% sur le littoral, en hausse de 5 points.

**Perspectives pour le reste de l'année**: 54% des hôteliers se déclarent satisfaits des réservations à 6 mois, contre seulement 46% à la même époque en 2010.

Dans ce contexte, la confiance en l'avenir se maintient à un niveau très élevé, avec 76% des hôteliers optimistes par rapport à l'avenir (+4 points par rapport à l'an passé). Ce sont les établissements haut de gamme (3\* et au-delà) qui sont les plus confiants, à 82% d'optimistes (en hausse de 6 points par rapport à 2010), contre 73% pour les autres établissements, ce qui correspond à une progression par rapport à 2010, de 4 points pour les hôtels 2\* et de 7 points pour les établissements d'entrée de gamme.

16% des hôteliers envisagent de recruter des salariés permanents dans les 12 prochains mois, contre 13% l'an dernier à la même période, et les intentions de recrutement de saisonniers sont elles aussi en progression, à 34% contre 26% en 2010. Ce dernier taux progresse tout particulièrement sur le littoral pour atteindre un niveau élevé, de 38% en 2010 à 52% cette année.

## 3.2 La restauration

**Avril 2011** : 73% des restaurateurs ont déclaré une activité stable ou en hausse par rapport à 2009, dont 42% en hausse, soit sensiblement plus que les anticipations de baisse.

**Mai 2011** : pour ce mois par contre, 54% d'entre eux ont déclaré une activité stable ou en hausse par rapport à 2009, dont seulement 30% en hausse, soit sensiblement moins que les anticipations de baisse.

**Juin 2011** : l'état d'esprit des restaurateurs est à nouveau favorable, 70% d'entre eux se déclarant satisfaits du niveau d'activité prévu.

**Perspectives** : dans ce contexte la confiance dans l'avenir reste ancrée à un très bon niveau avec **76% d'optimistes** (vs 74% en juin 2010).

24% des restaurateurs envisagent de recruter du personnel permanent dans les 12 mois, peu ou prou comme l'an dernier à la même période (25% en 2010). Les intentions de recrutement de saisonniers à deux mois sont en baisse par rapport à l'an dernier (38% vs 44% en 2010).

## 3.3 Les campings

**Avril 2011** : la situation a été excellente pour les gérants de camping avec 83% de déclarations en hausse ou stable par rapport à avril 2010, dont 56% d'entre eux déclarant une activité en hausse (taux le plus fort depuis septembre 2009).

**Mai 2011** : Ce mois a été moins favorable pour les gérants de campings, 54% d'entre eux déclarant une activité en baisse, soit le plus bas score jamais observé depuis la création du baromètre pour cette activité.

**Juin 2011** : en revanche l'état d'esprit sur le niveau d'activité attendu en juin 2011 est bien meilleur, 88% des gérants de camping se déclarant satisfaits du niveau d'activité prévu. Sur le littoral, 73% des gérants de camping tablent sur une hausse de l'activité.

**Juillet 2011** : le taux de réservation pour juillet 2011 s'établit à 65%, en progression par rapport aux 58% atteints par ce même taux un an auparavant. Il atteint 68% sur le littoral, en hausse de 7 points par rapport à 2010.

**Perspectives** : les gérants de camping sont comme l'an passé les plus satisfaits des réservations à 6 mois, avec un taux de satisfaction en progression de 2 points à 83%.

Ceci les place également au premier rang des secteurs étudiés en termes de confiance dans l'avenir, à 92% d'optimistes, en progression de 7 points par rapport à l'an passé.

De ce fait, 52% d'entre eux ont l'intention de recruter des saisonniers à 2 mois, proportion quasi identique à celle de l'an passé. Ce taux atteint 59% sur le littoral.

## 3.4 Les loueurs

**Avril 2011** : si 71% des loueurs de résidences collectives et individuelles ont déclaré une activité stable ou en hausse par rapport à l'an passé, la tendance est essentiellement à la stabilité pour les loueurs de logements individuels (59% de déclarations stables), alors qu'elle est plutôt orientée à la hausse pour les loueurs collectifs (37% de déclarations en hausse).

**Mai 2011** : 63% des loueurs collectifs et 58% des loueurs individuels ont déclaré une activité stable ou en hausse par rapport à mai 2010. Comme en avril l'orientation à la stabilité est forte pour les loueurs individuels (49% de déclarations de stabilité) alors qu'on note 29% de déclarations en hausse chez les loueurs collectifs.

**Juin 2011** : l'état d'esprit concernant le niveau d'activité attendu est positif chez les 2 types de loueurs, même si les loueurs de logements individuels sont un peu plus en retrait, 72% et 61% respectivement des loueurs de logements collectifs et individuels se déclarant satisfaits.

**Juillet 2011** : les taux de réservation déclarés pour juillet 2011 se maintiennent aux mêmes niveaux que l'année dernière à la même période pour les loueurs de résidences collectives et les loueurs de logements individuels : 67% et 57% respectivement, contre 64% et 58% en 2010. Ils atteignent globalement pour les 2 catégories de loueurs 65% sur le littoral, en baisse de 2 points par rapport à 2010.

**Perspectives sur le reste de l'année** : pour les loueurs de résidences collectives, le taux de 53% de satisfaits des réservations à 6 mois se situe bien en deçà des 63% atteints en 2010. Quant aux loueurs de logements individuels, ce taux, à 47%, stagne au relativement bas niveau d'il y a un an (46%). Le taux de satisfaction est toutefois nettement plus important sur le littoral, à 68% deux catégories de loueurs confondues.

La confiance en l'avenir se renforce progressivement depuis avril 2011 chez les loueurs collectifs alors qu'au contraire, elle se dégrade ce mois-ci chez les loueurs individuels avec respectivement 76% et 64% d'optimistes. Pour autant les taux se situent à des niveaux de confiance similaires à ceux exprimés l'an passé à la même période (respectivement 77% et 63%).

A noter que les loueurs de résidences collectives, si leurs intentions de recrutement de personnel permanent à 12 mois ne dépassent pas 10%, présentent le taux d'intention de recrutement de saisonniers à 2 mois le plus élevé parmi les professionnels étudiés, à 59%.

## 2 - PRESENTATION DES OUTILS STATISTIQUES

### 1 ) Enquête de conjoncture Atout France menée en partenariat avec 3 réseaux professionnels :

- Le RN2D (Réseau National des Destinations Départementales),
- Offices de Tourisme de France® - Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'initiative.
- SKI France (Association Nationales des Maires de Stations de Montagne)

Cette enquête conjoncturelle a pour vocation de dresser la physionomie de la saison écoulée et de révéler les tendances sur la saison à venir à partir de la perception qu'en ont les répondants.

Du 30 mai au 13 juin derniers, un questionnaire en ligne a donc été mis à disposition des 3 réseaux, portant sur leur perception des taux de fréquentation, des durées de séjours ou bien les confirmations faites auprès de leurs centrales de réservations.

Le parti a été pris de limiter le dispositif à 3 vagues, tout en étendant par rapport aux dispositifs antérieurs la période couverte à l'avant-saison et à l'arrière-saison.

