



ALLEMAGNE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



6,9 millions
de nuitées totales
(marchandes et non-marchandes)
en 2022



2,2 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes

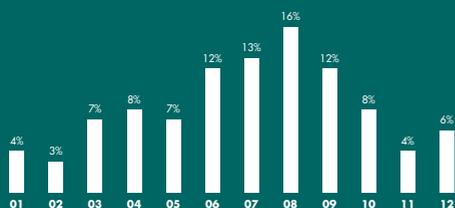


507 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
Stable / 2019



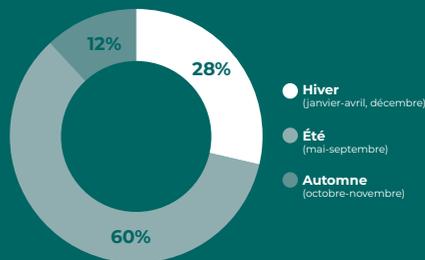
738 000
nuitées dans les
campings
+30% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



5,5%
Taux de chômage



6,9%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

66% des Allemands ont un intérêt pour la plage et la baignade. Leur attrait pour la nature et les vacances actives entraîne une pratique importante de la rando (49%) et du vélo (35%).

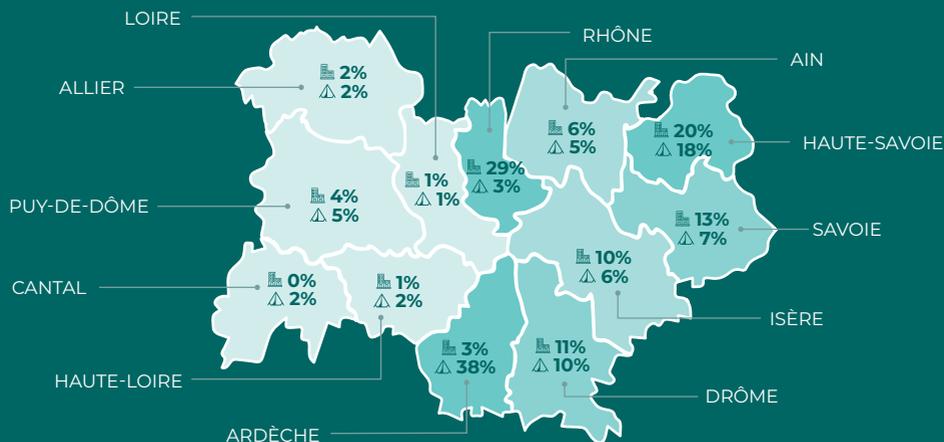
32% aiment les activités liées à l'œnotourisme. On note également une reprise des séjours urbains et culturels.



 **Hôtels**

 **Campings**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★★	Nuitées 2022
	10%	23%	43%	25%	507 000
	9%	14%	38%	39%	738 000

Comportement sur le marché France

6^e destination

des Allemands de l'étranger.

5,57 milliards €

de recettes touristiques en France.

La reprise de l'aérien en 2022 est considérable : **+ 127%**

Typologie de clientèle

Familles, millénials, couples.

Mode de transport pour les longs séjours

46% en voiture, 42% en avion, 6% en train, 4% en bus.

À noter : les vacances scolaires d'été débutent très tôt dans certains Länder, dès fin juin

Principaux bassins émetteurs

- Bade Wurtemberg
- Rhénanie du Nord Westphalie
- Hesse



BELGIQUE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



6,3 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



2,8 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes

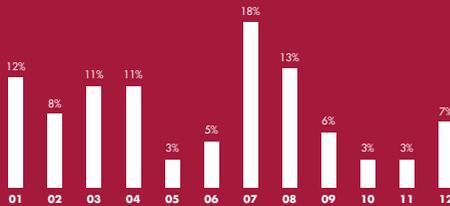


653 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
+11% / 2019



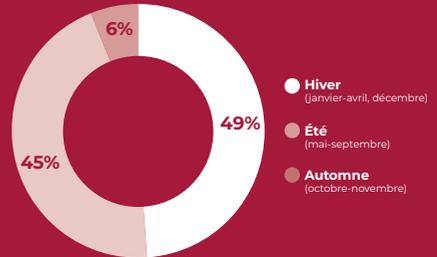
588 000
nuitées dans les
campings
-1% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



5,7%
Taux de chômage



4,2%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

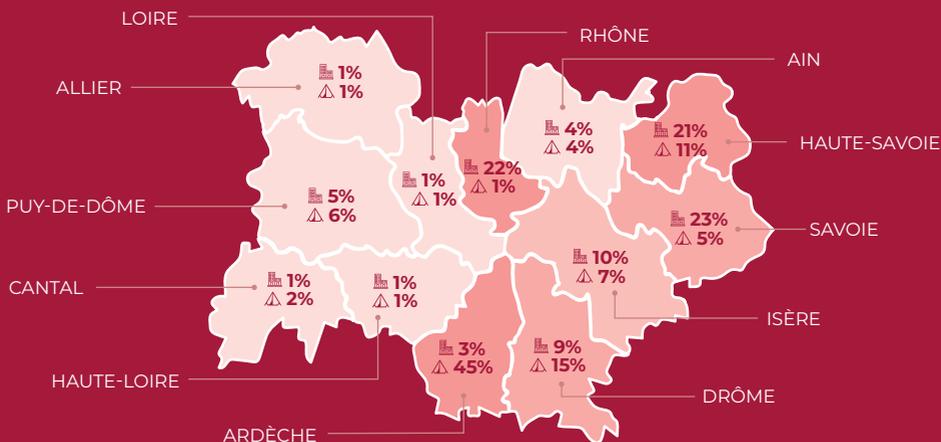
Ils pratiquent par ordre décroissant d'importance :

- La visite de villes
- La gastronomie
- La visite de sites culturels ou naturels
- Les activités campagne, montagne et lacs
- La randonnée

 **Hôtels**

 **Campings**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★★	Nuitées 2022
	9%	19%	45%	27%	653 000
	5%	8%	33%	54%	588 000

Comportement sur le marché France

1^o destination

des Belges à l'étranger

7,3 milliards €

de recettes touristiques en France

Profil des voyageurs

1,8 million de Wallons,
1,4 million de Flamands
(+12% / 2019),
372 000 Bruxellois

Hébergements privilégiés

- La location pour 51% d'entre eux (11% appartements, 33% maisons / chalets, 7% Villas),
- l'hôtellerie (28%),
- le camping (9%)
- et autres (12%)



ESPAGNE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



4,2 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



2,0 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes

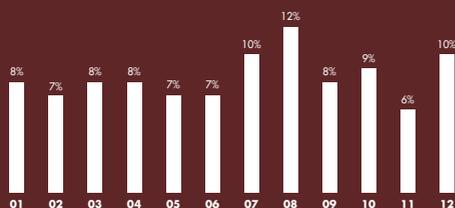


236 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
Stable / 2019



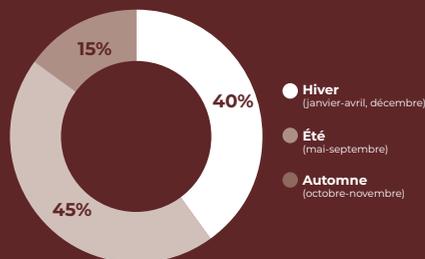
63 000
nuitées dans les
campings
-19% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



