

PRÉSENTATION

MARCHÉS EUROPE DU NORD

UK, BELGIQUE, PAYS-BAS, DANEMARK, RUSSIE

27 janvier 2022

SOMMAIRE

1

INTRODUCTION

2

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

3

SITUATION SANITAIRE

4

LES GRANDES TENDANCES 2022

5

STRATÉGIE À MENER

SOMMAIRE

1

INTRODUCTION

2

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

3

SITUATION SANITAIRE

4

LES GRANDES TENDANCES 2022

5

STRATÉGIE À MENER

1

INTRODUCTION

Ranking des marchés d'Europe du nord dans le tourisme français

Pays	 Arrivées (en millions)	 Nuitées (en millions)	 Recettes (en millions d'euros)
 UK	13 M (1 ^{er} marché)	84 M (1 ^{er} marché)	4724 M (3 ^{ème} marché)
 Belgique	10,5 M (3 ^{ème} marché)	67 M (3 ^{ème} marché)	5031 M (2 ^{ème} marché)
 Pays-Bas	4,7 M (7 ^{ème} marché)	32 M (8 ^{ème} marché)	1553 M
 Danemark	556 734 (24 ^{ème} marché)	4,3 M (23 ^{ème} marché)	220 M
 Russie	892 456 (14 ^{ème} marché)	7,4 M (15 ^{ème} marché)	347 M

Sources : DGE, Banque de France, enquête EVE.
Banque Mondiale
étude 2016 pour les recettes et
étude 2018 pour les arrivées et nuitées

Arrivées des touristes internationaux
selon la zone ou le pays de résidence



Nuitées des touristes internationaux
selon la zone ou le pays de résidence



Ligne « voyages » de la balance des
paiements par pays



Place de la France sur ces marchés et principaux concurrents

Pays	Quelle place a la France comme destination touristique	Quels sont les principaux concurrents de la France (Ordre décroissant)
 UK	2ème destination 1er ski / 1er court séjour / 1er tourisme d'affaires	Espagne, Italie, US, Irlande
 Belgique	1ère destination 2eme ski / 2eme court séjour	Espagne, Pays-Bas, Italie
 Pays-Bas	2ème destination 3ème ski / 1 ^{er} long séjour	Allemagne, Espagne, Belgique
 Danemark	6ème destination	Espagne, bassin méditerranéen
 Russie	22ème destination 10 ^{ème} rang des destinations européennes après Italie Espagne	Turquie, Grèce, Bulgarie, Russie

SOMMAIRE

1

INTRODUCTION

2

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

3

SITUATION SANITAIRE

4

LES GRANDES TENDANCES 2022

5

STRATÉGIE À MENER

2

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

Prévision de croissance du PIB

	 Danemark	 Pays-Bas	 Belgique	 France	 UK	 Russie
PIB par habitant (en euros)	54 852	52 537	46 598	44 772	40 589	24 979
Evolution du PIB (en 2020)	-2,1%	-3,8%	-5,7%	-7,9%	-9,7%	-3,0%
Prévision de croissance du PIB (en 2021)	3,5%	4,5%	2,6%	6;7%	6,8%	4,8%
Taux de chômage (en 2021)	5,5%	2,9%	6,6%	8,1%	4,1%	4,3%
Prévision de l'inflation (en 2022)	2,9%	3%	5%	2,7%	>6%	X

Sources : Banque mondiale, Banque de France, tresor.economie.gouv.fr

COVID + BREXIT

Ralentissement du commerce avec l'UE de 15% suite au Brexit et grande incertitude pour l'économie britannique du fait de la conjonction de la crise du covid-19 avec les restrictions sanitaires

—— En quelques mots, points communs à l'ensemble des pays :

