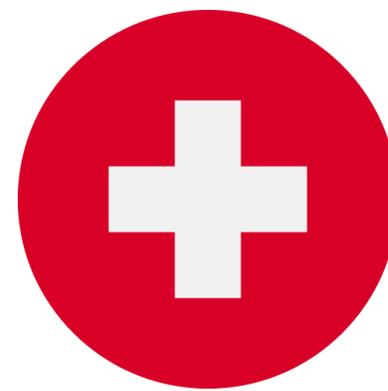


RÉGION SUD



RDV DU CRT MARCHES EUROPEENS
ROYAUME UNI
BELGIQUE
SUISSE

MARDI 9 FÉVRIER – 14H/16H



LA CLIENTELE BRITANNIQUE EN PROVENCE ALPES COTE D'AZUR



**YANNICK LE MAGADURE
DIRECTEUR MARKETING CRT
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR**

FRÉQUENTATION DES TOURISTES INTERNATIONAUX

RÉGION SUD



Top 10 des touristes internationaux

en nuitées

	Top 10	Évolution 2023/2022
1.	Allemagne	+10%
2.	Royaume-Uni	+16%
3.	Italie	+12%
4.	États-Unis	+17%
5.	Pays-Bas	-5%
6.	Suisse	0%
7.	Belgique	-9%
8.	Espagne	+10%
9.	Suède	+3%
10.	Émirats arabes unis	-7%

La Chine arrive au 11^{ème} rang avec une progression de +129%

FRÉQUENTATION DES TOURISTES INTERNATIONAUX

RÉGION SUD



Top 10 des touristes internationaux par destination

en nuitées

Top 10 Provence

1.	Allemagne
2.	Royaume-Uni
3.	Pays-Bas
4.	Etats-Unis
5.	Belgique
6.	Suisse
7.	Italie
8.	Espagne
9.	Suède
10.	Brésil

Top 10 Alpes

1.	Italie
2.	Pays-Bas
3.	Royaume-Uni
4.	Belgique
5.	Allemagne
6.	Suisse
7.	Espagne
8.	Etats-Unis
9.	République-Tchèque
10.	Suède

Top 10 Côte d'Azur

1.	Allemagne
2.	Royaume-Uni
3.	Italie
4.	Etats-Unis
5.	Suisse
6.	Pays-Bas
7.	Belgique
8.	Suède
9.	Espagne
10.	Émirats arabes unis

FRÉQUENTATION DES TOURISTES BRITANNIQUES

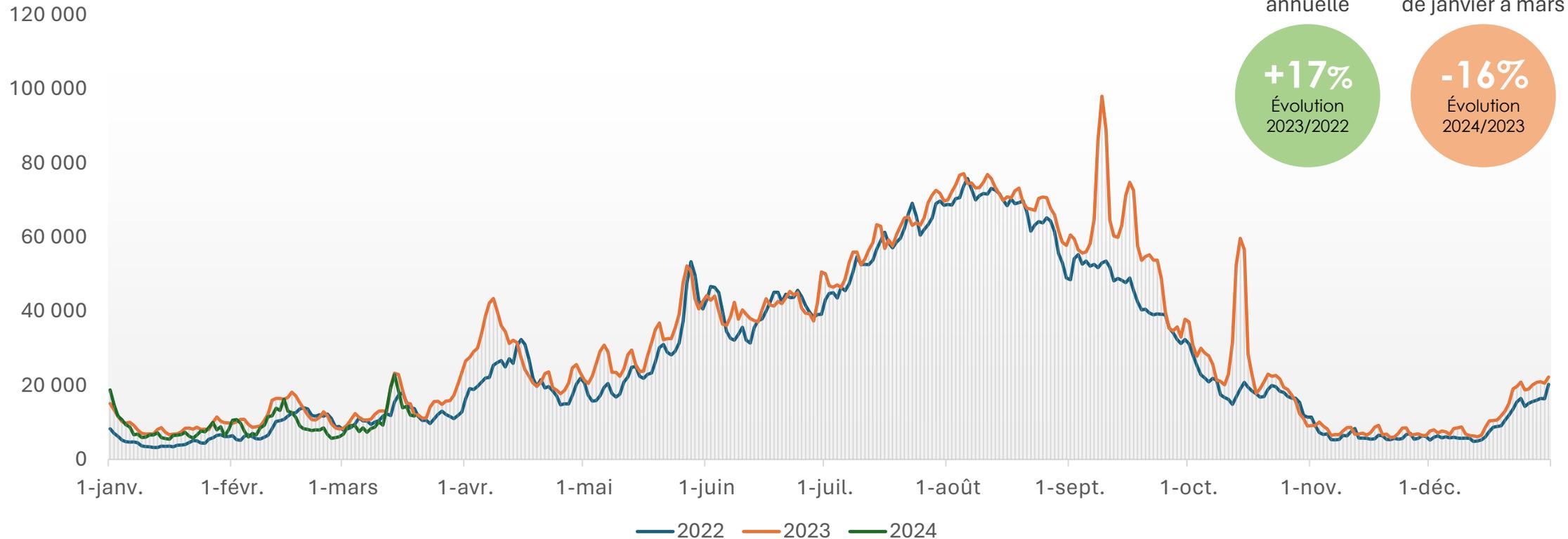
RÉGION SUD

Evolution 2024/2023/2022



Fréquentation quotidienne

en nuitées



Source : Orange Flux Vision Tourisme

FRÉQUENTATION DES TOURISTES BRITANNIQUES

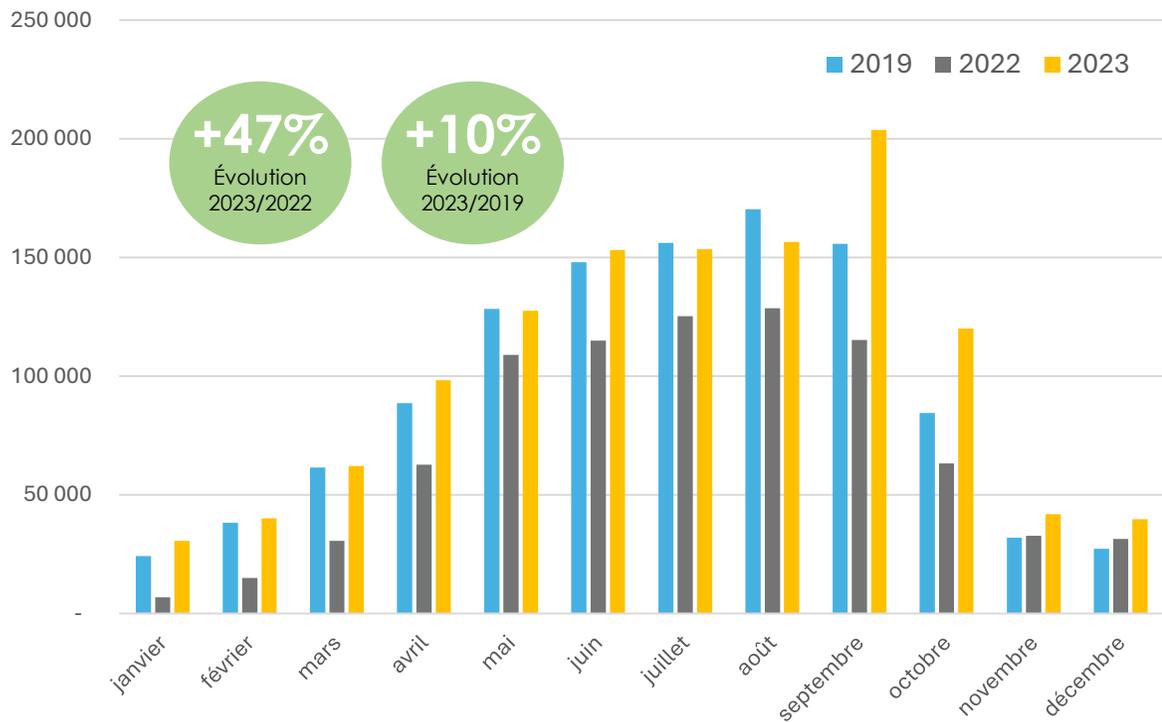
RÉGION SUD

Evolution 2023/2022/2019



Hôtels : nuitées mensuelles des touristes britanniques

en nuitées

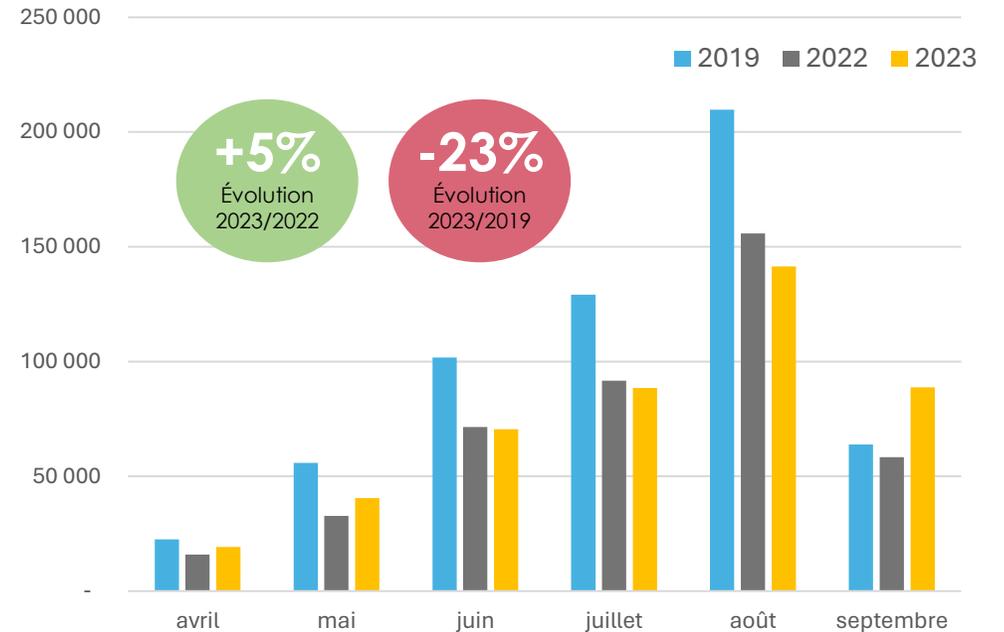


Source : Insee



Campings : nuitées mensuelles des touristes britanniques

en nuitées



Source : Insee

PROFIL DES TOURISTES BRITANNIQUES

RÉGION SUD

2 230 questionnaires
collectés auprès de touristes du Royaume-Uni

Des chiffres clés...



Globalement

3% des séjours 4% des nuitées

Sur l'international

9% des séjours 10% des nuitées



65% de séjours hors coeur d'été

(vs 75% de moyenne régionale)



8,9 nuits en moyenne

(vs 6,5 nuits de moyenne régionale)



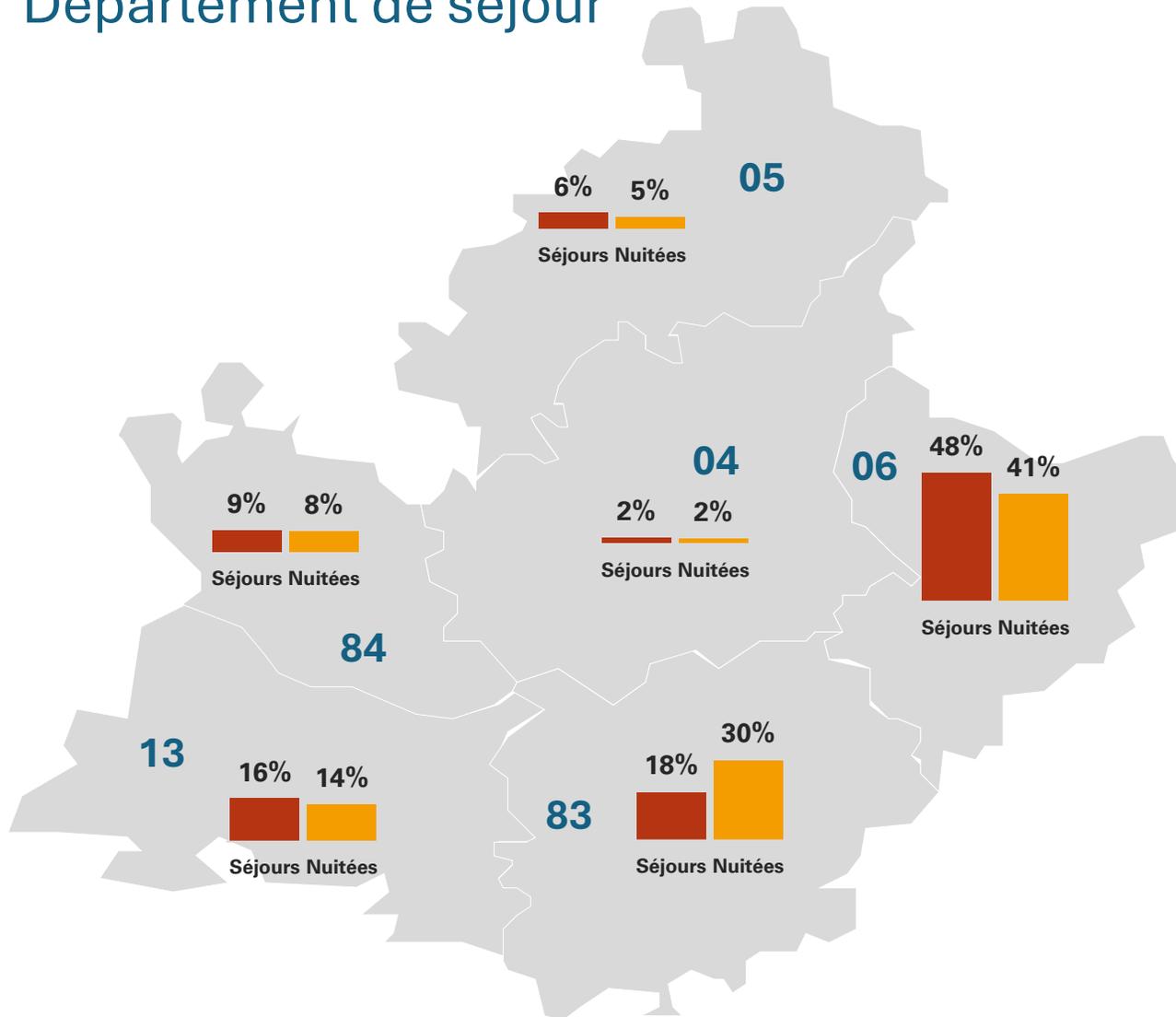
104,6 € /jour/pers

(vs 70,8 € de moyenne régionale)

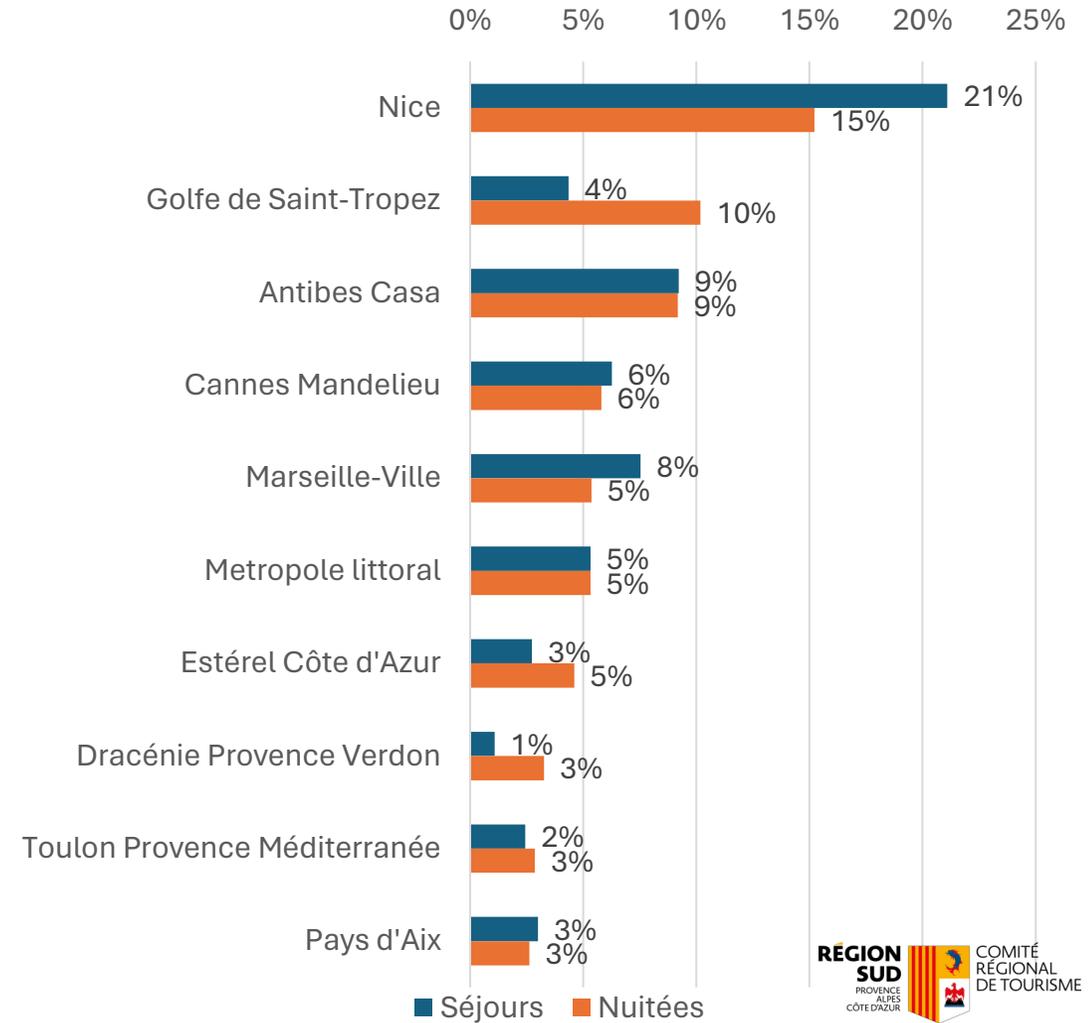
PROFIL DES TOURISTES BRITANNIQUES

RÉGION SUD

Département de séjour



Top 10 bassins de séjour



PROFIL DES TOURISTES BRITANNIQUES

Base de questionnaires : 2 230

RÉGION SUD

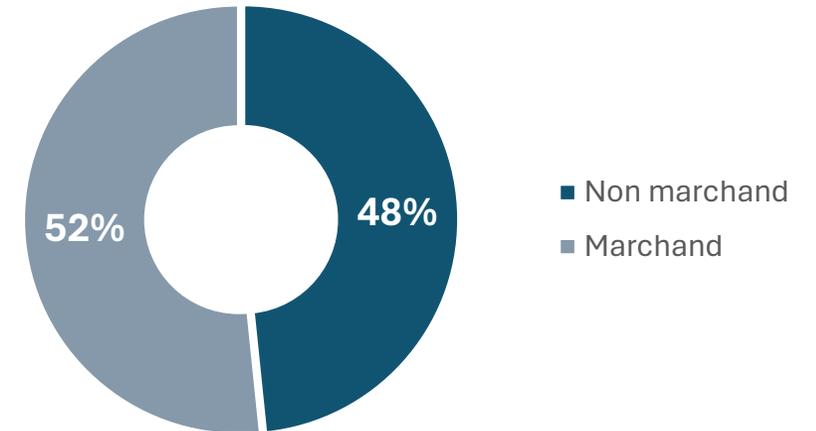
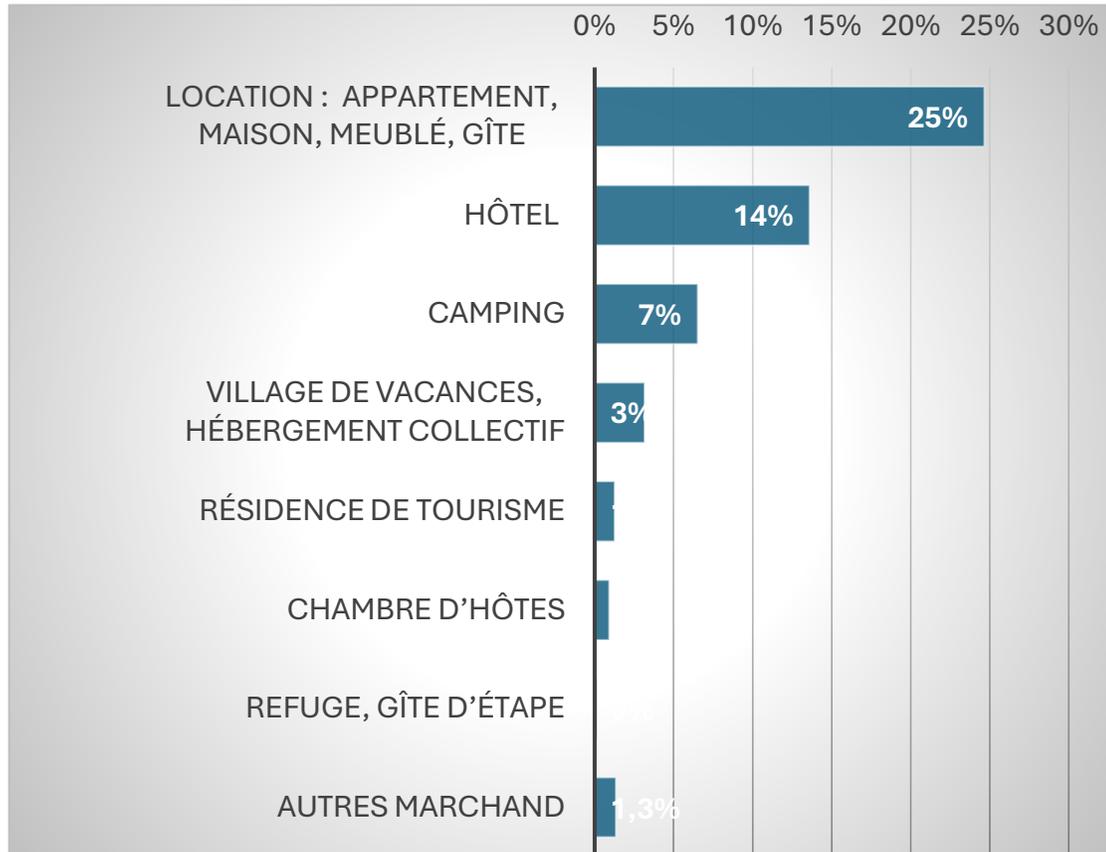
Mode d'hébergement



Hébergement marchand
(7,4 nuits/séjour en moyenne)



Hébergement non marchand
11,2 nuits/séjour en moyenne)



BASE NUITÉES

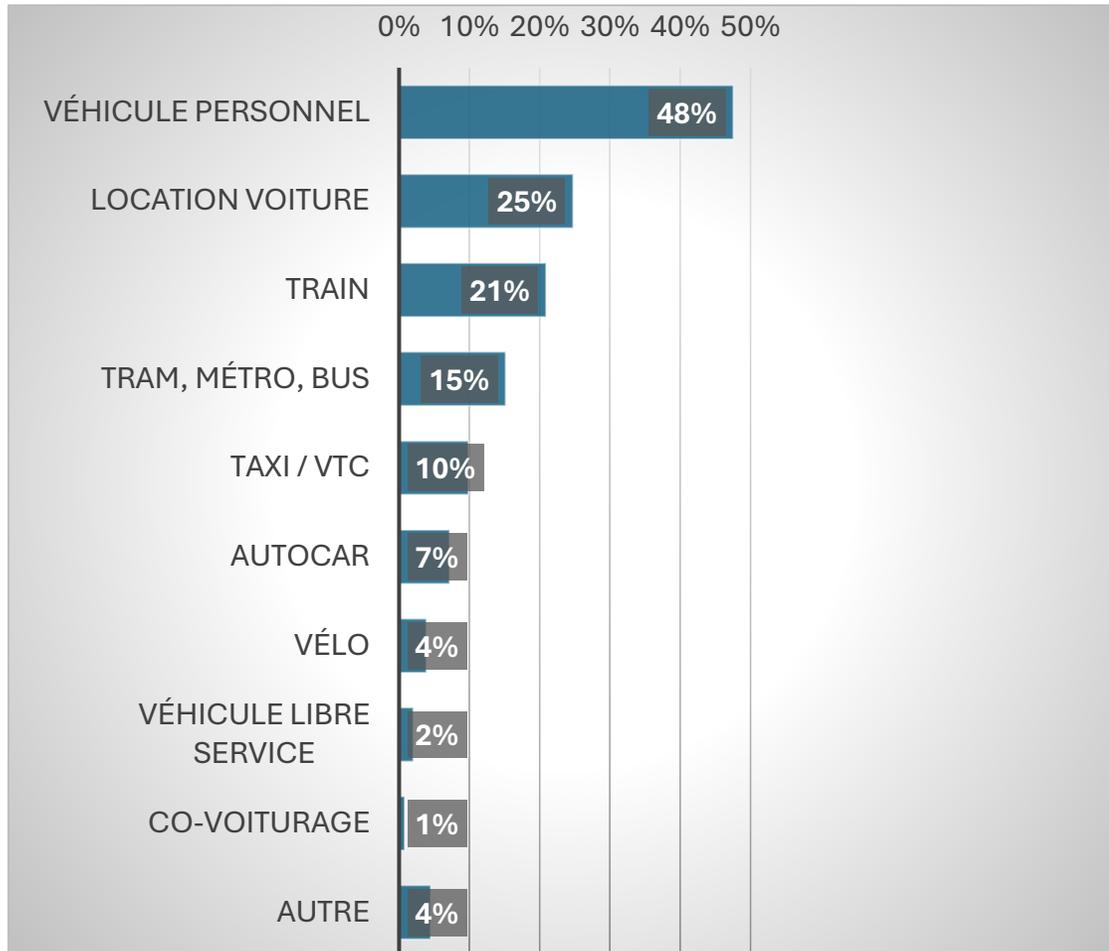
PROFIL DES TOURISTES BRITANNIQUES

Base de questionnaires : 2 230

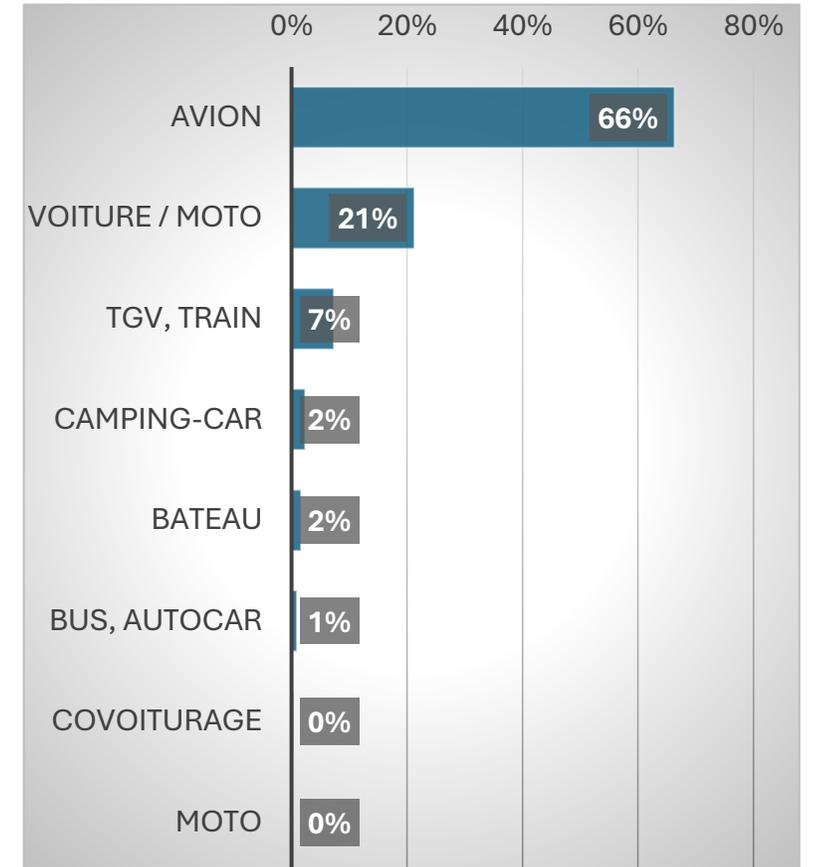
RÉGION SUD

Mode de transport

... pour se déplacer durant le séjour



... pour quitter la région

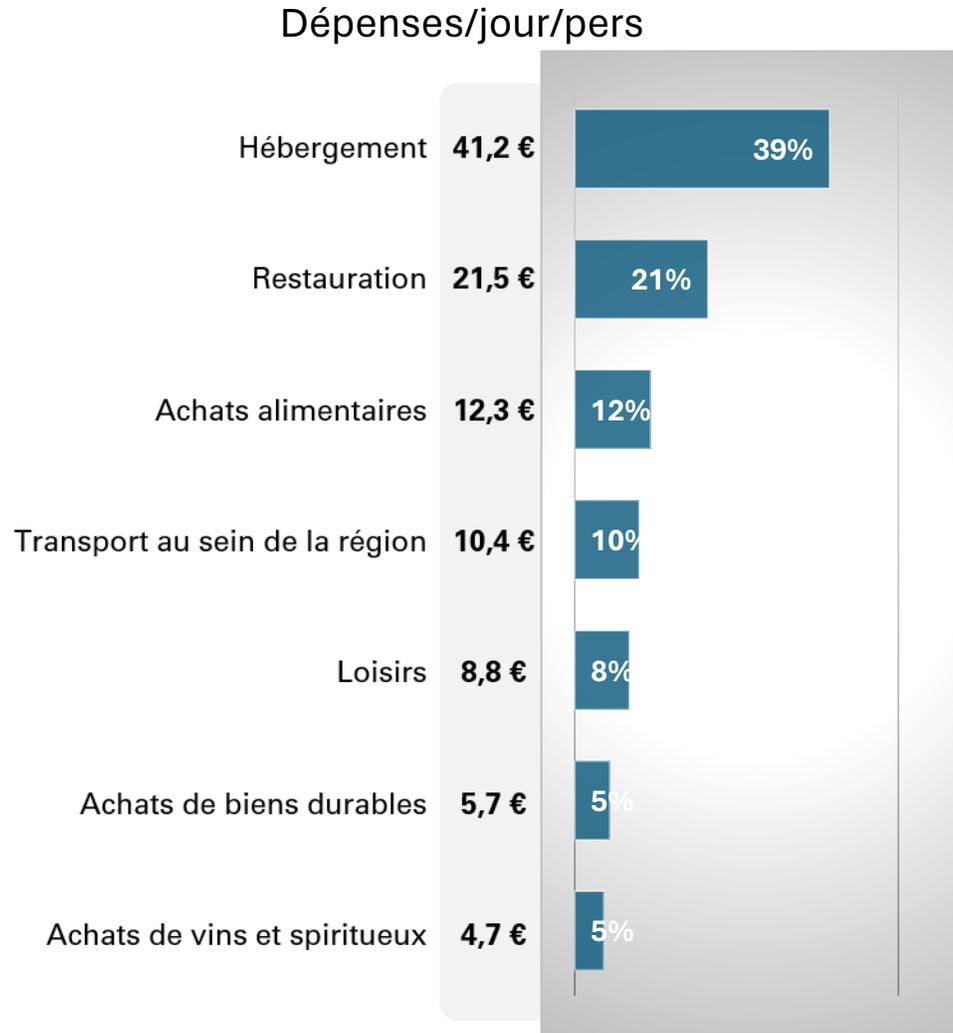


BASE SÉJOURS

PROFIL DES TOURISTES BRITANNIQUES

RÉGION SUD

Dépenses par poste et retombées



Budget moyen du séjour
par groupe :
2 069 €

Dépense totale/j/p
104,6 €

Retombées
économiques directes :
903,1 Millions €



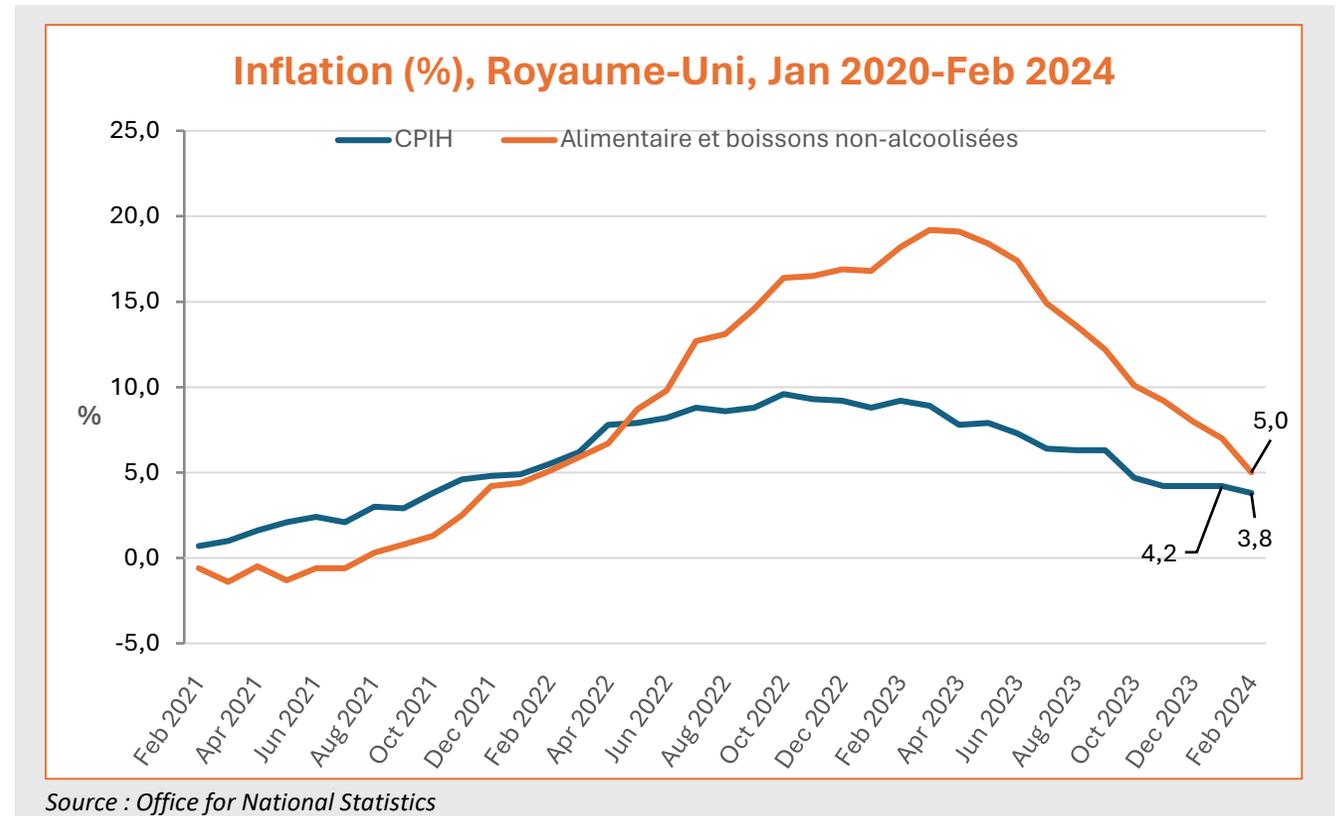
GWENAELLE DELOS

ATOUT FRANCE ROYAUME UNI

Où en sommes-nous au UK ?

- Le tourisme des Britanniques en France

- **Inflation UK : 3.8%**
 - CPIH zone euro : 2.4%
- **Inflation alimentaire UK : 5%**
 - Inflation alimentation, alcool, tabac zone euro : 2.7%
- **Taux d'intérêt Banque d'Angleterre : 5.25%**
 - Taux d'intérêt BCE : 4.75%
- **Taux de change (5/4) : 1£ = 1.17€**



ÉVOLUTION DE L'INDICE DES PRIX À LA CONSOMMATION SUR 10 MOIS

	Dec-22	Avril-23	Mai-23	Juin-23	Juil-23	Août-23	Sept-23	Oct-23	Nov-23	Dec-23
Union européenne	10,4	8,1	7,1	6,4	6,1	5,9	4,9	3,6	3,1	3,4
Zone euro	9,2	7,0	6,1	5,5	5,3	5,2	4,3	2,9	2,4	2,9
Belgique	10,2	3,3	2,7	1,6	1,7	2,4	0,7	-1,7	-0,8	0,5
Allemagne	9,6	7,6	6,3	6,8	6,5	6,4	4,3	3,0	2,3	3,8
Espagne	5,5	3,8	2,9	1,6	2,1	2,4	3,3	3,5	3,3	3,3
France	6,7	6,9	6,0	5,3	5,1	5,7	5,7	4,5	3,9	4,1
Italie	12,3	8,6	8,0	6,7	6,3	5,5	5,6	1,8	0,6	0,5
Pays-Bas	11,0	5,8	6,8	6,4	5,3	3,4	-0,3	-1,0	1,4	1,0
Suisse	2,7	2,6	2,2	1,8	2,1	1,9	2,0	2,0	1,6	2,1
Royaume-Uni	9,2	7,8	7,9	7,3	6,4	6,3	6,3	4,7	4,2	4,2
États-Unis	6,1	3,8	2,7	1,4	1,7	2,5	2,6	2,1	2,1	2,5

Source : Eurostat [y compris USA et Suisse], Office for National Statistics [UK]

* Le tableau indique l'indice des prix à la consommation harmonisé [IPCH] qui est utilisé pour les comparaisons entre membres de l'Union Européenne. Il est calculé pour tous les ménages, en France hors Mayotte. La principale différence entre l'IPCH et l'IPC porte sur les dépenses de santé : l'IPCH suit des prix nets des remboursements de la sécurité sociale tandis que l'IPC suit des prix bruts, des différences existent également quant à la pondération des critères pris en compte dans les 2 indices, notamment ceux liés à l'énergie.

