

Baromètre Tourisme Inbound Destination France

Automne 2022

15 septembre 2022

Votre Partenaire dans l'Analyse et l'Anticipation de la Demande Touristique



MABRIAN

L'ECHO
touristique
INNOVER / DÉCRYPTER / CONNECTER



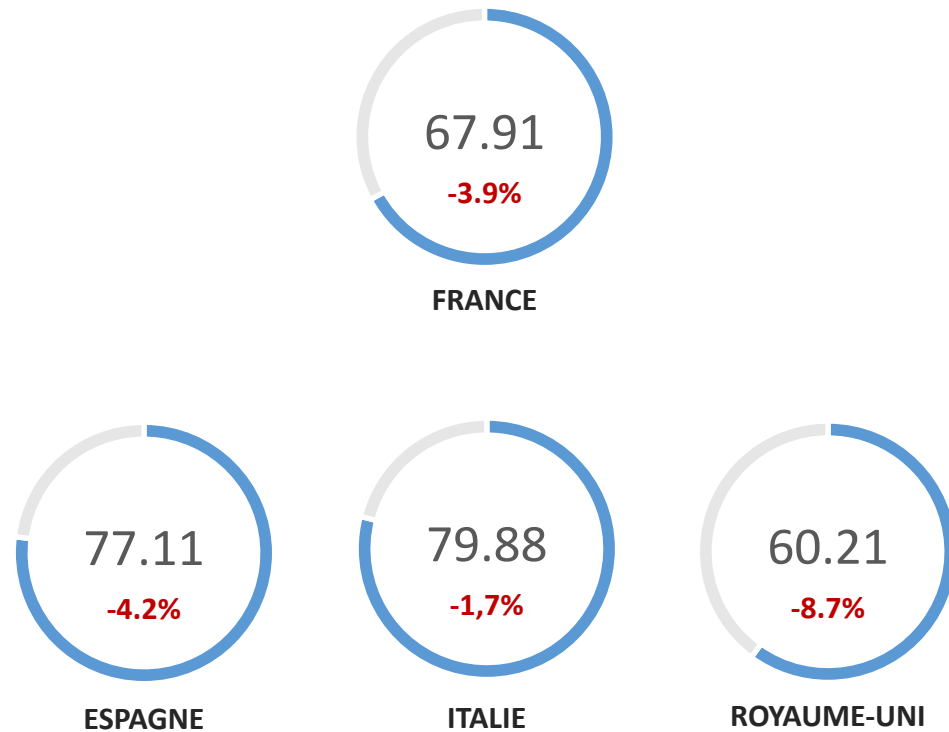
Index

- **Destination France été 2022 : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux (RS)**
 - Commentaires : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux
- **Destination régions françaises été 2022 : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux (RS)**
 - Île-de-France, Grand Est
 - Bretagne, Provence-Alpes-Côte d'Azur
- **Destination France été 2022 : prix moyen vol aller selon pays d'origine**
- **Attractivité de la destination France automne 2022**
 - Commentaires : l'attractivité de la destination France
- **Prévisions des tarifs hôteliers automne 2022 vs 2019 & 2021**
 - Commentaires : prévisions des tarifs hôteliers en France et chez ses voisins
- **Sources et Définitions**

Destination France été 2022 : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux (RS)

Période du 01 juin au 31 août 2022 vs 2019 / Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

Indice de satisfaction de la clientèle internationale



France - produits touristiques

Top 5	Part des mentions sur RS %	Évolution vs 2019 %	Top 3 Nationalités contributrices sur RS
Art & Culture	29.4%	-9.8%	- Américains - Britanniques - Italiens
Activités en Famille	18.9%	+1.7%	- Britanniques - Belges - Italiens
Actifs - Sports	17.1%	+4.5%	- Américains - Britanniques - Belges
Plages, Farniente	14.9%	+2.9%	- Américains - Britanniques - Italiens
Nature	8.1%	-0.7%	- Belges - Britanniques - Américains

Top 5 des attraits sur les réseaux sociaux (touristes internationaux) : Tour Eiffel, musée du Louvre, Disneyland, Mont Saint-Michel, Château de Versailles

Commentaires : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux

À travers l'analyse des réseaux sociaux et des principaux sites d'avis, MABRIAN est en mesure de catégoriser les mentions émises par les voyageurs. Par ailleurs, l'utilisation d'une technologie de Traitement du Langage Naturel, permet d'extraire les appréciations et sentiments de chacune des mentions. Il est dès lors possible de mesurer la satisfaction de la clientèle étrangère vis-à-vis d'une destination ou produit.

