



## **COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

***Paris, le 27 juin 2024 – pour l'édition de juin de son observatoire économique du tourisme, l'Alliance France Tourisme dresse le bilan du mois de mai, ainsi qu'un état des réservations pour les vacances d'été et pour les Jeux Olympiques et Paralympiques.***

L'année avait très bien démarré pour les **réservations de séjours touristiques en agences de voyages**, avec un volume d'affaires en croissance continue sur le premier trimestre. Avril avait marqué un coup d'arrêt qui se poursuit au mois de mai. Le nombre de réservations recule de 8,4%, tandis que le panier moyen progresse légèrement (+1,4%). Le marché français reste positif en volume d'affaires (+4,3%).

Parmi les destinations les plus réservées par les Français en mai 2024, derrière la France qui domine le classement, ce sont toujours les destinations moyen-courrier qui sont le plus plébiscitées, la Grèce, l'Espagne, la Tunisie et l'Italie notamment. Sur le long courrier, la Thaïlande et le Sri Lanka connaissent les plus fortes croissances en volume d'affaires.

Après un mois d'avril en demi-teinte, **l'hôtellerie française retrouve des couleurs durant mai**. Le nombre record de jours fériés et de ponts explique ce rebond de l'activité bien que la fréquentation demeure légèrement en retrait, la météo n'étant toujours pas au beau fixe. La Corse et la Provence-Alpes-Côte-d'Azur continuent de se démarquer du reste de l'Hexagone, avec également l'Auvergne-Rhône-Alpes qui signe son grand retour sur le devant de la scène touristique nationale.

Si la fréquentation est toujours en recul au cours de ce mois de mai, l'hôtellerie française affichant une baisse de -0,4 point, elle est toutefois moins prononcée que le mois dernier où elle s'établissait à -2,2 points. Le taux d'occupation continue par ailleurs de progresser de mois en mois, passant de 65% au mois d'avril à 69,3% ce mois-ci.

La tendance positive sur le volet tarifaire se poursuit avec une hausse de +3,6% des prix moyens sur l'ensemble de l'Hexagone, contre une timide progression de +0,1% le mois précédent. Les nombreux ponts et jours fériés auront ainsi permis aux hôteliers de jouer la carte du pricing power, renouant avec la croissance observée au mois de mars (+3,2%).

L'augmentation du prix moyen suffit à rattraper la légère baisse du taux d'occupation, l'hôtellerie française affichant ainsi un RevPAR en hausse de +3,1% et inversant donc la tendance à la baisse observée au mois d'avril. Une dynamique d'autant plus positive au regard de 2022 avec une progression du RevPAR de l'ordre de +12,1%.

De nouveau, le segment haut de gamme se présente comme le moteur de cette reprise à la hausse avec un taux d'occupation qui augmente de +4,2 points, loin devant le segment milieu de gamme qui se contente d'une progression de +0,3 point après avoir enregistré une baisse de fréquentation le mois dernier.

En revanche, les segments d'entrée de gamme ne renouent toujours pas avec leurs niveaux de fréquentation de 2023, le super-économique affichant une baisse de -2,3 points et l'économique un retard de -1,4 point. Ce sont par ailleurs les deux seuls créneaux à être en-deçà de leurs niveaux de 2022 (-1,2 point pour le super-économique et -1,6 point pour l'économique).



Les entreprises s'engagent  
pour l'attractivité touristique de la France

Contrairement au mois d'avril, les Régions affichent des performances robustes avec un RevPAR en hausse de +5,1%, suivi de loin par Paris avec une progression de +1,8%. L'Île-de-France hors Paris ne peut pas en dire autant, observant un recul de l'ordre de -2,6% de son RevPAR. Si les prix moyens sont dans l'ensemble à la hausse, à l'exception de l'Île-de-France (-0,1%), la fréquentation connaît une tendance inverse avec une baisse de -1,8 point pour l'Île-de-France et une timide progression de +0,1 point pour les Régions.

Les **perspectives pour les vacances d'été restent bonnes** mais les réservations sont en retrait par rapport à la même période en 2023. La côte méditerranéenne et la Corse affichent en état des réservations supérieur à l'occupation de 2023 tandis que les autres destinations sont en retrait pour le mois de juillet par rapport à l'été 2023 qui avait été record en termes de fréquentation.

**Une tendance qui s'inverse en août** avec un meilleur état des réservations meilleur excepté pour L'Atlantique Nord et La Manche.

Les **projections de volume d'affaires pour des départs pendant l'été 2024 sont en retrait de 3,8% par rapport à 2023**. Seule la destination France affiche une croissance positive de volume d'affaire comparé à 2023. Toutes les destinations France, moyen et long courrier, affichent une croissance de panier moyen.

Les prises de réservation pour les **Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris** s'accroissent. L'effet dernière minute commence à agir. Ainsi la destination Paris voit désormais des pics de fréquentation frôler voire dépasser les 80% pendant la période des Jeux Olympiques du 26 juillet au 11 août.

A **Marseille** également le remplissage progresse avec une évolution de l'état de réservations également visible **avant la période JOP**.

Sur le marché lillois, l'état des réservations est très fluctuant mettant en exergue l'impact JOP avec des pics à plus de 70% pendant la période JO.

---

### **L'Alliance France Tourisme, en quelques mots :**

Lieu de réflexion et d'action, l'Alliance France Tourisme travaille à la manière d'un *think tank* pour aborder l'ensemble des sujets liés au tourisme et à l'attractivité de la France.

Composée des entreprises leaders du secteur du tourisme, l'Alliance France Tourisme permet de mettre en commun les expertises, de présenter une vision globale du tourisme et de proposer des analyses et des recommandations.

Chaque membre est un maillon essentiel de la chaîne de valeur du tourisme : aéroport, transport, hébergement, cafés-restaurants, organisateur d'événements, shopping, loisirs, etc.

Par leur taille, la diversité de leurs métiers et leur empreinte sur l'économie - plus d'un million de salariés - ces entreprises permettent de fixer un cap des politiques et des investissements nécessaires pour développer l'attractivité de la France et structurer l'industrie.



Les entreprises s'engagent  
pour l'attractivité touristique de la France



Atream



Belamba  
Gîtes & Hôtels



EUROPEAN  
CAMPING  
GROUP



B  
BARRIÈRE



newrest



**Contact presse : Leslie Rival – Secrétaire générale**

+33 (6) 45 47 83 13 - [lival@alliance-france-tourisme.fr](mailto:lival@alliance-france-tourisme.fr)>

[www.alliance-france-tourisme.fr](http://www.alliance-france-tourisme.fr) / twitter : @AllianceFrT