12,7%
Taux de chômage



3,2%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

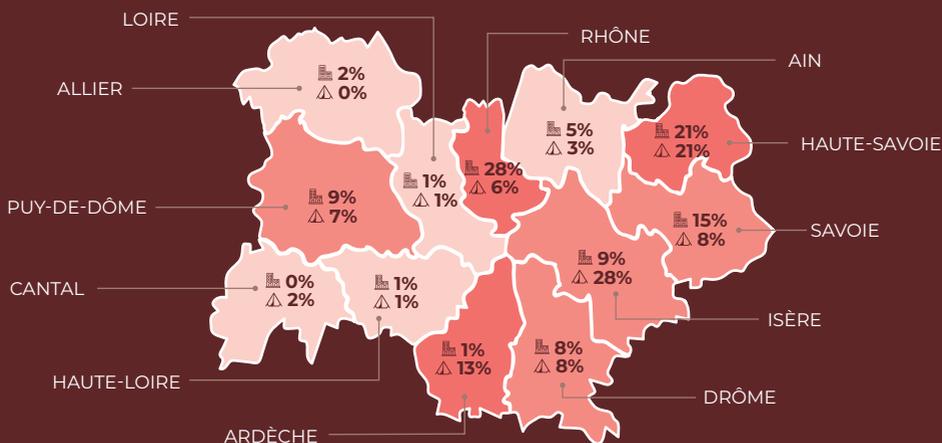
Ils pratiquent par ordre décroissant d'importance :

- La visite de villes
- Les visites culturelles / patrimoine : châteaux et musées
- La gastronomie
- Les coutumes et traditions locales
- Le shopping
- Les parcs thématiques
- La nature : campagne et randonnée
- Tourisme de nuit (fêtes)

 **Hôtels**

 **Campings**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★★	Nuitées 2022
	11%	25%	42%	22%	236 000
	10%	13%	52%	25%	63 000

Comportement sur le marché France

4,4 milliards €
de recettes touristiques
en France

Cibles
En couple

Typologie de clientèle
80% de loisirs
20% d'affaires

Tendances

- Développement de l'offre ferroviaire avec OUIGO et la RENFE.
- 33% des voyageurs espagnols privilégient le train pour se rendre en France



GRANDE-BRETAGNE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



11,0 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



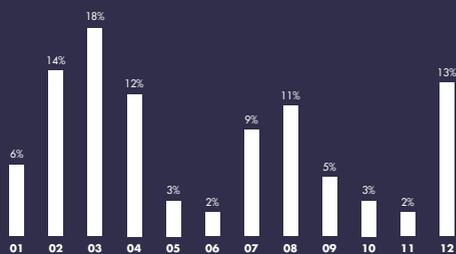
3,1 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



935 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
-19% / 2019

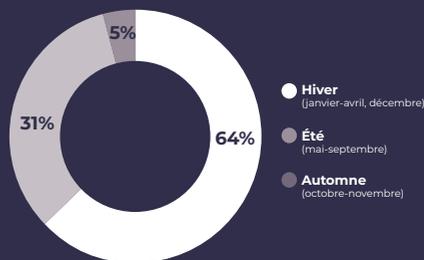
1^{ère} clientèle hivernale loin devant les Suisses

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



8,7%
Taux de chômage



4%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

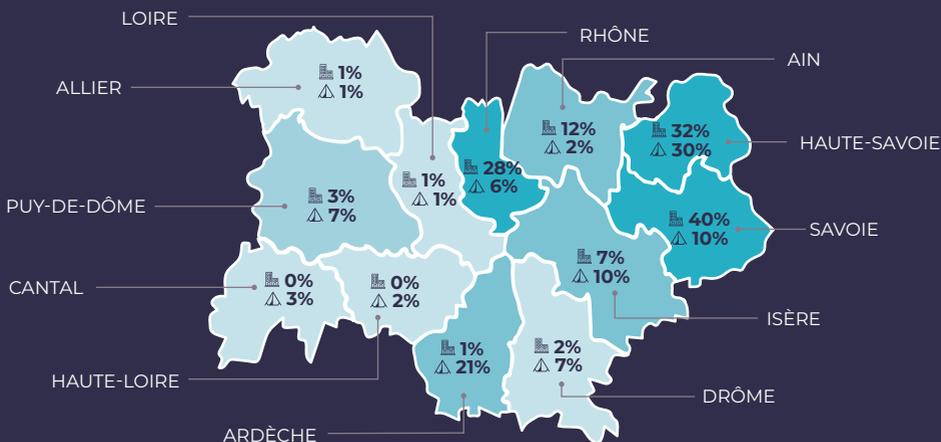
Ils pratiquent par ordre décroissant d'importance :

- Le tourisme urbain
- La nature et la campagne
- La montagne hiver

 **Hôtels**

 **Campings**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★★	Nuitées 2022
	6%	12%	37%	44%	935 000
	8%	11%	41%	40%	256 000

Comportement sur le marché France

Pour leurs vacances, ils se renseignent auprès des réseaux sociaux (28%) et de la presse (15%). À noter l'importance des réseaux sociaux pour les 16-34 ans (44%)

2^{ème} destination

des Britanniques à l'étranger et la 1^{ère} pour les courts-séjours et le ski

6,1 milliards €

de recettes touristiques pour la France

Modes de transport

27% des Britanniques viennent en France en avion, 35% par rail et tunnel et 28% par le ferry

Habitudes de réservation

➤ 84% des réservations sont réalisées par les clients eux-mêmes.

➤ Booking, TripAdvisor, Jet2Holidays, TUI, Expedia, On The Beach et EasyJet Holidays sont les principaux sites visités par les Britanniques pour réserver leurs vacances.



