

Tendances de la fréquentation touristique de la saison estivale 2022 en France

Mardi 30 août 2022



Les premières tendances de la fréquentation touristique estivale 2022, qui alimentent ce document de synthèse, sont issues de 2 dispositifs :

- Dispositif Tendances #9

Enquête ADN Tourisme auprès de ses adhérents CRT, CDT et OT Catégorie I

Dispositif d'observation à partir de la téléphonie mobile Flux Vision Tourisme Orange / ADN Tourisme

- Les vacances des Français lors de l'été 2022

Dispositif Intentions de départ 2022 (vague 3)

Étude Opinion Way pour Atout France, ADN Tourisme et les 13 CRT métropolitains

Dispositif Tendances #9

Les tendances
de la fréquentation touristique
estivale 2022
en France



La **Commission Observation d'ADN Tourisme** a conçu deux dispositifs pour suivre les tendances de la fréquentation touristique : l'un « complet » sur des périodes clés (vacances d'été) mobilisant notamment une enquête sur les intentions de départ des Français, l'autre plus léger pouvant être activé lors des « petites vacances » ou toute autre période jugée pertinente. C'est ce premier dispositif qui est déployé ici. **L'objectif est de dresser les premières tendances qualitatives de la fréquentation touristique estivale en France.**

Enquête auprès des adhérents : enquête en ligne réalisée par ADN Tourisme du 22 au 26 août 2022 auprès de 462 de ses adhérents. **174 répondants dont 168** disposant effectivement d'information sur la période (soit un taux de réponses exploitables de 36%) répartis comme suit : 12 CRT (taux de réponse de 86%), 30 ADT (taux de réponse de 38%), 126 OT Catégorie I (taux de réponse de 34%).

Échantillon nuitées françaises et européennes Flux Vision Tourisme : 12 zones représentatives des différentes typologies de destination françaises (montagne, ville, campagne et littoral), **qui permet d'avoir des premières tendances conjoncturelles globales et par type d'espace mais n'a pas vocation à dresser un bilan structurel des fréquentations.**

Les nuitées européennes analysées sont les données cumulées des 9 principaux marchés émetteurs de clientèles à l'échelle de la destination France : Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Royaume-Uni, Russie et Suisse.

Flux Vision Tourisme, solution développée par Orange et coconstruite avec le réseau ADN Tourisme, permet de convertir des millions d'informations du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques, développée en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données.

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

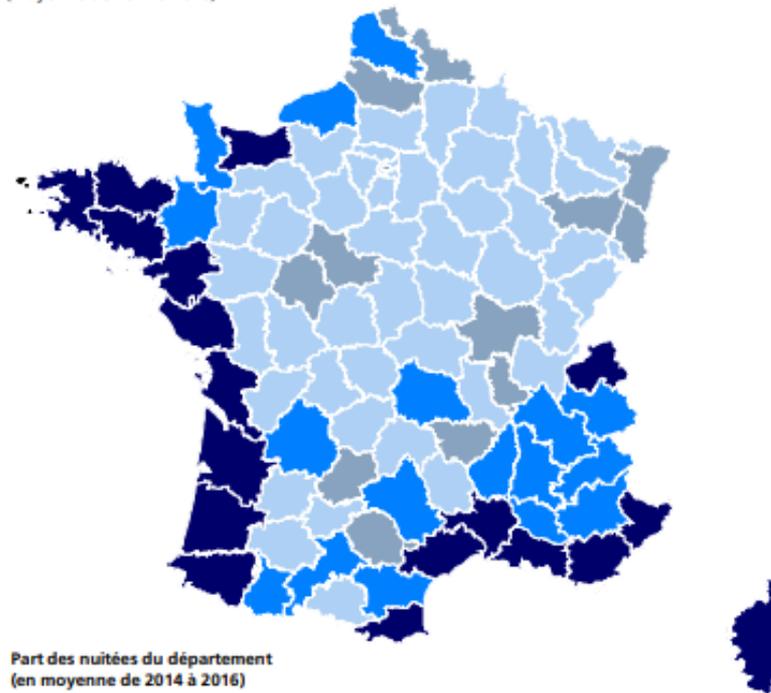


Contexte des saisons estivales, de 2019 à 2021 :

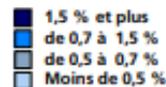
- En 2019 : dernière année de «référence» :
 - 14 juillet un dimanche,
 - 15 août un jeudi
- En 2020 :
 - 14 juillet un mardi
 - 15 août un samedi
 - > *De nombreuses fermetures de frontière n'ont pas permis aux touristes étrangers de venir en France et réciproquement aux touristes français de se rendre à l'étranger.*
 - > *En plein cœur de l'été, port du masque obligatoire dans certains lieux.*
- En 2021 :
 - 14 juillet un mercredi
 - 15 août un dimanche
 - > *Réouverture de certaines frontières sous couvert du pass sanitaire.*

- **Les mois de juillet et août (avant crise sanitaire) représentent près de 39% du volume des nuitées touristiques des Français réalisées pour motif personnel sur une année.** Lors de cette période, les nuitées se concentrent sur les espaces littoraux (*Suivi de la Demande Touristique des français, DGE - année 2016*)

Les destinations touristiques des résidents français en été*
(moyenne de 2014 à 2016)



Part des nuitées du département
(en moyenne de 2014 à 2016)



* l'été regroupe les mois de juin, juillet, août et septembre.

Source : Atlas du Tourisme en France – DGE 2017

2022 : UNE TRÈS BONNE SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE DANS UN CONTEXTE INÉDIT ET DE BONNES PERSPECTIVES POUR L'ARRIÈRE-SAISON

Dans la continuité des observations du printemps 2022, **l'envie de vacances a été forte** pour les clientèles nationales, européennes et long-courriers. En effet, près de 3 destinations sur 5 estiment que la fréquentation des mois de juillet et août 2022 est supérieure à celle de la saison estivale 2021 et qu'elle atteint voire même dépasse, pour certains, les résultats de 2019, dernière année de référence avant crise sanitaire.

Le retour des clientèles européennes mais également de certaines nationalités long-courriers est nettement remarqué alors que la clientèle française, dans la lignée des résultats 2020 et 2021, a continué à fréquenter la France de manière soutenue.

Quelques ombres au tableau néanmoins : **l'inflation, la baisse du pouvoir d'achat, le coût du carburant ont limité les dépenses tourisme et loisirs**. Par ailleurs, un certain nombre de professionnels du tourisme ont souffert de **difficultés de recrutement de personnel saisonnier**, non sans conséquences sur les fonctionnements de leurs structures.

L'échantillon de zones analysé à partir de la téléphonie mobile (Flux Vision Tourisme – Orange – ADN Tourisme) sur la période du 1^{er} juillet au 21 août confirme ces tendances :

- la **fréquentation française** de la saison estivale 2022, bien qu'en retrait au regard des saisons 2020 et 2021, reste soutenue comparativement à 2019, dernière année de référence.
- La **fréquentation européenne** est quant à elle, et logiquement au regard de l'absence de restrictions de voyages, en nette progression par rapport aux saisons estivales « de crise » 2020 et 2021, et dépasse même le niveau de 2019.



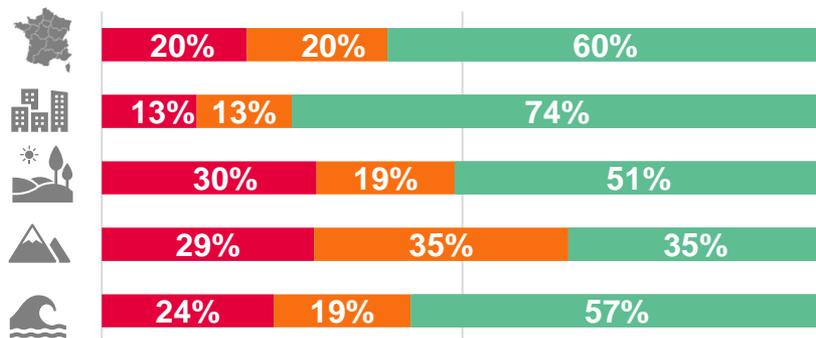
FOCUS

PAR ESPACES

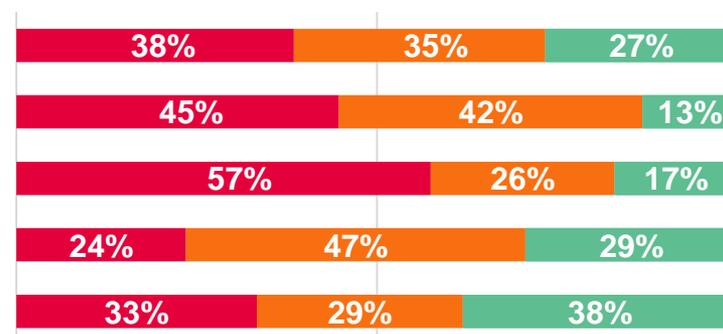




Fréquentation par rapport à 2021*



Par rapport à une année « classique »

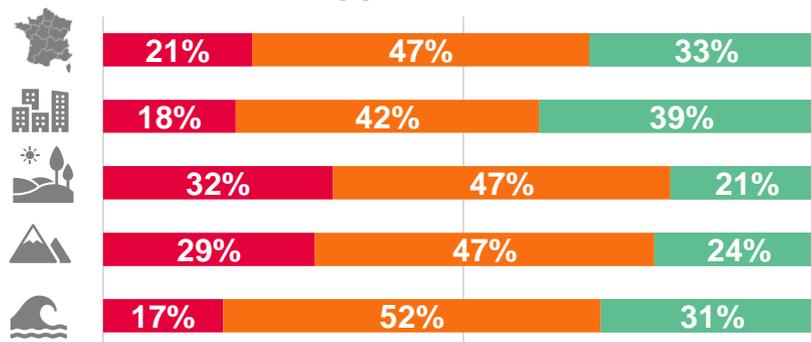


■ - ■ = ■ +

■ - ■ = ■ +

*Clé de lecture : 57% des répondants des destinations « littoral » estiment que la fréquentation de la saison estivale 2022 est supérieure à celle de la saison estivale 2021.

Par rapport à vos attentes



■ Moins bien que prévu ■ Comme prévu ■ Mieux que prévu



FOCUS PAR ESPACES

La période analysée se concentre sur l'été 2022 (du 1^{er} juillet au 25 août).



En **espace rural**, la période estivale 2022 s'est déroulée « **comme prévu** » pour près de la moitié des destinations qui a enregistré (comme lors des saisons estivales 2020 et 2021) une **fréquentation soutenue** mais qui reste néanmoins majoritairement « **en retrait** » (57%) **au regard d'une saison « classique »**, et ce malgré le retour en nombre des clientèles européennes et de certaines nationalités lointaines.



