

Tendances de la fréquentation touristique en France
lors de l'arrière-saison
(du 2 septembre au 20 octobre)
et des vacances de Toussaint 2023
(du 21 octobre au 4 novembre)

Dispositif tendances #16
Mardi 14 novembre 2023



OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

Le **Groupe de Travail Études Mutualisées**, issu de la **Commission Observation d'ADN Tourisme**, a conçu **trois dispositifs** pour suivre les tendances de la fréquentation touristique :

- l'un « **complet** », sur des périodes clés (vacances d'été par exemple), réalisé grâce à un questionnaire détaillé soumis aux adhérents CRT, ADT et OT catégorie I d'ADN Tourisme, complété par des données téléphonie mobile fournies par Flux Vision Tourisme / Orange,
- l'autre plus « **léger** » pouvant être activé lors des « petites vacances » ou toute autre période jugée pertinente, réalisé grâce à un questionnaire succinct soumis aux adhérents CRT, ADT et OT catégorie I d'ADN Tourisme, complété par des données téléphonie mobile fournies par Flux Vision Tourisme / Orange,
- Le dernier « **#spécial** », mis en place et testé pour la première fois en 2023 lors de périodes bien spécifiques (week-end de l'Ascension par exemple), qui intègre uniquement des analyses issues de l'exploitation des données téléphonie mobile fournies par Flux Vision Tourisme / Orange.

C'est le dispositif « léger » qui est déployé ici, l'objectif étant de dresser les premières tendances qualitatives de la fréquentation touristique lors de l'arrière-saison et les vacances de Toussaint 2023 en France (du 1^{er} septembre au 5 novembre).

■ **Enquête auprès des adhérents** : enquête en ligne réalisée par ADN Tourisme du 6 au 10 novembre 2023 auprès de 498 destinations adhérentes. **172 d'entre-elles ont répondu, parmi lesquelles 166** disposant effectivement d'informations sur la période (soit un taux de réponses exploitables de 33%) répartis comme suit : 10 CRT (taux de réponse de 71%), 34 ADT (taux de réponse de 40%), 122 OT Catégorie I (taux de réponse de 31%).

■ **Analyse et exploitation des données Flux Vision Tourisme / Orange Business** : solution développée par Orange Business, coconstruite avec ADN Tourisme permettant de convertir des millions d'informations du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques. Les données sont rendues anonymes de manière stricte et irréversible conformément au RGPD et aux exigences de la CNIL.

NB : Flux Vision observe la présence de tous les téléphones mobiles captés sur le territoire. Toutes les nuitées sont ainsi prises en compte indépendamment du mode d'hébergement (marchand, résidences secondaires, chez famille amis) et du motif de venue (loisirs, déplacement professionnel...).

- **Données nationales Français** : analyse de l'ensemble des nuitées réalisées en France par des touristes Français qui ne sont pas originaires du département du lieu de réalisation de la nuitée, à l'échelle de la destination France.
- **Données nationales Étrangers** : analyse de l'ensemble des nuitées réalisées en France par des touristes européens et internationaux, à l'échelle de la destination France.

À RETENIR

UNE BONNE ARRIÈRE SAISON TOURISTIQUE QUI LAISSE AUGURER UN BILAN POSITIF POUR L'ANNÉE 2023

L'année 2023, depuis le 1^{er} janvier, est marquée par un étalement de la fréquentation avec de bons résultats dès les vacances d'hiver, puis d'avril à mi-octobre, à la faveur :

- d'un **calendrier favorable au printemps** (de nombreuses possibilités de séjours et week-ends prolongés),
- d'une **saison estivale qui s'est étalée jusqu'aux tous derniers jours du mois d'août** (après un démarrage poussif en juillet),
- et d'une **météo clémente** (notamment en septembre). Pour ce dernier mois, l'impact de la coupe du monde de rugby est conséquent pour la fréquentation européenne et internationale.

Dans ce contexte, et à l'issue des vacances de la Toussaint, la fréquentation française cumulée maintient le niveau enregistré en 2022 à la même date (après les résultats records enregistrés en 2022), et la clientèle européenne et internationale est en progression de +11%. Ainsi, et sauf événement majeur, l'année touristique 2023 devrait s'achever sur un bilan positif.

L'arrière-saison et les vacances de Toussaint 2023 s'inscrivent dans cette bonne dynamique : 54% des destinations ont en effet constaté une **progression de fréquentation** (du 1^{er} septembre au 4 novembre), proportion qui atteint 67% pour le seul mois de **septembre**. Ce satisfecit global est conforté par les résultats du dispositif Flux Vision Tourisme :

- la **fréquentation française est stable** au regard des résultats de la même période en 2022 et s'élève à plus de 180 millions de nuitées touristiques (en septembre, la progression est de +4%).
- la **fréquentation européenne et internationale progresse** (+10%), boostée notamment par la coupe du monde de rugby.

Les **vacances de Toussaint en elles-mêmes** marquent néanmoins le pas et sont plutôt mitigées puisque **42% des destinations constatent un retrait de leur fréquentation** (quand 30% progressent et 28% sont stables), période qui a été fortement impactée par des **conditions météo particulièrement défavorables en certains secteurs**.

Par espaces, du 2 septembre au 4 novembre, **les destinations rurales et urbaines sont les plus nombreuses à progresser** (avec respectivement 63% et 60% des répondants pour lesquels la fréquentation est haussière), devant les **destinations littorales** (52%) ; cela a été plus difficile pour les secteurs de **montagne** qui sont près de 40% à avoir connu une **fréquentation moindre** (il convient toutefois de préciser que les stations sont bien souvent fermées à cette période de l'année).

À RETENIR

TENDANCES observées par les destinations

- Une **clientèle française loisirs** composée de **couples** (avec enfants en bas-âge parfois) et de **retraités**.
- Des **week-ends bien fréquentés** en septembre et début octobre, grâce au prolongement d'une **météo estivale** qui a incité les **familles de proximité** à se déplacer.
- La clientèle avide de **sports nature en extérieur** a nettement profité des agréables conditions météorologiques.
- De **bons résultats** pour ce qui est de **l'activité affaires**.
- Une **clientèle qualitative et exigeante**, qui souhaite des conseils très précis sur les activités, sites, lieux de visite et restauration... Bon succès des journées Européennes du patrimoine.
- **Fréquentations** (et ambiances) très positives lors de la **coupe du monde de rugby**.
- La **clientèle européenne et long-courriers continue sa progression**, favorisée notamment par la WRC 2023.
- **Pas ou très peu de réservations de dernière minute ni même d'excursions lors des vacances de Toussaint** du fait des mauvaises conditions météo.
- La **baisse du panier moyen** reste une préoccupation. **La clientèle est très attentive à son budget** : au niveau de la **restauration** (privilegiée sur place ou en pique-nique) ou des **activités** (recherche d'activités gratuites).

▪ **POUR RAPPEL : retour sur l'arrière-saison et les vacances de Toussaint 2022 :**

À l'issue de cette période, 62% des destinations annonçaient une progression de leur fréquentation au regard de l'arrière-saison 2021.

- le mois de septembre et les vacances de Toussaint 2022 connaissent, selon les destinations, une fréquentation soutenue.

- La fréquentation française, bien qu'en retrait comparativement à 2021, restait supérieure à 2019 (alors année de référence),

- La clientèle européenne de proximité était quant à elle en nette progression au regard des arrière-saisons 2020 et 2021 pour atteindre des niveaux de fréquentation supérieurs à l'avant crise en certains secteurs.