- **Ralentissement de la croissance** attendue en 2022 (après une grande croissance en 2021)
- **Inflation en hausse** mais variable d'un pays à l'autre
- **Baisse du chômage**
- **Pénurie de main d'œuvre** dans les secteurs économiques et en particulier dans l'HORECA (hôtellerie, restauration et cafés)
- **Augmentation de la dette publique** résultante des mesures prises par les gouvernements pour contrer les effets négatifs de la pandémie

SOMMAIRE

1

INTRODUCTION

2

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

3

SITUATION SANITAIRE

4

LES GRANDES TENDANCES 2022

5

STRATÉGIE À MENER

3

SITUATION
SANITAIRE

—— Préalable

- **Absence de politique sanitaire commune au niveau européen** (illisibilité surtout sur la vaccination des enfants/ la période entre 2 vaccins changeante d'un pays à l'autre)
- **Situations changeantes de façon permanente** et dans l ensemble des pays
- Des **politiques sanitaires** parfois empreintes de **préoccupations politiques locales** (UK, Belgique, etc.), le pass vaccinal ? Télé-travail ?

Mais :

- **Choix de la vaccination pour l'ensemble des pays** afin de lutter contre la pandémie

Plus de détails : https://docs.google.com/presentation/d/1Y3ephJ9GZULfkgQDgfofXcHKYpkr55-vKp_76Dm6pcs/edit?usp=sharing