PIB et activité

- **PIB en baisse** pour Q3 et Q4 2023 (tableau)
- Prévission : **légère augmentation/stable pour 2024**
 - Croissance janvier : 0.2%
 - Taux de chômage très bas (3.9%)

Ménages et consommateurs

- Indice de confiance des consommateurs britanniques (GkF) n'augmente plus
- Charge fiscale toujours élevée
- **Salaires augmentent plus vite que l'inflation**
- **Vacances toujours un poste de dépenses prioritaire**

Croissance du PIB réel trimestre sur trimestre (sauf dernière colonne : Q4 2023 par rapport à Q4 2019), %
France, Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis, Q1 2023-Q4 2023

Pays	2023 Q1	2023 Q2	2023 Q3	2023 Q4	2023 Q4 (2019 Q4)
France	0.0	0.7	0.0	0.0	1.8
Allemagne	0.1	0.0	0.0	-0.3	0.1
Royaume-Uni	0.2	0.0	-0.1	-0.3	1.0
États-Unis	0.6	0.5	1.2	0.8	8.2

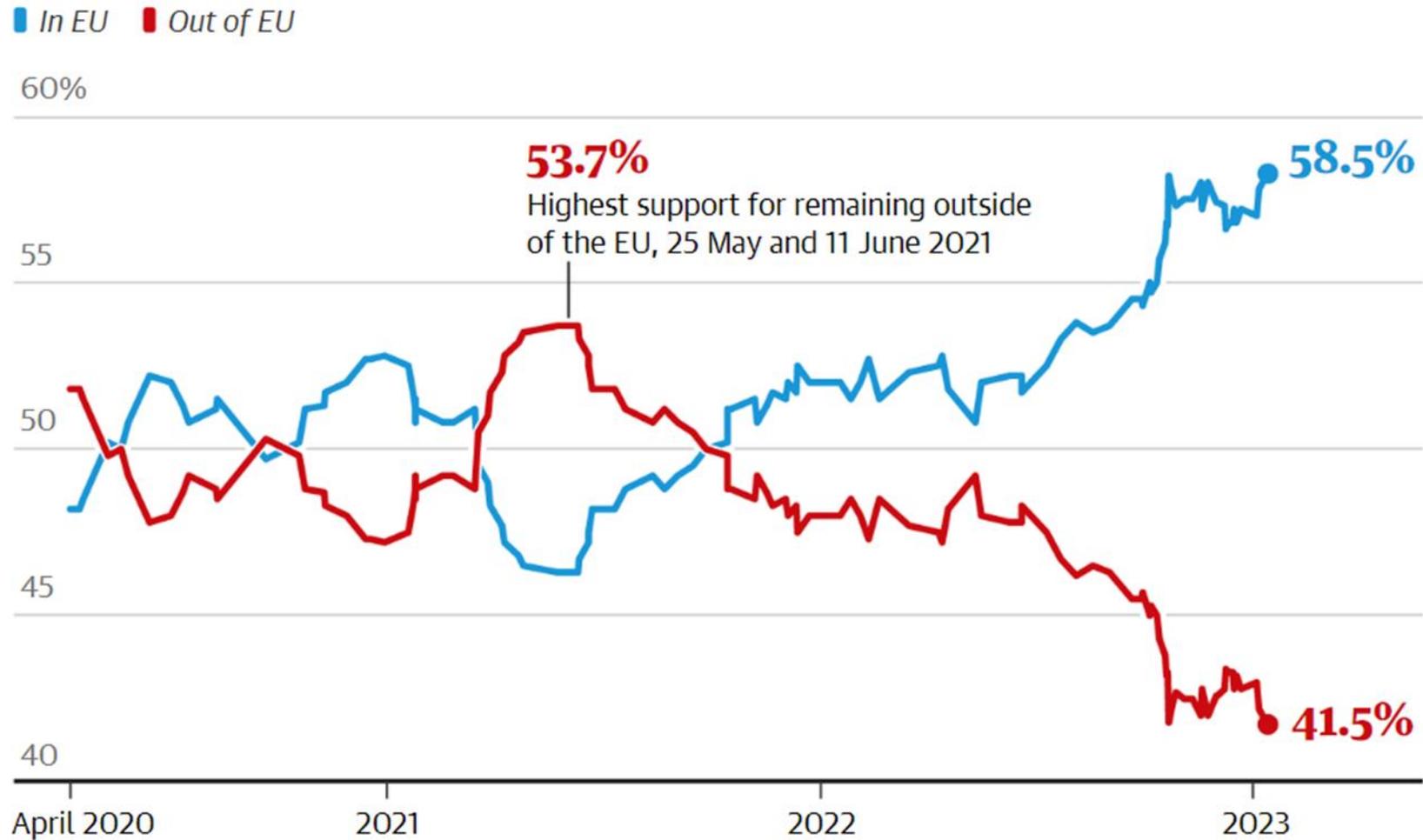
Source : Office for National Statistics, OCDE



Exchange Rate 0.85731	Daily Change 0.0002 ▲ 0.02%	Monthly ▲ 0.15%	Yearly ▼ -2.32%	Q2 Forecast 0.86
---------------------------------	---------------------------------------	---------------------------	---------------------------	----------------------------



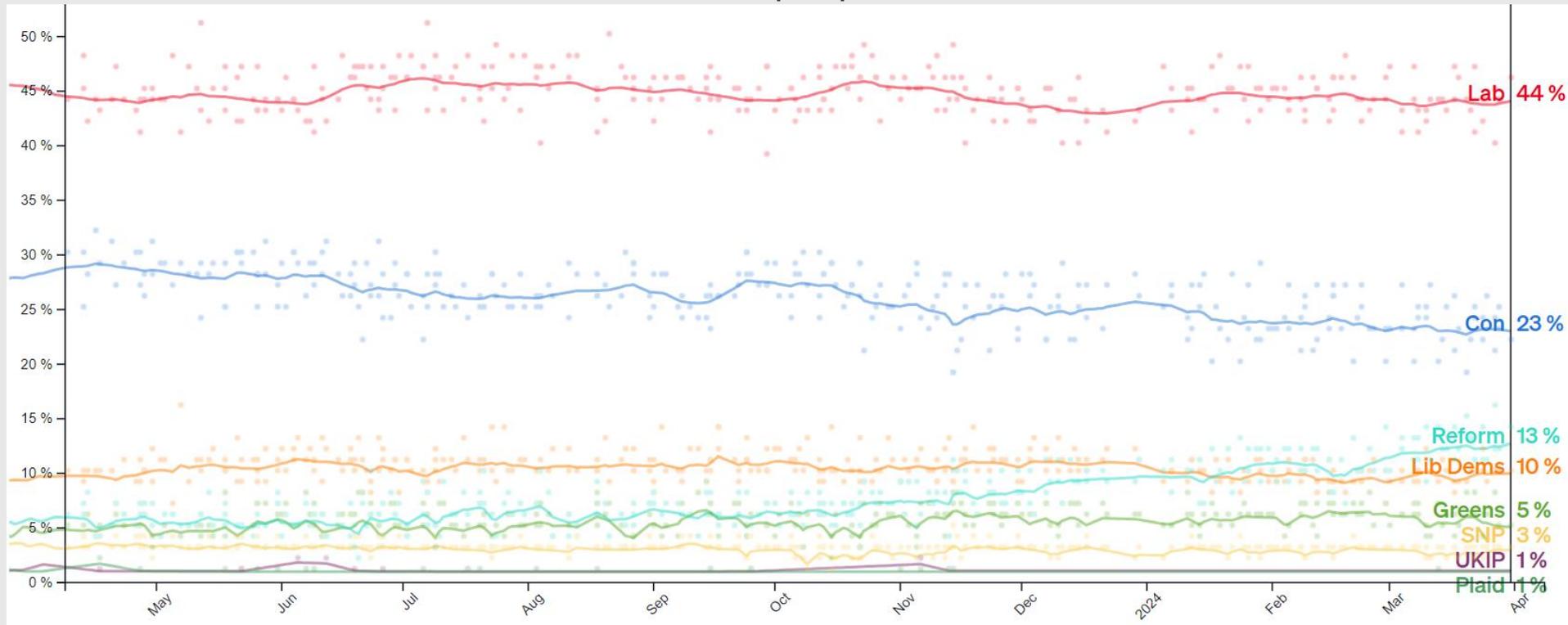
Rolling average of voting intention in another referendum on EU membership



CONTEXTE POLITIQUE, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

Politique

Intentions de vote par parti au 31/03/24



Source : POLITICO

- Accessibilité : transports & barrières

Capacité ferry UK-Continent/France 2023

- UK-Continent : **remontée lente vers les niveaux pré-Covid** (-17% par rapport à 2019)
- UK-France : 10.6 millions en 2023 (+30% par rapport à 2022)
- UK-France : plus de 100% d'augmentation du nombre de bus de 2022 à 2023

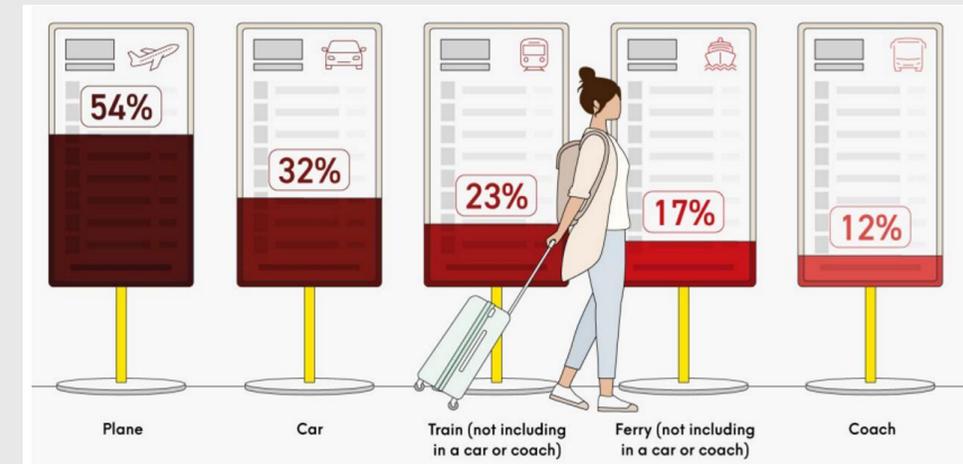
Capacité aérienne UK-France 2023

- Capacité **revenue à celle de 2019**
- 12.5 millions en 2023 (+12% par rapport à 2022)

Capacité Eurostar générale 2023

- Capacité **dépasse celle de 2019**
- 18.6 millions en 2023 (+22% par rapport à 2022)

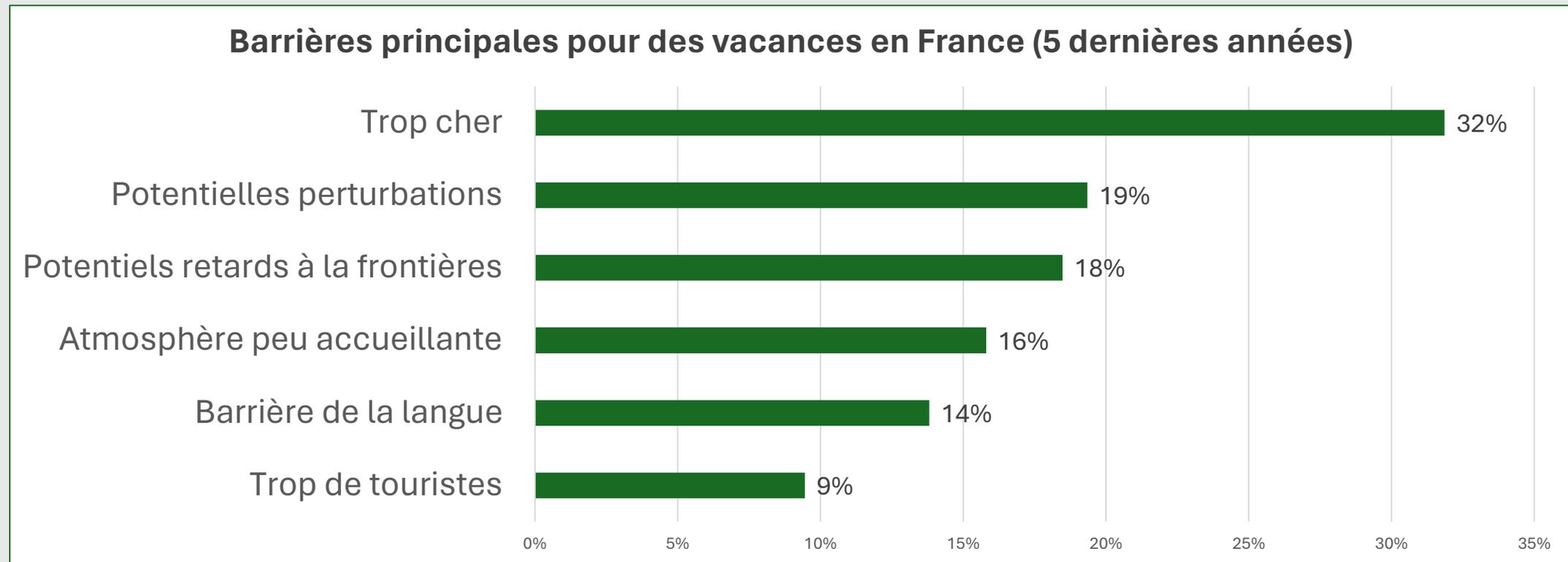
Moyen de transport utilisé par les Britanniques pour leurs vacances en France



Source : Rapport Holidays to France – UK 2023, Mintel (500 sondés)

ACCESSIBILITÉ : TRANSPORTS & BARRIÈRES

Barrières



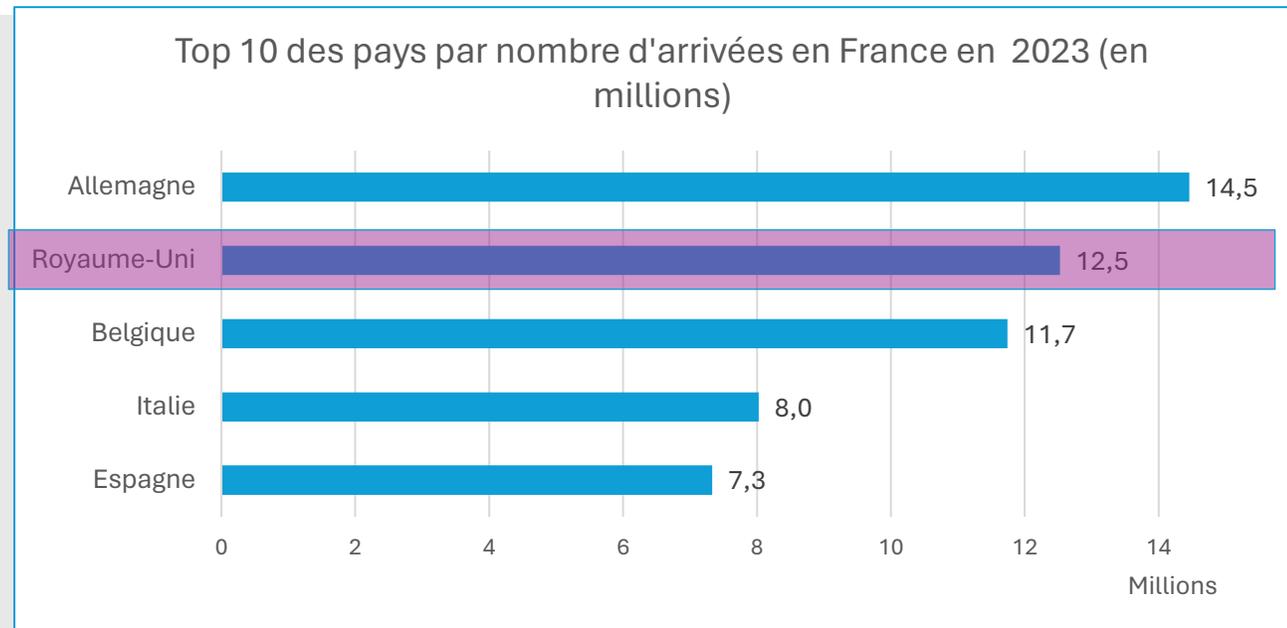
Source : Rapport Holidays to France – UK 2023, Mintel (1,607 sondés)



- Tourisme britannique en France en 2023

Que représente à nouveau le marché britannique en France ?

- 89.8 millions d'arrivées globales en France en 2023
- **12.5 millions d'arrivées** depuis le Royaume-Uni en France en 2023
- **\$5.85 milliards de dépenses** provenant du Royaume-Uni en France en 2023

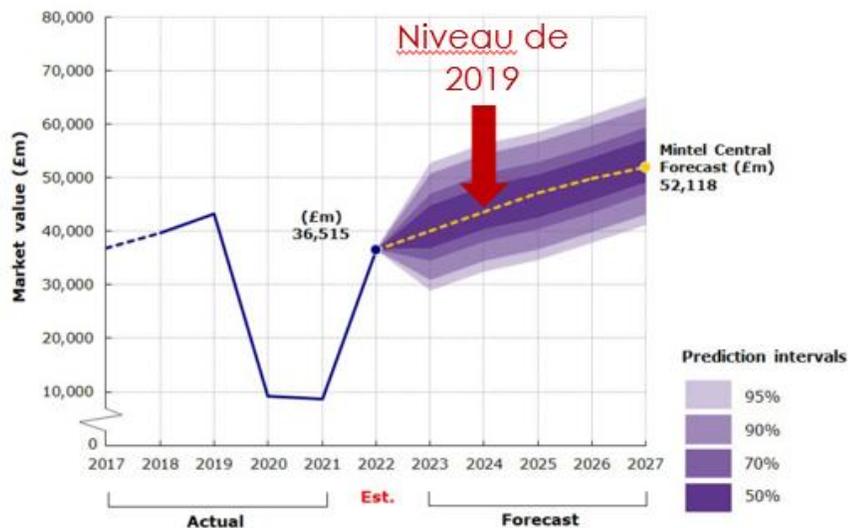


Source : Oxford Economics

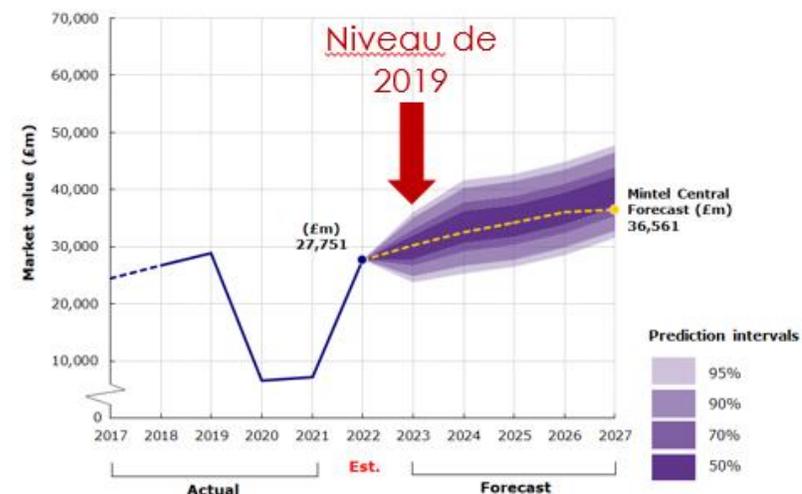


Royaume Uni : les flux touristiques outbound

FIGURE 3: FORECAST VALUE* OF OVERSEAS HOLIDAYS TAKEN BY UK RESIDENTS, AT CURRENT PRICES, 2017-27



FORECAST VALUE OF **SHORT-HAUL HOLIDAYS** TAKEN BY BRITISH RESIDENTS, 2017-27



Départs 2022



Prévision 2023

ROYAUME-UNI : ARRIVÉES EN FRANCE EN 2023

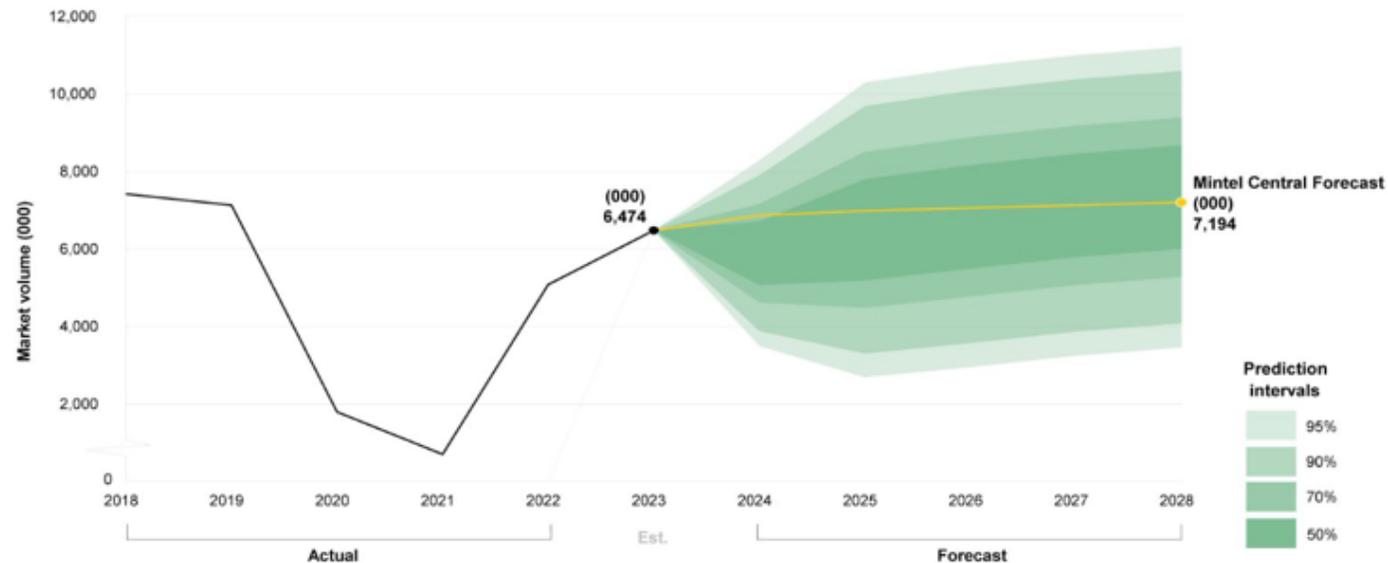
11 660 680 arrivées

➤ 25,7% Evolution par rapport à l'année 2022

Sources: [Mintel](#), [Oxford Economics](#)

— Prévisions ajustées (Intel - octobre 2023 – air trips)

UK: market forecast for the volume of holidays to France taken by UK residents, 2018-28



Key drivers affecting Intel's market forecast: consumer expenditure

Source: Intel based on the IPS by the Office for National Statistics

Market volume expected to remain slightly below pre-pandemic levels



Total 10 marchés ▶ Belgique, Allemagne, Royaume-Uni, Suisse, Espagne, États-Unis, Italie, Chine, Pays-Bas et Japon, SOIT

75% des recettes touristiques totales en France en 2023.

	déc-23			Année 2023		
	En millions	Evol vs 2019 [en %]	Evol vs 2022 [en %]	En millions	Evol vs 2019 [en %]	Evol vs 2022 [en %]
Belgique	605	+39,4%	+26,8%	8 162	+37,1%	+12,7%
Royaume-Uni	550	+50,3%	+26,4%	7 171	+20,2%	+17,1%
Espagne	528	+8,0%	+16,0%	4 764	+2,5%	+8,1%
Suisse	495	+13,5%	+12,2%	6 517	+22,5%	+8,3%
Allemagne	379	- 6,7%	+7,1%	6 457	+9,1%	+0,9%
Etats-Unis	373	+40,2%	+0,5%	6 245	+51,8%	+14,3%
Italie	253	+6,8%	- 2,7%	3 832	+17,3%	+9,8%
Pays-Bas	85	+16,4%	+13,3%	2 475	+28,3%	+3,9%
Chine	85	- 64,9%	+34,9%	1 218	- 65,6%	+30,0%
Japon	40	- 35,5%	+33,3%	590	- 36,8%	+70,5%
total 10 marchés	3 393	+12,7%	+14,6%	47 431	+14,0%	+10,8%
Monde	4 556	+14,2%	+14,8%	63 450	+11,8%	+12,0%

Source : Banque de France, février 2024, crédit du poste Voyages de la Balance des paiements

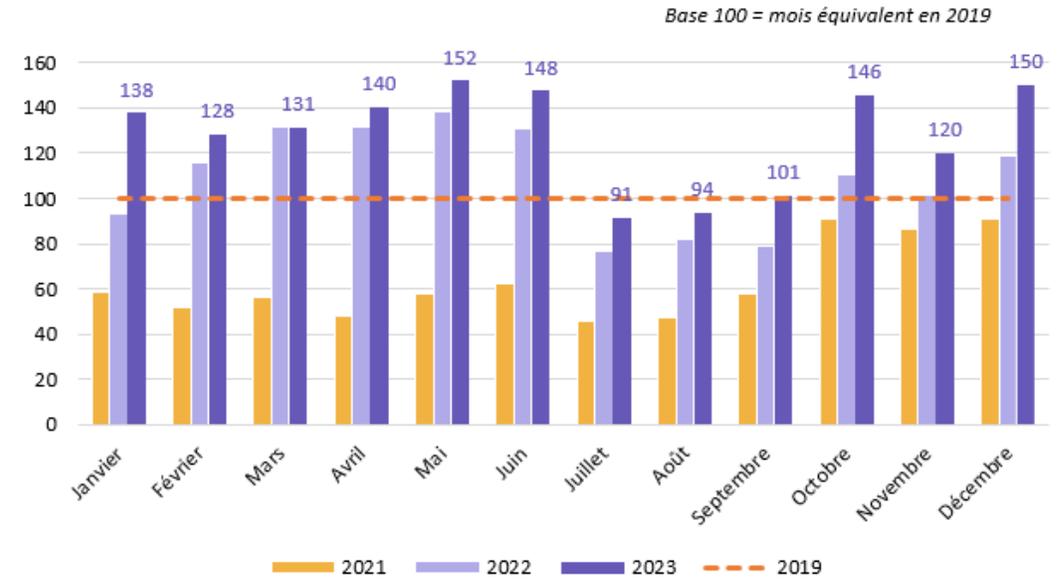
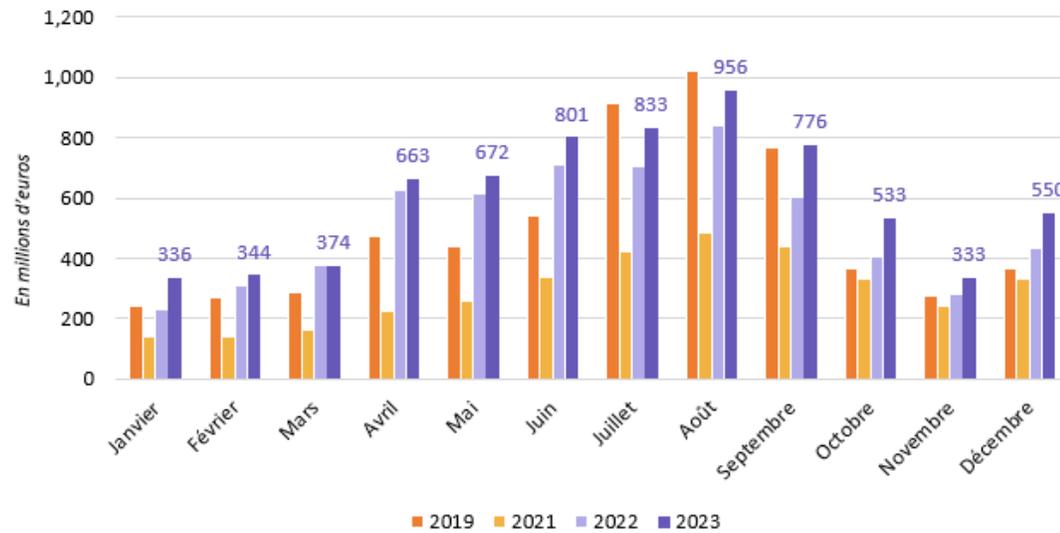
VENTILATION DES RECETTES TOURISTIQUES EN FRANCE

+2%
De nuitées internationales en 2023 par rapport 2019

+10%
Par rapport à 2022

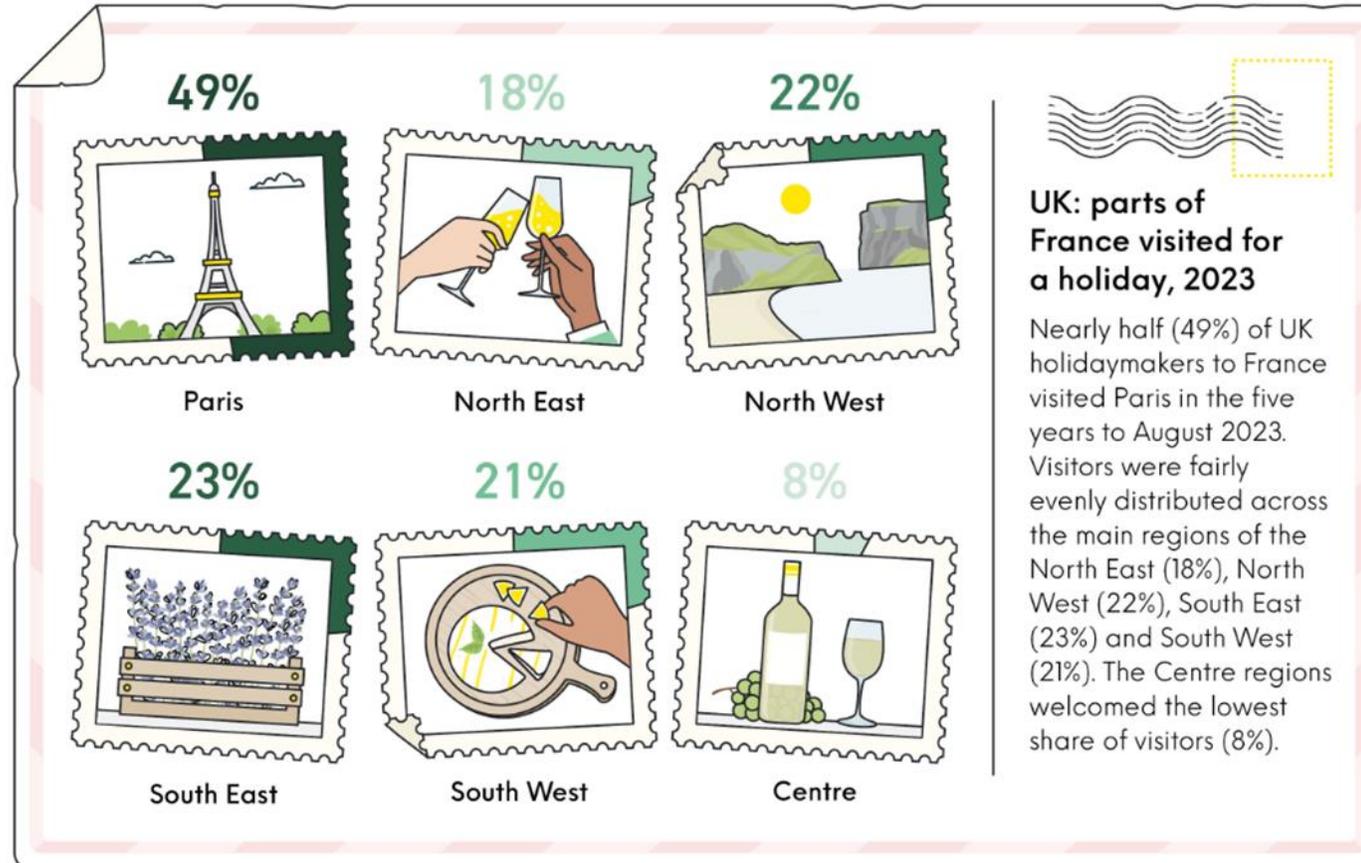


Royaume-Uni



Source : Banque de France, février 2024

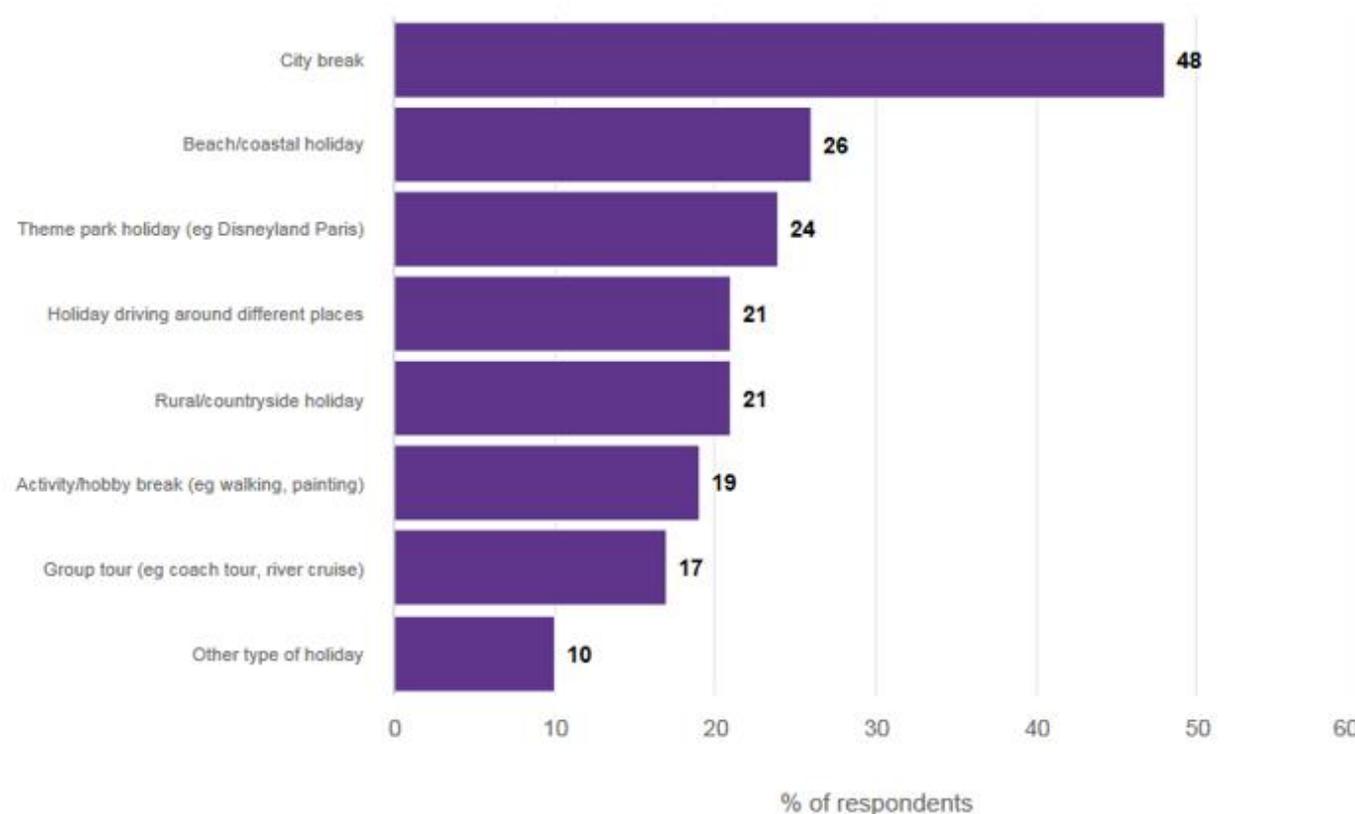
Paris remains the dominant destination



Note: a list of the destinations included in each region can be found in the Appendix | Base: 535 internet users aged 16+ who have been on holiday to France in the last five years | Source: Kantar Profiles/Mintel, August 2023

— Que font-ils en France ?