Cette 1<sup>ère</sup> vague de conjoncture 2011 a rassemblé 1255 répondants répartis comme suit :

- 1163 offices de tourisme et syndicats d'initiatives,
- 64 comités départementaux du tourisme
- 28 stations de montagne Ski France

## 2) Baromètre mensuel de conjoncture touristique TNS Sofres

Enquête menée auprès des professionnels français de l'hébergement et de la restauration touristique ainsi qu'auprès des clientèles françaises et des 5 principaux marchés européens.

Le baromètre mensuel de l'activité touristique créé en 2008, permet de disposer dans un laps de temps très court d'une véritable mesure des évolutions de la conjoncture touristique.

Cette analyse mensuelle est désormais menée depuis plus de trois ans en coopération avec TNS Sofres. Elle permet donc de mesurer les différences de comportement des voyageurs entre les étés 2008, 2009, 2010 et 2011.

Ce dispositif est appelé à l'avenir à évoluer en synergie avec les dispositifs SDT concernant la clientèle française et EVE concernant la clientèle étrangère sous la coordination de la DGCIS.

### Un baromètre de mesure de l'offre et de la demande

Ce baromètre se compose de deux volets, respectivement relatifs à l'offre et à la demande.

**Le volet « offre »** consiste à interroger téléphoniquement un panel de professionnels représentatifs de quatre secteurs de l'hébergement (hôtels, campings, loueurs de résidences collectives et loueurs de logements individuels) et de la restauration à vocation touristique.

Les questions portent sur l'appréciation en niveau et en évolution de l'activité du mois précédent, sur la perception de l'activité du mois en cours et sur les perspectives pour les mois à venir, à travers les réservations enregistrées, les intentions de recrutement et plus généralement la confiance dans l'avenir. Suivant la saison, l'effectif et la composition de ce panel varie, d'environ 500 professionnels en basse saison à 1 000 en haute saison.

**Le volet « demande »** quant à lui vise à couvrir la clientèle française ainsi que celle des 5 principaux marchés européens visitant la France : Allemagne, Belgique, Grande-Bretagne, Italie et Pays-Bas.

Il permet de mesurer, mensuellement, les voyages effectués et des intentions de départ de ces clientèles par grande zone touristique française de destination, mode de transport, type d'hébergement, durée de séjour, canal de distribution de l'offre. Le budget consacré aux séjours est lui aussi collecté. Seuls les voyages comportant au moins une nuit passée en France sont pris en compte.

L'interrogation est administrée auprès d'un panel de 3 000 internautes de chacun de ces pays.

Une clé d'extrapolation des résultats à l'ensemble de la population des individus âgés de 15 à 65 ans de chaque pays (internautes + non internautes) est appliquée. Cette clé est construite à partir de différentes sources statistiques croisant comportement de voyage et équipement (utilisation Internet).

### **3 ) Enquête des bureaux de ATOUT FRANCE auprès des marchés internationaux**

Afin de recouper ces données, les Bureaux de Atout France dans les différents marchés ont été sollicités.

D'une part les marchés déjà concernés par l'étude TNS Sofres (Allemagne, Belgique, Grande-Bretagne, Italie et Pays-Bas) mais également 2 autres marchés de proximité : l'Espagne et la Suisse.

Les marchés long-courriers matures (Etats-Unis et Japon) ainsi que les BRICs ont également été interrogés.

Les données récoltées auprès des tour-opérateurs, par des enquêtes en ligne ou bien auprès d'enquête menées par des instituts de sondage dans les marchés ont permis d'étayer les résultats du baromètre de conjoncture TNS Sofres et de mettre davantage en lumière les perspectives pour la saison estivale.

## **ATOUT FRANCE, l'Agence de développement touristique de la France**



Atout France est chargé d'assurer le développement de l'industrie touristique, premier secteur économique français.

### **L'observation et la connaissance des marchés**

La première mission de Atout France est d'entretenir un dispositif approfondi et permanent de veille et d'analyse du marché touristique international.

Cette double connaissance de l'offre et de la demande permet à l'Agence de disposer d'une vision complète de l'état des marchés touristiques et de définir ainsi les grandes orientations stratégiques nécessaires pour le développement du tourisme français.

### **Deux missions principales et complémentaires**

- Assistance au développement

Atout France apporte son expertise en ingénierie afin d'accroître la compétitivité des entreprises et l'attractivité des destinations (françaises et internationales).

- Aide à la commercialisation

L'Agence accompagne également ses clients dans leurs opérations de marketing et de promotion touristique en France comme à l'international.

### **Deux missions annexes et transversales**

- Mission Qualité

La Commission d'immatriculation de Atout France assure l'inscription et la tenue du registre public des opérateurs de voyages et exploitants de voitures de tourisme avec chauffeur.

Par ailleurs, Atout France élabore, en concertation avec les professionnels, les référentiels de classement des différents types d'hébergement de l'offre touristique.

- Mission « Formation aux métiers du tourisme »

L'Agence participe également à la définition d'une politique nationale de formation aux métiers du tourisme.

### **Un territoire d'intervention local, national et international**

Atout France développe ses missions à l'international grâce à un réseau de 35 bureaux répartis dans 33 pays. Cette organisation unique, qui mobilise plus de 250 personnes, assure à la structure une parfaite connaissance des marchés et des cultures internationales et lui permet de cibler et de relayer au mieux les actions de promotion de ses partenaires.

Forte de cette expertise multiple, Atout France est en mesure d'accompagner ses partenaires dans toutes les étapes de leur production touristique : de la conception du développement jusqu'à la commercialisation.

Atout France collabore, dans un modèle partenarial unique et original, avec tous les acteurs du tourisme, qu'ils soient institutionnels, associatifs ou privés.

Pour en savoir plus : [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) ou [www.franceguide.com](http://www.franceguide.com)



## Rn2D, le Réseau National des Destinations Départementales

Président : Jean Pierre SERRA

Le Réseau National des Destinations Départementales (Rn2D) est un réseau dynamique de 113 adhérents, agences de développement Touristique et/ou de réservation au niveau départemental. Le Réseau représente plus de 2000 salariés et un budget cumulé de 193 millions d'euros. Ses missions sont de :

- Représenter ses adhérents et leurs intérêts au niveau national
- Animer le réseau, favoriser les échanges et mutualiser les moyens
- Apporter analyse et expertise (partenariats publics et privés, conventions...)
- Diffuser de l'information sur le réseau

Les agences de développement touristiques (ou comités départementaux du tourisme) sont des professionnels de terrain. Véritables bras armés des Conseils Généraux, ils œuvrent en faveur du développement touristique de leur territoire. Leur expertise couvre la communication, la mise en réseau des professionnels, la qualification de l'offre etc. Ils ont également créé en relation avec les Comités Régionaux du Tourisme, des observatoires touristiques départementaux. Ils participent depuis 2001 à cette enquête de conjoncture annuelle nationale.

