



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

2024 : une année riche en émotions pour l'équipe de France du tourisme

Paris, le 13 janvier 2025 – Des points culminants que furent les grands événements de l'année, dont évidemment les Jeux olympiques, aux points bas des printemps et d'une rentrée morose, c'est une année très atypique qui s'achève pour les professionnels du tourisme français. Au final, le bilan est légèrement positif, mais contrasté selon les régions, les activités et les périodes, pour cette année ponctuée d'événements exceptionnels.

Les transporteurs longue distance ont vu leurs volumes progresser, tels que le relève le groupe Aéroports de Paris (+3,6% de trafic sur les 11 premiers mois de l'année), avec notamment un bon mois d'août porté par les JO et les départs des Français (+4,7% pour ADP et +4% pour SNCF Voyageurs).

Les hôtels enregistrent en moyenne à l'échelle française une progression de +1,5% de leur chiffre d'affaires, et les résidences et villages vacances de +1,8%.

Mais ce bilan reste néanmoins contrasté, tant entre les gammes qu'entre les territoires : Ainsi, **l'hôtellerie parisienne** clôture l'année sur un bilan tout juste neutre (+0%) car la forte progression de la quinzaine olympique (x2,5) a été corrigée par des reculs réguliers de nombreuses semaines de l'année. Par ailleurs, l'équilibre a été atteint via une progression modérée des prix (+1,8%) qui a compensé un recul des volumes (-1,4 pt de taux d'occupation). Ce repli de la fréquentation a plus encore impacté les filières, telles que la restauration ou les taxis, qui n'ont pas pu compenser ces reculs prolongés de la fréquentation par des hausses de prix pendant les séquences JOP ou autres courtes périodes de forte activité.

En revanche, **l'Île-de-France hors Paris** a signé une progression remarquable sur l'année (+4,8%), grâce notamment au succès populaire de Jeux Paralympiques auprès des familles, des clients français et des budgets modérés qui ont privilégié la couronne parisienne, plus accessible. Avec 71,1% d'occupation pendant les paralympiques, les hôtels franciliens ont ainsi gagné pas moins de +5 points d'occupation et plus de +30% de chiffre d'affaires pendant la période, alors que leurs homologues de Paris intra-muros enregistraient un léger recul.

Dans les régions, le bilan est également légèrement positif dans l'ensemble, mais en réalité très variable selon les destinations. Attention toutefois aux effets de comparaison



défavorables pour certains territoires qui, ayant accueilli l'an dernier des épreuves de la Coupe du monde de rugby, souffriront de fortes baisses, d'apparence trompeuses.

La région PACA signe la plus forte progression de l'année (+5,5%), s'affirmant une nouvelle fois comme une destination en croissance. Nice & Cannes en particulier, en forte hausse non seulement cet été mais plus largement depuis 2 ans (> +25% de hausse de RevPAR relativement à 2022) se sont affirmées en tant qu'alternative à Paris auprès de la clientèle haut de gamme & luxe internationale, comme le montre la forte hausse des arrivées aux aéroports de la Côte d'Azur : +3,7% en juillet-août, dont +44% de trafic depuis et vers les Etats-Unis et de fortes hausses des Pays du Golfe ; les deux territoires vers lesquelles de nouvelles lignes directes ont ouvert cette année.

Les Hauts-de-France (+5,5%), portés notamment par la Métropole de Lille où l'impact des JO a été encore plus fort qu'à Paris, sont également parmi les régions gagnantes de cette année, devant les autres régions du quart Nord-Est.

A l'inverse, l'année a été difficile pour toute **la façade atlantique** : météo moins favorable, budget des Français sous contraintes ou effet de comparaison avec de beaux millésimes en sortie de Covid ont tiré à la baisse l'activité touristique des littoraux de la façade Ouest. La Normandie fait tout de même exception grâce notamment à l'impact du 80^e anniversaire du Débarquement, qui a entraîné à l'échelle régionale une hausse de +11% de Chiffre d'Affaires Hébergement au mois de juin, relativement à 2023.

Au global, le bilan de l'année a été également rehaussé par une fin de l'année positive : de très belles vacances de Noël (+11,7% en France dans les hôtels & résidences) qui témoignent de l'attractivité toujours forte de la montagne, notamment dans les Alpes du Nord (+6,4%) et en moyenne montagne (+7,9%) où la neige est arrivée à point nommé. La dynamique la plus notable est celle de Paris où la clientèle internationale est largement revenue pour la réouverture de Notre-Dame (+22% sur la quinzaine de décembre). Un élément forcément porteur d'espérance pour 2025.

Mais même si le bilan national est positif, localement certains professionnels du tourisme clôturent l'année 2024 sur un recul de chiffre d'affaires. C'est en partie un effet de retour à la norme pour les villes-hôtes de la Coupe du Monde de Rugby 2023, notamment Nantes, Toulouse, Bordeaux, Lyon et Saint-Etienne, qui à l'inverse de Lille et Marseille n'étaient pas villes-hôtes des JOP, en baisse cette année mais en progression sur 2 ans.

Mais dans d'autres cas, la baisse d'activité est l'effet de dynamiques structurelles qui doivent interroger : d'un côté, le tourisme haut de gamme et luxe a atteint de nouveaux records, porté par les événements et surtout un pouvoir d'achat des visiteurs long-courrier en Europe qui a atteint des niveaux inégalés. Mais de l'autre, les difficultés ont été réelles pour le tourisme qui s'appuie sur la demande de ménages français et européens, et/ou de clients d'affaires



dont les entreprises pâtissent des incertitudes économiques et politiques, voire de crises prolongées (BTP, équipementiers automobiles...).

Concrètement, cela se traduit dans les départs en vacances des Français, comme l'illustrent les dynamiques de réservations en agences de voyages : les progressions de volume d'affaires (+3,4%) sont portées par un effet prix dans un contexte de volumes stables ou en léger recul (-0,1 point). Mais face au recul de leur pouvoir d'achat, les Français ont procédé à des arbitrages, se détournant du long-courrier (-1,9%), pour se tourner vers des destinations de proximité plus accessibles. Si la France sort son épingle du jeu (+4,4%), ce sont surtout l'Espagne (+9,8%), l'Italie (+25%) ou l'Afrique du Nord (Maroc +22,7% & Tunisie +7%), qui gagnent actuellement des parts de marché auprès des clients français. Ainsi, la place de la France est sérieusement challengée par des destinations internationales concurrentes.

Pour les professionnels de la filière, tout l'enjeu sera de faire fructifier au mieux des Jeux olympiques et paralympiques si réussis. Dominique Marcel, Président de l'Alliance France Tourisme, déclare :

« L'année 2024 est marquée globalement par une bonne résistance de l'activité mais ce bilan est contrasté, tant entre les gammes qu'entre les territoires. Par ailleurs, nos concurrents, notamment ceux de l'Europe du Sud ont plutôt mieux performé que nous. Dans ce contexte nous devons être très vigilants et capitaliser au mieux sur le formidable succès des JO en termes d'image, d'accueil, de sécurité et d'organisation collective. Cela nécessite que tous les acteurs se mobilisent pour que notre compétitivité demeure à haut niveau, ce qui passe notamment par un effort d'investissement important et continu au cours des prochaines années. »

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 : aéroports, transports, hébergements, cafés-restaurants, organisateurs d'événements, shopping, loisirs, etc.



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

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.



Atream



Belambra
clubs & hôtels



EUROPEAN
CAMPING
GROUP



KERING

newrest