- Le 1^{er} novembre était un mardi.



FOCUS DEPUIS DÉBUT 2023



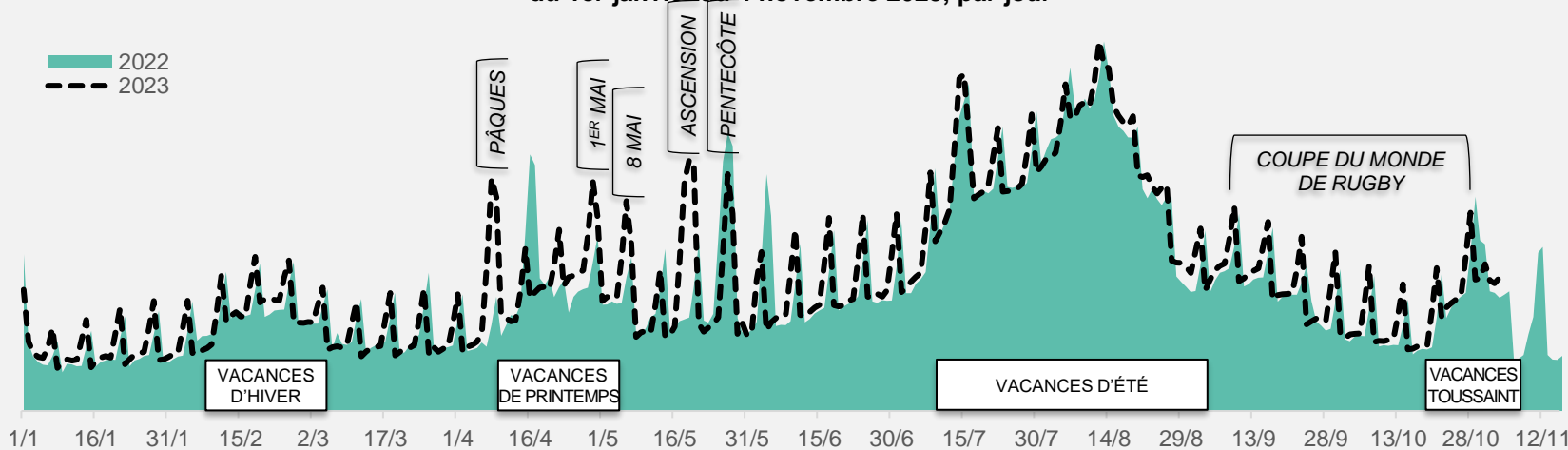
FRÉQUENTATION FRANÇAISE

Depuis le 1^{er} janvier 2023 :

> La **fréquentation française** (nuitées réalisées en France par les résidents français) est **en stabilité en 2023** au regard des résultats de 2022 (qui atteignaient des niveaux record), en cumul à la fin des vacances de Toussaint.

> Par saisons, la **fréquentation française** a été **relativement stable lors des vacances d'hiver** (malgré un enneigement contrasté), **en nette progression au printemps** (porté par plusieurs possibilités de réalisation de week-ends prolongés et fériés), **mitigée lors de l'avant saison, satisfaisante en plein cœur de saison** (malgré un démarrage poussif, compensé par un bon mois d'août et notamment sa dernière semaine) ainsi qu'en **septembre**.

Nuitées Touristiques françaises en France du 1er janvier au 4 novembre 2023, par jour



FOCUS DEPUIS DÉBUT 2023



FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET INTERNATIONALE

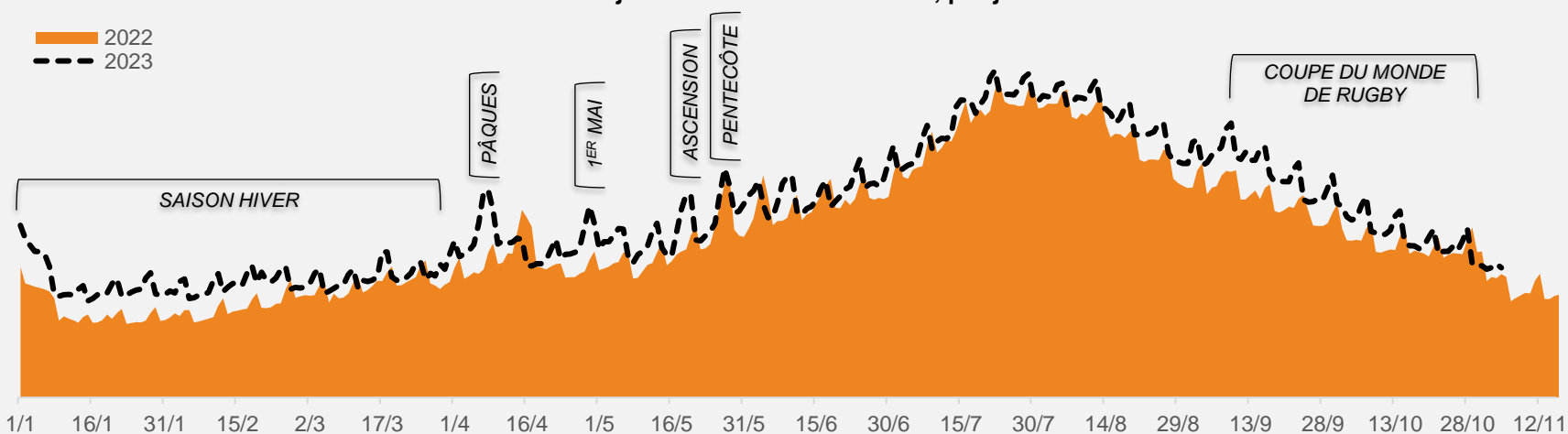
Depuis le 1^{er} janvier 2023 :

> La **fréquentation européenne et internationale** (nuitées réalisées en France par les résidents européens et internationaux) est **en progression de +11% en 2023** au regard des résultats de 2022, en cumul à la fin des vacances de Toussaint..

> La fréquentation est **dépendante des dates de vacances scolaires et jours fériés** propres à chaque pays.

> Par saisons, la **fréquentation européenne et internationale est en nette progression en début d'année et au printemps** (avec des pics lors des week-end fériés, notamment Pâques et Pentecôte), **en progression relative lors de la saison estivale** (qui reste la période la plus fréquentée de l'année et où la fréquentation est à son maximum du 23/07 au 11/08) et **supérieure à celle de 2022 en toute fin d'été et lors de l'arrière-saison**, portée par la coupe du monde de rugby.

Nuitées Touristiques européennes et internationales en France du 1er janvier au 4 novembre 2023, par jour



FOCUS DEPUIS DÉBUT 2023



FOCUS **ARRIÈRE SAISON 2023**

(du 2 septembre au 20 octobre)

TENDANCES GLOBALES PAR ESPACE

FOCUS ARRIÈRE SAISON 2023

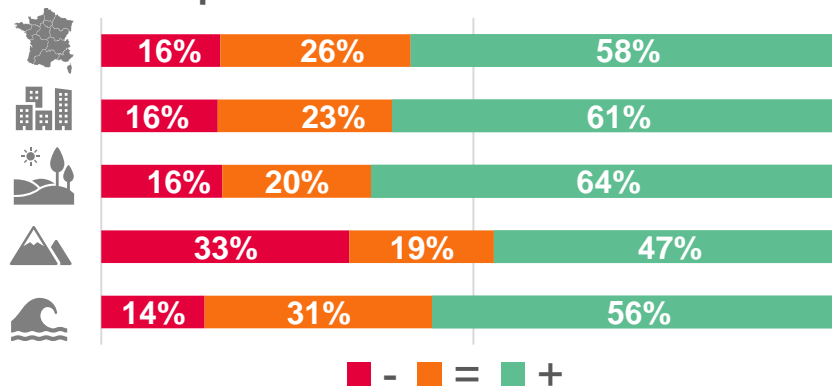
L'arrière saison 2023 a été bonne pour tous les types d'espace puisque près de 3 destinations sur 5 affichent une progression de leur fréquentation du 2 septembre au 20 octobre, veille des vacances de Toussaint.