57% des **destinations littorales** ont connu une **fréquentation soutenue et supérieure** à celle de l'été 2021, **qui affichait déjà de bons résultats**, pour **une saison estivale 2022 qui s'est majoritairement déroulée « comme prévu »** pour la majorité des destinations malgré le retour ici aussi des clientèles européennes.



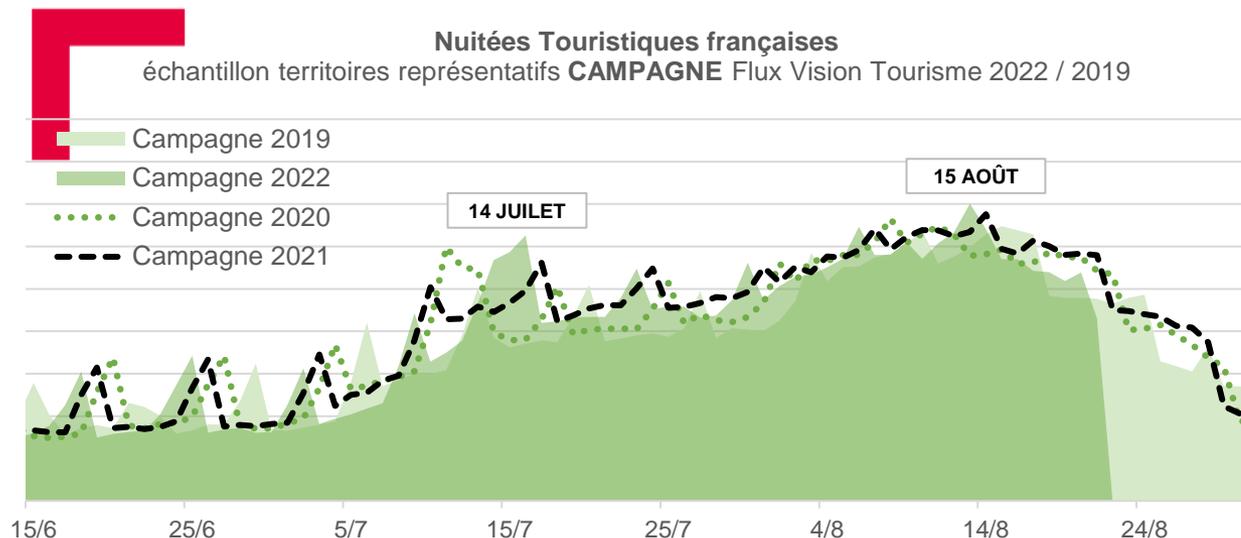
Boostées par le retour presque inattendu des clientèles européennes, voire même de certaines nationalités long-courriers les **destinations urbaines** annoncent majoritairement (74%) une **fréquentation globale supérieure à celle de l'été 2021**, qui reste néanmoins en retrait à celle d'un été « classique ».



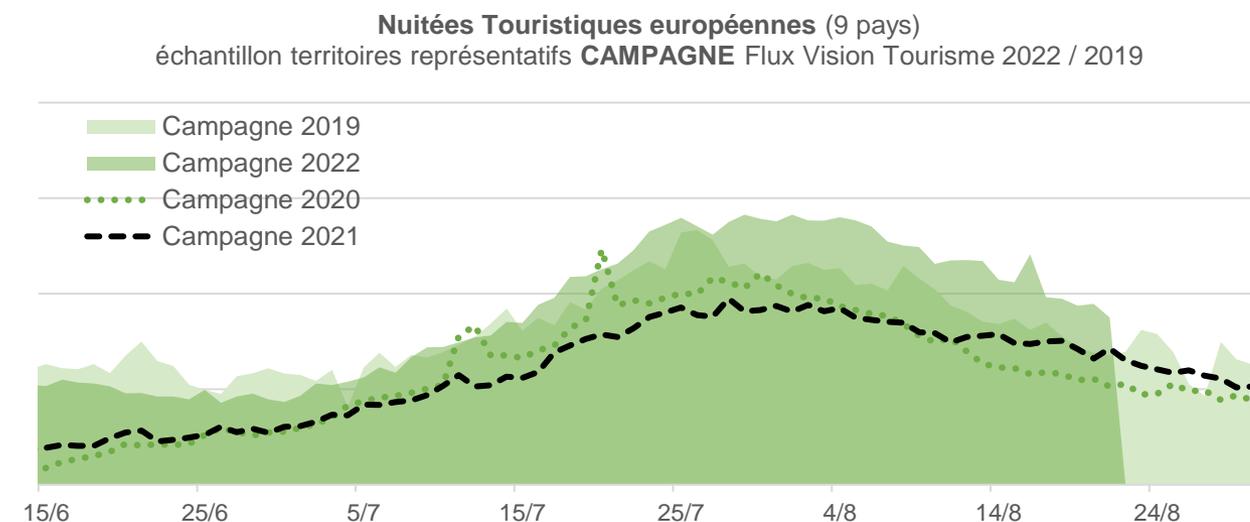
En **zones de montagne**, les destinations sont **partagées entre stabilité et hausse de fréquentation** au regard de la saison estivale 2021 (37% des répondants pour chaque item), avec **des niveaux de fréquentation d'avant crise non encore retrouvés**.

TENDANCES

- De très bons résultats lors du week-end du 14 juillet.
- Présence soutenue de la clientèle française.
- Retour remarqué des clientèles européennes (notamment Anglais, Belges, Suisses ou Allemands), mais également de certaines clientèles long-courriers (nord américaines).
- De nombreuses difficultés de recrutement du personnel saisonnier, avec pour conséquence une offre de services « dégradée » pour certains prestataires (jours de fermeture en plein cœur de la saison, réduction de certaines prestations comme les animations...).
- Une clientèle sensible à la hausse des prix, notamment celle des carburants.



La **fréquentation française** en espace rural reste relativement soutenue lors de la saison estivale 2022, et se rapproche des niveaux atteints lors de l'été 2019. Le pic de fréquentation a été atteint le 15 août.



Les **clientèles européennes de proximité** sont de retour en espace rural, avec des niveaux de fréquentation en forte progression au regard de 2021 et qui dépassent même le niveau de 2019 en plein cœur de la saison estivale.

En **espace rural**, tout comme des saisons estivales 2020 et 2021, la fréquentation a été soutenue grâce notamment au retour remarqué des clientèles européennes de proximité et aux bons résultats de la clientèle française, notamment de proximité.

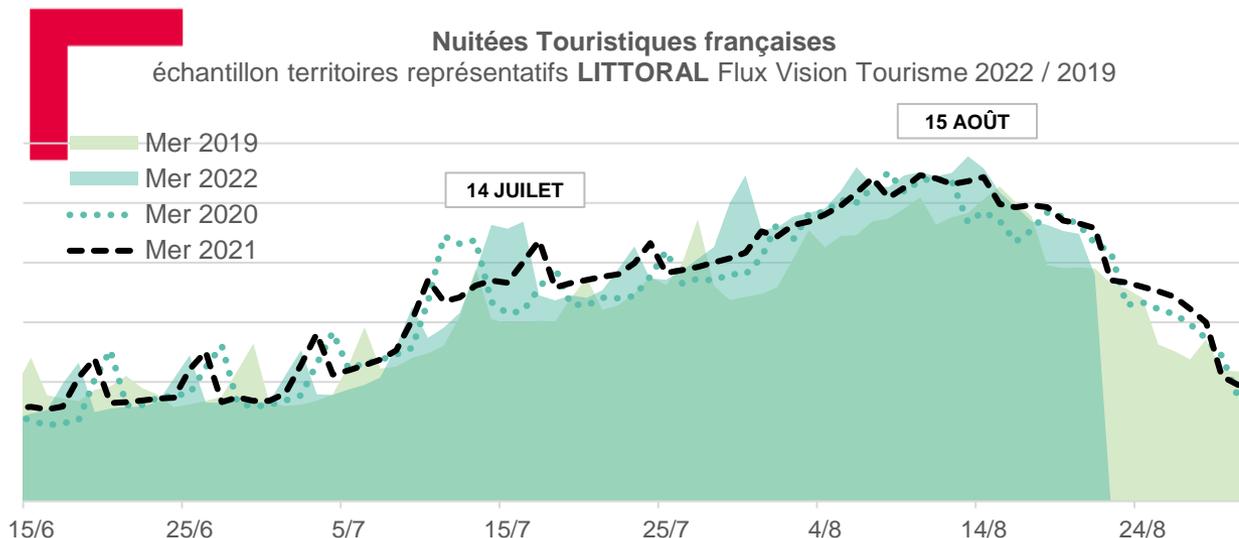
« Les conditions climatiques ont impacté l'été 2022 : Perte de fréquentation en juillet nette sur les loueurs de canoës, hausse significative dans les grottes (température de 14°), impacts sur certaines activités de plein air ou du patrimoine... L'activité diurne après la mi-journée a tourné au ralenti jusqu'au soir, impactant les commerces, services et restaurant sur la mi-journée. Certains professionnels ont ainsi adapté leurs horaires... » **OT Gorges de l'Ardèche (07)**

« La météo a favorisé les réservations mais a aussi été un frein pour certaines activités (visites guidées par exemple) » **OTI La Baule Presqu'île de Guérande (44)**

« Changement de comportement due à l'inflation, les gens consomment moins et font très attention à leur budget » **Tarn-et-Garonne Tourisme (82)**

« La clientèle reste majoritairement composée de territoires proches, on peut noter une prise de décision plus spontanée (des personnes réservant la semaine avant de se déplacer pour le weekend même) et une multiplication de courts séjours de type long weekend » **OT Pays de Bitche (57)**