**Contacts presse** : Rn2D - Claire Bourgeois : 01 44 11 10 44 – [c.bourgeois@Rn2d.net](mailto:c.bourgeois@Rn2d.net)  
Agence AB3C - Stéphane Barthélemy – 01 53 30 74 00 - [stephane@ab3c.com](mailto:stephane@ab3c.com)



## Offices de Tourisme de France® Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative

Présidée par Jean BURTIN, Offices de Tourisme de France®, assure la représentativité de ses 3000 adhérents auprès de toutes les instances du tourisme : pouvoirs publics, collectivités, partenaires institutionnels et privés...

La structuration de son Réseau, présent aux niveaux local, départemental et régional, permet une forte réactivité et une évolution permanente des missions. A ce titre, Offices de Tourisme de France® est le relais du développement et de l'application des politiques touristiques : Marque Qualité Tourisme, Actions Tourisme et Handicap, Certification Afnor..., en même temps qu'elle conseille les municipalités et favorise le maillage des territoires.

Avec plus de 3 000 portes d'entrées en France et dans les DOM, gérées par 13 000 salariés permanents et 70 000 administrateurs bénévoles, les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives accueillent, conseillent chaque année plus de 60 millions de visiteurs français et étrangers. Son site internet, [www.tourisme.fr](http://www.tourisme.fr), est l'un des premiers vecteurs de communication du tourisme en France avec plus de 10 millions d'internautes par an.

**Contact Presse** : Anne-Catherine AYE - Tél : 01 44 11 72 80 – [communication@fnotsi.net](mailto:communication@fnotsi.net)



Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

## SKI France L'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

Président : Gilbert BLANC TAILLEUR, Maire de St Bon Courchevel

L'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne (ANMSM) a pour objet de faire valoir les spécificités touristiques des 101 stations de montagne auprès des Pouvoirs Publics. Elle développe une capacité d'expertise et d'analyse juridique et contribue à des actions nationales de prévention sur la sécurité sur les domaines skiables et en montagne l'été.

L'ANMSM met notamment en œuvre le dispositif d'observation conjoncturelle sur les saisons d'hiver et d'été. Le Groupe de travail « Observatoire des Stations de Montagne Ski France » traite et établit les tendances de fréquentations touristiques des stations à destination des professionnels et des médias. Les résultats sont communiqués par l'ANMSM à la presse, 7 à 8 fois par an. L'ANMSM concourt en outre à la promotion des stations de montagne puisqu'elle participe activement aux travaux de France Montagnes.

Site Internet grand public : [www.france-montagnes.com](http://www.france-montagnes.com) - Site institutionnel [www.anmsm.fr](http://www.anmsm.fr)

**Contact presse** : The Desk - Anne Dussouchet – 01 77 37 29 95 – [a.dussouchet@thedesk.fr](mailto:a.dussouchet@thedesk.fr)

## ANNEXES

- Synthèse de l'Enquête de conjoncture Atout France en partenariat avec le RN2D, Offices de Tourisme de France® et SKI France
- Synthèse du Baromètre TNS Sofres
- Synthèse de l'enquête des bureaux de Atout France sur les marchés internationaux
- Synthèse des chiffres de l'année 2010 – source DGCIS

## SYNTHESE DE LA VAGUE 1 DE CONJONCTURE PARTENARIALE DE L'ETE 2011

### **La fréquentation du mois d'avril 2011**

Pour la grande majorité des structures répondantes, la fréquentation globale au cours du mois d'avril 2011 a été satisfaisante, exception faite des stations de montagne, pour lesquelles un sentiment de recul de la fréquentation, directement imputable au déficit d'enneigement et aux fermetures prématurées de stations en résultant, est observé par la moitié des répondants.

Cette bonne perception d'ensemble est principalement le fait de la clientèle française, jugée plus nombreuse que l'an passé par une large majorité de structures, hormis en espace montagne. Parallèlement, la fréquentation de la clientèle étrangère est jugée majoritairement stable par les départements ainsi que par les offices littoraux et montagnards, en progression en espaces urbain et rural et en net recul pour les stations Ski France.

L'ensemble des répondants à l'enquête s'accorde à considérer les conditions météorologiques, extrêmement clémentes sur l'ensemble du territoire au cours de cette période, comme l'explication principale à ces constats. En facteur secondaire, si les offices de tourisme et les CDT/ADT accordent une réelle importance aux reports de destinations liés aux événements internationaux, les stations de montagne privilégient plutôt les calendriers et les ponts.

Par ailleurs, le sentiment dominant au niveau des départements et des offices de tourisme dotés de centrales de réservation d'une hausse des ventes de prestations d'hébergements seuls, de séjours packagés, pour les groupes ainsi que des courts séjours se retrouve pour certains espaces (rural et littoral, notamment pour les premières prestations)

D'autre part, les réservations de dernière minute sont majoritairement estimées au même niveau que l'an passé par les départements et les offices littoraux et ruraux.

### **La fréquentation du mois de mai 2011**

Pour le mois de mai 2011, la perception de la fréquentation est jugée globalement assez satisfaisante par une large majorité de structures répondantes. La tendance de la fréquentation française est jugée meilleure que celle de la fréquentation étrangère sur le littoral, équivalente en montagne, et moins bonne dans les autres types d'espace, ainsi que du point de vue des départements. Cette fréquentation française est également le plus souvent estimée supérieure à celle de l'an passé pour tous les espaces hormis la montagne, où la stabilité est de mise. Parallèlement, dans un contexte de stabilité dominante, les départements sont plus nombreux à annoncer un recul qu'une progression de cette fréquentation française.

Pour la clientèle étrangère, les sentiments de hausse de fréquentation les plus significatifs concernent les espaces rural et urbain. Pour les autres types de structure, la stabilité de la fréquentation étrangère est majoritairement constatée.

Si les offices de tourisme et les départements imputent prioritairement ces tendances aux conditions météorologiques favorables, puisqu'aussi clémentes qu'en avril sur la totalité du territoire, puis à un effet calendrier défavorable lié à l'absence de ponts.

Parallèlement, en termes de comportements de réservations auprès des centrales communales et départementales, les sentiments de baisse sont significativement présents en ce qui concerne les ventes de prestations d'hébergements seuls, hormis pour la montagne, les ventes de séjours « tout compris », à l'exception des espaces rural et littoral, les ventes pour la clientèle groupe pour l'espace rural ainsi que les ventes de courts séjours en espace montagne et pour les départements.

### **La fréquentation touristique depuis début avril**

La fréquentation de la clientèle étrangère depuis le début du mois d'avril se caractérise globalement par davantage de perceptions à la hausse qu'à la baisse.

Ce constat est particulièrement marqué en ce qui concerne la clientèle britannique pour l'ensemble des types de répondants, pour la clientèle allemande, exception faite des départements, pour la clientèle belge, hormis l'espace montagne hors station, pour la clientèle ibérique, sauf pour les départements et également pour la clientèle nord-américaine pour l'ensemble des types de structures répondantes.