UK: types of holiday taken in France in the past five years, 2023



Base: 535 internet users aged 16+ who have been on holiday to France in the last five years

Source: Kantar Profiles/Mintel, August 2023

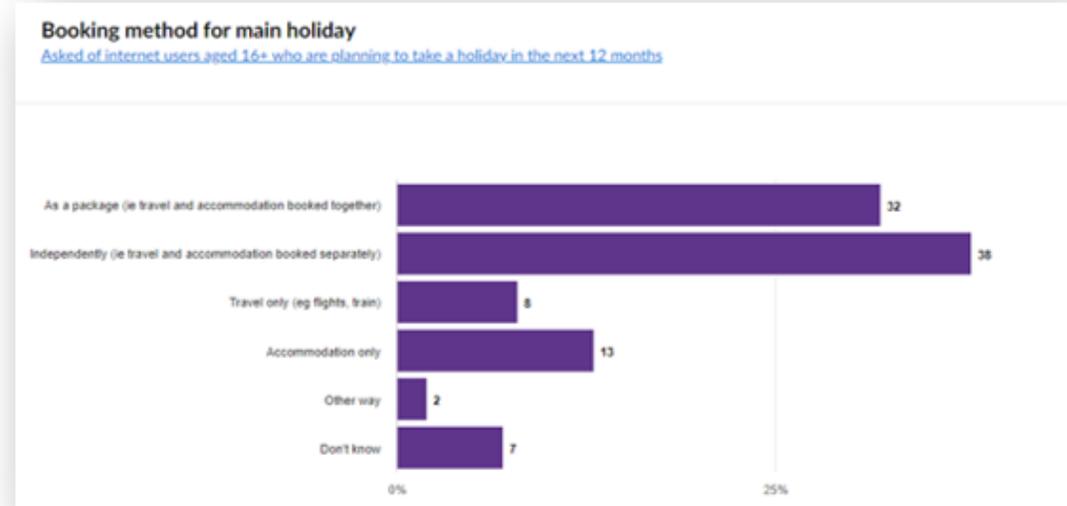
L'intermédiation sur le secteur loisir

- 32% réserve leur vacance principale de façon packagée (global)
 - **France: 16% packagé 84% ind.**
 - Espagne: 48% packagé 52% ind.
 - Italie: 26% packagé 74% ind.
- Environ 5 000 agences & 2 126 Tour-opérateurs
- Rôle de **plateforme** unique en Europe par son nombre de compagnies ayant des clientèles d'autres continents (Amériques, Asie, Moyen-Orient etc.)

L'intermédiation sur le secteur MICE

- Reprise de la demande pour les grands évènements vs. 2019/2020
- Meetings et incentives plus petits avec activités périphériques en baisse (culturelles, sportives et ludiques) par soucis économique
- Budget consacré aux évènements reste idem pré-pandémie voir en hausse pour des évènements plus petits
- Demande de dernière minute (un mois) en hausse pour les évènements de petite à moyenne taille

Sources: Mintel



84%
of holidays to France
were independent
breaks while 16% were
package holidays

TOURISME BRITANNIQUE EN FRANCE EN 2023

TYPES DE SÉJOURS	DÉMOGRAPHIE	LIEUX	TERRITOIRES
<ul style="list-style-type: none">• Courts séjours urbains• Plage• Vacances en itinérance	<ul style="list-style-type: none">• Plutôt jeunes/familles• 55+ sont moins susceptibles de choisir la France	<ul style="list-style-type: none">• Paris principalement• 4 grandes régions plutôt bien réparties	<ul style="list-style-type: none">• 50% villes (33% à Paris)• plage/littoral• parc à thème• en itinérance• campagne
PÉRIODES	THÈMES ATTRACTIFS	HÉBERGEMENTS	DURÉE
<ul style="list-style-type: none">• Principalement été• Hiver (saison ski)	<ul style="list-style-type: none">• 50% gastronomie• 40% urbain• 35% patrimoine• 30% proximité• 25% plages	<ul style="list-style-type: none">• 34% hôtels 4 étoiles• 29% hôtels 3 étoiles et moins• 15% hôtels de luxe/5 étoiles• 30% locations• 15% camping	<ul style="list-style-type: none">• 60% 4-13 nuitées• 22% 1-3 nuitées

TOURISME BRITANNIQUE EN FRANCE EN 2023

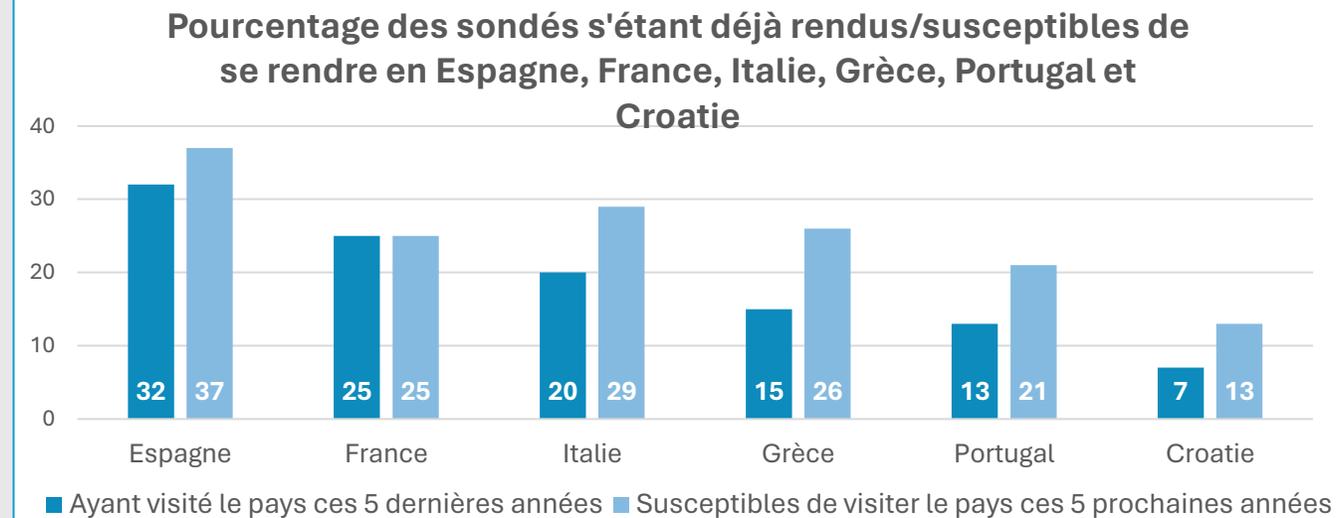
Compétitivité

Faiblesses

- Image dispendieuse
- Séjours courts plus compliqués qu'avant

Compétitivité

- Espagne destination n1 pour les Britanniques
- France perd en popularité face à d'autres destinations



Source : Rapport Holidays to France – UK 2023, Mintel (2,150 sondés)

TOURISME BRITANNIQUE EN FRANCE EN 2023

Tendances de voyages des Britanniques à l'étranger

Polarisation des budgets

- Besoin d'offres moins chères, d'un bon rapport qualité/prix
- Popularité croissante des vacances de luxe

Vacances moins souvent mais plus qualitatives

- Importance des « expériences » et vacances uniques
- Itinérance et découverte de lieux « secrets, authentiques, alternatifs »
- Mode des vacances à thèmes (surtout culturel ou sports)

Popularité des vacances « vertes »

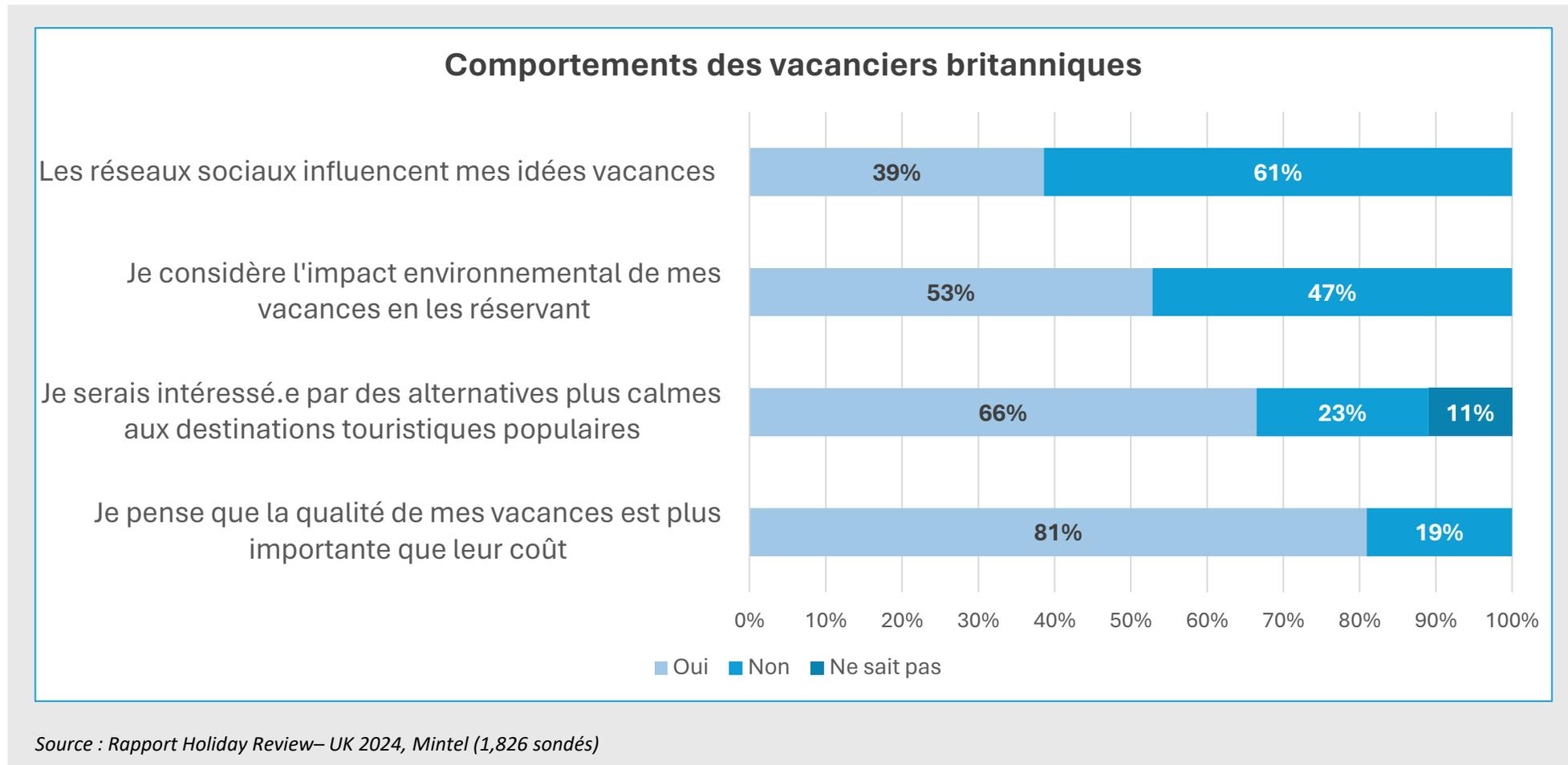
- Camping
- Activités en extérieur

Locations de particulier à particulier en vogue

- Popularité déjà élevée et continue d'augmenter
- Beaucoup d'avantages

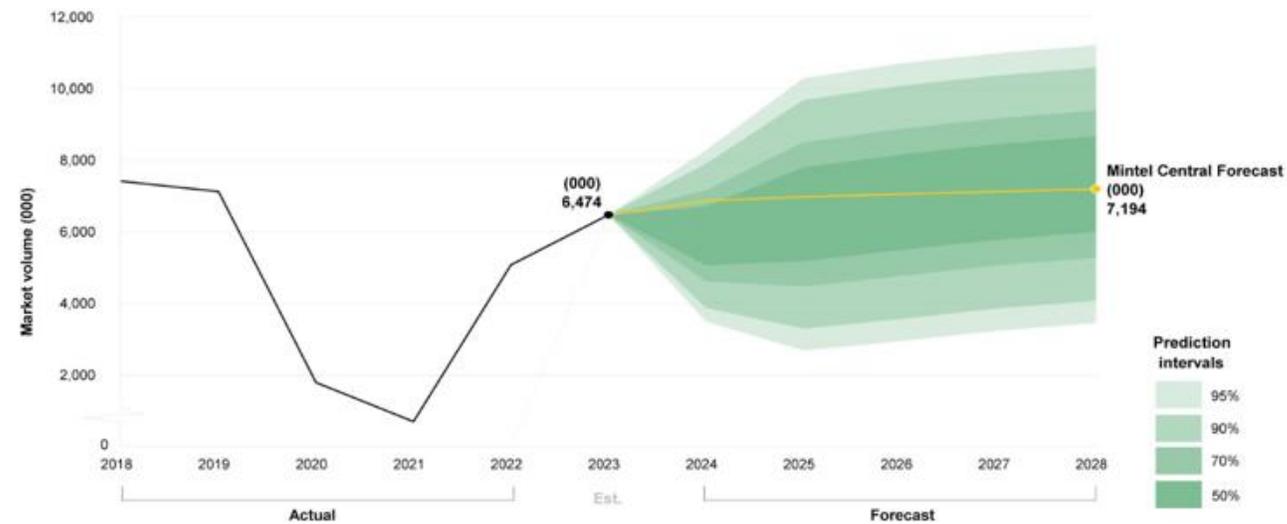
TOURISME BRITANNIQUE EN FRANCE EN 2023

Intentions de voyage et inspirations



— Prévisions ajustées (Intel - octobre 2023 - air trips)

UK: market forecast for the volume of holidays to France taken by UK residents, 2018-28



Key drivers affecting Intel's market forecast: consumer expenditure

Source: Intel based on the IPS by the Office for National Statistics

Market volume expected to remain slightly below pre-pandemic levels

Easing inflation will enable further recovery

Holidays remain a priority for Brits and as such, easing inflation and rising wages will enable a further recovery in holidays to France. Consumers are likely to remain price conscious though, meaning some will be put off by France's expensive image and the short break segment is expected to remain under pressure.

Border delays and protests are impacting appeal

Challenges at the border due to post-Brexit changes and protests in the destination have affected France's appeal, as these are among the most cited barriers to visiting the destination. On a positive note, the upcoming Paris 2024 Olympic and Paralympic Games will provide the opportunity to generate positive media attention.

Opportunity to increase appeal among over-55s

UK travellers aged 55+ are currently underrepresented in the visitor mix to France, however due to the ageing population this segment offers more opportunities for growth. Over-55s are more likely to be attracted to France's historical/cultural attractions, relaxed atmosphere and rural landscape within a short distance from the UK.

History & culture, wildlife and exploring food and drink are the most popular **themed touring holidays**. Walking and cycling holidays are the most popular **physical activity holiday** types, while there is strong growth potential for some of the specialist categories, such as water sports and equestrian holidays. With the majority of these trips being less than a week long, France's location will help it to appeal.

Creating local and authentic experiences that set France apart from the **competition** will be essential

— Autres opportunités

Growing environmental pressures can strengthen France's position

While the freedom of independent travel is a key attractor of this style of travel, some independent travellers perceive the **lack of support** and the time-consuming element of planning the trip as disadvantages. This offers France the opportunity to develop more self-guided tours.

France has the opportunity to tap into the Mintel Trend Relationship Renaissance, which highlights how consumers crave new forms of intimacy away from their screens for the sake of their physical and mental health. This suggests that **activity/hobby breaks and group tours** will appeal as these holiday types are ideal to connect travellers with similar interests.

Meanwhile, **polarisation** has led to increased demand for budget hotels and camping holidays on the one hand, and stronger demand for luxury and boutique hotels on the other.

Promoting secondary cities and multi-centre holidays

Of the overseas destinations surveyed, France is the only one where the share of Brits likely to visit the country in the next five years is equal to the share who visited in the past five years.

Furthermore, **29%** of UK travellers say package holidays would be more attractive if they offered a greater choice of accommodation types. As such, developing packages in segments such as the holiday rental property and camping and caravanning segments could appeal.

Instead of just seeing a destination, many travellers are interested in experiencing it such as by learning about a local culture and connect with locals.

Consumers desire tools to protect their experience

There is strong interest in measures and information to protect the holiday experience. For example, **48% of UK travellers** agree that popular tourist areas should introduce a booking system to prevent over crowdedness.

A further **28%** would be interested in information that shows how busy a destination usually is during the time they plan to visit, making this the most wanted booking feature of those surveyed. Companies should also consider suggesting alternatives when travellers search for city breaks to Paris.

Gwénaëlle Delos

Directrice

Atout France à Londres

Avez-vous d'autres questions ?

Léa Pawlak

lea.pawlak@atout-france.fr

Merci !





QUESTIONS ?



LA CLIENTELE BELGE EN PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR



**YANNICK LE MAGADURE
DIRECTEUR MARKETING CRT
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR**

FRÉQUENTATION DES TOURISTES INTERNATIONAUX

RÉGION SUD



Top 10 des touristes internationaux

en nuitées

	Top 10	Évolution 2023/2022
1.	Allemagne	+10%
2.	Royaume-Uni	+16%
3.	Italie	+12%
4.	États-Unis	+17%
5.	Pays-Bas	-5%
6.	Suisse	0%
7.	Belgique	-9%
8.	Espagne	+10%
9.	Suède	+3%
10.	Émirats arabes unis	-7%

La Chine arrive au 11^{ème} rang avec une progression de +129%

FRÉQUENTATION DES TOURISTES INTERNATIONAUX

RÉGION SUD



Top 10 des touristes internationaux par destination

en nuitées

Top 10 Provence

1.	Allemagne
2.	Royaume-Uni
3.	Pays-Bas
4.	Etats-Unis
5.	Belgique
6.	Suisse
7.	Italie
8.	Espagne
9.	Suède
10.	Brésil

Top 10 Alpes

1.	Italie
2.	Pays-Bas
3.	Royaume-Uni
4.	Belgique
5.	Allemagne
6.	Suisse
7.	Espagne
8.	Etats-Unis
9.	République-Tchèque
10.	Suède

Top 10 Côte d'Azur

1.	Allemagne
2.	Royaume-Uni
3.	Italie
4.	Etats-Unis
5.	Suisse
6.	Pays-Bas
7.	Belgique
8.	Suède
9.	Espagne
10.	Émirats arabes unis

FRÉQUENTATION DES TOURISTES BELGES

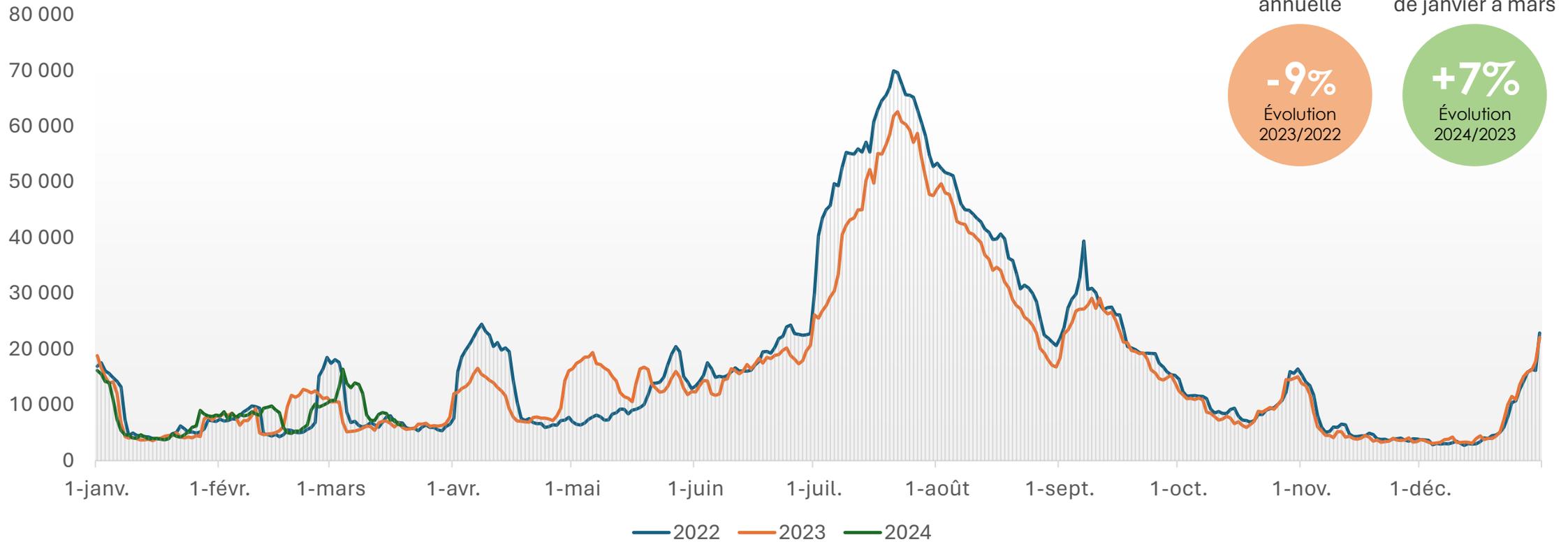
RÉGION SUD

Evolution 2024/2023/2022



Fréquentation quotidienne

en nuitées



Fréquentation

annuelle

de janvier à mars

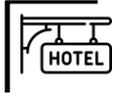
-9%
Évolution
2023/2022

+7%
Évolution
2024/2023

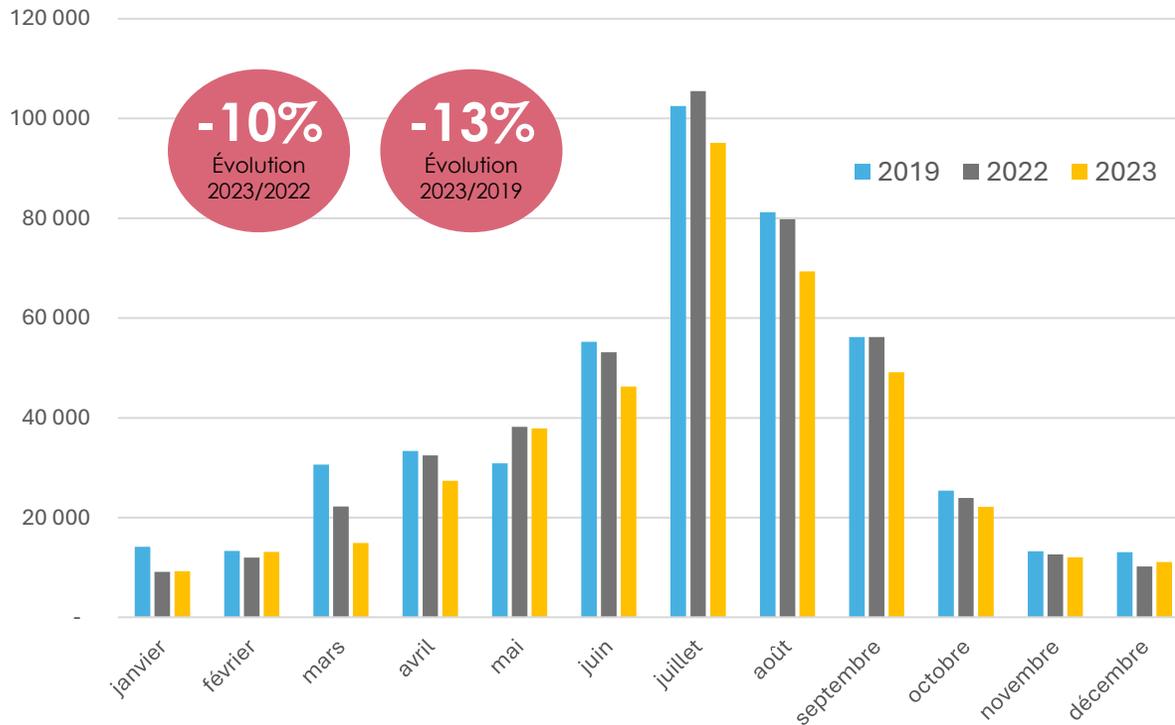
FRÉQUENTATION DES TOURISTES BELGES

RÉGION SUD

Evolution 2023/2022/2019



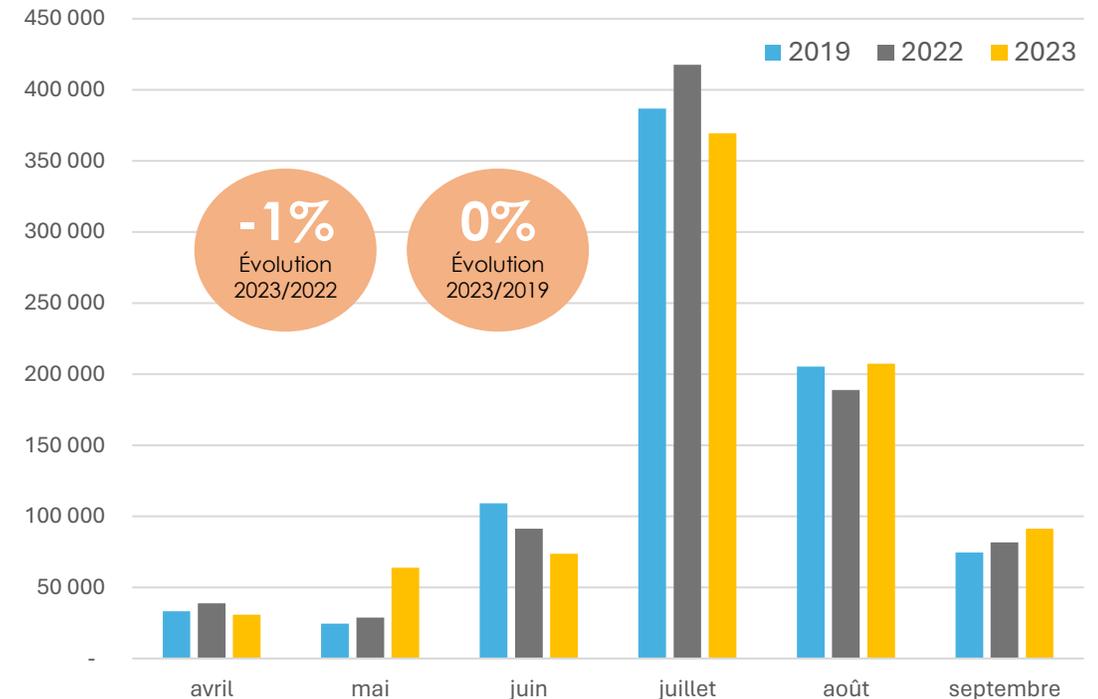
Hôtels : nuitées mensuelles des touristes belges en nuitées



Source : Insee



Campings : nuitées mensuelles des touristes belges en nuitées



Source : Insee

PROFIL DES TOURISTES BELGES

RÉGION SUD

1 567 questionnaires
collectés auprès de touristes de Belgique

Des chiffres clés...



Globalement

2% des séjours 3% des nuitées

Sur l'international

6% des séjours 7% des nuitées



62% de séjours hors cœur d'été

(vs 75% de moyenne régionale)



9,1 nuits en moyenne

(vs 6,5 nuits de moyenne régionale)



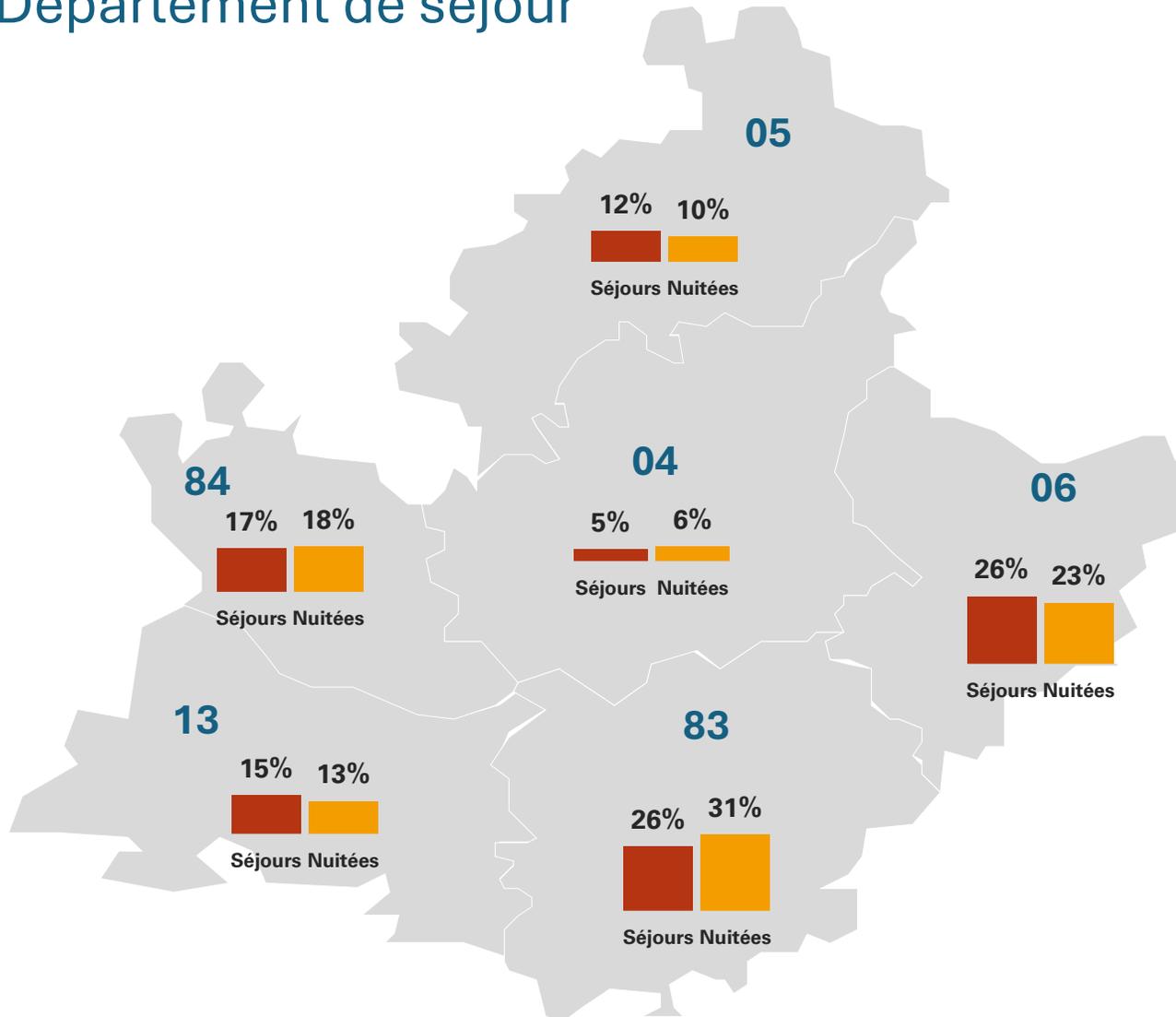
75 € /jour/pers

(vs 70,8 € de moyenne régionale)

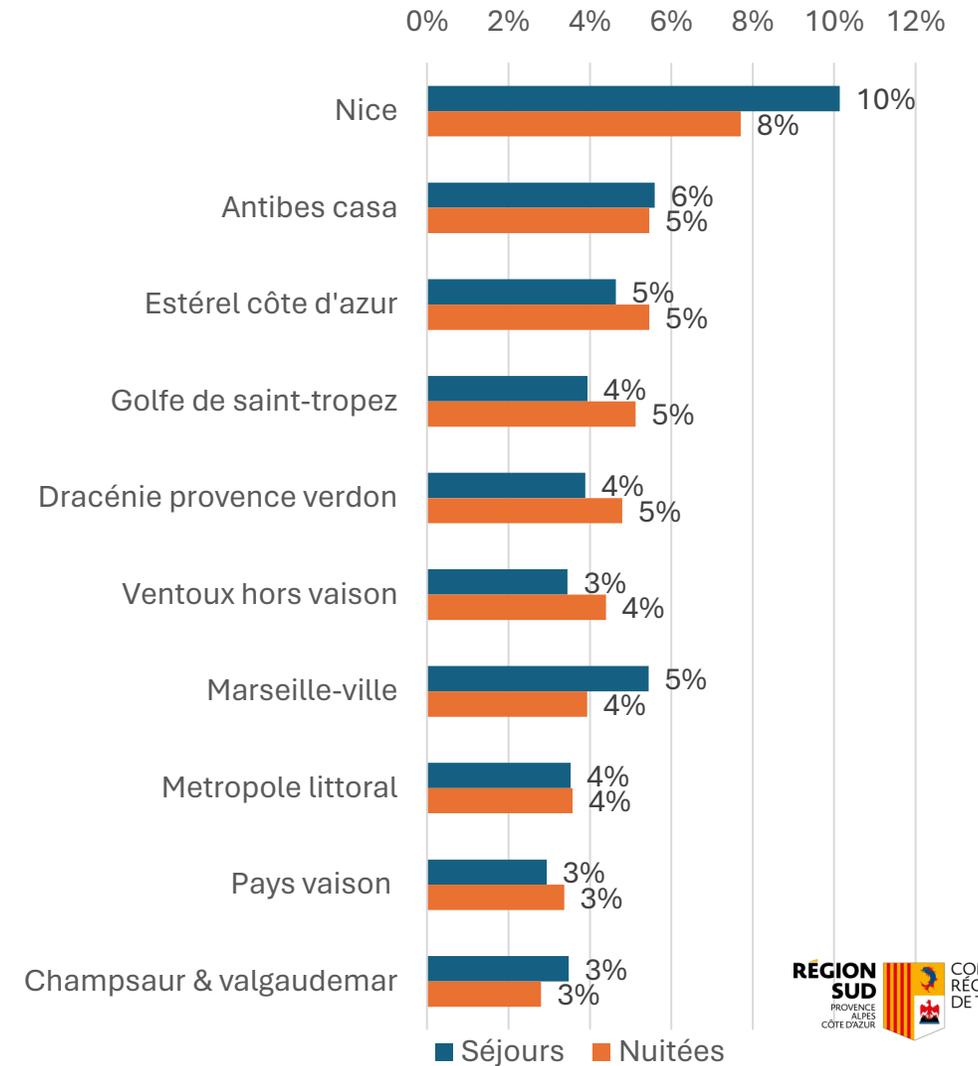
PROFIL DES TOURISTES BELGES

RÉGION SUD

Département de séjour



Top 10 bassins de séjour



PROFIL DES TOURISTES BELGES

RÉGION SUD

Base de questionnaires : 1 567

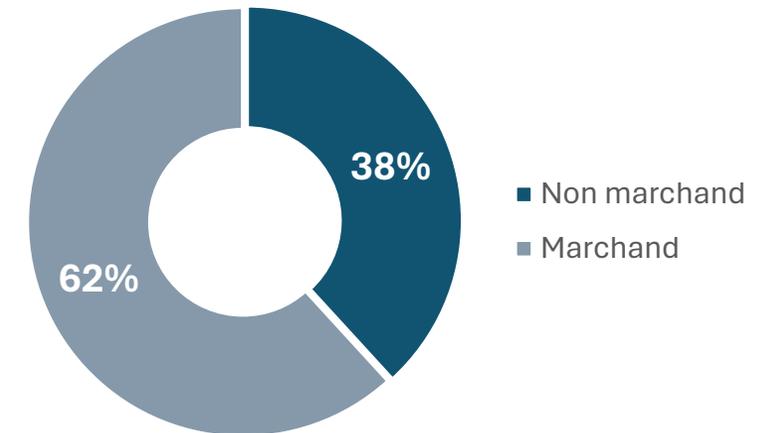
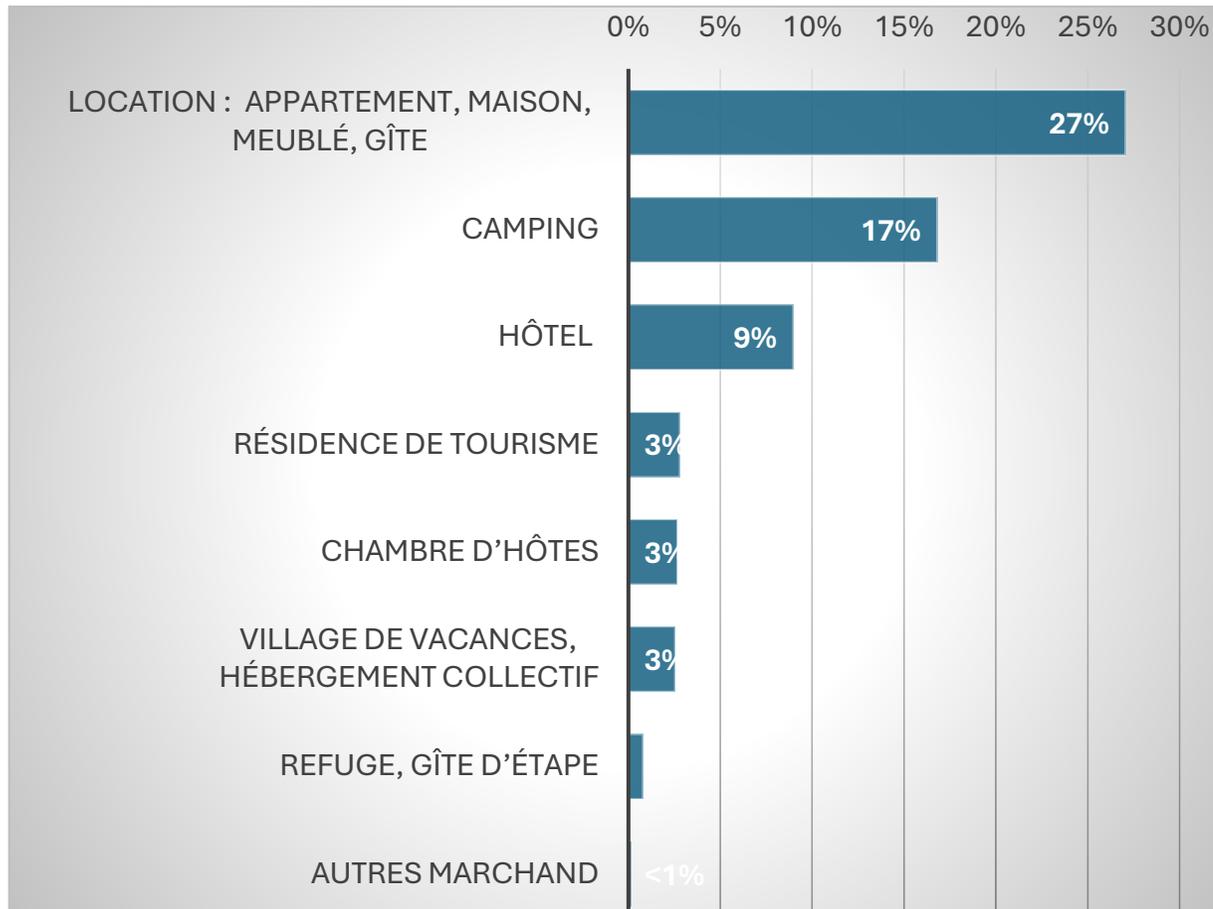
Mode d'hébergement