ITALIE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



3,6 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022

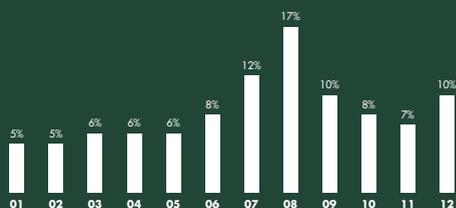


2,3 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



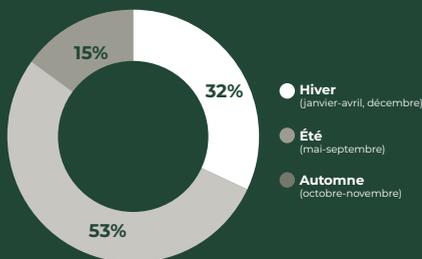
310 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
-26% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



7,8%
Taux de chômage



7,6%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

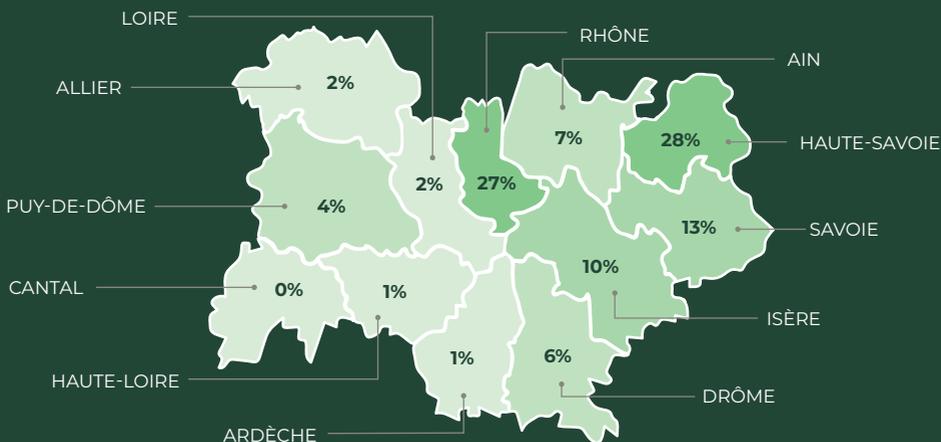
Ils pratiquent par ordre décroissant d'importance :

- Le tourisme urbain et culturel
- Le tourisme balnéaire
- Le tourisme nature et montagne

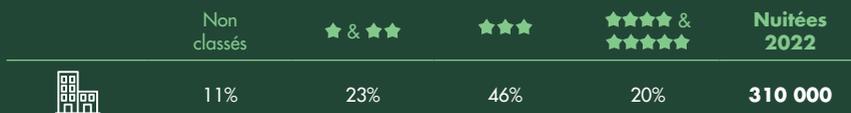


Hôtels

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



Comportement sur le marché France

45 millions
de séjours italiens à l'étranger

7,4 millions
de touristes

1^{ère} destination
des italiens à l'étranger

3,5 milliards €
de recettes touristiques pour
la France

70% des visiteurs italiens
proviennent du nord de l'Italie

Principaux bassins émetteurs
1. Milan
2. Turin – Bologne – Venise
3. Rome – Naples

Cibles de clientèles
Familles, seniors et millenials

Moyens de transport
Voiture (70%), avion (15%),
train (10%) et autres (5%)

3 mois de vacances scolaires
durant l'été (juin-septembre)

70% de courts séjours en
avant et après-saison



PAYS-BAS

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



9,2 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



3,4 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



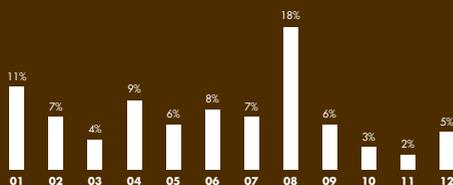
373 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022



2 millions
nuitées dans les
campings

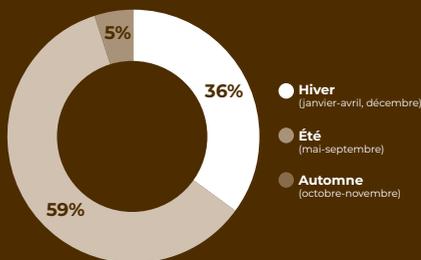
1^{ère} clientèle étrangère estivale

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



3,5%
Taux de chômage



6,8%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

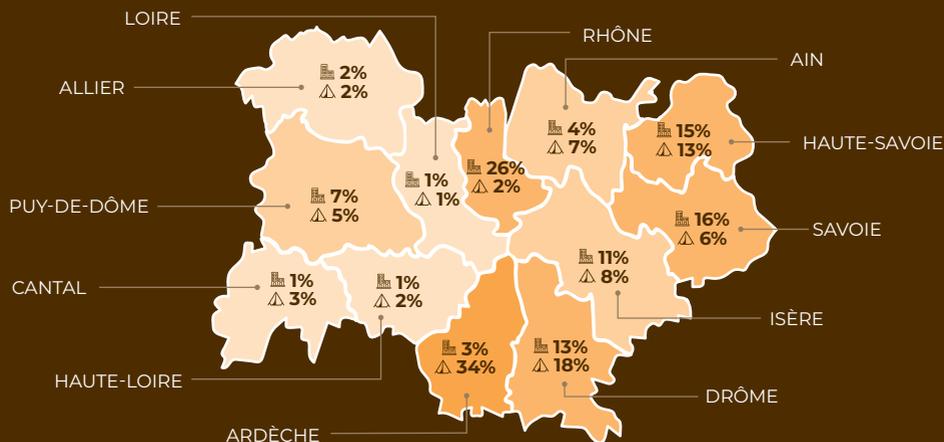
Ils pratiquent par ordre décroissant d'importance :

- La restauration (76%)
- La randonnée pédestre (58%)
- La visite des monuments et sites historiques (49%)
- La natation / baignade (39%)
- Les Parcs et réserves naturels (38%)
- Le shopping (34%)

 **Hôtels**

 **Campings**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★★	Nuitées 2022
	9%	21%	44%	26%	373 000
	5%	9%	37%	48%	2 000 000

Comportement sur le marché France

Taux d'intermédiation

60% en 2020 (50% pour un hébergement seul, 10% pour le all-inclusive)

47% de départ à l'étranger

les Néerlandais sont les touristes les plus émetteurs d'Europe

Modes de transport

Il existe un TGV direct de Bruxelles vers Lyon et Valence



Étude spécifique en Auvergne-Rhône-Alpes

▶ Avec 2 millions de nuitées dans les campings de notre région en 2022, la clientèle néerlandaise est notre 1^{ère} clientèle étrangère, elle représente près de la moitié des parts de marché étrangères.



SCANDINAVIE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



2,4 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



3,0 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



166 800
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
-4% / 2019

4^e

clientèle
étrangère



SUÈDE
> 1 204 000



DANEMARK
> 780 400

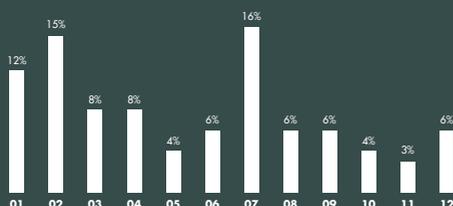


NORVÈGE
> 255 400



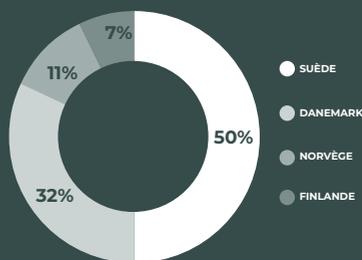
FINLANDE
> 177 500

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition des nuitées par pays



SUÈDE

4^{ème} destination loisirs hors Scandinavie.

C'est une clientèle fidèle et attachée à l'authenticité de l'accueil à la française.

Les destinations privilégiées sont celles à proximité de Paris, la Côte d'Azur, les Alpes (pour le ski).