En ce qui concerne les autres nationalités, dans un contexte de stabilité dominante, les perceptions de fréquentation fluctuent selon le type de répondants.

Une nouvelle fois, la clientèle britannique est de loin la plus souvent désignée comme première nationalité étrangère pour l'ensemble des espaces. En second rang on trouve les Allemands sur le littoral, les Belges en montagne et en espace rural et les Espagnols pour les destinations urbaines.

En ce qui concerne les hébergements touristiques, dans un contexte de stabilité dominante, les sentiments de hausse l'emportent globalement sur ceux de baisse. Les perceptions les plus positives concernent les hôtels sur le littoral et pour les départements, les campings pour l'ensemble des espaces hormis la montagne, ainsi que les résidences de tourisme sur le littoral et en milieu urbain. En revanche, les sentiments de baisse l'emportent pour les stations de montagne sur la totalité des hébergements hormis les campings et pour les CDT/ADT en ce qui concerne les hébergements ruraux. Les perceptions de baisse sont également majoritairement constatées en espaces rural et montagne pour les meublés de tourisme.

La fréquentation des restaurants depuis le début du mois d'avril 2011 est majoritairement jugée stable par l'ensemble des offices de tourisme et des départements, avec des sentiments de hausse qui l'emportent toutefois sur ceux de baisse exception faite de la montagne. Seules les stations de montagne jugent assez nettement cette fréquentation en recul par rapport à l'an passé.

En termes d'activités, des progressions des demandes sont majoritairement constatées pour les activités de pleine nature, les activités sportives (départements et stations Ski France), les visites culturelles (CDT/ADT), les festivals et spectacles (offices urbains et littoraux ainsi que CDT/ADT) et les activités de loisirs (départements). Pour les autres activités, le sentiment d'une stabilité des demandes est dominant avec des perceptions de hausse plus significatives que celles de recul. Des reculs des demandes sont toutefois majoritairement annoncés pour le shopping & l'artisanat par les départements et les stations de montagne et pour les festivals & spectacles par les seules stations de montagne.

Les structures répondantes ont globalement enregistré de bons niveaux de fréquentation sur leurs destinations respectives des couples sans enfants, des familles avec enfants en bas âge et de groupes du 3<sup>ème</sup> âge, notamment sur le littoral. En revanche, même si la stabilité prédomine, des baisses de fréquentation sont significativement observées pour les familles avec adolescents en espace montagne.

### **Perspectives de fréquentation pour la saison estivale 2011**

Majoritairement, l'ensemble des structures répondantes s'attendent à enregistrer au cours de la saison estivale 2011 un bon niveau de fréquentation touristique général, avec des perceptions de hausse concernant entre 40 et 63% des structures selon les types de répondants, à l'exception des stations de montagne qui sont quant à elles plus mesurées et s'attendent très majoritairement à une stabilité de la fréquentation au cours de cette saison estivale.

Cette fréquentation touristique devrait être meilleure pour la clientèle française qu'étrangère. Ainsi, le sentiment d'une progression à venir de la fréquentation française concerne 52% des offices ruraux, 68% des offices littoraux, 70% des offices urbains et jusqu'à 73% des départements. Si les offices montagnards sont eux-mêmes 40% à escompter une progression de la clientèle française, en revanche, les stations de montagne sont plus pessimistes, avec un quart des répondants s'attendant à un recul de cette fréquentation.

Les perspectives de fréquentation concernant la clientèle étrangère pour la saison estivale 2011 sont également encourageantes. Ainsi les sentiments d'une hausse de la fréquentation à venir sont ressentis par 43% des offices ruraux, 53% des départements, 56% des offices littoraux et surtout 68% des offices urbains. Si les professionnels de la montagne annoncent plutôt une stabilité de la fréquentation, les répondants des stations sont toutefois plus pessimistes, avec un sentiment de baisse exprimé par plus d'1 répondant sur 5.

Les professionnels des offices de tourisme et des comités départementaux du tourisme imputent ces bonnes tendances prioritairement aux reports de destinations liés aux événements internationaux ainsi qu'aux excellentes conditions météorologiques d'avril et mai qui ont eu un réel impact sur le niveau de réservations pour la saison estivale. Pour les stations Ski France, les tendances, parfois mitigées, sont principalement explicables par la réduction du budget alloué aux vacances, même si les conditions météorologiques arrivent en second rang des facteurs explicatifs.

Pour la clientèle étrangère, les offices de tourisme sont nombreux à escompter une hausse de fréquentation des clientèles britannique (mis à part en montagne), allemande (notamment sur le littoral), belge et néerlandaise (surtout en espace urbain et sur le littoral), américaine (en espace rural) et surtout espagnole. Pour les autres nationalités, la stabilité de la fréquentation annoncée majoritairement s'accompagne de sentiments de hausse l'emportant sur ceux de baisse.

Hormis pour les meublés, en particulier relevant des espaces rural et urbain, les perspectives de fréquentation des hébergements pour la saison estivale sont globalement satisfaisantes, voire excellentes pour les villages et les résidences de tourisme sur le littoral et pour les campings pour l'ensemble des types de structures répondantes mis à part les stations de montagne.

Pour le mois de juin 2011, les perspectives de fréquentation sont encourageantes avec des hausses prévues regroupant entre 31% pour les stations de montagne et 64% pour les offices littoraux. Ces perspectives s'annoncent meilleures pour la clientèle française qu'étrangère pour l'ensemble des catégories de répondants à l'exception des stations de montagne.

Pour le mois de juillet 2011 comme pour le mois d'août, les prévisions de hausse l'emportent très largement sur les prévisions de baisse pour tous les types de structure, à l'exception des stations de montagne.

Pour juillet, les anticipations de hausse sont dominantes uniquement sur le littoral, la stabilité étant la modalité dominante pour les autres espaces, à l'exception des stations de montagne s'attendant majoritairement à une baisse à la date d'interrogation, mais sans préjudice de l'impact favorable que pourront avoir les réservations de dernière minute, comme du point de vue des CDT/ADT. Comme pour juin, les prévisions sont meilleures pour la clientèle française qu'étrangère, sauf en milieu urbain.

Les perspectives de fréquentation pour le mois d'août s'annoncent similaires à celles de juillet sur le littoral, mais meilleures pour les autres types d'espace, les prévisions de hausse l'emportant en milieu urbain et littoral, et la stabilité dominant pour les stations de montagne. Comme pour les deux mois précédents, la fréquentation française s'annonce plus dynamique que celle des étrangers ; elle est en effet prévue en progression par 49% des offices ruraux, 56% des offices littoraux, 62% des offices urbains et jusqu'à 73% des départements.