■ Baisse de la satisfaction des clients propre à la saison

Comme pour l'ensemble de ses concurrents immédiats, la satisfaction des voyageurs internationaux en France a diminué pendant cet été. Les tarifs étant plus élevés lors de la saison estivale, les touristes peuvent jugés plus sévèrement les différents aspects d'une destination et cette tendance se reproduit chaque année. Néanmoins, notons que par rapport à 2019, cette diminution est moins prononcée en France qu'en Espagne ou au Royaume-Uni.

Quels sont les facteurs qui alimentent la baisse de satisfaction ?

- Le niveau de satisfaction à l'égard du produit "France" (activités, attraits, monuments, etc.) subit une chute de 10%.
- L'indice de satisfaction hôtelière diminue de 0.5% et se situe à 56 points. Un niveau bien inférieur à l'Italie (70 points) et l'Espagne (67 points). Rappelons que l'offre hôtelière française est en moyenne plus onéreuse, d'où peut-être une exigence plus prononcée des clients.
- Les différentes vagues de chaleur qui se sont abattues sur la France ont également quelque peu altéré l'indicateur de satisfaction à l'égard du climat. Celui-ci s'établit à 79 points, soit une diminution de 2.7% par rapport à l'été 2019.

■ L'absence notoire de la clientèle asiatique

Bien que la clientèle américaine a effectué un retour en force cet été, l'absence de voyageurs asiatiques marque encore le bilan des préférences des voyageurs étrangers. En effet, une baisse des mentions relatives à l'art et la culture sur les réseaux sociaux s'apprécie vs 2019 (-9.8%). Celle-ci est essentiellement due au fait que les touristes asiatiques, encore absents cette année, sont majoritairement attirés par cet aspect de la destination France.

Enfin, notons une bonne présence dans l'Hexagone des marchés d'origine traditionnels comme le Royaume-Uni, la Belgique, l'Italie mais aussi, l'Allemagne et l'Espagne.

Destination régions françaises été 2022 : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux (RS)

Période du 01 juin au 31 août 2022 vs 2019 / Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

Île-de-France - Produits touristiques

Top 5	Part des mentions sur RS %	Évolution vs 2019 %	Top 3 Nationalités contributrices sur RS
Art & Culture	48.6%	-12.9%	- Américains - Britanniques - Italiens
Activités en Famille	16.6%	+0.4%	- Britanniques - Américains - Italiens
Actifs - Sports	9.6%	+6.6%	- Américains - Britanniques - Canadiens
Gastronomie	8.6%	+4.5%	- Américains - Britanniques - Canadiens
Vie Nocturne	3.3%	-0.2%	- Britanniques - Américains - Italiens

Top 5 des attraits sur les réseaux sociaux (touristes internationaux) : Tour Eiffel, Disneyland, musée du Louvre, Château de Versailles, musée d'Orsay

Grand Est - Produits touristiques

Top 5	Part des mentions sur RS %	Évolution vs 2019 %	Top 3 Nationalités contributrices sur RS
Art & Culture	39.3%	-14.1%	- Belges - Américains - Allemands
Activités en Famille	21.2%	+6.6%	- Belges - Allemands - Suisses
Gastronomie	13.6%	+3.2%	- Américains - Britanniques - Belges
Actifs - Sports	6.2%	+0.6%	- Américains - Belges - Britanniques
Nature	5.5%	+0.2%	- Belges - Royaume-Uni - Suisses

Top 5 des attraits sur les réseaux sociaux (touristes internationaux) : Cathédrale de Strasbourg, La Petite France, Cathédrale de Reims, Eguisheim, Château du Haut Koenigsbourg

Destination régions françaises été 2022 : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux (RS)

Période du 01 juin au 31 août 2022 vs 2019 / Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