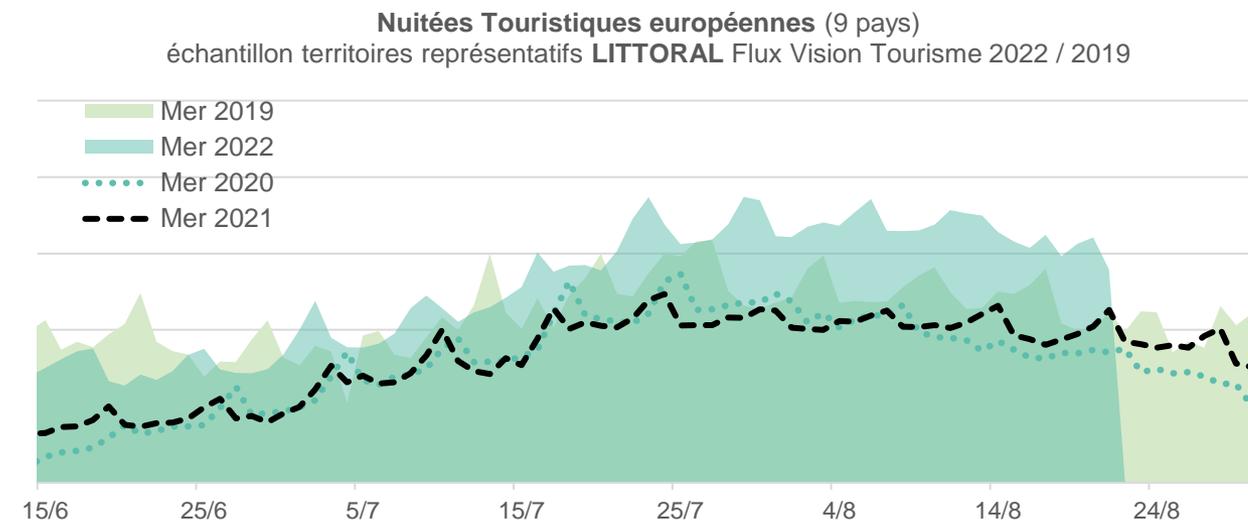
« Malgré la hausse de fréquentation, les professionnels sont mécontents de leur activité sur la saison (tous secteurs confondus). Ils ne ressentent pas la hausse dans leur chiffre d'affaires entre l'augmentation des charges et des touristes qui font très attention à leur budget. La canicule, la baisse de pouvoir d'achat, le conflit en Ukraine et le spectre de la pandémie toujours présent cela fait beaucoup de freins à la consommation touristique » **Tarn Tourisme (81)**



La **clientèle française**

atteint voire même dépasse en certains secteurs les fréquentations de la saison 2019 sur le littoral français.

Le week-end du 14 juillet a enregistré une fréquentation soutenue ainsi que le dernier week-end de juillet.



La **clientèle européenne de proximité**

est, depuis le printemps 2022, en nette progression et dépasse les valeurs enregistrées avant crise notamment depuis mi-juillet.



Dans la lignée des résultats du printemps, la saison estivale s'est bien déroulée pour les stations littorales françaises, la majorité d'entre-elles (57%) déclarant que la période s'est déroulée « mieux que prévu ». La fréquentation européenne renoue avec la croissance pour la quasi-totalité des destinations littorales.

« Le manque de consommation reste le fait majeur de cet été. Le manque de personnel chez les restaurateurs, prestataires d'activités... a impliqué une baisse quantitative des offres touristiques et généré des jours de fermeture là ou avant ils tournaient en 7/7 » **OT La-Londe-les-Maures (83)**

« Fréquentation record et historique (les Grands Lacs s'en sortent mieux que le littoral landais en baisse). Août devrait confirmer ce record. Le panier moyen et consommation semblent par ailleurs en forte baisse pour cette saison. Plusieurs explications : 1-la canicule 2-le pouvoir d'achat 3-les incendies (Juillet). Élément important à prendre à compte : le nombre de meublés de tourisme a explosé cette année (+30% / 2021) = concurrence très importante pour l'hôtellerie classique » **OT Bisca Grands Lacs (40)**

« On note une augmentation des ventes dans la boutique de 15% par rapport à 2019, les clients sont en demande d'activités nautiques et familiales » **OT Berck-sur-Mer (62)**

« On se dirige vers une très bonne saison. L'été 2022 devrait même être meilleur en termes de fréquentation touristique que l'été 2019, qui était notre année record. Les touristes sont là mais ils ont semblé moins consommateurs. On sent un effet de la baisse de pouvoir d'achat, les gens sont plus prudents. Notre destination a profité de la météo (beau temps, belles chaleurs, mais températures supportables par rapport à d'autres régions) » **OT Granville Terre et Mer (50)**

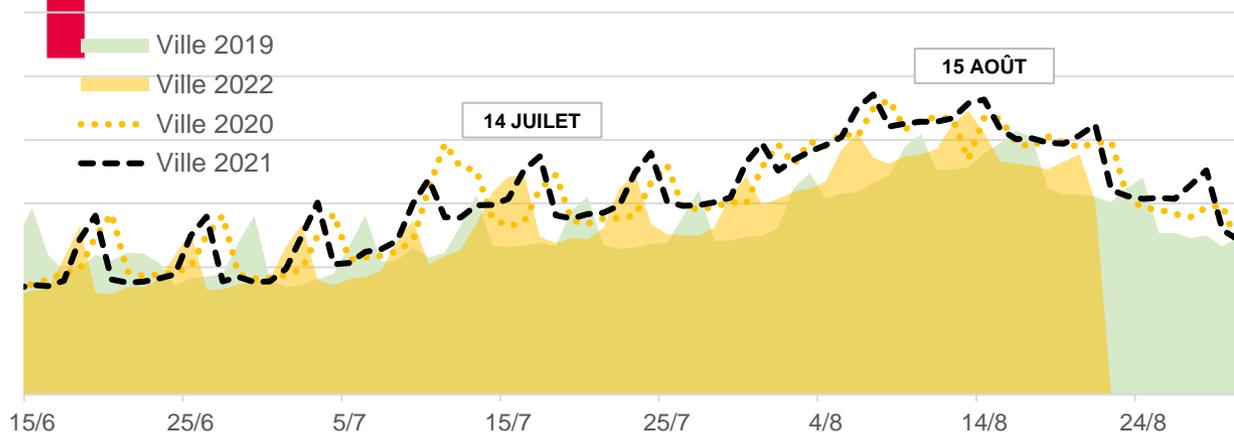
« Séjours plus courts, faible pouvoir d'achat (recherche permanente d'activités et visites gratuites) » **OT Banyuls-sur-Mer (66)**

« Un retour salvateur des vacanciers étrangers qui compensent l'absence des français venus en 2021 par défaut (covid/vacances à l'étranger). Une clientèle française plus attentive à ses dépenses. Une très belle saison estivale ! » **OT Perros-Guirec (22)**



Nuitées Touristiques françaises

échantillon territoires représentatifs **VILLE** Flux Vision Tourisme 2022 / 2019



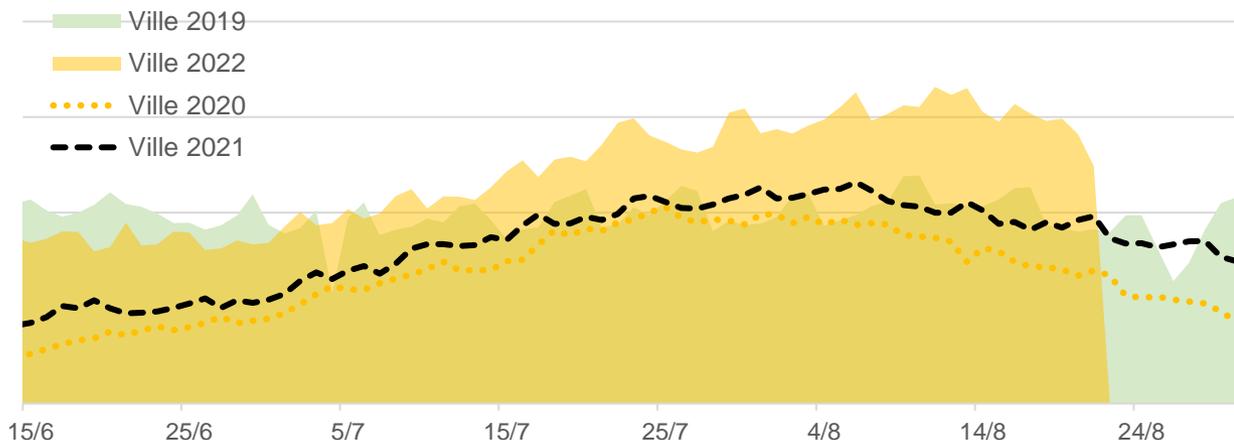
La fréquentation

française, assez variable selon l'espace urbain considéré, est légèrement en-deçà des résultats 2021 et 2022.

Pour autant, le niveau d'avant crise pourrait être atteint voire dépassé pour certains.

Nuitées Touristiques européennes (9 pays)

échantillon territoires représentatifs **VILLE** Flux Vision Tourisme 2022 / 2019



La fréquentation européenne de proximité

a, depuis la fin du mois de juin 2022, dépassé son niveau de fréquentation de référence (2019).



La reprise d'activité se poursuit dans les **espaces urbains**, à la grande surprise des destinations qui sont **39% à déclarer que la fréquentation s'est déroulée « mieux que prévu », bien que restant dans l'ensemble inférieure à celle d'une saison estivale d'avant crise.**

« La période estivale 2022 est globalement bonne à Salon-de-Provence. Les hôtels affichent complet depuis le printemps et n'ont pas désemplis en été. Dans les restaurants, la consommation est bonne également. Dans les commerces, les CA ont été de -30% en juin et -30% en juillet mais cela semble globalement dû à la hausse des prix générale et non à la consommation touristique spécifiquement » **OT Salon-de-Provence (13)**

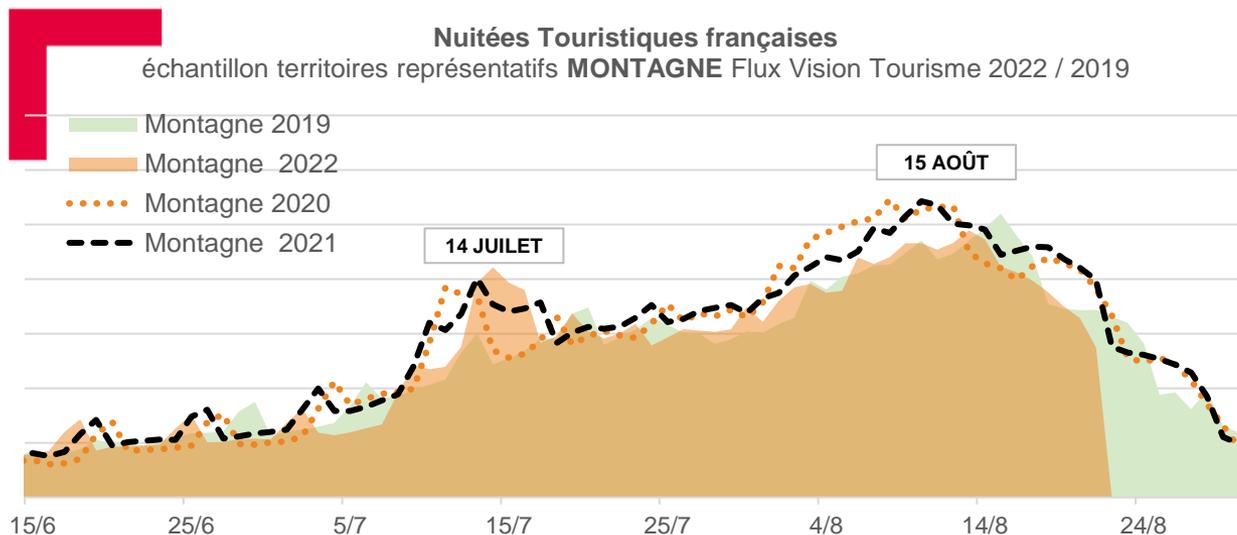
« Retour des clients étrangers. Chez les visiteurs français, clientèle familiale + présente que d'habitude. Offres familles en développement (succès du parc Terra Botanica et du château d'Angers, animations musées d'Angers, hôtellerie de plein air requalifiée) » **OT Angers (49)**