## Enquête mensuelle de conjoncture auprès des Français et Étrangers et des acteurs du tourisme

juin 2011

### Résumé Au global

**Demande :** pratiques de mai 2011, intentions pour juin, juillet et août 2011

**Offre :** bilan du mois de mai 2011, perspectives pour juin 2011 et au-delà

- En mai 2011 l'activité s'est révélée contrastée au niveau de la demande et assez favorable dans les déclarations des professionnels.
  - Les Français ont été moins présents qu'en 2010 mais ont eu tendance à dépenser bien plus que l'an dernier ; les 5 clientèles étrangères ont plus que compensé par l'allongement de leur durée de séjour une mobilité vers la France un peu en retrait, et comme les Français, ont en moyenne dépensé plus que l'an dernier.
  - Du côté des professionnels, l'activité a été ressentie comme assez molle par rapport à mai 2010 chez tous, et même plutôt médiocre chez les restaurateurs ou les gérants de camping.
- Les perspectives pour le mois de juin 2011 se maintiendraient, voire progresseraient légèrement comparativement à juin 2010 :
  - Côté demande, les clientèles française et étrangère seraient plus présentes qu'en 2010, et les nuitées se maintiendraient ou progresseraient par rapport au niveau de l'an dernier.
  - Les taux de réservation déclarés en mai pour le mois de juin 2011 se maintiennent ou progressent par rapport à l'an dernier à la même période pour les professionnels de l'hébergement. Et leur état d'esprit sur les perspectives d'activité de juin est tout à fait satisfaisant, allant du très positif pour les hôteliers et les campings, au bon pour les restaurateurs et loueurs collectifs, seuls les loueurs individuels étant davantage en retrait.
- Les prévisions pour juillet 2011 annoncent un mois stable ou meilleur que l'an passé :
  - Une clientèle française au même niveau que l'an dernier (en nuitées) et une clientèle étrangère plus présente qu'en 2010, sous réserve du caractère incertain des intentions et des décisions de dernière minute.
  - Pour les professionnels de l'hébergement, les taux de réservation déclarés en juin pour le mois de juillet 2011 se maintiennent chez les loueurs et progressent dans l'hôtellerie (traditionnelle ou de plein air) par rapport à l'an dernier.
- Côté demande, les perspectives pour le mois d'août 2011 sont favorables comparativement à août 2010 :
  - Les nuitées françaises seraient en hausse, avec des séjours plus longs qu'en 2010, les nuitées des 5 clientèles européennes également, principalement du fait des Allemands la stabilité prévalant pour les 4 autres marchés.

### La demande

Nombre total de nuitées réalisées ou projetées en France en 2011, versus 2010, en milliers

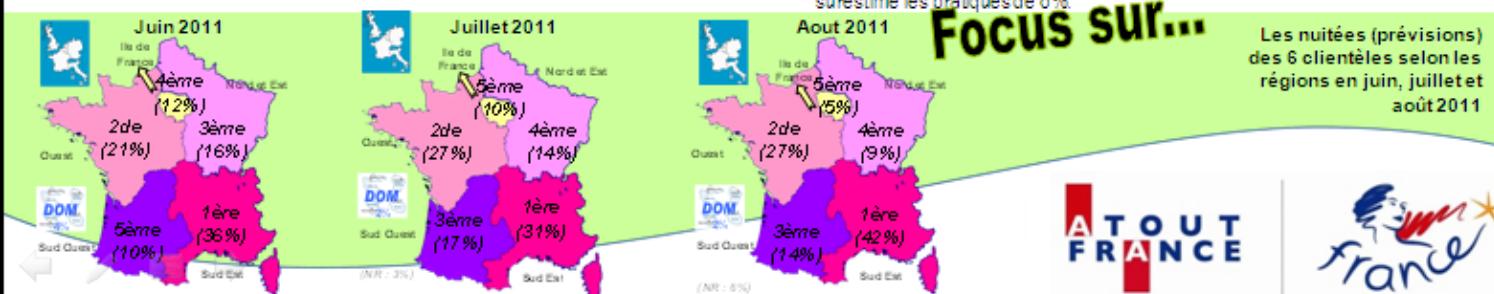
	France	5 pays	Allemagne	Belgique	Royaume-Uni	Italie	Pays-Bas
<b>Réalisations</b>							
mai-11	62 573 (-4%)	13 536 (+5%)	3 975	1 977	2 513	2 705	2 365
mai-10	65 011	12 899	4 025	2 063	2 387	2 354	2 070
<b>Intentions</b>							
juin-11	57 409 (+10%)	20 313 (+12%)	6 547	3 145	3 979	4 494	2 149
juin-10	52 258	18 087	5 794	2 693	3 198	4 324	2 077
juil-11	97 168 (+2%)	22 369 (+8%)	4 898	5 698	3 680	4 649	3 645
juil-10	94 912	20 675	4 344	5 123	3 353	3 494	4 360
août-11	132 744 (+7%)	32 250 (+13%)	9 288	5 472	6 771	4 600	6 141
août-10	124 203	28 522	6 287	5 361	6 135	4 598	6 141

#### Les Français

- Au mois de mai 2011 on a enregistré un volume de nuitées des Français en France plutôt en repli (-4%) : leurs séjours ont bien été un peu plus longs cette année, mais dans un contexte de fort recul de la mobilité : malgré le beau temps, l'absence de jour férié cette année, les 1<sup>er</sup> et 8 mai tombant de plus en dimanche, a été pénalisante, comme annoncé au mois d'avril. Cette année, les réalisations ont été plus élevées que les intentions (+17%), comme en 2010 (quand les réalisations avaient dépassé de 13% les prévisions). La dépense totale est en revanche en hausse (+18%), avec des dépenses moyennes par voyageur significativement plus élevées qu'en mai 2010, dans un contexte de durée moyenne de séjour en progression.
- Les perspectives relatives aux nuitées pour juin 2011, obtenues en mai, seraient à la progression (+10%) par rapport à celles de l'année dernière pour les Français : la tendance à la hausse de la mobilité, avec des séjours de durée analogue par rapport à 2010, expliquerait pour l'essentiel cette augmentation. Il est à noter toutefois que l'an dernier les intentions de nuitées sous-estimaient de 15% le volume de nuitées réalisé in fine en juin 2010. Si la sous-estimation était moindre cette année, les prévisions pourraient s'avérer trop optimistes, et ce malgré la perspective du pont de l'Ascension et du lundi de Pentecôte.
- Pour juillet 2011, les perspectives relatives aux nuitées seraient à la stabilité (-2%) : les durées de séjours un peu supérieures en tendance par rapport à 2010, compenseraient ainsi une moindre mobilité. Comme l'année dernière les intentions de nuitées sous-estimaient de 12% le volume de nuitées réalisé in fine en juillet, si la sous-estimation était moindre cette année, les résultats pourraient s'avérer moins favorables.
- Pour août 2011, les perspectives relatives aux nuitées seraient en revanche à la hausse (+7%) : des durées de séjours significativement supérieures à celles d'août 2011, alors que la mobilité pourrait être stable, expliqueraient à elles seules cette augmentation. L'année dernière les intentions de nuitées étaient très proches du volume de nuitées réalisé in fine en août, ce qui laisse réellement présager d'un mois d'août favorable.

