

Etats-Unis

Workshop France 360

17 au 19 octobre présentiel et 25 au 27 octobre virtuel 2022



Cécile Ambacher- 15/02/2023

1) La conjoncture économique et le contexte :

Les Etats-Unis sont grands comme 17 fois la France (9 833 517 km²) et comportent 48 états (+2)
332.6 Millions d'habitants

En 2022 :

Après la pandémie COVID 19, les Etats-Unis ont connu une reprise de l'économie (suite aux plans de relance en 2021 de l'administration Biden). Cependant les indicateurs sont au ralenti mais plutôt favorables à la consommation à long terme.

PIB : +1,85%

Taux intérêt = 3,25%, taux change \$1= 1€

Chômage : 3,7% (4,8% en 2021)- indice de confiance des entreprises =50,7% (61,1% en 2021) et consommateurs : 59,9% (72,8% en 2021)

On espère en 2023 une inflation à 1,9% à la place de 8,5% actuellement. Par contre le taux de chômage augmenterait légèrement à 4,7%.

2) La conjoncture touristique :

Comité Régional du Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté

5 av. Garibaldi - BP20623 - 21006 Dijon Cedex

Tél +33(0) 3 80 28 02 80 - Fax +33(0) 3 80 28 03 00

info@bfctourisme.com

SIRET 820 657 971 00017 - APE 7990Z

www.bourgognefranchecomte.com

Les Américains en France =

Les arrivées des touristes américains en France ont repris. Si l'on compare à l'avant crise (2019), le nombre de passagers a baissé de 20% mais le revenu apporté par les touristes des Etats-Unis comparé à celui de 2019 a augmenté de 27,1%, ce qui est le taux le plus fort comparé aux autres touristes internationaux arrivant en France (+19,3% pour la Belgique ou +1,7% pour l'Allemagne) !

Les touristes américains plébiscitent en 1er le Mexique, ensuite le Royaume Uni, l'Italie, le Canada et la France (5^{ème} position).

Etats américains qui voyagent le plus en France = **New York, Californie, Floride, Texas** (le Texas est un bassin en forte progression à pouvoir d'achat élevé et insuffisamment sollicité), **Illinois et Massachusetts**.

Reprise des voyages (surtout pour les Millennials). Parmi les Américains qui envisagent un séjour loisirs au cours des 6 prochains mois, 63% vont aux USA, 13% hors Europe et sur les 23% allant en Europe, 38% envisagent la France.

Le repos, farniente, convivialité représentent 64% des envies des Américains lors d'un prochain séjour de loisir. On note que l'intitulé « profiter d'endroits peu fréquentés » augmente de + 5% par rapport à novembre 2021.

Le taux d'intermédiation* a été renforcé par la pandémie : 75% pour les voyages (meilleur service, prix, rapatriement aux USA assuré = les Américains disposant en moyenne de 10 jours de congé par an veulent en profiter pleinement sans perdre de temps en démarches administratives). Les réseaux d'agences sont les incontournables du marché américain : Internow, Ensemble Travel Group (regroupe Travel Edge et Travel Edge Network) – JP Morgan en 2022 achète Frosch qui avait acheté Valerie Wilson Travel Group en 2021.

Les agences de voyage sont en progression par rapport à 2021 (+5%) – 64 000 agences en 2022 dont 45% d'agences traditionnelles, 18% d'agents travaillant à domicile affiliés à une agence et 37% d'agents travaillant à domicile indépendants.

Les consortia et groupements les plus importants sont : Travel Leaders Network, Virtuoso, Signature, Ensemble, Travelsavers.

Tendances 2022 notées par Atout France USA

OTA (Online Tourism Agency) tiennent environ 35 à 37% du marché américain du voyage = en 2019, 2 acteurs principaux se partageaient 92% du marché US = Expedia Group et Booking Holdings mais en 2022, **Hopper** est le 3^{ème} acteur qui monte (Hopper devance Booking et Expedia sur la 1^{ère} moitié de 2022 = 28% Hopper, 27% Booking et 24% Expedia)

La croisière fluviale voit sa popularité en pleine croissance.

Pour rappel, en 2021, les Etats-Unis représentent 3,7% des touristes internationaux pour la Bourgogne.

Source : Atout France et Observatoire du tourisme

**Taux d'intermédiation : il s'agit de la part des achats ou réservations effectuées auprès d'un intermédiaire (agence de voyage, tour-opérateur, grossiste, etc.)*

3) La présentation de la Vallée de la Gastronomie et le workshop :

- a) **Le workshop – rendez-vous de 15mn les 18 et 19 octobre 2022 en présentiel à Miami puis du 25 au 27 octobre 2022 en visio conférence depuis la France :**

En présentiel à Miami : une trentaine de rendez-vous qui ont défini plusieurs types de demandes :

Des agences et tour-opérateurs référençant déjà la Bourgogne cherchent les nouveautés (hébergements, réceptifs (DMC) pouvant les aider en France à accueillir les voyageurs et à coordonner le programme). Ils aiment venir nous voir pour dialoguer et échanger sur les nouveautés, en particulier sur les nouvelles ouvertures d'hébergements.

Les hébergements de qualité (4 à 5 étoiles minimum), de charme et aussi l'exclusivité sont recherchés.

Beaucoup d'agences qui ne proposaient pas la France dans leur panel avant la crise COVID souhaitent avec la reprise des voyages outre-atlantique, développer la destination et recherchent toute forme d'information utile. Soit en destination unique « la Bourgogne » sur 3 ou 4 nuitées, soit en l'associant avec une autre destination européenne (pays comme l'Italie) ou une autre région (Champagne ou Vallée du Rhône dans le cadre de la Vallée de la Gastronomie, suite à notre présentation du 18/10/22).

