



Note de conjoncture ATOUT FRANCE : ce qu'il faut retenir

Les enseignements essentiels à retenir

Le marché reste porteur, mais il entre dans une phase plus mature — La transcription décrit un tourisme français toujours actif, tout en rappelant que l'effet de rattrapage post-Covid ralentit. La croissance demeure, mais elle devient moins automatique et demande davantage de pilotage.

La clientèle internationale soutient toujours l'activité — Les recettes du tourisme international progressent, tandis que les dépenses des Français à l'étranger reculent. Le solde touristique est donc présenté comme favorable, ce qui constitue un signal positif pour les hébergements situés en France.

Les marchés émetteurs doivent être lus avec nuance — Le Royaume-Uni, la Belgique, l'Allemagne, la Suisse et les États-Unis figurent parmi les marchés majeurs cités. La vidéo insiste toutefois sur les écarts de dynamique : le Royaume-Uni progresse, les Pays-Bas sont décrits comme très dynamiques, la Belgique recule, et les États-Unis restent recherchés pour leur faible sensibilité au prix et leur attente de confort.

Les conseils d'application sont très concrets — Le live ne reste pas au niveau macro : il recommande d'adapter le livret d'accueil, la langue utilisée, certaines attentions et même les promotions selon les nationalités réellement présentes dans votre activité. Booking.com est cité comme un outil permettant de cibler certaines promotions par pays.

La France reste attractive, mais les concurrents progressent aussi — La vidéo rappelle que la France tient bien sa place face à l'Espagne et à l'Italie sur les recettes touristiques internationales. Elle invite néanmoins à surveiller de près certains concurrents, notamment l'Allemagne, dont la progression est jugée rapide.

Le signal aérien appelle plus de prudence — Alors que plusieurs indicateurs globaux sont positifs, les arrivées aériennes cumulées sont décrites comme en retrait sur le début d'année. L'idée principale est qu'il faut éviter une lecture trop simple du marché : toutes les clientèles ne progressent pas au même rythme et tous les flux ne se valent pas.

La location touristique reste l'un des segments les plus solides — Dans la transcription, la location touristique ressort comme le segment le plus dynamique de l'hébergement sur la période observée, devant l'hôtellerie traditionnelle et les résidences de tourisme. C'est l'un des messages les plus favorables pour les loueurs saisonniers.

Le haut de gamme résiste mieux que le reste — Le commentaire sur l'hôtellerie souligne une meilleure tenue du luxe et du haut de gamme. En creux, cela renforce l'idée que les attentes voyageurs montent et que la qualité perçue de l'offre devient un levier de performance plus important.

Paris et la France entière ne racontent pas exactement la même histoire — La vidéo distingue clairement les tendances nationales et le cas parisien, surtout sur l'été et la rentrée. Paris apparaît plus chahuté sur certains mois estivaux, mais mieux orienté sur septembre et octobre, ce qui invite à ne pas généraliser trop vite une lecture nationale à tous les marchés locaux.

Les chiffres doivent être lus avec méthode — L'intervenante signale elle-même que certaines pages de l'étude ne sont pas directement comparables, car les périmètres ou les périodes de référence changent d'un tableau à l'autre. C'est un point de prudence important : certains chiffres sont utiles pour s'orienter, mais ils ne doivent pas être comparés trop vite sans vérifier le scope de la donnée.

L'été 2026 semble correct, sans emballement — Les réservations commentées dans le live restent modestes ou inégales selon les segments et les territoires. Le message général est qu'il faut rester prudent, car plusieurs données évoquées sont des réservations à date et non un bilan définitif de saison.

Ce qu'un hébergeur peut retenir pour son activité

Applications concrètes

Identifier les nationalités qui réservent réellement chez vous, puis adapter vos annonces, votre livret d'accueil et votre communication à ces clientèles.

Tester des promotions ciblées sur certains marchés émetteurs lorsque la demande ralentit sur des périodes précises.

Soigner le niveau de confort, la qualité perçue et la cohérence de l'expérience, car la montée en gamme des attentes est clairement évoquée dans la transcription.

Analyser vos résultats localement, sans plaquer trop vite une tendance France entière sur votre ville ou votre zone.

Lire avec prudence les comparaisons chiffrées quand les périodes ou les périmètres changent d'un tableau à l'autre.

Sources

- Vidéo : Note de conjoncture ATOUT FRANCE : ce qu'il faut retenir.

👉 [ouvrir la vidéo](#)

-Document Source :

👉 [Note de conjoncture de l'économie touristique](#)