#### Les résidents des 5 pays étrangers

- La demande étrangère en France apparaît en mai 2011 plutôt orientée à la hausse, en termes de nuitées, par rapport à celle de mai 2010 (+5%) sur le cumul des 5 pays étudiés. La tendance au repli de la mobilité est compensée par des séjours significativement plus longs cette année. Toutes les clientèles en effet, à l'exception de la clientèle allemande, ont réalisé des séjours plus longs que l'an dernier ; la différence est même significative pour les Belges et les Néerlandais. Au total des nuitées, les marchés néerlandais et surtout italien sont orientés à la hausse, alors que les nuitées réalisées par les 3 autres marchés affichent un volume stable par rapport à l'an dernier. En 2011, les pratiques ont été supérieures aux prévisions de 5% alors qu'en 2010, elles avaient été inférieures de 3%. Les dépenses totales effectuées au cumul sont en progression (+19%), du fait d'une dépense moyenne significativement en hausse sur le cumul des 5 pays. Dans le détail des marchés, cette hausse des dépenses totales est surtout imputable aux clientèles britannique et néerlandaise ; mais les dépenses totales de tous les pays sont tirées vers le haut. Les dépenses moyennes des Belges, des Britanniques et des Néerlandais sont d'ailleurs en hausse significative et les dépenses moyennes des Allemands et des Italiens sont aussi en progression, bien que dans une moindre mesure.
- Les perspectives pour juin 2011, obtenues en mai, seraient orientées à une hausse des nuitées par rapport à juin 2010 (+12%) sur le cumul des 5 pays européens étudiés : évolution positive de la mobilité avec des durées de séjours en moyenne semblables à celles de juin 2010 (hormis chez les Italiens, qui viennent significativement moins longtemps, en contrepartie d'une plus forte mobilité). Tous les marchés étudiés pourraient contribuer à cette augmentation du volume des nuitées, mais ce serait plus particulièrement le cas des Britanniques. L'an dernier les prévisions avaient sous-estimé les pratiques de 15%. Si la sous-estimation était moindre cette année, les prévisions d'évolution pourraient être trop favorables.
- En termes de nuitées, la tendance pour juillet 2011 serait à la hausse par rapport à juillet 2010 (+8%) sur le cumul des 5 pays européens étudiés : légère hausse de la mobilité avec des durées des séjours en moyenne proches. Dans le détail des marchés, le volume total des nuitées des différentes nationalités serait plutôt stable, même si du fait de séjours qui s'annoncent un peu plus longs que l'an dernier, une tendance à la progression des nuitées italiennes pourrait apparaître. L'an dernier les prévisions avaient sous-estimé les pratiques de 13% ; si la tendance n'était pas la même, les évolutions pourraient être moins favorables.
- Les perspectives pour août 2011 seraient elles aussi orientées à une hausse des nuitées par rapport à l'an dernier (+13%) sur le cumul des 5 pays européens étudiés : l'évolution positive de la mobilité serait plutôt amplifiée par des séjours un peu plus longs. Cette progression serait surtout causée par la progression des nuitées allemandes (allongement significatif de leurs durées de séjour). La stabilité serait plutôt de mise pour les autres clientèles étudiées en volume total de nuitées. Attention toutefois, l'ampleur de l'évolution positive envisagée pour les Allemands, laisse présager, in fine, d'une évolution de leurs nuitées réalisées quand même moins forte ! L'an dernier les prévisions avaient surestimé les pratiques de 8%.



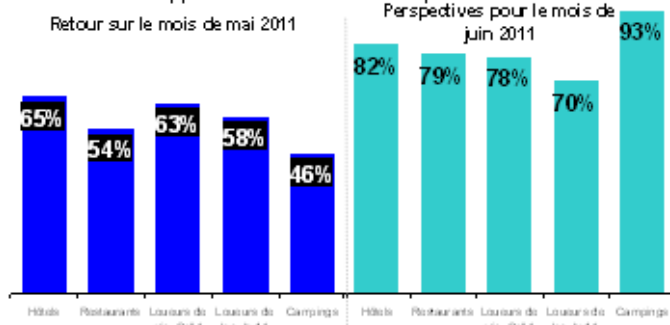
# L'offre : Les professionnels

## L'activité Retour sur le mois de mai 2011

Pour le mois de mai 2011, l'activité a été globalement nettement moins favorable que prévu, excepté pour les loueurs. Les niveaux d'activité par rapport à l'an passé sont très variables et contrastés selon les professionnels – l'absence de ponts en mai a été globalement un élément moins favorable pour tous :

- La situation a été correcte chez les hôteliers avec 65% de déclarations en hausse ou stable par rapport au même mois de l'année précédente, dont 38% de déclarations en hausse (taux plus fort que les baisses). Mais l'activité s'est révélée malgré tout bien en deçà de ce qui était pressenti.
- 63% des loueurs de résidences collectives et 58% des loueurs de logements individuels ont déclaré une activité en hausse ou stable par rapport à mai 2010
- L'activité a été très mitigée chez les restaurateurs avec 54% d'entre eux déclarant une activité en hausse ou stable par rapport au même mois de l'année précédente. Elle a été finalement moins bonne que prévu.
- La situation a été très critique pour les gérants de campings où 54% d'entre eux ont déclaré une activité en baisse par rapport à mai 2010 – l'activité s'étant révélée pire que prévu. C'est d'ailleurs le plus bas score jamais observé depuis la création du baromètre.

% des professionnels déclarant une activité en hausse ou stable par rapport au même mois de l'année précédente

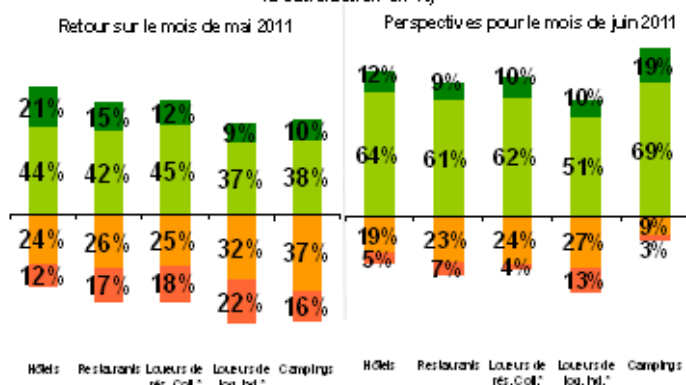


## Perspectives pour le mois de juin 2011

Les perspectives d'activité pour juin 2011 semblent très favorables pour tous les professionnels – le report des périodes de ponts sur le mois de juin semble jouer un rôle positif. Ainsi, leur état d'esprit par rapport à ce niveau d'activité prévu pour juin est tout à fait satisfaisant – état d'esprit qui contraste avec celui du mois précédent :

- L'état d'esprit des gérants de campings et des hôteliers est très positif en ce qui concerne l'activité prévue pour ce mois de juin : 88% et 76% d'entre eux se déclarent satisfaits du niveau d'activité pressenti;
- Il est bon également chez les restaurateurs et les loueurs de logements collectifs : 70% et 72% respectivement se déclarent satisfaits de leurs prévisions d'activité pour juin 2011;
- L'état d'esprit est en revanche davantage en retrait chez les loueurs individuels : seulement 61% sont satisfaits de l'activité pressentie pour ce mois.