« Un retour important de la clientèle américaine en juin et juillet, mais pas encore au niveau d'avant crise, relayé par un retour à la normale des clientèles italiennes et espagnoles » **OT Paris (75)**

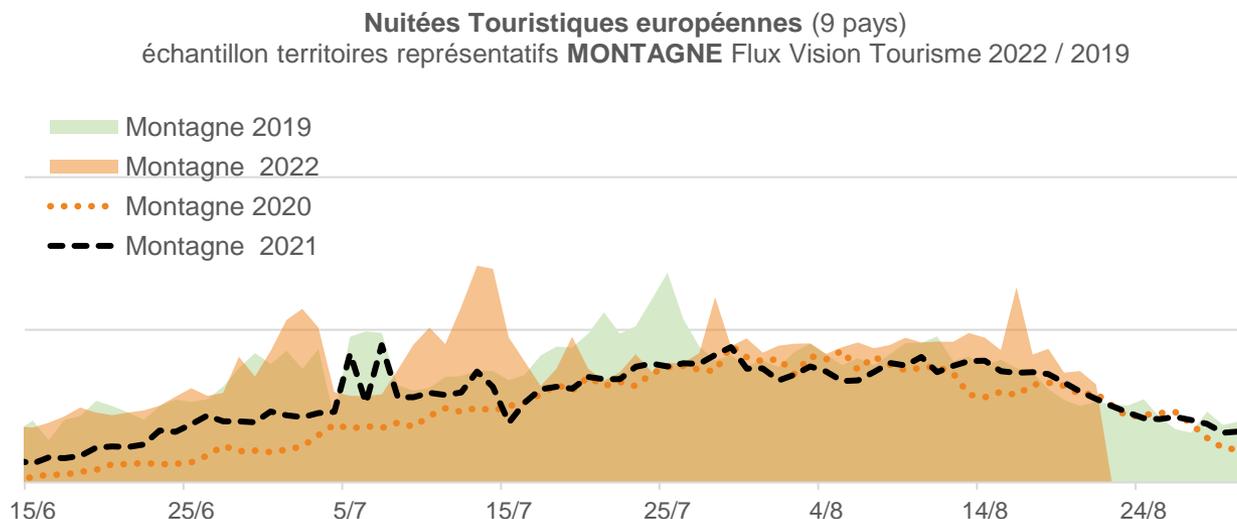
« Une belle saison estivale qui renoue avec les périodes pré-covid. L'affluence de la fréquentation débute mi-juillet, alors qu'en 2020 et dans une moindre mesure en 2021, un afflux massif était constaté dès le début juillet. La carence de main d'oeuvre est une difficulté pour l'hôtellerie et la restauration, impactant la capacité d'accueil et la qualité de service » **OT Saint-Nazaire Agglomération (44)**

« Sollicitation forte des hébergements (tous types confondus). Consommation "loisirs" plus en retrait (ne suit pas la même courbe de progression) : difficulté de personnel (covid, disponibilité, ...), coût de la vie (dépenses de carburant,...), fortes chaleurs (météo peu favorables à la fréquentation urbaine) » **OT Valence Romans (26)**

« Très satisfait car les visiteurs qui passent la porte de notre OT sont de "véritables touristes" en demande de conseils pour visiter et profiter du territoire, alors qu'avant 2020 nous avions un flux beaucoup plus important mais peu qualitatif car clientèle de passage avec quelques demandes pratiques. Cela se ressent aussi au niveau de notre boutique, les articles ont changé et le CA a bien progressé » **OT Calais Côte d'Opale (62)**



La clientèle française apparaît **en relative stabilité** lors l'été 2022 au regard de l'été 2019, et en retrait comparativement aux saisons 2020 et 2021. De très bonnes **fréquentations enregistrées lors du week-end du 14 juillet.**



La clientèle européenne de proximité est de retour et atteint (voire même dépasse en certains secteurs) la fréquentation d'avant crise sanitaire, notamment au mois d'août.



Une saison sans surprise pour les destinations de montagne (52% des répondants), qui ont bénéficié d'un certain attrait « fraîcheur » et du retour des clientèles européennes dans l'hexagone.

« La canicule a aussi entraîné une baisse de fréquentation dans la restauration et les sites de visite »
Hautes-Pyrénées Tourisme Environnement (65)

« La majorité des socio-professionnels interrogés en cette fin août évoquent : 1-un très bon mois d'août et une bonne saison d'été pour la très grande majorité des hébergeurs, 2-l'inflation qui semble impacter différemment les prestataires avec à priori un budget « hébergements » plutôt maintenu mais un budget « activités » orienté à la baisse, tout au moins pour certaines activités, une diminution encore accentuée par la canicule pour quelques unes d'entre elles (dont le vélo/VTT, l'alpinisme, les promenades en bateaux cf. le niveau d'eau des lacs), 3-la canicule qui favorise la destination montagne même si comme vu précédemment elle peut altérer la pratique de certaines activités, 4-la volonté des clients d'être « seuls » : un comportement « d'après covid » qui défavorise la pratique en groupe et les rassemblements (activités, autocaristes (cf. la Fête du lac à Annecy), évènements (cf. Musilac), 5-le manque de personnel qui contraint à réduire l'activité (fermeture hebdomadaire, diminution de l'offre..) avec au final une diminution de chiffre d'affaires »
Savoie Mont-Blanc Tourisme (73 / 74)

« Éléments marquants de l'été en Lozère : Canicule, Incendies et Tour de France (arrivée à Mende). La baisse de pouvoir d'achat (accentuée par le prix du carburant) a lourdement impacté la consommation sur place ; nous craignons une baisse de CA pour les sites touristiques et les restaurants »
Lozère Tourisme (48)

« Nous attendions au regard de la canicule et post COVID à un meilleur taux d'occupation ; déception sur juillet et correct sur août grâce à la clientèle française »
OT Villard-de-Lans (38)

« Les touristes ont limité leurs dépenses »
OT Gérardmer (88)

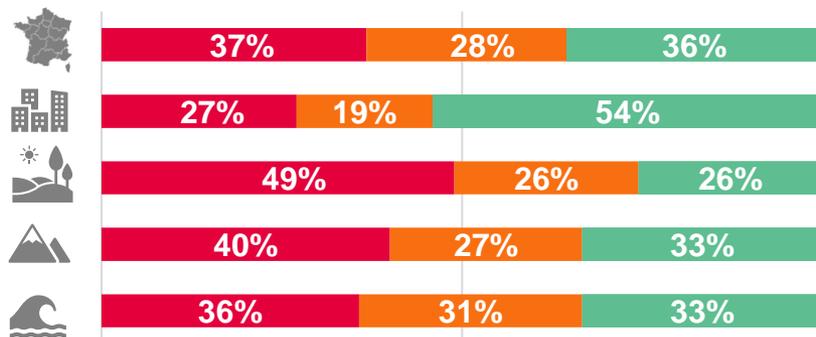
FOCUS

PAR CLIENTÈLE



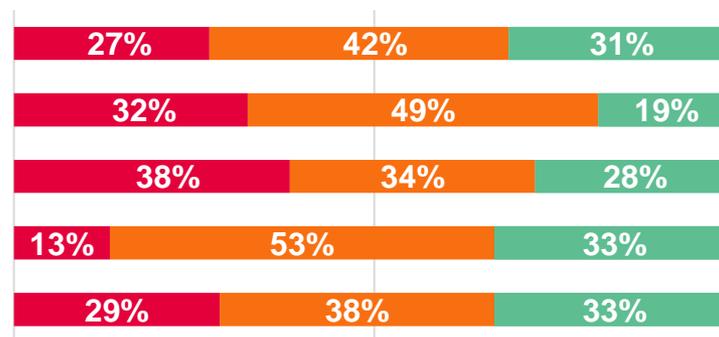


Fréquentation FR par rapport à 2021*



■ - ■ = ■ +

Par rapport à une année « classique »



■ - ■ = ■ +

*Clé de lecture : 26% des répondants des destinations « rural » estiment que la fréquentation de la saison été 2022 est supérieure à celle de l'été 2021.

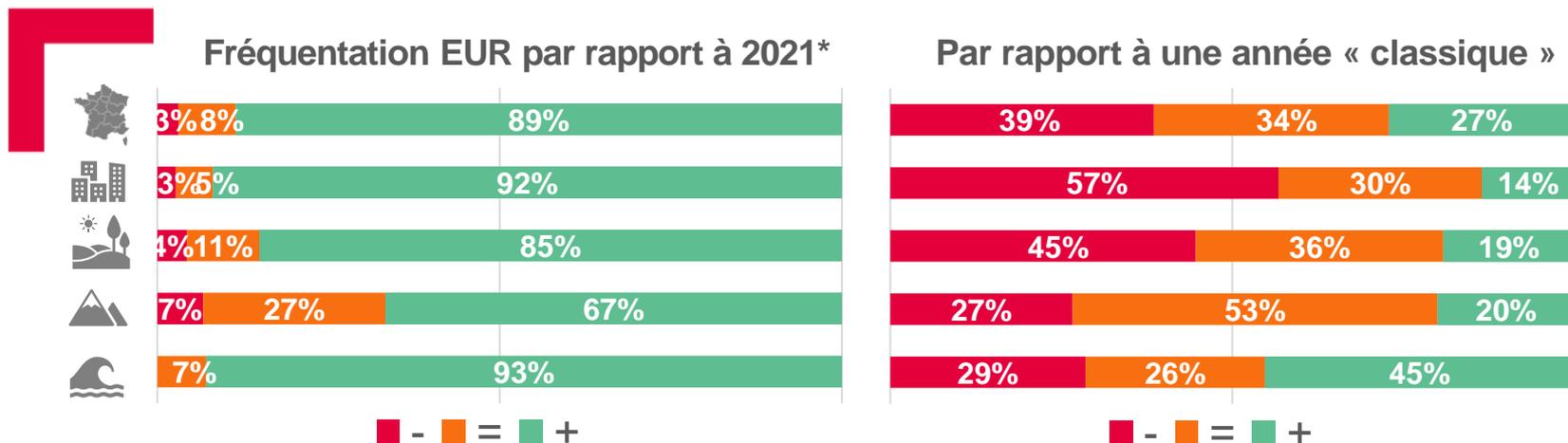
Les destinations sont partagées pour ce qui est de l'évolution de la fréquentation française au regard de la saison estivale 2021 : il y a en effet, au niveau national, autant de situations de diminution que de situations de progression, et 28% de stabilité.