Du 25 au 27 octobre 2022 en visio : 35 rendez-vous. La majorité des OTA (agents de voyage en ligne) souhaitent des informations générales sur la Bourgogne ou des idées d'itinéraires sur 3 jours (arrivé à Paris). Il est à noter un développement important de ces personnes indépendantes qui proposent des voyages à leur clientèle (travaillent en ligne uniquement). Elles sont très motivées et curieuses de toutes les nouveautés.

- b) **Une présentation du produit touristique « Vallée de la Gastronomie » programmée mardi 18 octobre 2022 de 8h à 9h00 à Miami organisée avec Atout France USA (Hôtel Biltmore à Miami)**

Cet itinéraire traversant 3 territoires (Bourgogne, Vallée du Rhône et Provence) vise à valoriser des expériences remarquables liées à la gastronomie le long de la Vallée. Une audience d'environ 65 personnes (agences, tour-opérateurs) a suivi la présentation en direct, animée par les représentants des régions Auvergne-Rhône

Alpes et Bourgogne- Franche-Comté, accompagnés de partenaires français de la Vallée de la Gastronomie (Offices de tourisme, agences réceptives, hôtels...) Atout France USA était aussi présente à la présentation.

L'assistance a beaucoup apprécié les exemples précis de d'expériences à vivre le long de la Vallée de la Gastronomie, ainsi que la variété des offres qui allait d'un atelier moutarde à une expédition en bateau pour une sortie pêche en Méditerranée ! La présentation de l'offre incluant plusieurs régions a donné un bel exemple de coopération entre territoires français. Elle a créé une dynamique forte d'une offre touristique en réseau, qui facilite sa vente par les agences/tour-opérateurs américains (grâce à des agences réceptives (DMC) françaises qui commercialisent des programmes sur la Vallée de la Gastronomie). L'auditoire a beaucoup apprécié la cohérence du produit touristique de la Vallée de la Gastronomie.

A noter : 2 partenaires présents pour la Bourgogne ont présenté leur offre : Office de Tourisme de Dijon Métropole et l'Hôtel le Cèdre à Beaune.



Les idées importantes à noter, découlant de ces rendez-vous en présentiel et en ligne du 18 au 19 puis du 25 au 27 octobre 2022 :

La destination France sort renforcée de la crise sanitaire : elle est une des principales destinations plébiscitées par les voyageurs nord-américains avec la reprise des voyages. Elle est un classique qui rassure, s'incluant dans les tours en Europe, douceur de vivre, qualité de la gastronomie, romantisme sont des valeurs chères aux Américains.

La majorité des demandes concerne une clientèle individuelle haut de gamme encore plus attentive à l'exclusivité et à la qualité après la crise, ou de petits groupes ou regroupement familiaux. Les groupes dépassent rarement 10/15 participants.

L'accès en TGV direct depuis Paris est à valoriser, voyager en TGV est une expérience que la plupart des Américains souhaitent vivre, sachant que la majorité arrive en France depuis les USA par l'aéroport Paris-Charles de Gaulle.

Les services de voiture avec chauffeur pour une prise en charge dès leur arrivée restent fortement demandés.

Conclusion :

Le nombre de rendez-vous important sur ces 2 rencontres (60 à 65) a confirmé la curiosité des Américains pour la Bourgogne. Il y a une vraie envie de reprendre les voyages et renouer avec l'Europe. La Bourgogne correspond à ce retour vers des valeurs classiques telles que la convivialité, traditions, diversité des offres et qualité.

La crise liée au COVID19 a entraîné un besoin de réassurance et de partage en petite communauté de moments dédiés. Les tour-opérateurs et conseillers dans les agences recherchent davantage des destinations hors des sentiers battus et la Bourgogne correspond à cette quête.

Le touriste américain a toujours eu l'envie de partager des expériences uniques et de faire des initiations à la cuisine, à la culture française. Il rêve de s'initier à la dégustation des vins de Bourgogne afin de devenir expert, par exemple. Ces rencontres ont permis de les rassurer, de les décomplexer et de leur montrer que c'était possible et facile à organiser.

Les préconisations :

Etre attentif à valoriser toute nouveauté intéressante pour un tour-opérateur américain : nouveaux hôtels, circuits, musées représentatifs de la douceur de vivre et qualité à la française. Valoriser les classiques de la Bourgogne en les présentant sur un angle nouveau : patrimoine, gastronomie, fluvial. Rassurer la clientèle américaine en insistant sur la qualité de l'accueil qu'ils trouveront sur place et la prise en charge de leurs vœux.

C'est pourquoi il est important de participer tous les ans à ce workshop organisé par Atout France pour ne pas se faire oublier. Les tour-opérateurs et agences de voyages américains adorent le contact en direct avec les partenaires français pour partager l'évolution des demandes de leur clientèle qui évolue vite. Les Américains sont fidèles et aiment retrouver les destinations représentatives de la France. La Bourgogne en fait partie.

Pour plus d'infos : contact : c.ambacher@bfctourisme.com

LA BOURGOGNE 

Comité Régional du Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté

5 av. Garibaldi - BP20623 - 21006 Dijon Cedex

Tél +33(0) 3 80 28 02 80 - Fax +33(0) 3 80 28 03 00

info@bfctourisme.com

SIRET 820 657 971 00017 - APE 7990Z

www.bourgognefranche-comte.com