Les Suédois, amateurs et connaisseurs de vins, apprécient les séjours œnotouristiques.

L'accessibilité directe vers la France est d'ailleurs en progression, avec aujourd'hui des vols notamment vers Paris, Lyon et Genève pour rejoindre les Alpes françaises.



NORVÈGE

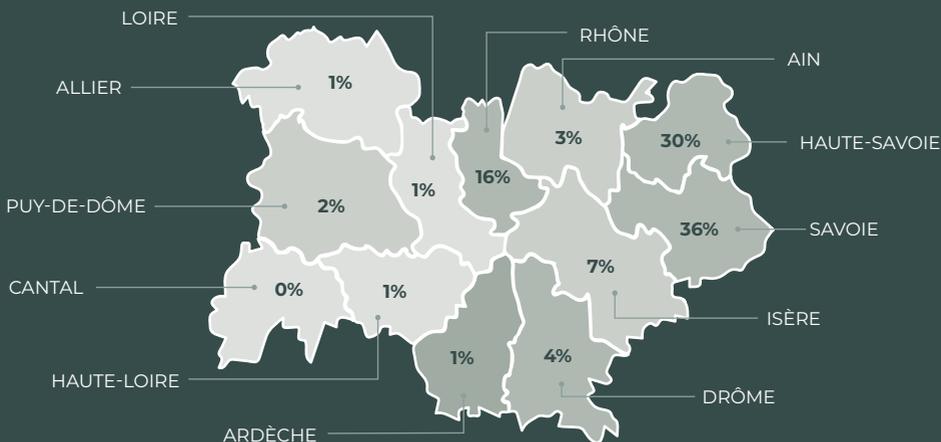
5^{ème} destination des Norvégiens à l'étranger

5 jours en moyenne par séjour

Il convient sur ce marché à fort potentiel d'accroître la notoriété des destinations françaises autres que Paris et la Côte d'Azur, en valorisant des produits à fort potentiel comme les séjours sportifs, l'œnotourisme, la croisière fluviale ou encore le golf.

Hôtels

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★★	Nuitées 2022
	10%	20%	36%	34%	69 000
	7%	13%	41%	40%	55 000
	6%	10%	34%	49%	24 000
	5%	12%	47%	35%	19 000

DANEMARK

Taux de réservation en ligne : 70%
Ils trouvent des inspirations sur les réseaux sociaux

Typologie de clientèle : groupes, familles, couples

Le climat est le 3^{ème} facteur le plus important lors du choix de la destination, ils recherchent une garantie soleil.

Les tables étoilées, le terroir, les spécialités locales, les dégustations de vin et découvertes de caves font partie de leurs intentions majeures pour la France.

FINLANDE

La connaissance du territoire français est encore assez limitée par les voyageurs finlandais.

L'été 2023 voit le développement des vols depuis les aéroports régionaux.

Les Finlandais recherchent un bon rapport qualité-prix. Les produits suivants sont populaires : œnotourisme, city-breaks, balnéaire, ski et golf, ainsi que la croisière fluviale.



SUISSE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



11,4 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



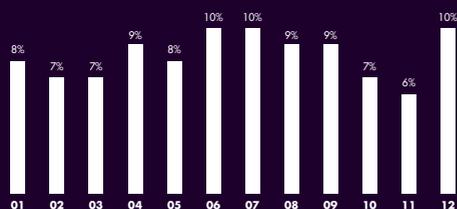
584 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
-4% / 2019



12 450
résidences
secondaires

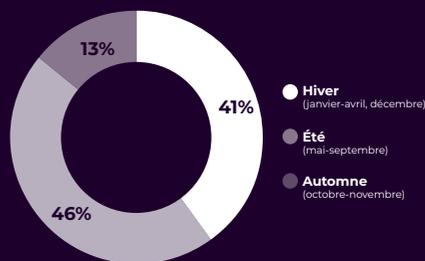
2^{ème} clientèle étrangère estivale et hivernale

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



1,9%
Taux de chômage



1,7%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

Ils pratiquent par ordre décroissant d'importance :

- Le tourisme urbain
- La nature et la campagne
- La montagne hiver

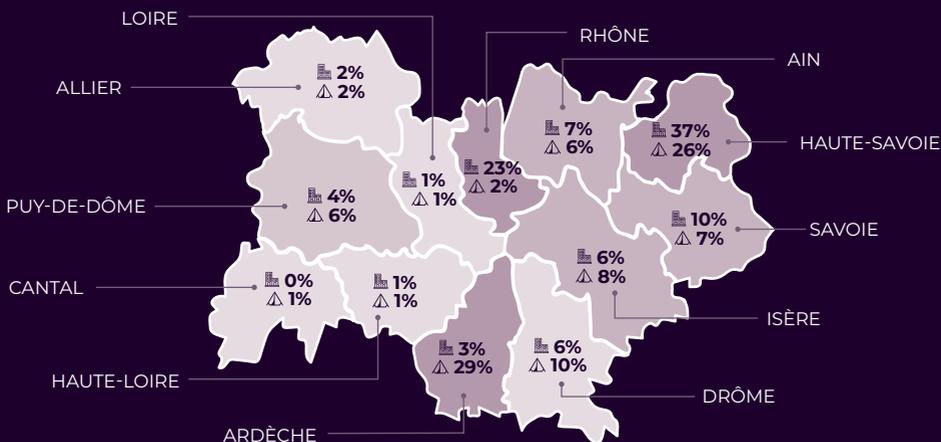


Hôtels



Campings

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★★	Nuitées 2022
	7%	15%	40%	38%	584 400
	5%	7%	38%	50%	277 000

Comportement sur le marché France

1^{ère} destination
des Suisses à l'étranger

38 millions de nuitées

4 langues officielles
L'allemand pour 62% de locuteurs, le français (23%), l'italien et le romanche

Typologie de clientèles
Couples sans enfant, familles et seniors

6 milliards €
de recettes touristiques en France

À retenir

➤ C'est un public particulièrement sensible aux engagements durables des destinations :

- Proximité des grands espaces naturels
- Goût de la randonnée
- Réseau ferré très développé et accessible sur le territoire



BRÉSIL

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



1,3 million
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022

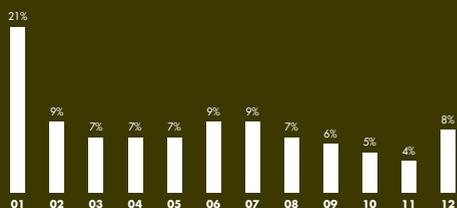


2,6 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



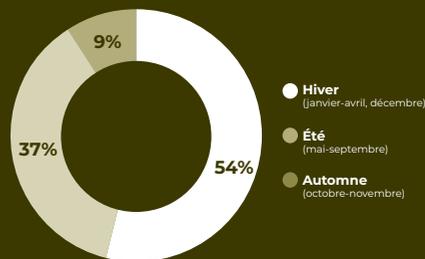
51 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
+9% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