Hébergement marchand
(8,4 nuits/séjour en moyenne)



Hébergement non marchand
(10,4 nuits/séjour en moyenne)



BASE NUITÉES

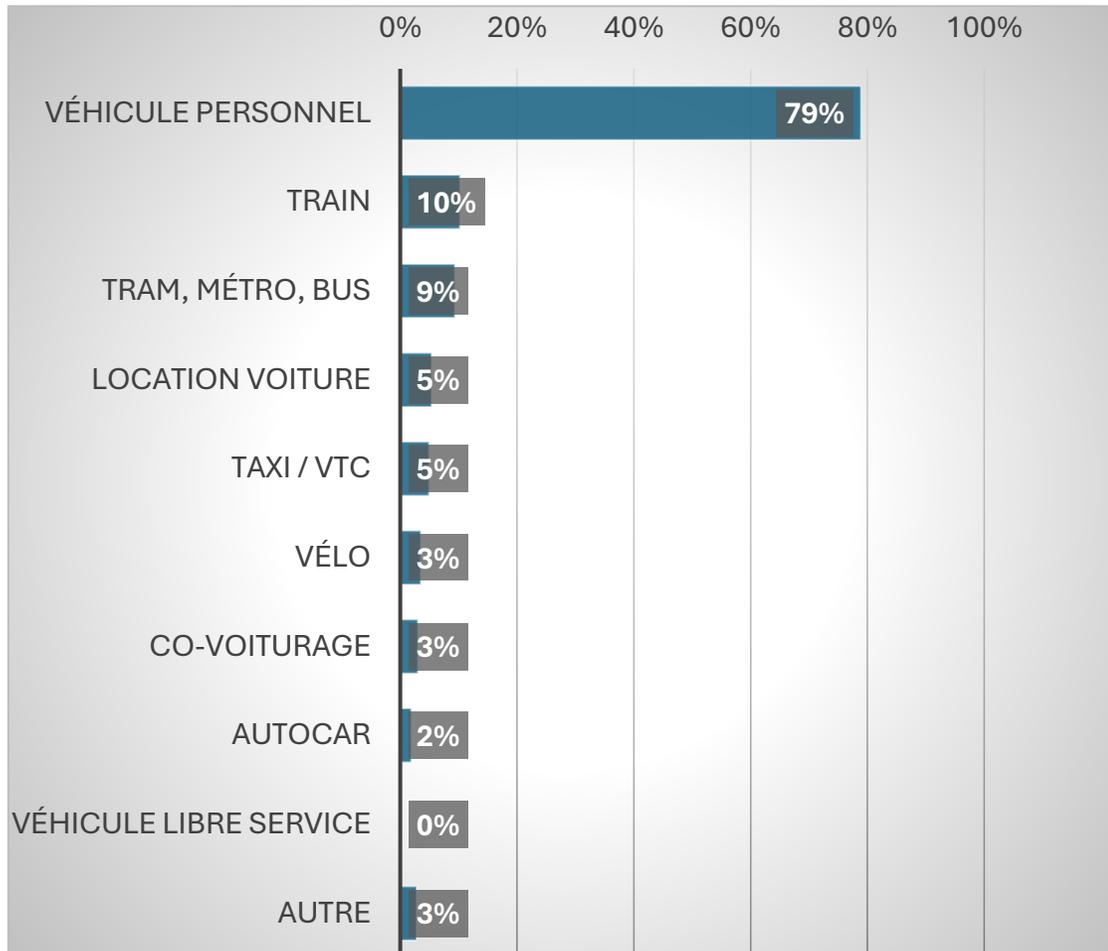
PROFIL DES TOURISTES BELGES

Base de questionnaires : 1 567

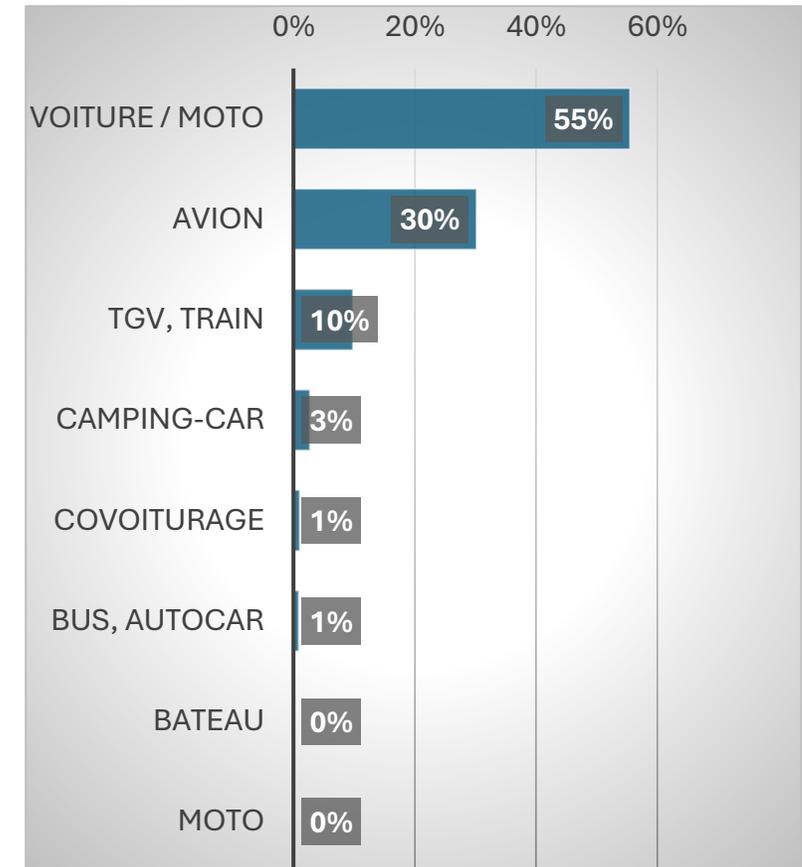
RÉGION SUD

Mode de transport

... pour se déplacer durant le séjour



... pour quitter la région

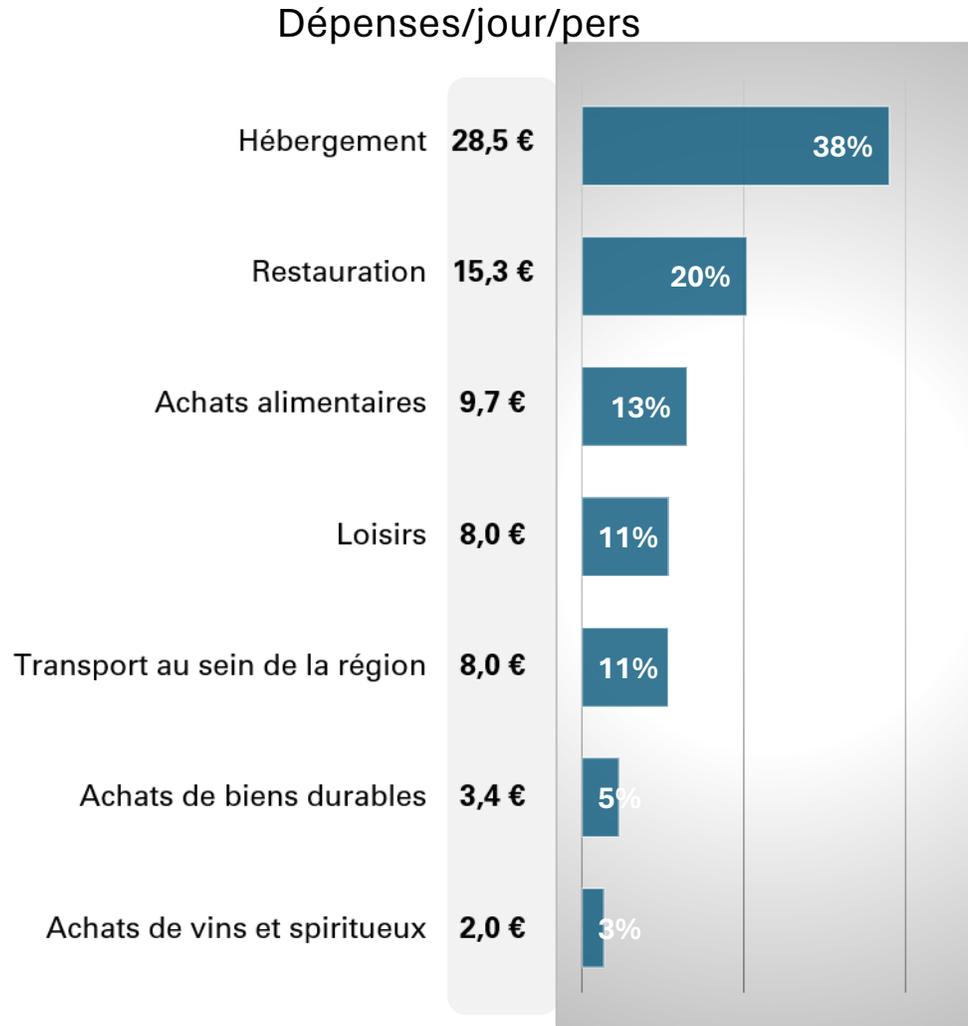


BASE SÉJOURS

PROFIL DES TOURISTES BELGES

RÉGION SUD

Dépenses et retombées



**Budget moyen du séjour
par groupe :**

1 727 €

Dépense totale/j/p

75,0 €

**Retombées
économiques directes :**

452,8 Millions €

RÉGION SUD



FABIENNE JAVAUT ATOUT FRANCE BELGIQUE

Présentation de Marché - Belgique

Région Sud - 9 avril 2024

Sommaire

Chapitre 1

CONJONCTURE ECONOMIQUE DE LA BELGIQUE

Chapitre 2

CONJONCTURE TOURISTIQUE : SEJOURS DES BELGES EN FRANCE

Chapitre 3

INTERMEDIATION POUR LA FRANCE

Chapitre 4

PROGRAMMATION DE LA RÉGION SUD

Chapitre 5

PERSPECTIVES 2024 – INTENTIONS DE DÉPARTS

Annexes et contacts

Chapitre 1

CONJONCTURE ECONOMIQUE DE LA BELGIQUE

Une économie résiliente

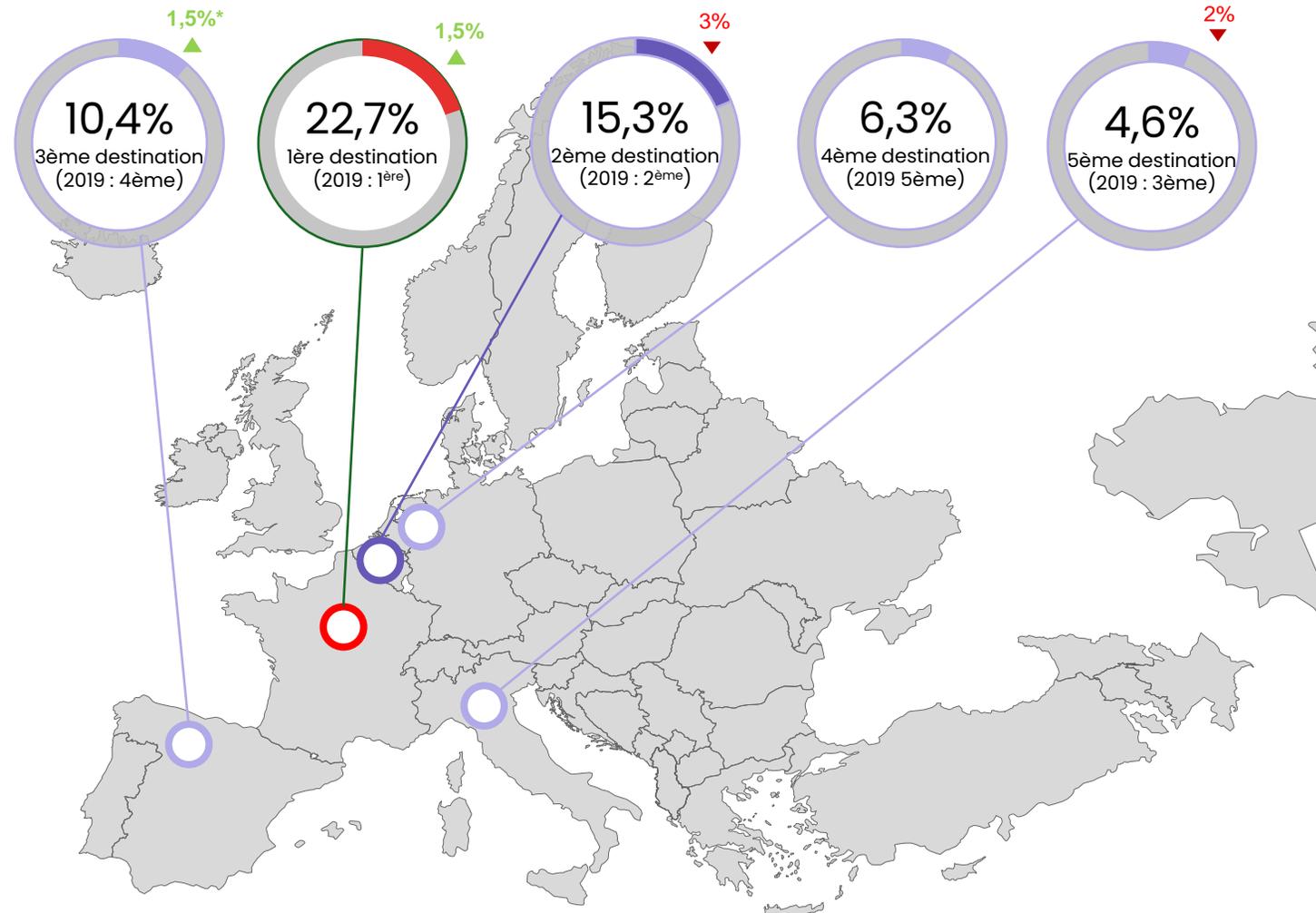
	 Belgique	 France
PIB par habitant (en \$ courant, en 2022)	49 926	40 886
Evolution du PIB (en 2023)	1,5%	0,9%
Prévision de croissance du PIB (2024)	1,4%	1%
Taux de chômage (2023)	5,5%	7,3%
Prévision de l'inflation (2024)	3,0%	2,6%

- Croissance de +1,5% du PIB en 2023 et **projection à +1,4% en 2024** supérieure à la moyenne européenne de +0,8%
- Inflation annuelle +2,3% en 2023 contre +10,3% en 2022
- **Hausse du pouvoir d'achat des Belges de +3% en 2023**

CONJONCTURE TOURISTIQUE : SEJOURS DES
BELGES
EN 2023

Chapitre 2

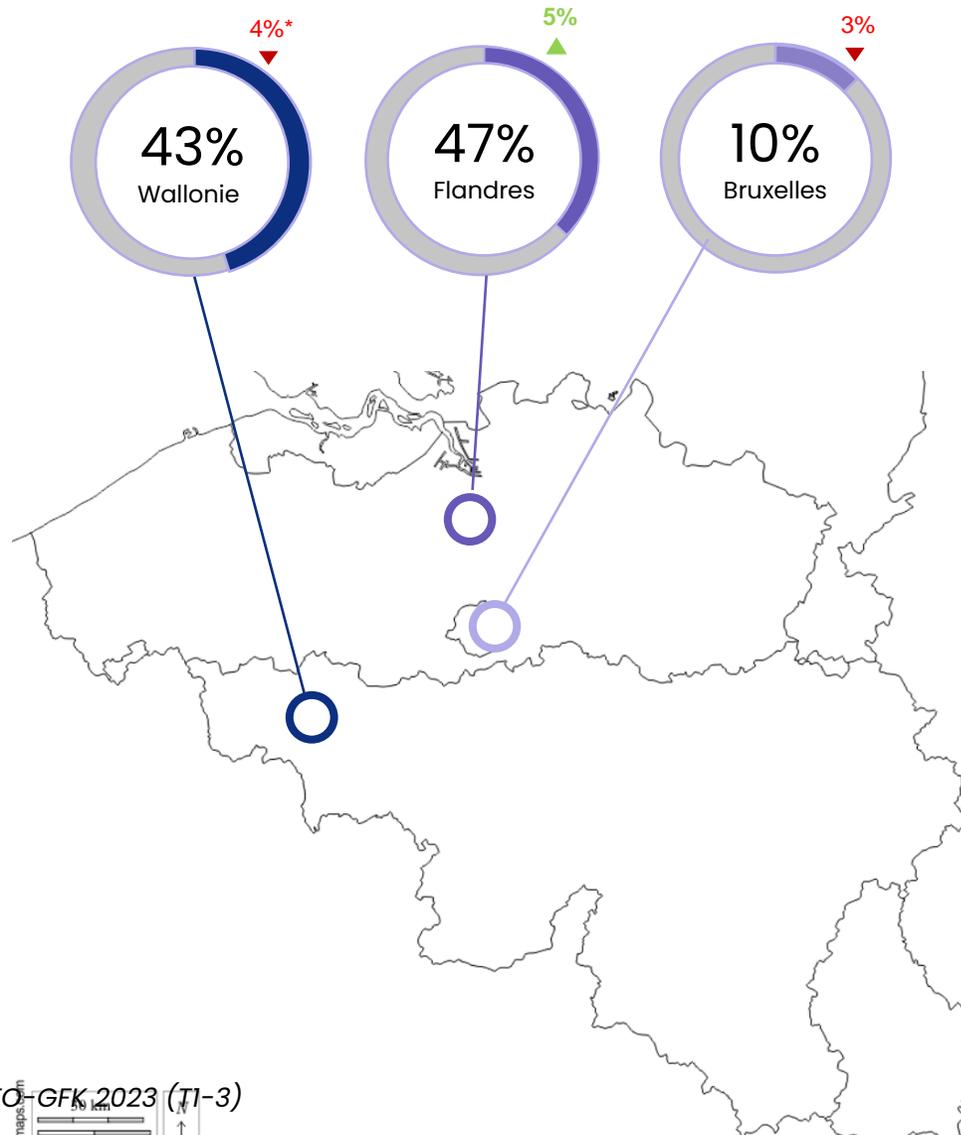
Une pratique européenne du tourisme



- Tourisme domestique en recul de -3% entre 2023 et 2022 mais toujours supérieur à 2019 (11,1%)
- **La France** conserve sa part de marché et reste **la première destination étrangère de vacances**
- Les Pays-Bas attirent pour les courts séjours
- L'Espagne a gagné une place vs 2019
- L'Italie perd 2 places vs 2019

Sources : Etude ABTO-GFK 2023 (T1-3)

*: comparé à 2022



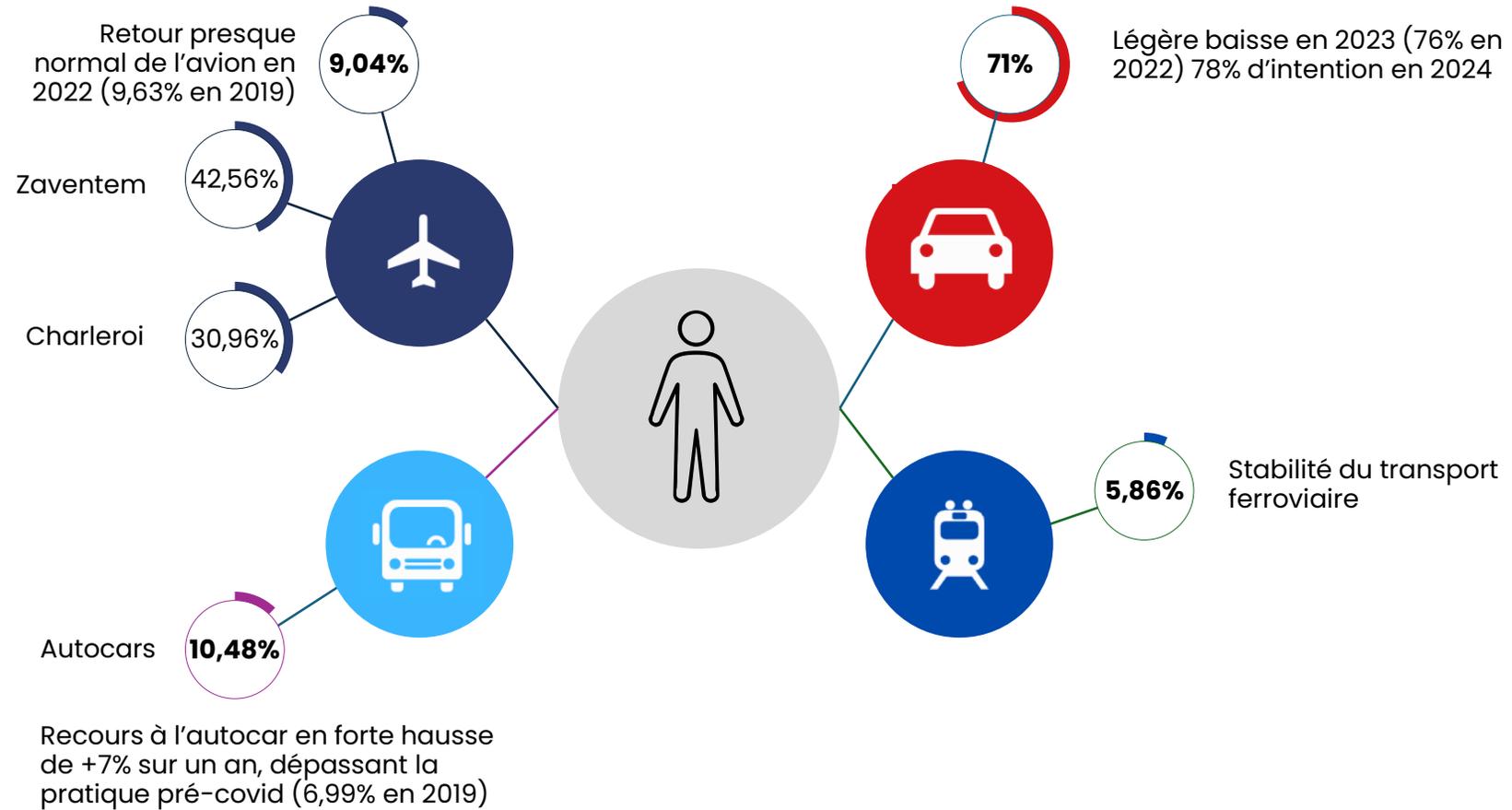
- En 2023, la **Flandre** est devenue la **première région d'origine des touristes belges en France**
- Augmentation de +5% de la part des Flamands en 2023 par rapport à 2022 et de +12% entre 2019 et 2023
- Une clientèle de fidélisation en Wallonie
- Un régionalisme très fort avec trois langues nationales : le français, le néerlandais et l'allemand

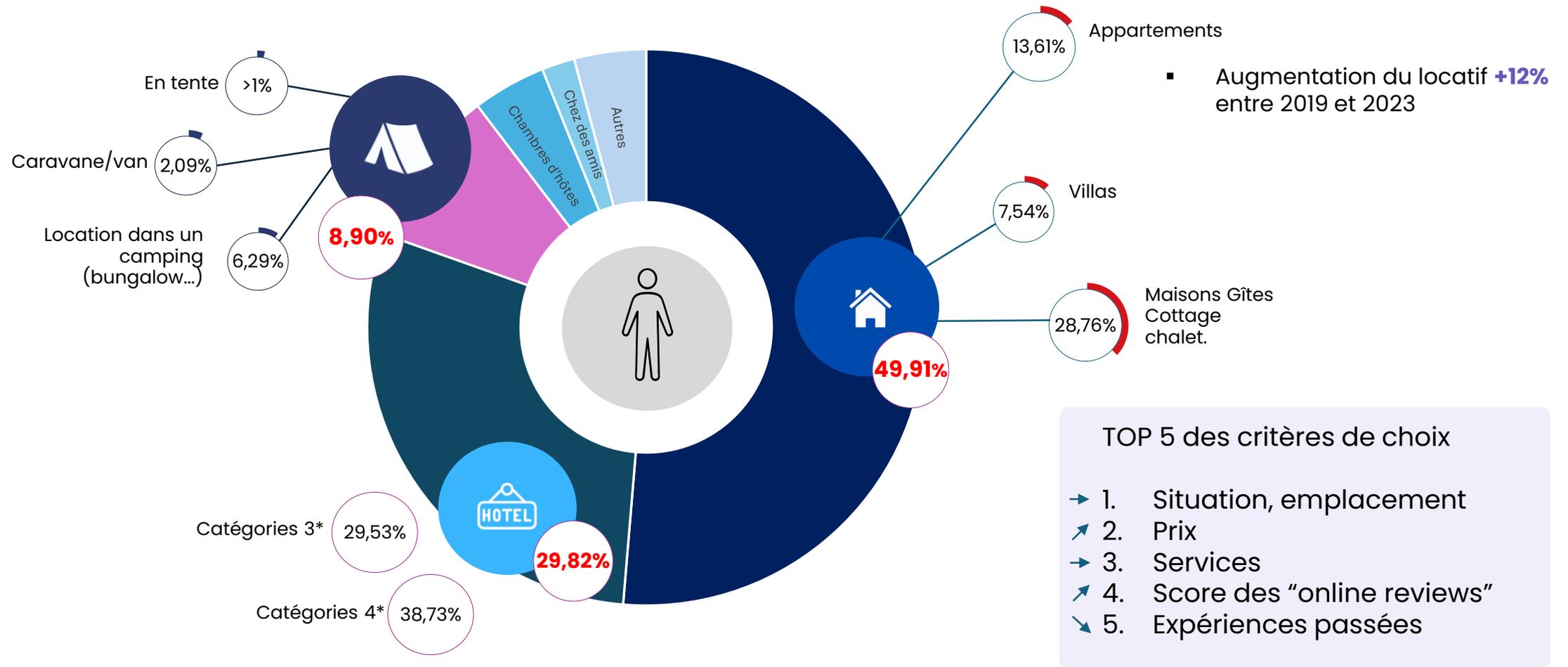
« De manière générale, les Belges sont de vrais « bons-vivants », peut-être encore plus que les Français. Ils aiment la convivialité qu'ils trouvent souvent dans les villages pittoresques, recherchent les spécialités régionales en combinaison avec de bons vins du terroir et apprécient les nombreux marchés locaux que compte la France, les terrasses, les visites de châteaux, d'abbayes... »

Les touristes belges aiment trouver non seulement l'authenticité du pays mais aussi une grande variété de paysages, un large choix d'activités et de sports, de spécialités culinaires et de cultures et traditions locales ».

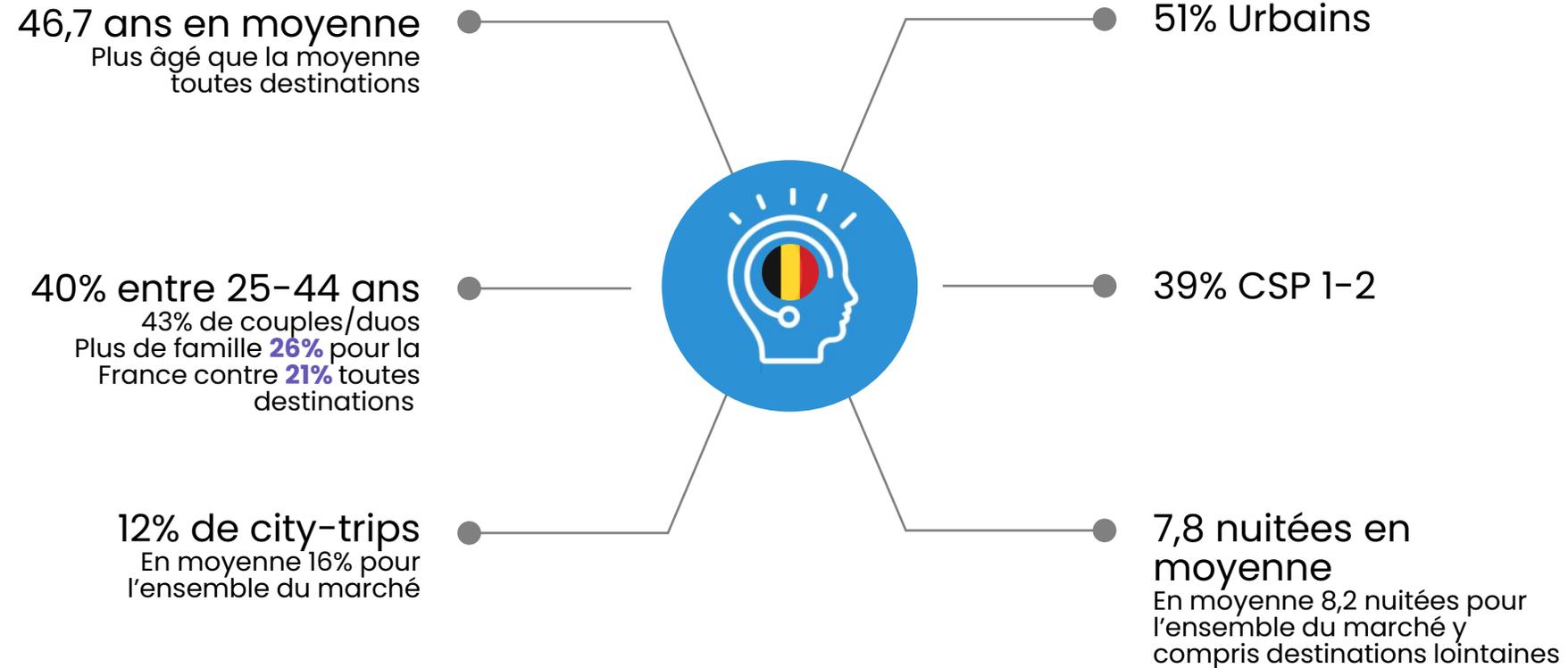
- Recherchent un hébergement de qualité, avec un excellent rapport qualité-prix et valorisent l'hospitalité
- Importance grandissante de montrer les efforts « verts », « éco » et « durables »
- Réservations soit très tôt soit très tard, importance des promotions au bon moment (en avant saison)
- Démocratisation et popularité des campings haut de gamme, glampings



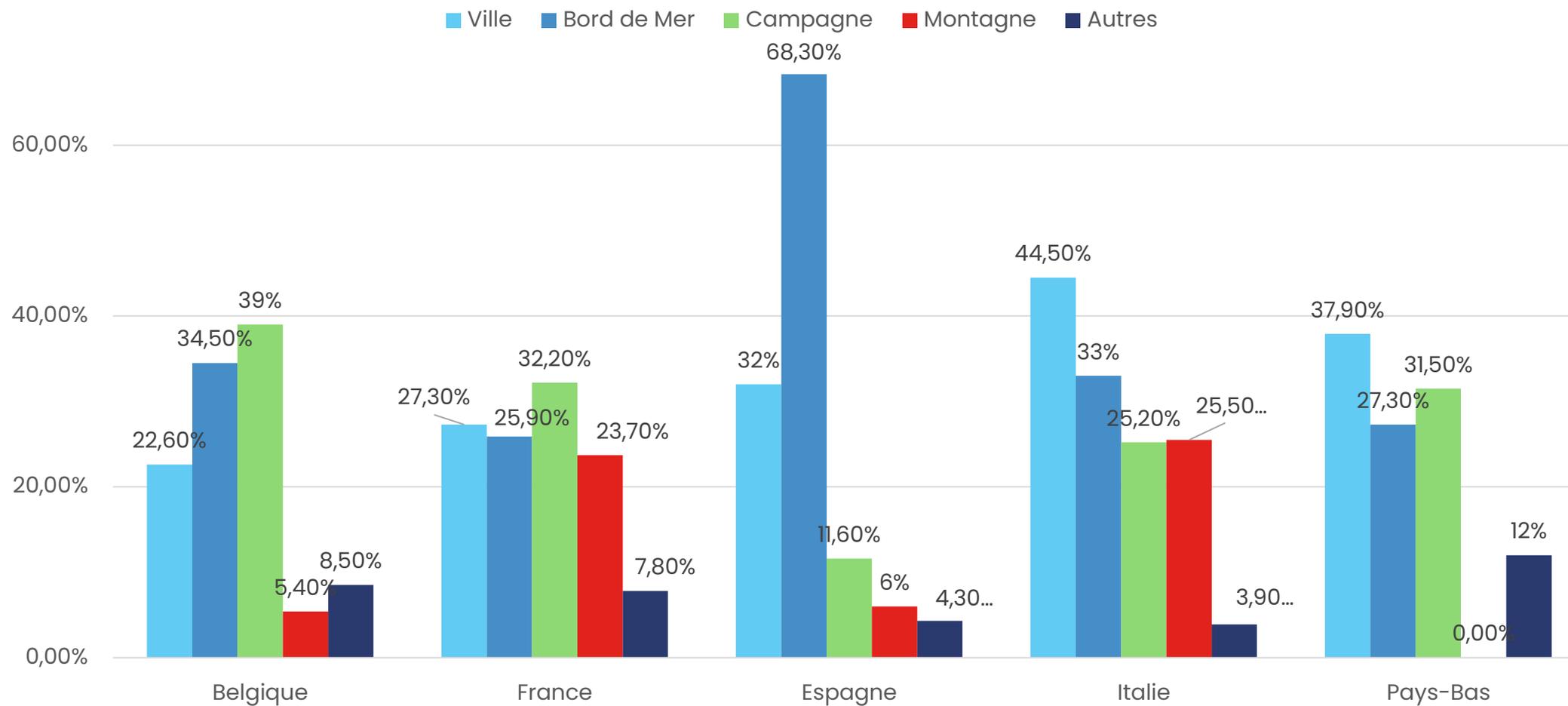


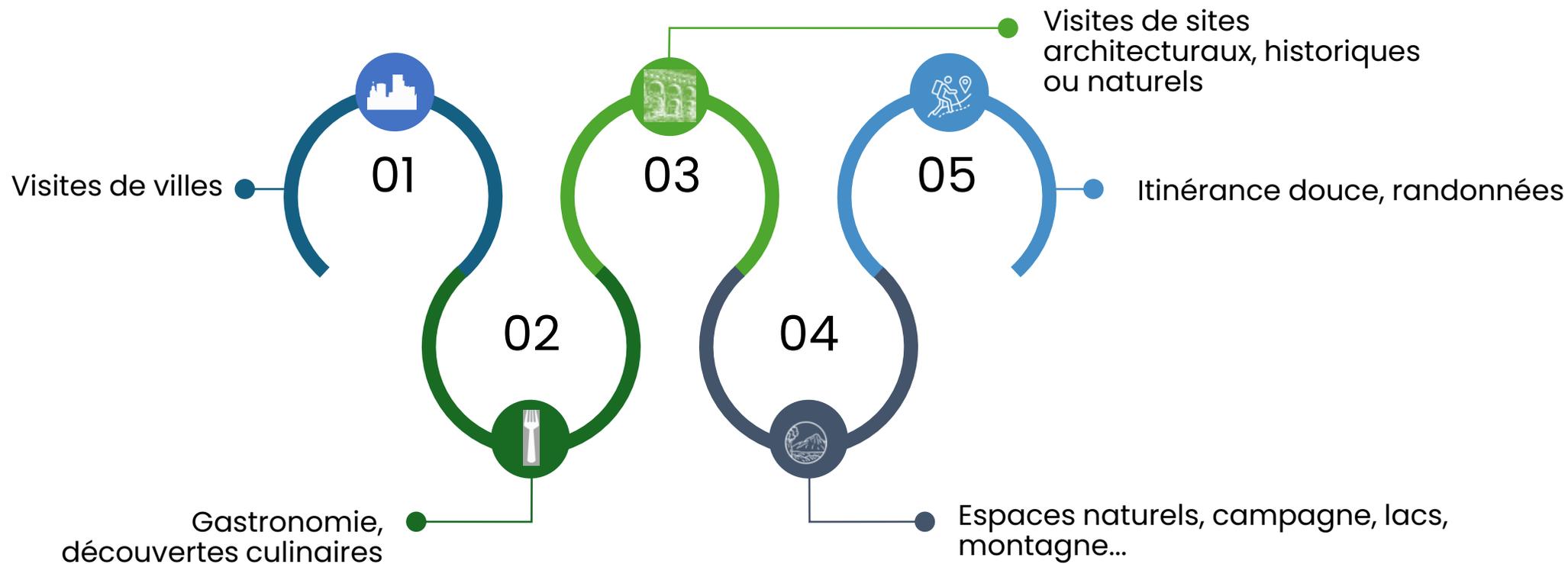


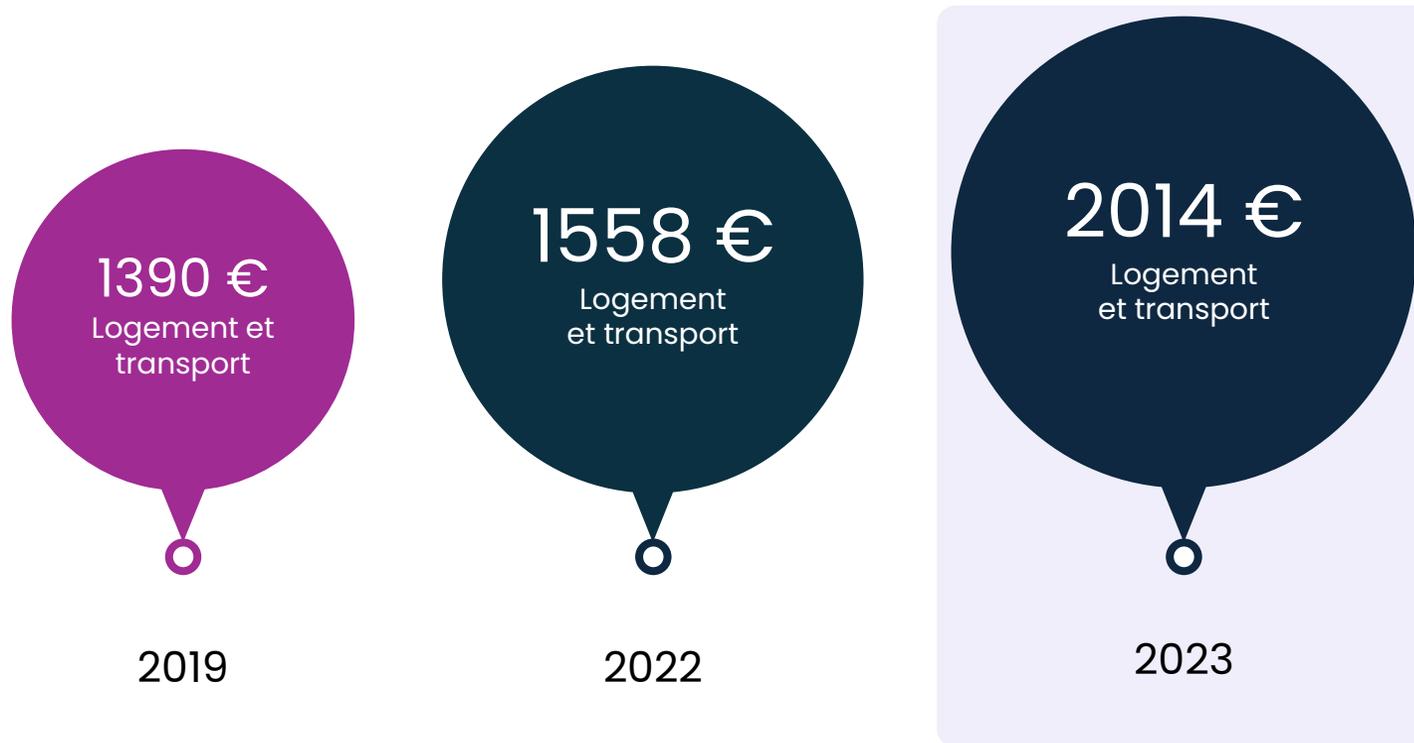
Destination familiale importante



Types de séjours selon les destinations (Europe)