Par espaces, ce sont 64% des répondants en zone rurale pour lesquels la fréquentation est en hausse, 61% pour ceux en espaces urbains et 56% pour les espaces littoraux. La situation est plus mitigée en montagne, où seules 47% des destinations sont en progression (et 33% en retrait).

Mention particulière pour le mois de septembre, pour lequel 67% des destinations constatent une progression de leur fréquentation, à la faveur d'une météo exceptionnelle et de l'événementiel (venue du pape à Marseille, coupe du monde de rugby par exemple).

Concernant octobre hors vacances de Toussaint, seules 50% des destinations répondantes annoncent une progression de leur fréquentation touristique au regard de 2022.

Fréquentation arrière saison vs 2022*

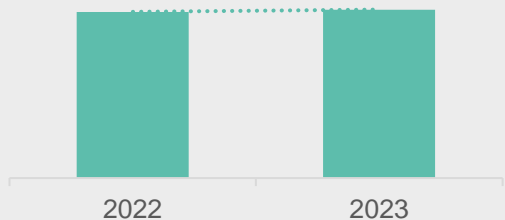


*Clé de lecture : 61% des répondants des destinations « urbaines » estiment que la fréquentation de l'arrière saison 2023 est supérieure à celle l'arrière saison 2022.

FRÉQUENTATION FRANÇAISE [1/2]

FOCUS ARRIÈRE SAISON 2023

ARRIÈRE-SAISON 2023
du 2 septembre au 20 octobre
Fréquentation française en France



Du 2 septembre au 20 octobre :

> La **fréquentation française** (nuitées réalisées en France par les résidents Français) est **en stabilité** au regard des résultats de l'arrière saison 2022, et s'élève à 134 millions de nuitées.

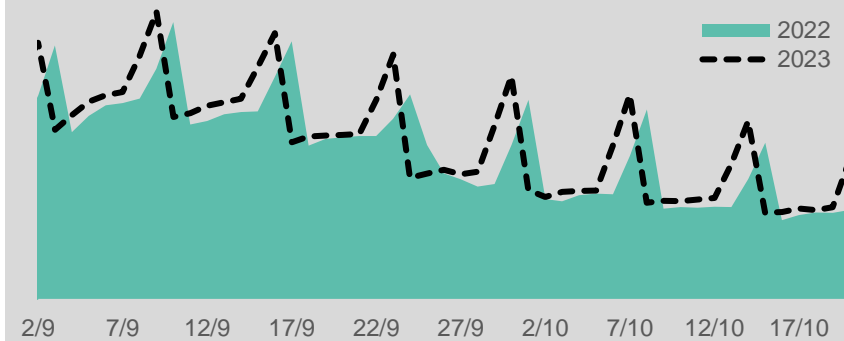
L'arrière saison 2023 a été portée par une bonne fréquentation lors du mois de septembre (les nuitées progressent de +4% du 2 au 30), alors que la période du 1^{er} au 20 octobre est plus mitigée, tant en termes de volumes que d'évolutions.

◆ **Samedi 9 septembre a été la journée la plus fréquentée**, avec près de 5 millions de nuitées (1^{er} match de la coupe du monde de rugby). A titre de comparaison, il y a eu autant de nuitées le mercredi 12 juillet 2023, en pleine saison touristique estivale.

◆ **La fréquentation a été assez soutenue en septembre**, notamment lors de la première quinzaine (lors des week-ends mais également en semaine), favorisée par d'excellentes conditions météorologiques.

◆ **La fréquentation est plutôt stable ensuite, ce jusqu'aux vacances de Toussaint**, avec des volumes qui se réduisent au fur et à mesure de l'avancée dans le temps.

Nuitées Touristiques françaises en France
du 2 septembre au 20 octobre 2023, par jour



FRÉQUENTATION FRANÇAISE [2/2]

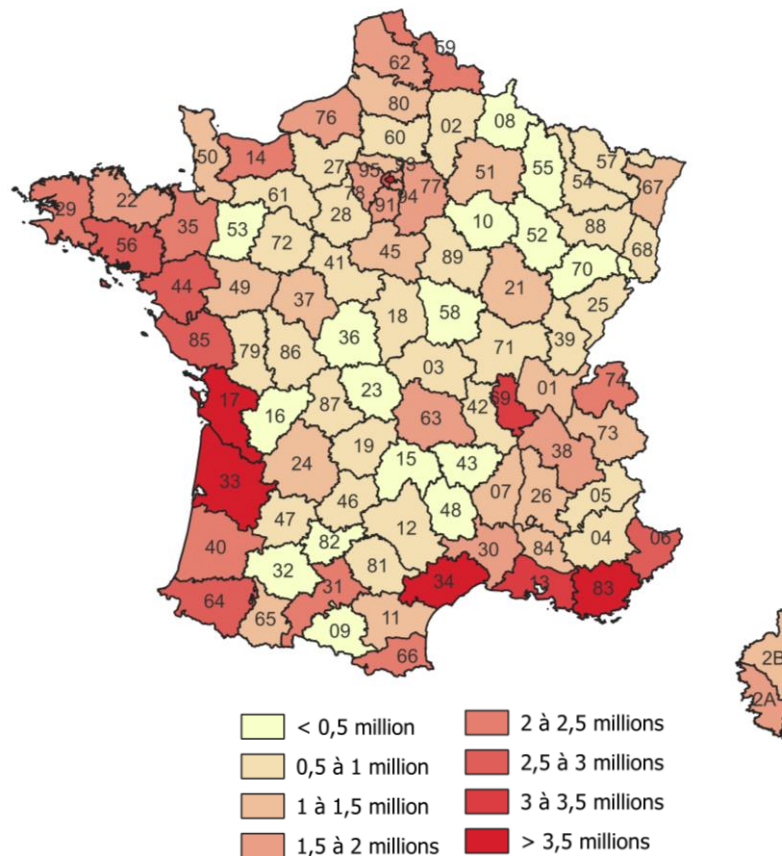
◆ Du **2 septembre au 20 octobre 2023**, concernant les nuitées réalisées par les **Français en France** et en **volumes** :

- **6 destinations** concentrent à elles-seules **20% des nuitées de la période** : Paris, puis 5 destinations avec littoral (3 en méditerranée et 2 sur la côte Atlantique) et grande agglomération pour certaines,
- **la moitié des nuitées est concentrée sur 22 destinations**, qui disposent pour majorité d'entre-elles d'un littoral et/ou d'une grande agglomération.

