



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**SOUS EMBARGO 7 JANVIER 2026 10H**

*Paris, le 7 janvier 2026 - Le rapport de l'Observatoire de l'industrie du tourisme porté par Alliance France Tourisme, en partenariat avec Régions de France, dresse le portrait d'une année 2025 marquée par une croissance réelle mais contrastée, révélatrice des mutations profondes à l'œuvre au sein de l'économie touristique française.*

### Une croissance modérée, tirée par la fréquentation plus que par la valeur

L'année 2025 se clôt sur une progression mesurée de l'activité touristique. Dans l'hébergement marchand, le **revenu par chambre disponible progresse de +1,3 %**, une évolution positive mais inférieure à l'inflation. Cette performance repose avant tout sur la **hausse de la fréquentation**, avec un **taux d'occupation moyen national en progression de +0,7 point**, pour atteindre **66 % sur l'année**.

À l'inverse, le **prix moyen n'augmente que de +0,2 %**, traduisant un comportement de consommation plus prudent de la clientèle française et des arbitrages budgétaires marqués, notamment sur les segments d'entrée de gamme. Ces ajustements tarifaires ont permis de préserver les volumes, mais au prix d'une pression persistante sur la création de valeur.

À l'opposé, le **haut de gamme et le luxe** confirment leur rôle moteur, avec une hausse du revenu moyen par chambre de +5,6 %, atteignant de nouveaux sommets. Portées par une demande internationale soutenue, ces catégories concentrent une part croissante de la croissance du chiffre d'affaires, au bénéfice de destinations dites « locomotives » telles que Paris, la Côte d'Azur, les Alpes et les littoraux de la façade Ouest.

### Des dynamiques de destinations et sectorielles disparates

L'évolution du revenu par chambre disponible place la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, pour la deuxième année consécutive, comme la principale locomotive du marché touristique, tandis que l'hébergement marchand affiche des croissances supérieures à +2 % de chiffre d'affaires en Bretagne et Grand Est. La Normandie et la Nouvelle-Aquitaine bénéficient de l'attractivité de leurs littoraux, et l'Auvergne-Rhône-Alpes enregistre une progression portée par les stations de montagne, compensant le recul observé sur la métropole lyonnaise.

À l'inverse, l'hébergement marchand dans certaines métropoles non côtières, ainsi que les segments économiques et budget, connaît une activité plus atone. L'effet de rattrapage post-événementiel est également visible, notamment dans les destinations très bénéficiaires des grands événements de 2024.

Ces écarts soulignent la dépendance accrue de certaines destinations à des clientèles spécifiques – notamment la clientèle individuelle d'affaires – et renforcent l'enjeu d'une diversification de l'offre et des marchés.

### Mobilités : un contraste net entre international et domestique

Les données de transport confirment ces tendances structurelles. Le **trafic aérien** reste fortement dynamique sur le segment international, avec une croissance de **+5,3 % sur le grand international** et un trafic Asie-Pacifique en hausse de +7 %, atteignant désormais **90 % de son niveau de 2019**. À l'inverse, le **trafic domestique au départ de Paris demeure en retrait, à 69,9 % de son niveau pré-Covid**, confirmant une évolution durable des comportements de mobilité.

Côté **mobilités ferroviaires** : une dynamique solide en 2025

SNCF Connect, canal de distribution majeur du train en France, enregistre 232 millions de billets vendus (+3 %) dont près de la moitié de billets TER, confirmant la dynamique du transport ferroviaire dans les mobilités touristiques et du quotidien. Les grands axes radiaux demeurent structurants, avec en tête Lyon–Paris, Bordeaux–Paris et Lille–Paris.

La clientèle internationale, encore minoritaire mais dynamique, représente plus de 500 000 clients (+5 %) pour près de 5 millions de billets (+4 %) vendus sur SNCF Connect. Elle est très majoritairement européenne et de proximité, dominée par la clientèle suisse et belge.

Sur le plan territorial, l'ensemble des flux régionaux (entrants et sortants) enregistrés sur la plateforme est en dynamique positive, en particulier pour les régions suivantes : Hauts-de France avec +5 %, Grand Est, Bretagne et Provence-Alpes-Côte d'Azur avec +4 % chacune.

### Perspectives hiver 2025-2026 : prudence et vigilance

Les perspectives pour la saison d'hiver à venir, en particulier à la montagne, appellent à la retenue. Si les périodes de vacances scolaires demeurent bien orientées, les semaines d'intersaison accusent un retard de réservations, révélant un attentisme croissant des clientèles. Dans un contexte de volumes moins porteurs, la variable prix pourrait redevenir un levier déterminant, au risque de peser sur les marges si la demande de dernière minute ne se matérialise pas.