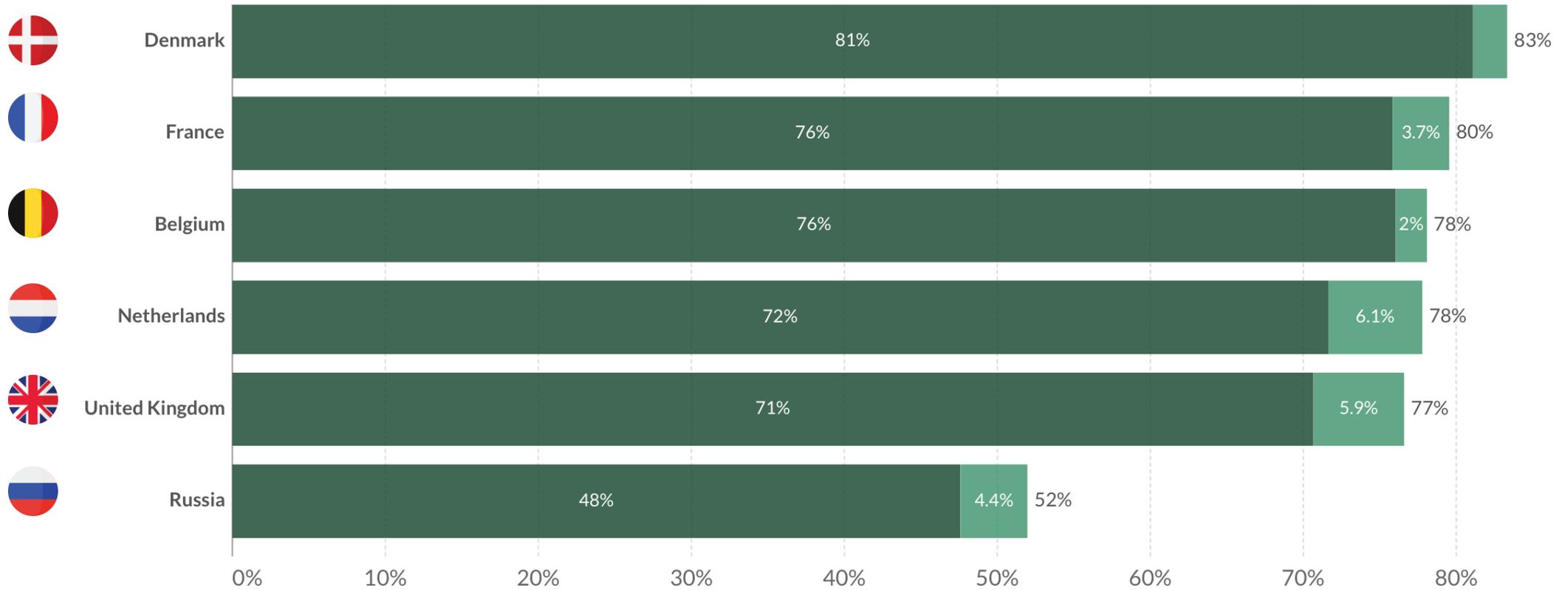


VACCINATIONS

Taux de vaccination par pays

Part des personnes vaccinées contre le COVID-19

■ Part des personnes entièrement vaccinées contre le COVID-19
 ■ Part des personnes seulement partiellement vaccinées contre le COVID-19

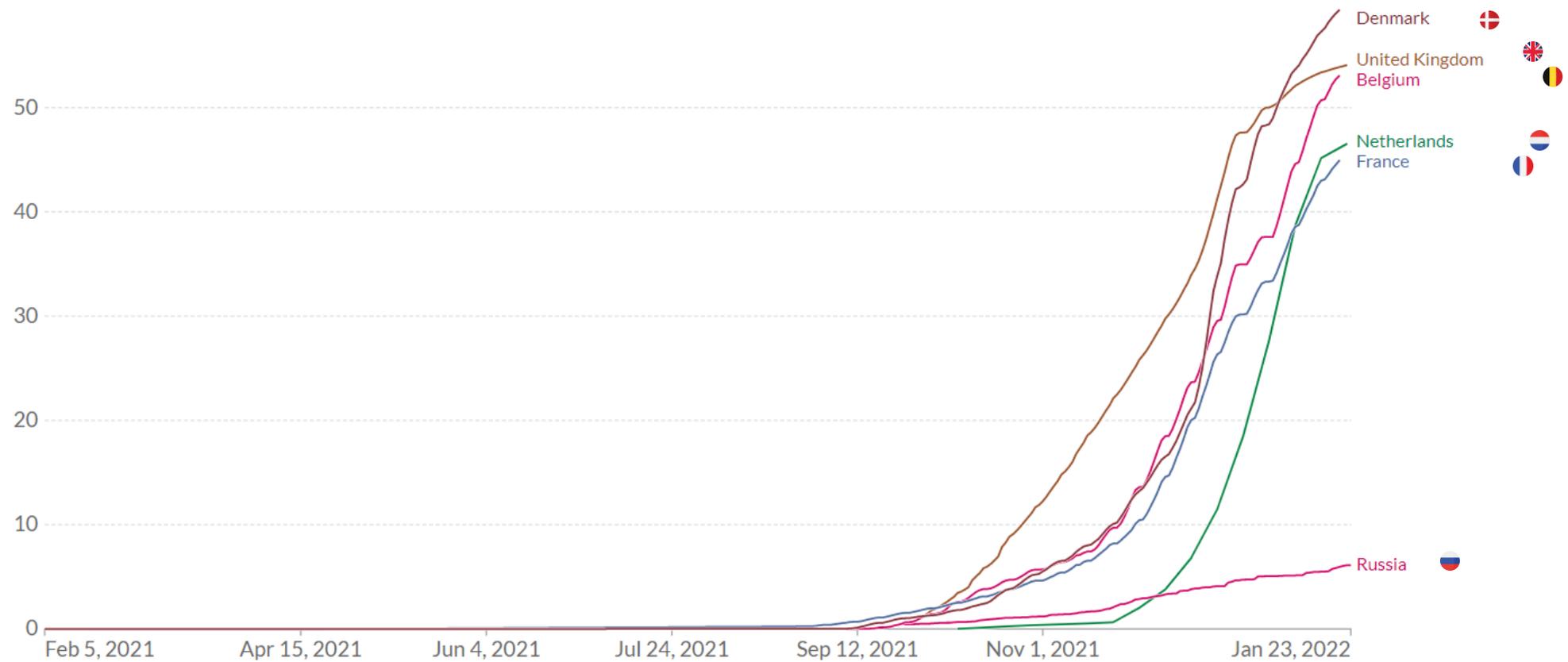


Source : Our World Data in Data



Dose de rappel (3^{ème} dose)