Au regard d'une **année « classique »**, les destinations estiment que la fréquentation est le plus souvent équivalente (42%), en progression (31%) ou encore en retrait (27%)

« La fréquentation française à l'échelle des Charentes a progressé de +5% par rapport à 2021 : à la suite d'une fréquentation stable lors du mois de juillet en raison notamment du début des vacances scolaires d'été plus tardive, la fréquentation en août a progressé de +5% » **Charentes Tourisme (16 / 17)**

« Les nuitées de touristes français ont baissé de -7% par rapport à 2021 mais restent supérieures à 2019 de +6%. Ils représentent deux tiers de la fréquentation de cette période comme en 2019. Seules les clientèles originaires de la région continuent à progresser par rapport à 2019 » **ADT Ardèche (07)**

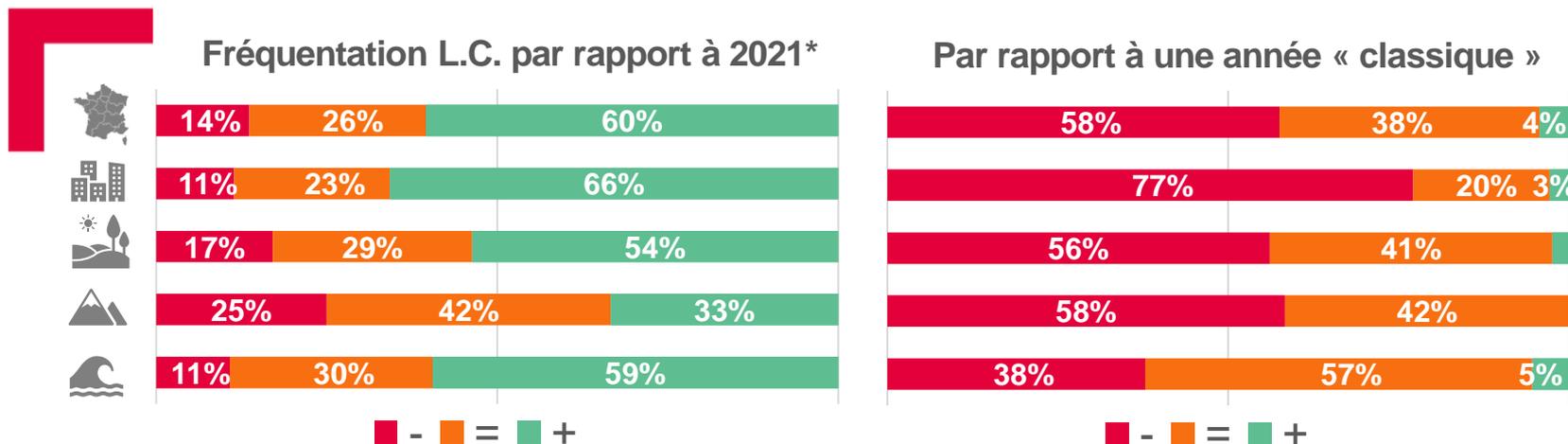
« Une bonne fréquentation française du Nord-Ouest (proximité) et de la région parisienne. Pas autant des visiteurs du sud de la France qu'en 2021 » **Côtes-d'Armor Destination (22)**



*Clé de lecture : 67% des répondants des destinations « montagne » estiment que la fréquentation de l'été 2022 est supérieure à celle de l'été 2021..

Les destinations sont unanimes pour ce qui est de la progression des clientèles européennes de proximité au regard de la saison estivale 2021 : 89% en moyenne, part qui monte à 92% pour les destinations urbaines et à 93% pour le littoral.
 Au regard d'une **année « classique »**, les destinations estiment que la fréquentation européenne est encore en retrait, à l'exception de l'espace littoral pour lequel la progression est plus visible (45% des répondants).

« Une clientèle belge, allemande et néerlandaise très présente cet été ainsi que le retour des britanniques » **Vaucluse Provence Attractivité (84)**
 « On retrouve le même Top 3 de nos clientèles étrangères : Allemagne, Belgique et GB » **OTI Pornic (44)**
 « D'après les données FVT au 22.08, la clientèle étrangère semble retrouver son niveau d'avant crise sanitaire. Dans la Nièvre, les clientèles analysées sont essentiellement européennes. » **Nièvre Attractive (58)**



*Clé de lecture : 66% des répondants des destinations « villes » estiment que la fréquentation de l'été 2022 est supérieure à celle de l'été 2021.

La progression des clientèles long courriers est unanime en comparaison avec la saison estivale 2021 pour 60% des destinations, et plus encore pour les espaces urbains (66%) [à noter : la tendance plutôt stable pour les destinations montagne]. Néanmoins, la fréquentation de cette clientèle n'a pas retrouvé les niveaux d'avant-crise.

« Retour confirmé des visiteurs Nord-Américains (Etats-Unis en particulier), contrairement aux marchés Asiatiques (néanmoins marginaux pour nous) » **Destination Angers (49)**

« Retour d'un marché + lointain : USA » **ADRT Lot-et-Garonne (47)**

« Fort retour de la clientèle américaine » **ADT Pyrénées-Atlantiques (64)**

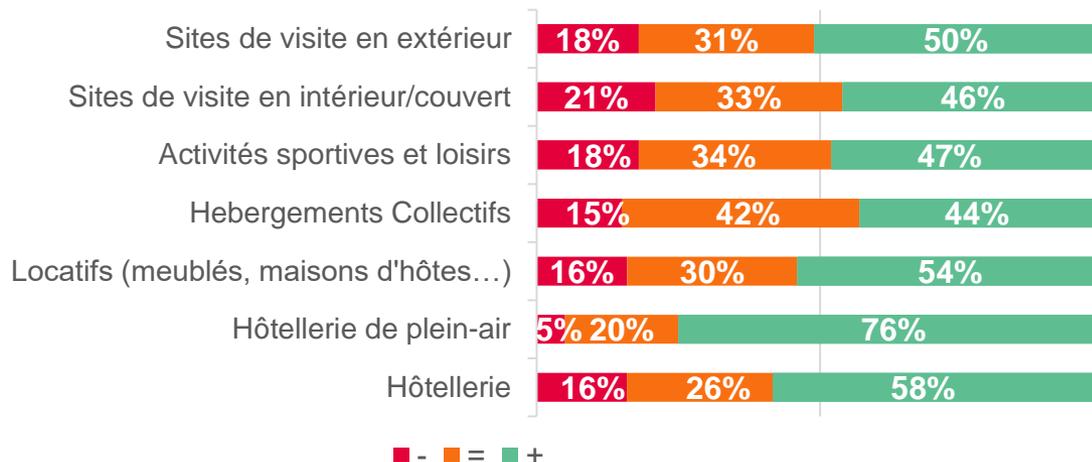
« Retour progressif des long-courriers par rapport à 2021 avec un retour des zones Amérique Nord et Sud (Brésil, Etats-Unis, Canada). Stabilité des pays asiatiques par rapport à 2021 » **Rouen Normandie Tourisme & Congrès (76)**

**FOCUS
PAR TYPE
D'ÉTABLISSEMENT
ET ACTIVITÉS**





Fréquentation hébergements et activités vs 2021*



*Clé de lecture : 58% des répondants estiment que la fréquentation hôtelière estivale 2022 est supérieure à celle de la saison estivale 2021.

Pour la majorité des destinations, la fréquentation des hébergements et activités est en progression ou en stabilité au regard des résultats de 2021, quel que soit le type d'hébergement ou d'activité. L'hôtellerie de plein-air, l'hôtellerie et le locatif sont les types d'hébergement qui ont connu les progressions les plus significatives. Les sites de visite en intérieur/couverts semblent avoir souffert des conditions météorologiques exceptionnellement chaudes cet été.

« Grand succès de l'hôtellerie de plein air (bonne météo et des retours clientèles étrangères), bon été pour l'hôtellerie (courts séjours / résa dernières minutes) et pour le locatif PAP : tarif attractif et flexibilité » **Savoie Mont-Blanc Tourisme (73 / 74)**

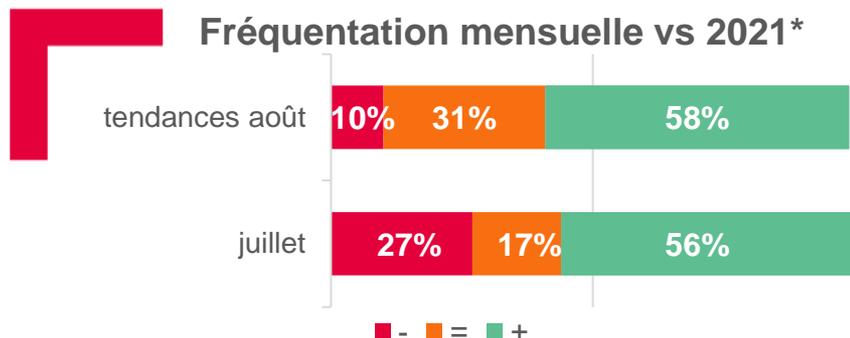
« les campings et les meublés sont plébiscités. tendance de fond depuis plusieurs années » **Sarthe Tourisme (72)**

« baisse des visites guidées traditionnelles / effet canicule sur activités des après-midis / Offres culturelles toujours fragilisées » **Vienne Condrieu Tourisme (38)**

« L'ensemble des secteurs apparaît en progression » **Bourgogne Franche-Comté Tourisme**

FOCUS PAR PÉRIODE





*Clé de lecture : 58% des répondants estiment que la fréquentation du mois de juillet 2022 est supérieure à celle du mois de juillet 2021.