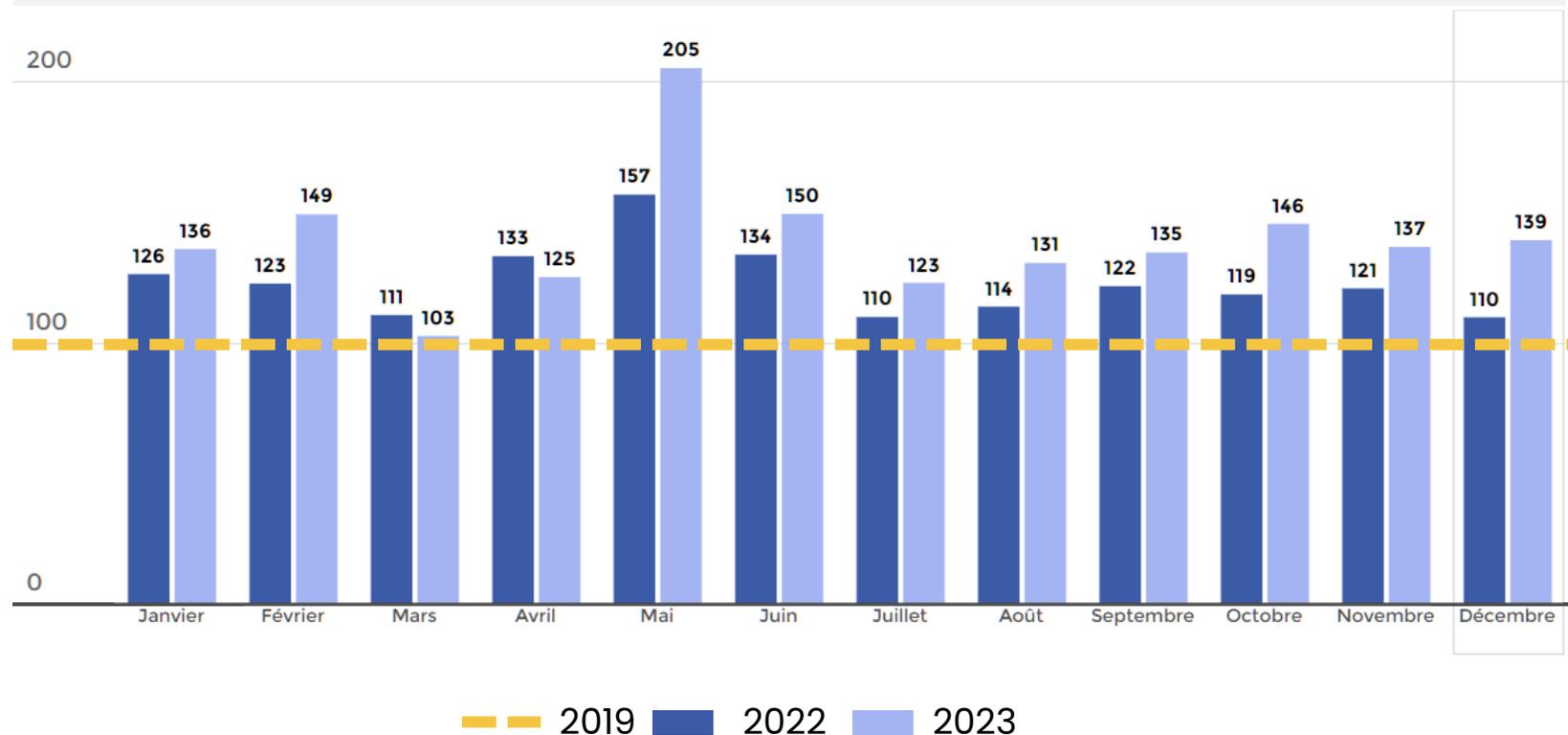




- Budget moyen en **progression de +29% entre 2022 et 2023** et de +44% comparé à 2019
- A titre comparatif, budget vacances par séjour en 2023 en Espagne 2234 €

Recettes des touristes venant de Belgique en France

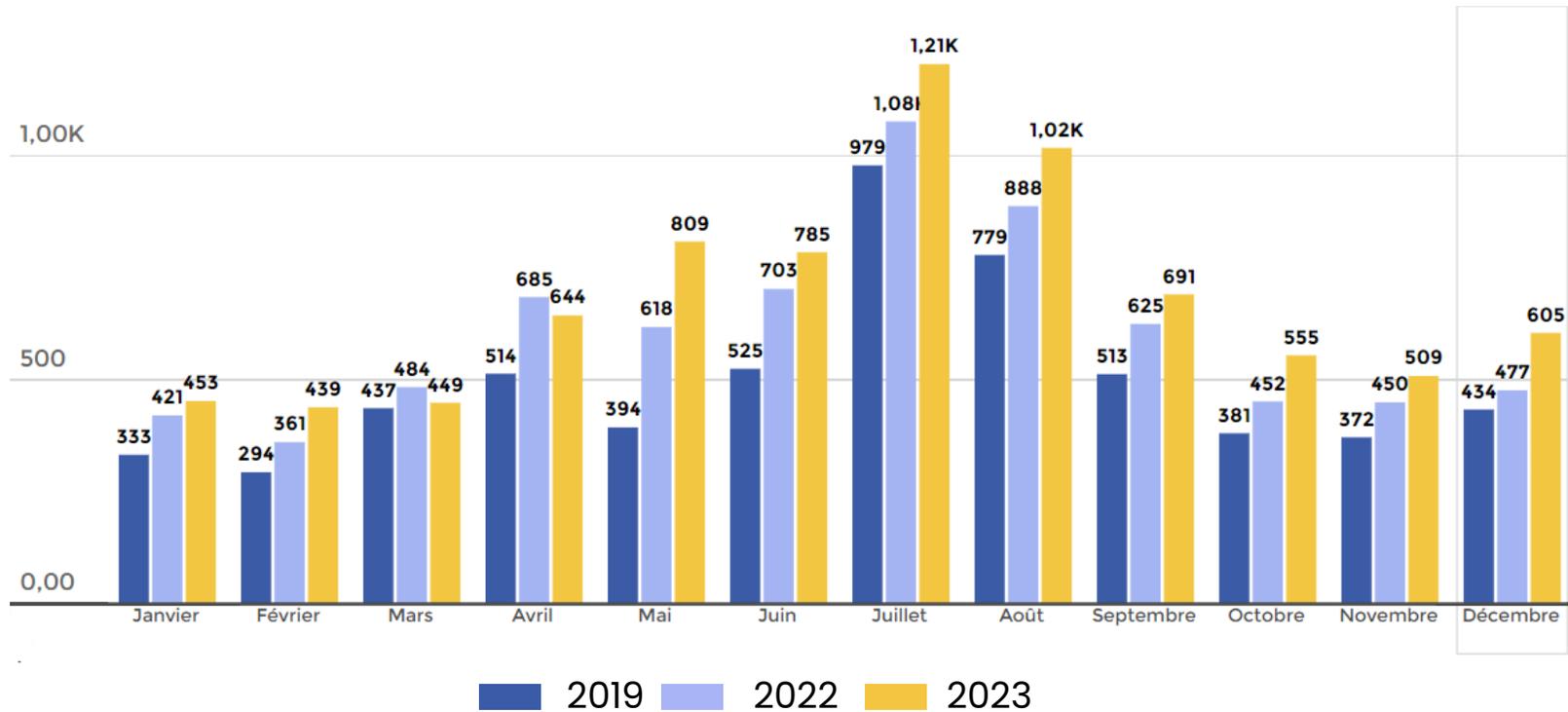
Indice Base 100 calculé sur 2019 Source : Banque de France



- Les Belges : **1ers en recettes touristiques étrangères** en 2023, devant l'Allemagne et le Royaume-Uni
- 8,16 milliards d'euros** de recettes en 2023, soit +12,7% comparé à 2022
- La Belgique : **3ème en nombre de séjours pour la France** avec 11,7 millions de départs en 2023 derrière l'Allemagne et le Royaume-Uni, soit +8,2% comparé à 2022

Dépenses mensuelles en France des visiteurs en provenance de Belgique

En millions d'euros

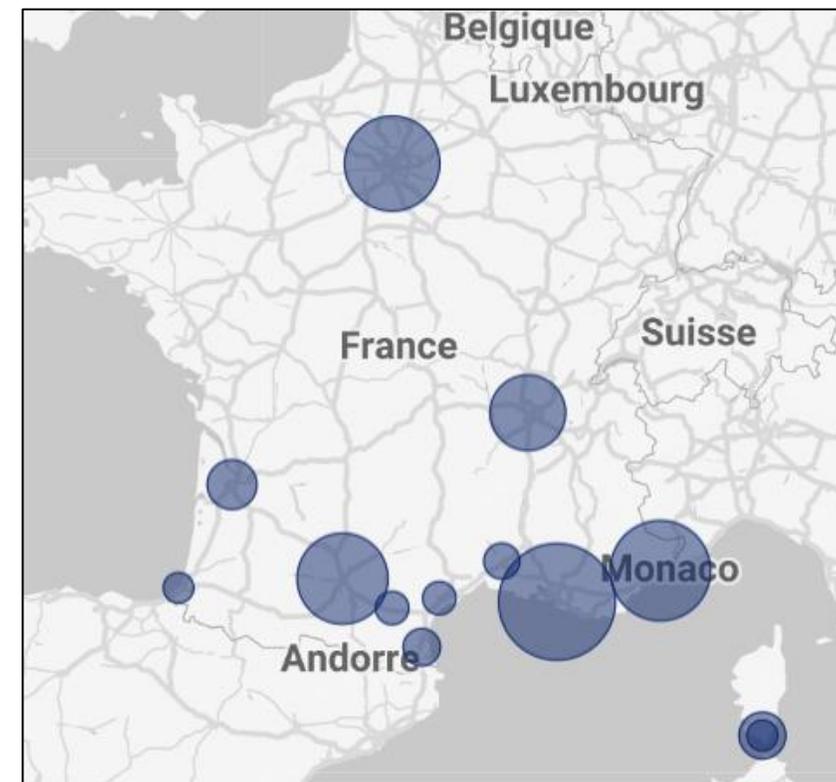


Sources : Banque de France (2024), Oxford Economics (2023)

Transports : dessertes aériennes de Belgique vers la France - 2024

Compagnies	Villes de départ	Aéroports desservis	Sièges 2024*
EasyJet	Bruxelles	Nice	61.446
Ryanair	Charleroi	Beziers	27.594
		Biarritz	21.743
		Bordeaux	60.291
		Carcassonne	27.698
		Figari	22.680
		Marseille	104.818
		Nîmes	32.894
		Perpignan	35.519
Toulouse	34.691		
Air Corsica	Charleroi	Ajaccio, Bastia, Calvi, Figari	54.384
BrusselAirline	Bruxelles	Lyon	112.092
		Marseille	89.376
		Nice	100.104
		Paris	113.194
		Toulouse	107.914
RwandAir	Bruxelles	Paris	38.052

Sources : OAG dec 2023 (traitement ATF)



- 49,4% des vols prévus sont assurés par Brussels Airlines et 35,3% par Ryanair en 2024

*données S2 non-définitives

Transport : lignes ferroviaires TGV-INOUI au départ de Bruxelles

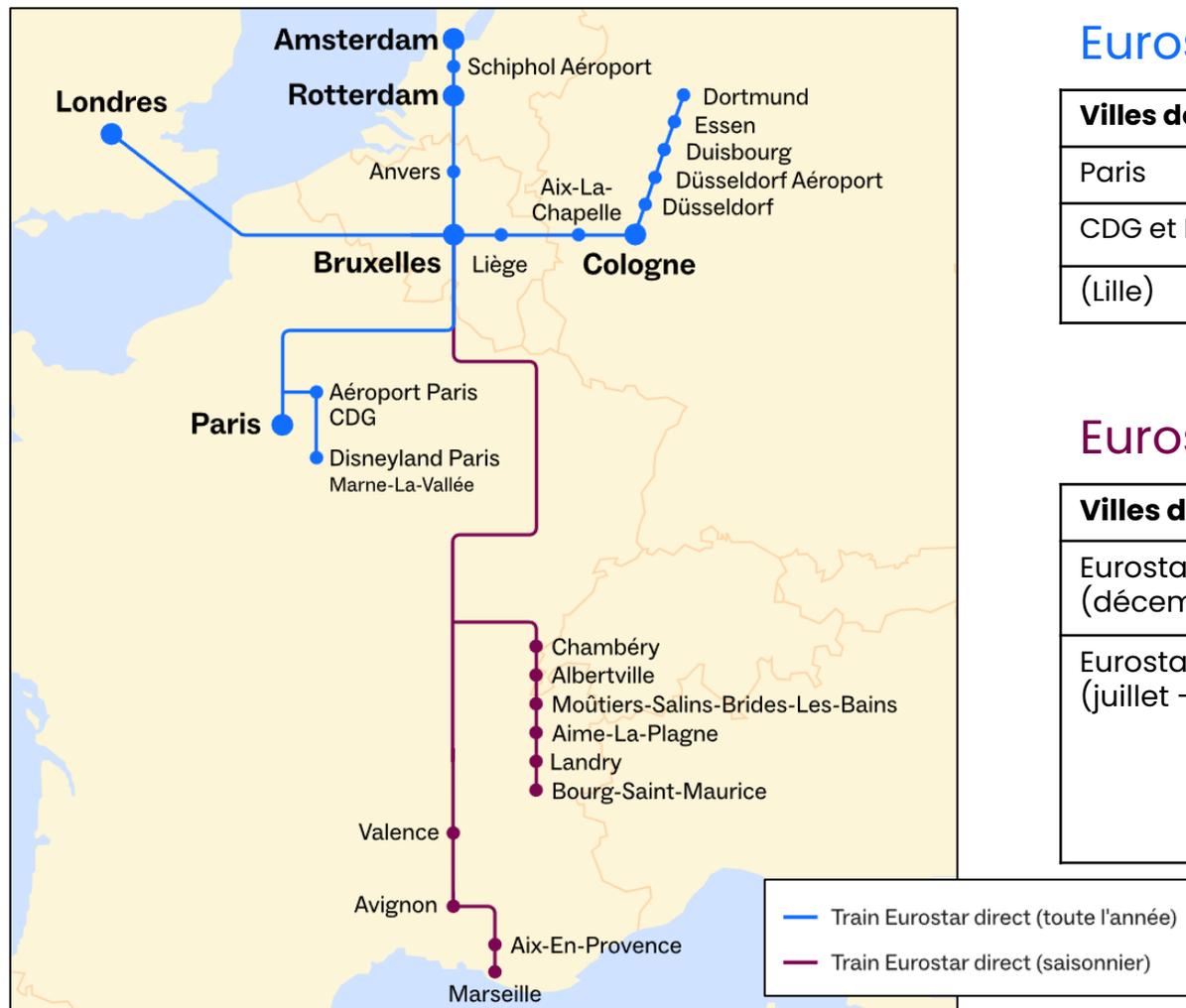


Sources : SNCF (2023-24)

Zone	Destination	Fréquence SA2023
Nord-Paris	Lille Europe	9A/9R
	Arras	0A/1R
	TGV Haute-Picardie	2A/3R
	Aéroport CDG	9A/8R
Est	Champagne-Ardenne	2A/2R
	Lorraine	
	Strasbourg	
Ouest	Massy-TGV	2A/1R
	Le-Mans	
	Angers	
	Nantes	
Sud	Rennes	1A/1R
	Le Mans	1A/1R
	Angers	1A/1R
	Nantes	1A/1R
	Lyon-Part-Dieu	6A/6R
	Valence	2A/2R
	Avignon	2A+1A*/3R
Aix-En-Provence	1A+1A*/4R	
Marseille	2A+1A*/4R	
Nîmes	3A/2R	
Montpellier	3A/2R	
	Sète	1A/1R 2x sem**
	Agde	
	Beziers	
	Narbonne	
	Perpignan	

*1A uniquement le samedi

** A : vendredi + samedi R: samedi + dimanche



Eurostar

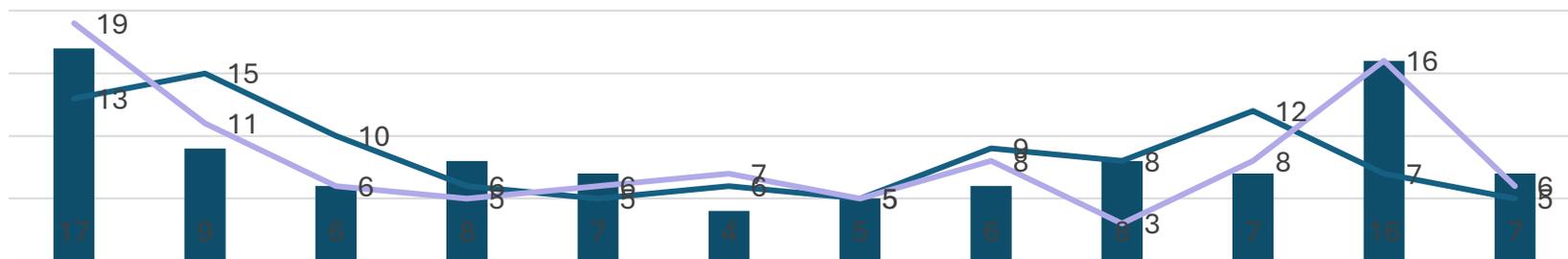
Villes desservies	Liaisons par jour
Paris	25+ à ce jour
CDG et MLV/Disneyland Paris	11
(Lille)	-

Eurostar saisonniers (samedis)

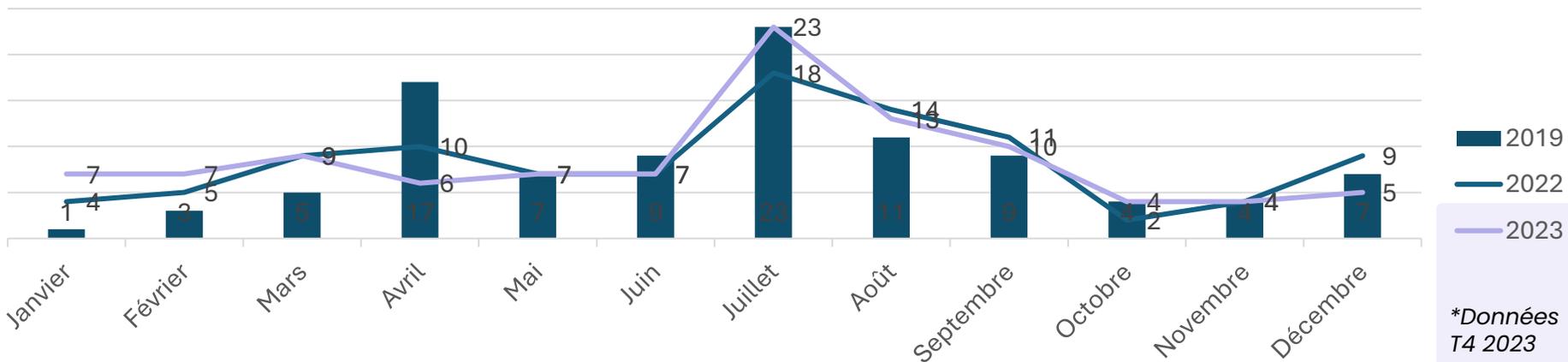
Villes desservies	Liaisons par jour
Eurostar Neige (décembre – avril)	Bourg St Maurice
Eurostar Soleil (juillet – août)	Valence
	Avignon
	Aix-en-Provence
	Marseille (TGV Med)

Sources : Eurostar.com (2024)

RESERVATIONS

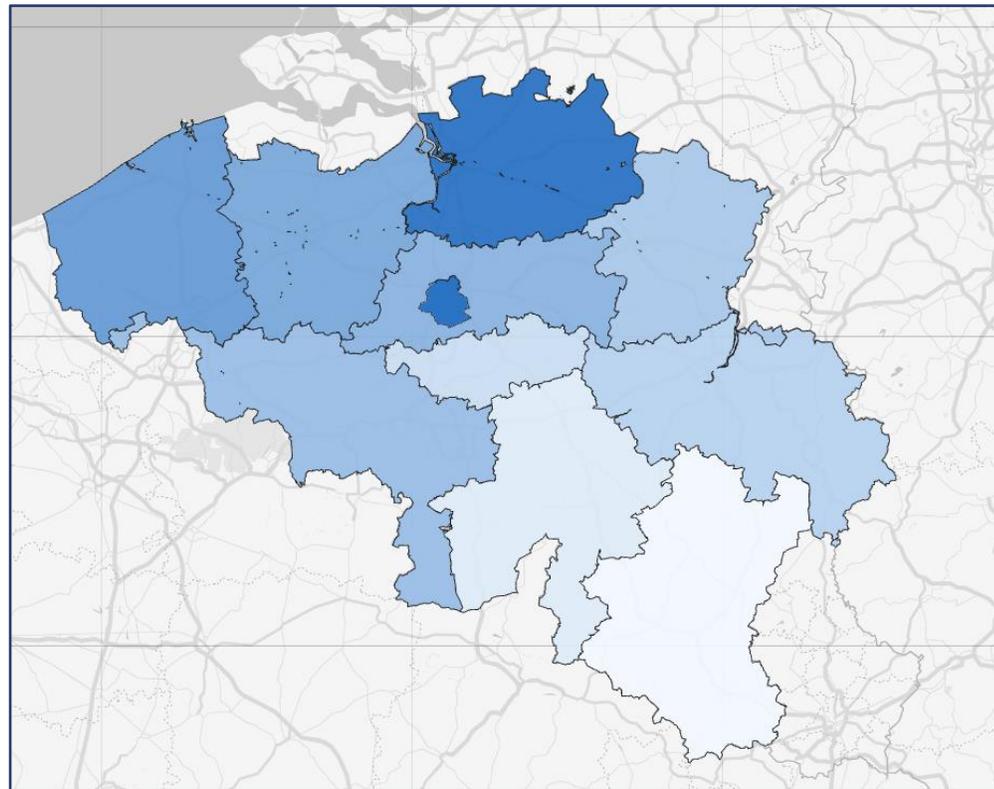


MOIS DE DEPART



*Données
T4 2023
non
definitives

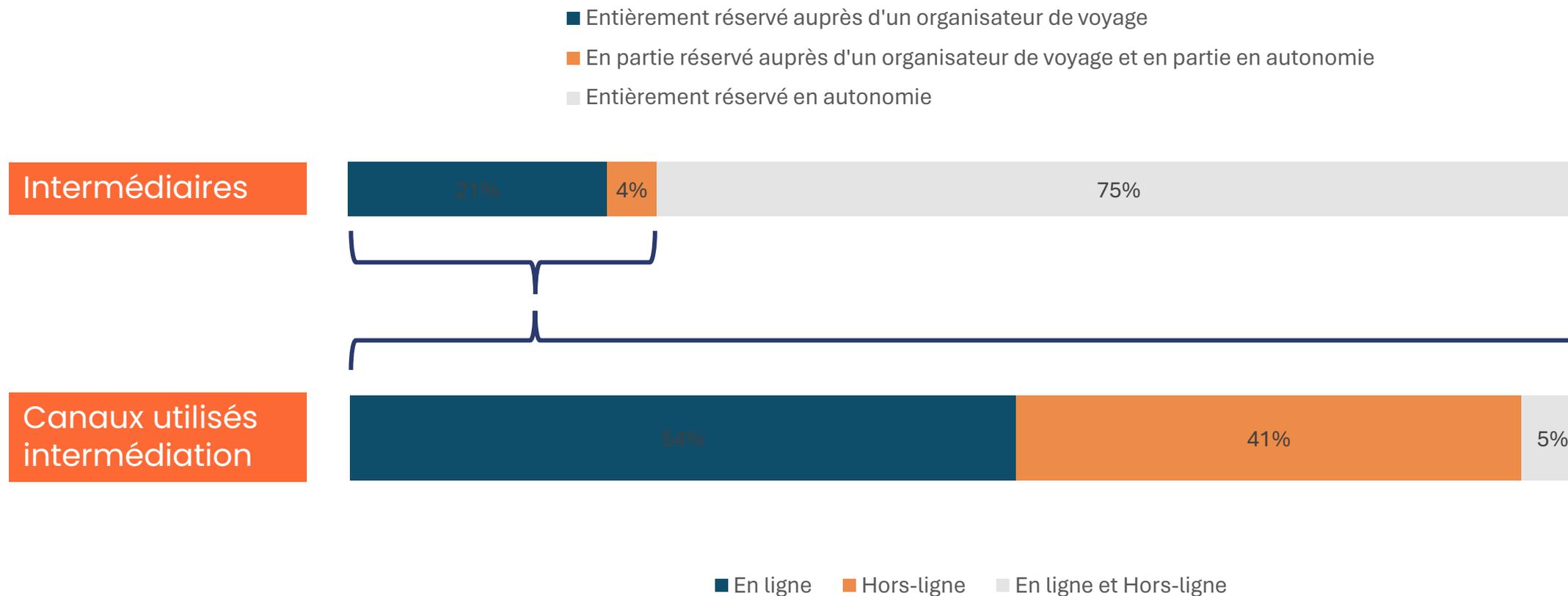
Chapitre 3



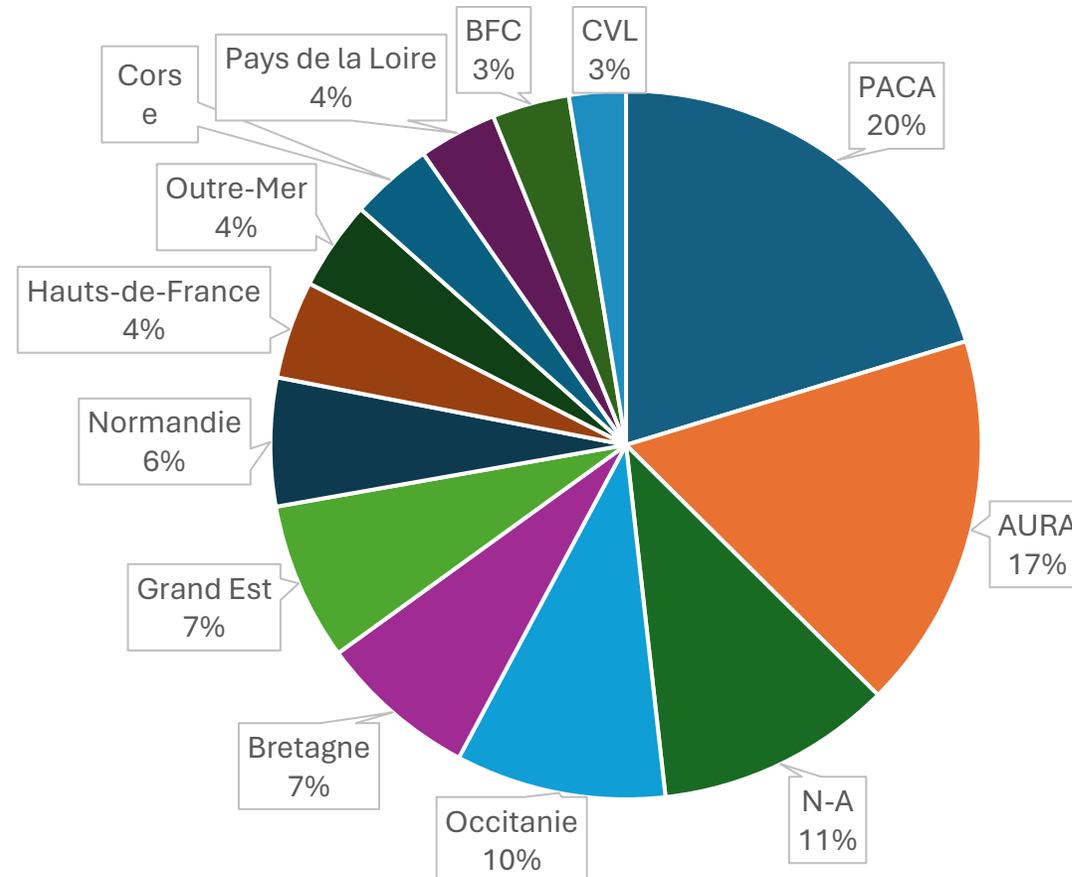
Brussels Capital Region	308
Anvers	293
Flandre Occidentale	213
Flandre Orientale	187
Brabant Flamand	164
Hainaut	143
Province Limbourg	122
Liège	104
Brabant Wallon	81
Namur	52
Province Luxembourg	27

- **984 organisateurs de voyages** en Belgique en 2023 soit -2% comparé à 2022 et -9% comparé à 2020
- **1508 points de ventes** dont 62% en Flandres, 25% en Wallonie et 13% à Bruxelles
- 82% d'entreprises de 1 à 4 employés
- En 2022, le secteur comptait environ 6500 professionnels

Répartition des entreprises enregistrées au code NACE 79

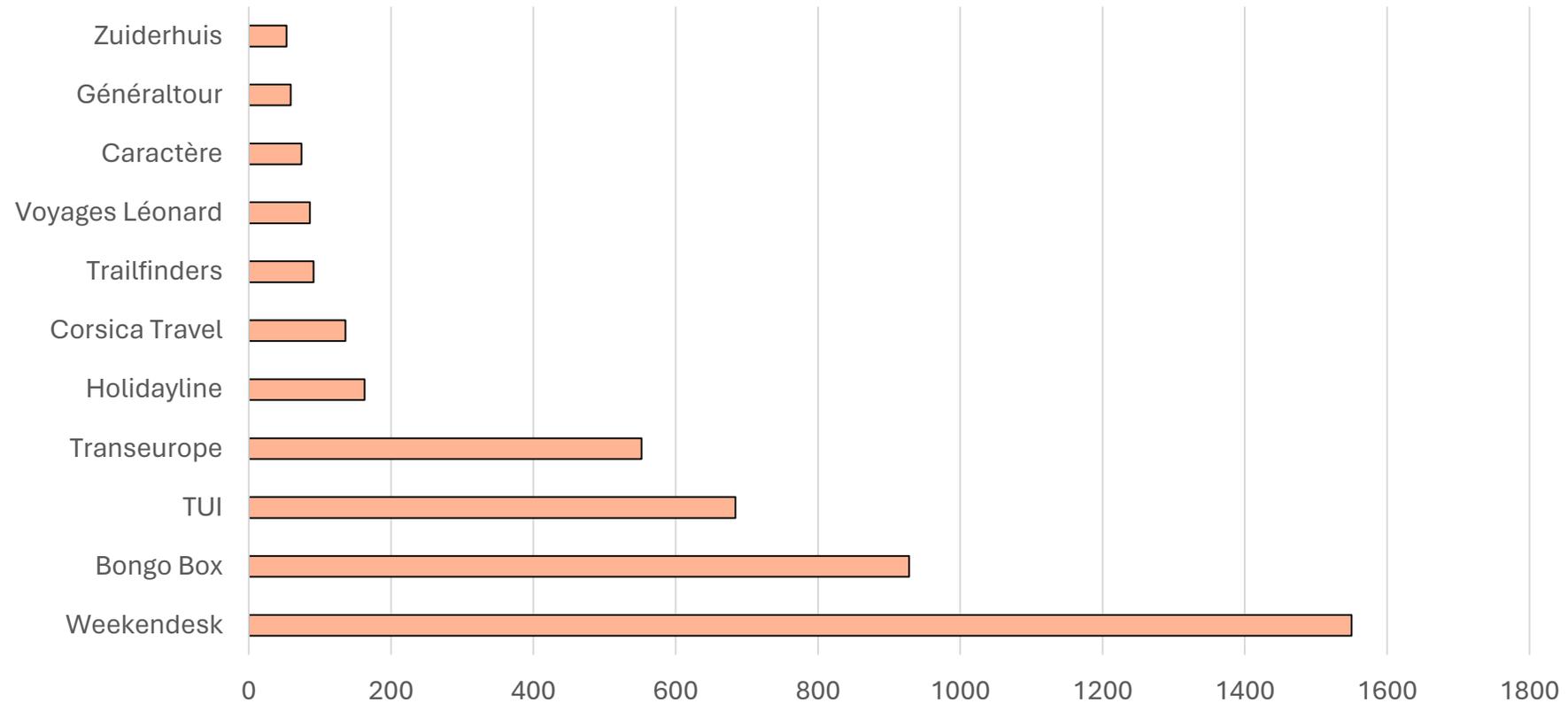


- 1 organisateur de séjours sur 3 propose la France
- On recense 150 organisateurs de séjours disposant d'une offre France à l'été 2023
- Avec un total de 21.660 offres vers les destinations françaises :



Les principaux acteurs de la programmation vers la France

- Top 10 des organisateurs de voyages en Belgique proposant le plus d'offres vers la France :