8,3%
Taux de chômage



5%
Taux d'inflation du pays



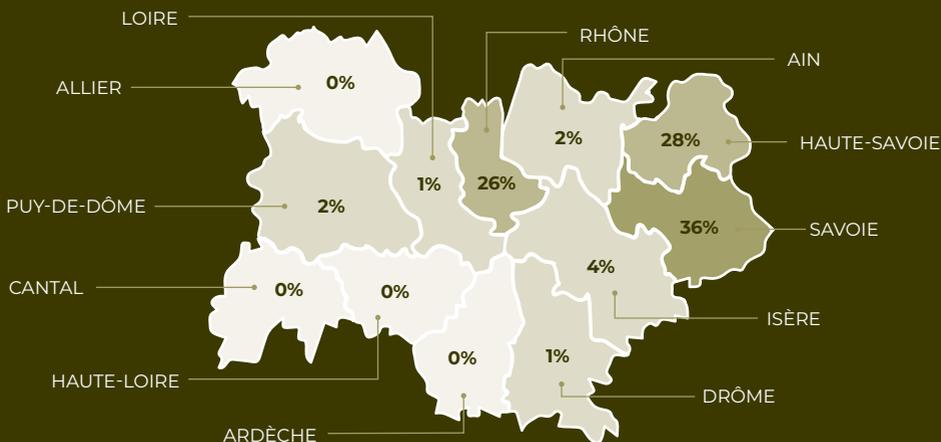
Thématiques et activités pratiquées

Ils pratiquent par ordre décroissant d'importance :

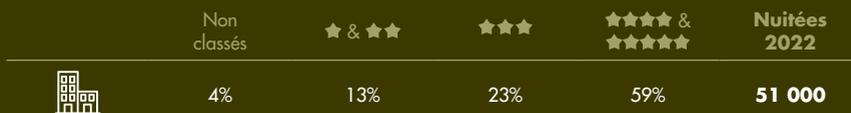
- Le tourisme urbain
- La culture et le shopping
- La gastronomie

 **Hôtels**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



Comportement sur le marché France

1,7 million de séjours brésiliens en Europe

1^{ère} destination des Brésiliens à l'étranger grâce à une image forte fondée sur le glamour, la mode, le patrimoine et la culture, l'œnotourisme et l'art de vivre

3^{ème} marché long-courrier hors Europe. La France se place en seconde position pour ce qui est des arrivées en Europe (après le Portugal) grâce à la diversité de son offre, à la force de la culture française, au maintien de la langue française et la solidité des relations économiques. Sans oublier, l'importance d'Air France, qui reste le transporteur leader sur la destination avec 25 vols / semaine depuis Sao Paulo, Rio de Janeiro et Fortaleza.

Une clientèle majoritairement composée de repeaters (62%) de CSP+ (43 %), de couples (43%) et familles (30%). Âge moyen : 40 ans.

Tendances

➤ Les Brésiliens sont très fans du digital humanisé. Le monde du travail est sur WhatsApp (et non par mails). Importance des réseaux sociaux et du statut social ; Instagram est l'un des réseaux les plus importants et à privilégier : 120 M d'utilisateurs.



CANADA

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



884 000

nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



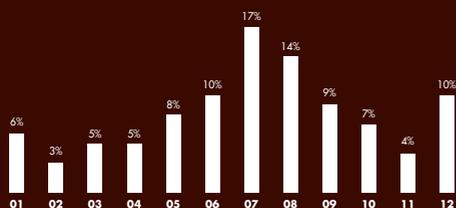
2,8 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



49 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
-18% / 2019

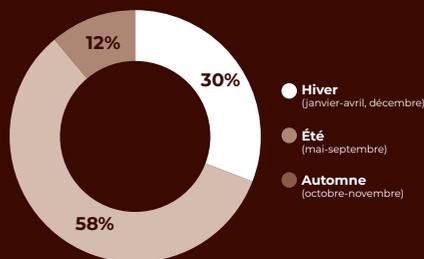
57% de leurs nuitées hôtelières se déroulent dans les hôtels haut de gamme

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



5,4%
Taux de chômage



3,4%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

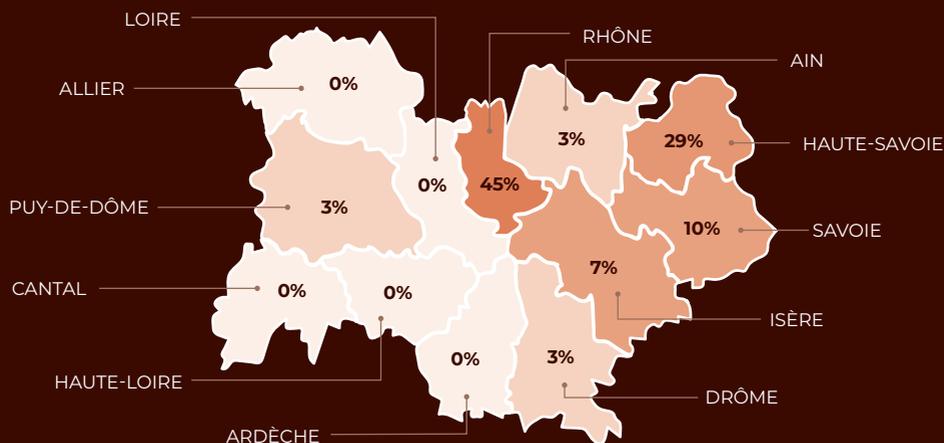
Les touristes canadiens voyagent à plus de 80 % pour le loisir et sont attirés par l'offre patrimoniale et culturelle, les grandes villes, la gastronomie et le vin.

Une niche amatrice de plein air et de sport est également à considérer, le ski, le vélo, la randonnée et dans une moindre mesure le golf sont des activités que les Canadiens affectionnent.



Hôtels

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



Comportement sur le marché France

La France est la destination favorite des Québécois en Europe, et dans le top 5 des autres provinces canadiennes (avec l'Angleterre, l'Italie, l'Allemagne, l'Espagne et la Suisse). Elle est choisie pour des séjours assez longs (9,9 nuits).

En termes d'hébergement, les Canadiens se tournent souvent vers la location puisqu'ils séjournent pour des périodes assez longues. En hôtellerie classique, ils réservent généralement en 4 ou 5 étoiles (57% en Auvergne-Rhône-Alpes).

Tendances

- Une proportion importante du marché est très haut de gamme. 59% réservent plus d'un mois avant leur départ.
- 45% des agents de voyage travaillent de chez eux depuis la pandémie.



