



Bonjour,

A la veille des vacances d'été, le Groupe Logis Hôtels fait le point sur les tendances de réservations. Une saison à deux visages, qui affiche déjà un chiffre d'affaires en hausse de 12% sur la période du 5 juillet au 1er septembre.

Si le mois d'août affiche de bonnes performances, le mois de juillet fait face à un attentisme inhabituel. Le contexte est en effet particulier : élections législatives qui bousculent le calendrier des premiers départs, météo contrastée, et toujours des incertitudes concernant l'impact possible des Jeux Olympiques en matière de transport et de déplacement.

Quelques chiffres à retenir :

- **Des vacances toujours sacralisées mais un calendrier retardé :**
 - une anticipation accrue des réservations à 120 jours, soit en hausse de 17% par rapport à l'année précédente.
 - un budget vacances qui continue d'être préservé : un panier moyen en hausse de +8% (avec une augmentation moyenne des prix de 5%) pour une durée de séjour iso.
 - un taux de réservation sur juillet qui ne progresse pas par rapport à l'année précédente, sauf pour la 1ère semaine du mois qui connaît une évolution de +18%.
- **La montagne en été : une destination de plus en plus privilégiée**
 - Pyrénées : +86%
 - Alpes sud : +34%
 - Grand Est : +22%
- Les destinations à moins de 2h de Paris sont aussi très privilégiées pendant la période des JO par les touristes internationaux et franciliens.
- **Top clientèles : une recrudescence des touristes internationaux grâce à l'effet JO**
 - Belgique : +14%
 - Grande Bretagne : +25%
 - Etats-Unis : +26%
- La destination France continue de séduire les Français : +7%
- **Une clientèle européenne au rendez-vous pour les JO**
 - Hollandais : +60%
 - Allemands : +48%
 - Britanniques : +32%
 - Belges : +11%
 - Français : +11%

“L’été 2024 annonce une belle saison pour le secteur, cependant l’afflux de clientèle attendu cet été pour les Jeux Olympiques n’est pas au rendez-vous. Le taux de réservations ne décolle pas encore au mois de juillet sur l’ensemble de la France. Les voyageurs restent attentistes : ce phénomène est notamment lié à un contexte peu favorable qui a perturbé le calendrier de départ en vacances, mais les départs de dernière minute peuvent encore faire la différence. Toutefois une certaine typologie de clients se démarque : les touristes longs courriers, et notamment les américains qui souhaitent découvrir la France en séjournant dans une hôtellerie de charme et déstandardisée” **déclare Karim Soleilhavoup, Directeur Général du Groupe Logis Hôtels.**