

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

RESTEZ CONNECTÉS

LES
RENDEZ-VOUS
DU CRT

RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

EN 2022, UN NOUVEAU PROGRAMME DES RDV DU CRT

6 THÈMES

- 1 - Point sur le **tourisme international** – 27 janvier
- 2 - Réussir ses **recrutements** pour travailler en toute sérénité – 15, 16 et 17 mars
- 3 - **Gestion des flux touristiques** : quelles solutions pour mieux répartir les visiteurs ?
10, 11 et 12 mai
- 4 - Quoi de neuf chez **Google** pour les acteurs du tourisme - 20,21 et 22 septembre
- 5 - **Etudes et observation** : quels outils pour mieux appréhender le secteur du tourisme ?
18, 19 et 20 octobre
- 6 - Tour d'horizons des **tendances 2023** et solutions pratiques pour y répondre - 22 nov.

Rendez-vous du CRT n°1
27 Janvier 2022- 14h

POINT SUR LE TOURISME INTERNATIONAL EUROPE DU SUD/ AMERIQUES

2022

En partenariat avec



RDV DU CRT – 27 JANVIER 2022 – 14H À 16H

PROGRAMME

ZONE EUROPE DU SUD

- Fréquentation en région
Allemagne, Suisse, Italie, Espagne,
Autriche, République Tchèque Yannick LE MAGADURE – CRT 10 mn
- Questions-Réponses Frédéric MEYER – Atout France 40 mn
- Questions-Réponses 10 mn

ZONE AMERIQUES

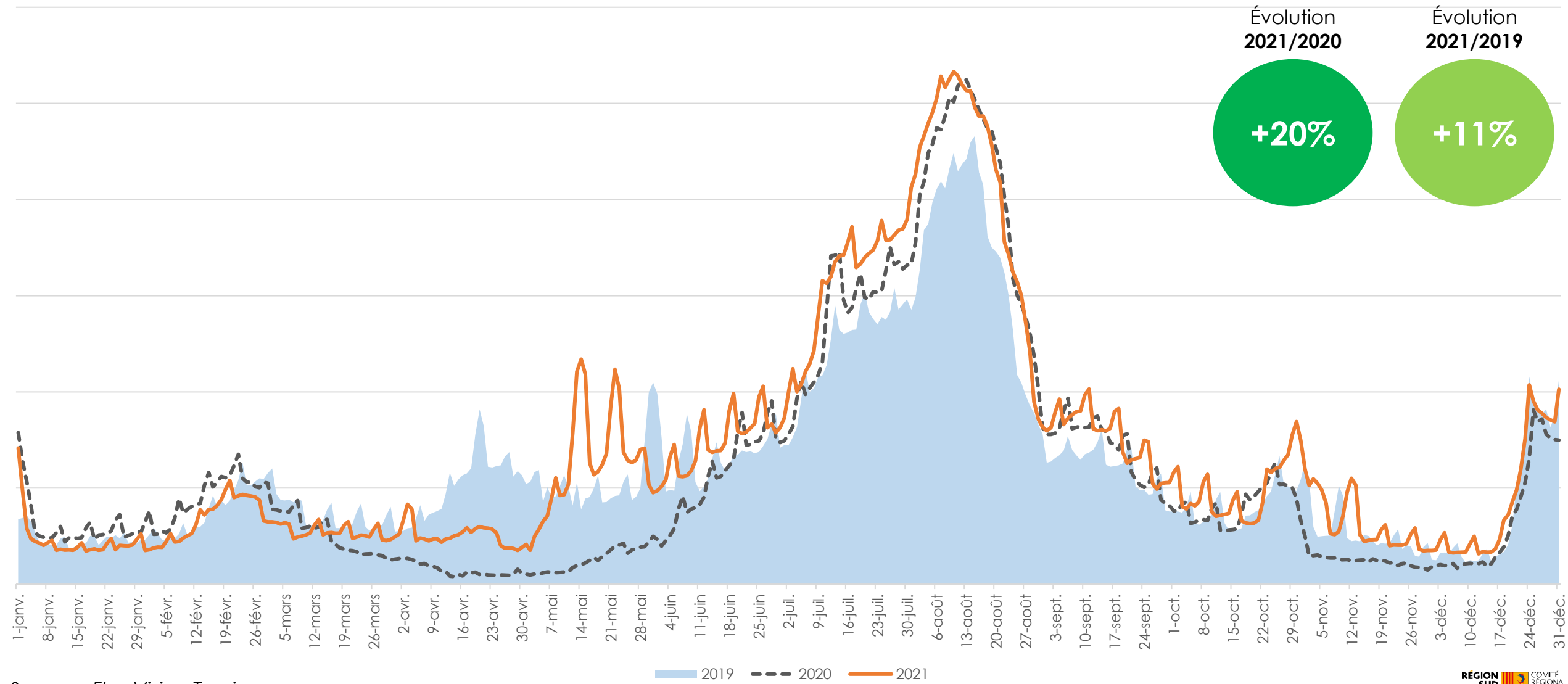
- Fréquentation en région Yannick LE MAGADURE - CRT 5 mn
- USA, Canada, Brésil, Mexique Anne-Laure TUNCER – Atout France 40 mn
- Questions-Réponses 10 mn

EN PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

CE QUE NOUS DISENT LES CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

FRANÇAIS EXTRARÉGIONAUX

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD



Source : Flux Vision Tourisme

GLOBAL INTERNATIONAL

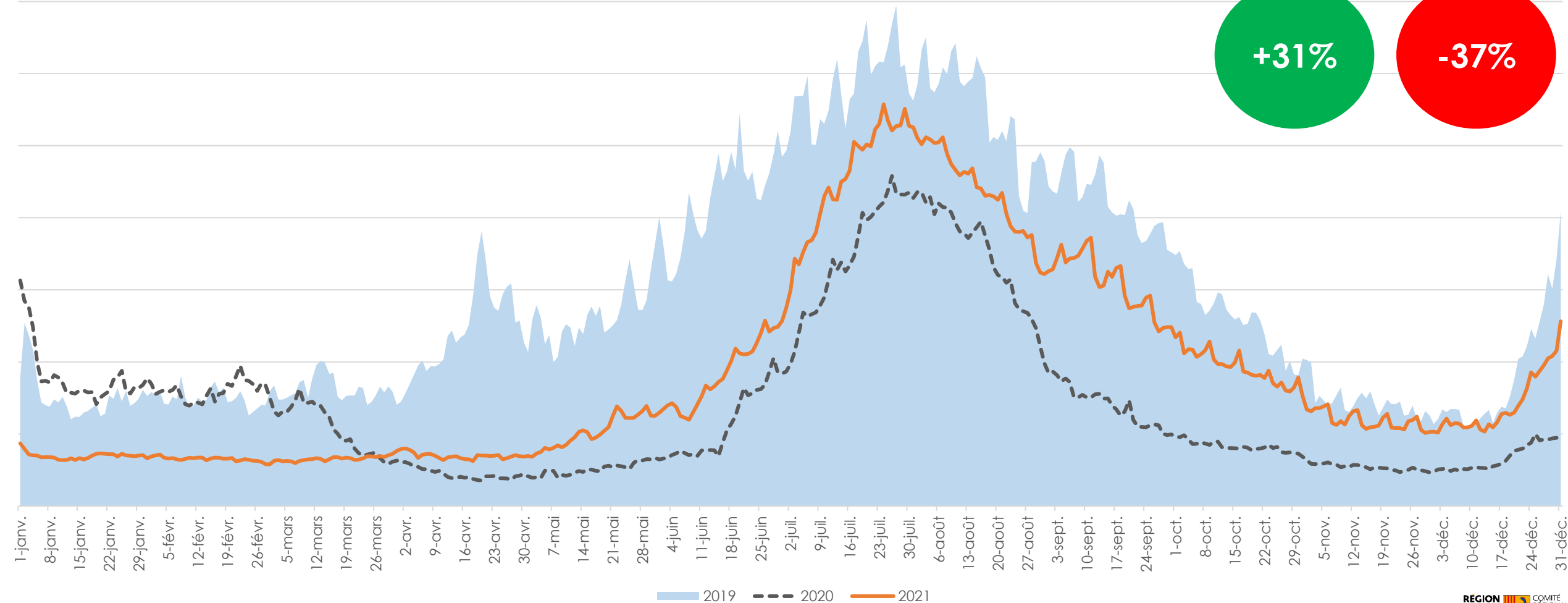
LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD

Évolution
2021/2020

+31%

Évolution
2021/2019

-37%



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ ALLEMAND

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD

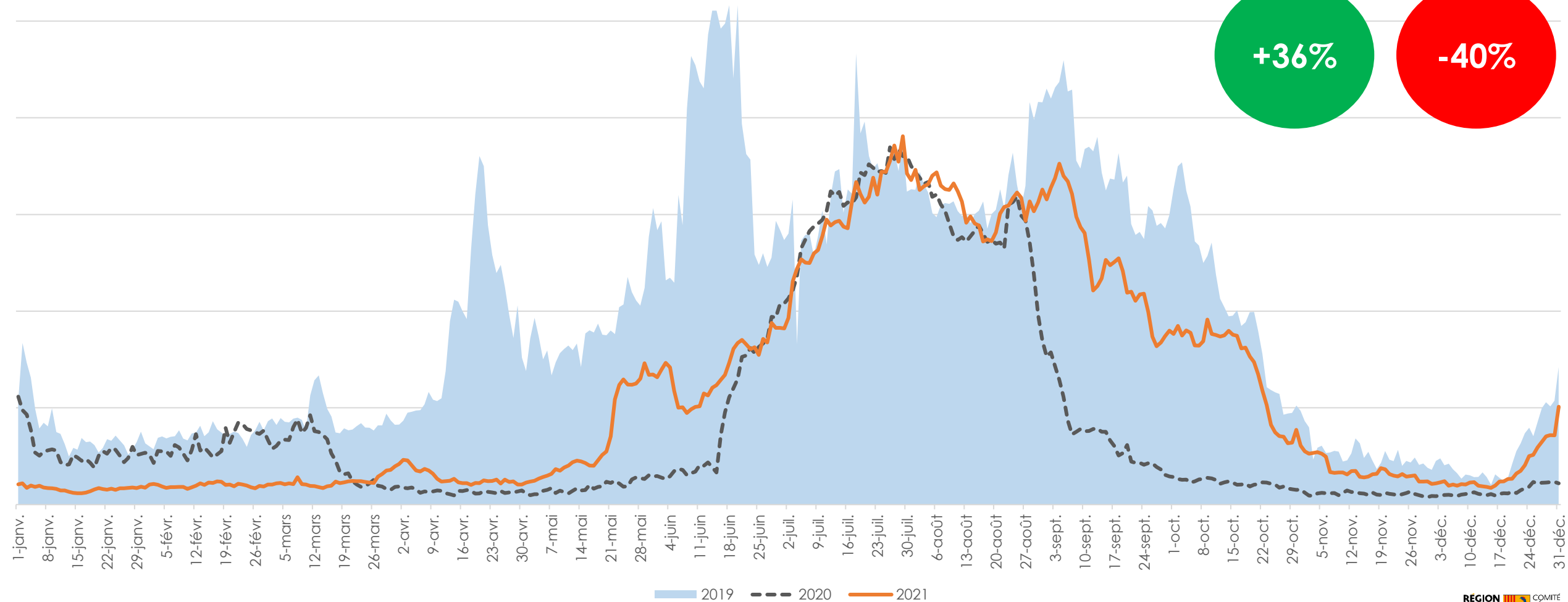


Évolution
2021/2020

+36%

Évolution
2021/2019

-40%



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ ALLEMAND

LA FRÉQUENTATION HÔTELS & CAMPINGS EN RÉGION SUD



4^{ème} clientèle internationale
947 000 nuitées en 2019
+2% depuis 2014

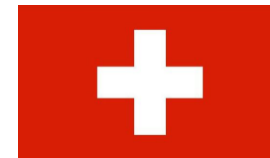


2^{ème} clientèle internationale
1 652 000 nuitées en 2019
+18% depuis 2014



MARCHÉ SUISSE

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD

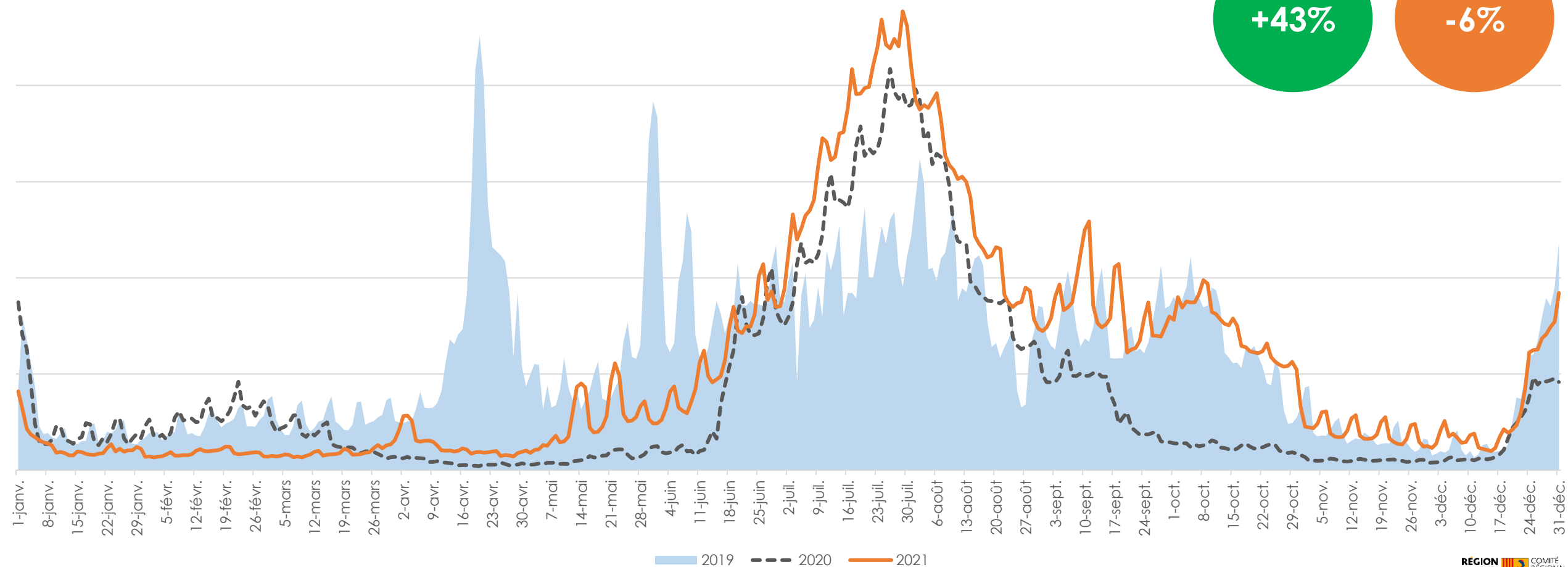


Évolution
2021/2020

+43%

Évolution
2021/2019

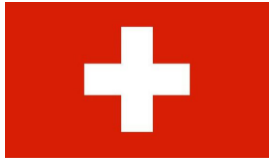
-6%



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ SUISSE

LA FRÉQUENTATION HÔTELS & CAMPINGS EN RÉGION SUD



5^{ème} clientèle internationale
556 000 nuitées en 2019
+5% depuis 2014



5^{ème} clientèle internationale
339 000 nuitées en 2019
+7% depuis 2014

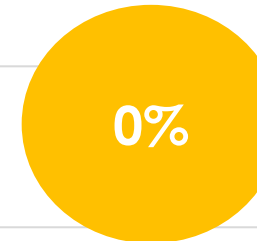


MARCHÉ ITALIEN

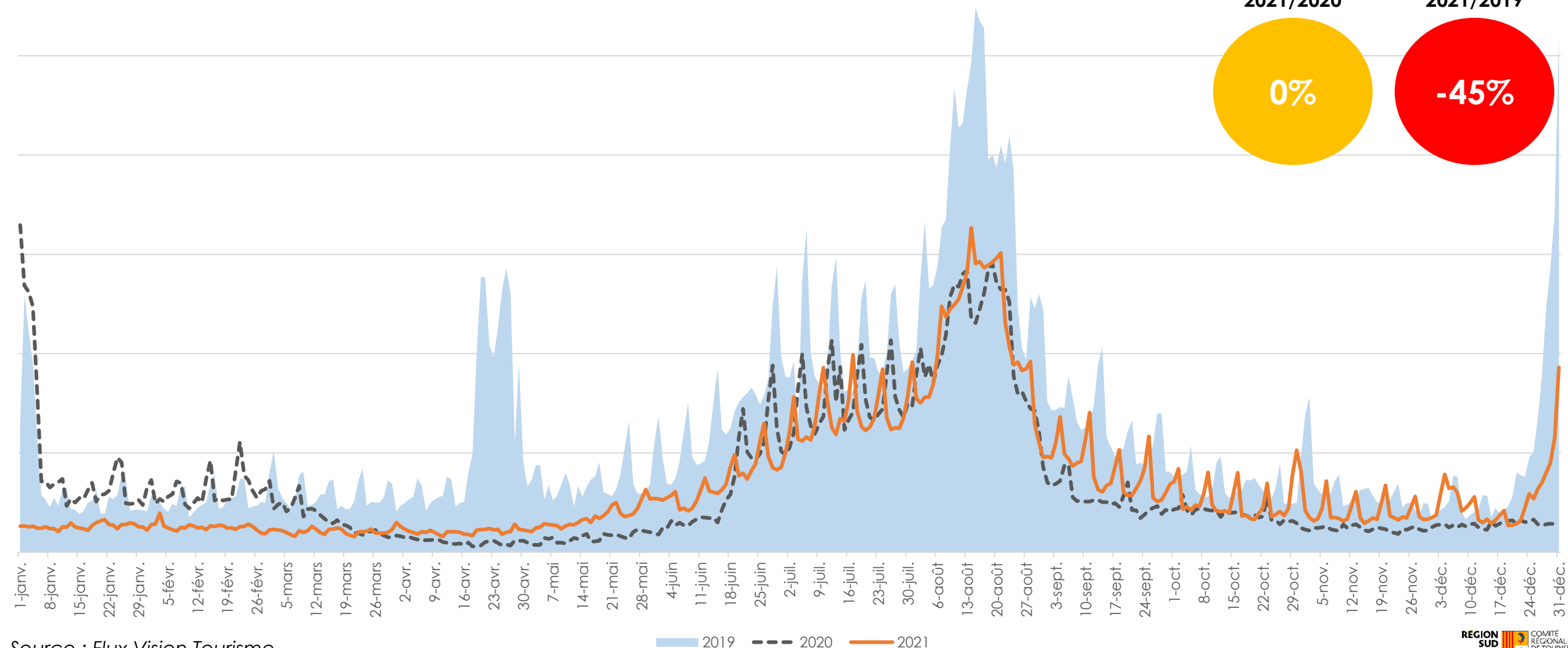
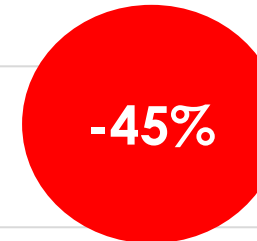
LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD



Évolution
2021/2020



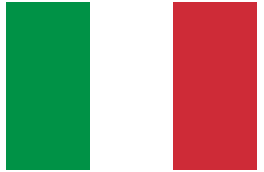
Évolution
2021/2019



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ ITALIEN

LA FRÉQUENTATION HÔTELS & CAMPINGS EN RÉGION SUD



3^{ème} clientèle internationale
950 000 nuitées en 2019
-7% depuis 2014



6^{ème} clientèle internationale
286 000 nuitées en 2019
-19% depuis 2014

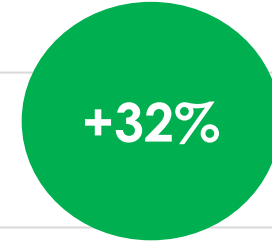


MARCHÉ ESPAGNOL

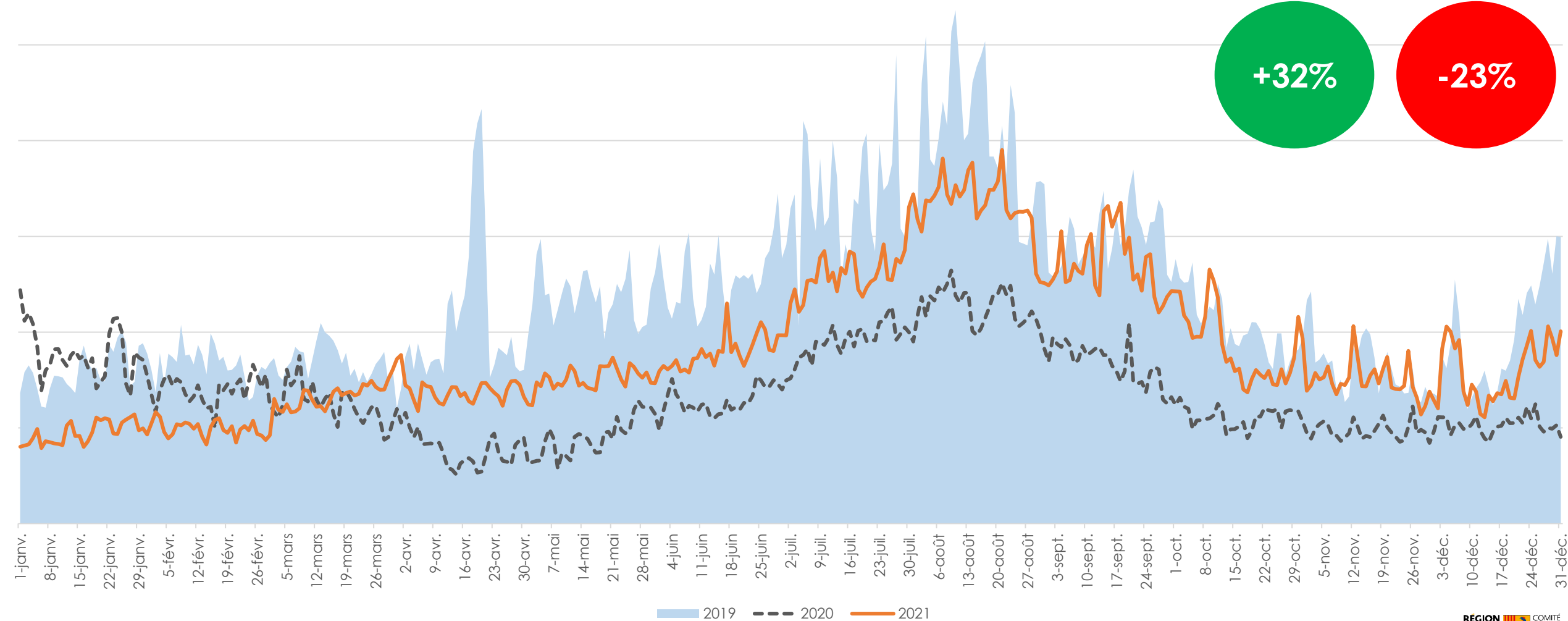
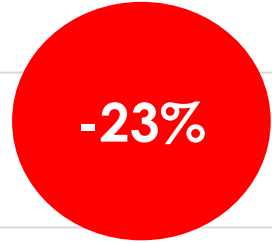
LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD



