

Baromètre du suivi de la demande des voyageurs actifs des principaux marchés internationaux émetteurs de touristes en France

TCI RESEARCH, *Powering Destinations' Success through Data*

MARS 2023

A T O U T
F R A N C E
Agence de développement
touristique de la France

Données collectées du 03/03 au 15/03/2023



A man in a light-colored shirt and dark pants is looking through binoculars in a field of tall grass. The image is dimmed and serves as a background for the text.

A propos du baromètre



Rappel : le contexte de ce baromètre

Mesurer et comprendre l'impact du contexte (Covid-19, contexte géopolitique, économique) sur les intentions de voyage



- En 2020, l'épidémie de Covid-19 a durement frappé l'ensemble des rouages de l'industrie du tourisme dans le monde. Dans ce contexte, Atout France a souhaité **lancer une étude** permettant de mesurer les **intentions de voyages** auprès des **voyageurs actifs*** sur les principaux marchés émetteurs de touristes en France. L'objectif consiste à évaluer le niveau de la demande sur ses principaux marchés et de la contextualiser : types de destinations / expériences envisagées, hébergements et activités projetées...
- Au-delà du contexte sanitaire, il convient également de prendre en compte la **situation géopolitique mondiale**, en particulier **le conflit** qui fait rage entre la **Russie et l'Ukraine**. En effet, le conflit militaire débuté en février 2022 induit potentiellement des **craintes sécuritaires** mais fait aussi peser un risque réel sur **l'économie mondiale** (augmentation des coûts de l'énergie - de transports notamment - et plus généralement une inflation mondiale, entamée avant la crise, faisant planer la menace d'une récession et d'un impact conséquent pour le **pouvoir d'achat** des ménages). Autant de facteurs qui peuvent **influencer les intentions de voyage des marchés émetteurs** de touristes vers la France.

→ Dans ce contexte incertain, il apparaît essentiel de mesurer les intentions de voyage à l'international de manière périodique pour décrypter les possibles comportements des marchés clés pour la destination France et alimenter ainsi régulièrement les partenaires d'Atout France afin de guider au mieux la stratégie.

(*) Voyageurs actifs : Individus ayant réalisé au moins un séjour de loisir / des vacances en hébergement marchand à l'étranger depuis 2019.



Exemple de question posée sur le marché britannique

Since 2019, have you traveled abroad to stay in paid accommodation (hotel, campsite, vacation resort, furnished property, B&B...) for leisure?

By 'leisure', we mean taking a holiday, visiting somewhere to enjoy yourself, going on a city-break, travelling to a special occasion or even taking part or attending an event be it for sport, culture...

Yes, several times

Yes, once

No

NEXT

8%

RAPPEL DES PRINCIPALES SPECIFICATIONS DE L'ETUDE POUR CETTE VAGUE

- **10 marchés étudiés en mars 2023** : Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Suisse, Italie, Espagne, Etats-Unis, Japon et Chine.
- **Dates d'interrogation** : du **3 au 15 mars 2023**.
- **Mode de recueil** : Questionnaire auto-administré sur **Access Panel en ligne**.
- **Cible interrogée** : Voyageurs actifs, i.e. ayant réalisé au moins un séjour de loisir en hébergement marchand à l'étranger depuis 2019.
- Taille de l'échantillon : **4 000 enquêtes** au total (400 enquêtes sur chacun des 10 marchés étudiés).
- **Questionnaire** : il comprend **une douzaine de questions** (hors éléments sociodémographiques). Le questionnaire est online responsive (compatible PC / tablette / mobile) et inclut un contrôle qualité sur la durée de remplissage et des tests de cohérence. Il est disponible dans l'ensemble des langues impliquées par les marchés étudiés : français, anglais, allemand, italien, espagnol, néerlandais, japonais et chinois. En Belgique, il est proposé en français et en flamand ; en Suisse, en français, allemand et italien.

A RETENIR !

Le niveau des réservations pour la période printemps – été est élevé : de quoi être optimiste pour la saison qui s’annonce !