Chapitre 4

Programmation de la Région Sud

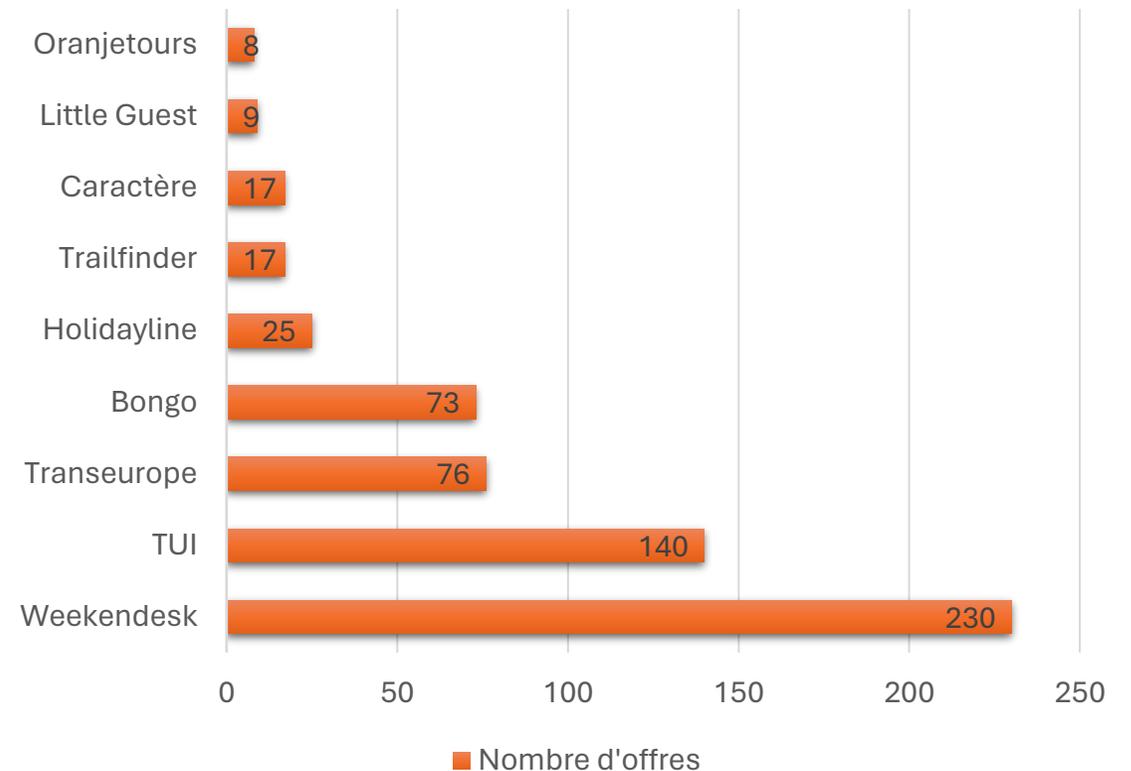
Focus Région Sud

1^{ère} région la plus programmée

- Avec 730 offres recensées en 2023
- Devant Auvergne Rhône-Alpes, Paris Ile-de-France, Nouvelle-Aquitaine et Occitanie
- Région programmée auprès de 66 organisateurs de voyages belges
- Le 1^{er} autocariste se positionne à la 11^{ème} place (Voyages Léonard)

→ La région est programmée par les principaux acteurs du marché

Top 10 des organisateurs de séjours

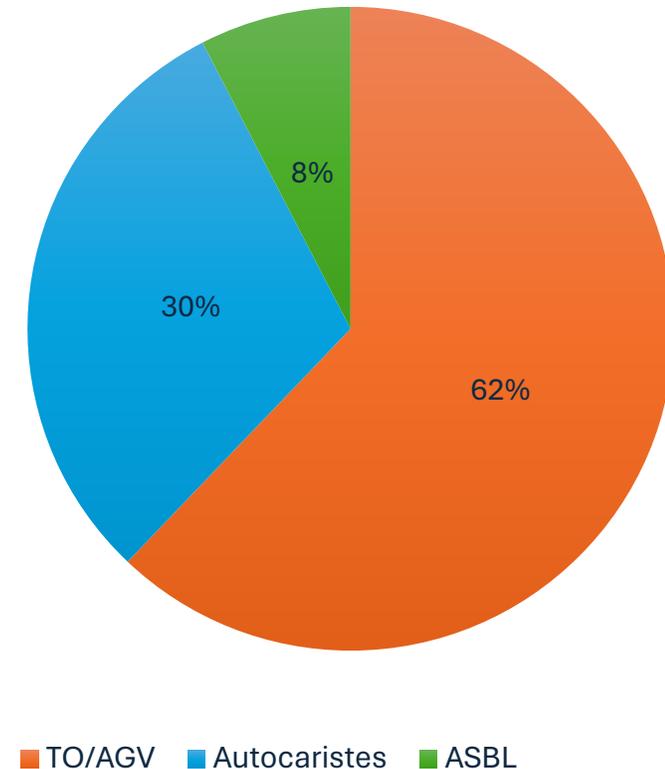


Focus Région Sud

Types de séjours proposés

- 1/10^{ème} des offres sont des circuits
- 20% sont des offres en hébergement de charme et haut de gamme
- Activités proposées par les organisateurs de voyages : activités pédestres, cyclo-touristiques, golfiques et équestres (à titre d'exemples : 15 séjours équestres sont proposés et 9 séjours golfiques)

Profil des professionnels



PERSPECTIVES 2024 MARCHÉ BELGE
INTENTION DE DÉPARTS

Chapitre 5

Tendances Belgique 2024 : Intentions de voyages non encore réservés (toutes destinations)

Intention de voyage (pax)

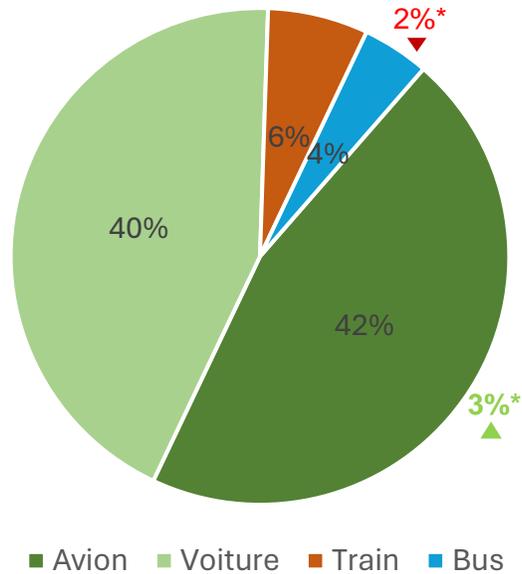
2024	18.876.732
2023	16.167.913
2022	16.838.044
2021	18.447.616
2020	16.636.008



Mois de départs



Types de vacances



Budget vacances

2023	857€
2022	798€
2021	827€
2020	769€



Dernière-minute

2023	23%
2022	24%
2021	27%
2020	19%

- En 2024, la France reste la première destination de vacances des Belges
- Pour ceux qui n'ont pas encore réservé à fin mars, on relève 18,7% **d'intentions de départ** vers la France.
 - 🚤 La destination la plus populaire en France est la Région Sud (21,7%).
 - 🚗 78% des Belges qui ont l'intention de passer leurs vacances en France prévoient de s'y rendre en voiture.
 - 🌞 Les départs pendant les vacances d'été représentent 44% des intentions pour la France.
 - 📅 La durée moyenne de séjour en France est estimée à 9,9 jours en 2024 (contre 8 jours l'an dernier).
 - 👨👩👧👦 59% des Belges qui n'ont pas encore réservé leur séjour en France sont des couples, 23% sont des familles/groupes de 3-4 personnes et 10% sont des voyageurs seuls.
 - 💰 Le budget par personne estimé par les Belges pour un séjour en France en 2024 est de 843 € (contre 615 € l'année dernière).
 - 💻 L'intermédiation pour la France est estimée à 71 % d'auto-organisation, 21 % de réservations via des professionnels du voyage et 7 % d'utilisation partielle.

Annexes et contacts

		Belgique		France		
		Wallonie Bruxelles FR	Flandres NL Bruxelles	Zone A : Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes et Bourgogne Franche Comté	Zone B : Hauts-de-France, Bretagne, Pays de la Loire, Centre, Grand Est et Provence Alpes-Côte d'Azur	Zone C : Île de France et Occitanie
2023-2024	Rentrée scolaire	Lundi 28 août 2023	Vendredi 01er septembre 2023	Lundi 4 septembre 2023		
	Congé d'automne (Toussaint)	Du samedi 21 octobre au dimanche 5 novembre 2023	Du samedi 27 octobre au dimanche 5 novembre 2023	Du samedi 21 octobre au lundi 6 novembre 2023		
	Vacances de Noël	Du samedi 23 décembre 2023 au dimanche 7 janvier 2024		Du samedi 23 décembre 2023 au lundi 8 janvier 2024		
	Vacances d'hiver / Carnaval	Du samedi 24 février au dimanche 10 mars 2024	Du samedi 10 au dimanche 18 février 2024	Du samedi 17 février au lundi 4 mars 2024	Du samedi 24 février au lundi 11 mars 2024	Du samedi 10 février au lundi 26 février 2024
	Vacances de Printemps	Du samedi 27 avril au dimanche 12 mai 2024	Du samedi 30 mars au dimanche 14 avril 2024	Du samedi 13 avril au lundi 29 avril 2024	Du samedi 20 avril au lundi 6 mai 2024	Du samedi 6 avril au lundi 22 avril 2024
	Vacances d'été	Débutent samedi 6 juillet 2024	Débutent lundi 1er juillet	Débutent le samedi 6 juillet 2024		

	Belgique		France			
	Wallonie FR	Flandres NL	Zone A : Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes et Bourgogne Franche Comté	Zone B : Hauts-de-France, Bretagne, Pays de la Loire, Centre, Grand Est et Provence Alpes-Côte d'Azur	Zone C : Île de France et Occitanie	
2024-2025	Rentrée scolaire	Lundi 26 août 2024	Lundi 2 septembre 2024	Lundi 2 septembre 2024		
	Congé d'automne (Toussaint)	Du samedi 19 octobre au dimanche 3 novembre 2024	Du samedi 26 octobre au dimanche 3 novembre 2024	Du samedi 19 octobre au lundi 4 novembre 2024		
	Vacances de Noël	Du samedi 21 décembre 2024 au dimanche 5 janvier 2025		Du samedi 21 décembre 2024 au lundi 6 janvier 2025		
	Vacances d'hiver / Carnaval	Du samedi 22 février au dimanche 9 mars 2025	Du samedi 1er mars au dimanche 9 mars 2025	Du samedi 22 février au lundi 10 mars 2025	Du samedi 8 février au lundi 24 février 2025	Du samedi 15 février au lundi 3 mars 2025
	Vacances de Printemps	Du samedi 26 avril au dimanche 11 mai 2025	Du samedi 05 avril au dimanche 20 avril 2025	Du samedi 19 avril au lundi 5 mai 2025	Du samedi 5 avril au lundi 22 avril 2025	Du samedi 12 avril au lundi 28 avril 2025
	Vacances d'été	Débutent samedi 5 juillet 2025	Du mardi 1er juillet au dimanche 31 août 2025	Débutent le samedi 5 juillet 2025		

Vos contacts

Direction

Fabienne Javault – fabienne.javault@atout-france.fr

Adjointe à la Directrice – Marketing & Etudes

Daniela Jorge Rouault – daniela.jorge@atout-france.fr

B2B & MICE

Gisèle Jamin – gisele.jamin@atout-france.fr

Media & Relations publiques

Annemie Decommer – annemie.decommmer@atout-france.fr

Pour toute question sur le marché belge et cette présentation, n'hésitez pas à contacter Marco Fiorentino, Chargé de projet **études-veille**, marco.fiorentino@atout-france.fr

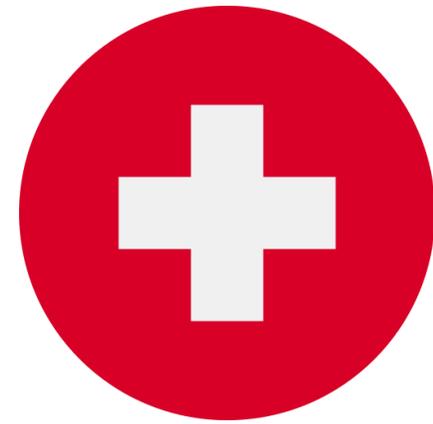
#ActivateurDeTourismes

ATOUT
FRANCE
www.atout-france.fr

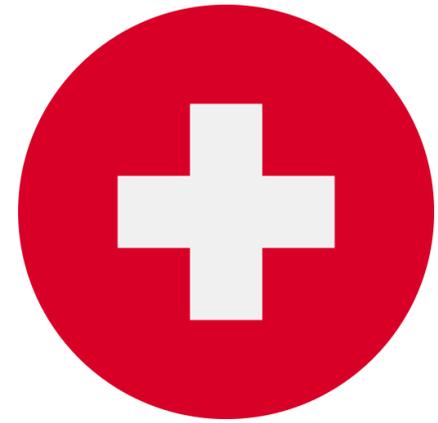




QUESTIONS ?



LA CLIENTELE SUISSE EN PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR



**YANNICK LE MAGADURE
DIRECTEUR MARKETING CRT
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR**

FRÉQUENTATION DES TOURISTES INTERNATIONAUX

RÉGION SUD



Top 10 des touristes internationaux

en nuitées

	Top 10	Évolution 2023/2022
1.	Allemagne	+10%
2.	Royaume-Uni	+16%
3.	Italie	+12%
4.	États-Unis	+17%
5.	Pays-Bas	-5%
6.	Suisse	0%
7.	Belgique	-9%
8.	Espagne	+10%
9.	Suède	+3%
10.	Émirats arabes unis	-7%

La Chine arrive au 11^{ème} rang avec une progression de +129%

FRÉQUENTATION DES TOURISTES INTERNATIONAUX

RÉGION SUD



Top 10 des touristes internationaux par destination

en nuitées

Top 10 Provence

1.	Allemagne
2.	Royaume-Uni
3.	Pays-Bas
4.	Etats-Unis
5.	Belgique
6.	Suisse
7.	Italie
8.	Espagne
9.	Suède
10.	Brésil

Top 10 Alpes

1.	Italie
2.	Pays-Bas
3.	Royaume-Uni
4.	Belgique
5.	Allemagne
6.	Suisse
7.	Espagne
8.	Etats-Unis
9.	République-Tchèque
10.	Suède

Top 10 Côte d'Azur

1.	Allemagne
2.	Royaume-Uni
3.	Italie
4.	Etats-Unis
5.	Suisse
6.	Pays-Bas
7.	Belgique
8.	Suède
9.	Espagne
10.	Émirats arabes unis

FRÉQUENTATION DES TOURISTES SUISSES

RÉGION SUD

Evolution 2024/2023/2022



Fréquentation quotidienne

en nuitées

70 000

60 000

50 000

40 000

30 000

20 000

10 000

0

1-janv.

1-févr.

1-mars

1-avr.

1-mai

1-juin

1-juil.

1-août

1-sept.

1-oct.

1-nov.

1-déc.

— 2022 — 2023 — 2024

Fréquentation

annuelle

de janvier à mars

0%

Évolution
2023/2022

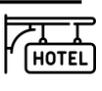
0%

Évolution
2024/2023

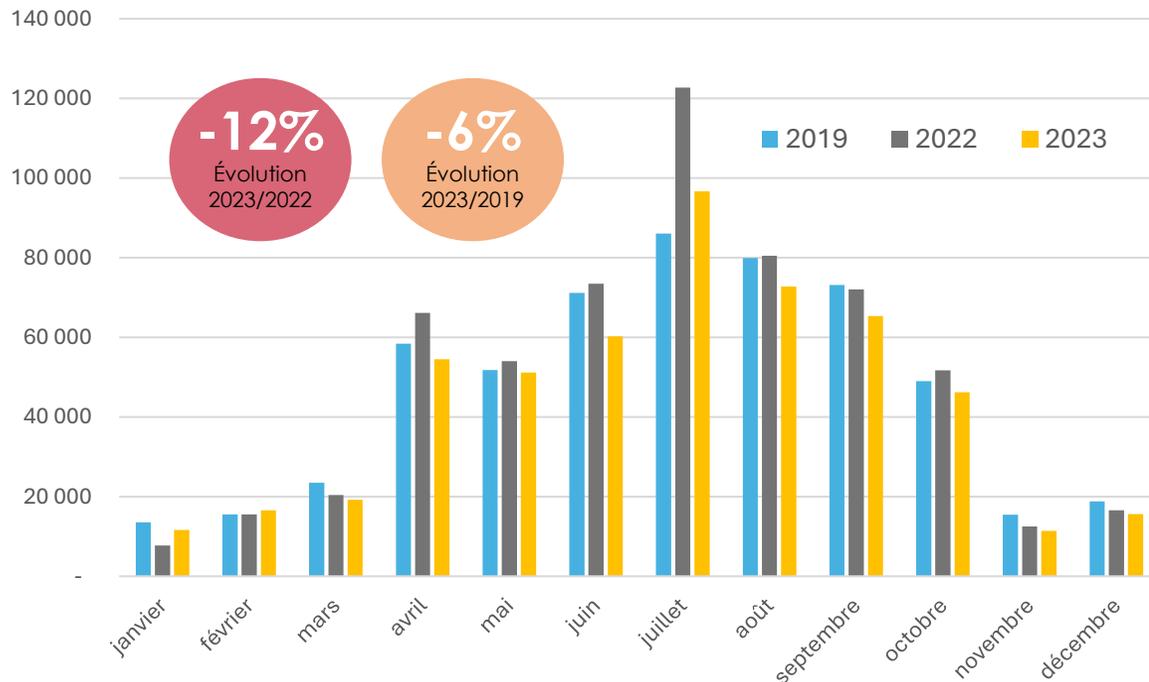
FRÉQUENTATION DES TOURISTES SUISSES

RÉGION SUD

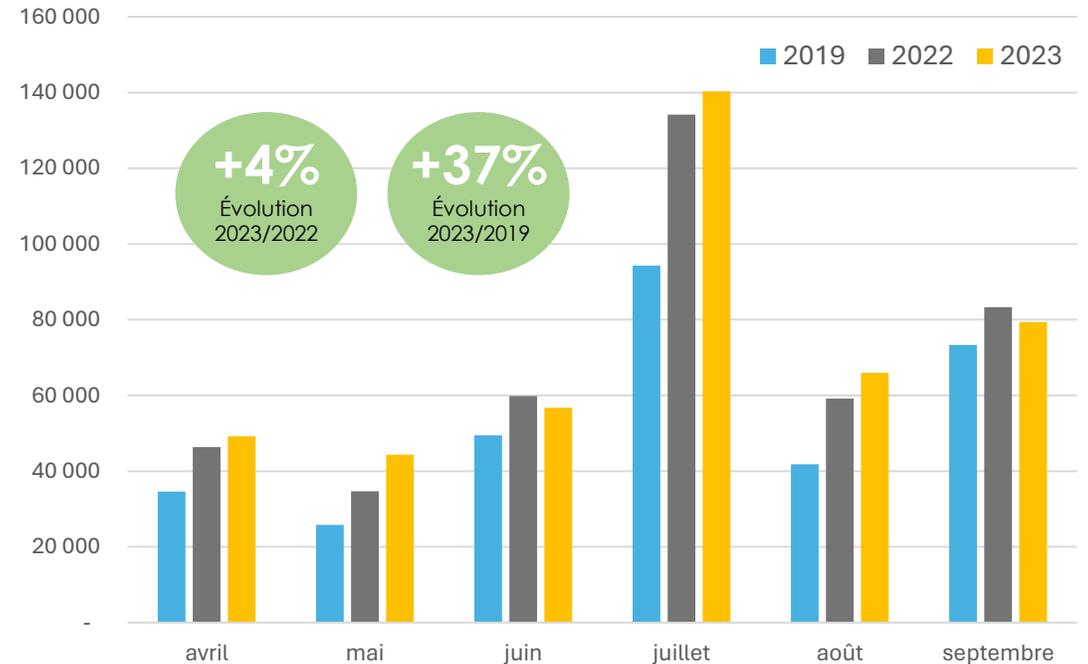
Evolution 2023/2022/2019



Hôtels : nuitées mensuelles des touristes suisses en nuitées



Campings : nuitées mensuelles des touristes suisses en nuitées



Source : Insee

Source : Insee

PROFIL DES TOURISTES SUISSES

RÉGION SUD

770 questionnaires
collectés auprès de touristes de Suisse

Des chiffres clés...



Globalement

2% des séjours 2% des nuitées

Sur l'international

7% des séjours 6% des nuitées



72% de séjours hors coeur d'été

(vs 75% de moyenne régionale)



7,8 nuits en moyenne

(vs 6,5 nuits de moyenne régionale)



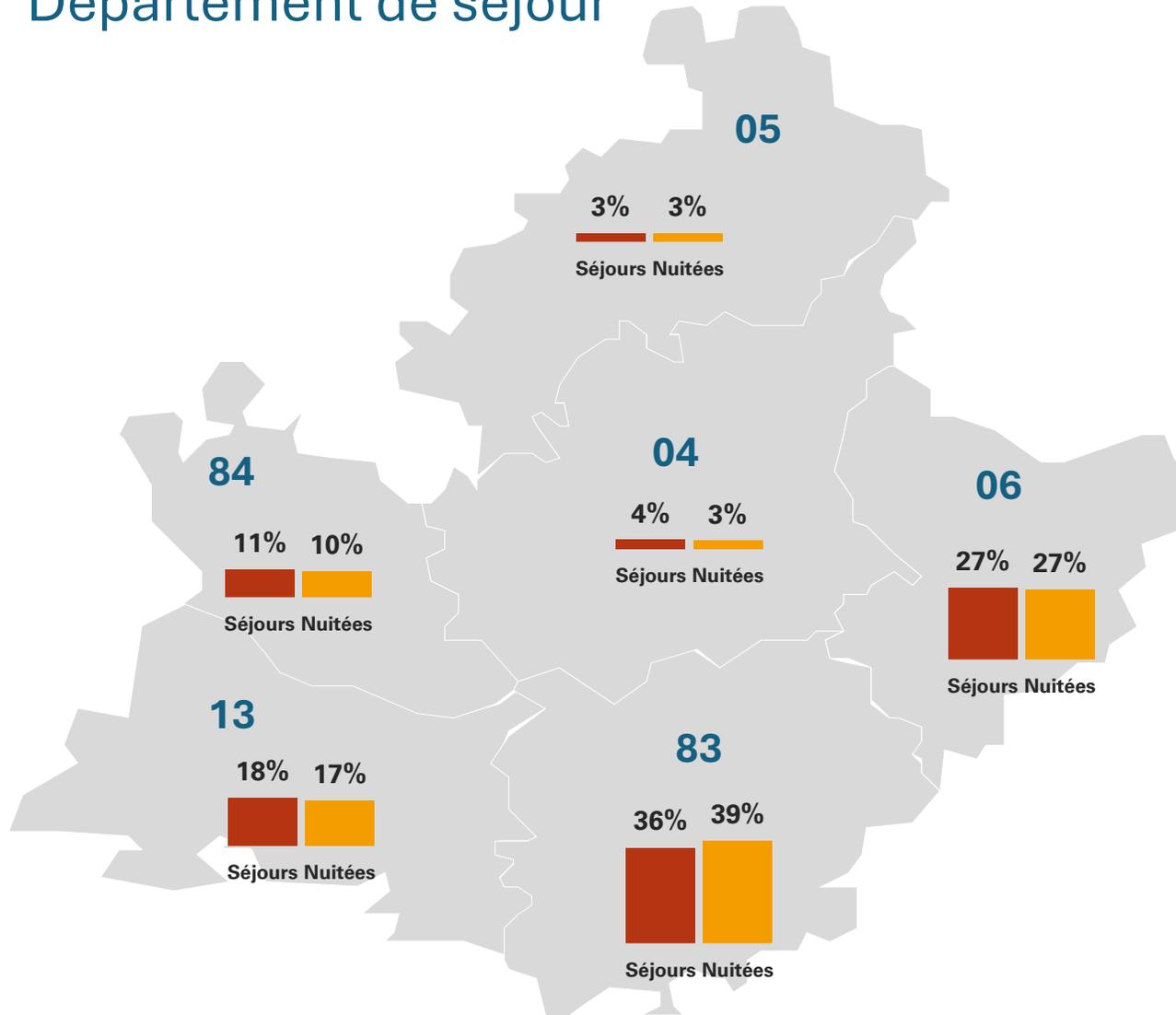
102,9 € /jour/pers

(vs 70,8 € de moyenne régionale)

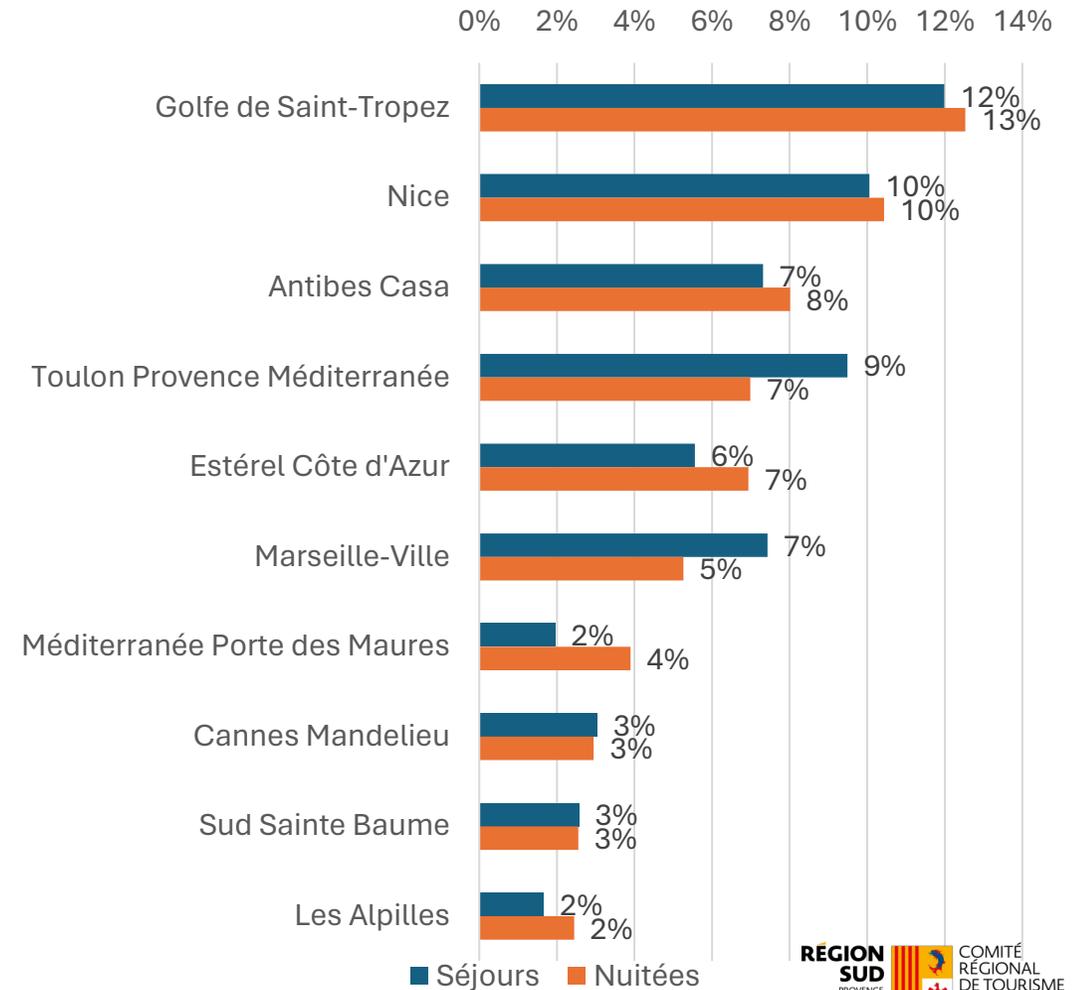
PROFIL DES TOURISTES SUISSES

RÉGION SUD

Département de séjour



Top 10 bassins de séjour



PROFIL DES TOURISTES SUISSES

RÉGION SUD

Base de questionnaires : 770

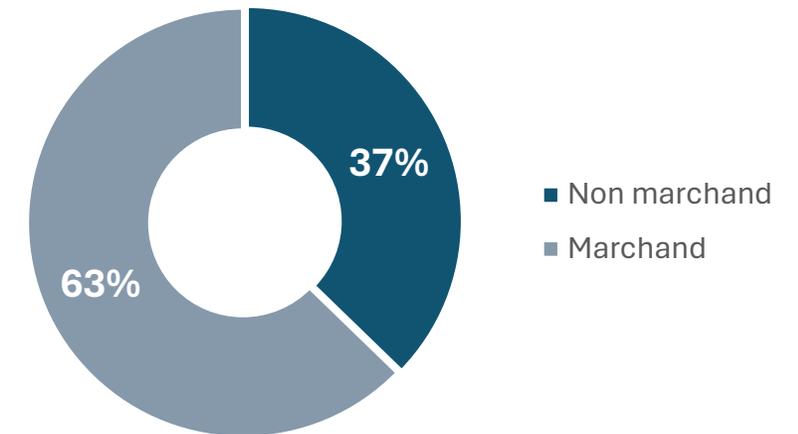
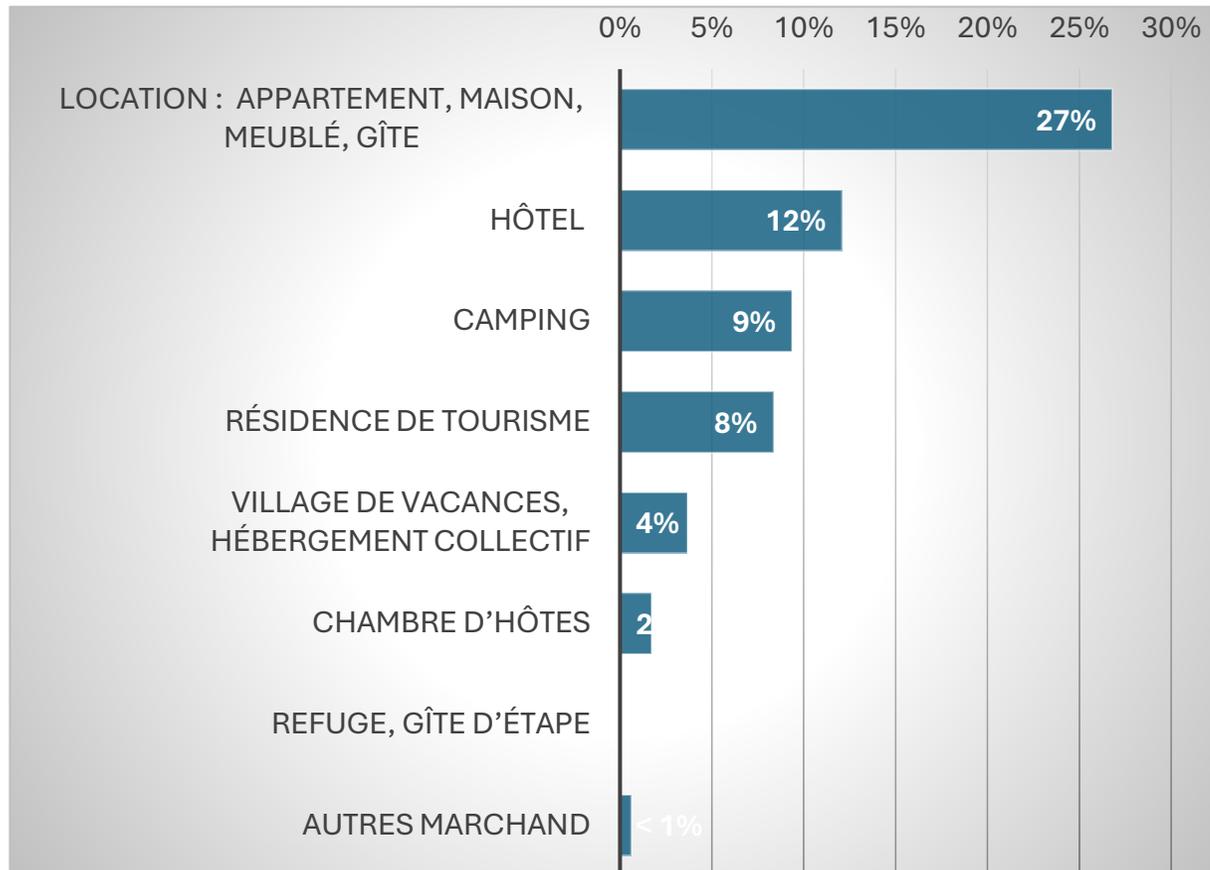
Mode d'hébergement



Hébergement marchand
(7,2 nuits/séjour en moyenne)



Hébergement non marchand
(9,1 nuits/séjour en moyenne)