État d'esprit des établissements sur leur niveau d'activité (distribution de la satisfaction en %)



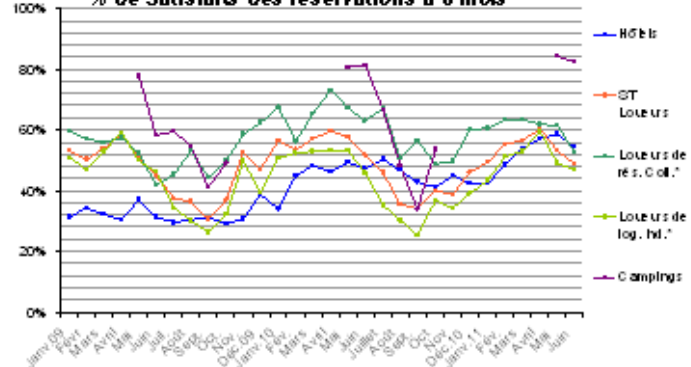
## L'avenir

### Les réservations

Les taux de réservation déclarés en juin 2011 pour le mois de juillet 2011 diffèrent d'un secteur de l'hébergement à l'autre mais se maintiennent ou progressent par rapport à l'an passé à la même période :

- le taux de réservation progresse très légèrement dans la location de résidences collectives, s'établissant à 67% (vs 64% en 2010);
  - il se maintient peu ou prou au niveau de l'année dernière à la même période chez les loueurs de logements individuels : il s'établit à 57% de réservations (vs 58% en 2010);
  - il progresse dans l'hôtellerie avec 37% de chambres réservées (vs 32% en 2010);
  - il progresse également dans l'hôtellerie de plein air avec 65% de réservations (vs 58% en 2010).
- Pour les 6 prochains mois, les niveaux des réservations sont très variables d'une catégorie de professionnels à l'autre, et reflètent également des situations variées par rapport à l'an passé à la même période :
- les gérants de campings sont les plus satisfaits des réservations à 6 mois avec 83% de satisfaction, comme l'an passé (vs 81% en juin 2010);
  - 54% des hôteliers se déclarent satisfaits des réservations à 6 mois – un taux en nette progression par rapport à l'an passé (46%);
  - à l'inverse, si 53% des loueurs de résidences collectives se déclarent satisfaits des réservations à 6 mois, c'est en deçà du niveau recueilli l'an passé à la même période (63%);
  - 47% des loueurs de logements individuels seulement sont satisfaits de ce niveau de réservation à 6 mois, comme l'an passé (46%).

% de Satisfaits des réservations à 6 mois



### La confiance en l'avenir

La confiance en l'avenir est présente pour tous les professionnels du tourisme avec une large majorité d'optimistes, mais à des niveaux très variés selon les professionnels :

- la confiance en l'avenir est particulièrement ancrée chez les gérants de campings : 92% se déclarent optimistes, plus encore que l'an passé à cette époque (vs 85%);
- elle se maintient ce mois-ci encore à un niveau très élevé chez les hôteliers et les restaurateurs : elle atteint 76% d'optimistes – en légère progression par rapport à la même période l'année précédente (vs 72% et 74% respectivement);
- la confiance se renforce progressivement depuis avril 2011 chez les loueurs collectifs à 76% d'optimistes quant à l'avenir de leur établissement - le taux retrouve son niveau de l'an passé (77%);
- Plus en retrait, elle se dégrade en revanche par rapport au mois précédent chez les loueurs individuels avec 64% d'optimistes; pour autant le taux se situe au même niveau de confiance que celui exprimé l'an passé à la même période (63%).

Note méthodologique : ATOUT FRANCE a confié à TNS Sofres la mise en place d'un Baromètre de Conjoncture Touristique constitué de deux volets :

Un volet « demande » : mesure mensuelle des voyages effectués et des intentions de départ des Français ainsi que des étrangers en provenance des 5 premiers marchés européens (Royaume-Uni, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Italie). Dans chaque pays émetteur, un échantillon de 3000 individus représentatif des internautes de 15 à 65 ans est interrogé par internet chaque mois. Les résultats sont extrapolés à l'ensemble des individus âgés de 15 à 65 ans. L'interrogation correspondant à la présente vague a eu lieu du 1<sup>er</sup> au 14 juin 2011.

Un volet « offre » : mesure de la perception mensuelle de l'activité récente, en cours et à venir et des intentions de recrutement pour quatre catégories de professionnels du tourisme : hôteliers, gestionnaires de campings, loueurs de résidences ou de logements individuels et restaurateurs. Entre 450 et 1100 établissements sont interrogés par téléphone chaque mois (815 en juin, interrogés du 1<sup>er</sup> au 14 juin 2011).

## Synthèse de l'enquête des bureaux de Atout France sur les marchés internationaux

En ce qui concerne **les marchés lointains**, les tendances de voyages vers la France au cours des prochains mois devraient évoluer positivement sur quasiment tous les marchés importants, à l'exception du Japon.

### **Pour ce qui est des marchés BRICS',**

Ce sont ceux qui devraient le plus contribuer à la croissance des flux touristiques vers la France, bien que la durée de leur séjour y soit plus courte que la moyenne dans la mesure où une partie de cette clientèle visite plusieurs pays en Europe.

Marché russe : le marché russe devrait poursuivre sa croissance vers les destinations d'Europe de l'Ouest, et dépasser les chiffres de l'année record 2008, du fait notamment du report des voyages habituellement prévus en Egypte. La croissance des départs vers la France devrait se situer autour de 10%, celle vers l'Espagne, la Turquie et la Grèce étant susceptible d'être encore plus élevée. Le panier moyen des voyages vendus vers la France est en hausse et la Côte d'Azur devrait connaître une saison particulièrement bonne.

### Marché Indien :

L'Inde bénéficie d'une croissance économique soutenue (croissance de +8.5% prévue pour 2011-2012), malgré un ralentissement possible dû essentiellement au risque inflationniste. La conjoncture économique est propice au développement des départs vers l'étranger : sur la saison printemps / été qui concentrent une partie importante des voyages des Indiens en Europe et qui se déroule de mi-avril à mi-juillet, les résultats de la plupart des agences de voyages sont en progression de +10%.

On peut donc considérer cette saison comme positive, bien que plusieurs freins subsistent, au développement des séjours des Indiens en Europe et en France, notamment la force de l'euro, et les tarifs considérés comme élevés des services réceptifs.

Sur le marché brésilien le cours du real qui est élevé tant vis-à-vis du dollar que de l'euro, influe positivement sur les départs à l'étranger des Brésiliens. Les principaux voyagistes brésiliens estiment entre 5 et 8% la croissance des ventes des séjours vers la France, à condition que le niveau de l'euro n'évolue pas à la hausse. Les surtaxes aériennes et la sous capacité vers l'Europe en termes de vols sont susceptibles de freiner ce développement.

