

# Baromètre Tourisme Inbound Destination France

Printemps 2023

10 avril 2023

---

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



- **Attractivité de la destination France printemps 2023**
  - Commentaires : l'attractivité de la destination France
- **Prévisions des tarifs hôteliers en France et chez ses voisins**
  - Commentaires : prévisions des tarifs hôteliers en France et chez ses voisins
- **Destination France hiver 2023 : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux (RS)**
  - Commentaires : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux
- **Destination France hiver 2023 : comportement des touristes Italiens et Brésiliens sur les RS**
- **Sources et Définitions**

# Attractivité de la destination France printemps 2023

Séjours compris entre le 01 avril et le 30 juin 2023 vs 2019 - Recherches du 01 janvier au 31 mars 2023 vs 2019 / Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

## France - Pays d'origine

Top 10	Attractivité destination France sur le marché d'origine*	vs 2019	Séjour moyen (jours)	Évolution séjour moyen vs 2019 (%)
États-Unis	3.4K	▼	10.1	+2.9%
Royaume-Uni	3.3K	▲	4.2	-1.0%
Inde	1.9K	▼	10.1	+10.2%
Italie	3.5K	▲	3.9	+1.0%
Allemagne	1.6K	▲	7.2	+13.1%
Espagne	1.4K	▼	5.3	+7.5%
Portugal	3.0K	▼	4.6	+8.3%
Brésil	2,1K	▼	11.7	+4.7%
Suisse	3.5K	▲	7.4	+24.5%
Japon	0.8K	▼	8.3	+14.9%