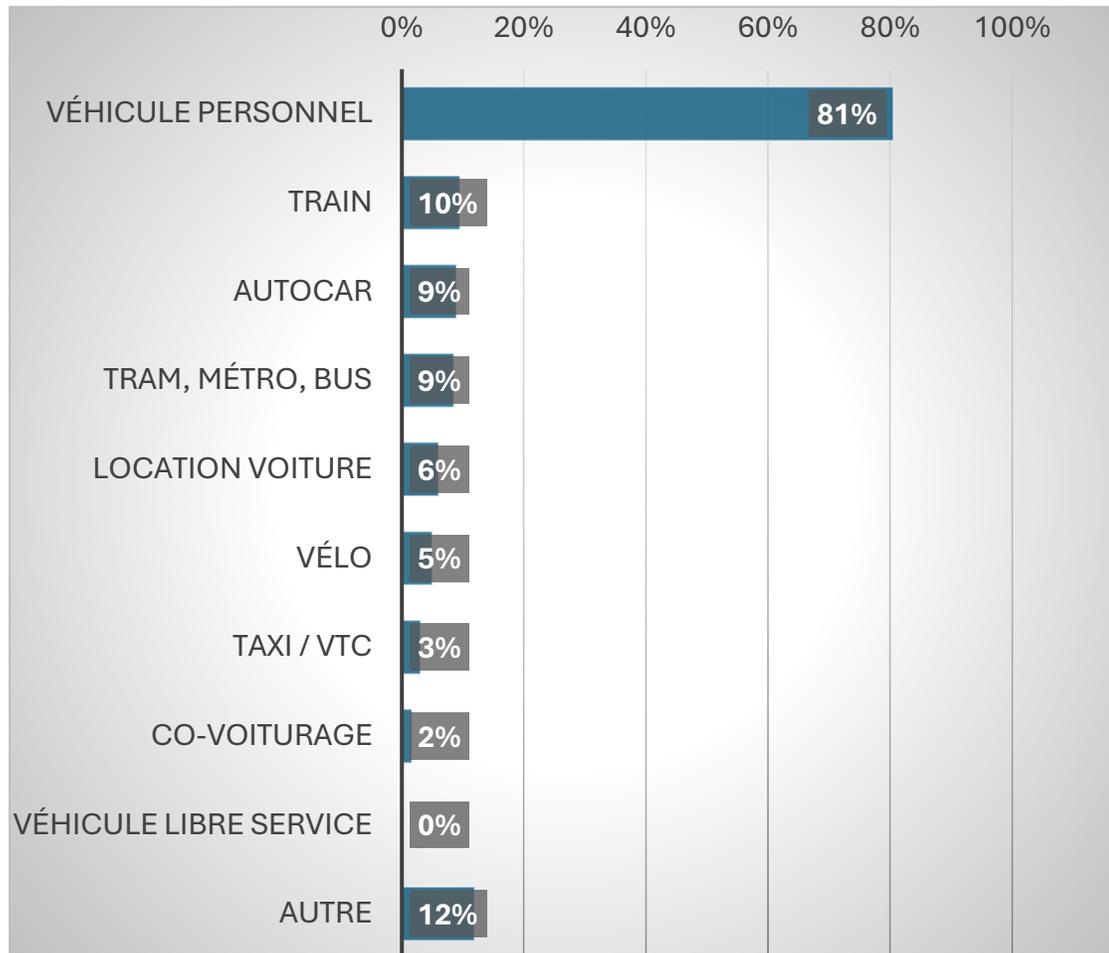
BASE NUITÉES

PROFIL DES TOURISTES SUISSES

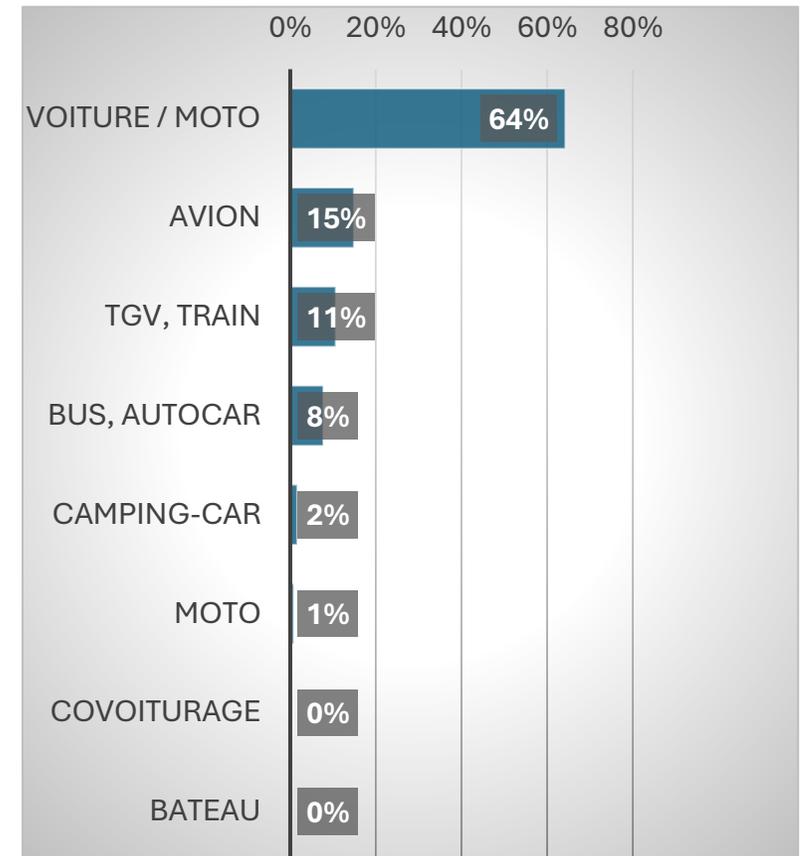
RÉGION SUD

Mode de transport

... pour se déplacer durant le séjour



... pour quitter la région

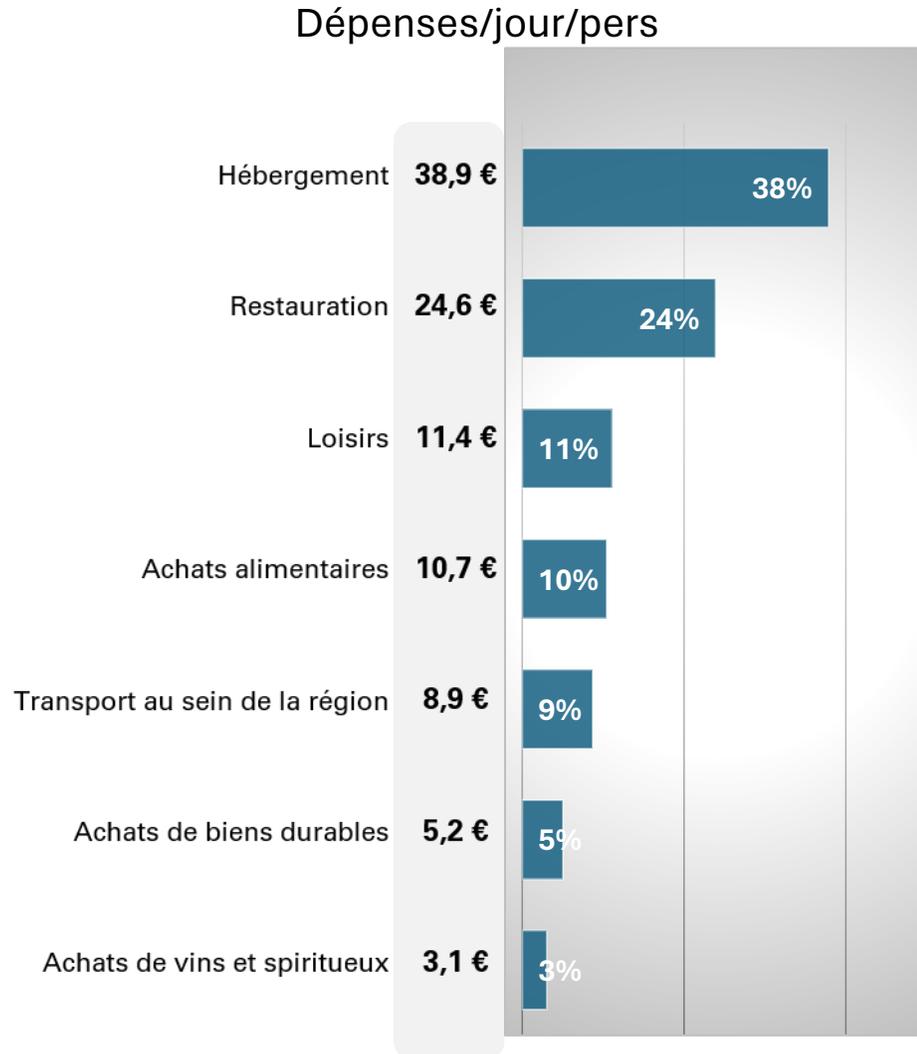


PROFIL DES TOURISTES SUISSES

RÉGION SUD

Base de questionnaires : 770

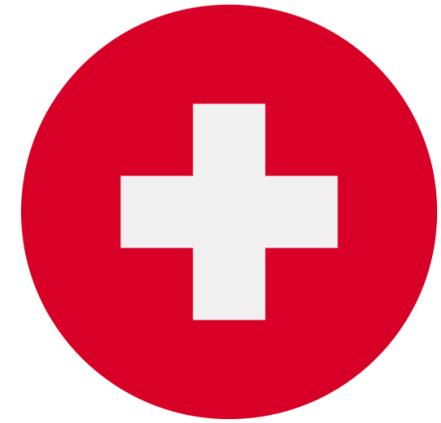
Dépenses et retombées



**Budget moyen du séjour
par groupe :
2 063 €**

**Dépense totale/j/p
102,9 €**

**Retombées
économiques directes :
559,6 Millions €**



FREDERIC MEYER/ CLOTILDE BAVILLE

ATOUT FRANCE SUISSE

Atout France en Suisse

Présentation marché - 2024



1	La Suisse en quelques chiffres	3
2	Tendances du tourisme Suisse	21
3	Actions clefs	35
4	Informers nos partenaires	57
5	Un dispositif au service des adhérents	60

1

La Suisse en quelques chiffres





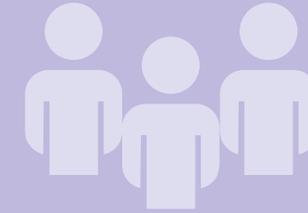
démographie



Données sociodémographiques



Population : 8 775 760 habitants



■ **Âge moyen :** 42,6 ans

■ **Répartition géographique :**

- 85% dans les villes
- 15% en milieu rural

■ **Origine :**

- 75% sont Suisses • 25% d'étrangers

■ **Typologie**

• **DINKS**

20-30 ans 50-65 ans



33%

• **Familles**



31%

• **Seniors**



19%

Données géographiques

Au cœur de l'Europe

■ Superficie totale : 41 300 km²

■ Frontalier de :

- La France - 572 km de frontières •
- L'Allemagne
- L'Italie
- L'Autriche
- Le Liechtenstein



Données politiques et culturelles

Une confédération de 26 cantons

■ 4 langues officielles

- L'allemand
5,9 millions de locuteurs (62%)
19 cantons
- Le français
2 millions de locuteurs (23%)
8 cantons
- L'italien
1 canton : Le Tessin
- Le romanche
Moins de 40 000 locuteurs

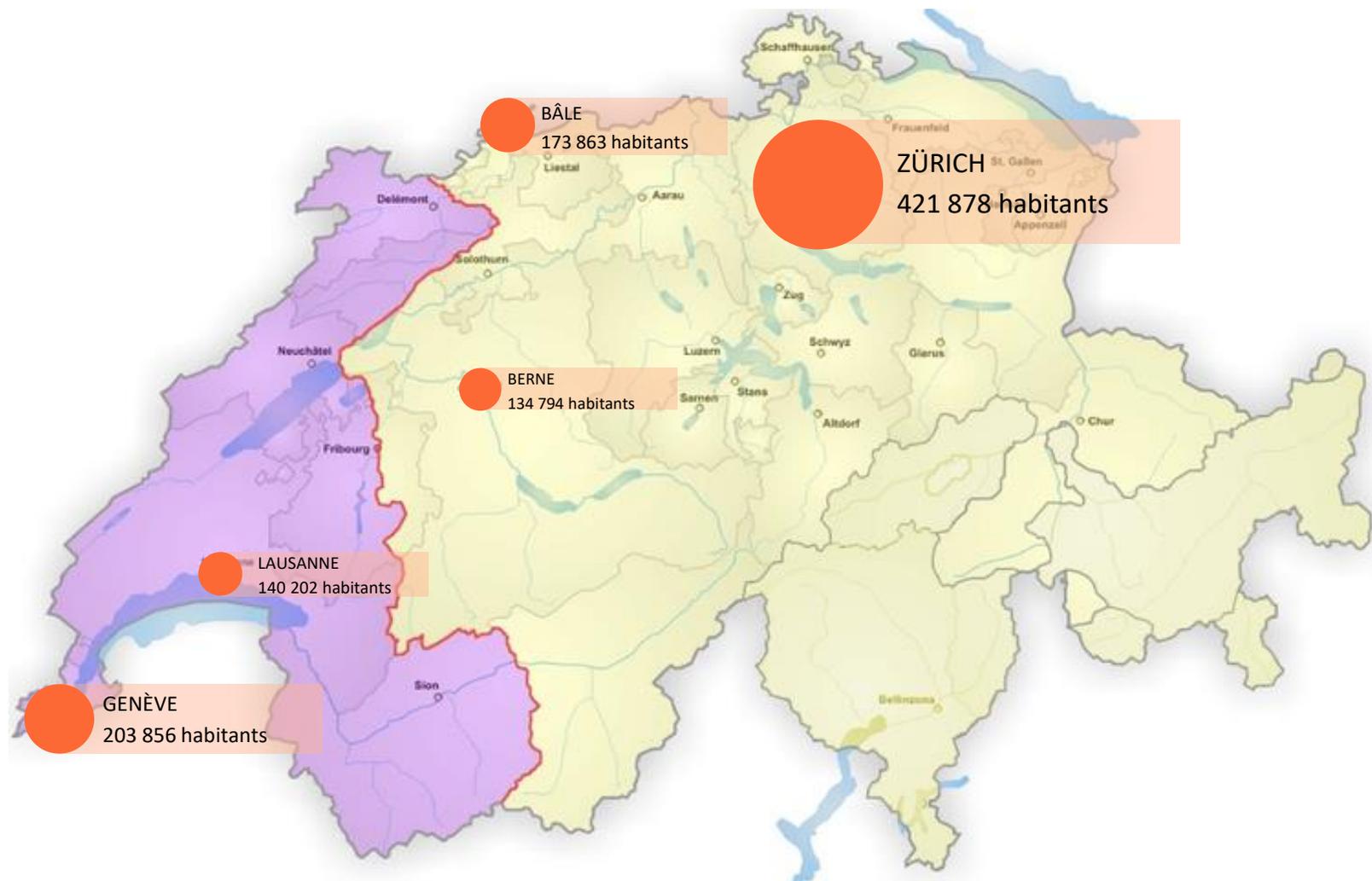


Le Röstigraben

Différences de culture et de mentalités, souvent assimilées avec la frontière linguistique entre Suisse romande et Suisse alémanique.

Données politiques et culturelles

Répartition de la population urbaine Suisse



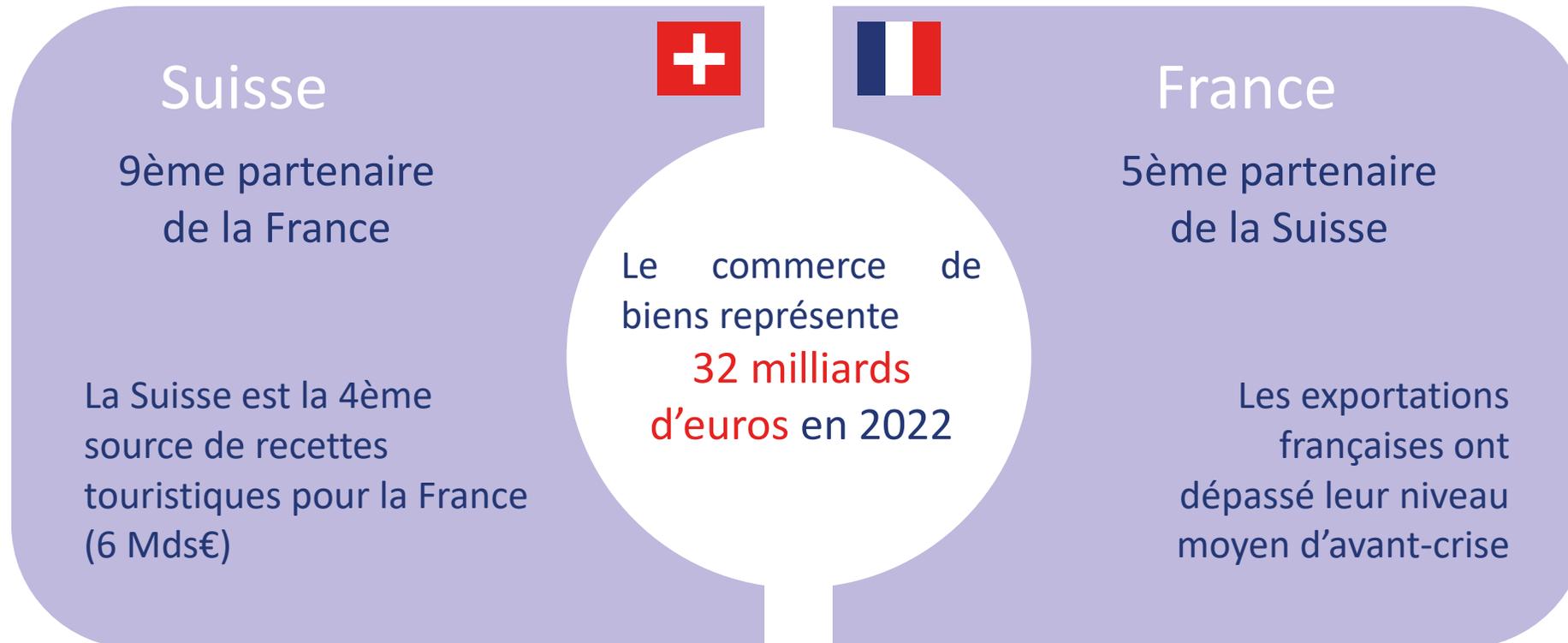


■ L'économie suisse en quelques chiffres

- Taux de TVA le plus faible d'Europe : 8.1% sur les biens et services
- 1 € = 0,96 CHF, un quasi-équilibre monétaire conjoncturel
- 93 260 \$ PIB / hab vs 40 886 \$ pour la France en 2022
- Salaire médian 2022 : 6 792 \$ (France : 3 976 \$)
- Prévision taux de chômage 2023 : 2,3%
- En Suisse le coût de la vie est 63% plus élevé qu'en France, tandis que le pouvoir d'achat local y est 41% plus élevé

L'économie suisse en quelques chiffres

France / Suisse : une relation bilatérale forte



Source : Atout France Suisse 2022



France / Suisse

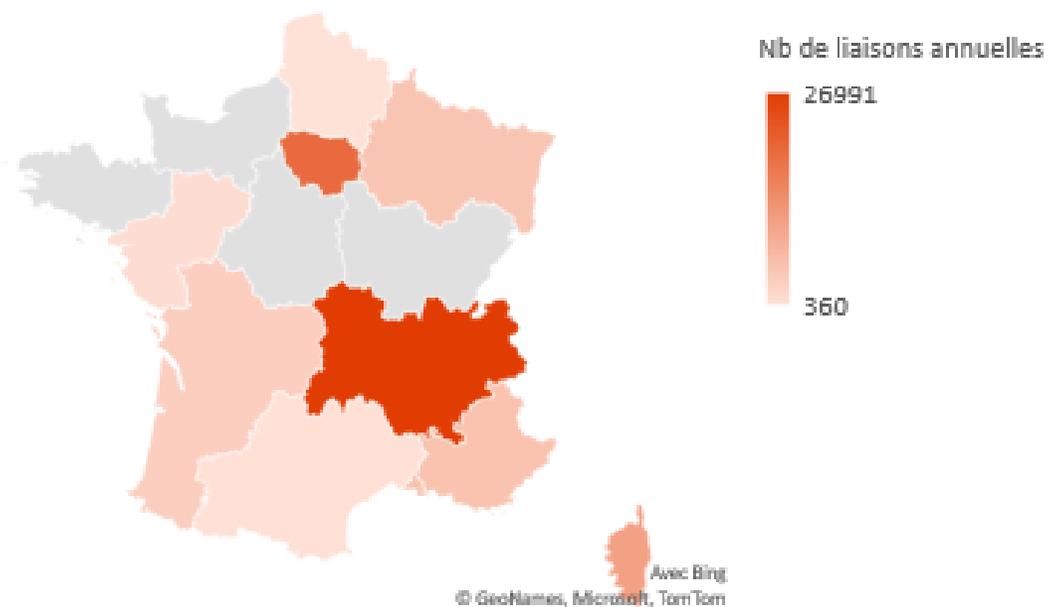


Les régions desservies

Régions françaises	Nb de liaisons aériennes directes vers la région
Auvergne-Rhône-Alpes	1
Corse	10
Hauts-de-France	1
Île-de-France	5
Nouvelle-Aquitaine	8
Occitanie	3
PACA	7
Pays de la Loire	3

Les régions directement accessibles en transports depuis la Suisse

Tout transport (aérien, ferroviaire, nautique)



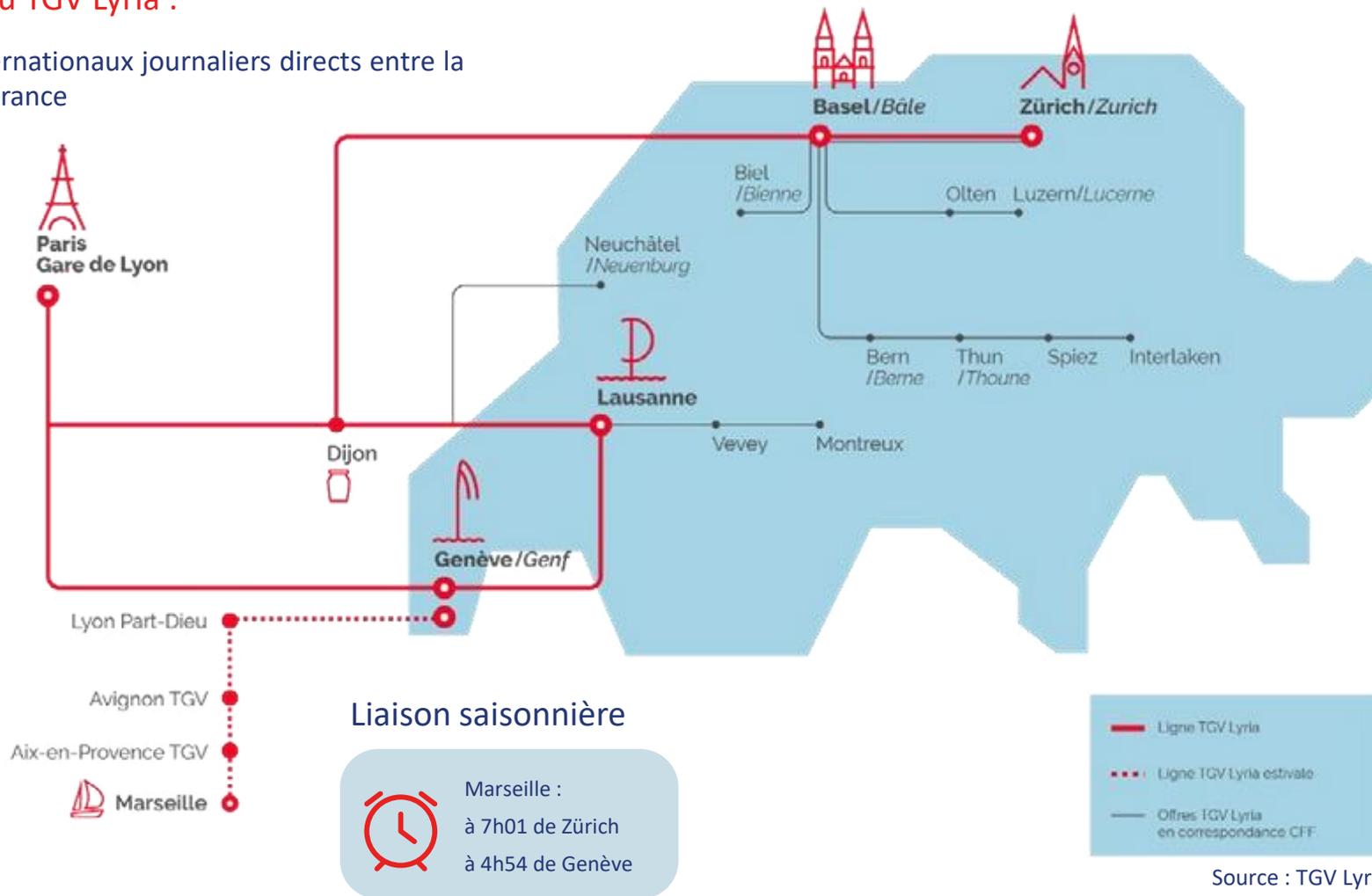
L'accessibilité Suisse

➔ France

Ferroviaire

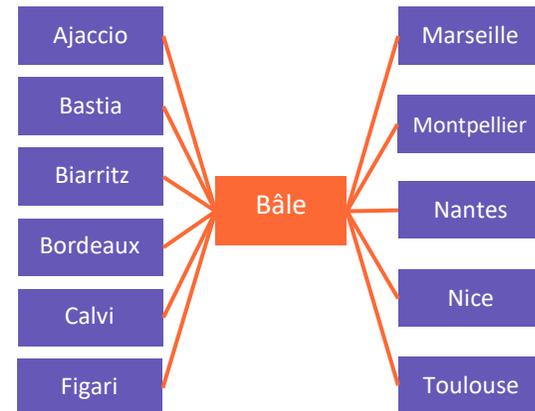
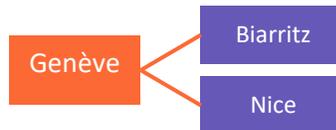
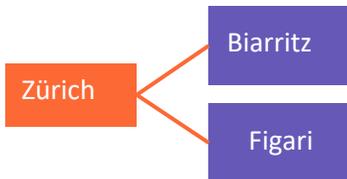
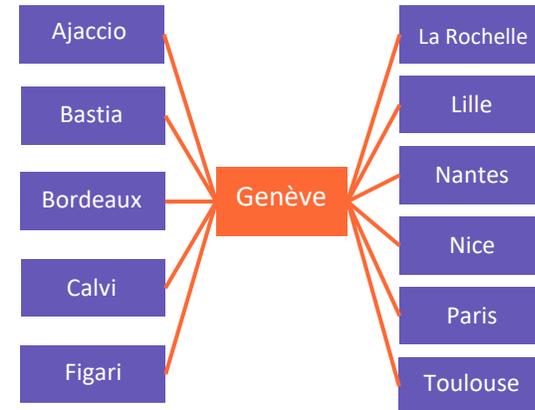
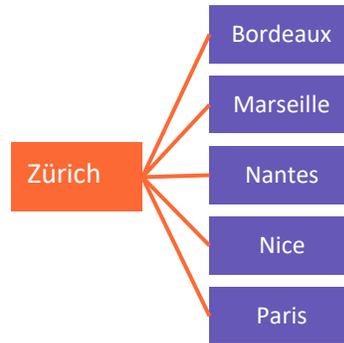
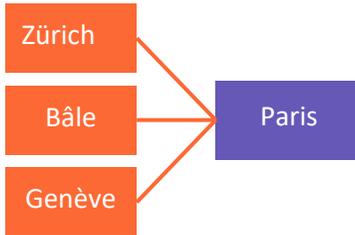
Le réseau TGV Lyria :

4 trajets internationaux journaliers directs entre la Suisse et la France



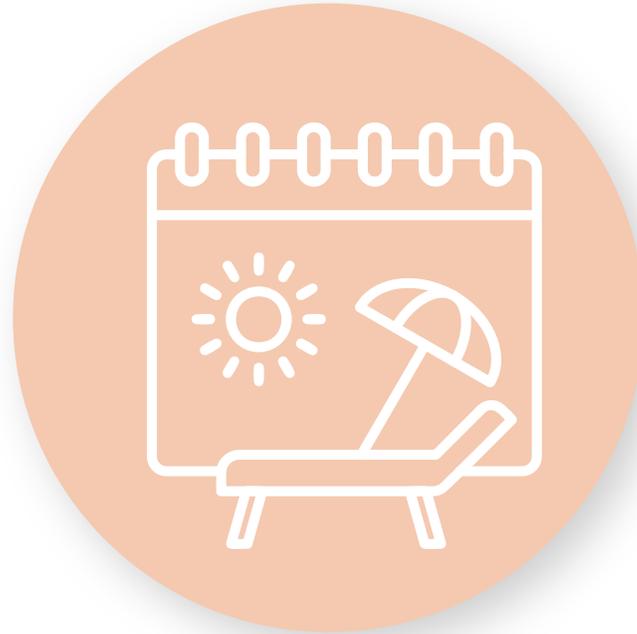
Source : TGV Lyria

Les compagnies aériennes



Compagnies CHARTER :

```
graph LR; G[Genève] --> N[Nice]; G --> P[Paris]; S[St Gall]; F[Figari];
```



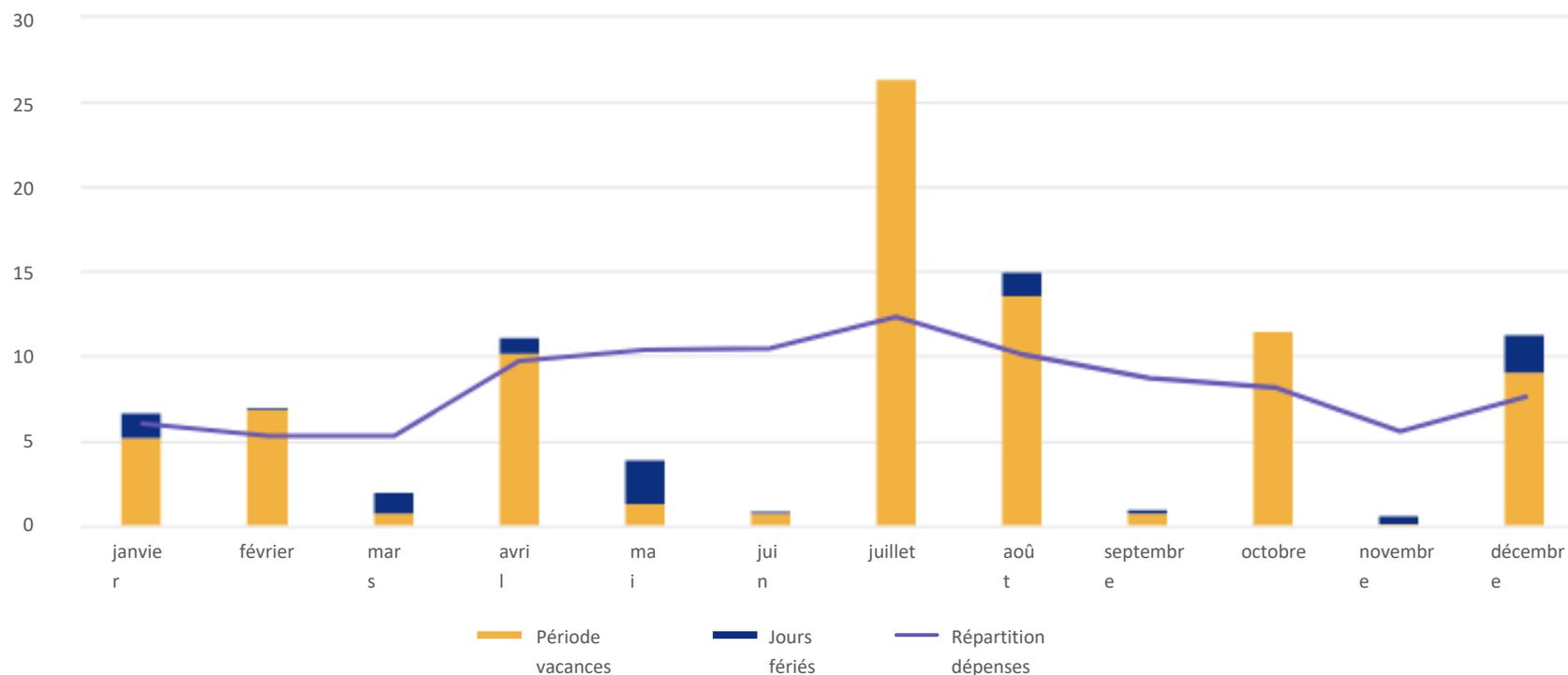
Vacances scolaires



L'économie touristique suisse

Les périodes de réservation de la clientèle Suisse

Une saisonnalité lissée sur l'année, avec un rythme de vacances scolaires réparti sur l'année. Des dépenses mensuelles coordonnées à cette temporalité.



Moyenne des vacances nationales, chaque canton ayant son propre calendrier

Sources : <https://www.feiertagskalender.ch/cal.php?geo=3056&jahr=2023&klass=5&hl=fr>
<https://cleyrop.tourisme-datahub.fr/app/dataviz/87b56130-c3eb-463f-bd46-5c0aeb7b3017>

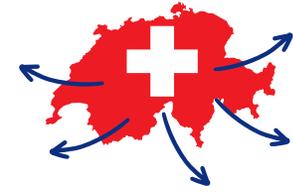
2

Tendances du tourisme en Suisse

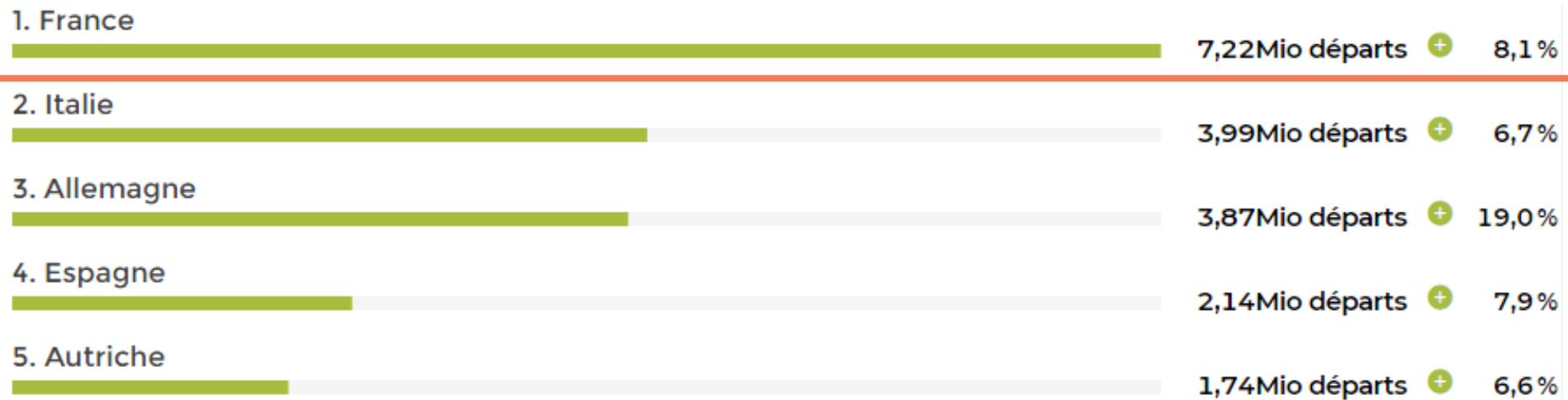


L'économie touristique suisse

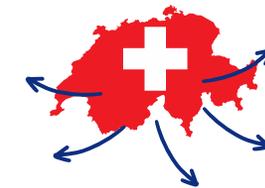
France : 1ère destination étrangère des Suisses



■ Répartition des départs en provenance de la Suisse - 2023



L'économie touristique suisse



France : 1er pays étranger de dépenses touristiques des Suisses

- Classement des nationalités - dépenses touristiques 2022 des Suisses à l'étranger

				l'année précédente :
1. France		6 016,0 Millions €	+ 45,24 %	4 142,00
2. Germany		3 051,0 Millions €	+ 66,00 %	1 838,00
3. Italy		2 116,0 Millions €	+ 47,87 %	1 431,00
4. Spain		1 581,0 Millions €	+ 85,56 %	852,00
5. Austria		1 260,0 Millions €	+ 129,93 %	548,00

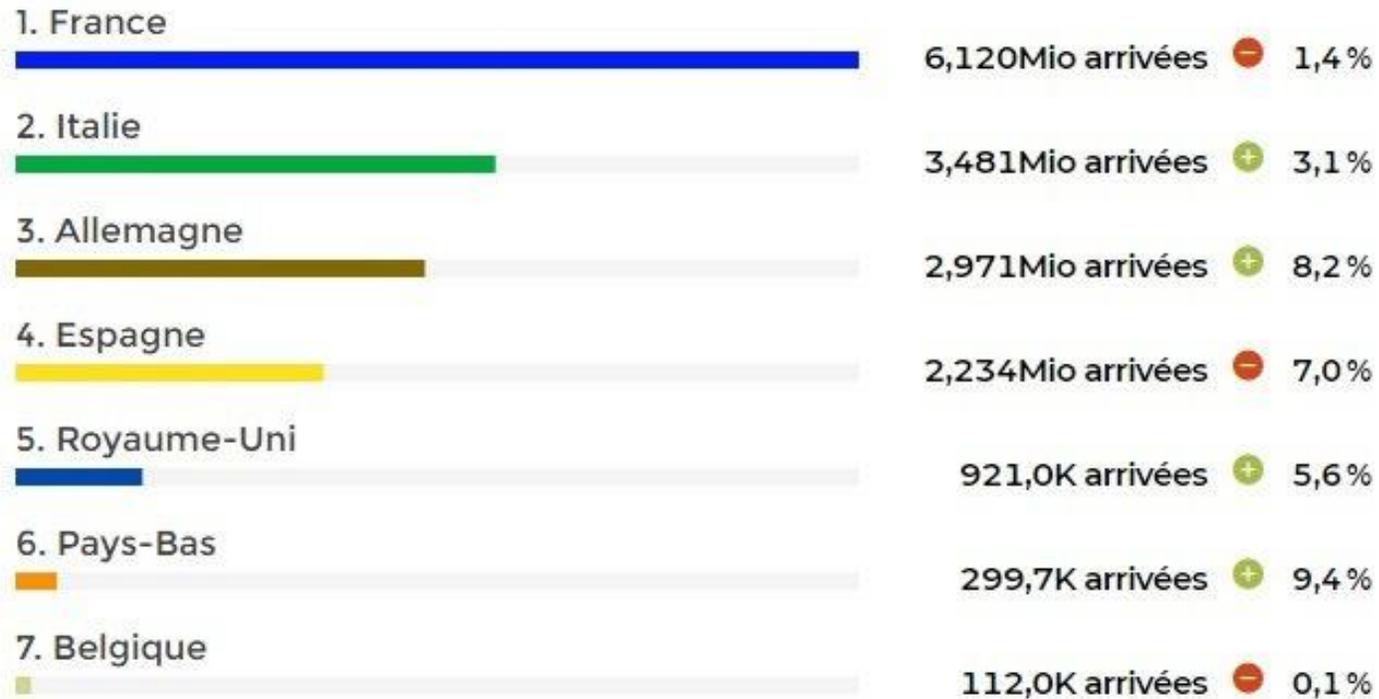
L'économie touristique suisse

Qui sont les touristes qui viennent en Suisse ?



■ 6 120 000 arrivées en Suisse depuis la France en 2023

Top 10 pays d'origine en 2023



L'économie touristique suisse

Qui dépense en Suisse ?