Évolution
2021/2020



Évolution
2021/2019



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ ESPAGNOL

LA FRÉQUENTATION HÔTELS & CAMPINGS EN RÉGION SUD



7^{ème} clientèle internationale
374 000 nuitées en 2019
+20% depuis 2014



8^{ème} clientèle internationale
64 000 nuitées en 2019
+39% depuis 2014



MARCHÉ AUTRICHIEN

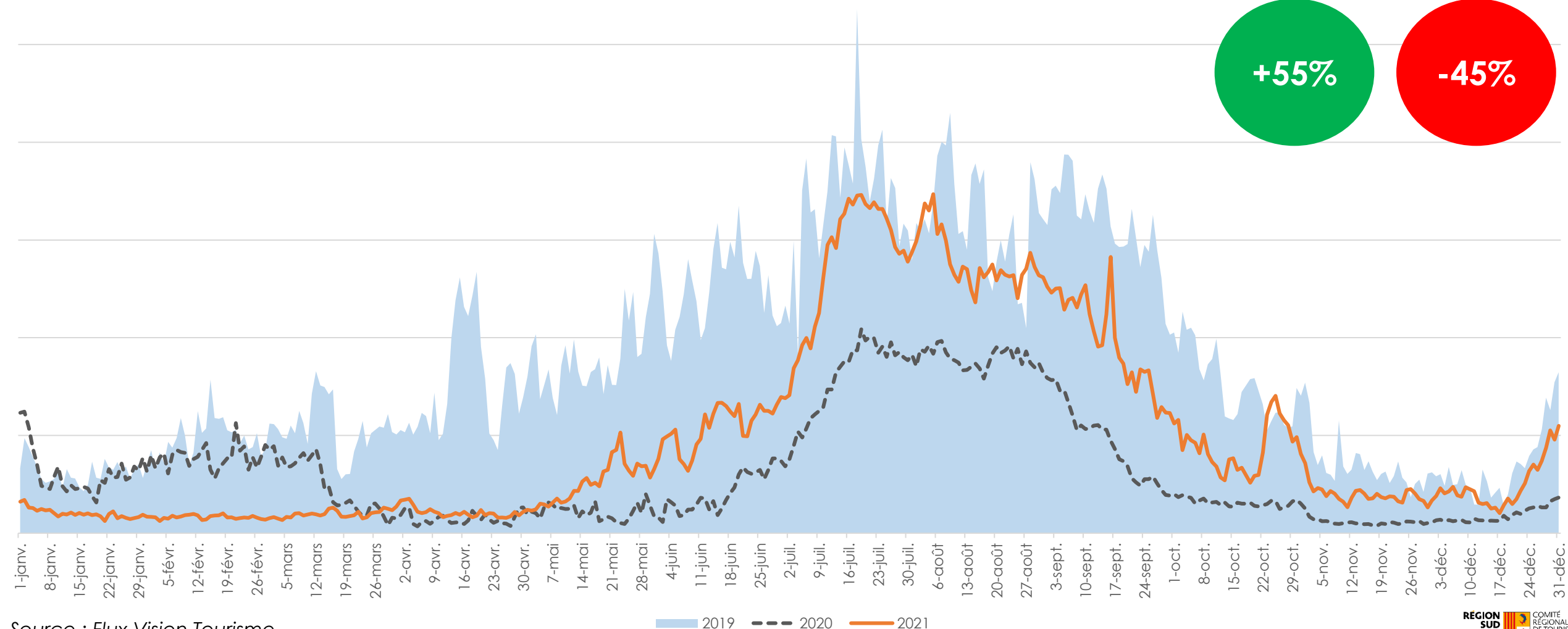
LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD

Évolution
2021/2020

+55%

Évolution
2021/2019

-45%



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ AUTRICHIEN

LA FRÉQUENTATION HÔTELS & CAMPINGS EN RÉGION SUD



16^{ème} clientèle internationale
114 000 nuitées en 2019
+5% depuis 2015



10^{ème} clientèle internationale
43 000 nuitées en 2019
-4% depuis 2016



MARCHÉ TCHÈQUE

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD

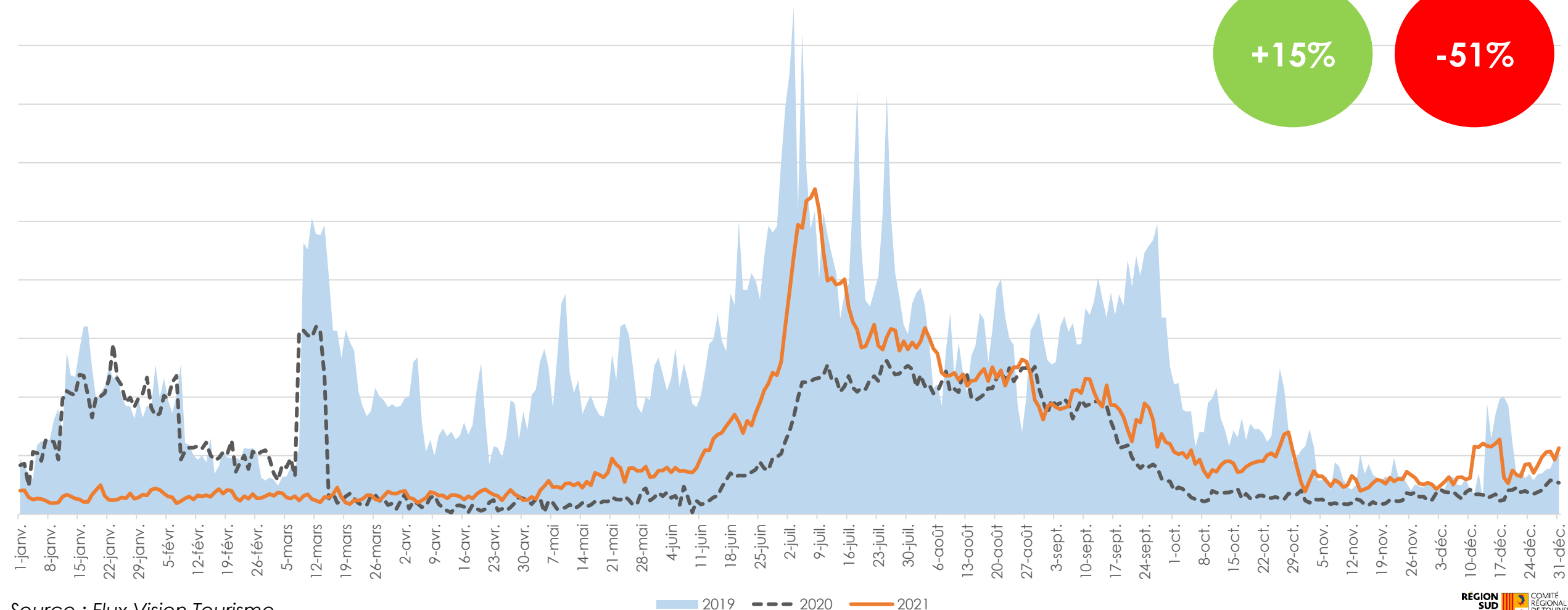


Évolution
2021/2020

+15%

Évolution
2021/2019

-51%



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ TCHÈQUE

LA FRÉQUENTATION HÔTELS & CAMPINGS EN RÉGION SUD



27^{ème} clientèle internationale
43 000 nuitées en 2019
-4% depuis 2015



13^{ème} clientèle internationale
14 000 nuitées en 2019
-33% depuis 2016





ZONE EUROPE DU SUD – ALLEMAGNE/ SUISSE/ ITALIE/
ESPAGNE/ AUTRICHE/ REPUBLIQUE TCHEQUE

FRÉDÉRIC MEYER
ATOUT FRANCE

PRÉSENTATION DE MARCHÉ ATOUT FRANCE ZONE EUROPE DU SUD

ALLEMAGNE – AUTRICHE – ESPAGNE – GRÈCE – ITALIE – PORTUGAL – RÉPUBLIQUE TCHÈQUE - SUISSE



27 JANVIER 2022



SOMMAIRE

- 1 INTRODUCTION
- 2 CONJONCTURE ECONOMIQUE
- 3 SITUATION SANITAIRE ET MOBILITÉ INTERNATIONALE
- 4 IMPACT SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE
- 5 TENDANCES 2022
- 6 ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS 2022

1. INTRODUCTION

EUROPE DU SUD



ALLEMAGNE | POLOGNE



AUTRICHE | EUROPE CENTRALE



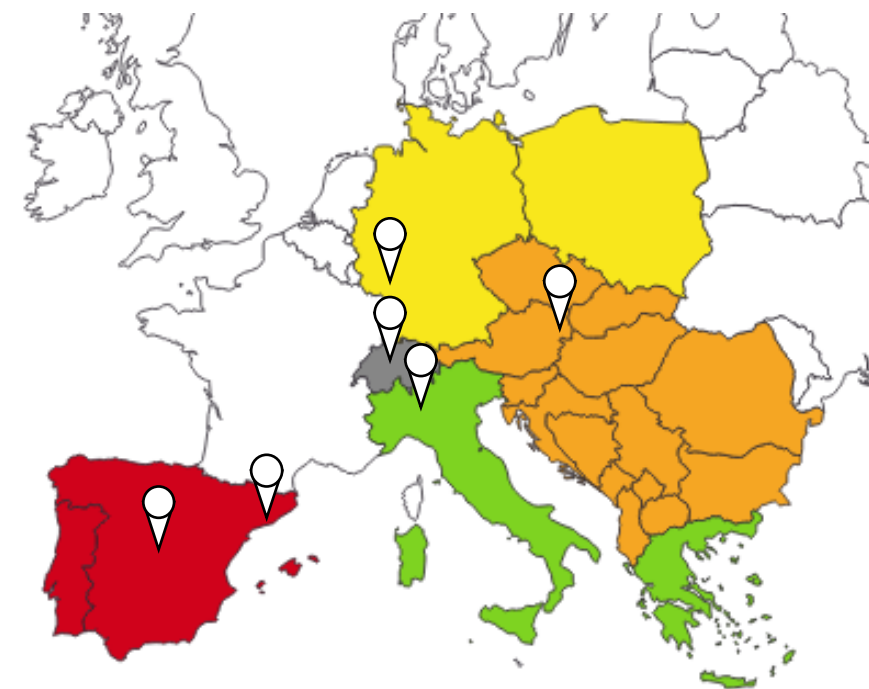
ESPAGNE | PORTUGAL



ITALIE | GRÈCE



SUISSE



- 17 marchés d'intervention
- 50 Collaborateurs
- 610 actions menées (2019)

INTRODUCTION

⇒ EUROPE DU SUD

VOLUMES

ARRIVÉES

37M

41,4%

NUITÉES

220M

36,9%

RECETTES

18,5MDS €

35,5%

PRINCIPAUX ATOUTS

- LA PROXIMITÉ DE LA DESTINATION FRANCE
- ACCESSIBILITÉ AÉRIENNE ET FERROVIAIRE
- UNE MAJORITÉ DE REPEATERS
- UNE MIXITÉ DE CLIENTÈLES EN TOUTE SAISON
- DES TOURISTES A FORT POUVOIR D'ACHAT

**LES CLIENTÈLES DE PROXIMITÉ D'EUROPE DU SUD
SOUTIENNENT L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE FRANÇAISE EN TOUTE SAISON**

INTRODUCTION

⇒ EUROPE DU SUD

ARRIVÉES
NUITÉES
RECETTES

SUISSE
7M – 7,8%
37,5M – 6,3%
5,5Mds € - 10,6%

ALLEMAGNE
12,3M – 13,7%
80,9M – 13,6%
5,13Mds € - 9,8%

POLOGNE
0,6M – 0,7%
4,2M – 0,7%

AUTRICHE
0,5M – 0,6%
3,7M – 6,2%
251M € - 0,5%

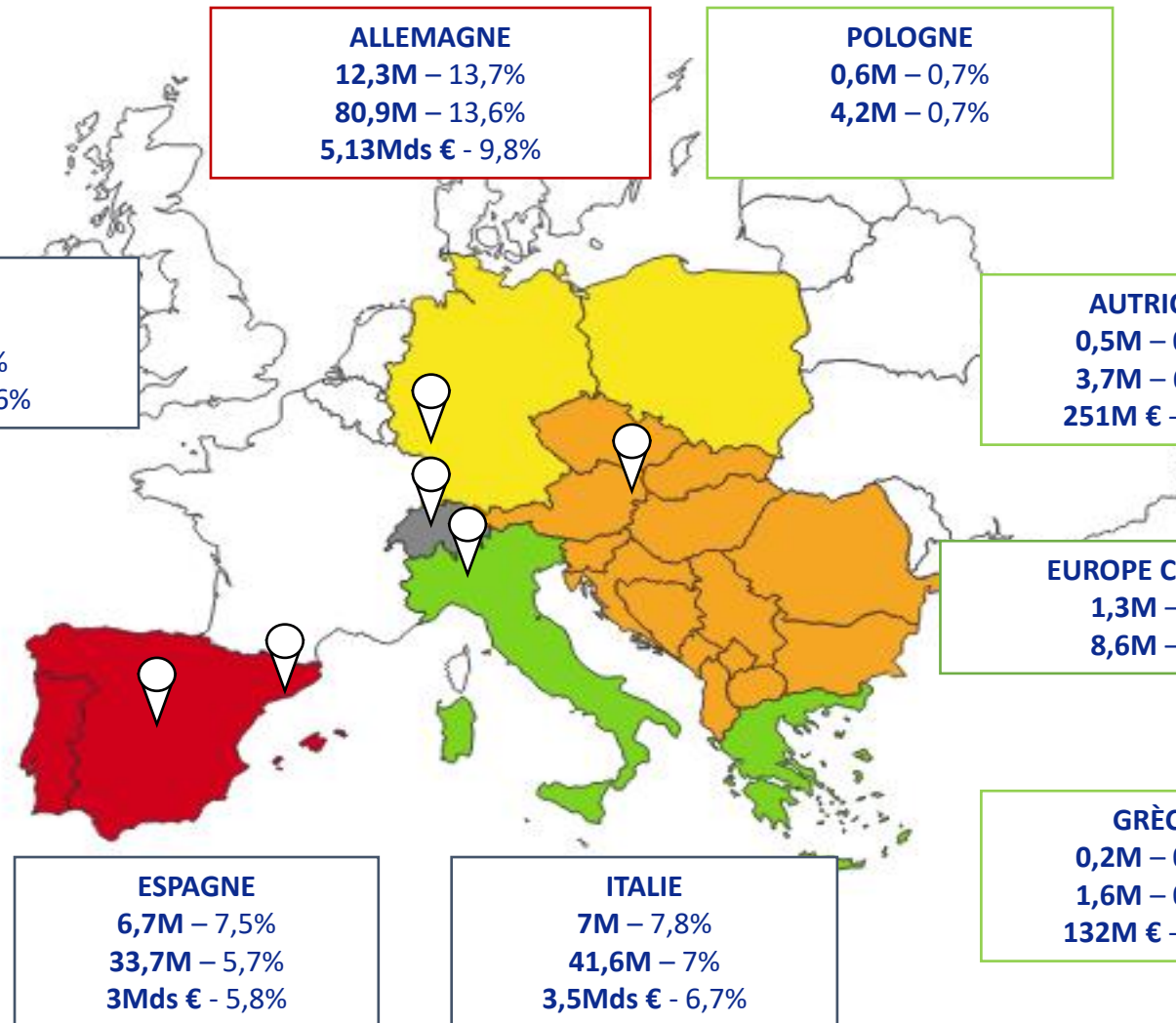
PORTUGAL
1,4M – 1,6%
8,5M – 1,4%
500M € - 1%

EUROPE CENTRALE
1,3M – 1,5%
8,6M – 1,5%

ESPAGNE
6,7M – 7,5%
33,7M – 5,7%
3Mds € - 5,8%

ITALIE
7M – 7,8%
41,6M – 7%
3,5Mds € - 6,7%

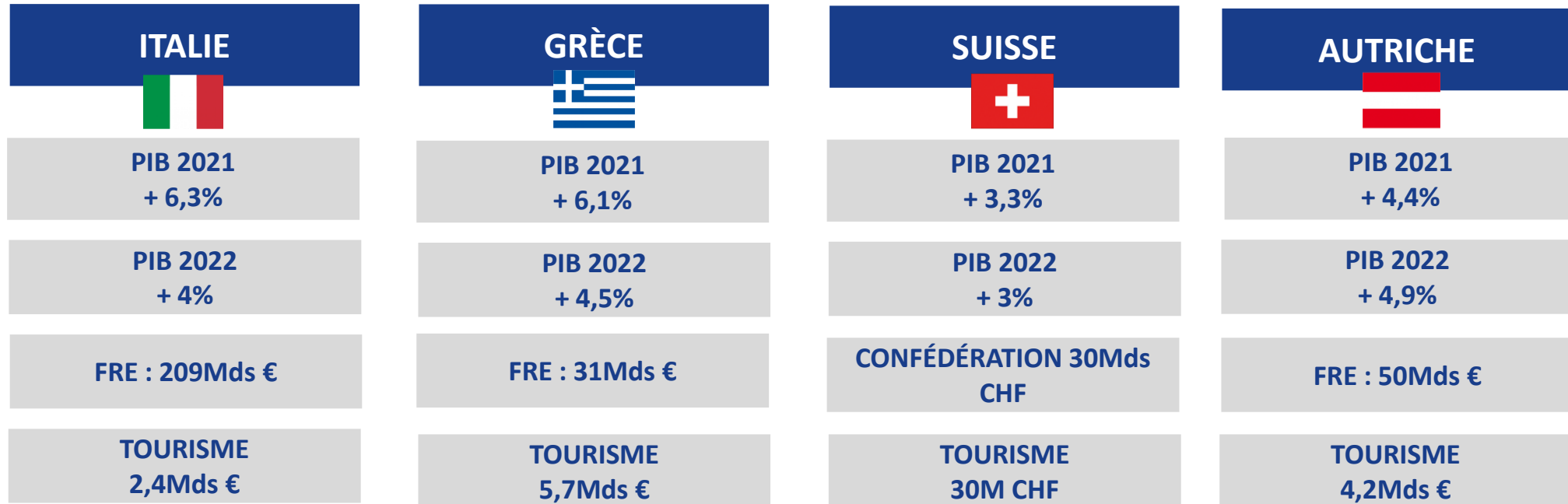
GRÈCE
0,2M – 0,2%
1,6M – 0,3%
132M € - 0,3%



2. CONJONCTURE ECONOMIQUE

CONJONCTURE ECONOMIQUE

⇒ PRÉVISIONS 2022








**DES CROISSANCES ECONOMIQUES SOUTENUES SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS
UN FONDS DE RELANCE EUROPÉEN AVEC DES AIDES DESTINÉES A L'ECONOMIE TOURISTIQUE**

Fonds de relance européen : FRE

CONJONCTURE ECONOMIQUE

⇒ **PRÉVISIONS 2022**

ALLEMAGNE	POLOGNE	RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	ESPAGNE	PORTUGAL
				
PIB 2021 + 2,8%	PIB 2021 + 5,2%	PIB 2021 + 3%	PIB 2021 + 4,5%	PIB 2021 + 4,8%
PIB 2022 + 4%	PIB 2022 + 4,5%	PIB 2022 + 4,4%	PIB 2022 + 5,8%	PIB 2022 + 5,8%
FRE : 25,6Mds €	FRE : NON DÉBLOQUÉ	FRE : 191,4Mds €	FRE : 140Mds €	FRE : 16,6Mds €
TOURISME Mds €	TOURISME Mds €	TOURISME Mds €	TOURISME 3,4Mds €	TOURISME 665M €

FONDS DE RELANCE EUROPÉEN :