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

## Évolution mensuelle des recherches de vols pour un séjour entre le 01/04/23 et 30/06/23

Janvier  
2023 vs 2019

+90 %

Février  
2023 vs 2019

-2 %

Mars  
2023 vs 2019

-21 %

## Évolution capacité aérienne vers la France vs 2019

### Sièges

28.60M

-7.8%

Vs 2019



### Vols

163.5K

-17.5%

Vs 2019

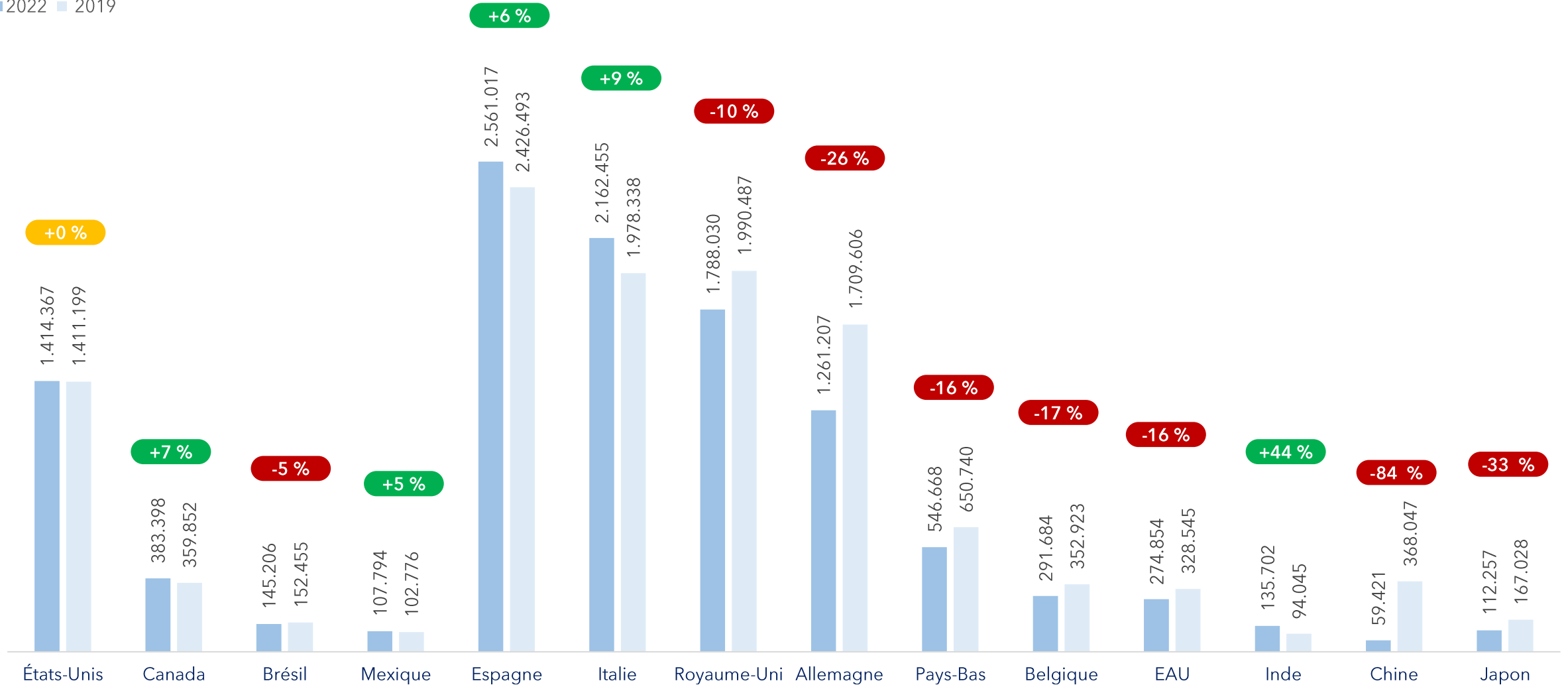


# Attractivité de la destination France printemps 2023

Capacité aérienne en sièges selon pays d'origine

Période du 01 avril au 30 juin 2023 vs 2019 (données extraites le 11/04/23) - 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

### ▪ Un tassement des recherches de vols vers la France

En janvier 2023, la France bénéficiait pleinement de la reprise mondiale des recherches de vols. Néanmoins, nous constatons que pour un séjour prévu pendant la période avril-juin 2023, l'Hexagone affiche des recherches de vols en recul par rapport à l'exercice 2019. Ainsi, nous observons - 2% de recherches de vols en février et -21% en mars. Un constat quelque peu surprenant mais qui doit être analysé avec prudence.

En effet, notons que la situation peut être très différente d'un pays à un autre et que les marchés d'origine traditionnels montrent une progression des recherches de vols positive.

- Évolution recherches de vols depuis les États-Unis vers la France, pour un séjour au printemps 2023 : janvier +70 %, février +46 %, mars +17 %.
- Évolution recherches de vols depuis le Royaume-Uni vers la France, pour un séjour au printemps 2023 : janvier +88 %, février +71 %, mars +55 %.
- Évolution recherches de vols depuis le Brésil vers la France, pour un séjour au printemps 2023 : janvier +90 %, février +64 %, mars + 96%.
- Évolution recherches de vols depuis le Japon vers la France, pour un séjour au printemps 2023 : janvier +22 %, février +34 %, mars +39 %.

Ainsi, nous constatons que l'évolution négative des recherches de vols vers la France vs 2019 provient essentiellement du tassement de la demande depuis :

- La Chine : janvier -78 % vs 2019, février -67 % vs 2019, mars -80 % vs 2019
- La Russie : janvier -96 % vs 2019, février -97 % vs 2019, mars -95 % vs 2019

### ▪ L'attractivité de la destination France se maintient par rapport à la concurrence

Parmi les marchés étudiés, l'Hexagone maintient sa part de marché quant aux recherches de vols émises. Ainsi, malgré un léger recul en Espagne, aux États-Unis ou encore au Brésil, la France se montre plus attractive par rapport à 2019, au Royaume-Uni, en Italie et en Allemagne.

### ▪ Une connectivité aérienne qui peine encore à retrouver les niveaux de 2019

Le nombre de vols et sièges prévus vers la France pour ce printemps 2023 demeure en deçà de l'exercice 2019. Cela s'explique du fait d'une connectivité moindre depuis le Royaume-Uni (-10% vs 2019), l'Allemagne (-26% vs 2019) mais encore une récupération très lente depuis la Chine (-84% vs 2019) et le Japon (-33% vs 2019). Notons, néanmoins, l'évolution importante de la capacité aérienne depuis l'Inde (+44% vs 2019). La connectivité aérienne depuis les États-Unis est quant à elle identique à 2019.