CORÉE DU SUD

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



303 000

nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



3,5 nuits

en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



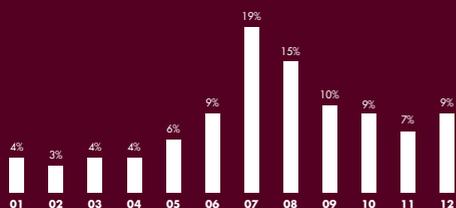
28^e
clientèle
étrangère

11 000

nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
-13% / 2019

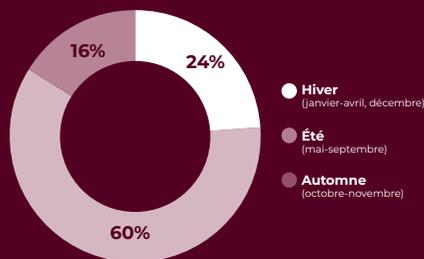
57% des nuitées hôtelières régionales se déroulent en Haute-Savoie, suivie par Lyon avec 26%

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



2,6%

Taux de chômage



2,7%

Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

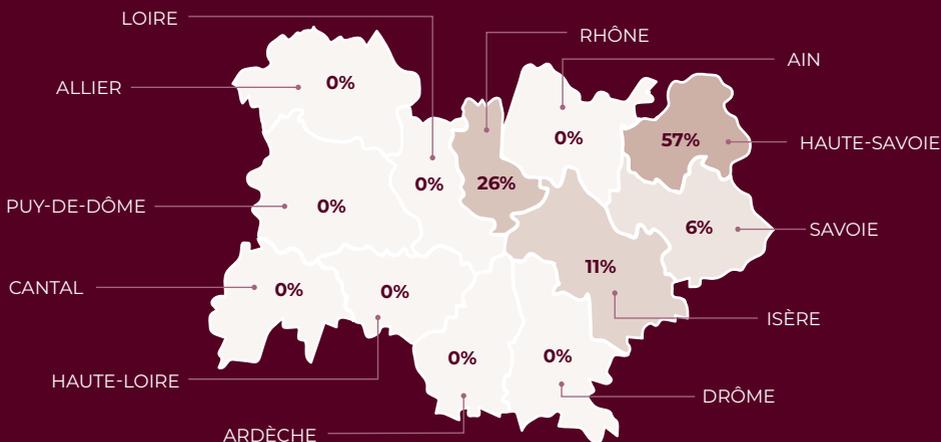
En 2023, nous assistons à une évolution significative de la demande des voyageurs sud-coréens. Outre la demande de nouveautés, d'exclusivité et d'expérience qui est forte, il faut retenir un souhait d'approfondir les composantes du voyage : plus de nuitées, plus de temps... plus de shopping.

Les thématiques qui les intéressent sont : le tourisme urbain, culture et patrimoine UNESCO, les beaux villages, l'art de vivre à la française (gastronomie et vin), les activités de pleine-nature (randonnée, golf, cyclo et ski).



Hôtels

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



Comportement sur le marché France

1^{ère} destination des Sud-Coréens en Europe

Segment de clientèles
Voyageurs indépendants, couples, familles et groupes.

Typologie de clientèles
Couples sans enfant, lunes de miel, seniors.

Depuis l'été 2022, les Sud-Coréens sont indiscutablement de retour en France.

Le «revenge travel» est en marche avec la consommation de produits de luxe français qui se conjugue avec le «revenge shopping»

En 2022, les Sud-coréens étaient les plus gros dépensiers au monde de produits de luxe par habitant, cela se traduit également dans le tourisme.

Tendances

Les opérateurs sont très réactifs mais ils ont, à nouveau, besoin d'être informés afin de développer une nouvelle programmation pour répondre aux nouvelles attentes des clients. Ils sont en demande de nouveaux produits, nouvelles thématiques.



ÉTATS-UNIS

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes

Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



4 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022

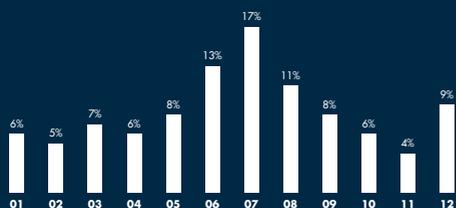


3,2 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



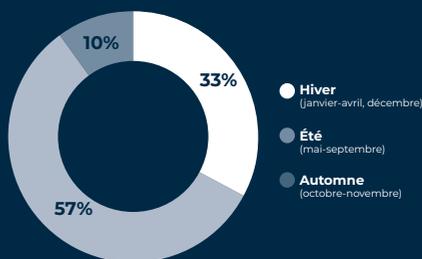
340 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
-15% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



3,5%
Taux de chômage



5%
Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

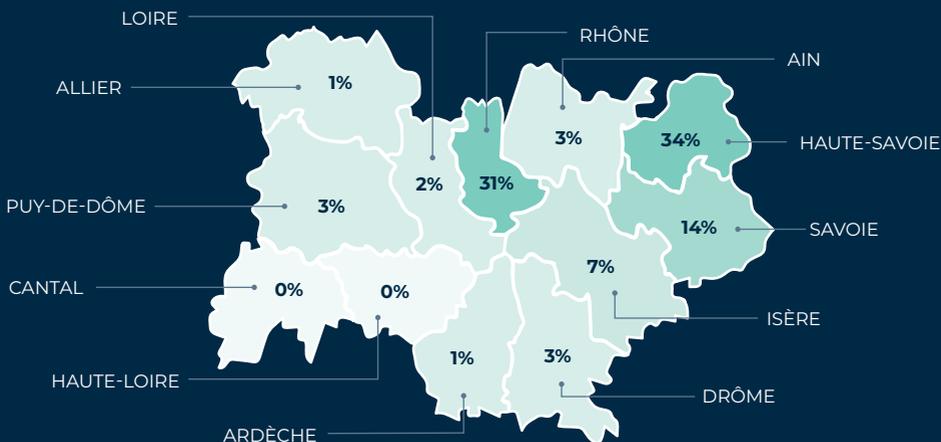
Les thématiques prioritaires sont :
le tourisme culturel, le tourisme urbain, l'art de vivre
et l'œnotourisme.

Les thématiques secondaires sont :
la montagne l'hiver, le cyclotourisme et la croisière.

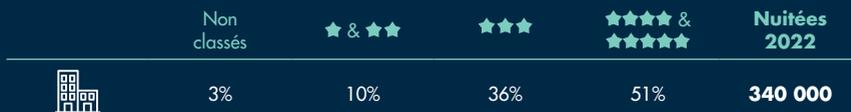


Hôtels

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



Comportement sur le marché France

Les États-Unis constituent le premier marché émetteur long-courrier pour la France.

La France est le 3^{ème} pays européen visité par les touristes américains après le Royaume-Uni et l'Italie.

Plus encore que le volume des flux c'est le volume des recettes qui établit l'importance primordiale de

ce marché pour la France. Ainsi en 2022 en dépit d'un début d'année encore perturbé par la pandémie, les recettes touristiques de la France en provenance des États-Unis s'élevèrent à 5,5 milliards d'€, soit une augmentation de + 34 % par rapport à 2019.

Tendances

- Le pouvoir d'achat américain est très élevé. On comptait en 2022, 24.5 millions de millionnaires
- 40% des voyageurs américains de plus de 30 ans préfèrent Tiktok à Google pour les recherches de voyage.
- Post pandémie : les États-Unis comptent 64 000 agences de voyages et 190 000 agents dont 55% sont des agents indépendants à domicile.