Pour la majorité des destinations, la fréquentation des mois de juillet et août sont en progression au regard des résultats de 2021. Résultat nuancé pour le mois de juillet où 27% des destinations déclarent une fréquentation en baisse.

« Démarrage tardif en juillet » **Hautes-Pyrénées Tourisme Environnement (65)**

« La période de forte fréquentation a commencé plus tard que d'habitude cette année (semaine du 15 août) »
OT Les Baux-de-Provence (13)

« Mois de juillet plutôt calme, mois d'août extrêmement plébiscité. » **OT Banyuls-sur-Mer (66)**

« La fréquentation touristique en Auvergne-Rhône-Alpes a augmenté cet été de +13% par rapport à 2021. Cette tendance est principalement portée par un mois de juillet exceptionnellement bon (+19% de nuitées) »
Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

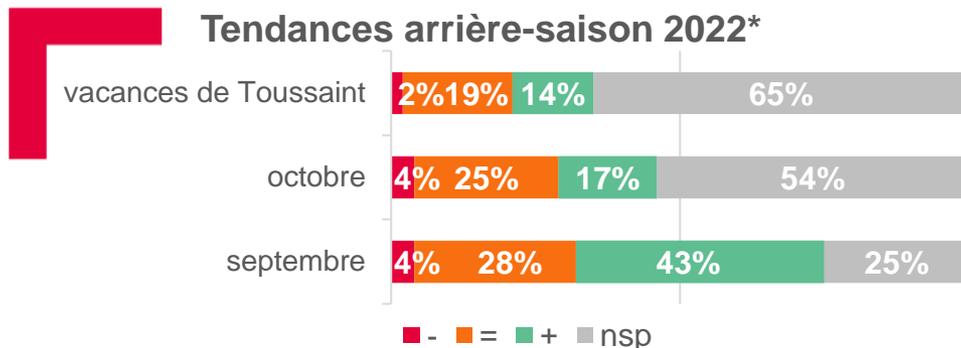
« Au delà de 2021, la fréquentation du week-end du 14 juillet 2022 était même supérieure à celle du 14 juillet 2019, et le week-end du 15 août atteint des niveaux de fréquentation comparables à ceux du 15 août 2019 (Nuitées FVT) » **Normandie Tourisme**

PERSPECTIVES POUR L'ARRIÈRE-SAISON





Tendances arrière-saison 2022*



*Clé de lecture : 43% des répondants estiment que la fréquentation du mois de septembre 2022 sera supérieure à celle de septembre 2021.

Pour septembre, les destinations sont confiantes : 43% d'entre-elles annoncent d'ores et déjà une fréquentation supérieure à celle de septembre 2021. La suite de l'arrière-saison ne peut majoritairement être estimée car trop d'incertitudes demeurent.

« 75% des professionnels faisaient état d'un bon niveau de réservations (+ 47 points par rapport à 2021 et + 16 points par rapport à 2019 » **CRT Hauts-de-France**

« Les réservations dans les hébergements sont en progression lente pour le mois de septembre et stagnent pour le mois d'octobre » **AT Corse**

« 63% des pros satisfaits pour la suite de la saison / 16% très satisfaits » **Tourisme Bretagne**

« Arrière-saison qui s'annonce également supérieure à 2021, notamment du fait de la reprise des gros événements du territoire qui avaient été annulés en 2020 et 2021 » **OTI Normandie Cabourg Pays d'Auge**

« le mois de septembre s'annonce bien sur le littoral mais les réservations sont en baisse dans l'intérieur » **CRT Nouvelle-Aquitaine**

« Peu de visibilité sur le dernier trimestre 2022 : incertitudes économiques et sociales et leur impact sur la consommation (inflation, pouvoir d'achat) » **CRT PACA**

« L'été indien est un vrai positionnement dorénavant » **Meurthe-et-Moselle Tourisme (54)**



Dispositif Tendances #9

ADN Tourisme

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

Traitements et analyses : Rodolphe BRENIER - ADN TOURISME
Août 2022

Dispositif Intentions de départ 2022 (vague 3)

Les vacances des Français
lors de l'été 2022

“opinionway pour **A TOUT FRANCE** **ADN**
Agence de développement
Touristique de la France **Tourisme**

Les vacances des Français été 2022

Août 2022



ESOMAR²²
Corporate





Les objectifs





Les objectifs de l'enquête

- **Faire le bilan des séjours réalisés durant l'été 2022 par les Français**
- **Identifier les raisons de non départ en vacances et les comportements autour de chez eux pendant cette période estivale**
- L'enquête a été commanditée par ADN Tourisme et les 13 Comités Régionaux du Tourisme métropolitains





La méthodologie





La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **4000 personnes représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : environ 2 points au plus pour un échantillon de 4000 répondants.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 16 au 22 août 2022**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

Un historique des études menées en post été 2019, 2020 et 2021 est affichée dans ce rapport pour les questions comparables et symbolisé de cette façon :

2021	2020	2019
xx%	xx%	xx%

Ces enquêtes ont été coordonnées par ADN Tourisme et réalisé par le CRT Bretagne pour le compte d'ADN Tourisme et des 13 CRT métropolitains :

- En 2019 : 1 000 Français ont été interrogés en ligne du 26 au 28 août (échantillon national représentatif)
- En 2020 : 1 000 Français ont été interrogés en ligne du 21 au 26 août (échantillon national représentatif)
- En 2021 : 4 000 Français ont été interrogés en ligne du 17 au 24 août (échantillon national représentatif)



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Baromètre des intentions de départ des Français, ADN Tourisme, Atout France et partenaires territoriaux dans le cadre de France Tourisme Observation »



Le profil de l'échantillon





Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	11%
	25 à 34 ans	16%
	35 à 44 ans	17%
	45 à 54 ans	18%
	55 à 64 ans	16%
	65 ans et plus	22%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	19%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	15%
	100 000 habitants et plus	33%
	Agglomération parisienne	16%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	5%
	Professions libérales / Cadres	11%
	Professions intermédiaires	12%
	Catégories populaires	29%
	Employés	22%
	Ouvriers	7%
	Inactifs	42%
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Nombre de personnes dans le foyer	%
	1	22%
	2	37%
	3	17%
	4	17%
	5 et plus	6%



	Nombre d'enfants mineur	%
	Aucun	67%
	1	17%
	2	13%
	3	3%
	4 et plus	1%

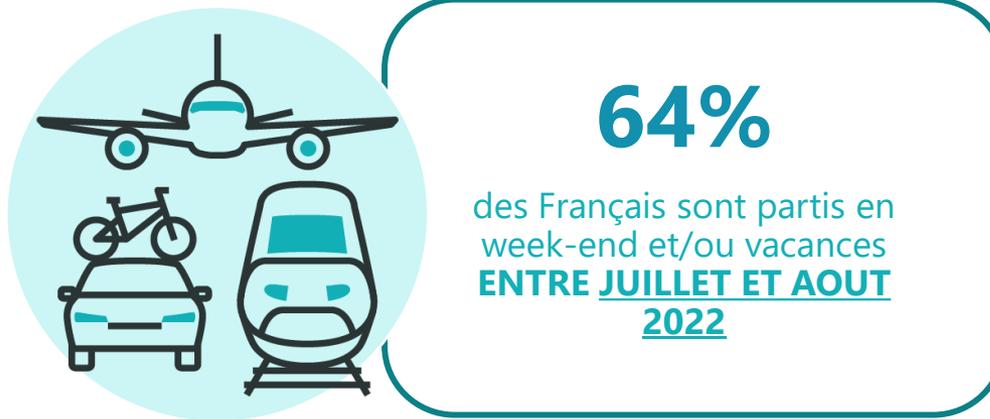


Les résultats





64% des Français sont partis en vacances et/ou en week-end entre juillet et août 2022, soit 5 pts de plus qu'en 2021

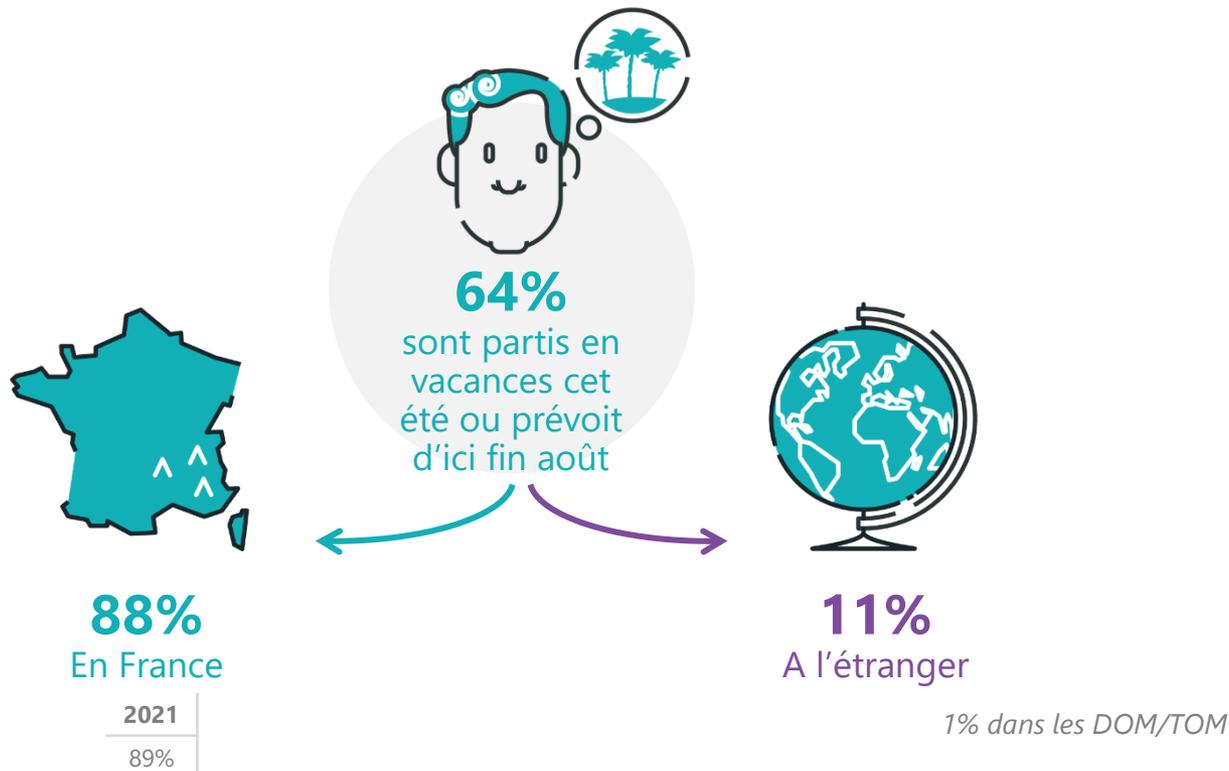


Post été 2021	Post été 2020	Post été 2019
59%	53%	70%

Q1. Au cours de l'été (juillet-août), êtes-vous parti ou allez-vous (d'ici fin août) partir en vacances et / ou week-ends dans le cadre de vos loisirs ?