■ Classement des nationalités - recettes touristiques 2022 sur le territoire suisse

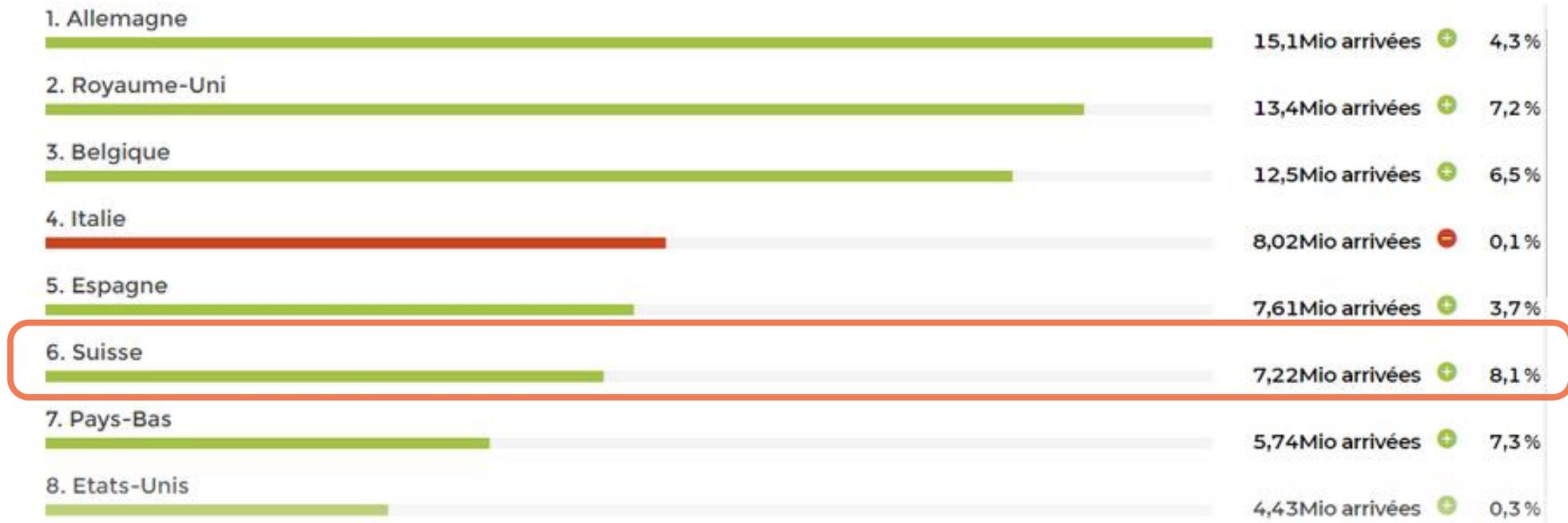
1. Germany		3 466,0 Millions €	+	54,18 %	l'année précédente 2 248,00 Millions €
2. France		3 204,2 Millions €	+	37,40 %	2 332,10 Millions €
3. Italy		1 796,3 Millions €	+	49,24 %	1 203,60 Millions €
4. United Stat...		721,0 Millions €	+	97,53 %	365,00 Millions €
5. UK		564,0 Millions €	+	108,89 %	270,00 Millions €

L'économie touristique suisse

Les Suisses en France



■ Classement des nationalités - Arrivées en France 2023



■ Arrivées Total France 2023 : 95.4 Mio vs 89.8 Mio en 2022 (+6%)

Arrivées Suisse 2023 : 7.22 Mio vs 6.67 Mio en 2022 (+8%)

L'économie touristique suisse

Les Suisses en France



■ Classement des nationalités - Recettes touristiques 2023

La Suisse représente 10,6% des recettes touristiques en France



■ 56 670 Millions € de recettes touristiques pour l'année 2022

2023 : Tendence + 8% - avec 6.02 Mio à fin novembre

Suisse : 4ème contributeur après Belgique, Royaume-Uni et Allemagne

■ L'économie touristique suisse

■ Les Suisses : premiers contributeurs par habitant

Dépenses touristiques par nationalité en France :

Suisse - 8.9 Mio habitants	667 €
Belgique - 11.6 Mio habitants.....	658 €
Germany- 11.6 Mio habitants.....	76 €
Italy - 59.11 Mio habitants	73
€	
UK - 67.3 Mio habitants	91
€	

USA - 331.9 Mio habitants

■ 1/3 des dépenses effectuées par les Suisses sont effectuées en France17€

Dépenses touristiques suisses dans le **monde** : CHF 16 Milliards

Dépenses touristiques suisses en **France** : CHF 6 Milliards

soit **37.5 %** des dépenses totales

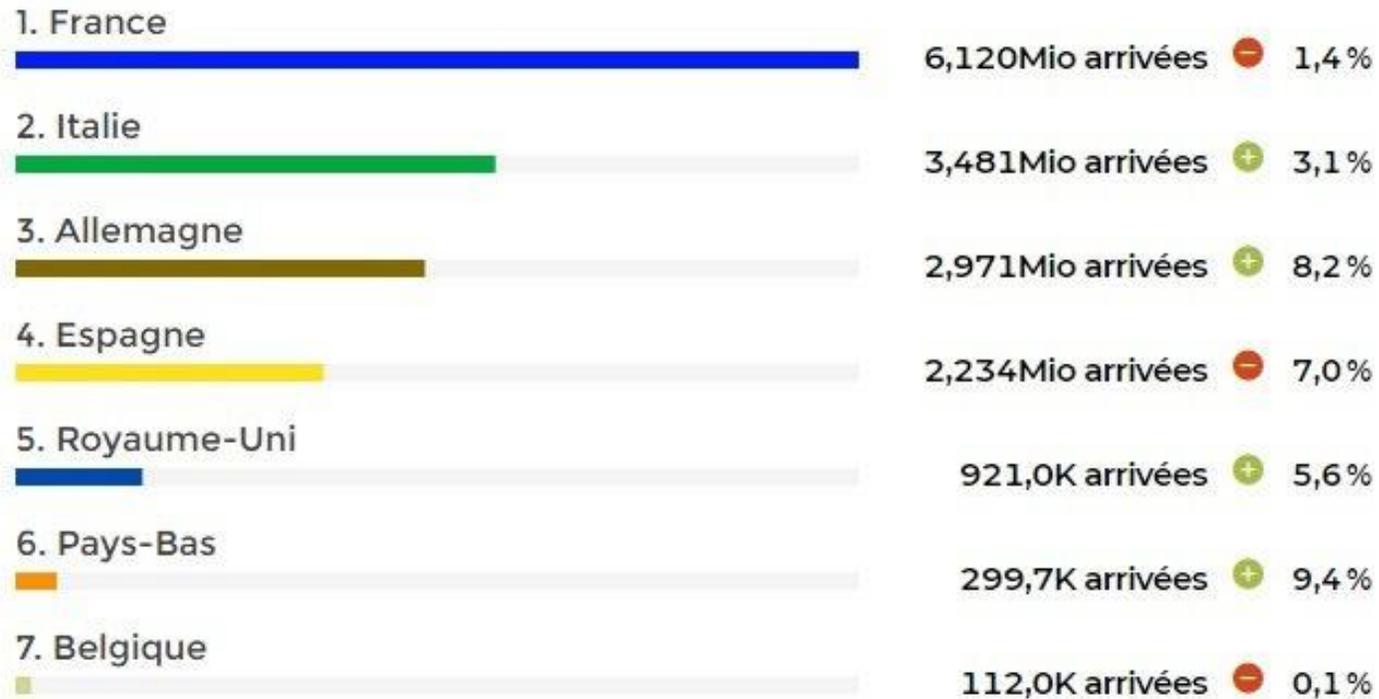
L'économie touristique suisse

Qui sont les touristes qui viennent en Suisse ?



■ 6 120 000 arrivées en Suisse depuis la France en 2023

Top 10 pays d'origine en 2023



L'économie touristique suisse



La France : première destination pour les Suisses

■ Total des dépenses à l'étranger effectuées par la clientèle suisse

1. France	6 016,0 Millions €	45,24 %	4 142,00
2. Germany	3 051,0 Millions €	66,00 %	1 838,00
3. Italy	2 170,0 Millions €	51,64 %	1 431,00
4. Spain	1 581,0 Millions €	85,35 %	853,00
5. Austria	1 254,0 Millions €	129,25 %	547,00

Tendances 2024

La clientèle suisse



- Courts séjours
- Activités de pleine nature •
- Enologie, gastronomie.
- Destinations de proximité, privilégiées : France, Autriche, Allemagne et Italie



Intérêt pour le développement et le tourisme durable



Voyages effectués majoritairement en voiture



Locations de maisons de vacances en hausse, mais les Suisses privilégient encore l'hôtel



Réservations de dernière minute, réservations pour l'été ont débuté assez tôt auprès des TO



Fort potentiel pour les couples : 45% d'entre eux prévoient des séjours exclusifs avec leur partenaire ces prochains mois



Attention particulière portée aux conditions de vente/annulation et plus de recherches d'information



Respect strict des consignes et recommandations officielles

3

Actions clefs



Nos priorités opérationnelles 2024



- **Ambition 2030** : France première destination touristique durable



- **Thèmes** : Tourisme actif (Cyclotourisme)
Circuit culturel



- **Saisonnalité** : Développer les opportunités d'avant et après saison



- **En Suisse** : Développer la notoriété des destinations françaises en Suisse alémanique et la conforter en Suisse francophone

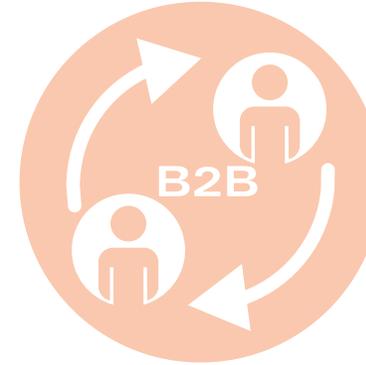
■ Trois cibles



Convaincre
le grand public



Mobiliser
les médias et les
prescripteurs



Fidéliser
les professionnels



le grand public





Campagne
Paneuropéenne
EXPLORE FRANCE

mars-décembre 2024

Campagnes
régionales

Côte d'Azur, Corse,
Auvergne-Rhône
Alpes...

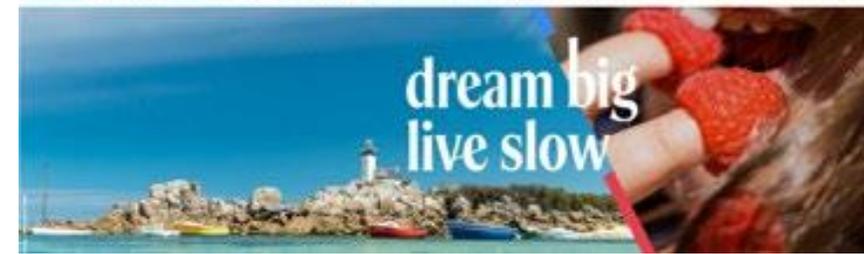
Actions
d'opportunité

Retrouvez l'ensemble de nos actions sur atout-france.fr

Campagne Explore France



Das Baskenland
IM SLOW-MODUS



Explore France™
BIARRITZ
PAYS BASQUE
by Instinct



Campagnes Destinations



Un exemple : la Corse



6 500 000 Impressions
70 % DE
20 % FR



177 écrans dans 8 villes
70 % DE
30 % FR



358 000 lecteurs touchés dans 4
titres
100 % FR



Actions d'opportunités et d'influence

Un événement d'influence :
Le Zürich Film Festival 2023

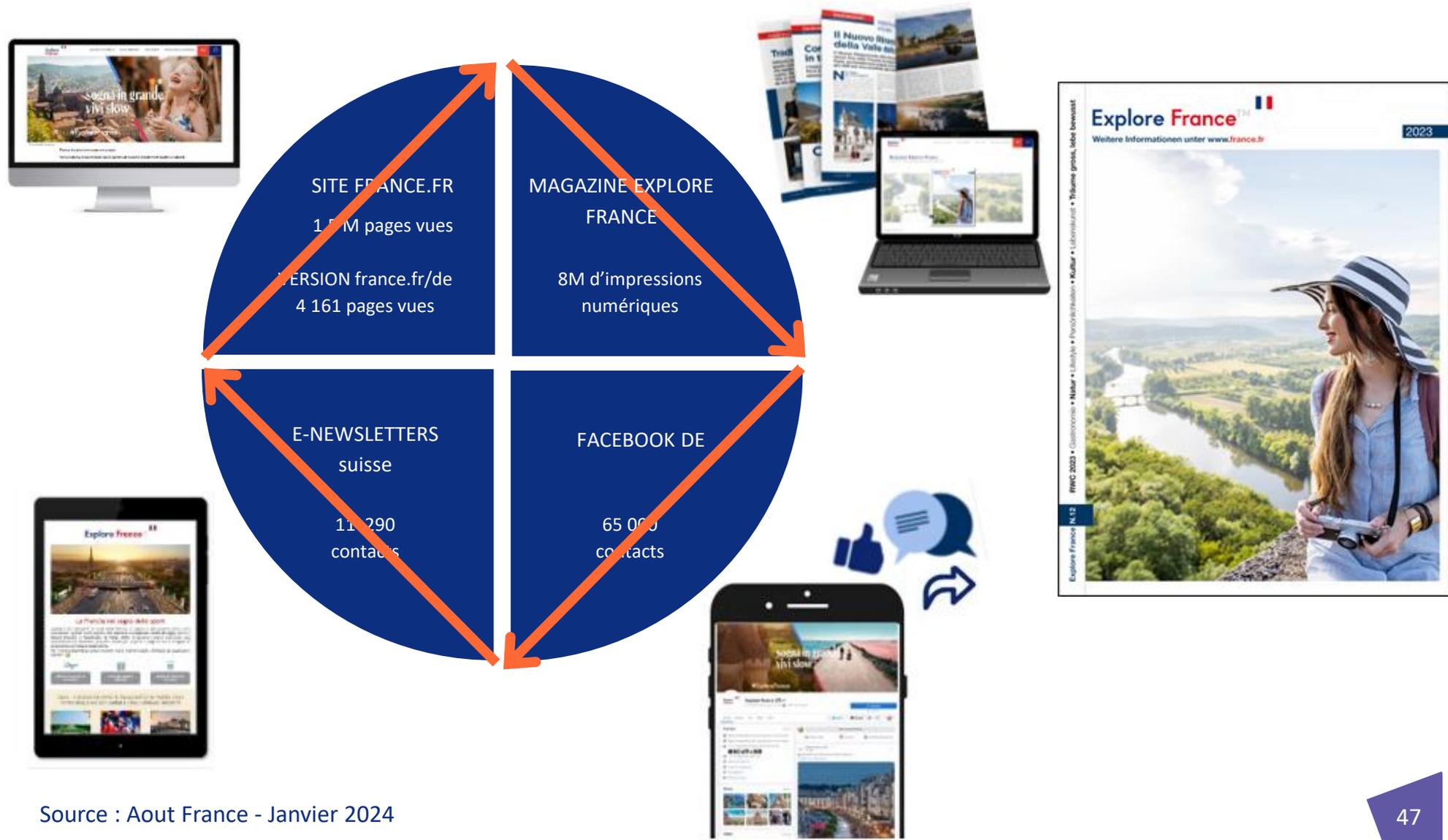


Un événement durable lors de la Tournée
médiatique de septembre 2023



Actions multipartenaires

Ecosystème France.fr et Magazine Explore France





Actions multipartenaires

Facebook

Page DE (pays germanophones)

63 898 FANS

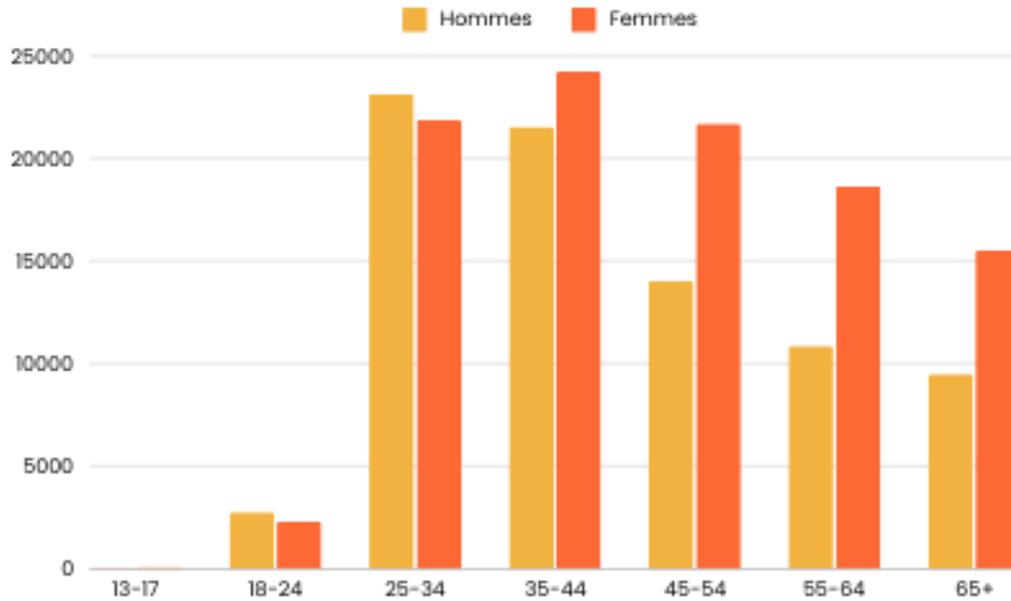
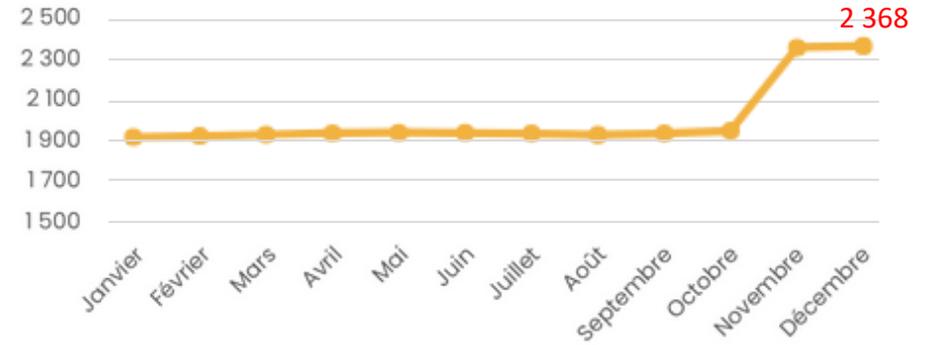
3.7 % SUISSES

Page FR

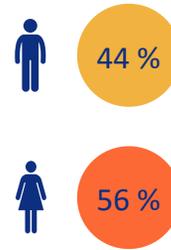
124 109 FANS

2.6 % SUISSES

Evolution du nombre de fans suisses sur le compte Facebook DE en 2023

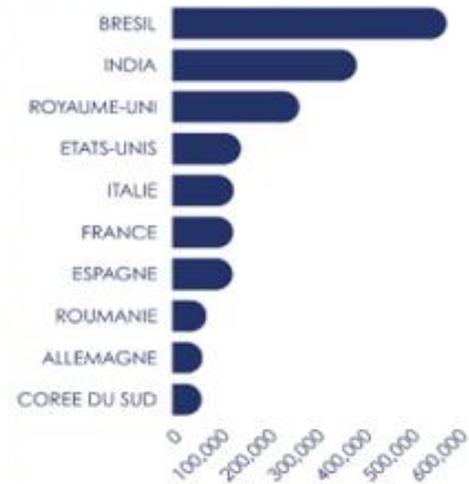


RÉPARTITION DES ÂGES DES FANSEN FONCTION DE LEUR SEXE
- PAGES DE ET FR CONFONDUES



TOP 10 EXPLORE FRANCE (MARCHÉ) DES PAGES FACEBOOK

Par nombre de fans en 2023



Actions 2023



14 campagnes
Explore France



ROAS

304 %

Revenu
27 M €

Budget dépensé à date
9 M €

TOUS VOILETS CONFONDUS, LA CAMPAGNE EXPLORE FRANCE A RÉALISÉ...

- 1 820 358 € de chiffre d'affaire
- plus de 60 M d'impressions
- 55 000 clics sur les liens
- 135 000 clics au total

12 campagnes Destination



■ Un dispositif digital puissant

■ Campagne E-Newsletter :

- Mutualisées zone ASA
- Marché Suisse DE/FR
- Exclusivité (un seul partenaire) ou contenu thématiqué (plusieurs partenaires)

■ Magazine Explore France :

- Diffusion digitale 100 000 impressions

■ Relais via Réseaux Sociaux

- Facebook : 64 000 abonnés



Grand public

12 000

contacts qualifiés

+ 10 % sur 2023

Taux ouverture

20,54%

Taux de clic

3,31%



les medias et les prescripteurs

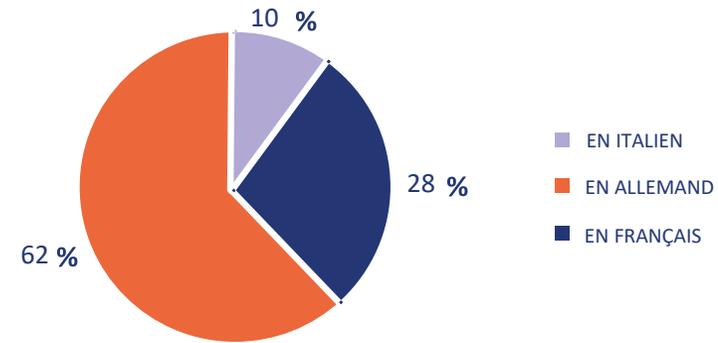




Le paysage médiatique suisse

■ La presse en Suisse :

- 102 quotidiens
- 18 radios du service public
- 10 chaînes de télévision publiques (3 en français)
- 106 magazines hebdomadaires



Répartition des quotidiens suisses

■ Consommation médiatique :

- regardent en moyenne la télévision 2h56 par jour
- écoutent 1h26 la radio par jour
- lisent les journaux 1h38 par jour
- sont sur les réseaux sociaux 1h43 par jour
- sont presque 6 heures par jour sur internet
- lisent régulièrement un média papier

■ Vers une transition digitale :

- 8,62 millions de Suisses utilisent internet (98,4% de la population)
- 87,4% des utilisateurs d'Internet s'y connectent via leur téléphone
- 7,29 millions de Suisses sont actifs sur les réseaux sociaux

Des marques éditeurs encore puissantes en Suisse qui guident les investissements promotionnels.



Actions clefs

Media, influenceurs et prescripteurs

CONFÉRENCE DE PRESSE Cité de la Francophonie janvier 2024	TOURNÉE MÉDIATIQUE février 2024	SALON Rendez-vous en France mars 2024	ÉVÉNEMENT Mice Loop juin 2024	ÉVÉNEMENT Festival du Film de Zurich octobre 2024	France Excellence octobre 2024
---	------------------------------------	--	----------------------------------	--	-----------------------------------

Retrouvez l'ensemble de nos actions sur atout-france.fr



Actions clefs

Evénements média



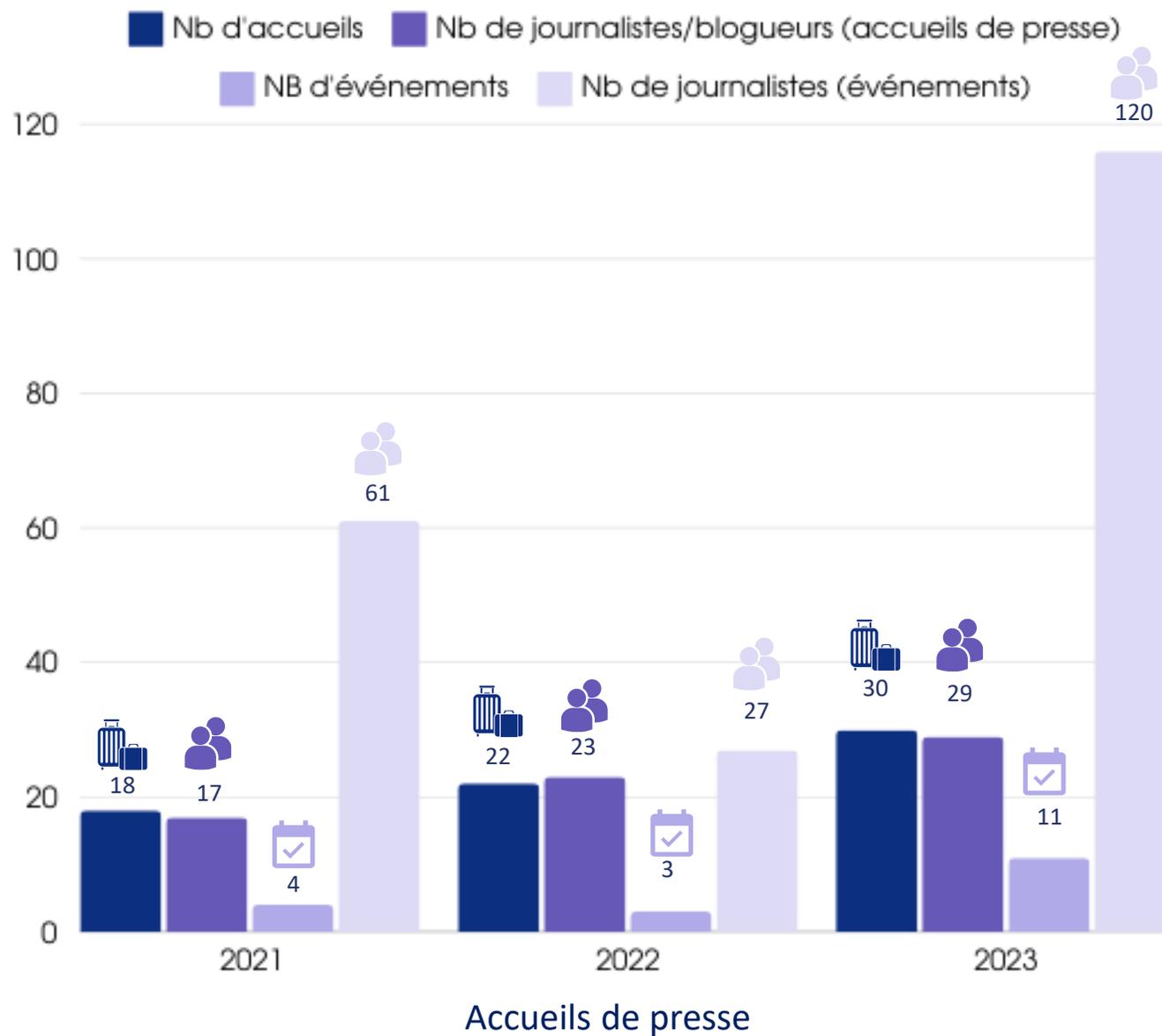
Déjeuner de presse à la Cité Internationale de la Langue Française



Déjeuner de presse "La France en Provence"



Actions 2023





Des actions presse soutenues par un dispositif digital puissant

Communiqués de presse :

- Mutualisés zone ASA
- Marché suisse ALL/FR
- Exclusivité (un seul partenaire) ou contenu thématique (plusieurs partenaires)

Relais via réseaux sociaux

- Facebook : 64 000 abonnés •
LinkedIn

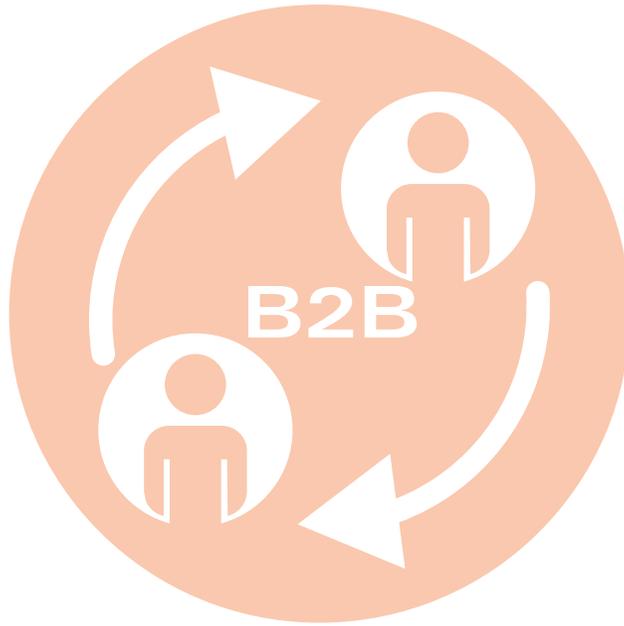
Accueil de Presse

- Plan média

Relations Presse

- Contacts presse développés pour renouveler relations média





les professionnels





Les professionnels suisses du tourisme

■ Tour-opérateurs :

- DER Touristik Suisse avec les marques : Kuoni, Helvetic Tours, MICExperts, Cotravel, Frantour et Railtour entre autres
- Hotelplan Suisse avec les marques : Migros Ferien, Travelhouse, Tourisme Pour Tous, Hotelplan, Interhome, Finass
- Autres TO : TUI Suisse, Groupe Knecht Voyages, Globetrotter Group SA, ITS Coop Travel dominant le marché suisse, qui compte aussi des tour-opérateurs indépendants spécialisés dans certains créneaux (produits et/ou régions).
- 2 TO spécialisés sur la France et principalement Paris : Frantour et Hotelplan

■ Autocaristes et agences de voyage :

- 270 autocaristes (toutes destinations confondues)
- 1 400 tour-opérateurs et retailers
- 150 voyageurs, agences et autocaristes proposent la France dans leurs programmes

■ Presse spécialisée

- Travel Inside
- Travel News



Le contexte structurel

Les tendances

- Tendance Marché
 - Taux d'intermédiation > 10% pour la destination France
 - La densité des agences de voyages varie d'un canton à l'autre. Avec Canton de Zürich siège de nombreuses représentations : DER Touristik Suisse, Hotelplan, TUI
 - Les autocaristes sont situés en dehors des grandes villes - dans les régions rurales

- Tendance Consommation
 - Attrait des offres "petits budgets" : Frantour propose une sélection d'offres et de suggestions
 - Voyages à thème plébiscités pour visiter et voir le plus possible en temps restreint

- Tendance Pro
 - La destination France reste importante auprès des agences spécialisées et des autocaristes
 - Programmation stable : la France reste une valeur sûre et appréciée.
 - Distinction entre la Suisse Alémanique et la Suisse Romande : connaissance de la destination et type de séjours différents
 - La tendance est d'éviter les lieux de masse.



Actions clefs

Pour les professionnels

SALON Destination Montagnes	WORKSHOP France en Suisse	SALON Rendez- vous en France	ÉVÉNEMENT Mice Loop	ÉVÉNEMENT Festival du Film de Zurich	France Excellence
janvier 2024	février 2024	mars 2024	juin 2024	octobre 2024	octobre 2024

Retrouvez l'ensemble de nos actions sur atout-france.fr



Actions clefs

Workshop, Eductours et opérations dédiées



Workshops Atout France



Une opération dédiée : Lyoncomotive



Septembre musical à Montreux



Eductour en Isère



■ Actions clefs

Autour de grands évènements



Des actions soutenues par un dispositif digital puissant



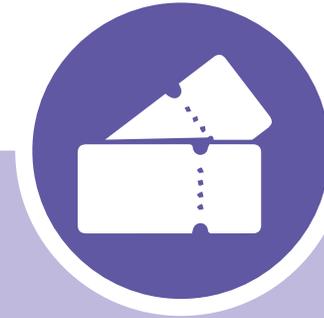
■ Campagne E-Newsletter :

- Mutualisée zone ASA
- Marché Suisse DE/FR
- Exclusivité (un seul partenaire) ou contenu thématisé (plusieurs partenaires)

■ Relais via Réseaux Sociaux

- LinkedIn

■ Insertion dans presse spécialisée



Promotion commerciale
ET MICE

1 020

contacts qualifiés

+ 58 % sur 2023

Taux ouverture

23 %

Taux de clic

2,55 %

4

Informier nos partenaires



Coopération avec les services français



**AMBASSADE
DE FRANCE
EN SUISSE ET
AU LIECHTENSTEIN**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**CONSULAT
GÉNÉRAL
DE FRANCE
À GENÈVE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

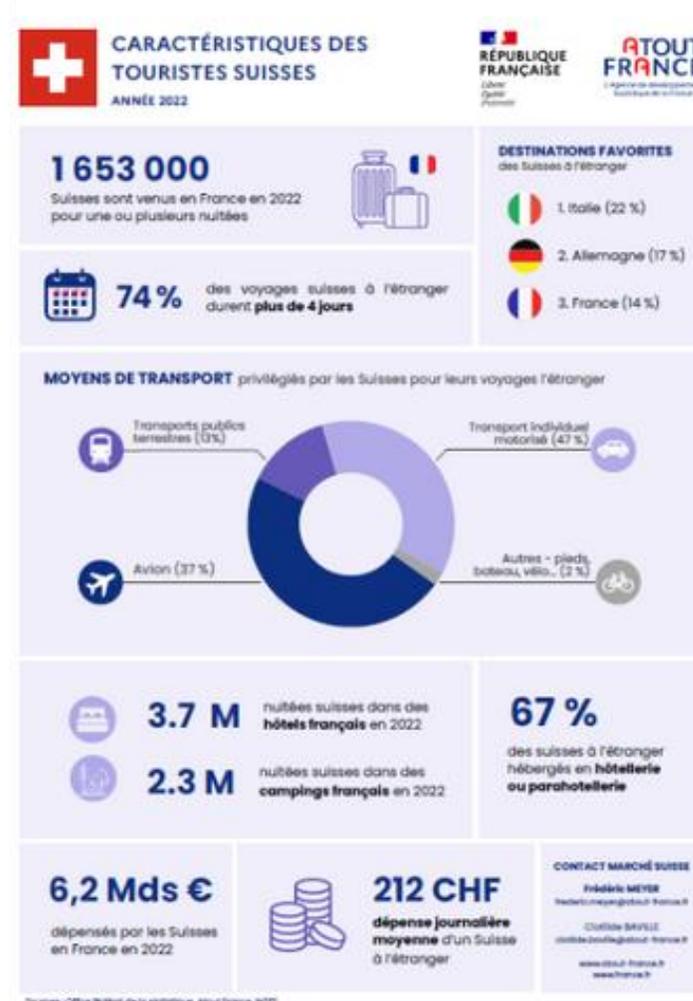
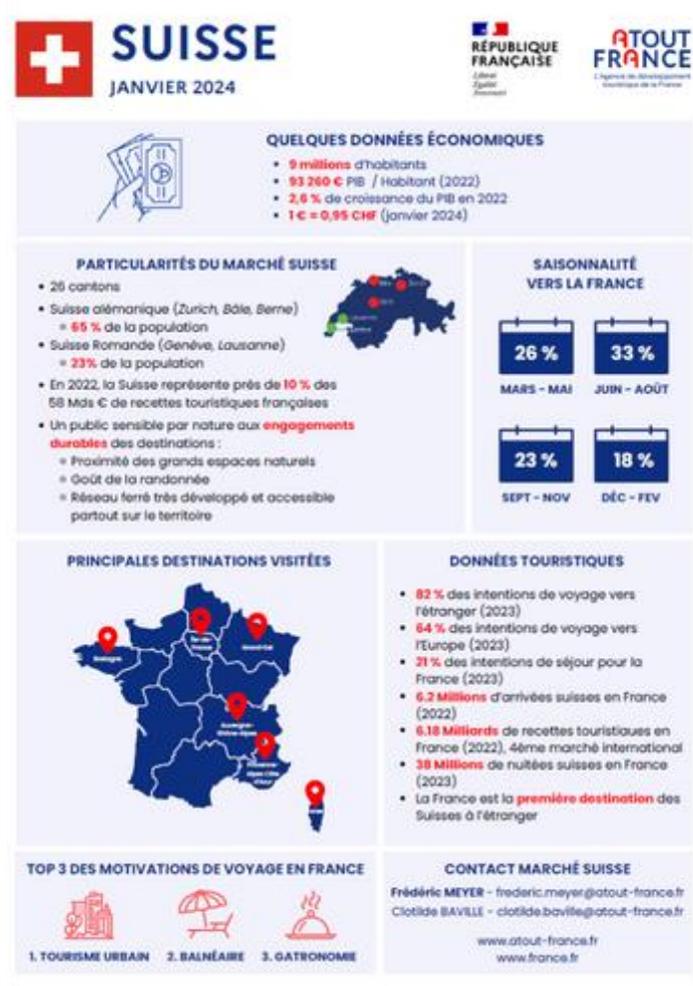


**CONSULAT
GÉNÉRAL
DE FRANCE
À ZURICH**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Infographies - 2024



Anticiper, Observer : Une veille permanente

- Une veille régulière nous permet d'alimenter de nombreux documents pour vous renseigner sur le marché suisse :
 - Des notes de situation et notes sectorielles
 - Une carte interactive
 - Un suivi de la distribution
 - Une veille média



Retrouvez tous nos documents sur www.atout-france.fr

5

Un dispositif au service des adhérents



Une équipe dédiée au marché Suisse

Neumarkt 6, CH-8001 Zürich



Frédéric Meyer
Directeur Suisse-Italie
Coordinateur Europe du Sud

frederic.meyer@atout-france.fr



Clotilde Bavielle
Adjointe au directeur
En charge du marketing
et de la veille clotilde.bavielle@atout-france.fr



Cécile Kaba
Responsable presse
RP

cecile.kaba@atout-france.fr



Emmanuelle Meyer
Promotion B2B
Event manager

emmanuelle.meyer@atout-france.fr



Anne Flambard
Comptabilité RH
Autriche et Suisse

anne.flambard@atout-france.fr



Friederike Wolff
Assistante communication
e-marketing

friederike.wolff@atout-france.fr



Charlotte Lemaitre Assistante
communication et promotion

presse@atout-france.fr

SUIVEZ-NOUS



[Atout France Suisse](#)



[Explore France FR](#) · [Explore France DE](#)



[@explorefrance](#)



[@Explore_FR](#)

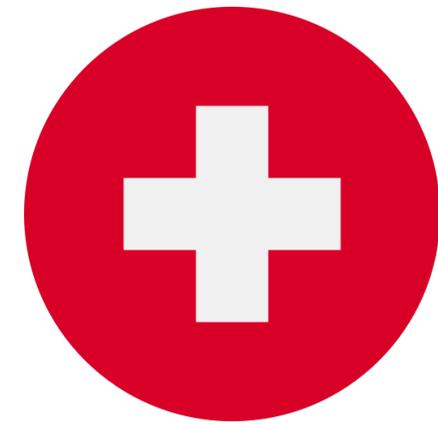


[@explorefrance](#)

#ActivateurDeTourismes

**ATOUT
FRANCE**
www.atout-france.fr





QUESTIONS

A NOTER

Mise en ligne du support et replay sur notre site internet

Mise en ligne des données sur les clientèles européennes

<https://provence-alpes-cotedazur.com/espace-pro/professionnel-de-la-region/les-rdv-du-crt/>

Prochain RDV du CRT 11/12/13 juin : **Réussir sa transition pour prendre en compte et anticiper la réglementation en cours et à venir**

MERCI DE VOTRE ATTENTION