# Prévisions des tarifs hôteliers en France et chez ses voisins

Prix moyen d'une nuit, en chambre double, en semaine, hors petit-déjeuner, période du 01 avril au 30 juin 2023 vs 2022 & 2019 / Source : Mabrian Travel Technologies

## Hôtels 3 \*

	2023	2019	2022
France	116 €	-8 %	+8 %
Italie	112 €	+2 %	+10 %
Espagne	101 €	+19 %	+10 %
Royaume-Uni	122 €	-2 %	+2 %

## Hôtels 4 \*

	2023	2019	2022
France	191 €	+3 %	+13 %
Italie	159 €	-2 %	+10 %
Espagne	132 €	+12 %	+9 %
Royaume-Uni	158 €	-19 %	+5 %

## Hôtels 5 \*

	2023	2019	2022
France	420 €	+25 %	+15 %
Italie	376 €	+8 %	+10 %
Espagne	287 €	+26 %	+12 %
Royaume-Uni	282 €	-27 %	+4 %

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

## En comparaison avec l'exercice 2022 :

- **Des tarifs hôteliers en augmentation**

La France mais aussi ses proches concurrents présentent une offre tarifaire plus élevée qu'en 2022. La France présente d'ailleurs la plus importante hausse parmi les établissements 4 et 5 étoiles (+13% et +15% respectivement).

## En comparaison avec l'exercice 2019 :

Concernant la France, la hausse des tarifs hôteliers se confirme encore au sein des catégories 4 et 5 étoiles, alors que les hôtels 3\* présentent un tarif moyen inférieur à 2019 (-8%)

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

À l'exception du marché 3\* où la France se hisse en deuxième position (derrière le Royaume-Uni), l'Hexagone présente systématiquement des tarifs hôteliers supérieurs aux pays voisins. Alors que pour les établissements 3\*, la France se situe plutôt dans la moyenne tarifaire de ses voisins, l'écart est bien plus prononcé lorsque nous nous penchons sur les prix affichés par les hôtels 3 et 4 étoiles.

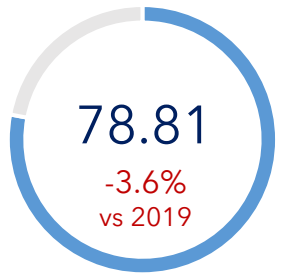
# Destination France hiver 2023 : comportement des touristes étrangers sur les réseaux sociaux (RS)

Période du 01 janvier au 31 mars 2023 vs 2019 / Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

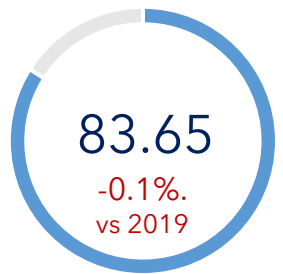
Indice de satisfaction de la clientèle internationale