◆ Du **2 septembre au 20 octobre 2023**, concernant les nuitées réalisées par les **Français en France** par rapport à 2022 :

- **49 destinations** départementales (*majoritairement rurales*) connaissent une **croissance** du volume de nuitées françaises, (*croissance = évolution > +3%*)
- Les nuitées françaises sont en **stabilité** pour **36 destinations**, (*stabilité = évolution comprise entre +3 et -3%*)
- **11** sont en **retrait** (*et parmi elles plusieurs destinations de la grande couronne parisienne*). (*retrait = évolution < -3%*)

Les destinations touristiques des résidents Français lors de l'arrière saison 2023 (du 02/09 au 20/10) (en nuitées)



FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET INTERNATIONALE

FOCUS ARRIÈRE SAISON 2023

ARRIÈRE-SAISON 2023
du 2 septembre au 20 octobre
Fréquentation européenne
et internationale en France



Du 2 septembre au 20 octobre :

> La **fréquentation européenne et internationale** (nuitées réalisées en France par les résidents européens et internationaux) est **en progression (+11%)** au regard des résultats de l'arrière saison 2022.

> **10 pays** représentent à eux-seuls **60%** du nombre total de nuitées européennes et internationales sur la période ; parmi eux, **7** sont européens, **1** américain, **1** africain et **1** asiatique.*

> **Top 5 ***: **Allemagne** (15% de parts de marché), **Royaume-Uni** (8%), **Etats-Unis** (8%), **Pays-Bas** (6%) et **Espagne** (6%). **Les nuitées sont en progression vs 2022 pour ces 5 pays.**

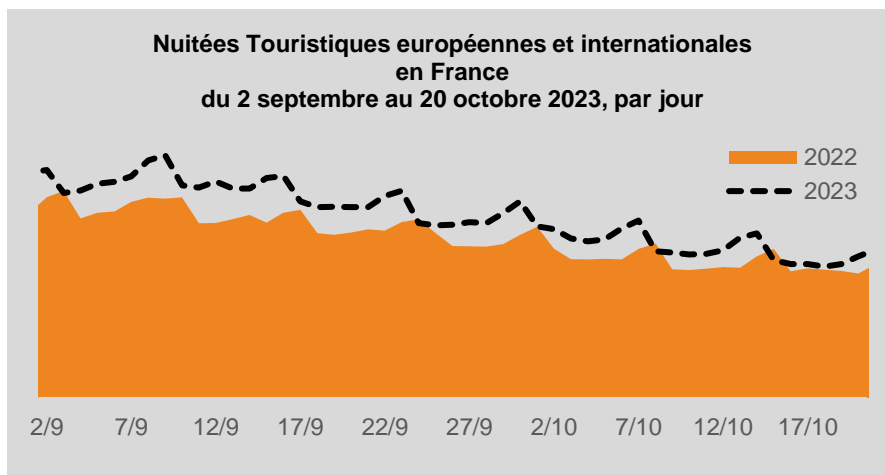
* : Hors pays d'Europe de l'Est

◆ **Les journées les plus fréquentées** ont été le samedi 9 et le dimanche 10 septembre.

◆ **La fréquentation a été assez soutenue sur l'ensemble de la période**, favorisée par d'excellentes conditions météorologiques mais également par la coupe du monde de rugby.

◆ **Les volumes de nuitées sont en progression sur toute la période** au regard des résultats 2022.

Nuitées Touristiques européennes et internationales
en France
du 2 septembre au 20 octobre 2023, par jour





FOCUS VACANCES DE TOUSSAINT 2023

(du 21 octobre au 4 novembre)

DISPOSITIF TENDANCES #16

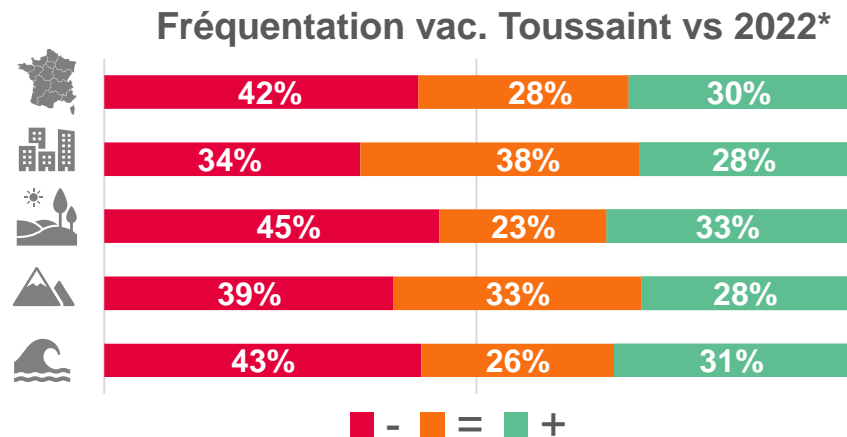
Arrière-saison et Toussaint 2023

TENDANCES GLOBALES PAR ESPACE

Les **vacances de Toussaint 2023** (du 21 octobre au 4 novembre) ne suivent pas la bonne dynamique de l'arrière saison puisque la **fréquentation est en retrait pour 42% des destinations répondantes, en progression pour 30% et en stabilité pour 28%**.

Cette période a été impactée par des **conditions météo particulièrement défavorables en certains secteurs**, ce qui a **influencé à la baisse la fréquentation**.

Le retrait des fréquentations se retrouve **par espaces**, pour 45% des destinations rurales, 43% des répondants littoraux et 39% des destinations montagne. Les espaces urbains oscillent quant à eux entre stabilité (pour 38% des répondants) et retrait (34%).

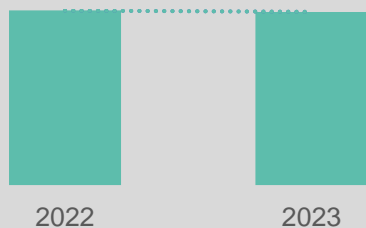


*Clé de lecture : 43% des répondants des destinations « littorales » estiment que la fréquentation de l'arrière saison 2023 est inférieure à celle l'arrière saison 2022.

FRÉQUENTATION FRANÇAISE [1/2]

FOCUS VACANCES DE TOUSSAINT 2023

VACANCES TOUSSAINT 2023
du 21 octobre au 4 novembre
Fréquentation française en France



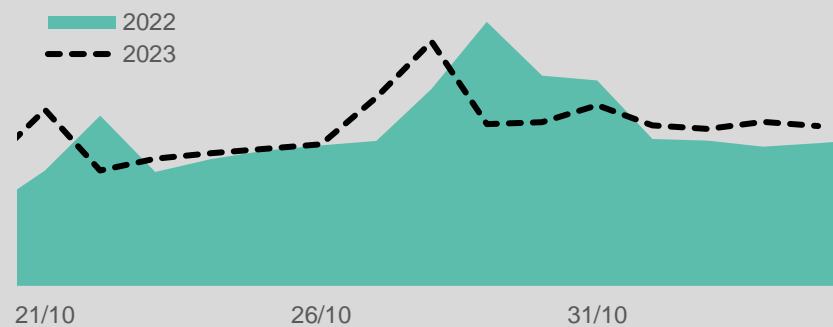
Du 21 octobre au 4 novembre :

> La fréquentation française (nuitées réalisées en France par les résidents Français) est en stabilité au regard des résultats des vacances de Toussaint 2022, et atteint 47 millions de nuitées.