Bretagne - Produits touristiques

Top 5	Part des mentions sur RS %	Évolution vs 2019 %	Top 3 Nationalités contributrices sur RS
Art & Culture	32.0%	-12.5%	• Britanniques • Allemands • Belges
Activités Familiales	24.8%	+7.5%	• Britanniques • Suisses • Belges
Plage, Lacs, Rivières, Farniente	16.2%	+3.1%	• Britanniques • Allemands • Belges
Actifs - Sports	10.6%	+0.3%	• Italiens • Belges • Allemands
Nature	6.1%	-0.5%	• Britanniques • Allemands • Belges

Top 5 des attraits sur les réseaux sociaux (touristes internationaux) : sentier des douaniers, Cap Fréhel, Pointe du Raz, les Remparts de Saint-Malo, Île-de-Batz

Provence-Alpes-Côte d'Azur - Produits touristiques

Top 5	Part des mentions sur RS %	Évolution vs 2019 %	Top 3 Nationalités contributrices sur RS
Actifs - Sports	22.5%	+4.8%	• Américains • Belges • Britanniques
Arts & Culture	21.0%	-12.2%	• Américains • Italiens • Britanniques
Plages, Lacs, Rivières, Farniente	20.9%	+4.9%	• Belges • Américains • Italiens
Activités familiales	11.1%	0%	• Belges • Italiens • Britanniques
Nature	10.2%	+3.3%	• Belges • Italiens • Américains

Top 5 des attraits sur les réseaux sociaux (touristes internationaux) : Gorges du Verdon, Mont Ventoux, Promenade des Anglais, Les Calanques, Parc naturel régional de Camargue



Destination France été 2022 : prix moyen vol aller selon pays d'origine

Période du 01 juin au 30 août 2022 vs 2019 - Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

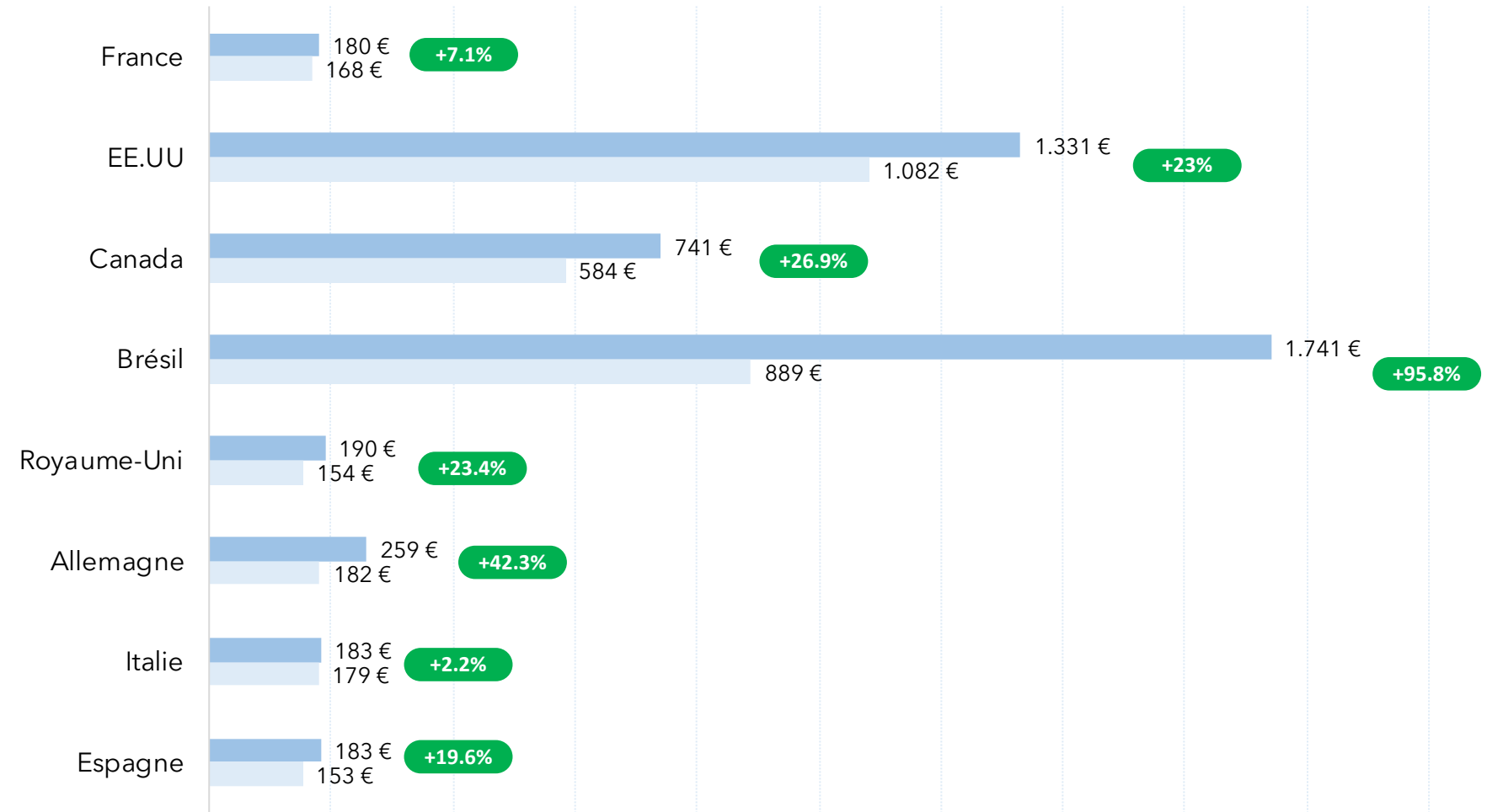
- Une envolée notable des tarifs aériens vers la destination France