Dose de rappel (booster) du vaccin COVID-19 administrés pour 100 personnes



Source : Our World Data in Data

Source : Our World Data



LES INCIDENCES POUR LES VOYAGES DE LOISIRS ET D’AFFAIRES



- **À compter du vendredi 14 janvier 2022** : suppression du motif impérieux
- **Tous les voyageurs, vaccinés ou non** : doivent présenter au départ un test négatif (PCR ou test antigénique) de moins de 24h
- **Pour les voyageurs vaccinés** : plus d'obligation de respecter une période d'isolement au retour
- **Pour les voyageurs non vaccinés** : obligation de s'enregistrer, avant leur départ, sur la plateforme numérique EOS, et à leurs arrivées en France, d'observer une période stricte de quarantaine de 10 jours à ce lieu, cette quarantaine sera contrôlée par les forces de l'ordre

—— Pays-Bas

- **Pas d'interdiction pour les voyages** dans le respect des consignes du pays de destination
- **Pour aller en France** : pas de contraintes pour les personnes avec un schéma vaccinal complet ou remises du COVID (certificat de rétablissement) depuis moins de 6 mois ; test négatif -24h pour les personnes au schéma vaccinal incomplet.
- **Pour revenir aux Pays-Bas** : pas de contrainte pour les personnes avec un schéma vaccinal complet ou remises du COVID depuis moins de 6 mois ; test négatif -48h PCR ou -24h antigénique pour les personnes au schéma vaccinal incomplet

Belgique

- **Pas d'interdiction pour les voyages** en France dans le respect des consignes du pays de destination
- **Pour aller en France** : pas de contraintes pour les personnes avec un schéma vaccinal complet ou certificat de rétablissement depuis moins de 6 mois ; test négatif -24h pour les personnes au schéma vaccinal incomplet
- **Pour revenir en Belgique de France** (zone rouge): remplir le formulaire de localisation des passagers (PLF) dans tous les cas de figure. Si pas de vaccination, faites-vous tester PCR ou antigénique le premier jour J+1 ou le deuxième J+2 après votre retour de voyage. Faire nouveau test PCR ou antigénique J+7 (Les enfants de moins de 12 ans ne doivent pas être testés (mais doivent respecter la quarantaine jusqu'au moment où les résultats de leurs parents sont connus).

Russie



- **Obligation** d' un visa valide pour entrer en France
- **Obligation** d'être vaccinés mais avec un vaccin reconnu par l'Agence Européenne des médicaments et Tests PCR ou d'un test antigénique (TAG) réalisé moins de 48h avant le vol pour les personnes vaccinées de +12 ans

Peu de réservations en 2021 car la Russie était classée zone rouge toute l'année, difficultés de se faire vacciner avec un autre vaccin que Spoutnik, faible desserte aérienne