➤ **663,6Mds €** pour les marchés de la zone **Europe du Sud (88,5% du FRE)**

- A l'exception de la Pologne et de la Suisse

3. SITUATION SANITAIRE ET MOBILITÉ INTERNATIONALE

SITUATION SANITAIRE ET MOBILITÉ INTERNATIONALE

⇒ Europe du Sud

1^{ER} CYCLE VACCINAL

-  1. Portugal **89,1%**
-  2. Espagne **80,8%**
-  3. Italie **80%**

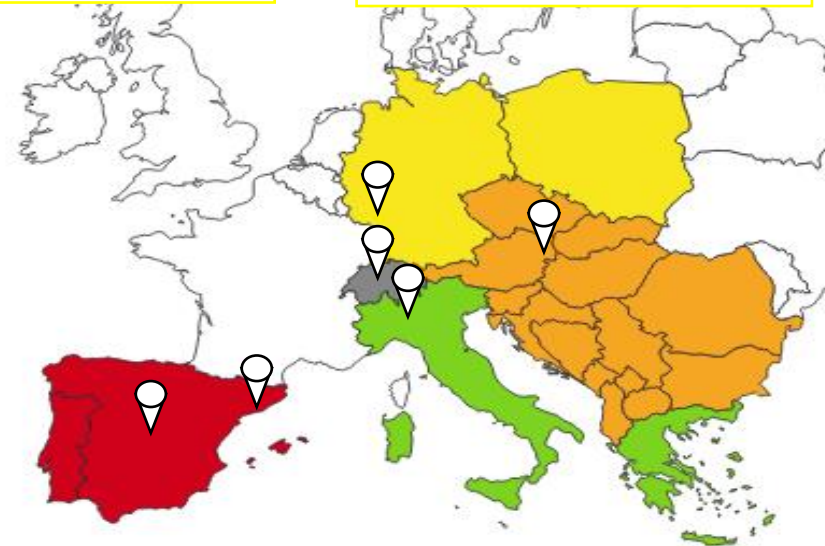
3^{ÈME} DOSE

-  1. Italie **51,8%**
-  2. Allemagne **50,8%**
-  3. Autriche **46,1%**

ALLEMAGNE
 3^{ème} dose : libre choix
 Pass sanitaire (Landers) : indéterminé
 2^{ème} dose : 73,5%
 3^{ème} dose : 50,8%
 Pas de Pass Vaccinal

POLOGNE
 3^{ème} dose : 5 mois
 Pass sanitaire : indéterminé
 2^{ème} dose : 56,9%
 3^{ème} dose : 25,2%
 Pas de Pass Vaccinal

SUISSE
 3^{ème} dose : 4 mois
 Certifiat Covid : 9 mois
 2^{ème} dose : 68,4%
 3^{ème} dose : 37,4%
 Pas de Pass vaccinal



PORTUGAL
 3^{ème} dose : 6 mois
 Pas de Pass sanitaire
 2^{ème} dose : 89,1%
 3^{ème} dose : 42,9%
 Pas de Pass Vaccinal

AUTRICHE
 3^{ème} dose : 4 mois
 Pass sanitaire : 6 mois
 2^{ème} dose : 72%
 3^{ème} dose : 47,1%
 Pass Vaccinal

ESPAGNE
 3^{ème} dose : 5 mois
 Pas de Pass sanitaire : National
 2^{ème} dose : 80,8%
 3^{ème} dose : 41,5%
 Pas de Pass Vaccinal

ITALIE
 3^{ème} dose : 4 mois
 Pass sanitaire : 6 mois
 2^{ème} dose : 79,99%
 3^{ème} dose : 51,79%
 Pass Vaccinal

GRÈCE
 3^{ème} dose : 6 mois
 Pass sanitaire : 6 mois
 2^{ème} dose : 67,6%
 3^{ème} dose : 43%
 Pass Vaccinal

SITUATION SANITAIRE ET MOBILITÉ INTERNATIONALE

⇒ **Les mesures pour se rendre en France**

POUR SE RENDRE EN FRANCE

Si vous êtes vacciné



Si vous n'êtes pas vacciné



- résultat négatif d'un test PCR ou antigénique de moins de 24h.
- un certificat de rétablissement (valable 6 mois).
- Attestation sur l'honneur : Test + Absence de symptômes

SITUATION SANITAIRE ET MOBILITÉ INTERNATIONALE

⇒ Les mesures pour retourner dans son pays de résidence en provenance de France

ITALIE



Pour se rendre en Italie en provenance de France (jusqu'au 31/01/22)

1/ VOYAGEURS VACCINÉS :

- Test antigénique négatif de – de 24h ou test PCR de – de 48h ;
- Preuve d'un schéma vaccinal complet (valable 9 mois).

2/ VOYAGEURS NON VACCINÉS :

- Test antigénique négatif de – de 24h ou test PCR de – de 48h ;
- Quarantaine de 5 jours, qui ne pourra être interrompue qu'après un test négatif.

3/ VOYAGEURS GUÉRIS :

- Certificat de rétablissement (test PCR positif, datant d'au moins 21 jours et de moins de 6 mois)
- Test antigénique négatif de 24h ou test PCR de 48h

4/ POUR LES MINEURS DE MOINS DE 6 ANS: aucune mesure

GRÈCE



Pour se rendre en Grèce en provenance de France (depuis le 19/12/21)

Test PCR négatif datant de – de 72h (ou d'un test antigénique datant de – de 24h) pour entrer sur le territoire

SUISSE



Pour se rendre en Suisse en provenance de France

1/ VOYAGEURS VACCINÉS

- Remplir le formulaire d'entrée électronique, quel que soit le moyen de transport.
- Résultat négatif d'un test PCR de – de 72h (enfants de <16 ans exemptés). Tests antigéniques de – de 24h acceptés.

2/ VOYAGEURS NON VACCINÉS ET/OU GUÉRIS :

Après l'entrée en Suisse, 2ème test, PCR ou antigénique, entre le jour 4 et 7 (pas nécessaire pour séjour inférieur à 4 jours)

3/ DEPUIS LE 22 JANVIER

Le test n'est plus exigé pour les vaccinés ou guéris

SITUATION SANITAIRE ET MOBILITÉ INTERNATIONALE

⇒ Les mesures pour retourner dans son pays de résidence en provenance de France

AUTRICHE



Pour se rendre en Autriche en provenance de France (depuis le 25/12/21)

- Présenter un schéma de vaccination complet (2 doses min.) ou un certificat de guérison de moins de 6 mois
 - Un test PCR négatif datant de – de 72h
- Les personnes ayant reçu la 3e dose sont dispensées du test PCR

ALLEMAGNE



Pour se rendre en Allemagne en provenance de France (depuis le 23/12/2021)

- Enregistrement auprès des autorités allemandes.

1/ VOYAGEURS VACCINÉS ET GUÉRIS < 3 mois :

- Pas de quarantaine.
- Pour les enfants de <12 ans, quarantaine obligatoire de 5 jours (sauf vaccination).

2/ VOYAGEURS NON VACCINÉS

Pour les non vaccinés, quarantaine de 5 jours min. + test PCR négatif.

POLOGNE



Pour se rendre en Pologne en provenance de France :

1/ VOYAGEURS VACCINÉS ET/OU GUÉRIS

- Pas de restrictions.

2/ VOYAGEURS NON VACCINÉS

- Test PCR/Antigénique de moins de 48 h.

SITUATION SANITAIRE ET MOBILITÉ INTERNATIONALE

⇒ Les mesures pour retourner dans son pays de résidence en provenance de France

REPUBLIQUE TCHEQUE

Pour se rendre en Rép. Tchèque en provenance de France:

- Pass vaccinal complet (3 doses) sinon obligation de présenter un test PCR / antigénique de 48h (2 doses).
- Pour les non vaccinés test négatif avant l'arrivée et 2ème après cinq jours. Exception pour enfants de moins de 12 ans.

ESPAGNE

Pour se rendre en Espagne:

- Présentation du Pass Sanitaire (2 doses) ou test PCR (-72 h) ou antigénique (-48 h).
- Certificat de rétablissement valable pour 180 jours.
- Pass sanitaire via QR Code des autorités de santé du SPTH (www.spth.gob.es/create).

PORTUGAL

Pour se rendre au Portugal :

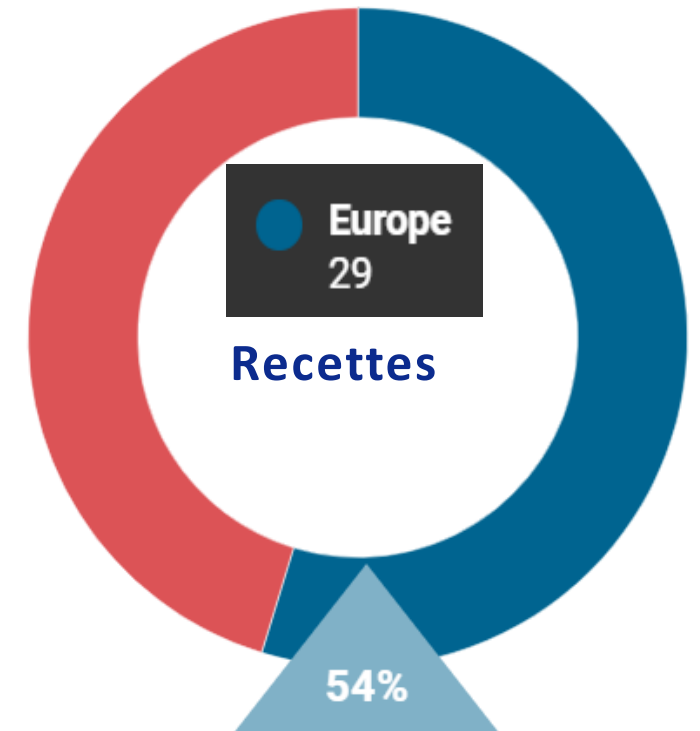
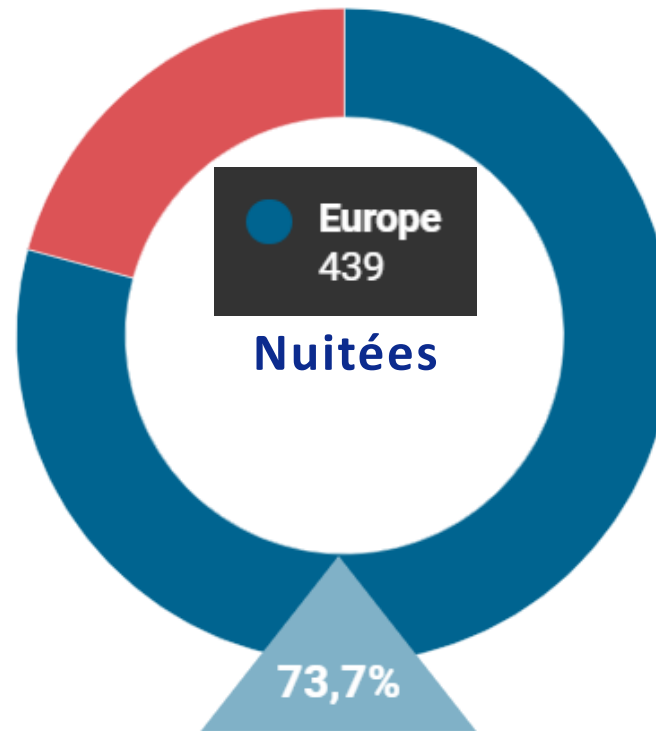
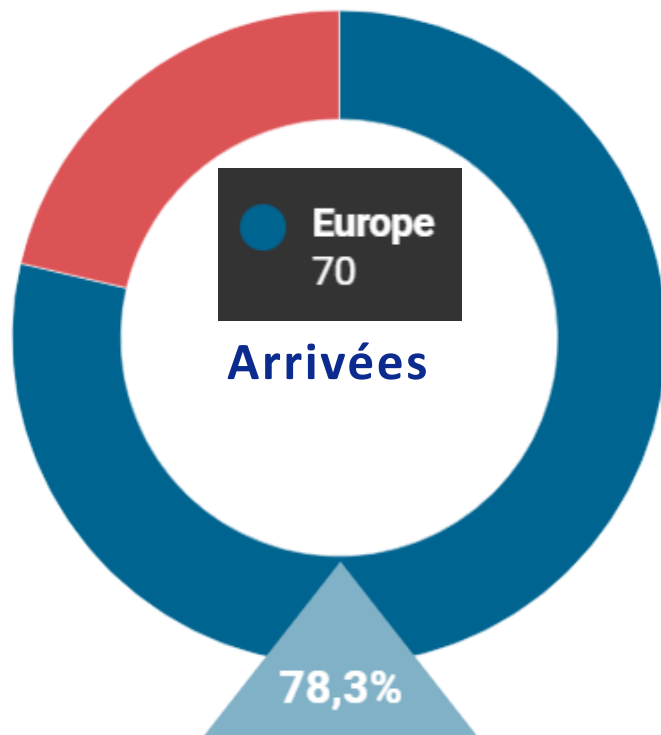
- Test négatif (PCR de 72h ou test antigénique -48h) avant l'embarquement, même s'ils disposent d'un pass sanitaire et d'un schéma vaccinal complet ou présenter le certificat Covid numérique de l'UE sous la forme d'un certificat de test ou de rétablissement de la Covid-19.

4. IMPACT SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

IMPACT SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

⇒ Rappel du poids des marchés européens post-covid19

● Europe
● Hors Europe



Source : DGE, Banque de France, enquête EVE – Données 2018

IMPACT SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

⇒ Le contexte de la reprise de l'activité touristique

INTERNATIONAL



Entre -55% et -67% d'arrivées
de touristes internationaux
par rapport à 2019

Source : OMT, août 2021

NATIONAL



+10% des clientèles
européennes en 2021

Soit 85% des flux internationaux en
2021 contre 75% avant la crise



Entre 3 et 4 ans minimum
pour retrouver les
performances de 2019

Source : Oxford Economics

#ExploreFrance



FLUX
85%



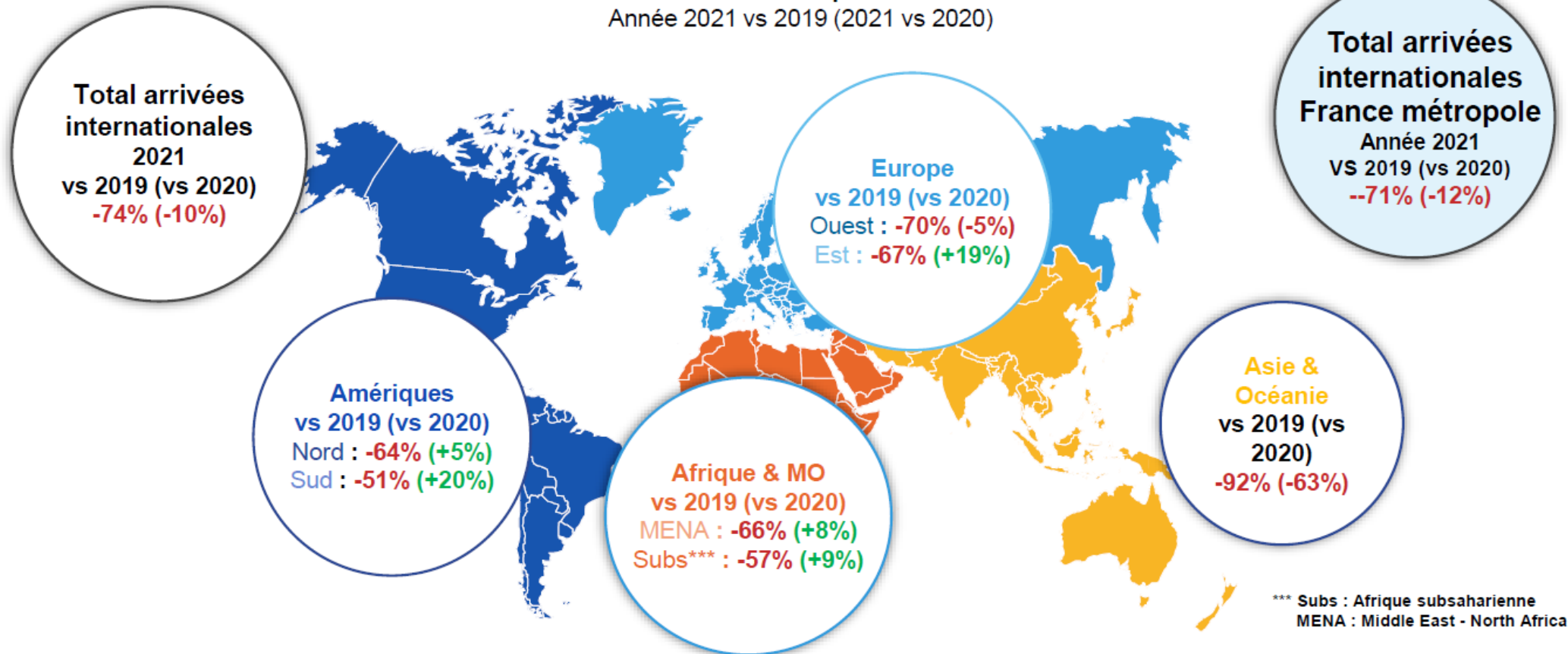
RECETTES
70%



IMPACT SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

⇒ Context international pour l'année 2021 (Vs 2019 et 2020)

Arrivées internationales par sous-continent
Année 2021 vs 2019 (2021 vs 2020)



Arrivées du 1er Jan au 31 Dec 2021 vs 2019 et 2020.



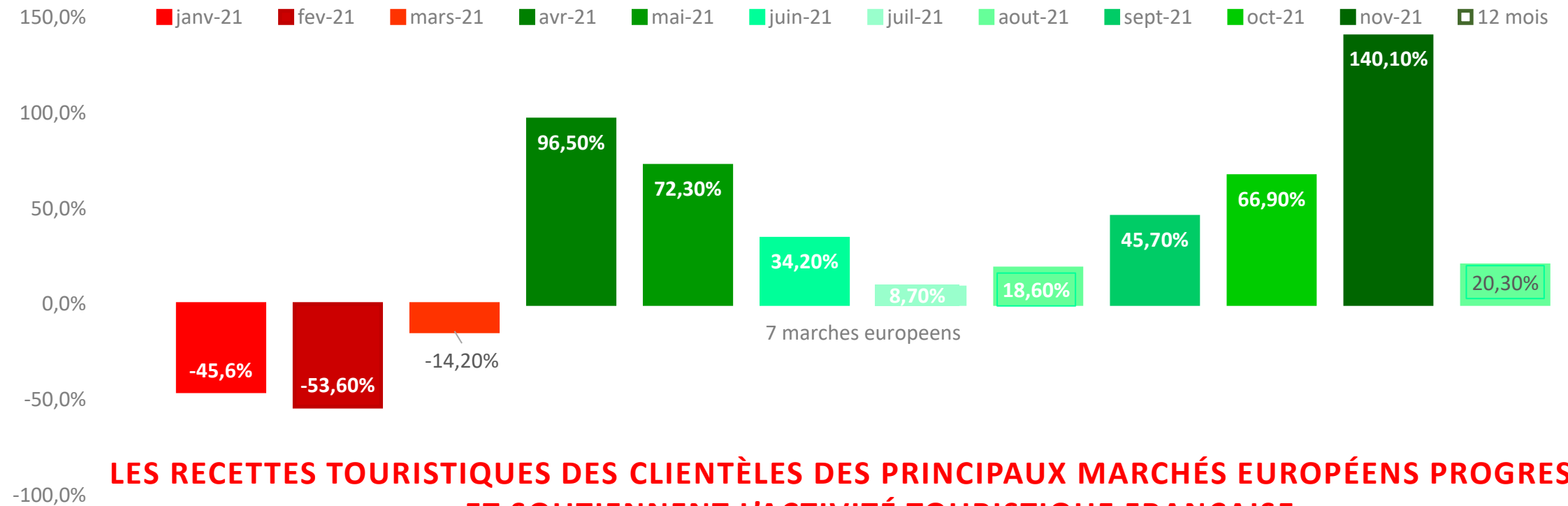
Séjours de 1 à 22 nuits ou plus à destination.



Source: ForwardKeys Air Ticket Data.