**France**



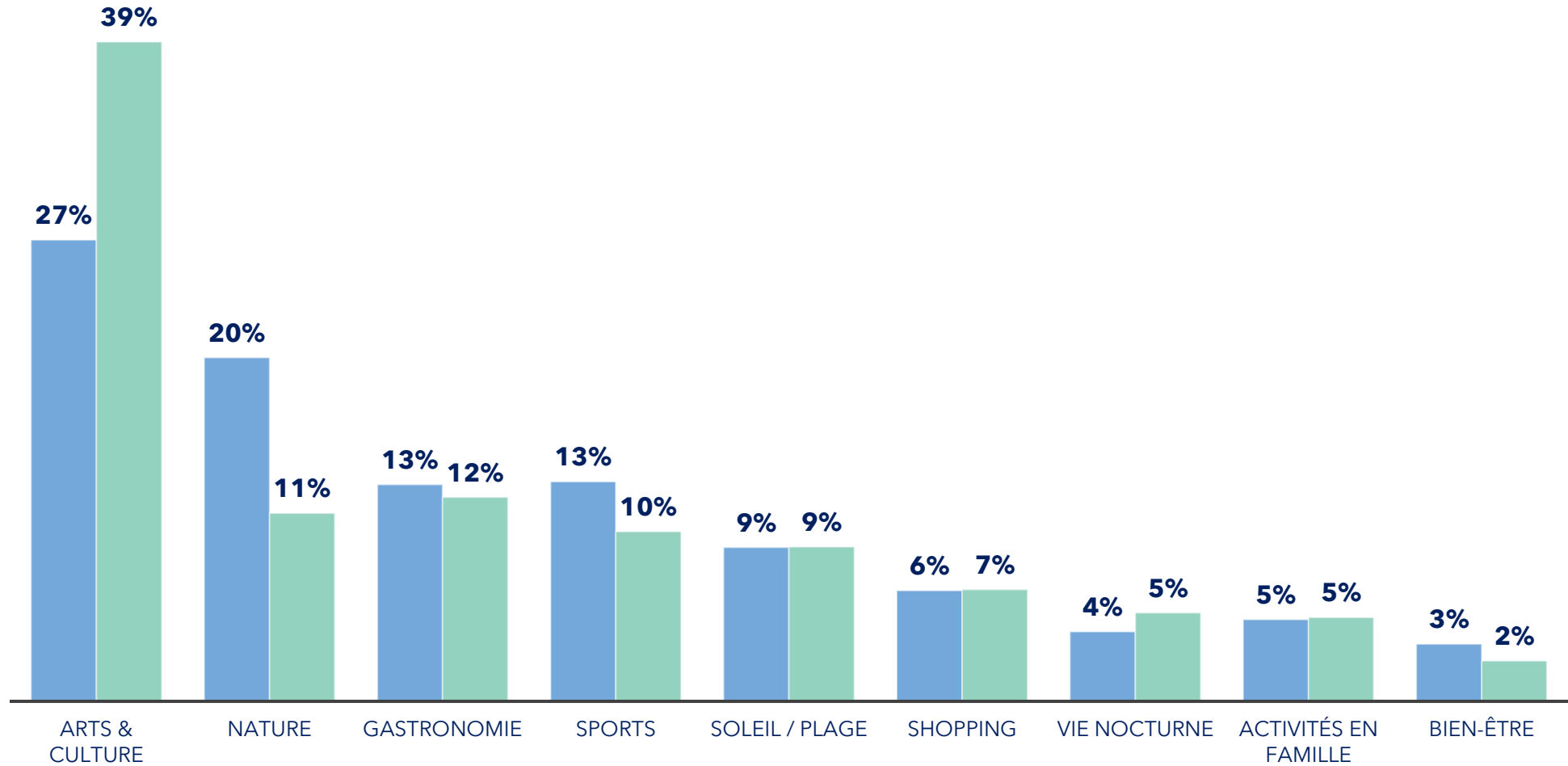
**Espagne**



**Italie**

Produits touristiques mentionnés sur les réseaux sociaux (%)

■ 2023 ■ 2019



# 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.

## ▪ Hausse notoire de la satisfaction de la clientèle étrangère

Notons le bon comportement de la satisfaction de la clientèle étrangère lors de cet hiver 2023. L'Hexagone présente ainsi une hausse de cet indicateur de 2.4% vs 2019, contrairement à L'Espagne et l'Italie qui enregistrent une certaine diminution.

Quels sont les facteurs qui alimentent la hausse de satisfaction ?

- L'indice de satisfaction hôtelière soutient en grande partie cette tendance positive. Ainsi, nous constatons une hausse de 8.1% de la satisfaction clientèle par rapport à 2019. Cette amélioration peut être constatée aussi bien pour les établissements 3\*, 4\* et 5\*. L'augmentation est d'ailleurs notoire concernant les hôtels haut de gamme ; +9% vs 2019. Signe encourageant, puisque malgré la hausse des tarifs hôteliers, la satisfaction des clients est toujours au rendez-vous.