Danemark

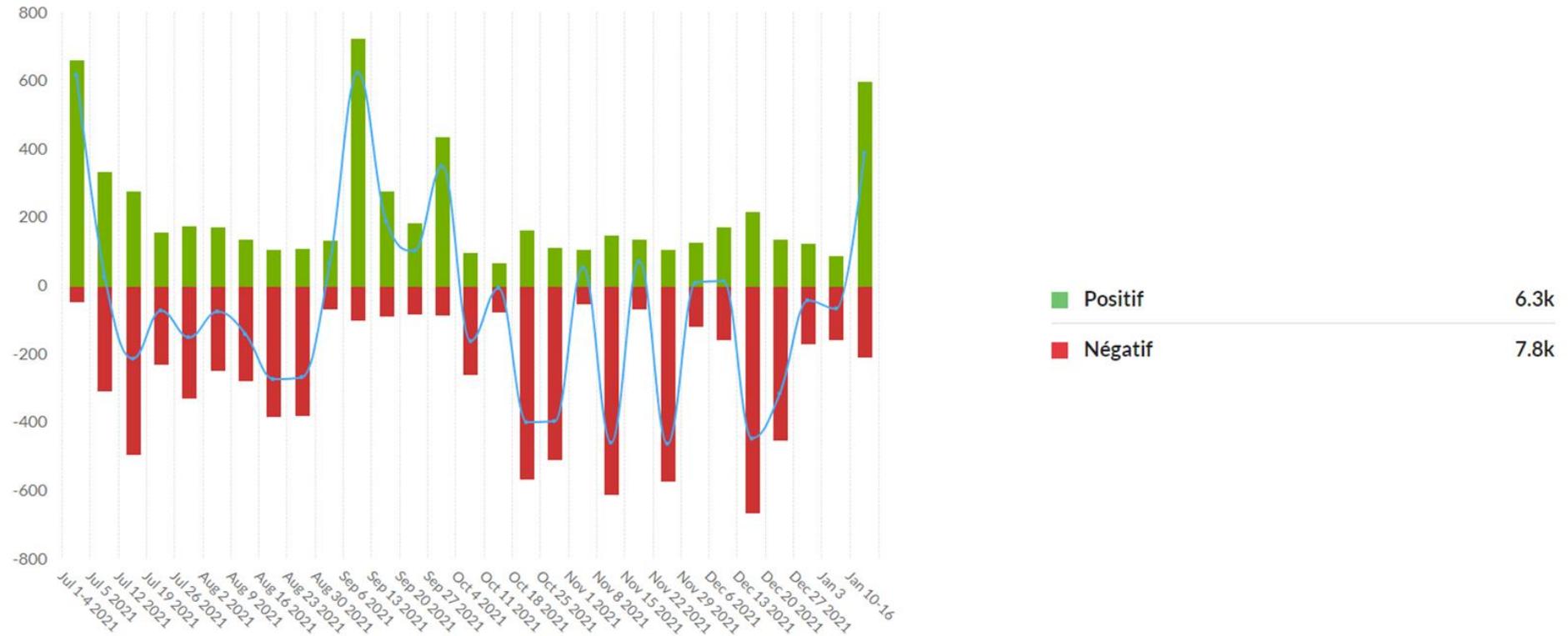
- Il n'y a **pas de restrictions de voyage** vers la France