La France reste de loin la destination la plus privilégiée par les Français sur la période juillet-août



Q2 : Quel(s) type(s) de week-end ou séjour avez-vous réalisé ou allez-vous réaliser ?
Plusieurs réponses possibles (car plusieurs week-ends ou séjours possibles) - Question posée uniquement à ceux qui sont partis ou vont partir en vacances d'ici fin août, soit 64% de l'échantillon



3337 personnes

La photographie des séjours réalisés en France par les Français durant l'été 2022 (1/2)

Séjours en France



Le nombre moyen de séjours

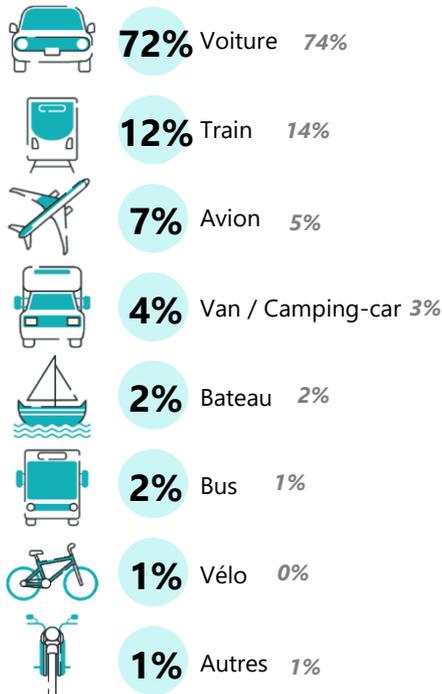


Rappel Post été 2021 : x% **1,8 séjours**

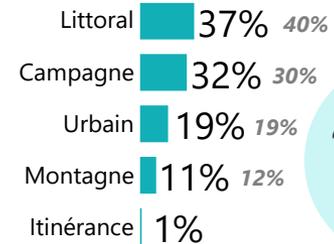
La durée des séjours



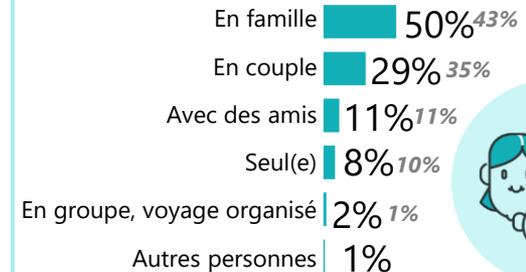
Le mode de transport



Le type d'espace



Avec qui ?



Q2 : Quel(s) type(s) de week-end ou séjour avez-vous réalisé ou allez-vous réaliser ?

Plusieurs réponses possibles (car plusieurs week-ends ou séjours possibles) - Question posée uniquement à ceux qui sont partis ou vont partir en vacances d'ici fin août, soit 64% de l'échantillon



3337 personnes

La photographie des séjours réalisés en France par les Français durant l'été 2022(2/2)

Séjours en France

Les modes d'hébergement

Les destinations

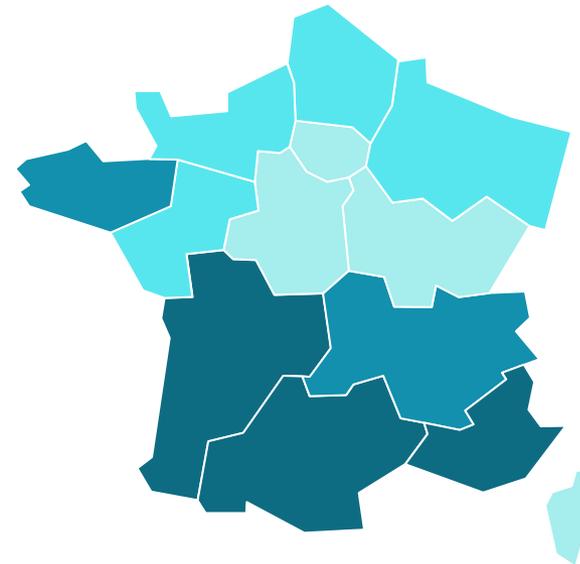
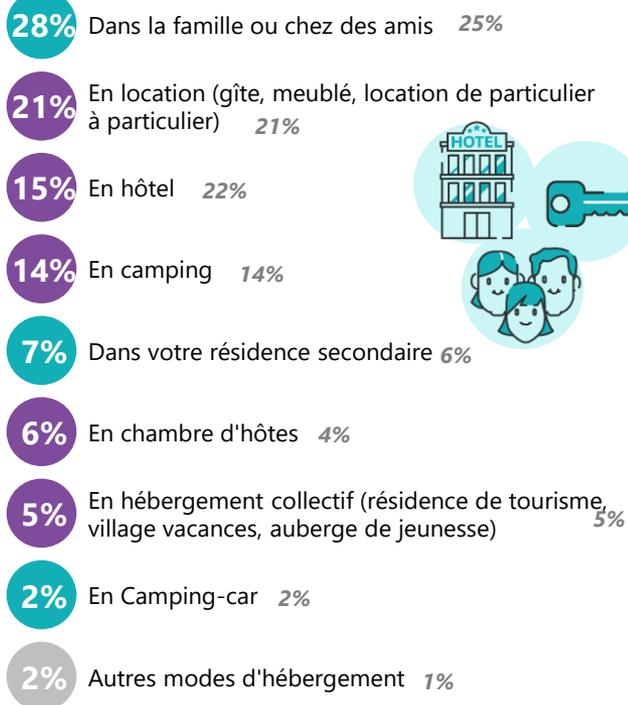
Rappel Post été 2021 : x%

Total marchand

61%

Total non marchand

35%



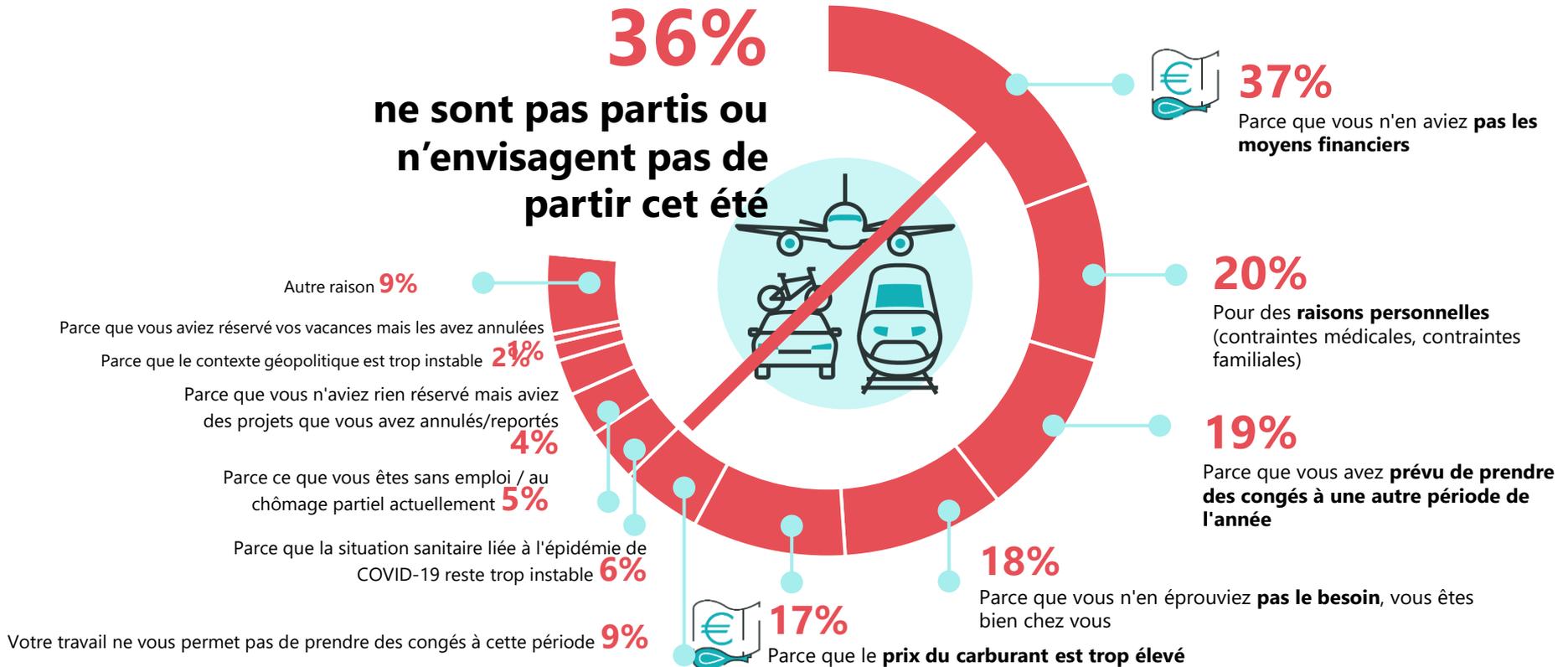
Q2 : Quel(s) type(s) de week-end ou séjour avez-vous réalisé ou allez-vous réaliser ?

Plusieurs réponses possibles (car plusieurs week-ends ou séjours possibles) - Question posée uniquement à ceux qui sont partis ou vont partir en vacances d'ici fin août, soit 64% de l'échantillon



1442 personnes

Les contraintes financières restent de loin la principale raison de ne pas partir en vacances cet été, devant les raisons personnelles.



Q3 : Vous n'êtes pas partis en week-end et/ou vacances au cours de l'été (juillet-août) 2022. Quelle(s) proposition(s) correspond(ent) le mieux à votre situation ? Plusieurs réponses possibles, soit 36% de l'échantillon



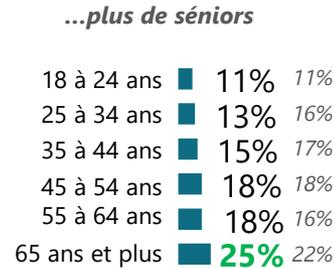
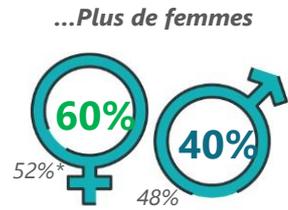
632 personnes

Quel est le profil des Français qui ne sont pas partis en vacances cet été pour des raisons financières ?