### Une lecture stratégique de l'année écoulée

Au-delà des chiffres, ce bilan confirme l'inflexion stratégique engagée par la filière : le passage d'une logique de volumes à une approche centrée sur la création de valeur. Dans un environnement européen où la France affiche une croissance de **+1,3 %**, inférieure à la moyenne européenne (**+1,7 %**) et à celle de ses voisins méditerranéens, l'enjeu est désormais d'investir dans la qualité de l'offre, l'attractivité des territoires et la capacité à capter une demande internationale à forte contribution économique.

Ce rapport constitue ainsi un **outil d'objectivation essentiel** pour éclairer les choix publics et privés et nourrir une réflexion collective sur le positionnement et la compétitivité durable du tourisme français.

### Perspectives bilan hiver

Les perspectives pour la saison d'hiver à venir, en particulier à la montagne, appellent à la retenue. Après un excellent début de saison, les **réservations arrêtées à mi-décembre 2025 sont désormais inférieures à celles de l'hiver record 2024-2025**, tout en restant supérieures à l'hiver 2023-2024. Les semaines de **Noël et du Nouvel An** demeurent bien orientées, mais les périodes d'**intersaison**, notamment en janvier et en début de vacances d'hiver, accusent un retard.

Dans un contexte de volumes moins porteurs, **le levier prix pourrait redevenir central**, au risque d'accentuer les tensions sur les marges si la demande de dernière minute, très dépendante des conditions météorologiques, ne se matérialise pas.

### Perspectives 2026 - T1

Les perspectives du premier trimestre 2026 demeurent contrastées. Après un bon démarrage lors des vacances de Noël, marqué par une hausse de la fréquentation de +1,8 point, une progression du prix moyen de +1,8 % et une augmentation de +5,3 % du revenu par chambre disponible, les niveaux de réservation pour les mois de janvier à mars apparaissent plus prudents, notamment hors vacances scolaires. Cette tendance concerne de nombreux territoires dépendants de la clientèle française, majoritaire, dont les comportements restent fortement contraints par le pouvoir d'achat, avec des séjours plus courts et un recours accru à la dernière minute. Paris fait toutefois figure d'exception ponctuelle, bénéficiant de l'effet d'entraînement des grands événements internationaux. Les périodes de Fashion Week génèrent ainsi des pics d'occupation hôtelière avoisinant 92 %, portés par une clientèle internationale à fort pouvoir d'achat et un impact direct sur les mobilités. En dehors de ces temps forts, la demande demeure plus attentiste. La performance du premier trimestre reposera ainsi sur la capacité des destinations à capter ces événements structurants tout en sécurisant les volumes sur les périodes creuses.

### L'Alliance France Tourisme, en quelques mots :

Lieu de réflexion et d'action, l'Alliance France Tourisme travaille à la manière d'un *think tank* pour aborder l'ensemble des sujets liés au tourisme et à l'attractivité de la France. Composée des entreprises leaders du secteur du tourisme, l'Alliance France Tourisme permet de mettre en commun les expertises, de présenter une vision globale du tourisme et de proposer des analyses et des recommandations.

Chaque membre est un maillon essentiel de la chaîne de valeur du tourisme : aéroport, transport, hébergement, cafés-restaurants, organisateur d'événements, shopping, loisirs, etc. Par leur taille, la diversité de leurs métiers et leur empreinte sur l'économie - plus d'un million de salariés - ces entreprises permettent de fixer un cap des politiques et des investissements nécessaires pour développer l'attractivité de la France et structurer l'industrie.



### Régions de France, en quelques mots :

Régions de France est l'institution regroupant les 18 Régions et collectivités régionales de métropole et d'Outre-mer. Elle est la voix des Régions auprès des pouvoirs publics français et des institutions européennes, et promeut le fait régional auprès des citoyens et des acteurs de la vie économique et sociale. Régions de France organise également la concertation et les échanges de bonnes pratiques entre les Régions, et constitue un centre de ressources pour les élus régionaux et leurs techniciens.

Les Régions jouent un rôle central dans l'écosystème touristique : En 2025, elles ont consacré **2,5 milliards d'euros** à la fonction « Économie – Tourisme – International », dont **environ 230 millions d'euros directement fléchés vers le tourisme**, et **4,2 milliards d'euros** à l'emploi, la formation et l'apprentissage. Ces investissements soutiennent notamment **près de 277 000 entrées en formation par an**, contribuant à sécuriser les compétences et l'emploi dans les filières touristiques.

### Contact presse :

**Leslie Rival - Secrétaire générale**

+33 (6) 45 47 83 13 - [presse@alliance-france-tourisme.fr](mailto:presse@alliance-france-tourisme.fr)

[www.alliance-france-tourisme.fr](http://www.alliance-france-tourisme.fr) / twitter : @AllianceFrT