Été synonyme de reprise de l'activité touristique mais aussi d'une hausse significative des tarifs aériens.

Cette augmentation s'explique en partie du fait de l'inflation, de la hausse des prix du carburant mais répond également au principe de l'offre et de la demande.

En effet, un fort rebond de la demande accompagné d'une réduction de la capacité en termes de sièges par rapport à 2019 se sont traduits en une hausse inévitable des prix des billets d'avion.

■ 2022 ■ 2019



Aéroports destination France concernés : AJA, BES, BIA, BIO, BOD, BSL, CDG, CFE, CLY, EBU, EGC, FSC, LDE, EBU, EGC, FSC, LDE, LIL, LYS, MRS, NCE, NTE, ORY, PUF, RNS, SXB, TLS.

Attractivité de la destination France automne 2022

Séjours compris entre le 01 octobre et le 31 décembre 2022 – Recherches du 01 juin au 31 août 2022 / Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

France - Pays d'origine

Top 10	Attractivité destination France sur le marché d'origine *	Évolution de l'attractivité vs 2019	Séjour moyen (jours)	vs 2019 (%)
Espagne	5		5.4	+1.9%
États-Unis	2.7		9	-4.3%
Italie	6.6		4.6	-3.4%
Royaume-Uni	1.1		5.4	+0.4%
Allemagne	3.4		6.1	+3.1%
Pays-Bas	3.1		5.4	-11.0%
Corée du Sud	6.4		10.2	+3.0%
Belgique	3.9		5.1	+10.3%
Inde	3.5		10.2	+20.2%
Brésil	8.3		12.8	+5.4%

* Sur 1 million de recherches de vols dans le pays d'origine, nombre concernant destination France. Mesure de l'attractivité de la destination sur un marché donné.