La croissance du marché brésilien vers la France est due notamment à la croissance des ventes de « packages » utilisés par les classes moyennes, essentiellement pour visiter Paris et ses environs.

Marché chinois : les perspectives de départ vers l'Europe sont très positives, l'Europe devant bénéficier du report de la clientèle qui serait normalement allée au Japon, ainsi que de l'augmentation de la capacité aérienne. Les flux vers les USA, concurrent important sur la saison d'été sont en baisse du fait des craintes d'attentats terroristes. L'Europe, qui apparaît comme la destination la plus sûre, devrait donc profiter pleinement de la forte progression des réservations effectuées auprès des voyagistes chinois. Ces derniers indiquent que l'augmentation de leurs ventes vers l'Europe pourrait atteindre les 50% s'ils parviennent bien à recruter suffisamment de guides de nationalité chinoise comme l'exige la réglementation.

### **En ce qui concerne les marchés matures,**

Les tendances de voyages des principaux marchés lointains vers la France sont très positives : les chiffres prévisionnels démontrent une croissance de fréquentation par rapport à l'été 2010 pour tous les marchés matures lointains. Seule la clientèle japonaise devrait être en recul, compte tenu des événements qui ont frappé le pays nippon en début d'année.

Sur le **marché américain**, les perspectives sont très encourageantes. Une forte croissance a été observée sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2011 (hausse de +7% de nombre de touristes américains en Europe) : cette évolution très positive par rapport à 2010 est en partie expliquée par la morosité du mois d'avril 2010, au cours duquel les vols internationaux avaient été perturbés par l'éruption volcanique Eyjafjöll. Sur l'ensemble de l'année 2011, une croissance d'environ +3.5% de la fréquentation en France est envisagée. Etant donné le contexte géopolitique, certaines destinations sont en recul (Asie et Moyen-Orient), tandis que les destinations de proximité devraient être plus attractives que l'année passée : les voyages vers le Canada, les Bahamas, le Mexique et au sein des Etats-Unis (staycations) devraient augmenter fortement en raison de l'insécurité internationale et de l'augmentation du prix du pétrole. La France reste une destination prisée, particulièrement Paris et la Côte d'Azur, représentant 80% des visites. Elle bénéficie notamment d'un report des départs du Sud de la Méditerranée vers le Nord du au contexte géopolitique.

Au **Canada**, le contexte de reprise économique et la hausse de capacité de l'offre aérienne (implantation d'une nouvelle compagnie, Sunwing, sur l'offre France-Canada, qui devrait se développer par la suite) sont favorables à une reprise des voyages à l'étranger. La tendance est à une hausse importante des séjours vers la France.

Sur le **marché coréen**, qui bénéficie d'une croissance économique soutenue d'environ 15% par an, les perspectives sont positives : la croissance des voyages vers la France est estimée à +15% minimum pour la saison estivale, et les dépenses devraient fortement progresser.

Concernant la **clientèle japonaise**, le contexte engendré par le tsunami et la contamination nucléaire a créé un environnement peu propice aux voyages. La mise en place d'une taxe de surcharge pétrolière pour les vols à destination de l'Europe constitue également un frein aux voyages. Toutefois diverses mesures sont mises en place en vue d'une relance du marché : campagne de communication (de la JATA) visant à encourager les voyages à l'étranger des Japonais, promotions mises en place par les agences de voyage. Les perspectives de l'été demeurent à la baisse, mais, le marché semble avoir déjà atteint son niveau le plus bas et la reprise devrait s'amorcer à partir de septembre. Air France a d'ailleurs prévu d'augmenter sa capacité en sièges à partir de la rentrée.

## Synthèse des chiffres de l'année 2010 – source DGCIS :

### **Embellie pour les hôtels, beau fixe pour les campings**

La fréquentation hôtelière est repartie à la hausse en 2010 : elle a augmenté de 2,2 % par rapport à 2009 (- 4,9 % l'année précédente), tirée par le tourisme d'affaires (+ 4,6 %). L'année 2010 est également marquée par le retour des clientèles étrangères (+ 2,8 %) après un fort recul en 2009 (- 11,1 %) lié à la crise économique mondiale. Il s'agit des clientèles lointaines, notamment en provenance des économies émergentes, la fréquentation hôtelière des clientèles européennes ayant globalement stagné (- 0,2 %) et même reculé d'un point hors la clientèle russe. La fréquentation de la clientèle française s'est accrue, quant à elle, de 2,0 % en 2010 après un recul de 1,4 % en 2009. Toutefois, le niveau de fréquentation record atteint en 2007 (198,9 millions de nuitées) n'a pas été retrouvé en 2010 (192,2 millions de nuitées). Ce sont les établissements 4 et 5 étoiles qui a enregistré la plus forte progression de fréquentation avec des nuitées en hausse de 12%.

La fréquentation des hébergements de plein air a continué sa progression (+0,9%) après celles constatées de 4,2% en 2009 et de 1,2% 2008.

### **Moins de voyages mais plus de dépenses pour les touristes français**

En 2010, le taux de départ des Français pour motif personnel (75,9 %) a baissé de 2,1 points par rapport à 2009. Le nombre de voyages réalisés (197,5 millions) a donc diminué (- 2,3 %). Néanmoins, ce constat doit être tempéré par des signes de reprise de l'activité : d'abord, les touristes résidents ont sensiblement allongé leurs séjours, de sorte que le nombre des nuitées (1,14 milliard en 2010) n'a reculé que de 1,4 % ; ensuite, le poids de l'hébergement marchand s'est accru ; enfin, la dépense a augmenté fortement (4,9 %). On renoue ainsi avec la situation, régulièrement observée avant la crise, d'une divergence entre stabilité, voire recul, des nuitées et forte croissance des dépenses.

Cette situation reflète exclusivement celle des voyages en métropole (près de 90 %). Elle est différente pour les voyages à l'étranger : leur nombre s'est accru (+ 1,5 %), celui des nuitées davantage (+ 3,3 %) et le montant des dépenses plus encore (+ 5,3 %).

### **L'activité des touristes étrangers en France se stabilise après deux années de fort recul**

Dans un contexte de nette reprise du tourisme international en 2010, les arrivées de touristes étrangers en France (76,8 millions) se sont stabilisées, comme en Espagne. Un léger allongement des voyages a permis une croissance modérée (+ 0,5 %) du nombre de nuitées (515 millions) par rapport à 2009. Mais les touristes étrangers ont un peu plus sensiblement réduit leurs dépenses journalières (- 1,1 %), en même temps que la part de l'hébergement marchand. Leur dépense totale sur le territoire national a donc légèrement reculé (- 0,6 %), passant de 30,6 en 2009 à 30,4 milliards d'euros en 2010. Le dynamisme des arrivées, nuitées et dépenses en France des touristes allemands et des BRIC (progression de 32,6% des arrivées) a été contrebalancé par les difficultés d'autres clientèles, notamment européennes. Les arrivées des touristes en provenance du Portugal, de la Grèce et de l'Irlande, particulièrement touchés par la crise ont ainsi globalement diminué de 13%.