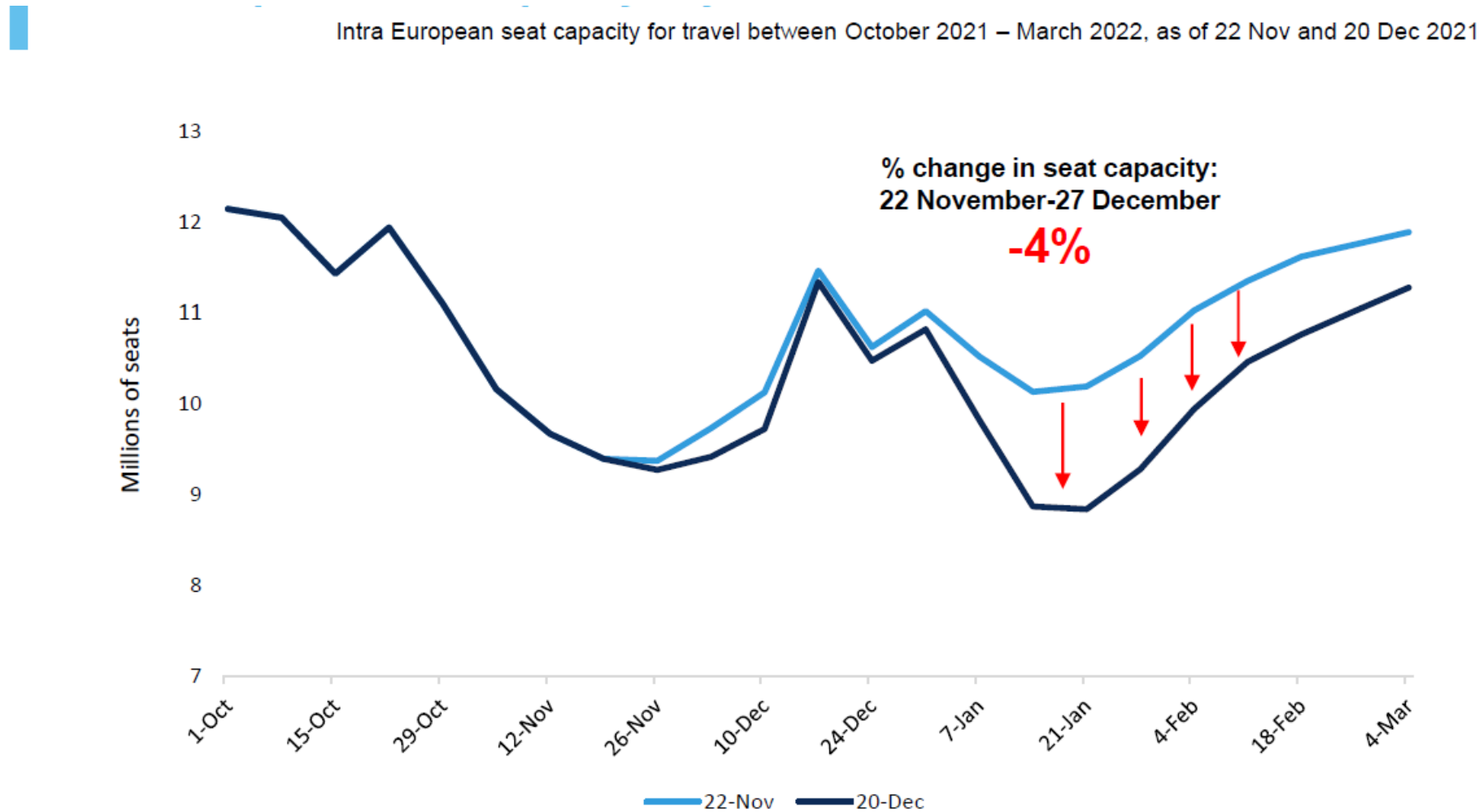
IMPACT SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

⇒ Evolution des recettes touristiques 2021 vs 2020 pour les marchés européens



IMPACT SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

⇒ Capacités du transport aérien en fonction du variant Omicron



5. TENDANCES 2022

TENDANCES 2022

⇒ Une envie de voyager qui prédomine malgré un contexte toujours contraignant



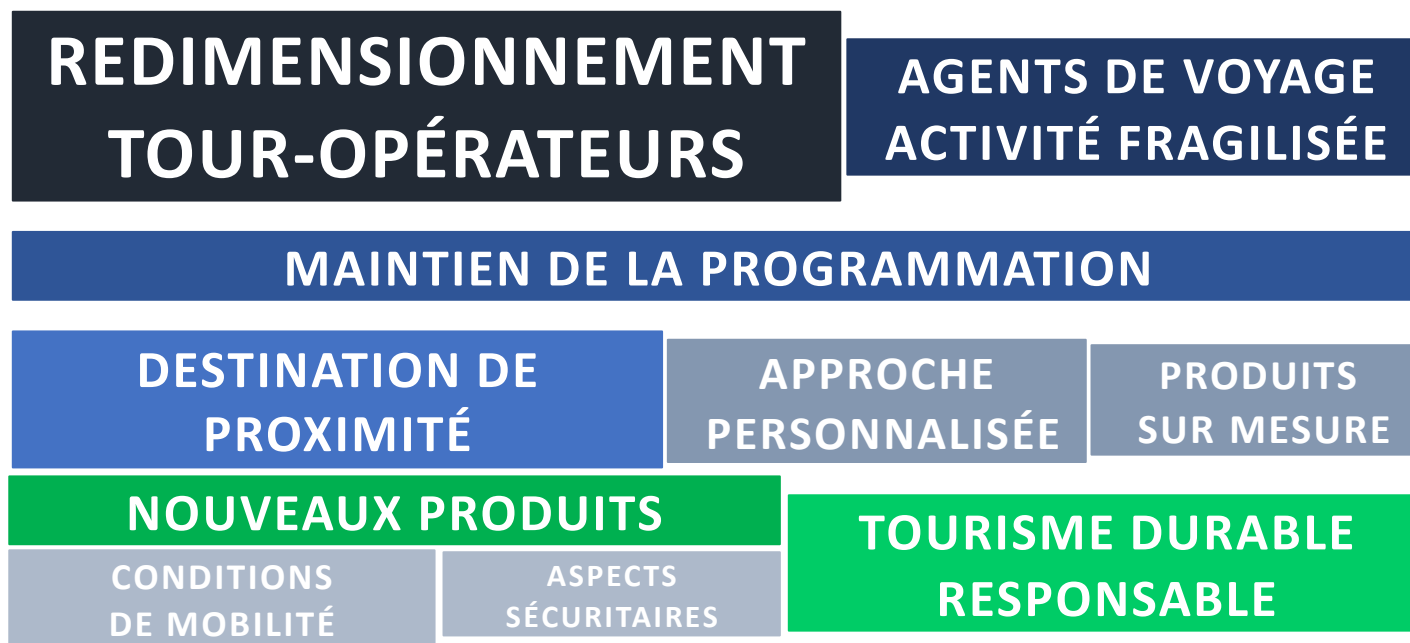
LES NOUVEAUX COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS



TENDANCES 2022

⇒ Une distribution touristique résiliente

LOISIRS



AFFAIRES



DESTINATION FRANCE

TENDANCES 2022

⇒ Des clientèles prioritaires



FAMILLES

Couples voyageant avec des enfants, clientèle fidèle, habituée aux voyages en France.



DINKS

(double income with no kids), Couples voyageant sans enfants, qui constituent les audiences traditionnelles.



MILLENNIALS

(25-34 ans), plus susceptibles de voyager de nouveau plus rapidement et à tout moment.

TENDANCES 2022

⇒ Des thématiques et 1 fil « vert »



NATURES & ITINÉRANCE DOUCE

Grands espaces, montagne, littoral, itinérance douce, sortir des sentiers battus, etc.



CULTURE & PATRIMOINE

Villes, sites culturels, monuments, grands classiques et nouveautés, savoir-faire, etc.



ART DE VIVRE & GASTRONOMIE

œnotourisme, producteurs et circuits courts, partage et rencontres, etc.



UN TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE.

6. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS 2022

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS 2022

⇒ Atout France : plusieurs exigences

**BUREAUX
ATOUT FRANCE**



**Explore
France™**

- MILLENNIALS
- DINKS
- FAMILLES

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS 2022

⇒ Principales actions vers le Grand-public

CAMPAGNES DIGITALES CAMPAGNES MULTIMEDIA E-NEWSLETTERS / RS



BUREAUX ATOUT FRANCE



ITALIE



GRÈCE



ESPAGNE



PORTUGAL



SUISSE



ALLEMAGNE



POLOGNE



AUTRICHE



HONGRIE



RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

ACTIONS SPÉCIFIQUES



EXPLORE GREEN FRANCE

22 AVRIL



MAGAZINE EXPLORE FRANCE

MAI



MAGAZINE EXPLORE FRANCE

MAI



MAGAZINE EXPLORE FRANCE

JUIN

CAMPAGNES SPÉCIFIQUES



CAMPAGNE NOTORIÉTÉ

72H EN FRANCE

AVRIL-NOVEMBRE



FRANCE IN A BOX

25 FEVRIER – 15 JUIN



CAMPAGNE DIGITALE OTA

AVRIL-DÉCEMBRE



LA FRANCE EN TRAIN

1 MARS – 15 AVRIL



EXPLORE GREEN FRANCE

18-30 AVRIL

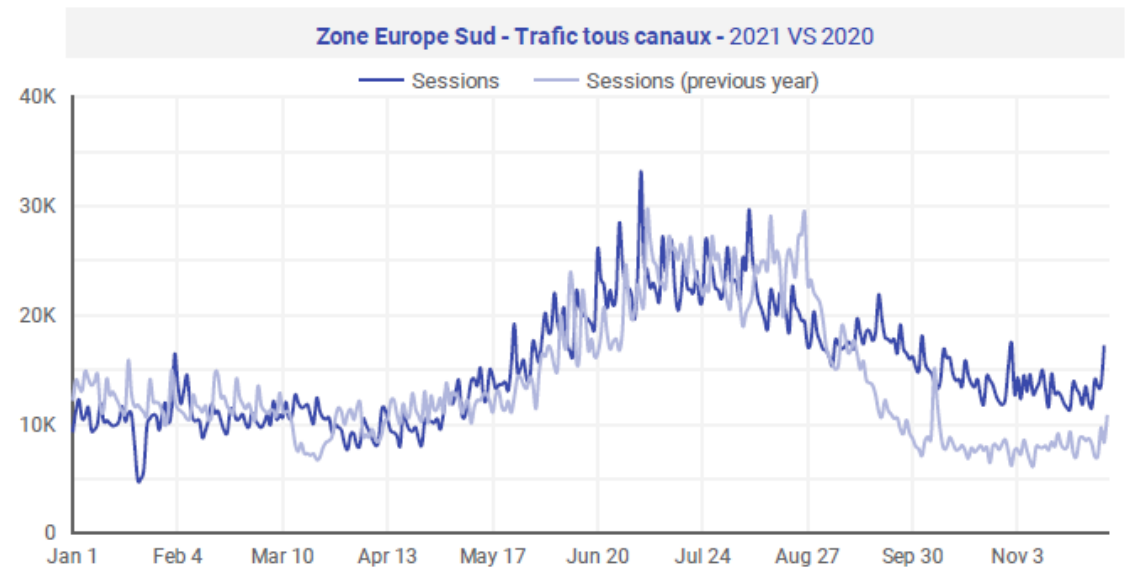
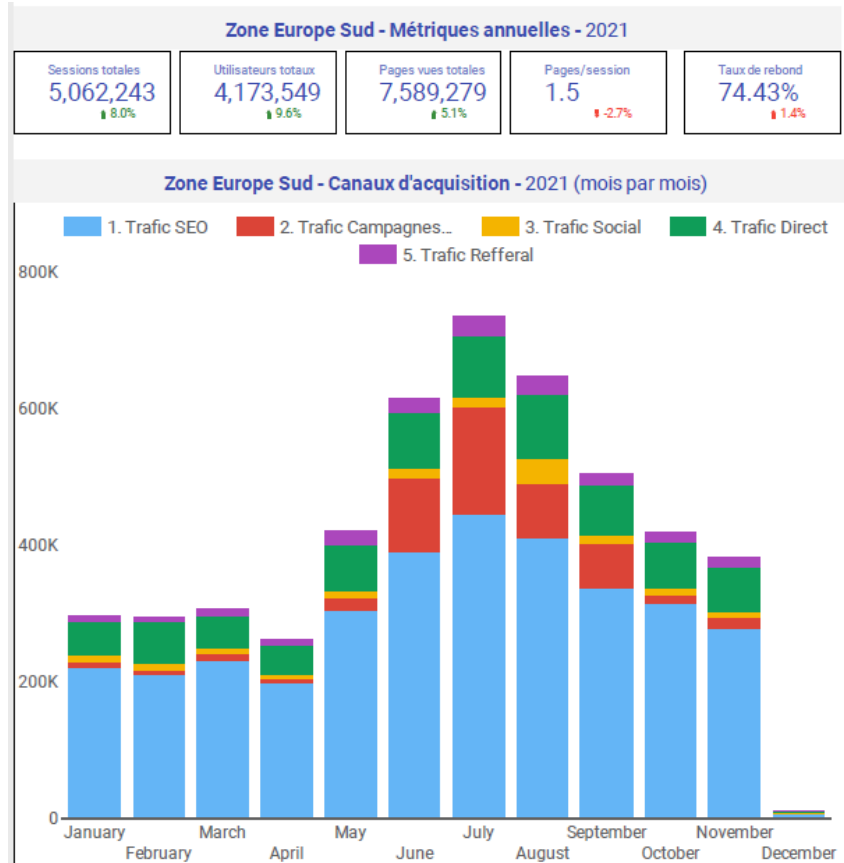


SAVEURS DE FRANCE

25 AOUT – 30 SEPTEMBRE

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS 2022

⇒ **Ecosystème France.fr : soutenir la reprise**



CAMPAGNE EXPLORE FRANCE B2C



*Ce qui compte
Vraiment*

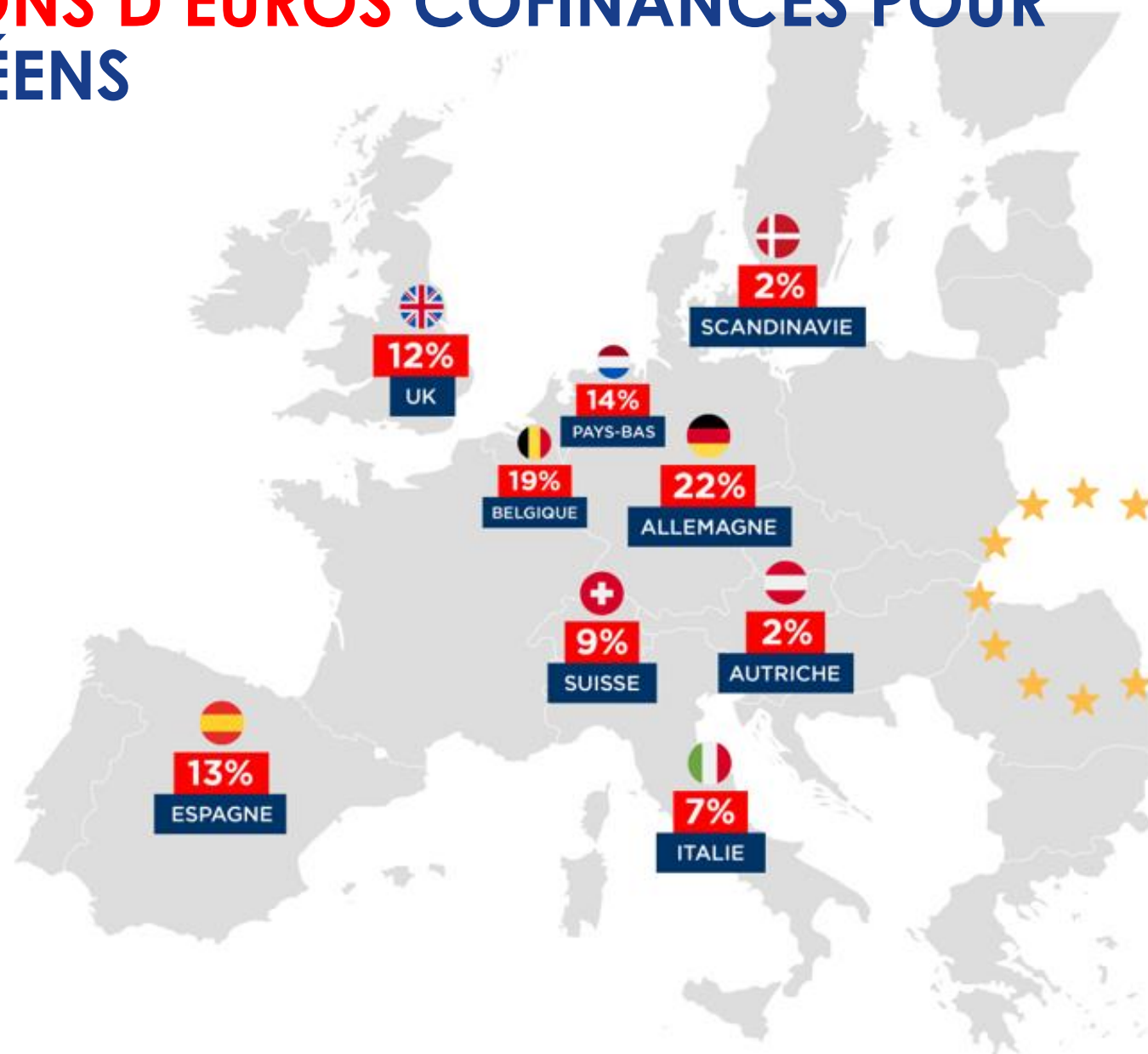
#ExploreFrance

CAMPAGNE EXPLORE FRANCE 2021: BUDGET DE 10 MILLIONS D'EUROS COFINANCÉS POUR 10 MARCHÉS EUROPÉENS



Répartition de l'investissement :

- Atout France : 50%
- CRT et partenaires infrarégionaux : 30%
- Partenaires privés : 20%



— LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS CO-FINANCEURS



← A ce jour,
attendons la
confirmation
de la Corse



CAMPAGNE EXPLORE FRANCE 2021: PARTENAIRES PRIVÉS

Transporteurs

Distributeurs

OTAs

Prestataires
de service

33

Partenariats privés

généralant **2 M €**

40ne

de campagnes de conversion tripartite en projet :
région + partenaire privé + Atout France

+

20ne

de campagnes de conversion France
(Atout France et partenaires privés)

— UNE CAMPAGNE EXPLORE FRANCE A 360°



Relations
Presse BtoC

16 Événements presse
Dont **8** autour du
tourisme durable

47 accueils de
journalistes européens

10 M
personnes
touchées

58 retombées
presse BtoC



Activations
Digitales

Campagne **#ExploreFrance**
de considération (idées séjours /
expériences ...)

+

115 campagnes régionales de notoriété et
de conversion

+ 1,2 M visites
sites France.fr +
partenaires

84 millions de
vidéos vues

+ 1,5 milliard
impressions

+ 145k mentions
#ExploreFrance



Réseaux
Sociaux



Volet
influence

13 accueils 
influenceurs
européens sur le
tourisme durable

&

1 activation à
distance

+ 75K
engagements

1,3M
Reach

CAMPAGNE EXPLORE 2021: SECRÉTAIRE D'ÉTAT



55
retombées
médiatiques

5 déplacements du Secrétaire d'État :

8 juin (matin) : Amsterdam

8 juin (après-midi) : Bruxelles

15 juin : Rome

22 juin : Berlin

1^{er} juillet : Genève



— EN 2022: UNE MOBILISATION COLLECTIVE RENOUVELÉE

#ExploreFrance






























← A ce jour attendons confirmation de la Corse



Dont 35% ATF

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS 2022

⇒ Principales actions vers la Presse

ACCUEILS E-NEWSLETTERS COMMUNICATION CORPORATE	MEDIATOURS	CONFÉRENCES PRESSE
 <p>BUREAUX ATOUT FRANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li style="margin-right: 20px;"> ITALIE <li style="margin-right: 20px;"> <li style="margin-right: 20px;"> ESPAGNE <li style="margin-right: 20px;"> <li style="margin-right: 20px;"> SUISSE <li style="margin-right: 20px;"> ALLEMAGNE <li style="margin-right: 20px;"> <li style="margin-right: 20px;"> AUTRICHE <li style="margin-right: 20px;"> HONGRIE <li style="margin-right: 20px;"> RÉP. TCHÈQUE 	 <ul style="list-style-type: none">  26-27 JANVIER (HYBRIDE)   15-16 FÉVRIER (DIGITAL)  15-17 FÉVRIER (HYBRIDE)   21-24 FÉVRIER  2 MARS  8 MARS  4-6 AVRIL  20-21 SEPTEMBRE 	 <ul style="list-style-type: none">  EXPLORE GREEN FRANCE 22 AVRIL  MAGAZINE EXPLORE FRANCE 10 ET 12 MAI  MAGAZINE EXPLORE FRANCE 23 JUIN  LANCEMENT SAISON D'ETE 19-20 MAI

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET ACTIONS 2022

⇒ Principales actions vers les Professionnels

WORKSHOPS	SALONS / MICE	BUREAUX ATOUT FRANCE
 <ul style="list-style-type: none">  ROADSHOW FRANCIA 20-21 AVRIL  ROADSHOW SKI 25-28 AVRIL  ROADSHOW FRANCE 26-27 AVRIL  ROADSHOW FRANCIA DIGITAL 27-28 AVRIL  FRENCH RENDEZ-VOUS 9-10 MAI  WORKSHOP FRANCE 6 OCTOBRE  WORKSHOP FRANCE 28-30 OCTOBRE 	 <ul style="list-style-type: none">  TOURNÉE MICE 1ER FEVRIER  ROADSHOW FRANCIA 20 AVRIL  IMEX 31 MAI – 2 JUIN  IBTM 29 NOVEMBRE – 2 DÉCEMBRE 	 <ul style="list-style-type: none"> FORMATIONS AGENTS DE VOYAGE ANNUEL SALON DESTINATION MONTAGNES GRAND SKI 1-2 MARS – CHAMBERY SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE 22-23 MARS – NANTES SALON DESTINATION VIGNOBLES 4-5 OCTOBRE – AIX-EN-PROVENCE

6. LA COOPÉRATION DES SERVICES FRANÇAIS

SERVICES FRANÇAIS ET ATOUT FRANCE



**AMBASSADE
DE FRANCE
EN ITALIE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**CONSULAT
GÉNÉRAL
DE FRANCE
À MILAN**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**CONSULAT
GÉNÉRAL
DE FRANCE
À NAPLES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Alliance Française



7. POUR ETRE INFORMÉS

WWW.ATOUT-FRANCE.FR: PAGES MARCHÉS

Chiffres clés | Marché

ITALIE

Quelques données économiques

- 60,24 MILLIONS d'habitants
- 28 547 € PIB/habitant
- 38 200 € PIB/habitant Lombardie
- 0,3% CROISSANCE EN 2019

Saisonnalité

- 27% PRINTEMPS
- 16% AUTOMNE
- 41% ÉTÉ
- 16% HIVER
- Ponts : 25%
- dont Noël

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Modes de déplacement

- 61%
- 19%
- 10%

Principales destinations en France

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Taux de change

€

Données touristiques en 2018

- 22,5 MILLIONS DE VOYAGES À L'ÉTRANGER
- +6,8% PAR RAPPORT À 2017
- 7 MILLIONS D'ARRIVÉES D'ITALIENS EN FRANCE
- 3,5 MILLIARDS € DE RECETTES TOURISTIQUES
- 6 JOURS = DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR (+5%)

Principaux bassins émetteurs

- MILAN - TURIN - BOLOGNE - VENISE
- ROME - NAPLES

Profil voyageurs

- FRANCE : 1^{re} DESTINATION ÉTRANGÈRE DES ITALIENS
- NORD DE L'ITALIE
- PROXIMITÉ CULTURELLE ET GÉOGRAPHIQUE
- COURTS ET LONGS SÉJOURS
- SEGMENTS : FAMILLES - SENIORS - MILLENNIALS

TOP 3 des motivations de voyages en France

- 1 **Tourisme urbain**
- 2 **Culture événements**
- 3 **Tourisme littoral**

Contact marché Italie | frederic.meyer@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

Agence de développement touristique de la France

CLASSEMENTS > IMMATRICULATIONS

ENGLISH VERSION

DÉJÀ ADHÉRENT

DEVENIR ADHÉRENT

CONNEXION

0 articles

ITALIE

L'Italie, un marché essentiel pour la destination France

Poids du marché touristique italien :
Un marché prioritaire pour la destination France et les échanges économiques entre l'Italie et la France

Jusqu'à cette année, le secteur touristique français a bénéficié d'une nette reprise des arrivées italiennes avec plus de 7M de touristes pour près de 42M de nuitées. L'Italie s'est affirmée comme le 4^{ème} marché international pour la Destination France.