◆ **Samedi 28 octobre a été la journée la plus fréquentée**, avec près de 5 millions de nuitées. Il s'agissait du week-end au milieu de la période de vacances scolaires, mais également du jour de la finale de la coupe du monde de rugby.

◆ **La fréquentation française est équivalente à 2022 la première semaine des vacances, et supérieure en toute fin de 2^{ème} semaine** (après le 1^{er} novembre) ; cette progression compense le retrait de nuitées observé le 30/10/2023 au regard de 2022, jour qui permettait de réaliser facilement un week-end prolongé puisque le 1^{er} novembre était un mardi l'année dernière.

Nuitées Touristiques françaises en France
TOUSSAINT 2023 (du 21 octobre au 4 novembre), par jour



FRÉQUENTATION FRANÇAISE [2/2]

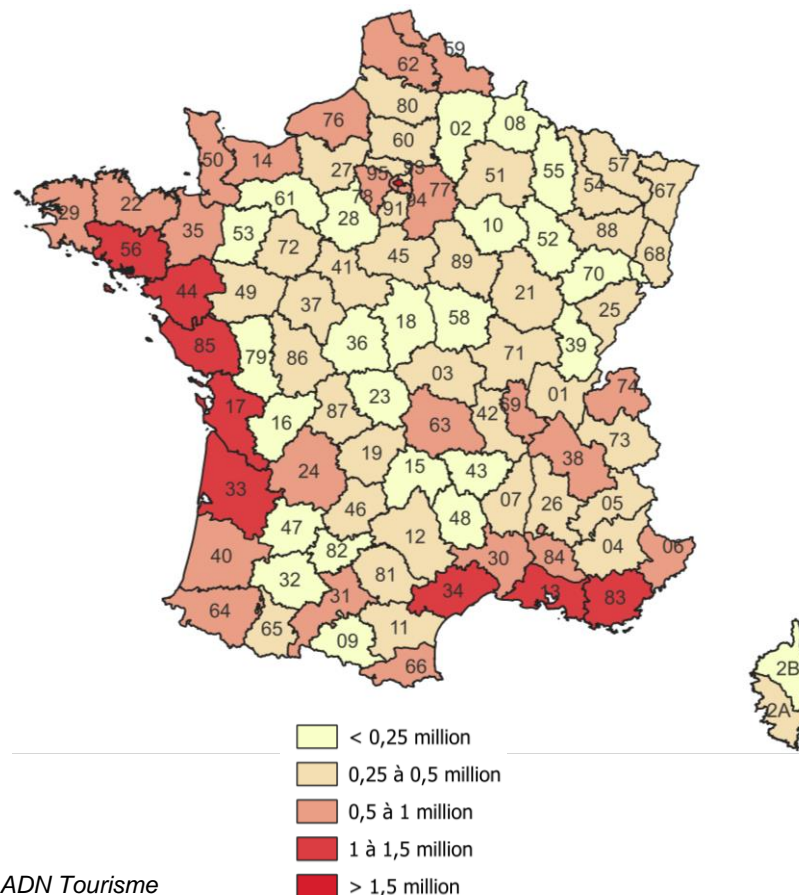
◆ Durant les **vacances de Toussaint 2023** (du 21/10 au 04/11), concernant les **nuitées réalisées par les Français en France et en volumes** :

- **8 destinations concentrent à elles-seules 20% des nuitées de la période** : Paris, puis 7 destinations avec littoral (3 en méditerranée et 4 sur la côte Atlantique),
- **la moitié des nuitées est concentrée sur 24 destinations**, qui disposent pour majorité d'entre-elles d'un littoral et/ou d'une grande agglomération, une se situant en montagne.

◆ Durant les **vacances de Toussaint 2023**, concernant les **nuitées réalisées par les Français en France et en termes d'évolutions comparativement aux mêmes dates en 2022** :

- **30 destinations départementales** (*destinations rurales du sud-ouest et de Bourgogne*) connaissent une **croissance** du volume de nuitées françaises, (*croissance = évolution > +3%*)
- Les nuitées françaises sont en **stabilité** pour **40 destinations**, (*stabilité = évolution comprise entre +3 et -3%*)
- **26** sont en **retrait** (*situées pour l'essentiel au nord du pays et sur les littoraux Atlantique et Manche*). (*retrait = évolution < -3%*)

Les destinations touristiques des résidents Français lors des vacances de Toussaint 2023 (du 21/10 au 04/11) (en nuitées)



FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET INTERNATIONALE

FOCUS ARRIÈRE SAISON 2023

VACANCES TOUSSAINT 2023
du 21 octobre au 4 novembre
Fréquentation européenne
et internationale en France



Du 21 octobre au 4 novembre :

> La **fréquentation européenne et internationale** (nuitées réalisées en France par les résidents européens et internationaux) est **en stabilité** au regard des résultats des vacances de Toussaint 2022. À noter que ces pays ne sont pas forcément en congés scolaires sur cette période.

> 11 pays représentent à eux-seuls 60% du nombre total de nuitées européennes et internationales sur la période ; parmi eux, 7 sont européens, 2 américains et 1 africain.*

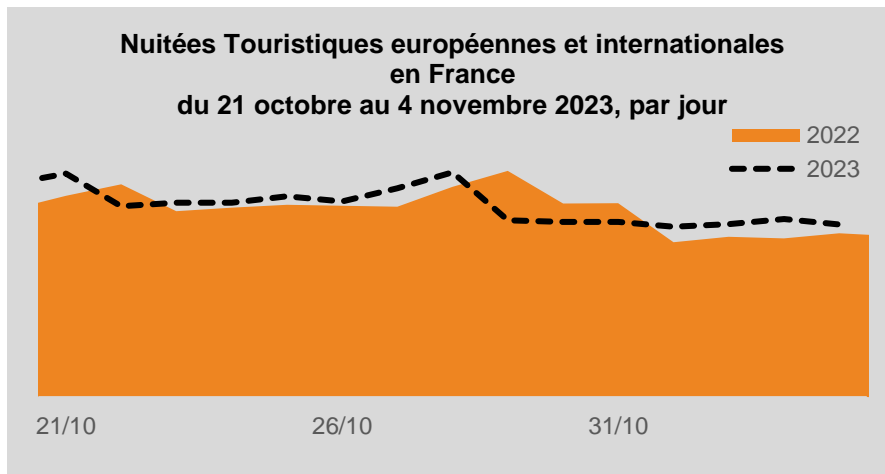
➤ **Top 5 ***: Allemagne (11% de parts de marché), Royaume-Uni (8%), Etats-Unis (7%), Belgique (7%) et Espagne (5%). Les nuitées progressent vs 2022 pour les seuls Etats-Unis.

* : Hors pays d'Europe de l'Est

◆ Comme pour la clientèle française, c'est le **samedi 28 octobre qui a été la journée la plus fréquentée**. Pour mémoire, il s'agissait du jour de la finale de la coupe du monde de rugby.

◆ A l'exception des journées suivant le 1^{er} novembre 2023, la fréquentation est supérieure à celle enregistrée en 2022.

Nuitées Touristiques européennes et internationales
en France
du 21 octobre au 4 novembre 2023, par jour





ZOOM COUPE DU MONDE DE RUGBY (8/09>28/10)



RUGBY
WORLD CUP™
FRANCE 2023

CHIFFRES-CLÉS

ZOOM COUPE DU MONDE DE RUGBY

**51 jours
de compétition**

du 8 septembre
au 28 octobre

**33 joueurs
par équipe**

soit un total de 660
rugbymen sélectionnés

**220 millions de
téléspectateurs
cumulés
en France**

avec un pic à 18,4 millions
pour le ¼ de finale entre la
France et l'Afrique du Sud.