**AMÉLIORATION DE LA SITUATION :
AMORCE D'UNE SORTIE DE CRISE ?**

Veille : Meltwater media online

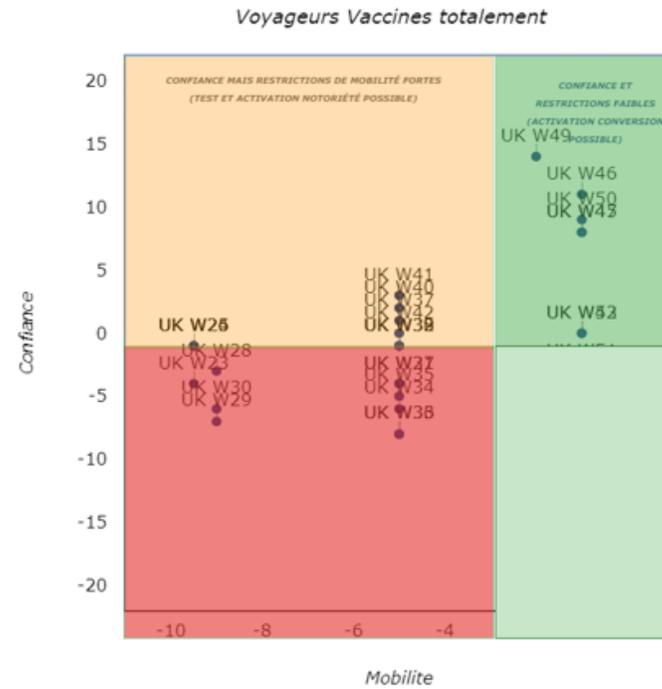
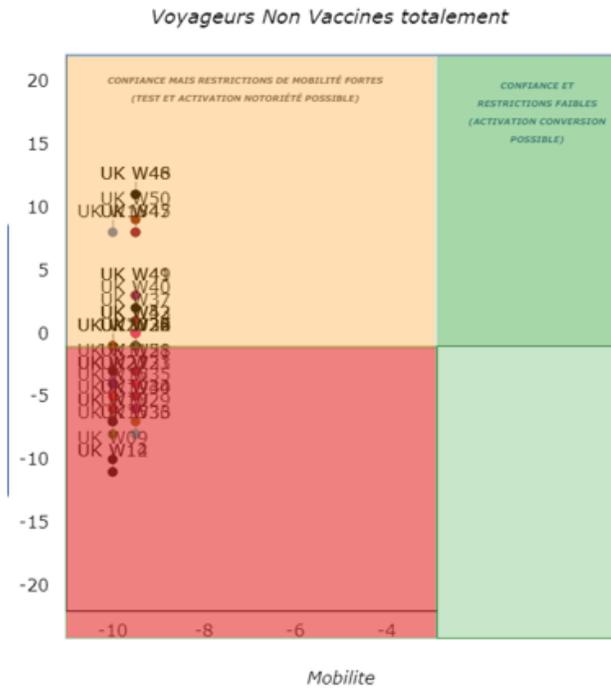
Opinion Paneuro 10 pays



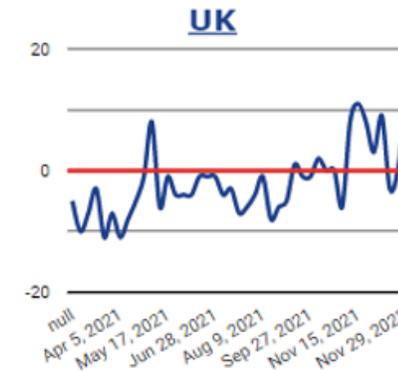
1 juil. 2021 - 16 janv. 2022

Le widget de tonalité indique la couverture médiatique selon les mentions à caractère positif ou négatif vis-à-vis d'une marque, d'un produit, d'un évènement ou de tout autre sujet au cours d'une période donnée.

UK : Indicateurs d'évolution de la confiance vs mobilités vers la France



Année 2021 qui se termine avec un sentiment plus positif (semaine 52) des britanniques totalement vaccinés. Ce sentiment est en augmentation progressive avec la relaxation des restrictions sur les voyages vers et retour depuis la France.



Source: Data Studio. Dernière mise à jour: le 10 Janvier 2022



SITUATION DU SECTEUR PROFESSIONNEL SUITE À LA PANDÉMIE

— UK



Loisirs

État des lieux et évolution de la demande

- Une clientèle disposant d'un pouvoir d'achat renforcé et enclin à voyager et recherchant des vacances balnéaires et courts séjours
- Une demande concernant les offres sur le marché du mariage avec célébration et voyages de noces auprès de destinations "soleil" proches
- Recherche d'authenticité et tourisme durable dans l'offre produits

— UK



MICE / Affaires

- Optimisme et reprise annoncée en Mars
- Déplacements locaux et régionaux essentiellement
- Exigences sur les conditions de Santé (sélection d' Hôtels et salles offrant la possibilité de distanciation sociale) et de sécurité
- Développement durable au cœur des déplacements et évènements professionnels (Programme éthique, empreinte carbone, moins de nuitées et déplacement sur place)
- Innovation: healthtech, Fintech, Start-ups
- Regain d'appétence pour les contacts en direct après deux ans de contacts virtuels