INDE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



555 000
nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022

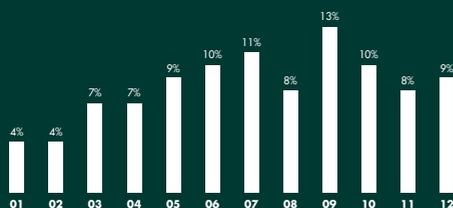


3,5 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes



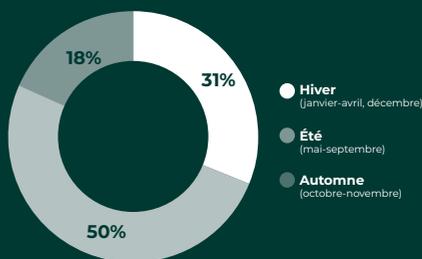
15 000
nuitées dans
l'hôtellerie en 2022
-28% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



8% (juillet 2023)
Taux de chômage



6,4%
(consensus juillet 2023)
Taux d'inflation du pays

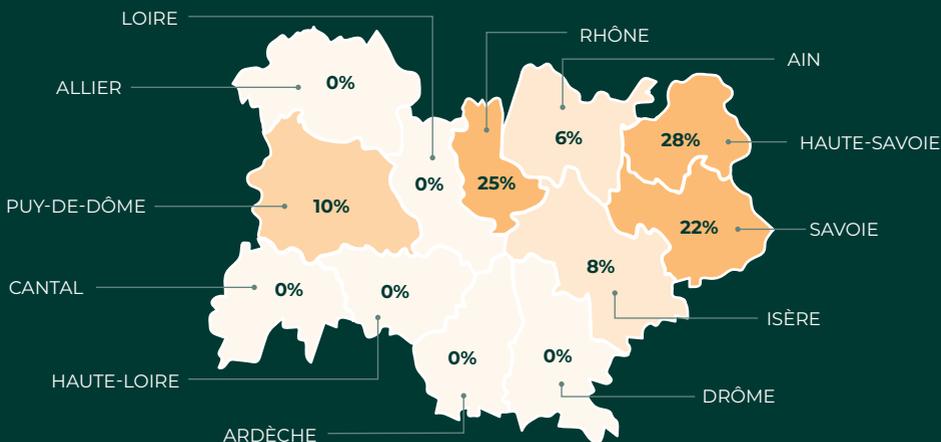


Thématiques et activités pratiquées

- **Les professionnels** sont à la recherche de nouvelles destinations et d'expériences originales pour leurs Incentives.
- **Les voyageurs indiens** ont une forte affinité pour les séjours thématiques : tourisme expérientiel (aventure, bien-être, événements sportifs, concerts), romance, shopping et mode, tourisme hivernal, œnotourisme et gastronomie, spiritualité, affinity travels, tourisme durable.

 **Hôtels**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



Comportement sur le marché France

La France reste parmi les pays préférés des Indiens en 2022.

Clientèle

- Voyageurs indépendants : Familles nucléaires ou élargies, groupes d’amis, mariages et autres célébrations, jeunes (activités outdoor et aventure)
- Groupes : Essentiellement à Paris (Europe multideplacements)
- Tourisme d’Affaires : demandes accrues mais segment sensible au prix
- Voyageurs avertis : de plus en plus tournés vers des destinations nouvelles, peu connues du grand public

Tendances

- Dès la réouverture des frontières, les déplacements ont repris sur les volets touristiques, Affaires et Voyageurs indépendants.
- Le phénomène de « **Revenge travel** » est une réalité sur le marché indien.
- On observe également une affinité pour des **séjours thématiques** tels que : romance, shopping et mode, œnotourisme et gastronomie, tourisme hivernal, tourisme expérientiel (aventure, bien-être, événements sportifs, concerts), spiritualité, tourisme durable.



ISRAËL

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



653 000

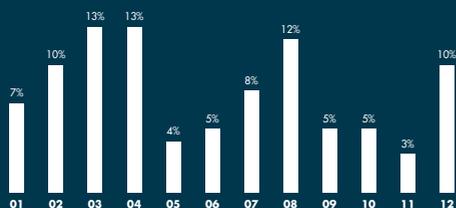
nuitées totales
(marchandes et non-marchandes)
en 2022



3,1 nuits

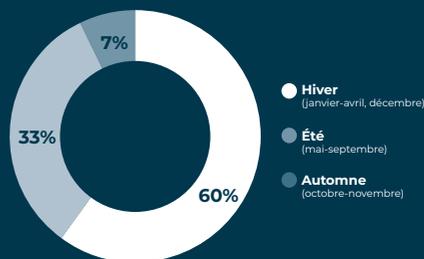
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



3%

Taux de chômage



4%

Taux d'inflation du pays



Thématiques et activités pratiquées

Leurs motivations de voyage sont par ordre décroissant d'importance :

- La culture et l'événementiel
- La gastronomie
- Les activités sportives
- Le shopping
- Parcs d'attractions

Recommandations pour aborder ce marché :

Marché facile à aborder car les Israéliens acceptent et adoptent très facilement et très vite la « nouveautés » (nouvelles destinations, nouveaux produits, nouvelles activités,) et ils se comportent comme des Européens dans le mode de consommation. Tous les Israéliens parlent anglais et quasiment tous ne posent pas de difficulté par rapport à la nourriture.

Ils sont très sensibles au rapport Qualité / Prix (même pour le très haut de gamme) et au fait d'être reconnus.

Il faut cependant être présent sur le marché et leur montrer une volonté de travailler avec eux (pour les professionnels).

Comportement sur le marché France

Les Israéliens et leurs enfants voyagent essentiellement en famille et consacrent beaucoup de temps aux activités pour les enfants.

Le marché israélien est très intermédié : 75%, seulement 25% des achats sont réalisés via internet (15% via des sites israéliens et 10% via des sites internationaux. On compte 5 / 6 réseaux très importants, 4 OTA, dont un spécialiste ski et montagne).

Typologie de clientèle : Voyageurs indépendants : 70 à 80%
Groupes : 20 à 30%

Hébergements choisis en France : les établissements haut de gamme pour les voyageurs indépendants et moyen de gamme pour les groupes.