**20 équipes
participantes**

France, Afrique du Sud,
Angleterre, Argentine,
Australie, Chili, Ecosse,
Fidji, Géorgie, Irlande,
Italie, Japon, Namibie,
Nouvelle-Zélande, Pays
de Galles, Portugal,
Roumanie, Samoa,
Tonga, Uruguay.

**48 matchs
répartis dans
10 villes
françaises**

10 rencontres à Saint-
Denis (Stade de France),
6 à Marseille, 5 à
Bordeaux, Toulouse,
Lyon et Lille, 4 à Nantes,
Nice et Saint-Étienne.

**Plus de 350 M€
de recettes
de billetterie**

un record dans l'histoire de la
Coupe du Monde de Rugby

**2,4 millions
de spectateurs
sur l'ensemble
des stades**

une affluence record

80% des trajets des équipes ont été réalisés en train

et près de 2 millions de passagers ont été transportés par la SNCF selon le ministre des Transports

Retombées économiques

*Selon une étude du cabinet de conseil et d'audit Deloitte, réalisée pour la Fédération française de rugby, l'impact économique total de la coupe du monde de rugby 2023 pourrait s'élever à **2,4 milliards d'euros**, dont **916 millions d'euros d'impact visiteurs**.*

L'étude repose sur une hypothèse de fréquentation étrangère de 450 000 personnes basée sur le total de visiteurs étrangers lors de la précédente coupe du monde de rugby organisée en France, celle de 2007, soit 350 000 personnes.

À titre de comparaison, cette dernière avait généré 540 millions d'euros de retombées économiques.

FRÉQUENTATION DES PAYS PARTICIPANTS

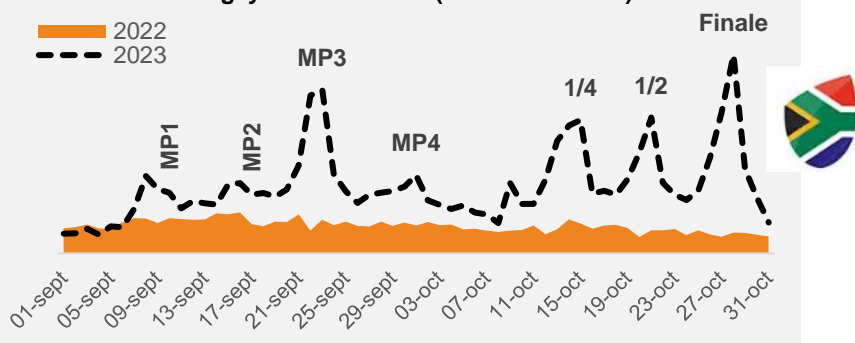
L'analyse des données de fréquentation nationales issues de la téléphonie mobile (Flux Vision Tourisme Orange / ADN Tourisme) apporte les enseignements suivants durant la coupe du monde de rugby 2023 (du 08/09 au 28/10) :

> La fréquentation européenne et internationale (nuitées réalisées en France par les résidents européens et internationaux) est en progression de +12% pendant la période de la coupe du monde de rugby comparativement aux résultats de la même période en 2022; cette progression n'est pas uniquement liée à la coupe du monde.

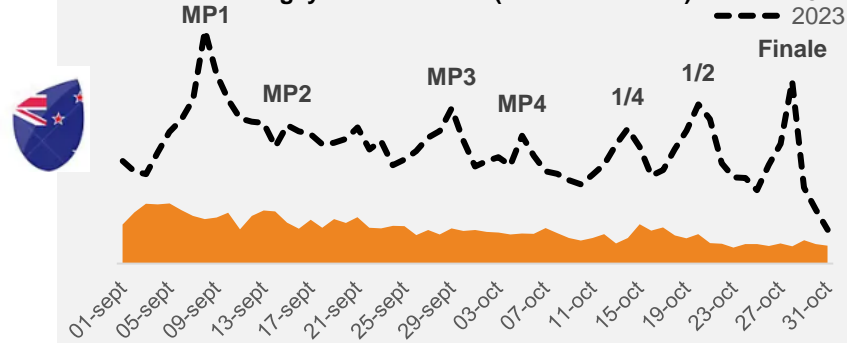
> A l'exception de la Roumanie (en baisse) et de l'Italie (en stabilité), **l'ensemble des pays participant à la coupe du monde de rugby 2023 en France enregistrent une progression de leur volume de nuitées au regard de la même période en 2022**, notamment de la part des nationalités lointaines. En effet, pour ne citer qu'eux, la fréquentation australienne a été multipliée par 2,4, celle de l'Argentine par 1,7, celle de l'Uruguay par 6 ou encore celle des Fidji par 24 (ces fortes progressions sont à replacer dans un contexte de « faibles » volumes enregistrés en 2022).

> Concernant les **pays finalistes**, la fréquentation des **Sud-africains a été multipliée par 2,7** et celle des **Néo-zélandais x 3,7**. les présences des habitants de ces 2 pays ont été importantes chaque jour de match, tant lors des phases de poule (MP) que lors des phases finales. Il apparait cependant que leurs présences ont été moindres entre chaque match.

Nuitées Touristiques des habitants d'AFRIQUE DU SUD durant la coupe du monde de rugby 2023 en France (du 08/09 au 28/10)



Nuitées Touristiques des habitants de NOUVELLE-ZÉLANDE durant la coupe du monde de rugby 2023 en France (du 08/09 au 28/10)



ZOOM COUPE DU MONDE DE RUGBY



TENDANCES GLOBALES

Un premier bilan de la fréquentation lors de l'évènement coupe du monde de rugby 2023, qui s'est déroulé en France du 8 septembre au 28 octobre, montre **une bonne fréquentation dans les villes ayant accueilli les matchs** mais également **dans leur proche environnement. Les secteurs sur lesquels logeaient les équipes** ont également bénéficié de la bonne dynamique. Si la fréquentation a été soutenue les jours de matchs, elle a pu paraître **décevante entre les matchs. 1/3 des destinations répondantes ont constaté une progression des clientèles européennes et internationales entre septembre et octobre 2023, en lien direct avec l'évènement.**

*« Les jours de match : 57% des opérateurs touristiques de Métropole enregistrent une hausse de leur fréquentation (61% à Bordeaux). Entre les matchs : 39% des répondants dépassent leur fréquentation habituelle (49% à Bordeaux). 17% des prestataires constatent un accroissement de leur activité grâce à la Coupe du Monde en octobre (26% à Bordeaux). Si les hôtels, les résidences de tourisme et les cafés tirent les plus grands bénéfices de cet événement, les restaurants et les sites de visites mesurent également un réel impact sur leur activité. L'impact dépasse la seule métropole : 17% des professionnels du Bassin d'Arcachon estiment que leur activité a été boostée par la Coupe du Monde de Rugby avant son commencement et entre les matchs » **Nouvelle-Aquitaine Tourisme***

*« En tant que ville hôte, on observe une hausse notable de la fréquentation sur notre destination, avec notamment des destinations lointaines liées aux équipes disputant des matchs à Saint Etienne, et une présence sur tous les matchs d'un public anglais assez nombreux » **OT Saint-Etienne (42/Loire)***