—— Belgique



Loisirs

État des lieux

- Pas d'évolution marquante du paysage intermédierité
- Quelques faillites d'agences (une dizaine) : TO groupe ICTAM Voyages, TO Exclusive Destinations dont la marque a été reprise par le TO Pégase, Ornella Travel, Tellus et Tristar et dernièrement Alizés Travel, sans doute la plus grande faillite due au coronavirus
- Mais si la **situation perdure**, fermetures, faillites, restructuration verront le jour en 2022-2023

Évolution de la demande :

- Demande plus forte de destinations nature mais faible impact pour l'instant sur la production
- Cela reste une tendance à laquelle les professionnels seront donc plus attentifs à ce type d'offres mais ne prendront pas le virage à 360° d'adapter leur offre en ce sens.

—— Belgique

Loisirs

État des réservations

- Réservations dernière minute majoritairement
- Diminution de la demande des city-trips au profit des grands espaces

—— Pays-Bas

Loisirs

État des lieux

- Peu de faillites et reconversion de certains TOs sur des destinations plus proches accessibles en voiture et sur une offre haut de gamme notamment sur la France (en Hôtellerie de plein air et hébergements insolites)
- Nouvelle programmation de la France chez certains tour-opérateurs « produits packagés soleil » afin de répondre à la demande de destinations de proximité en voiture

Évolution de la demande :

- Appétence pour le **littoral** et la **campagne**, activités de plein air, milieu naturel et convivialité, circuits courts. **dans le respect de l'environnement et des habitants**
- Recherche de **grands espaces**, destinations moins fréquentées
- Demande pour des locations de maisons et villas, **locatif indépendant** et plutôt **haut de gamme**
- Préférence pour **emplacements et locations haut de gamme** avec sanitaires privés en Hôtellerie de plein air
- Tourisme itinérant, **forte augmentation des ventes de camping-cars** sur 2020 et 2021, itinérance France et/ou Europe avec rajeunissement des cibles sur ce type de mode de vacances

—— Pays-Bas

Loisirs

État des réservations

- **Réservations en (toute) dernière minute** avec importance des conditions d'annulations / remboursements (y compris sports d'hiver)
- Tendance à l'augmentation du budget vacances car épargne
- Relance des réservations depuis le début de l'année (surtout ski)
- Nécessité de **renouveler l'offre** en permanence car concurrence très forte
- Besoin de **se distinguer** tant dans les **prix** (à mettre en ligne dès que possible) que dans la **qualité**

—— Pays-Bas

MICE / Affaires

- Un marché au ralenti qui devrait retrouver un niveau d'activités normal d'ici à deux ans (2022-2023)
- Seuls départs de groupes en nombre très limité
- Demande des clients de retrouver au plus vite possible une **activité en présentiel**
- Demande vers des **formules de voyages respectueuses de l'environnement** (destinations de proximité, choix du train plutôt que l'avion)

— Danemark

Loisirs

État des lieux

- Fin des aides financières gouvernementales et de la prise en charge des salaires jusqu'à 75% et des coûts fixes jusqu'à 80%
- Remboursement obligatoire d'annulations de séjours aux consommateurs (situation délicate entre le TO qui est obligé de rembourser et le prestataire qui ne rembourse pas ou propose des faire valoir)
- Renouveau du paysage de l'intermédiation avec rachats, faillites, nouveaux acteurs)

Évolution de la demande :

- Une clientèle de plus en plus tournée vers le digital
- Une demande de produits de qualité et recherche d'un bon rapport qualité-prix
- Garantie soleil et art de vivre
- Une demande nette exprimée pour des vacances au printemps
- Reprise du MICE attendue au printemps 2022 mais avec des exigences sanitaires et environnementales accrues

— Danemark



Sur l'aérien

- **Impact des nouveaux acteurs** aériens FLYR, WIZZAIR... sur la fréquentation de la clientèle des pays nordiques sur la France et reprise rapide des connections aériennes (nouvelles dessertes)
- **Baisse moins faible que les autres marchés** (UK...) -1,1% pour le Danemark, -5,5% pour la Suède alors que -75% pour le UK et – 93% pour la Russie