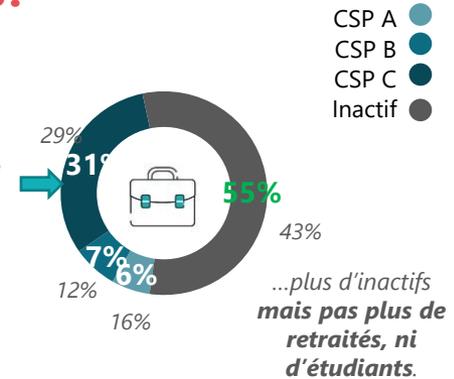
44% des Français qui ne sont pas partis en vacances en juillet/août évoquent des contraintes financières*

Soit 16% de la population française

Quelles sont les populations les plus touchées par ces contraintes financières?



Parmi les CSP C, les **ouvriers** représentent 11% au sein de cette population (vs 7%).



Habitants IDF : 12% (vs 18%)
Habitants Nord Est : 26% (vs 23%)
 Habitants Nord Ouest : 25% (vs 23%)
 Habitants Sud Est : 25% (vs 25%)
 Habitants Sud Ouest : 11% (vs 11%)



Personne seule : 30% (vs 22%)
 2 personnes au moins au sein du foyer : 70% (vs 78%)

*Raisons cités : Parce que vous n'en aviez pas les moyens financiers ET/OU Parce que le prix du carburant est trop élevé

* % au sein de la population française

XX% : significativement supérieur vs l'ensemble de la population française



2558 personnes

Les vacanciers français ont plus privilégié des destinations françaises, parfois plus proches de chez eux mais ils ont été aussi plus vigilants aux conditions d'annulations.



TOP5 des comportements « plus qu'auparavant »

36% Vous avez privilégié les destinations françaises



32% Vous avez été vigilants aux conditions d'annulation



30% Vous avez privilégié des activités de plein air



30% Vous avez recherché des espaces moins fréquentés



30% Vous avez opté pour des destinations plus proches de votre département/région



Q4 : Par rapport à vos vacances habituelles, diriez-vous que...

Question posée à ceux qui sont partis cet été 2022 ou prévoient de partir d'ici fin août 2022, soit 64% de l'échantillon



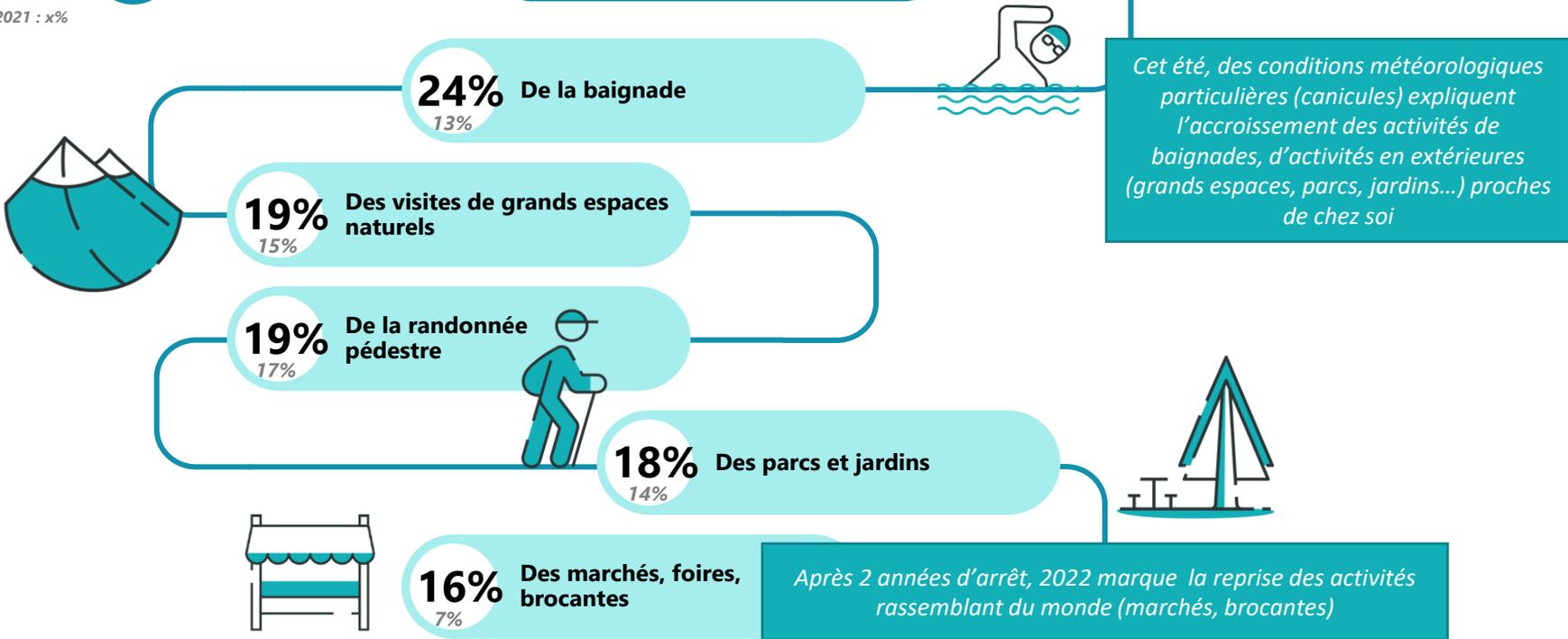
4000 personnes

Par rapport à l'été 2021, les Français sont d'ailleurs plus nombreux à s'être rendus dans des espaces de baignades proches de chez eux. Les activités extérieures ont été plus pratiquées aussi.



TOP5 des excursions réalisées « Davantage qu'en 2021 »

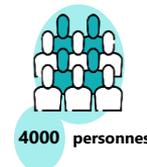
Rappel Post été 2021 : x%



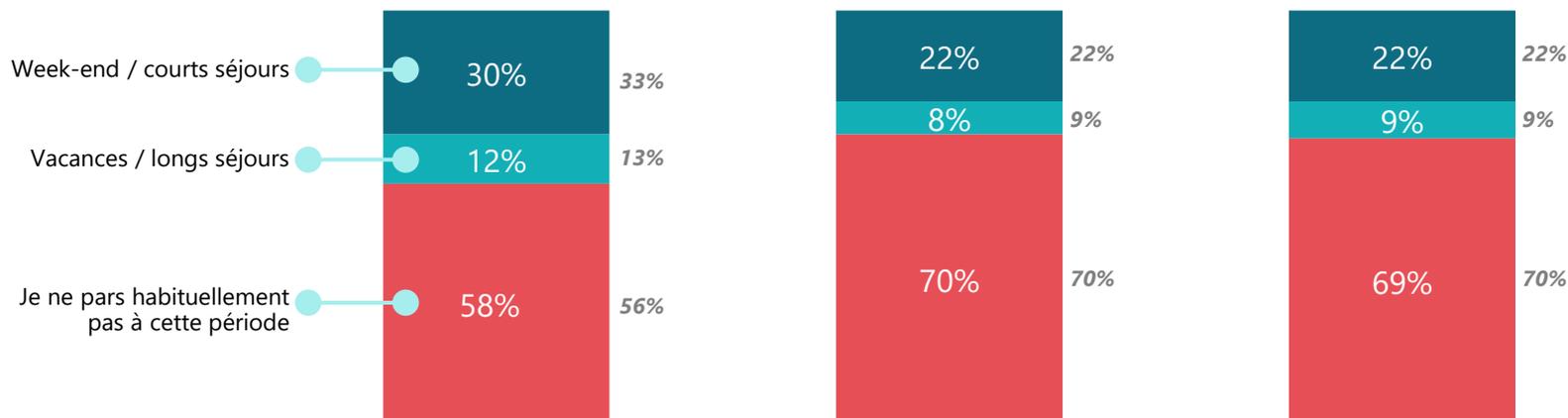
Q5 : Parlons maintenant des excursions, balades, visites que vous avez réalisées au cours de l'été, à proximité de votre lieu de résidence principale. Par rapport à l'été 2021, diriez-vous que vous avez réalisé moins, autant ou davantage les types d'excursions suivants :



Des intentions de départ pour l'arrière saison équivalentes à celles de l'année dernière, avec toujours une préférence pour septembre



Rappel Post été 2021 : x%



*Hors vacances scolaires

Q6 : Allez-vous partir en week-end et/ou vacances sur l'arrière-saison (de septembre aux vacances de Toussaint) ?



En synthèse

- **Les Français sont plus nombreux à être partis en vacances cet été**
 - En 2022, **64% des Français sont partis en week-end et/ou en vacances entre juillet et août** soit 5 pts de plus qu'à l'été 2021.
 - Et près de **9 sur 10**, comme l'année dernière, ont **choisi la France** pour passer leurs vacances d'été.
- **Des séjours en France ...**
 - ...toujours **d'une durée moyenne de 9 jours** (comme en 2021) mais **un nombre de séjour en baisse** (1,5 vs 1,8 en 2021)
 - ...plutôt dans des régions côtières, **le littoral a été le 1^{er} espace plébiscité** (37%)
 - ...dans **des hébergements marchands** (3 cas sur 5) avec dans le TOP 3, les locations entre particuliers, les hôtels et les campings.
- **Le tourisme proche de chez soi continue de prendre de l'ampleur, notamment dans le cadre des fortes chaleurs de l'été 2022**
 - **24%** des Français déclarent s'être **rendus davantage** qu'en 2021, **dans un lieu de baignade** proche de chez eux
 - Les lieux, activités en extérieurs ont été également plus recherchés que l'année dernière.
- **Une arrière saison qui séduit toujours une partie des Français notamment pour des courts séjours**
 - **4 Français sur 10** a l'intention de partir en septembre.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Rodolphe BRENIER

Chargé d'études



Fédération nationale
des organismes institutionnels
de tourisme

01 44 11 10 28

rodolphe.brenier@adn-tourisme.fr

www.adn-tourisme.fr

www.adn-tourisme.pro

15 avenue Carnot 75017 Paris



Agence de développement
touristique de la France

François Desbos

Responsable du pôle d'analyses
conjoncturelles et territoriales
Direction de l'Ingénierie et du
Développement des Territoires

Tél : 01 42 96 74 42

francois.desbos@atout-france.fr

200/216 Rue Raymond Losserand
CS 60043 - 75680 Paris Cedex 14
atout-france.fr – France.fr

Séverine Tabard

Directrice conseil
BU marketing des Services /
Mobilités / Transport

“opinionway

stabard@opinion-way.com