*« Beaucoup plus de Nord-américains (canada + usa) et anglosaxons. Les Nord-américains séjournaient à Nîmes (position centrale vis à vis de Marseille et Toulouse) et venaient à la journée au Grau du Roi » **OT Le Grau-du-Roi (30/Gard)***

*« Nous avons constaté une hausse sensible de la fréquentation touristique lors de l'organisation de matchs de rugby à Marseille. Cette clientèle provenait notamment d'Angleterre, d'Argentine, d'Afrique du Sud, du Pays de Galles et d'Ecosse. Les hébergements (en particulier les hôtels et les résidences de tourisme) ainsi que les restaurants, les bars et les commerces ont bénéficié de la venue de cette clientèle au pouvoir d'achat élevé » **OT La-Ciotat (13/Bouches-du-Rhône)***

*« La WRC a eu un impact positif sur l'affluence des clientèles étrangères, de façon marquée dans la métropole de Toulouse où cinq matchs ont été joués. (source flux vision : +16% sur la période vs 11% pour la région). Concernant le locatif en plateforme on observe une progression marquée des nuits disponibles et réservées en septembre sur Toulouse métropole ; elle est deux fois plus forte que celle observée à l'échelle de la région. (Source Airdna : nuits réservées +47 % vs 23% pour la région) » **CRTL Occitanie***



FOCUS PAR ESPACES

FOCUS PAR ESPACES [1/4]



63% des **destinations urbaines** constatent une progression de leur fréquentation du 2 septembre au 4 novembre. Il s'agit du secteur où le plus de destinations sont en progression au regard des autres espaces. Ce taux monte à 72% s'agissant du mois de septembre, 50% en octobre hors Toussaint et la période de vacances est généralement stable (pour 38% des répondants) ou en baisse (34% des destinations). Entre tourisme d'affaires et rugby, les destinations urbaines françaises ont connu une très belle période.

Ils nous en parlent...

« Une fréquentation soutenue tout au long de l'arrière-saison, avec une fréquentation dans les sites culturels et les visites industrielles en légère augmentation versus 2022. La clientèle senior en petits groupes affinitaires se développe. Un accroissement des clientèles étrangères est constaté » **OT Saint-Nazaire Agglomération (44/Loire-Atlantique)**

« L'arrière-saison 2023 a été soutenue par la Coupe du Monde de Rugby et par une météo très clémente. Rappelons également que l'automne 2022 avait été marqué par la grève des raffineries et autres manifestations qui n'incitaient pas le public à voyager » **OT Nîmes (30/Gard)**

« Moins de touristes pendant les vacances de la Toussaint, la faute au mauvais temps » **OT Lisieux Normandie (14/Calvados)**

« Septembre et octobre sont pour nous des mois aussi importants que juin juillet et août. C'est une période où "la saison se joue" en + ou en -. Cette année très bonne période en hausse mais points de vigilance : Effet Coupe du Monde de Rugby important (clientèle étrangère qui passe de +/- 30% habituellement à + de 50% cette année), légère baisse des clientèles Françaises et Domestique compensée par cette clientèle étrangère. Vigilance pour 2024 ! Panier moyen qui semble majoritairement en hausse de +/- 5% mais Tarifs en hausse de + de 10% / 2022 donc : baisse de la consommation.» **OT Vienne-Condrieu (38/Isère)**

« Excellent mois de septembre avec une météo exceptionnelle et une ambiance positive avec la coupe du monde. Cela n'a malheureusement pas perduré en octobre et pendant les vacances de Toussaint : contexte international tendu, défaite équipe de France, météo capricieuse avec des épisodes pluvieux...de la morosité qui fait ressortir les problèmes d'inflation et de perte de pouvoir d'achat... » **Haute-Garonne Tourisme (31/Haute-Garonne)**

FOCUS PAR ESPACES [2/4]



Une petite majorité (52%) des **destinations littorales** annonce une fréquentation en progression sur l'ensemble de la période avec, dans le détail des fréquentations majoritairement en progression en septembre et octobre hors vacances (pour respectivement 56% et 55% des destinations répondantes), et un bilan bien plus mitigé pour les vacances de Toussaint (43% des destinations « en baisse »). Côté Atlantique et Manche, les destinations ont été impactées négativement par une météo maussade et tempétueuse fin octobre/début novembre.

Ils nous en parlent...

« Un changement des habitudes se dessine. Pour le département de l'Aude, la saison n'est plus que sur deux mois, cela s'étale davantage. Une durée moyenne de séjour en baisse, des réservations de dernière minute plus nombreuses, dessinent de nouvelles pratiques. Comme les aspirations pour les périodes plus calmes et pour une météo plus douce » **ADT Aude (11/Aude)**

« Les conditions météo difficiles lors de la 2ème semaine des vacances de la Toussaint (tempête Cairanne) a impactée à la baisse la fréquentation touristique du territoire » **Côtes-d'Armor Destination (22)**

« Baisse de la fréquentation pendant les vacances de la Toussaint notamment expliquée par une météo défavorable » **OT Cœur du Bassin d'Arcachon (33/Gironde)**

« Très belle météo, très belle fréquentation touristique. Bonne clientèle, haut pouvoir d'achat. » **OT Cassis (13/Bouches-du-Rhône)**

« Plus de clientèle étrangère de manière générale : Pays Bas, Espagne, Italie mais aussi d'Amérique du Sud. La consommation et les activités sont très dépendantes de la météo avec des écarts de météo entre début octobre (on prolonge l'été) et fin octobre (on est rentré dans l'hiver avec tempête). Beaucoup de monde tout au long sud mois d'octobre. Une envie de pratiquer des activités avec un budget serré » **OT Bonifacio (2A/Corse-du-Sud)**

« Les conditions météo défavorables ont impacté la fréquentation durant les vacances de la Toussaint (pas de réservations de dernière minute, parfois, annulation de séjours) » **Landes Attractivité (40/Landes)**

« Mieux que prévu en septembre. Plus mitigé à partir de la seconde moitié d'octobre » **(OT Honfleur (14/Calvados)**

FOCUS PAR ESPACES [3/4]



L'**espace rural** a, comme l'espace urbain, connu de bons résultats sur la période puisque pas moins de 60% des destinations a constaté une progression de sa fréquentation. Septembre a bien fonctionné (progression de la fréquentation pour 75% des répondants) ainsi que, dans une moindre mesure, octobre hors Toussaint. Les vacances de Toussaint sont par contre plutôt en retrait, ce pour 45% des destinations.

Ils nous en parlent...