- Si dans l’ensemble les **intentions de séjour sont proches des scores observés il y a un an** et sans évolution significative (à l’exception du marché suisse qui gagne 5 pts), l’on note une différence d’importance : la **transformation des intentions de séjour à horizon 6 mois en réservations effectives progresse sensiblement sur de nombreux marchés** : en Belgique (+11 pts), en Allemagne (+9 pts), en Suisse (+6 pts), en Espagne (+6 pts) et aux Etats-Unis (+5 pts), signe d’un **niveau de confiance** des ménages qui s’améliore encore. De quoi être optimiste pour les mois qui viennent.
- Le **tourisme intérieur tend à reculer**, notamment sur les marchés britanniques et néerlandais ; à l’inverse, **les voyages long-courriers reprennent de la vigueur** au Royaume-Uni, en Belgique, en Allemagne et en Italie. C’est aussi le cas **en Chine : 40% « seulement » envisagent le marché intérieur** alors que le niveau moyen observé en 2020-2021 était compris entre 60% et 70% lorsque les frontières étaient très fermées (politique zéro Covid-19...) : **le marché chinois devrait faire son retour vers l’Europe et la France** dans les prochains mois !
- Les **intentions de séjour vers la France sont assez stables** en comparaison avec mars 2022 sur les marchés britannique, allemand, suisse et américain. Elles **progressent sur les marchés néerlandais, chinois et japonais** ; à l’inverse, **elles reculent sur les marchés belges** (ces derniers étant plus nombreux à envisager un séjour hors de l’Europe) **et espagnols**. Parmi les chinois qui envisagent un séjour de loisir au cours des 6 prochains mois, la France est envisagée par environ 3 répondants sur 10.
- **Paris Ile-de-France est la région qui attire le plus**, notamment les **marchés lointains** (USA, Chine, Japon) et les **marchés d’Europe du Sud** (Espagne et Italie) ; la **Provence-Alpes Côtes d’Azur arrive en 2nde position** sur les marchés d’Europe de l’ouest et du sud. Environ la moitié des intentionnistes vers la France issus des marchés européens envisagent leur **séjour à court terme, au printemps**. Cette proportion monte à 72% parmi les marchés lointains, avec 38% des séjours de loisir envisagés durant le mois de mai !



Les destinations urbaines à nouveau plébiscitées : Paris pourrait bien en profiter !



- Si le littoral obtient les faveurs des marchés d'Europe de l'Ouest pour le prochain séjour de loisir envisagé, les **destinations urbaines renouent avec des niveaux élevés en comparaison à mars 2022**, tirées par les marchés d'Europe du Sud et lointains.
- **Paris enregistre une hausse importante sur les marchés lointains dû au rebond du marché chinois !** Une clientèle que les professionnels doivent se préparer à accueillir à nouveau...

- **L'hôtellerie domine sur les marchés internationaux** (notamment sur les marchés asiatiques) et progresse sur le marché suisse. Les **marchés néerlandais et allemand sont moins nombreux à envisager des séjours affinitaires** et à loger dans la famille ou chez des amis. La **recherche d'autonomie** (camping-car, van) **semble aussi moins d'actualité qu'en forte situation pandémique** parmi les voyageurs britanniques et belges.
- Avec les beaux jours qui se profilent, le **farniente est l'activité plébiscitée**, de même que **profiter d'activités en milieu naturel**. Les **visites culturelles progressent** sur les marchés d'Europe de l'Ouest en comparaison à mars 2022 (+4 pts), de même que le **temps pour soi** (activités bien-être, SPA, thermalisme) ; à l'inverse, **l'évitement de zones fréquentées continue à reculer** (-3 pts).
- Les **budgets moyens envisagés par jour et par personne** sur les marchés européens (et britannique) se situent dans une **fourchette comprise entre 138 € et 177 €** (valeur la plus haute relevée parmi les britanniques). Sur les marchés lointains, **ce sont les américains qui envisagent la dépense journalière par pax la plus élevée (244 €)**. Logiquement, les **dépenses envisagées progressent sensiblement lorsque l'on se concentre sur les répondants qui envisagent leur prochain séjour de loisir en Europe** (en dehors de leur pays de résidence), et ce de manière marquée pour les **marchés lointains** : ainsi, le budget moyen / jour / pax atteint **314 € pour les américains et 198 € pour les chinois**.



PLUS D'INFORMATIONS ? N'HESITEZ PAS A NOUS CONTACTER !

Nous sommes leader dans la mesure de la compétitivité des destinations et 100% dédié au secteur du tourisme.

Notre point de vue est résolument international.

Nos méthodologies sont endossées et primées par les organisations majeures du tourisme international.

Nous associons les enquêtes traditionnelles avec une analyse maîtrisée de la Big Data pour des études plus riches.

Des tableaux de bord en temps réel à l'analyse des tendances de long terme, le périmètre et les données dont votre destination a besoin !



- SATISFACTION DES CLIENTELES
- E-REPUTATION DES DESTINATIONS
- SENTIMENT DES RESIDENTS
- ANALYSE DES DEPENSES
- TENDANCES SECTORIELLES