SOMMAIRE

1

INTRODUCTION

2

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

3

SITUATION SANITAIRE

4

LES GRANDES TENDANCES 2022

5

STRATÉGIE À MENER

4

LES GRANDES TENDANCES 2022 POUR CES PAYS

—— **Constats 2021** par rapport à 2020 et 2019

- **Beau rebond de la destination France constatée** en 2021 par la clientèle étrangère (de 15% à 30% suivant les régions) mais bien en dessous de 2019 (de 20% à 45%)
- **Dépenses** des touristes étrangers en 2021 en **très net décrochage favorable** par rapport aux touristes français
- Les **marchés les plus résilients** et visibles en 2021 ont été les marchés **accessibles en voiture** (Belgique, NL et Suisse voire Allemagne)
- Les **marchés les plus fragilisés** ont été les marchés **accessibles en avion** (UK, Russie ...) à l'exception des pays scandinaves

—— Tendances pour l'ensemble des marchés

Les marchés ont **commencé à s'adapter** à la réalité de la COVID-19

- Priorité à la **sécurité** et au **bien-être personnel** des voyageurs (importance de passer du temps en famille ou entre amis)
- Envie de voyager de manière **plus responsable et consciente**, en mettant davantage l'accent sur la durabilité, quitte pour plus de la ½ à payer plus cher pour un voyage plus respectueux de l'environnement ou une destination moins fréquentée pour réduire les effets du tourisme de masse

—— Tendances pour l'ensemble des marchés

- Recherche de la clientèle à valoriser davantage leurs vacances et à s'investir dans **des expériences uniques**
- De plus en plus de voyages **courts et fréquents** (peu et souvent)
- Grande importance aux **voyages flexibles** (possibilité de modifier son séjour flexibilité tarifaire...)
- Combiner pour certains, **travail et loisirs** (télétravail) et prolonger un voyage d'affaires par quelques jours de vacances, ou vice versa
- **Augmentation du budget vacances** notamment pour la jeune génération

SOMMAIRE

1

INTRODUCTION

2

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

3

SITUATION SANITAIRE

4

LES GRANDES TENDANCES 2022

5

STRATÉGIE À MENER

5

STRATÉGIE À MENER SUR CES PAYS

—— Stratégie à mener sur ces pays

- **Constat de l'excellente résilience** des marchés belge et NL face à la crise... Nécessité de l'entretenir et de la conforter
- **Rebond attendu du marché UK en 2022** qui aura pour objectif de récupérer ce qui été perdu :
 - Renforcer l'accessibilité aérienne et redynamiser les flux aériens et ferroviaires
 - Soutenir les transporteurs
 - Retrouver la clientèle habituelle et fidèle notamment pour l'offre ski et tourisme urbain
- **De continuer à accompagner**, informer et rassurer les professionnels (loisirs dans la diversité de leur offre et Affaires)
- Sur l'ensemble des marchés, capitaliser sur notre **culture**, notre **patrimoine**, développer une **approche durable** de notre tourisme et profiter de la **médiatisation au niveau mondial** de nos grands **événements sportifs à venir** notamment les JO 2024 pour remettre en avant la destination France dans une approche touristique

SOMMAIRE

6

CONTACTS

— Vos contacts sur chacun des marchés



UK

Gwenaëlle Delos - Gwenaelle.Delos@atout-france.fr



Belgique & Luxembourg

Vincent Toulotte - Vincent.Toulotte@atout-france.fr



Pays-Bas

Fabienne Javault - Fabienne.Javault@atout-france.fr



Danemark & Scandinavie

Benoît Chollet - Benoit.Chollet@atout-france.fr



Russie & Ukraine & Kazakhstan

Elena De-Beauchamp - Elena.De-beauchamp@atout-france.fr

A T O U T
F R **A** N C E

Agence de développement
touristique de la France