« Tous les indicateurs sont à la hausse par rapport à 2022 cet automne en Ardèche, fréquentation globale, hébergements locaux, voies douces, sites de visite » **Ardèche Tourisme (07/Ardèche)**

« Le mois d'octobre nous laissait présumer d'une belle arrière saison et d'une fréquentation satisfaisante aux vacances de Toussaint mais la météo (tempête, vent, pluie) a sans doute freiné les intentions de départ puisque les chiffres de fréquentation de nos bureaux pendant cette période sont en baisse. On constate pourtant une belle progression de la clientèle étrangère sur cette arrière saison avec surtout une augmentation des visiteurs en provenance des USA / Australie / Canada et autres clientèles longs courriers notamment sur la période de début octobre » **OT Saumur Val-de-Loire (49/Maine-et-Loire)**

« Un beau mois de septembre qui s'est prolongé début octobre principalement en raison d'une météo favorable. Par contre, les vacances de Toussaint ont été fortement pénalisées par une météo épouvantable et peut-être également au climat ambiant » **OT Vallée de la Dordogne (46/Lot)**

« L'arrière saison hors vacances de la toussaint 2023 est quasi identique à 2022. Les vacances de la Toussaint 2023 enregistre cependant une baisse de 13% pour la clientèle française et une baisse de 15 % pour la clientèle étrangère » **Doubs Tourisme (25/Doubs)**

« La douceur climatique a prolongé la saison » **OT Destination Amnéville Moselle (57/Moselle)**

« + de séjours décidés spontanément au dernier moment, en fonction de la météo (notamment pour les camping-caristes). Période des vacances de la Toussaint plus calme, sans doute à cause de la météo maussade » **OT Rives du Morvan (58/Nièvre)**

FOCUS PAR ESPACES [4/4]



La zone **montagne** est celle où la période a été la plus mitigée puisque, au global, 39% des répondants constatent un retrait de leur fréquentation et 33% une progression. Si septembre semble avoir bien fonctionné (hausse de fréquentation pour 61% des répondants), c'est véritablement le mois d'octobre hors vacances et lors des vacances de Toussaint que la fréquentation a été le plus souvent moindre au regard de 2022.

Ils nous en parlent...

« Les mois de septembre et d'octobre jusqu'aux vacances de Toussaint ont été en positif par rapport à 2022. Les vacances sont en négatifs et certainement en raison des conditions météorologiques très mauvaises » **ADDET Hautes-Alpes (/Hautes-Alpes)**

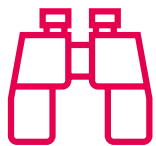
« Quantitativement, le bilan est inférieur car raccourcissement des durées de séjours mais qualitativement, la saison est bonne, les établissements ouverts parfois pour la première fois sont très contents de leurs échanges avec la clientèle et les propriétaires venus pour l'occasion, ils souhaitent renouveler l'expérience l'an prochain. Durée de séjours (2022 vs 2023) de 5.6 à 4.65 jours , CSP +, cherche à se ressourcer en montagne et activités intimistes (slow , ecotourisme) » **OT Valmeinier (73/Savoie)**

« Une météo maussade n'a pas favorisé la venue de notre clientèle de proximité » **OT Villard-de-Lans (38/Isère)**

« Météo très favorable à l'activité touristique en septembre. Les clientèles semblent moins contraintes en termes de dépenses comparé à juillet août. Météo moins favorable en octobre mais la fréquentation pendant les vacances de La Toussaint est tout de même très correcte » **OT Pyrénées Ariégeoises (09/Ariège)**

« Station fermée, mais plus de touristes pendant l'arrière saison car septembre et octobre ensoleillés et températures agréables pour profiter de la montagne » **OT Méribel (73/Savoie)**

« Depuis quelques années, le poids de l'activité touristique du mois de septembre progresse. Cette tendance se confirme avec un mois de septembre qui continue de se révéler et une activité touristique qui se consolide. La météo a été également favorable aux déplacements touristiques. [...] Ce mois d'octobre s'inscrit dans la continuité du mois de septembre. En effet, le poids de l'arrière-saison se confirme un peu plus avec une activité satisfaisante pour ce mois. Les vacances scolaires à cheval sur le mois d'octobre et de novembre, ainsi que le dernier weekend du mois, permettant avec le jour férié du 1er novembre un weekend prolongé, ont dynamisé l'activité [...] » **ADT Ariège Pyrénées (09/Ariège)**

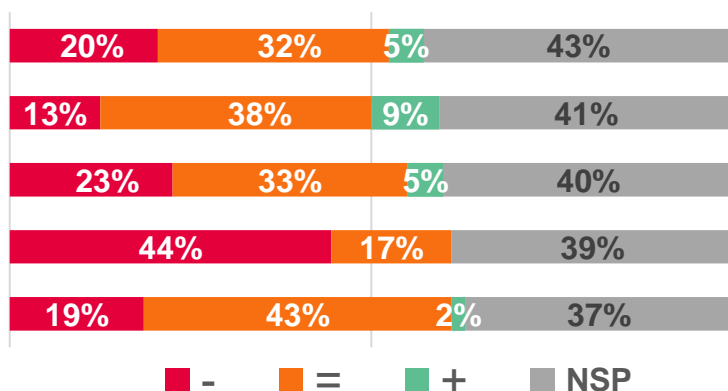


TENDANCES À VENIR

TENDANCES À VENIR

PEU DE VISIBILITÉ POUR LA FIN DE L'ANNÉE... SAUF POUR LA MONTAGNE À NOËL

Tendances novembre 2023*

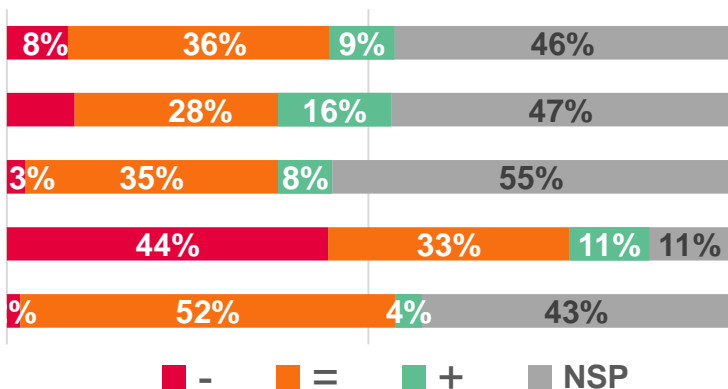


La majorité des répondants n'a que peu de visibilité quant au déroulé du mois de novembre, de décembre et des vacances de Noël 2023/24.

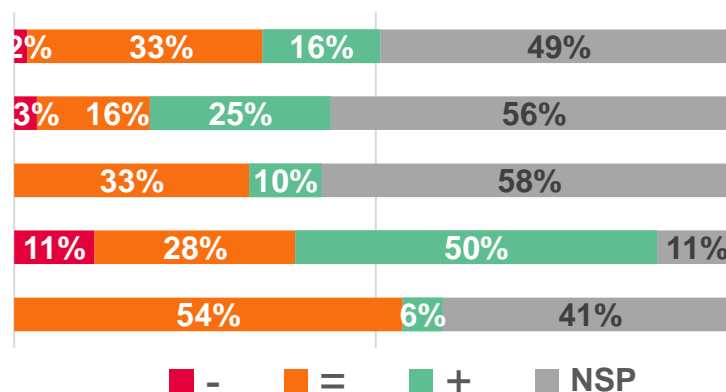
Il ressort néanmoins une certaine **prudence** de la part des destinations, qui se prononcent plutôt pour une **stabilité de fréquentation** en novembre et en décembre, à nuancer pour les zones de montagne qui s'attendent plutôt une fréquentation moindre.

Pour les **vacances de Noël**, la moitié des destinations qui se prononcent s'orientent vers une **fréquentation stable**, sauf en montagne où l'état actuel des réservations permet d'espérer une **progression de fréquentation** pour la moitié des répondants, tendance qui devrait augmenter vu les récentes chutes de neige.

Tendances décembre 2023*



Tendances vacances de Noël 2023/24*





Dispositif Tendances #16

ADN Tourisme

**remercie l'ensemble des répondants
pour leur précieuse contribution**

Traitements et analyses : Rodolphe BRENIER - ADN TOURISME
Novembre 2023