Marchés suivis par le Bureau :

- Italie
- Grèce

TOUS LES MARCHÉS

ACTIONS SUR LE MARCHÉ

- France Meeting Challenge Eductour
- "Etape" MICE dans la Tournée Roadshow Francia Accueil presse/influence Workshop présentiel
- Tournée Roadshow Francia Workshop virtuel
- Campagne digitale OTA Campagne digitale et media sociaux

> VOIR TOUTES LES ACTIONS

ITALIE : ACTIONS CLEFS

**A TOUT
FRANCE**
Agence de développement
touristique de la France

Plan d'actions Italie
document généré le : 09/02/2021



M. Frédéric MEYER
Directeur
frederic.meyer@atout-france.fr

PLAN D' ACTIONS 2021
ITALIE & GRÈCE



France.fr

**A TOUT
FRANCE**
Agence de développement
touristique de la France

Journées Partenariales

28 septembre – 2 octobre 2020



#JournéesPartenariales

EUROPE DU SUD



ALLEMAGNE | POLOGNE



AUTRICHE | EUROPE CENTRALE



ESPAGNE | PORTUGAL



ITALIE | GRÈCE



SUISSE

Coordinateur Europe du Sud
frederic.meyer@atout-france.fr

Allemagne
karine.lober@atout-france.fr

Autriche-Europe Centrale
emmanuel.marcinkowski@atout-france.fr

Espagne
dominique.maulin@atout-france.fr

Italie
Suisse
frederic.meyer@atout-france.fr



ZONE EUROPE DU SUD – ALLEMAGNE/ SUISSE/ ITALIE/
ESPAGNE/ AUTRICHE/ REPUBLIQUE TCHEQUE

QUESTIONS / RÉPONSES

ZONE AMERIQUES EN PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

CE QUE NOUS DISENT LES CHIFFRES DE FRÉQUENTATION

MARCHÉ AMERICAIN

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD



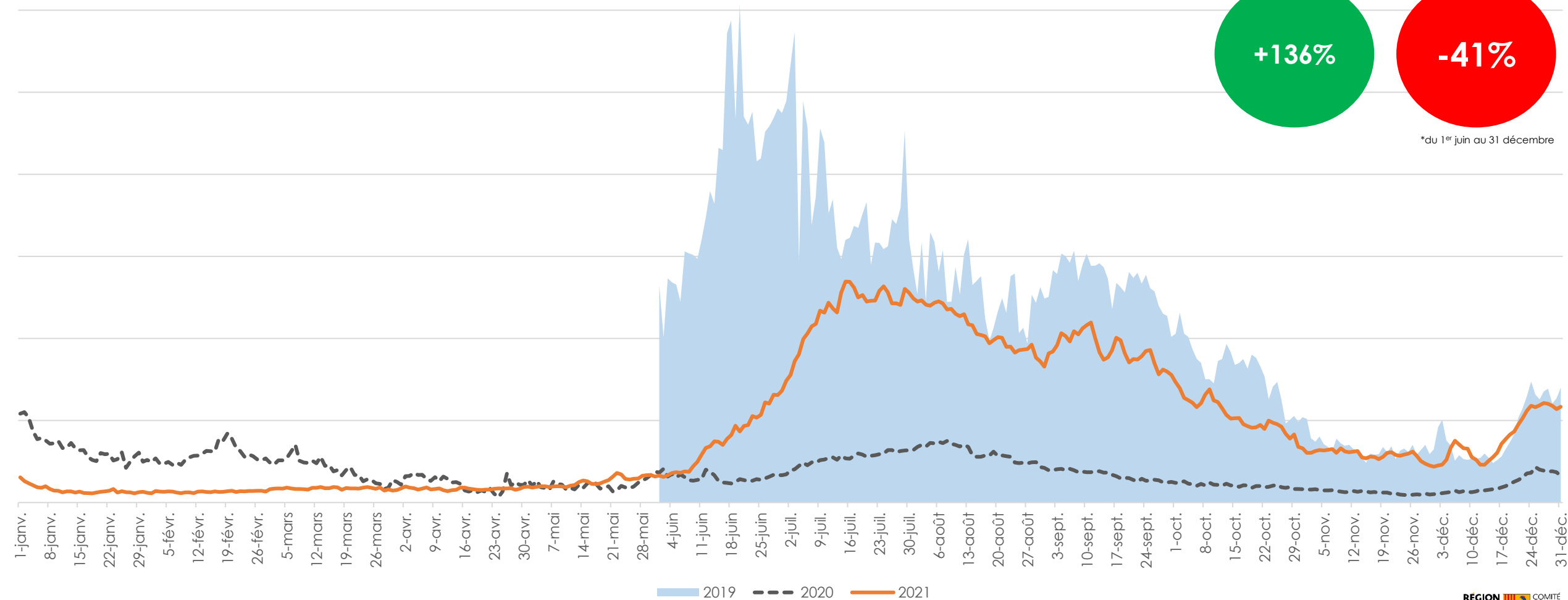
Évolution
2021/2020

+136%

Évolution
2021/2019*

-41%

*du 1^{er} juin au 31 décembre



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ AMERICAIN

LA FRÉQUENTATION HÔTELS EN RÉGION SUD



2^{ème} clientèle internationale
1 085 000 nuitées en 2019
+50% depuis 2014



MARCHÉ CANADIEN

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD



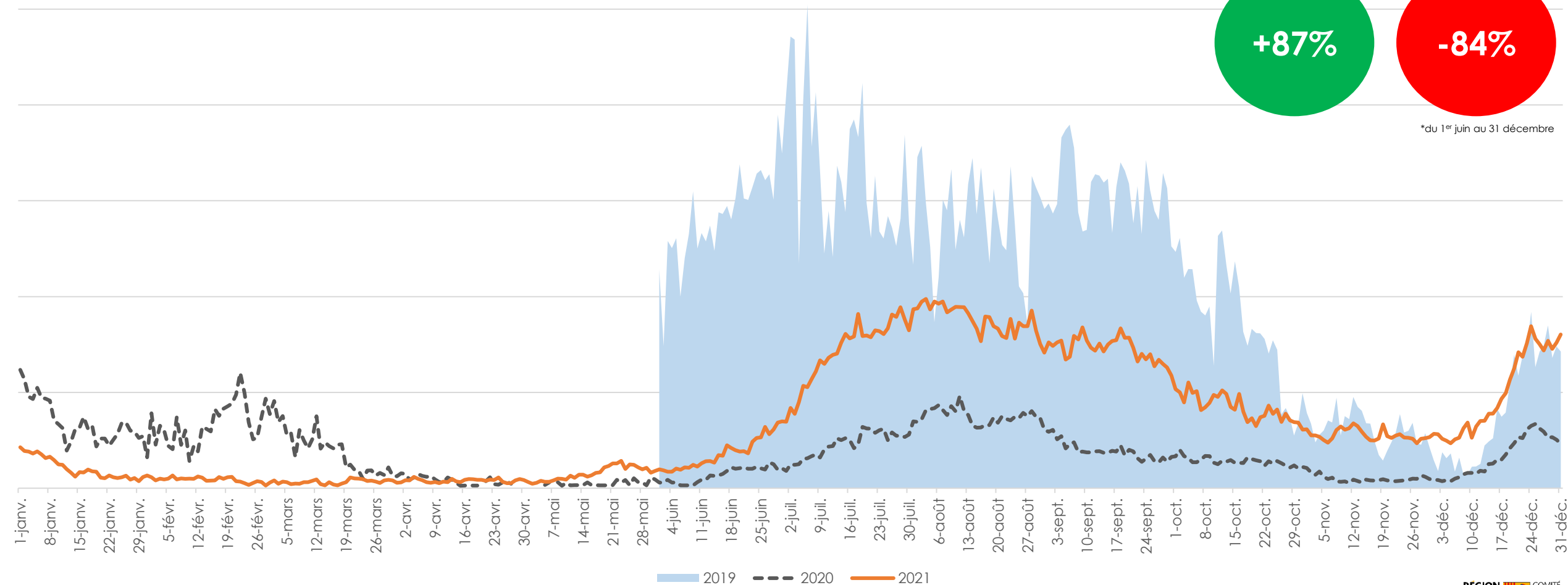
Évolution
2021/2020

+87%

Évolution
2021/2019*

-84%

*du 1^{er} juin au 31 décembre



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ CANADIEN

LA FRÉQUENTATION HÔTELS EN RÉGION SUD



12^{ème} clientèle internationale

1 45 000 nuitées en 2019

+12% depuis 2014



MARCHÉ BRÉSILIEN

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD

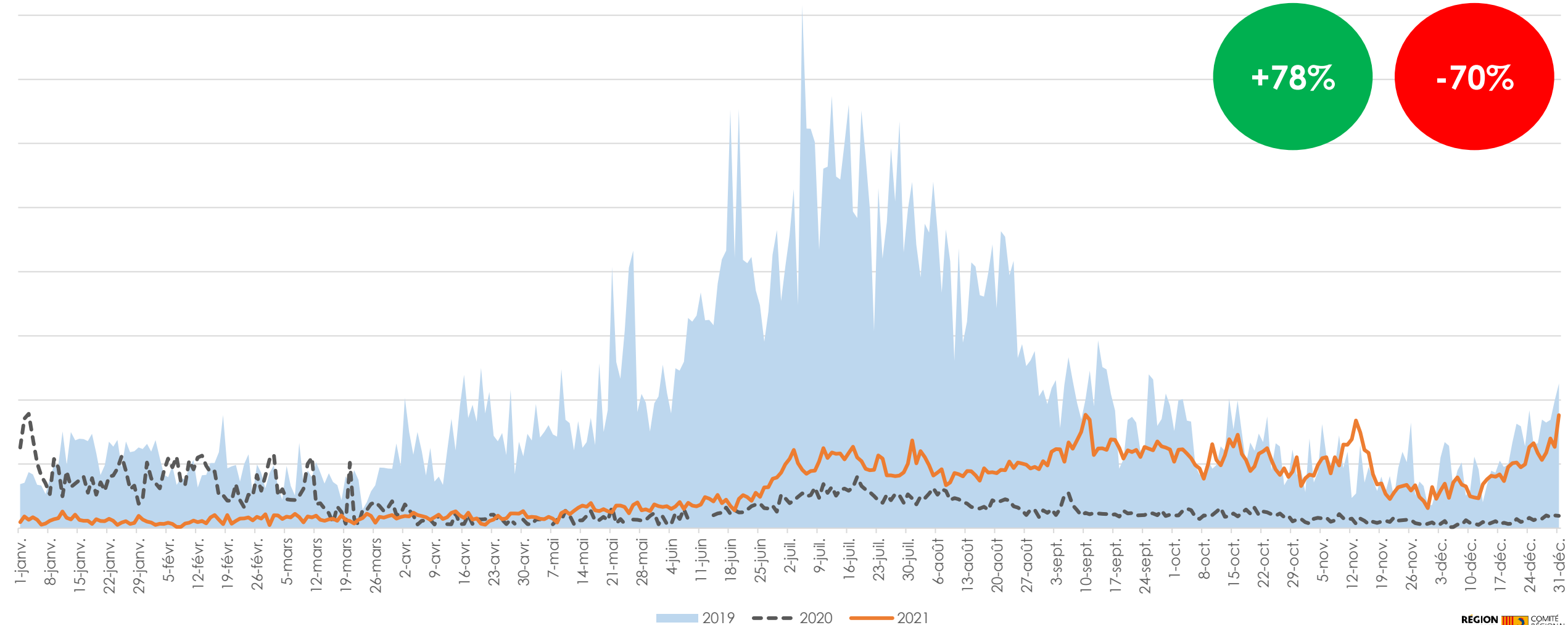


Évolution
2021/2020

+78%

Évolution
2021/2019

-70%



Source : Flux Vision Tourisme

MARCHÉ BRÉSILIEN

LA FRÉQUENTATION HÔTELS EN RÉGION SUD



19^{ème} clientèle internationale

94 000 nuitées en 2019

+67% depuis 2015



MARCHÉ MEXICAIN

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION SUD

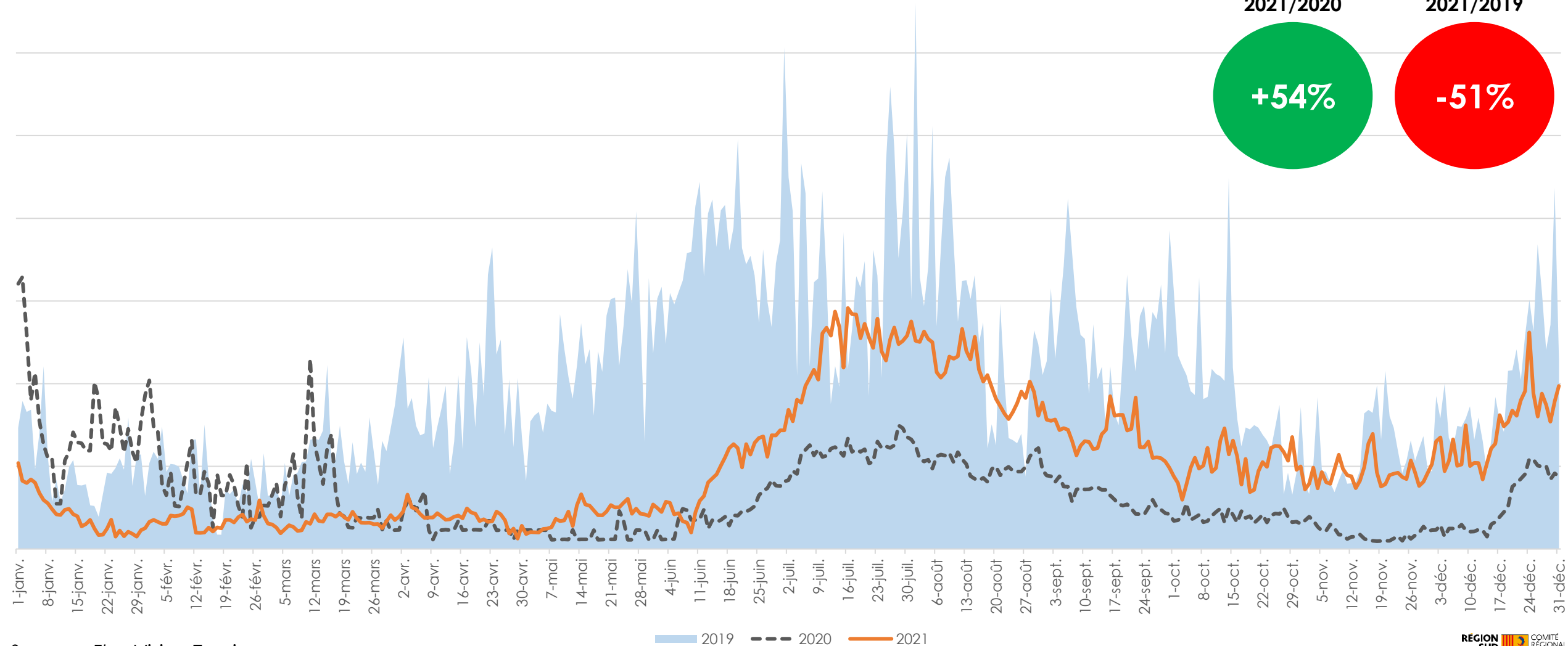


Évolution
2021/2020

+54%

Évolution
2021/2019

-51%



Source : Flux Vision Tourisme



ZONE AMERIQUES
USA/ CANADA/BRESIL/MEXIQUE

ANNE-LAURE TUNCER ATOUT FRANCE

Rendez-Vous du CRT "Marchés internationaux"



FOCUS ZONE AMERIQUES

CANADA, ETATS-UNIS, MEXIQUE, BRESIL

27 janvier 2022



SOMMAIRE

- **Indicateurs et Conjoncture**
- **Situation Sanitaire :**
 - Point général sur la situation sanitaire
 - Restrictions en France pour les voyageurs
 - Impact sur les réservations en 2021
- **Impact de la crise sanitaire sur l'industrie du tourisme et tendances 2022**
 - Connectivité aérienne.
 - Evolution Profil/Comportement Voyageur
 - Distribution
- **Orientations stratégiques**

ZONE AMERIQUES : LE RESEAU ATOUT FRANCE



MELANIE PAUL-HUS
CANADA



ANNE-LAURE TUNCER
ETATS-UNIS



MELANIE BELIN
MEXIQUE



CAROLINE PUTNOKI
**BRESIL &
AMERIQUE DU SUD**

LE CANADA



- Le Canada et la France entretiennent des relations riches et profondes, ancrées dans une histoire partagée et une langue commune.
- Les deux pays coopèrent étroitement en matière de sécurité internationale ; de protection de l'environnement et de la lutte aux changements climatiques

OLDESTS ALLIES

“President Macron and I stand together, ready to take on the toughest challenges we face.”

– President Biden, June 11, 2021

Les États-Unis et la France partagent une relation commerciale et d'investissement profonde.

La France est le 3ème partenaire commercial des États-Unis en Europe avec 99,7 milliards de dollars de biens et services échangés en 2020.

Les États-Unis sont la 1ère destination des investissements français

Les États-Unis sont le 1er investisseur étranger en France.

Investissements respectifs : 394 milliards de dollars

4 800 entreprises françaises aux États-Unis soutiennent 780 000 emplois.

4 500 entreprises américaines en France soutiennent près de 500 000 emplois.

LE MEXIQUE

- **Epoque préhispanique jusqu'en 1492 et l'arrivée de C. Colomb**

> Expo Les Olmèques en 2021 au Quai Branly, un exemple des nombreux échanges culturels

- **Epoque Coloniale – Hernan Cortes 1519 et le syndrome de la Malinche**

> attirait pour ce qui est étranger. Les Mexicains ont tendance à valoriser ce qui vient de l'étranger

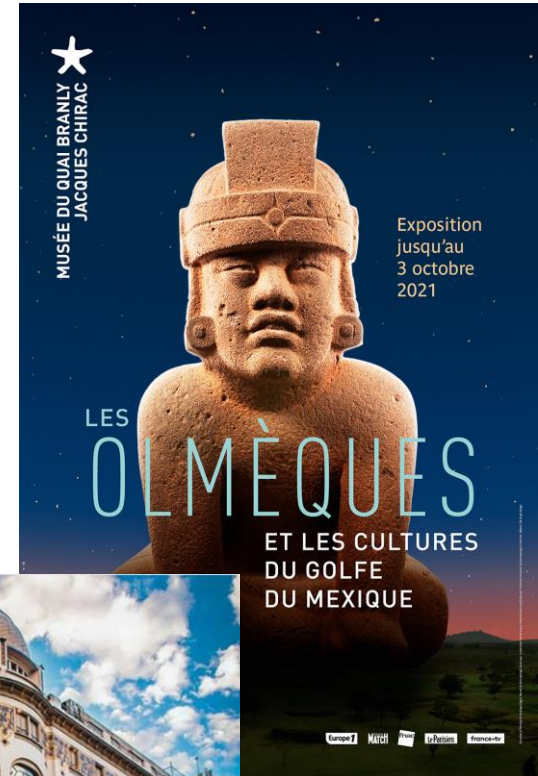
- **Indépendance du Mexique 1821 et Benito Juarez / Les Barcelonnettes et l'immigration française au Mexique**

> ils sont à l'origine de grands groupes mexicains dont les principaux Grands Magasins, créés sur le modèle français.