Évolution mensuelle des recherches de vols

Juin
2022 vs 2019

- 13.50%

Juillet
2022 vs 2019

- 38.95%

Août
2022 vs 2019

-21.54%

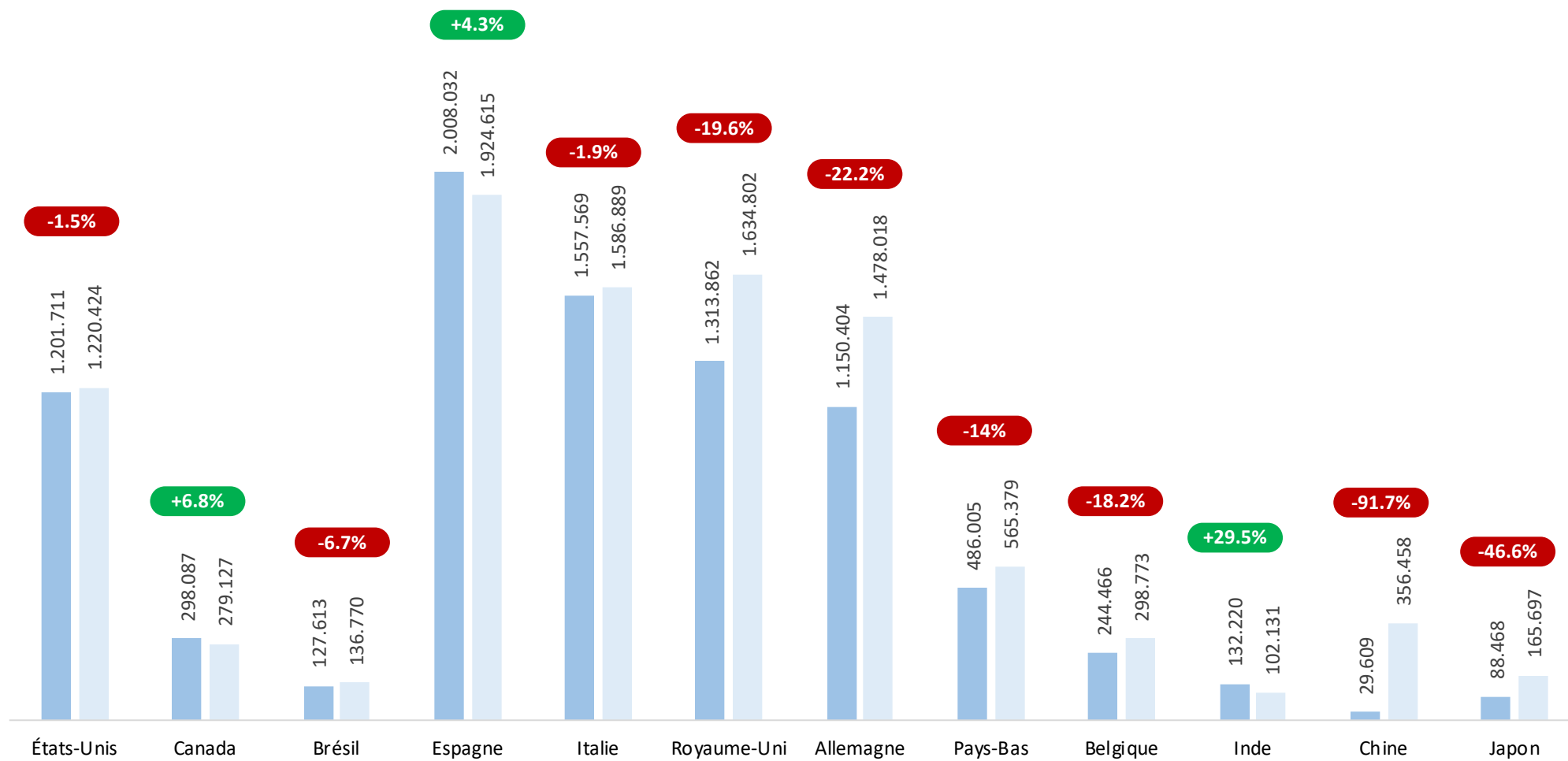


Attractivité de la destination France automne 2022

Capacité aérienne en sièges selon pays d'origine

Période du 01 octobre au 31 décembre 2022 vs 2019 (au 15 septembre 2022) - Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

■ 2022 ■ 2019



Aéroports destination France concernés : AJA, BES, BIA, BIQ, BOD, BSL, CDG, CFE, CLY, EBU, EGC, FSC, LDE, EBU, EGC, FSC, LDE, LIL, LYS, MRS, NCE, NTE, ORY, PUF, RNS, SXB, TLS.

Commentaires : l'attractivité de la destination France

Après un début de printemps qui a expérimenté une hausse des recherches de vols pour la période du 1^{er} octobre au 31 décembre 2022, les mois suivants ont amorcé une tendance plus contrastée. Le nombre de recherches de vols demeure bien au-dessus de l'exercice 2021, signe d'une indéniable récupération des flux touristiques, mais il peine à récupérer les records de l'année 2019. Concernant l'attractivité de l'Hexagone, c'est-à-dire, la part de marché de la destination France dans l'ensemble des recherches de vols au sein de chaque pays, la tendance est plutôt positive malgré un léger recul en Allemagne, au Royaume-Uni et au Brésil.