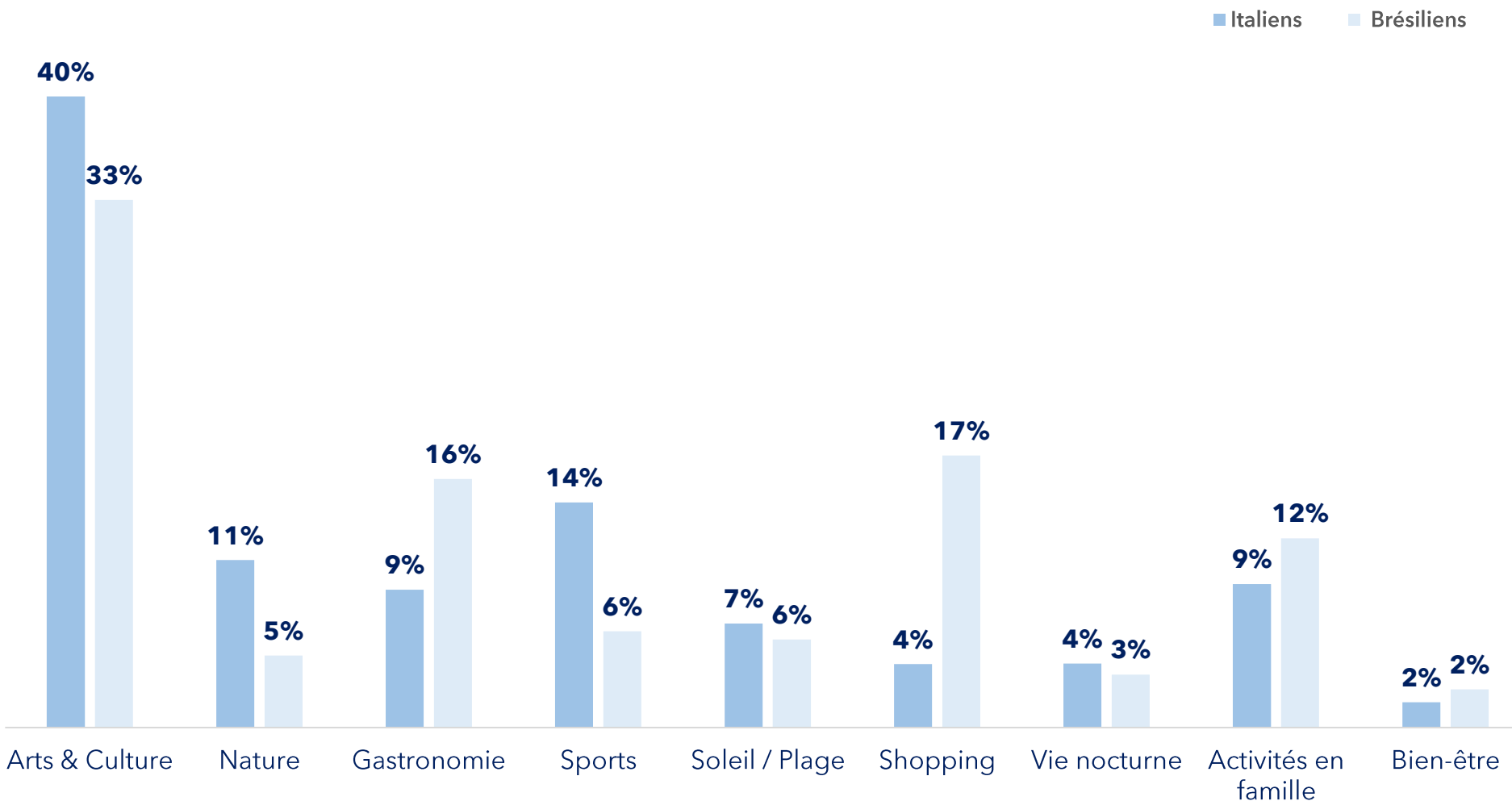
## ▪ Une répartition des intérêts davantage diversifiée

Les activités touristiques axées sur la découverte de la nature font une remarquable percée au sein des mentions sur les réseaux sociaux vs 2019. Cette augmentation est majoritairement soutenue par la clientèle européenne qui semble peu à peu modifier son comportement alors que les touristes « lointains » (Américains, Brésiliens, Mexicains, Canadiens) demeurent plutôt attachés à la découverte du patrimoine et de la gastronomie française.

# Destination France hiver 2023 : comportement des touristes Italiens et Brésiliens sur les RS

Période du 01 janvier au 31 mars 2023 / Source : Mabrian Technologies Travel Intelligence

## Italiens & Brésiliens - Produits touristiques mentionnés sur les réseaux sociaux (%)



### Des intérêts différents...

- Les deux nationalités font preuve d'un intérêt majeur à l'égard du **patrimoine**.
- Concernant les autres produits touristiques, les deux profils sont quelque peu différents :
  - Les **Italiens** mentionnent davantage les **activités sportives** ainsi que les produits associés à la découverte de la **nature** dans l'Hexagone.
  - Les **Brésiliens** associent, quant à eux, davantage la France au **shopping** et à la **gastronomie**.
- Les profils démographiques présentent aussi des différences ; 54% des mentions touristiques des Brésiliens proviennent de la tranche d'âge 35-44 ans alors que les Italiens font preuve d'une répartition plus homogène entre les tranches d'âge 35-44 ans (37%) et 45-54 ans (23%).

**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 perçue 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](mailto:christopheramaciotti@mabrian.com)

[info@mabrian.com](mailto:info@mabrian.com)

[www.mabrian.com](http://www.mabrian.com)