- **Intervention Française (1863-1867) et Maximiliano de Habsburgo**

- **Le Porfiriato : Forte influence de la France notamment au niveau culturel et une modernisation des infrastructures inspirées des constructions françaises (1876-1911)**

> Porfirio Diaz s'est exilé en France et il est enterré au cimetière de Montparnasse

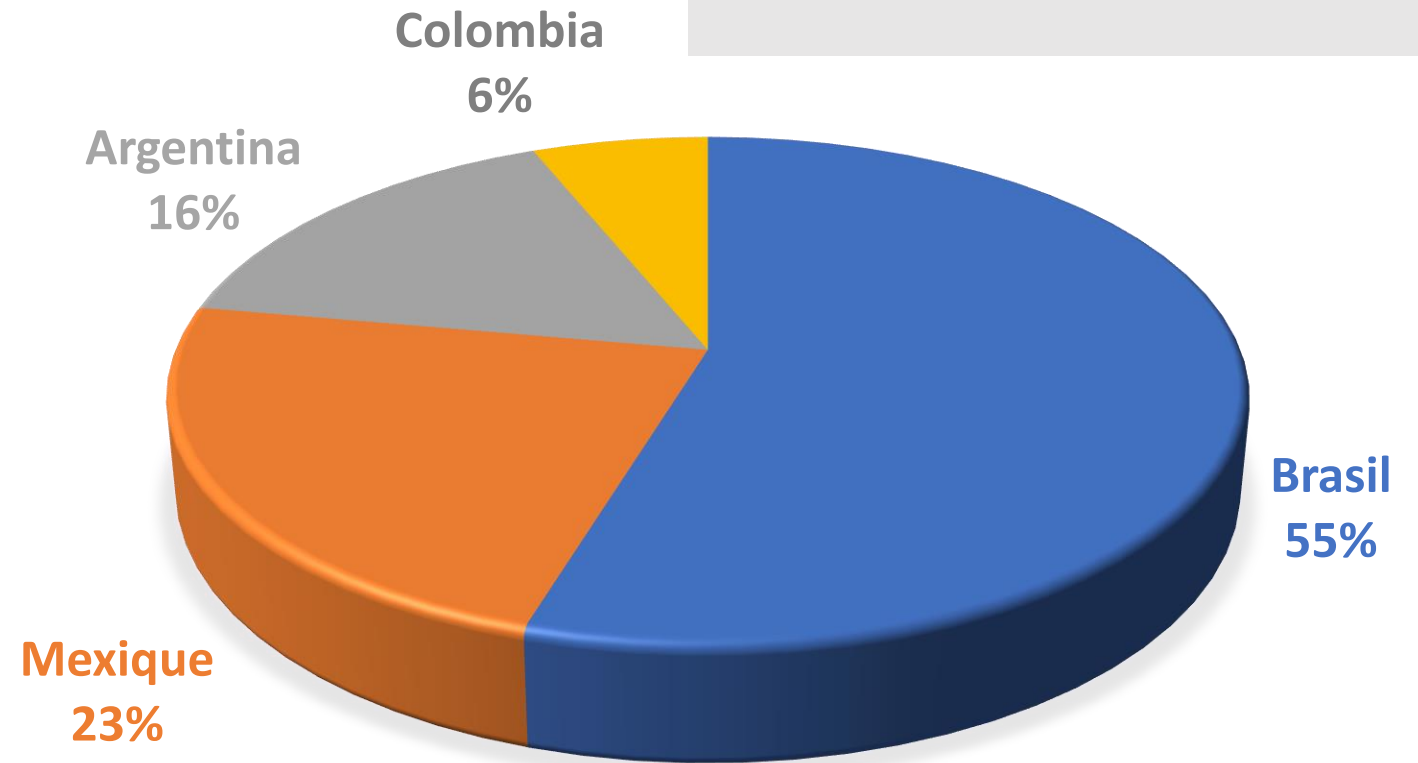


LE BRÉSIL

- Des relations diplomatiques anciennes, basées sur des coopérations culturelles, économiques, stratégiques de long terme.
- Le Brésil est le 1er partenaire de la France en Amérique latine pour la coopération scientifique, avec une attention particulière portant sur la recherche et sur l'innovation technologique

1ER MARCHÉ EN AMÉRIQUE LATINE

Quelles que soient les circonstances, un marché toujours en augmentation depuis 15 ans, jamais en régression.



Source: Enquête EVE 2018

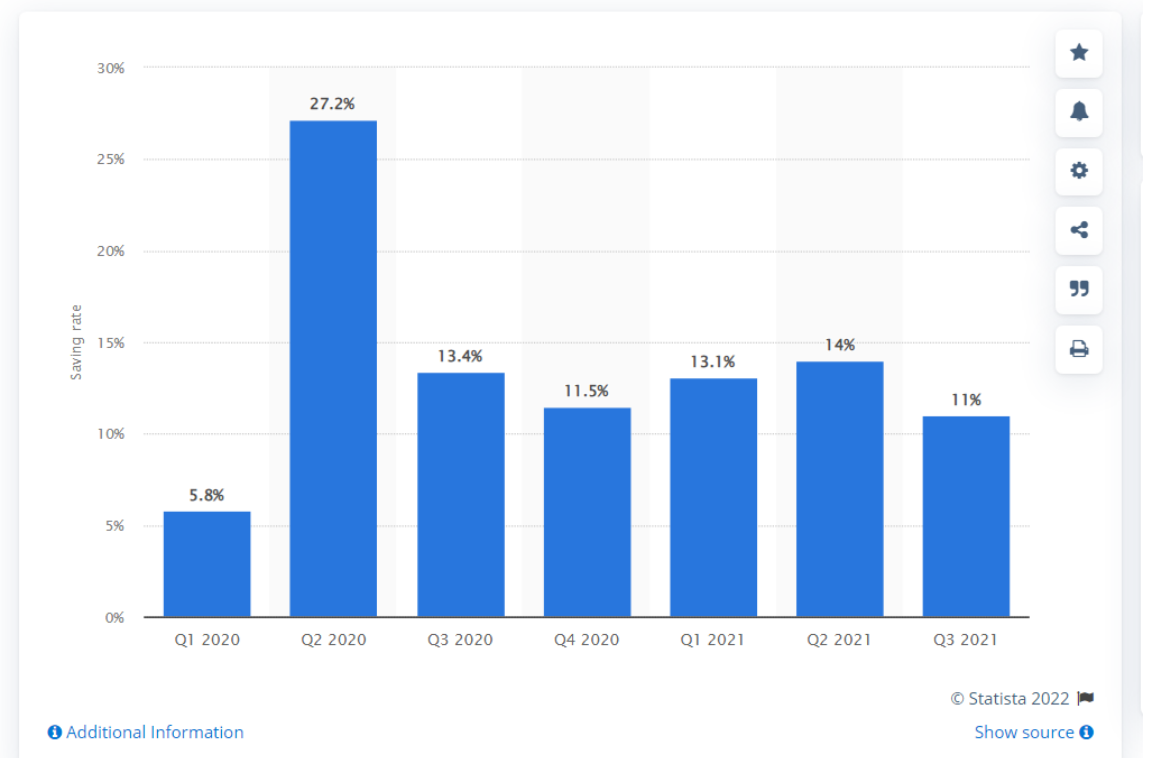
INDICATEURS ET CONJONCTURE

CANADA

Croissance du taux d'emploi pour terminer l'année 2021 sur une note positive

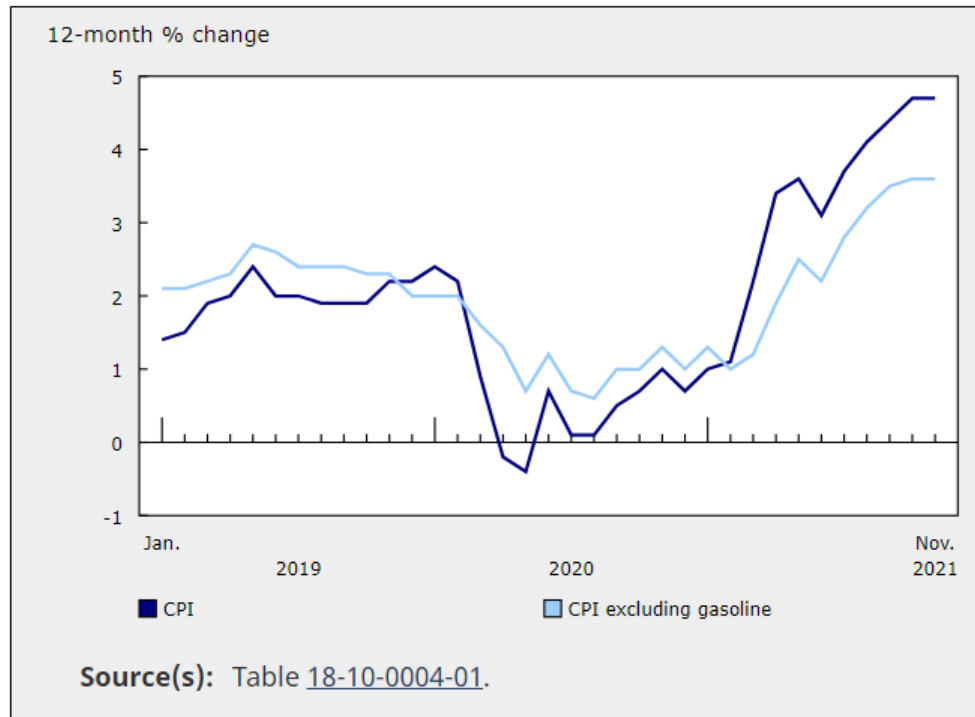
- La progression de l'emploi a encore dépassé les attentes en décembre avec une création de 54 700 postes.
- Taux de chômage en décembre : 5,9 % (5,7 % avant la pandémie). Pour la province du Québec, le taux est de 4,6 %.
- Inflation tenace (5 %) et qui entrainera une hausse précoce du taux d'intérêt directeur d'ici peu.
- Une crainte du virus persiste et les nouvelles restrictions causeront un ralentissement économique au premier trimestre de 2022.
- Le dollar canadien continue de s'apprécier par rapport au dollar US et à l'euro.
- Hausse des exportations et des investissements

Quarterly household saving rate during coronavirus (COVID-19) 1st quarter 2020 to 3rd quarter 2021



CANADA

Inflation mesurée par l'IPC global Variation sur un an



IPC 4,7 % incluant le prix de l'essence
IPC 3,6 % hors prix de l'essence

- Taux de croissance PIB 2020 - 5,23 %*
- Taux de croissance PIB 2021 4,5 % **
- PIB Prévision 2022 4,4 % **
- Inflation Nov. 2021 (IPC) + 4,7 % (YoY)*
- Taux de chômage 5,9 % déc 2021

*Statistique Canada, ** TD Bank Economics

LES ETATS-UNIS

2021

PIB +4.9% (Q3) 2021

Taux d'intérêt 0.25%

Taux de change
\$1 = 0.88€

Chômage 4.2%

Inflation 7%

Indice de confiance
Des entreprises : 60.8
Des consommateurs: 66.8



2022

PIB +3.5%

Taux d'intérêt 0.25%

Taux de change
\$1 = 0.88€

Chômage 3.9%

Inflation 2.6% (Pré.)

Indice de confiance
Des entreprises : 58.7
Des consommateurs: 68.8

LES ETATS-UNIS

Le plan de relance **American Rescue Plan**, injectera \$4.3 Md dans l'économie américaine sur une période de 10 ans :

L'American Jobs Plan (AJP) : investissements majeurs avec des créations d'emplois pour le développement de l'infrastructure, l'environnement, le secteur médical, la formation dans les milieux défavorisés ainsi que la refonte des impôts protégeant jusqu'à maintenant les grandes entreprises en leur permettant d'éviter de payer leur juste part.

L'American Families Plan (AFP) proposant des prêts pour l'éducation supérieure, formation d'enseignants ainsi que des aides auprès des familles sous forme de fonds pour les gardes d'enfants, congés de maternité/paternité, aide au chômage.

- Ce, avec des dépenses importantes pour la lutte contre le Covid et ses conséquences économiques.
- Certains de ces plans ont été mis en place en 2021, d'autres le seront en 2022 et injecteront des fonds dans l'économie pour les 10 prochaines années.

LE MEXIQUE

UN GRAND PAYS

- 126 millions d'habitants
- 14e puissance mondiale / 2e en LATAM
- Prévion de croissance 2022: +/- 3% (en 2021: +/- 6%)
- Un pont entre les géants du Nord et l'Amérique Latine
- Un pays allié de la France

AVEC UNE GRANDE DIVERSITÉ /DISPARITÉ

- 1% des Mexicains possèdent 31% de la richesse en 2020
- Disparité Nord/sud
- Discrimination de genre et d'origine



2021, ANNÉE MEILLEURE QUE PRÉVUE

SUR LE PLAN ÉCONOMIQUE

- La force de l'agro-business (orange, poulet, soja, café) et des matières premières (minéraux) aura permis de terminer l'année mieux que prévu (+5% taux de croissance).
- Le spectre de l'inflation ressurgit : 9% en 2021. Le taux de chômage élevé: 14% et la dépréciation du Real brésilien au cours des dernières années (-20%) pèsent sur l'économie.

SUR LE PLAN POLITIQUE

- Les tensions politiques et la perspective des élections en 2022 effraient les investisseurs et contribuent à isoler le Brésil.

LE BRÉSIL

EN 2022, TOUT EST POSSIBLE

LES ÉLECTIONS EN OCTOBRE 2022 SERONT UN TOURNANT

QUELQUE SOIT LE RÉSULTAT



Un gouvernement qui divise la population et une image du pays toujours assombrie par les excentricités du Président



SITUATION SANITAIRE

	CANADA	USA	MEXIQUE	BRESIL
TAUX DE VACCINATION GENERAL	78%	63.6%	59,4* % - 73 % de vaccins reconnus par EMA	70% (Coronavax non reconnu par EMA)
CONDITION D'ENTRÉE EN FRANCE				
VOYAGEURS VACCINES	Preuve de vaccination complète - Pas de motif impérieux - Test Covid négatif 48 heures avant le départ - Test aléatoire à l'arrivée			
VOYAGEURS NON VACCINES	Motif impérieux pour voyager - Test Covid négatif 48 heures avant le départ - Test antigénique aléatoire à l'entrée en France métropolitaine - Quarantaine obligatoire de 10 jours contrôlée par les forces de sécurité			
CONDITIONS RETOUR PAYS				
	Test négatif avant le départ - Inscription sur ArivCAN - Inscription pour test de dépistage et plan de quarantaine si positif	Test négatif 48 heures avant le départ	Pas de restriction	Test COVID négatif 24h antigénique - 72h PCR
IMPLEMENTATION DU PASS VACCINAL DEPUIS LE 24 JANVIER				
	35% de la population a reçu une 3ème dose- Pas imposée au Canada pour accès aux lieux publics ou se déplacer	25.5% de la population américaine a reçu une 3ème dose, soit 40% de la population vaccinée (35.8% dans l'état de New York et 52.3% en Californie, nos principaux bassins émetteurs). L'obligation et le contrôle vaccinal pour accéder aux lieux publics reste limité à quelques états dont NYC et la Californie. Pas de contrôle vaccinal pour les voyages domestiques	Seul vaccin disponible pour la 3ème dose Astrazeneca non accepté en France pour la 3ème dose	20% de la population brésilienne a reçu une 3ème dose
Certificat de rétablissement du COVID hors UE non reconnu				

LE CANADA

VACCINATION OBLIGATOIRE - TRANSPORTS

Depuis le 30 octobre, **les voyageurs doivent être entièrement vaccinés (2 doses)** afin de monter à bord. Plus précisément, les exigences relatives à la vaccination s'appliqueront à **tous les voyageurs âgés de 12 ans** et plus et qui sont :

- des passagers aériens à bord de vols intérieurs, transfrontaliers ou internationaux au départ d'un aéroport canadien;
- des passagers à bord des trains de VIA Rail et de Rocky Mountaineer;
- des passagers de navires à passagers menant des activités non essentielles, comme les navires de croisières, qui effectuent des voyages dont la durée est de 24 heures ou plus.

PASSEPORT VACCINAL DANS TOUTES LES PROVINCES + preuve de vaccination harmonisée pour l'international

- **35 %** des Canadiens ont reçu leur 3e dose en date du **18 janvier 2022**.
- 48 % des Canadiens âgés entre 5 et 12 ont reçu une première dose en date du 18 janvier 2022.
- Au Québec, 45 % des vaccinés de la province ont reçu une 3e dose (au 22 janvier 2022)

LE CANADA

Des freins demeurent :

- l'avis global d'éviter tout voyage non-essentiel et croisières de retour depuis la mi-décembre.
- Les exigences de dépistage avec auto-isolement à l'arrivée au Canada + dépistage PCR 72h avant le départ du vol retour
- le coût des dépistages PCR
- Isolement / quatorzaine pour les familles avec enfants non vaccinés

FRONTIÈRES CANADIENNES OUVERTES

DEPUIS LE 7 SEPTEMBRE 2021

LES ÉTRANGERS QUI SONT ENTIÈREMENT VACCINÉS POURRONT ENTRER AU CANADA À CONDITION QU'ILS :

- ✓ SONT ASYMPTOMATIQUES;
- ✓ ONT UN RÉSULTAT VALIDE À **UN TEST MOLÉCULAIRE DE LA COVID-19** AVANT L'ARRIVÉE (LES TESTS D'ANTIGÈNES, SOUVENT APPELÉS « TESTS RAPIDES », NE SONT PAS ACCEPTÉS);
- ✓ ONT SOUMIS LEUR INFORMATION OBLIGATOIRE AU MOYEN D'ARRIVECAN, Y COMPRIS UNE PREUVE DE VACCINATION;
- ✓ SONT ADMISSIBLES EN VERTU DE LA LOI SUR L'IMMIGRATION ET LA PROTECTION DES RÉFUGIÉS.



Acceptent un dépistage sans frais à l'arrivée avec auto-isolement jusqu'à la réception du résultat.



Agence des services
frontaliers du Canada

Canada Border
Services Agency

Canada

LES ETATS-UNIS

Statistics

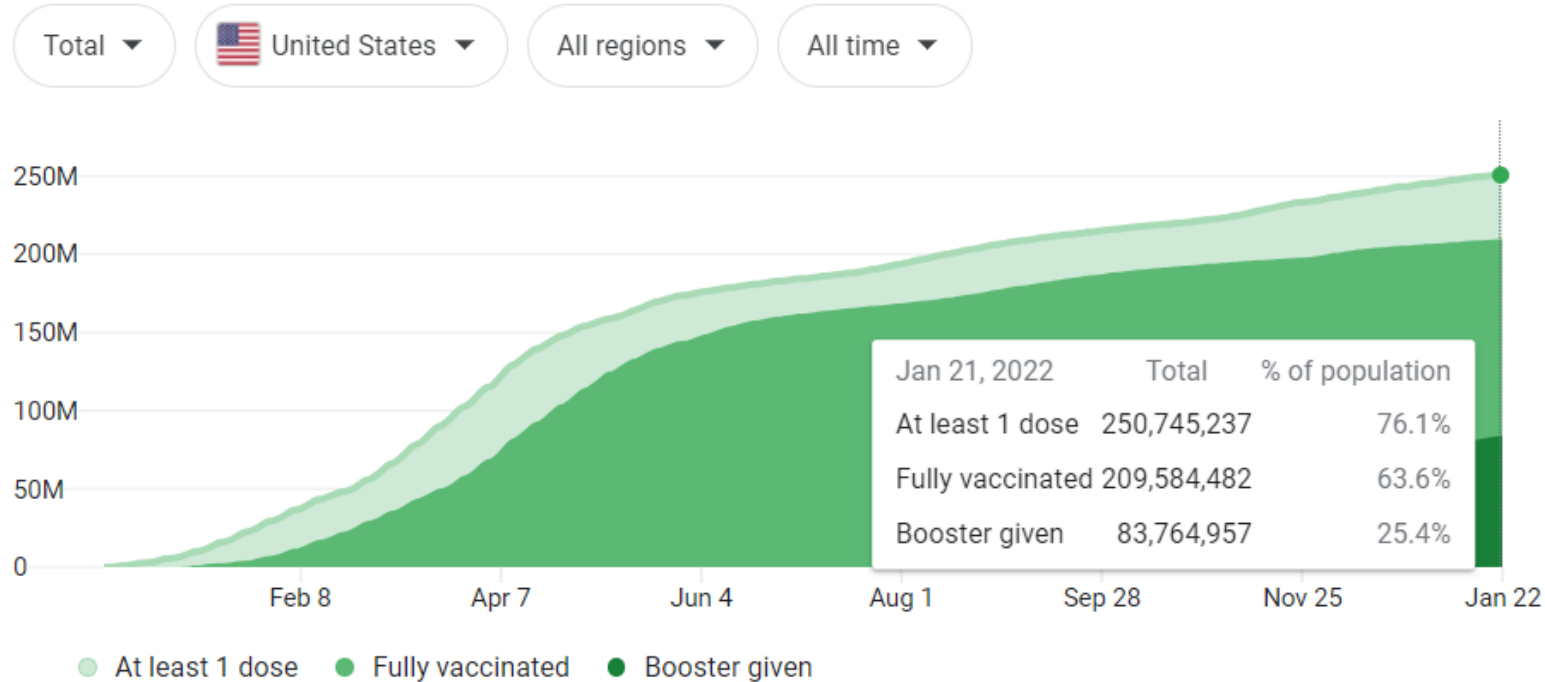
Vaccinations

From [Our World in Data](#) · Last updated: 1 day ago

 The New York Times

Covid News: Fauci, Cautiously, Says U.S. Wave Seems Like It's Going in 'Right Direction'

In recent years, Stockton has been a vocal opponent of Covid-19 vaccines and government measures to mitigate the virus. Last month, Stockton...



This data shows how many people have received at least one dose of a vaccine. People who are fully vaccinated may have received more than one dose. Booster shots are additional vaccine doses given to people who are fully vaccinated.