■ Prudence des voyageurs mais consolidation progressive des connexions aériennes

- Si pour l'été 2022, les voyageurs ont décidé de renouer avec leurs habitudes en prévoyant et organisant leurs vacances avec une certaine anticipation, il semblerait que pour l'automne prochain le comportement des touristes ressemble davantage au schéma constaté lors de la période Covid, c'est-à-dire une tendance à programmer des séjours moins en amont.
 - Ainsi, les recherches de vols vers l'Hexagone pour l'automne prochain sont globalement inférieures à 2019; -39% en juillet et -21 % en août. Le constat est néanmoins différent d'une région à une autre. En août, Le nombre de recherches de vols depuis les États-Unis dépasse les performances de 2019 (+25%) alors que depuis l'Allemagne et le Royaume-Uni l'écart demeure important (-56% et -28% respectivement).
 - Signalons tout de même que par rapport à l'année 2021 une récupération de l'intérêt des voyageurs est indéniable puisque pour le même exercice, les recherches de vols vers la France ont doublé en juillet et même triplés en août 2022.
- Les compagnies aériennes quant à elles élargissent leurs capacités par rapport à 2021 et la France s'approche du niveau de connectivité de 2019 (-7.5% de sièges programmés vers l'Hexagone vs 2019) et ce malgré les faibles connexions avec plusieurs pays asiatiques. Fait notoire, le nombre de sièges vers la France depuis les États-Unis est quasi identique à 2019 (-1.5%).
 - À signaler, une diminution plus importante de la voilure aérienne depuis les pays qui ont, cet été, connu d'importants problèmes au sein de leurs hubs aéroportuaires. Ainsi, la capacité aériennes en termes de sièges vers la France pour cet automne est de -20% vs 2019 depuis le Royaume-Uni, -22% depuis l'Allemagne ou encore -14% depuis les Pays-Bas.

■ La France, destination toujours attractive

- L'Hexagone maintient de bonnes performances en termes d'attractivité. Ainsi, la part de marché des recherches de vols concernant la destination France augmente en Italie, aux Pays-Bas ou encore en Inde. Concernant les marchés subissant des restrictions de déplacement, l'attractivité de l'Hexagone demeure stable en Russie (-0.2 points) et augmente même en Chine (+1.1 points).

Prévisions des tarifs hôteliers automne 2022 vs 2019 & 2021

Prix moyen d'une nuit, en chambre double, en semaine, hors petit-déjeuner, période du 01 octobre au 31 décembre 2022 vs 2019 & 2021 / Source : Mabrian Travel Technologies

Hôtels 3 *

	2022	2019	2021
France	102 €	-15%	+4.1%
Italie	97 €	-3%	+9%
Espagne	89 €	+7.2%	+8.5%
Royaume-Uni	112 €	+7.7%	+0.9%

Hôtels 4 *

	2022	2019	2021
France	160 €	-5.3%	+7.4%
Italie	133 €	-5%	+7.3%
Espagne	114 €	+0.9%	+9.6%
Royaume-Uni	147 €	-9.3%	+14%

Hôtels 5 *

	2022	2019	2021
France	379 €	+22%	+18.8%
Italie	325 €	+3.8%	+16.1%
Espagne	242 €	+17.5%	+12%
Royaume-Uni	273 €	-22.4%	+23%

Commentaires : prévisions des tarifs hôteliers en France et chez ses voisins

En comparaison avec l'exercice 2021 :

- **Des tarifs hôteliers en nette augmentation**

La France mais aussi ses proches concurrents présentent une offre tarifaire plus élevée qu'en 2021 ; signe que les hôtels misent sur une meilleure saison automnale que l'année dernière et que la reprise du tourisme d'affaires se confirme.

En comparaison avec l'exercice 2019 :

- **La France plus onéreuse que les destinations concurrentes immédiates**

Comme l'été dernier, l'offre hôtelière française demeure en moyenne plus coûteuse que celle des destinations concurrentes immédiates. Signalons notamment la hausse importante des tarifs des établissements 5*. Ceux-ci progressent de +22% par rapport à 2019.

- **Un tableau européen éclectique**

La récupération des tarifs pré-Covid s'effectue à des rythmes différents d'un pays à un autre. Les établissements hôteliers 3* et 4* français présentent en moyenne des tarifs toujours inférieurs à l'exercice 2019, alors qu'en Italie ceux-ci s'en approchent et qu'en Espagne ils les dépassent allègrement.