À retenir

- Une forte demande pour la montagne, que ce soit le ski en hiver ou la période estivale.
- La France fait partie des 3 principales destinations des Israéliens à l'étranger



JAPON

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France

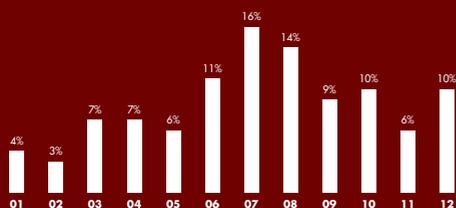


239 000
nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022



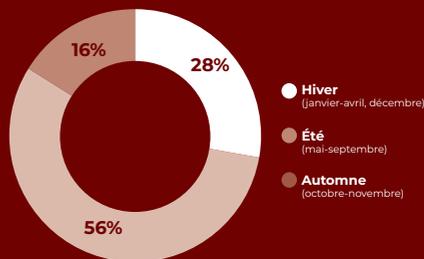
2,9 nuits
en moyenne par
séjour en Auvergne-
Rhône-Alpes

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Données économiques du pays en 2023



3,3%
Taux de chômage



2,6%
Taux d'inflation du pays



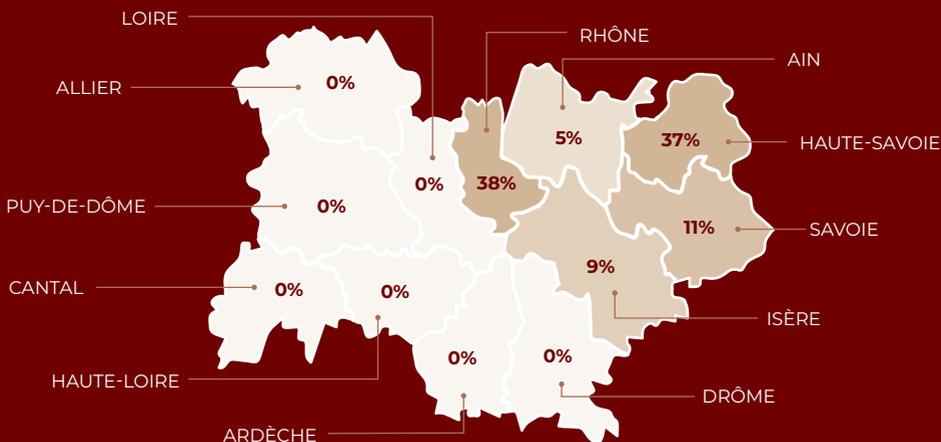
Thématiques et activités pratiquées

L'offre française intègre tout ce que recherchent les voyageurs japonais : patrimoine historique et naturel, art et culture, architecture, vin et gastronomie bios, mais aussi des activités de niches très qualitatives, comme le golf, la randonnée, le ski ou encore le cyclotourisme sportif en montagne.



Hôtels

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



Comportement sur le marché France

Un des marchés les plus fidèles à la France, une clientèle de très haute qualité qui correspond bien aux besoins de la destination et sait apprécier tout ce qu'elle offre de meilleur. La France est la première destination visitée en Europe

Les principaux bassins émetteurs sont Tokyo et Osaka

Les touristes japonais réservent principalement auprès d'une agence de voyage. Le taux d'intermédiation est estimé à 60%.

Tendances

- On note un retour des petits groupes, une hausse de la clientèle FIT (voyageurs indépendants).
- La clientèle millénaire augmente, ce segment de clientèle représente 10% de la population japonaise soit 13 millions de voyageurs.
- Les principales agences confirment la relance de la programmation des régions françaises.



PAYS DU GOLFE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



4 millions
de nuitées totales
(marchandes et
non-marchandes)
en 2022

55% des nuitées en été.

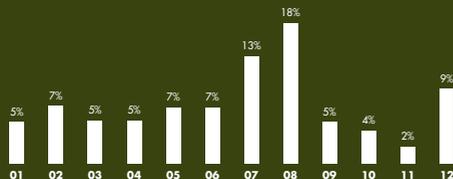
Les Émirats Arabes Unis
représentent 60% des
clientèles du Golfe.

71% de leurs nuitées
hôtelières se déroulent
dans les établissements
haut de gamme

Répartition des nuitées par pays	Nuitées 2022	DMS* en région
Émirats arabes unis	2 004 391	3,3
Arabie saoudite	524 253	3,1
Liban	263 989	5
Koweït	258 102	4,3
Qatar	144 306	3,7
Égypte	92 424	2,9
Bahreïn	29 331	3,8
Jordanie	26 815	3,2

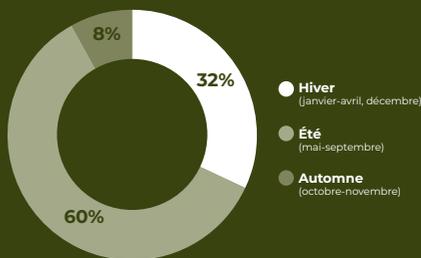
*DMS : Durée Moyenne de Séjour

Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

Répartition saisonnière des nuitées



Thématiques et activités pratiquées

À destination de ces cibles, sont principalement valorisées des activités de loisirs avec : le tourisme en ville, le shopping, l'hôtellerie de luxe, la gastronomie, l'offre culturelle et les loisirs en famille (parcs d'attractions...).

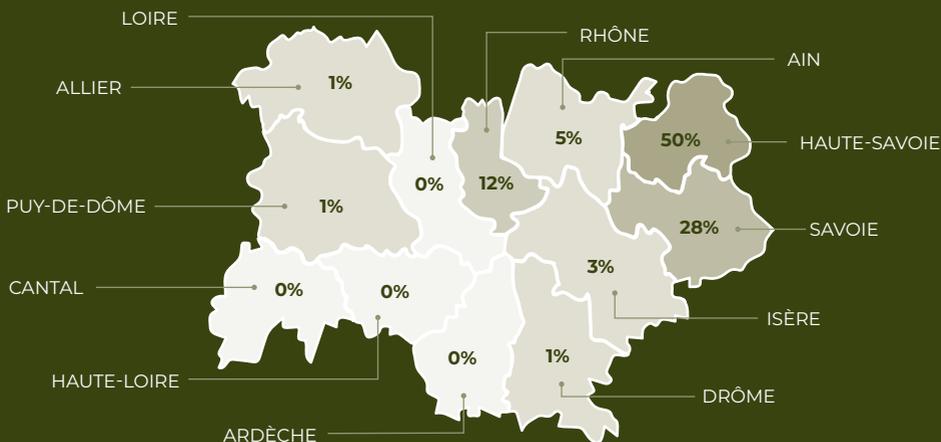
Comportement sur le marché France

L'Europe demeure le continent le plus prisé avec un intérêt marqué pour la France (2^{ème} destination européenne). Plus particulièrement attirée par Paris, la Côte d'Azur et les Alpes du Nord (en été comme en hiver).

Attentifs à la qualité de l'accueil et du service, ils représentent une clientèle exigeante et appréciant exclusivité et personnalisation lors de leurs séjours. Voyageant généralement en famille nombreuse, ils recherchent des prestations haut de gamme.

 **Hôtels**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



Pour répondre à ces exigences, ils privilégient la réservation de leurs vacances à travers un réseau d’agents de voyage et tour-opérateurs dense dans la région. Ce qui explique un taux d’intermédiation élevé (+60%).

Bien que clientèle fidèle et répétitrice, les voyageurs du Golfe, et notamment les nouvelles générations, tendent depuis quelques années à élargir leur choix de destinations.

Cibles prioritaires : familles locales et expatriées, couples sans enfants, millénials et les écoles internationales en séjours scolaires (camps d’été et ski).

Tendances

➤ Même si l’industrie du tourisme a été durement affectée par la crise sanitaire, le désir de voyager a toujours été important pour les populations locales et les professionnels du tourisme ont observé un retour à la normale dès 2022.