[About this data](#)

LE MEXIQUE

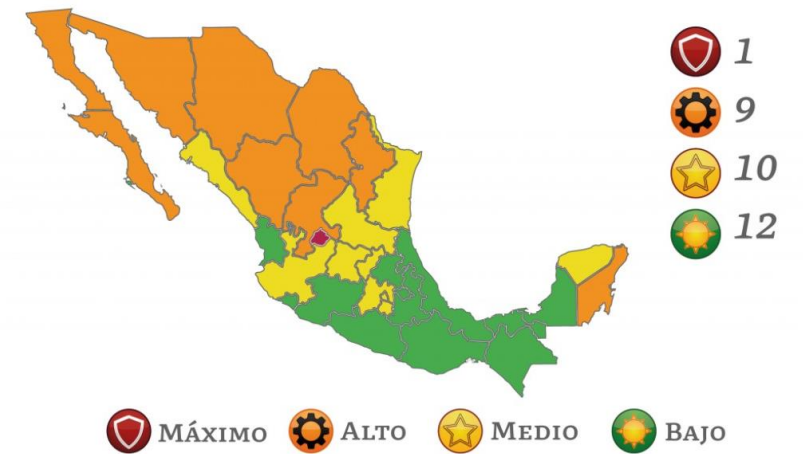
FRONTIERES:

- Aucune restriction à l'entrée sur le territoire mexicain
- Ouverture à partir de novembre 2021 de la frontière terrestre avec les US

VACCINATION

- 78% de la population adulte a reçu au moins une dose. Sur la Ville de Mexico, le taux monte à 97%.
- 73% des vaccins reçus sont reconnus par la EMA
- 900 000 voyages de Mexicains vers les US pour se faire vacciner
- Un sujet : le booster

Semáforo de riesgo epidémico Del 24 de enero al 06 de febrero de 2022

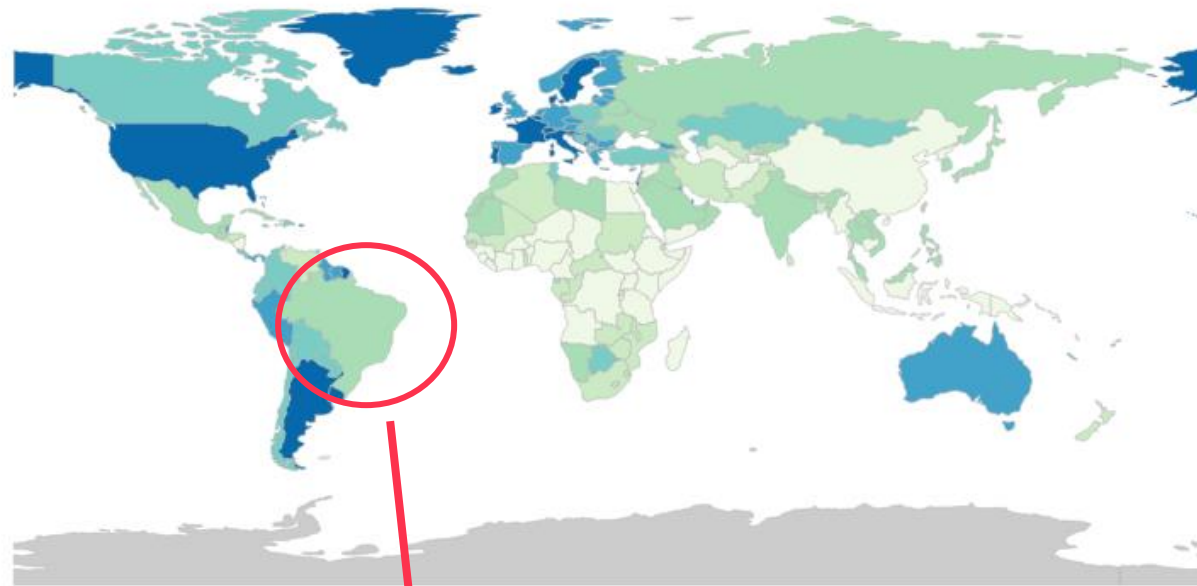


Hasta el 22 de diciembre, México ha recibido las siguientes dosis de vacunas contra el Covid-19:

AstraZeneca	89,376,100
Pfizer	48,645,285
Sinovac	20,000,000
Sputnik V	20,000,000
Cansino	14,137,260
Moderna	3,500,000
Johnson & Johnson	1,350,000
TOTAL:	197,008,645

LE BRÉSIL RELATIVEMENT ÉPARGNÉ À CE JOUR PAR OMICRON

Global cases of COVID-19 reported per 100,000 population in the past 7 days



Cases reported in the past 7 days

LE BRÉSIL

DU PIRE AU MEILLEUR

⇒ **Après avoir subi la pandémie dans des proportions dramatiques, le Brésil affiche des taux de vaccination très bons et des taux d'incidence raisonnables**

- Politique de vaccination très organisée: à São Paulo, +96% de la population adulte vaccinée et 80% de la population totale
- Vaccination des enfants à partir de 5 ans dans l'état de Sao Paulo
- Depuis septembre 2021, 3^e dose administrée (tous âges depuis novembre)



LE BRÉSIL

UN DÉBUT D'ANNÉE 2022 SOUS LE SIGNE D'OMICRON

⇒ Le Brésil très peu atteint à ce jour

- En revanche, beaucoup d'annulations vers la France par crainte de la situation actuelle

⇒ Encore des contraintes liées aux vaccins

- Coronavac pas accepté; seulement avec la 3^e dose Pfizer
- Janssen seulement avec dose additionnelle et Booster Pfizer (au Brésil, administration de Janssen comme Booster!)

⇒ Nécessité de rassurer le Trade et les consommateurs



IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR L'INDUSTRIE DU TOURISME

CONNECTIVITE AERIENNE

CAPACITE AERIENNE

Région	janv.	Evol% *	Var% **	févr.	Evol%	Var%	2 mois ***	Evol%	Var%
Africa : Central/Western Africa	135757	-1%	-2%	121873	2%	-2%	257630	0%	-2%
Africa : Eastern Africa	147021	4%	-1%	109058	0%	-2%	256079	2%	-2%
Africa : North Africa	229332	-67%	-16%	523261	-19%	-6%	752593	-44%	-9%
Africa : Southern Africa	10464	-59%	-5%	10496	-54%	0%	20960	-57%	-3%
Asia : Central Asia		-100%			-100%		0	-100%	
Asia : North East Asia	50508	-77%	-3%	52342	-73%	-18%	102850	-75%	-11%
Asia : South Asia	33614	-44%	0%	31355	-42%	0%	64969	-43%	0%
Asia : South East Asia	25987	-62%	-2%	22293	-63%	-14%	48280	-62%	-8%
Europe : Eastern/Central Europe	234362	-31%	-2%	221456	-29%	-7%	455818	-30%	-5%
Europe : Western Europe	2011959	-34%	-4%	2319567	-20%	-4%	4331526	-27%	-4%
Latin America : Caribbean	199958	-14%	-7%	214955	-1%	-4%	414913	-8%	-6%
Latin America : Central America	48779	-11%	0%	44813	-9%	0%	93592	-10%	0%
Latin America : Lower South America	40215	-44%	0%	38325	-41%	0%	78540	-42%	0%
Latin America : Upper South America	33100	-9%	-2%	30156	-8%	-1%	63256	-9%	-1%
Middle East	204488	-33%	-2%	197426	-28%	-1%	401914	-31%	-2%
North America	330739	-18%	0%	285305	-18%	0%	616044	-18%	0%
Global	3736283	-36%	-4%	4222681	-22%	-4%	7958964	-29%	-4%

* Evolution 2022/2019

** variation par rapport à la semaine du 3 janvier

*** janvier et février

Traitement Atout France, source OAG

ARRIVEES AERIENNES VERS LA FRANCE

Arrivées aériennes à Fin décembre 2021 vers la France avec comparatif Espagne/Italie

Marchés	France		Espagne		Italie	
	YTD Evol %	Nov. Evol %	YTD Evol %	Nov. Evol %	YTD Evol %	Nov. Evol %
Total international arrivals	-71,0%	-37,7%	-59,6%	-28,2%	-74,3%	-54,5%
Purchased trip origins	-74,7%	-42,1%	-62,9%	-34,1%	-78,4%	-58,3%
United Kingdom	-75,1%	-45,6%	-76,7%	-40,5%	-83,5%	-56,1%
Sweden	-49,9%	-5,5%	-5,4%	24,5%	-57,4%	-12,1%
Denmark	-39,3%	-1,1%	-7,9%	38,2%	-46,2%	-18,3%
Germany	-68,0%	-41,5%	-41,7%	-9,8%	-62,1%	-47,7%
Austria	-62,9%	-27,6%	-71,2%	-40,1%	-70,7%	-63,3%
Russia	-93,9%	-84,6%	-93,7%	-82,2%	-91,1%	-79,2%
Spain	-59,1%	-17,8%			-61,6%	-30,1%
Italy	-56,1%	-18,6%	-62,1%	-44,7%		
Israel	-53,8%	-31,2%	-80,7%	-58,8%	-82,7%	-80,2%
U.S.A.	-71,2%	-22,9%	-68,7%	-23,2%	-74,4%	-29,1%
Canada	-67,4%	-3,5%	-87,8%	-50,3%	-86,2%	-38,3%
Mexico	-68,5%	-30,4%	-59,4%	-22,8%	-87,1%	-69,6%
Brazil	-75,7%	-38,3%	-75,6%	-28,2%	-90,0%	-73,5%
China	-99,6%	-98,9%	-99,8%	-99,9%	-99,9%	-99,9%
Japan	-95,7%	-91,1%	-98,1%	-95,2%	-98,3%	-96,3%
South Korea	-95,3%	-85,4%	-97,5%	-92,0%	-98,4%	-95,7%
India	-90,1%	-54,1%	-92,7%	-74,4%	-98,5%	-92,7%
Australia	-96,9%	-81,0%	-97,9%	-79,0%	-98,7%	-88,1%
Others	-64,3%	-31,0%	-55,2%	-21,0%	-65,7%	-48,1%

Evolution 2021/2019

Les arrivées internationales vers la France en novembre sont encore faibles par rapport à 2019 avec un retard de -37%.

Pour l'année 2021, la France métropolitaine affiche un recul de 71% des arrivées aériennes internationales par rapport à 2019.

Traitement Atout France, source Forwardkeys

EVOLUTION DES DEPARTS VERS LA FRANCE

Evolution des départs à 1 mois* et à 3 mois** vers la France avec comparatif Espagne/Italie

Marchés	France	Espagne	Italie	France	Espagne	Italie
	Evol %	Evol %	Evol %	Evol %	Evol %	Evol %
Total international arrivals	-59,7%	-46,9%	-71,7%	-54,9%	-42,1%	-64,4%
Purchased trip origins	-63,2%	-56,2%	-75,2%	-58,4%	-51,8%	-67,4%
United Kingdom	-64,7%	-67,4%	-74,4%	-53,8%	-61,6%	-53,1%
Sweden	-40,8%	60,5%	-32,6%	-32,3%	33,1%	-13,8%
Denmark	-42,6%	30,2%	-48,4%	-37,7%	19,4%	-33,8%
Germany	-62,8%	-26,1%	-62,9%	-63,2%	-35,9%	-63,4%
Austria	-59,4%	-60,8%	-80,8%	-61,3%	-63,4%	-78,2%
Russia	-90,5%	-86,6%	-87,6%	-92,8%	-90,5%	-92,3%
Spain	-32,6%		-50,8%	-34,8%		-43,0%
Italy	-45,3%	-68,2%		-46,6%	-67,0%	
Israel	-63,9%	-84,9%	-91,7%	-64,7%	-82,9%	-90,3%
U.S.A.	-47,7%	-44,2%	-45,9%	-40,6%	-40,0%	-35,6%
Canada	-47,0%	-60,7%	-63,6%	-51,4%	-69,9%	-66,4%
Mexico	-39,7%	-47,5%	-74,4%	-35,1%	-42,7%	-64,8%
Brazil	-45,6%	-47,6%	-81,8%	-36,4%	-31,3%	-72,9%
China	-99,2%	-99,9%	-99,9%	-98,9%	-99,9%	-99,9%
Japan	-95,2%	-98,5%	-98,5%	-93,7%	-97,4%	-97,3%
South Korea	-86,7%	-92,2%	-95,3%	-88,3%	-92,2%	-95,4%
India	-74,2%	-79,2%	-88,7%	-73,1%	-81,2%	-90,4%
Australia	-83,6%	-84,7%	-91,3%	-80,8%	-85,1%	-90,3%
Others	-52,8%	-35,0%	-63,9%	-47,2%	-29,7%	-57,5%

* 1 mois : janvier

** 3 mois : janvier à mars 2022

Evolution 2021/2019

A fin décembre, les arrivées internationales vers la France métropolitaine en mois de janvier sont annoncées en recul de 60% par rapport à 2019.

Traitement Atout France, source Forwardkeys

LE CANADA

CARRIER	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEPT	OCT	NOV	DEC
	Max weekly frequency											
TRANSAT												
Montréal - Paris CDG	5	3	3	3	3	7	7	7	7	3	3	7
Montréal - Fort-de-France	1	réd./sus	1	2	1							1
Montréal - Pointe-à-Pitre	1	réd./sus	2	2	1							2
Montréal - Bordeaux					3	4	4	4	4	4		
Montréal - Lyon				1	2	4	4	4	4	4		
Montréal - Nantes					2	3	3	3	3	3		
Montréal - Toulouse					2	4	4	4	4	4		
Montréal - Marseille				1	3	5	5	5	5	5		
Montréal - Nice					2	2	2	2	2	2		
Montréal - Bâle-Mulhouse					1	1	1	1	1	1		
Montréal - Saint-Martin		1	2	2	2							1
Québec - Paris CDG				2	4	6	6	6	6	6	2	2
CORSAIR												
Montréal - Orly						5	7	7	7	5		
SUNWING												
Toronto - Saint Martin	réd./sus	1	1	1	1	1				1	1	2
Montréal - Saint Martin	réd./sus	1	1	1	1	1				1	1	2

LES ETATS-UNIS

Dès novembre 2021, augmentation graduelle au cours de la saison d'hiver mais ces capacités seront à revoir suite à la variante Omicron.

=> D'ici à la fin mars 2022, AF prévoit 90% de fréquences vs 2019.

AIR FRANCE ET DELTA AIR LINES au départ de **CDG**.

- **Atlanta** : 14 vols hebdomadaires
- **Chicago** : 5 vols
- **Washington DC** : 7 vols
- **New York JFK** : 35 vols
- **Miami** : 12 vols
- **San Francisco** : 7 vols
- / **Boston** : 7 vols
- / **Détroit** : 5 vols
- / **Houston** : 5 vols
- / **Los Angeles** : 17 vols
- / **Seattle** : 3 vols
- / **Cincinnati** et **Raleigh** : 3 vols

DELTA AIR LINES desservira **Nice** à partir de New York JFK dès fin mars 2022

LES ETATS-UNIS

EVOLUTION DU SECTEUR AÉRIEN INTERNATIONAL USA-FRANCE EN 2022

AMERICAN AIRLINES

Paris - CDG	Dallas - Fort Worth DFW	Vol quotidien avec suspension temporaire entre le 19 novembre et le 16 décembre 2021 avec un deuxième vol quotidien à partir du 27 mars 2022.
Paris - CDG	New York - JFK	Vol quotidien à partir du 18 novembre 2021.
Paris - CDG	Miami - MIA	Vol quotidien et deux vols par jour entre le 5 janvier et le 17 février 2022.
Paris - CDG	Chicago - ORD	Le vol quotidien est reporté à la fin du mois de mars 2022 (susceptible de modification).
Paris - CDG	Philadelphia - PHL	Le vol quotidien est reporté à la fin du mois de mars 2022 (susceptible de modification).

FRENCH BEE

Paris -Orly 4	San Francisco - SFO	2 vols par semaine jusqu'à fin novembre 2021. 3 vols par semaine à partir de décembre 2021.
Paris -Orly 4	New York - EWR	2 vols par semaine jusqu'à fin novembre 2021. 3 vols par semaine à partir de décembre 2021.

LES ETATS-UNIS

EVOLUTION DU SECTEUR AÉRIEN INTERNATIONAL USA-FRANCE EN 2022

UNITED AIRLINES

Paris - CDG 2A	New York - EWR (Newark Liberty)	Un vol par jour
Paris - CDG 2A	Chicago - ORD	Un vol par jour
Paris - CDG 2A	Washington - IAD	Un vol par jour

Printemps 2022 : Reprise du vol New York EWR- **Nice**

LA COMPAGNIE

Paris -Orly 4	New York - EWR (Newark Liberty)	7 vols par semaine
Nice - NCE T2	New York - EWR (Newark Liberty)	De mai à septembre

LE MEXIQUE

AIR FRANCE

- MEX-PAR : 3 fréquences supplémentaires > 10 vols / semaine
- CUN-PAR: 1 vol par jour

AEROMEXICO

- MEX-PAR: 7 vols/semaine depuis Septembre 2021
- GDL-MAD: 3 vols/semaine à partir du 15 décembre
- MTY-MAD: 3 vols/semaine à partir du 16 décembre



UNE TENDANCE QUI SE MAINTIENT EN 2022

Malgré les complexités dues aux mesures à la compréhension ardue et l'insécurité sanitaire

- La difficulté de compréhension des mesures ne semble pas rebuter les voyageurs
- Les liaisons aériennes seront renforcées au printemps, notamment sur Air France **revenue actuellement à 60% de sa capacité pré-pandémie, doublera les liaisons depuis Sao Paulo dès février**

Retour de La Première au début de l'été

COMPORTEMENT VOYAGEUR

LE CANADA

La diminution générale des départs vers l'étranger a entraîné des changements au profil des principaux voyageurs :

- Une plus importante part de voyageurs nés à l'extérieur du Canada
- 2/3 des voyageurs n'ont plus d'enfants au foyer
- Plus d'hommes voyagent et ils sont plus nombreux à voyager seuls.
- Plus grande part de répétiteurs et séjours plus longs

(Source : Conference Board of Canada / ACTA)



LE CANADA

OCTOBRE 2021 - VOYAGES DES RÉSIDENTS CANADIENS À L'ÉTRANGER

301 400 résidents canadiens sont revenus de l'outre-mer (hors USA) en octobre 2021 par les principaux aéroports du pays.

C'est 4x plus qu'à la même période en 2020, mais cela ne représente somme toute que 38 % des 790 400 Canadiens revenus au pays en octobre 2019.

NOVEMBRE 2021 - VOYAGES DES RÉSIDENTS CANADIENS À L'ÉTRANGER

366 900 résidents canadiens sont revenus de l'outre-mer (hors USA) en novembre 2021 par les principaux aéroports du pays.

C'est 5x plus qu'à la même période en 2020 (73 200), mais ils représentent tout de même moins de la moitié (43,5 %) des 842 800 Canadiens revenus au pays en novembre 2019.

6 fois plus de Canadiens (324 900) sont revenus des États-Unis en avion en nov. 2021 vs nov. 2020 (54 500)

LE CANADA

LES DESTINATIONS DONT RÊVENT LES QUÉBÉCOIS

(sondage Léger, juillet 2021)

1. France **26 %**
2. Italie **26 %**
3. Australie **20 %**
4. Grèce **20 %**
5. États-Unis **11 %**

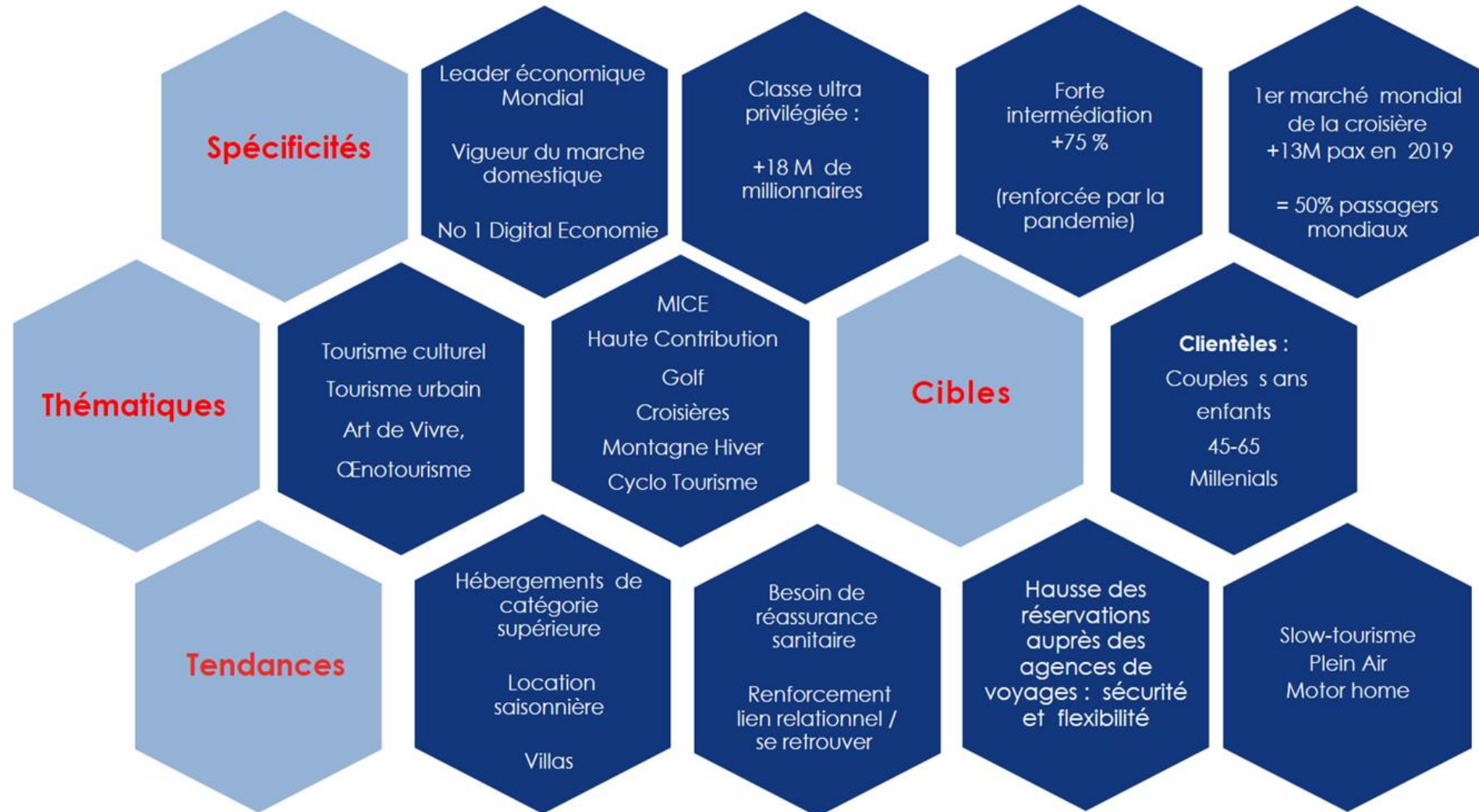
6. Irlande **11 %**
7. Espagne **10 %**
8. Japon **10 %**
9. Bahamas **10 %**
10. Nlle-Zélande **9 %**
11. Allemagne **9 %**
12. Costa Rica **8 %**
13. Royaume-Uni **8 %**
14. Portugal **8 %**

15. Cuba **6 %**
16. Mexique **5 %**
17. Jamaïque **4 %**
18. Croatie **4 %**
19. Belgique **3 %**
20. Russie **3 %**
21. Afrique du S. **3 %**
22. Brésil **3 %**
23. Israël **3 %**



MÉTHODOLOGIE : Une question ouverte a été posée aux panélistes LEO (Leger Opinion) pour qu'ils soumettent les pays qu'ils aiment ou souhaitent visiter. Ensuite, un sondage scientifique a été réalisé auprès d'un millier de Québécoises et Québécois représentatifs, du 9 au 11 juillet 2021, sur la base des pays les plus mentionnés pour qu'ils établissent leurs trois premiers choix.