Concernant les établissements 5*, à l'exception du Royaume-Uni qui affiche des prix inférieurs à l'exercice 2019, toutes les destinations étudiées présentent des tarifs en hausse. C'est le cas notamment de la France et de l'Espagne (+22% et +17.5% respectivement vs 2019). Cette tendance confirme le dynamisme engagé cet été, motivé par un retour d'une partie de la clientèle étrangère.

Concernant le marché hôtelier français, précisons que l'évolution tarifaire pour l'automne 2022 est différente d'une région à une autre.

Bien que globalement, les tarifs hôteliers 3* et 4* français demeurent en deçà des performances de 2019, les situations peuvent varier d'une région à une autre. Ainsi, pour les établissements 3*, les tarifs sont à ce jour inférieurs à l'exercice 2019 en Normandie (-13%), en Île-de-France (-2.1%) mais supérieurs en Provence-Alpes-Côte d'Azur (+9.2%). Idem pour les hôtels 4*, la progression des tarifs est importante en Bretagne (+5.9%) alors que la Corse affiche des tarifs moins élevés qu'en 2019 (-11.7%)

Attractivité d'une Destination. Celle-ci peut être mesurée à travers la part de marché des recherches concernant la destination, dans un pays donné.

En l'espèce, nous déterminons le nombre de recherches de vols concernant une destination sur un total de 1 million de recherches de vols dans le pays d'origine.

Dans un contexte de diminution globale de la demande et des recherches, cet indicateur propose une vision plus affinée de l'état d'une destination. En effet, au-delà de constater que le nombre de recherches de vols a pu diminuer, il faut avant tout connaître le positionnement d'une destination au sein d'un marché d'origine. Cela permet de savoir si l'intérêt des voyageurs envers une destination est toujours présent, malgré des restrictions de voyages, etc.

L'Indicateur Satisfaction Clientèle. Il mesure le niveau global de satisfaction des visiteurs à l'égard d'une destination. Plus d'informations : [ici](#) et [ici](#)

L'indicateur est le résultat d'un croisement de 4 indices:

Indice Produit Touristique. Mesure le niveau de satisfaction à l'égard de la destination à travers un ensemble de catégories : Culture, Gastronomie, Bien-être, etc. Cet indicateur est obtenu après analyse de la distribution des commentaires et mentions (positifs, neutres, négatifs) relatifs à chacune des catégories existantes.

Indice Perception Sécurité. Mesure le niveau de sécurité de la destination perçu par les voyageurs. Il se base sur l'analyse des mentions et opinions sur les Réseaux Sociaux et sites internet à travers le Traitement du Langage Naturel. Plus d'informations : [ici](#)

Indice Perception Climat. Mesure le niveau de satisfaction des visiteurs concernant la météo à destination. Le volume de mentions ou commentaires négatifs est mesuré. Un nombre important de propos négatifs pèsera sur le niveau de satisfaction et inversement, si ceux-ci sont moindres, le niveau de satisfaction sera plus élevé. Cet indicateur permet notamment de mieux comprendre la relation entre les attentes des visiteurs et la réalité climatique de la destination.

Indice Satisfaction Parc Hôtelier. Mesure le niveau de satisfaction des visiteurs à l'égard des établissements 3, 4 et 5* d'une destination. Il se base sur l'analyse des commentaires émis sur TripAdvisor, Expedia et Booking.

L'indicateur de Satisfaction ainsi que les Indices le composant sont transcrits sur une échelle de 0 à 100 points. Ci-dessous, l'échelle est expliquée.

- **De 0 à 24 points :** Niveau très bas de satisfaction. Le sujet reflété à travers l'indice doit être traité en priorité.
- **De 25 à 49 points :** Niveau de satisfaction relativement bas. Le potentiel d'amélioration est important.
- **De 50 à 74 points :** Niveau de satisfaction élevé voire très élevé. Potentiel d'amélioration modéré.
- **De 75 à 100 points :** Niveau de satisfaction excellent. Peuvent demeurer quelques points d'amélioration mais globalement, le maintien et la consolidation des points acquis sont suffisants.

Sources

- **Recherches de vols :** GDS
- **Tarifs Hôtels :** TripAdvisor
- **Réseaux Sociaux :** Twitter, Instagram, TripAdvisor
- **Avis Hôtels :** Expedia.com, Booking. Com, TripAdvisor

Parlons-en !

Christophe Ramaciotti

christopheramaciotti@mabrian.com

info@mabrian.com

www.mabrian.com