LES ETATS-UNIS



LES ETATS-UNIS

Le Texas, un bassin de clientèle de plus en plus important

Origins of Demand

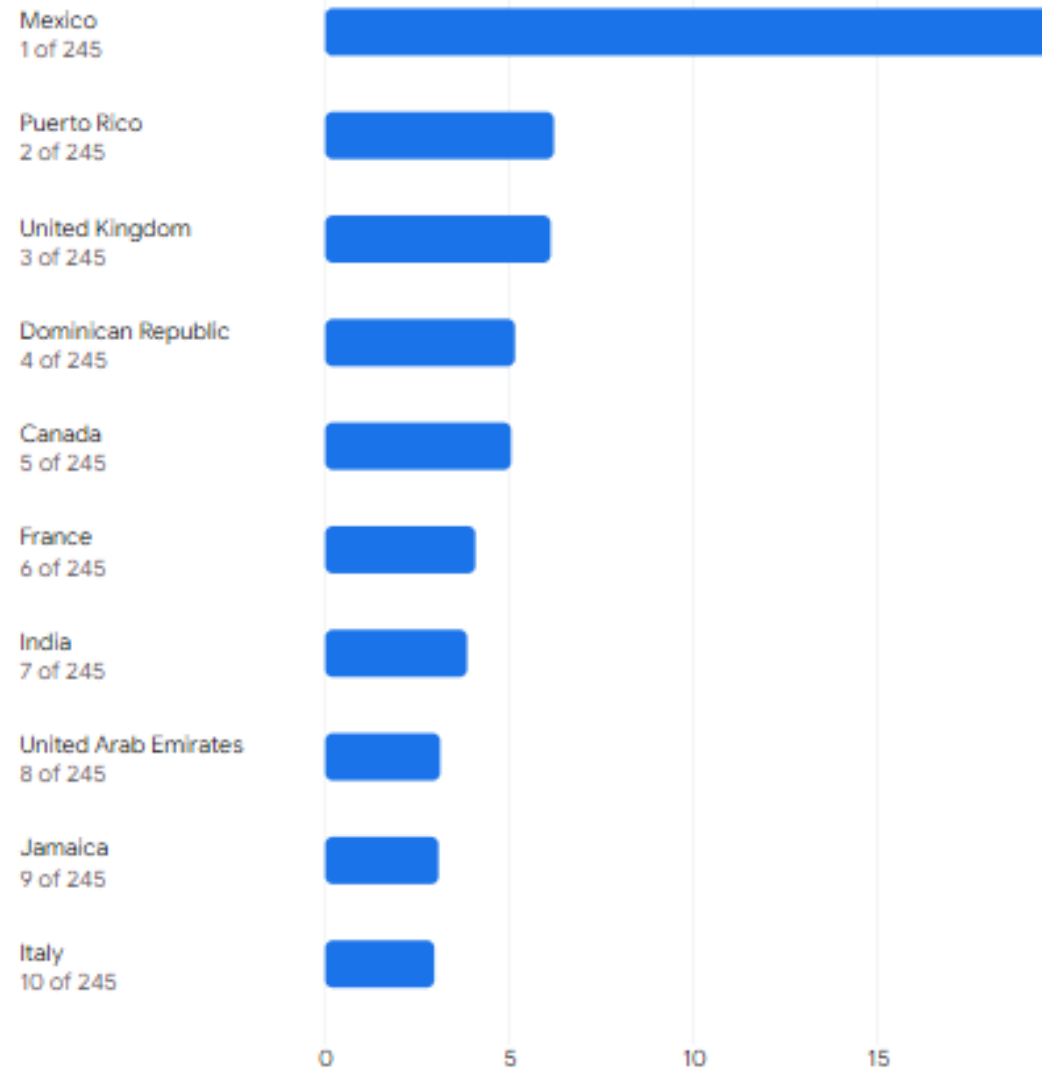
It's important to monitor incoming demand and plan ahead. Determine which travelers are interested in your selected location.

TOP DEMAND BY ORIGIN LOCATION



LES ETATS-UNIS

En 2022, la France, très bien placée parmi les destinations plébiscitées par les Américains surtout en cette période traditionnellement tournée vers des destinations soleil



Travel Demand

Destination popularity can change in an instant depending on world conditions. See how travel demand has changed for your selected location(s) over time.



Une demande pour la France en progression

LES ETATS-UNIS

Les Digital Nomads

Great Resignation: The number of people quitting jobs hit an all-time high in November as openings stayed near record

Paul Davidson
USA TODAY
Published 10:19 a.m. ET Jan. 4, 2022 | Updated 5:18 p.m. ET Jan. 4, 2022

Fortune
It's time to replace work-life balance with 'life-work integration'
People aren't just quitting their jobs, they're rethinking what they want out of life. What people are resigning from is a culture of "workism":...

Brian Chesky @bchesky

1. Starting today, I'm living on Airbnb. I'll be staying in a different town or city every couple weeks

11:19 AM · Jan 18, 2022 · Twitter Web App

1,361 Retweets 1,085 Quote Tweets 16.5K Likes

Tweet your reply

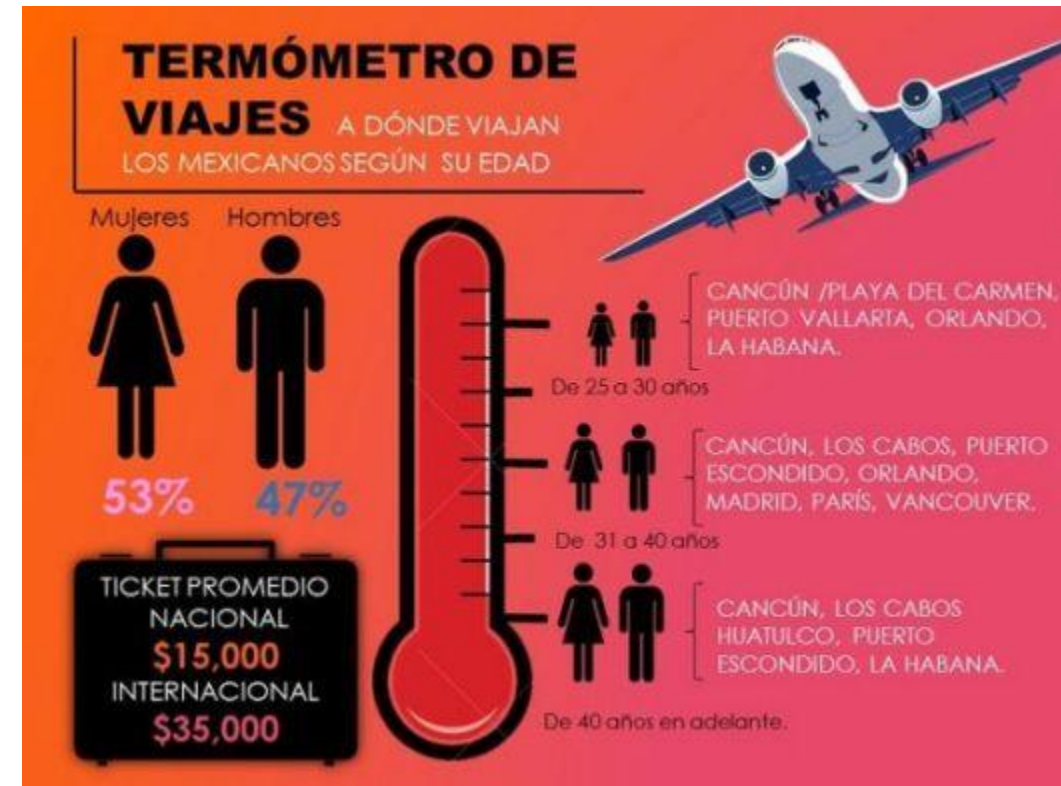
Brian Chesky @bchesky · Jan 18
Replying to @bchesky
2. This week I'm in Atlanta. I'll be coming back to San Francisco often, but for now my home will be an Airbnb somewhere

Brian Chesky @bchesky · Jan 18
3. Why am I doing this? I think the pandemic has created the biggest change to travel since the advent of commercial flying

Brian Chesky @bchesky · Jan 18
4. For the first time, millions of people can now live anywhere

LE MEXIQUE

- Famille et groupe / étudiants
- Classe moyenne supérieure et +
- Education supérieure, voyageur cultivé et informé
- **Moyenne d'âge: 30/40 ans**
- Amoureux de Paris et la France
- Fidèles aux marques – Repeaters de la destination
- Résilients, prêts-à-voyager



LE BRÉSIL

3^e MARCHÉ LONG-COURRIER EN 2021

Une reprise plus rapide qu'attendue en particulier sur le segment CSP+



- En l'absence des clientèles Asiatiques, les Brésiliens sont passés de la 5^e à la **3^e position** derrière les Américains et les Canadiens
- Les CSP+ ont été les premiers à voyager (plus âgés et supportant un taux de change défavorable)
- À Paris mais également en région

Deux grands groupes parmi les **repeaters** :

- CPS++ : jeunes et moins jeunes
- Classes moyennes intellectuelles, éduquées

UN TOURNANT DANS LA CONSOMMATION TOURISTIQUE

⇒ Le Brésil n'échappe pas aux tendances post-pandémie

- La **santé** (situation sanitaire et infrastructure médicale), désormais la première préoccupation de voyageurs
- La **sécurité** proprement dite, en 2^e position
- La notion de **bien-être**, au sens large, (« *coolness* ») en tête des motivations de voyage
- Les moments de qualité, en famille, dans des lieux tranquilles

⇒ Ce qui se traduit pour la France par:

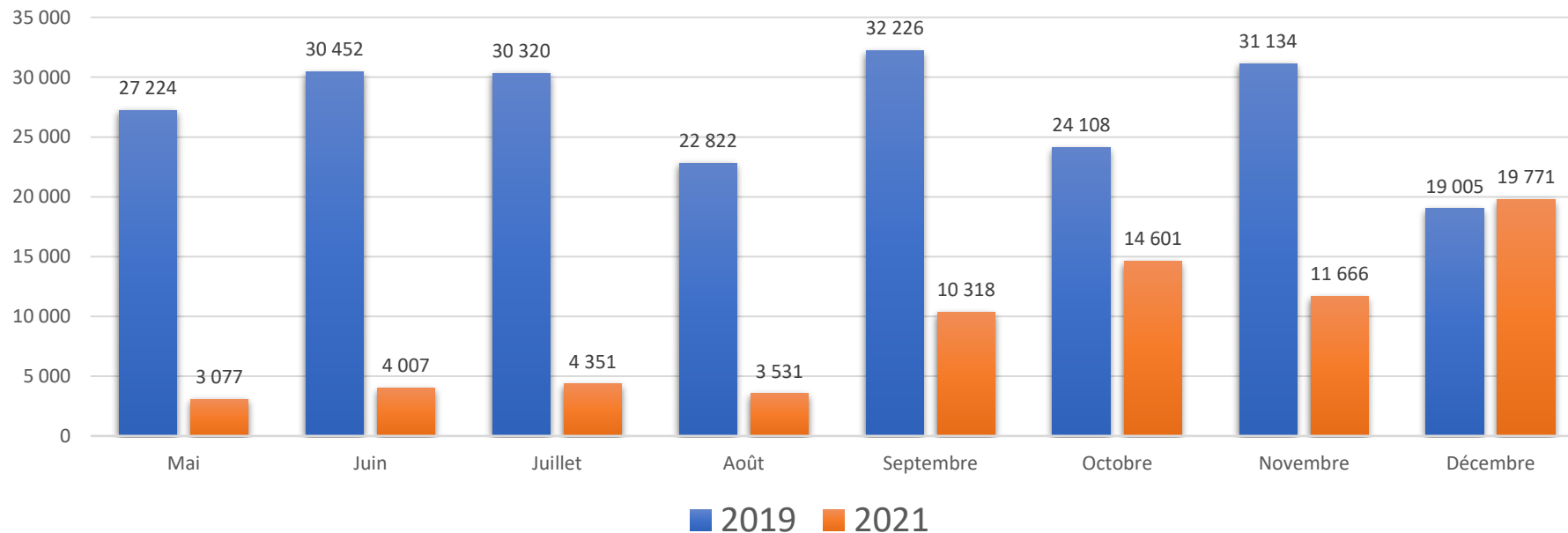
1. La recherche d'expériences dans les RÉGIONS
2. L'augmentation de location de voitures et itinéraires en train
3. Les voyages thématiques: culture, oenotourisme, ski (recherche de réceptifs spécialisés)
4. Les voyages transformationnels: une expérience de voyage qui fait « grandir »
5. Le luxe

LE BRESIL

UNE REPRISE AMORCÉE EN SEPTEMBRE



Décembre 2021 = retour aux chiffres de décembre 2019 (ForwardKeys)



DISTRIBUTION

LE CANADA

CE QUI PRÉOCCUPE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

- Le stop and go des restrictions au Canada mais également le stop and go des aides gouvernementales aux intermédiaires du tourisme. Les rencontres en personne ne sont pas possibles.
- Le flou dans les conditions de quatorzaine selon les pays si testé positif à destination.
- Le dépistage et l'auto-isolement à l'arrivée au Canada, une quarantaine plus longue pour les voyageurs que pour le reste des isolements dans la communauté.
- Les annulations et changements de vols.
- La difficulté à joindre les tour-opérateurs.
- Globalement le Canada – et plus spécifiquement la province du Québec – voit sa capacité à gérer Omicron réduite car le nombre de lits par habitant est parmi les plus bas du G7. Par conséquent le pourcentage des lits occupés par des patients atteints de la covid est beaucoup plus élevé qu'en France.

- Taux d'intermédiation toujours très important
- Les réseaux d'agences, les incontournables du marché américain
- Frosch, Valerie Wilson, Internova... : les transformations
- Evolution des produits et pratiques: ex. Classe Affaires vs Jets privés, privatisation, les destinations urbaines restent très prisées (Paris, Nice, Lyon, Bordeaux) ainsi que les arrière-pays, les villes secondaires, comportement tribal
- Les compagnies de croisières maritimes fortement touchées
- La croisière fluviale tire son épingle du jeu
- Tourisme d'affaires : perspectives encourageantes



The biggest travel trend of 2022: Go big, spend big

The year of the 'GOAT'

Expedia is calling 2022 the year of the GOAT, or the “greatest of all trips.”

In a survey of 12,000 travelers in 12 countries, the company found that [65% of respondents are planning to “go big”](#) on their next trip, according to a company representative. As a result, it named the desire for exciting and extravagant trips “the biggest travel trend” of the year.

LE MEXIQUE

TOUR OPERATEURS

- Alliance Petra Operadora / Navitur
- Fermetures de TO au Mexique (Viva Tours, Abiega Operadora, Te llevamos, Travel Impressions) et en Espagne: (Trapsatur, Pullmantur, Politours)

AGENCES DE VOYAGES

- 31 Agences de Voyage VIRTUOSO
- 18 agences Traveller Made
- NEW: Nao Travel Collection, Mundo Cruceros y Viajes

36%

Intermédiation au Mexique



⇒ L'intermédiation renforcée mais une distribution encore fragilisée

- Des T.O. en liquidation: MGM
- Le rachat et le regroupement: New Age racheté par Teresa Perez Viagens, Agaxtur et Queensberry rachetés par BeFly, nouveau géant brésilien
- Les grands groupes affaiblis: CVC, Decolar, mais qui traversent la crise
- Les « home agents » en hausse
- Les « host agencies » en hausse: TTW rassemble de nombreuses agences affaiblies et fournit une structure de marketing et produit
- Sur le luxe, les agences de niche – thématiques ou spécialisées se regroupent en dehors des labels Virtuoso ou Traveller Made
- Montée en gamme: CVC lancée « CVC Boutique » ; Diversa se lance sur le ski haut de gamme.

ORIENTATIONS STRATEGIQUES

— OPPORTUNITES POUR LA FRANCE



- Désir de France et attachement fort à la France
- Réponse forte des acteurs de la distribution aux invitations pour des voyages de reconnaissance
- Départs vers la France durant l'été et l'automne
- Retours positifs lors des salons VIRTUOSO TRAVEL WEEK, IMEX AMERICA, USTOA et ILTM
- Résistance vis-à-vis des destinations concurrentes grâce à une offre renouvelée.
- Dynamisme des acteurs du Tourisme français reconnu par les professionnels étrangers



CANADA

TOURNÉE MÉDIA
Automne 2022

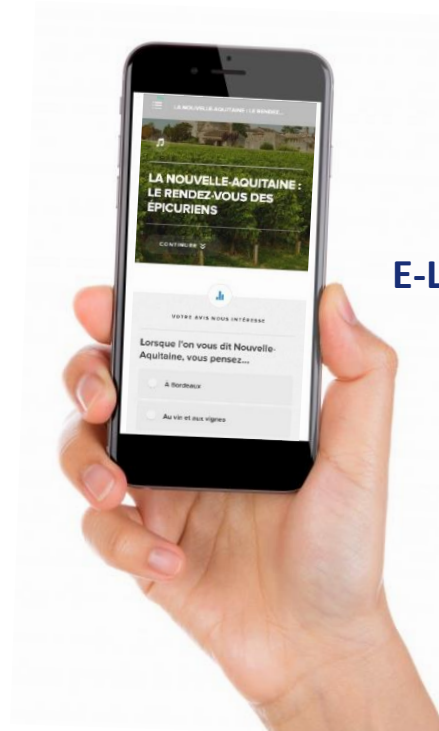


JEU-CONCOURS
Beyond Monet
Normandie
(OTTAWA –
printemps 2022)

JEU-CONCOURS
Eiffel
Mars – Avril 2022



CONFÉRENCE
VIRTUELLE
PRÉSENCE ATF-ETC
2/3, 27/4



E-LEARNING



FRANCE 360



DESTINATION FRANCE
Mai 2022

LES ACTIONS ATOUT FRANCE 2022

- **Fidélisation des cibles** : en particulier les jeunes seniors qui ont été les premiers vaccinés, et les HNWI
- **Les marques mondiales, les destination phares**, qui ont continué d'investir sur le marché nord-américain et d'innover : Paris Région, Provence Alpes Côte d'Azur et les destinations Outre-Mer au premier semestre et l'ensemble des marques mondiales au 2ème semestre dont Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes, Grand Est, Centre Val de Loire et Normandie.
- **Mise en valeur des grandes ouvertures et évènements**: Nice-Unesco, nouveaux hôtels et sites culturels tels que la Fondation Pinault - Bourse de Commerce, Musée de la Marine, Écomusée sous-marin de Cannes, Fondation LUMA, Rugby World Cup, Jeux Olympiques, etc.
- **Redémarrage progressif du tourisme d'affaires** en insistant sur la disponibilité et la capacité de l'offre à accueillir la clientèle dans des conditions sanitaires optimum.
- **Des actions de soutien en partenariat avec les compagnies aériennes et de croisières**

LE MEXIQUE

- **Un travail au plus près des besoins de l'intermédiation :**
 - E-Learning
 - Groupe Facebook avec plus de 700 professionnels mexicains inscrits
 - Semana de Francia: une semaine de conférences thématiques virtuelles
 - Podcast
- **Pousser les sujets importants pour la destination France auprès de la presse et influenceurs**
 - Conférence de presse sur le tourisme durable
 - Communiqués de presse sur des sujets comme l'innovation, le tourisme durable, les nouveautés 2022
 - Temps fort autour des JO Paris 2024 et les grands événements
- **Capitaliser sur la clientèle haut de gamme**, avec un événement dédié : France Excellence
- **Reconnecter avec les professionnels du tourisme d'affaires** à IMEX Las Vegas, le RDV incontournable pour l'industrie mexicaine.



LE BRÉSIL

Retour de ENCONTROS À FRANCESA (150 buyers brésiliens en 3 jours), continuité action RP luxe avec France Excellence (conférences + workshop) et webinars en ligne (entre 100 et 150 participants)





ZONE AMERIQUES
USA/ CANADA/BRESIL/MEXIQUE

QUESTIONS / RÉPONSES

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

RESTEZ CONNECTÉS

LES
RENDEZ-VOUS
DU CRT

MERCI DE VOTRE ATTENTION