

# FAM TRIP Europe Express –USA- 8 au 12 juillet 2017

Cécile Ambacher- 19/10/2017

## 1) Données économiques :

Population : 318 857 056 habitants (17 fois la France)  
50 Etats, 9 363 123 km<sup>2</sup> – 4<sup>ème</sup> pays le + étendu du monde

PIB : 17 419 milliards de dollars, taux de croissance annuel : 2,2% (2016)

Taux de chômage : 4,4% en mai 2017 (-0,1 point sur un mois, son plus bas niveau depuis mai 2007) avec 13,5 millions d'emplois créés depuis la sortie de crise.

Avec un taux de chômage de 4,4% pour la première fois depuis mai 2007, l'économie américaine frôle le plein emploi, ce qui signifie que les employeurs vont devoir augmenter les rémunérations pour pourvoir des postes. Le salaire horaire moyen a ainsi augmenté de 7 cents pour atteindre 26,19 dollars, soit presque +0,3% sur le mois et +2,5% sur un an.

En avril, ce sont les secteurs de l'hôtellerie et des loisirs (+55.000), de la santé (+37.000), des services financiers (+19.000) et des mines (+9.000) qui ont embauché le plus. Le nombre de chômeurs s'est établi à 7,1 millions, contre 7,2 millions le mois d'avant et surtout, le nombre de personnes qui ne trouvent qu'un emploi à temps partiel a reculé de presque 300.000 à 5,3 millions.

Contexte actuel : Dollar fort et taux de change favorable, baisse du prix du pétrole et augmentation des salaires ce qui implique une augmentation du pouvoir d'achat des Américains aux Etats-Unis et à l'étranger.

Les bassins porteurs de croissance sont la Californie, la Tri-state area -New-York, New Jersey et Connecticut-, le Texas, la Floride et la Région des Grands lacs.

Les enjeux démographiques (passage des Papy-Boomers aux Millenials -personnes nées entre 1980 et l'an 2000- qui représentent 75 millions d'individus de 18 à 35 ans – 25% sont parents et 69% aspirent à l'aventure-) sont importants car les aspirations et les demandes en matière de voyages sont différentes. Il faudra veiller à s'adapter à un esprit plus aventurier de cette nouvelle génération de touristes américains pour les capter sur la destination France (la France n'est pas dans leurs top 5 des destinations à visiter).

Le marché touristique américain est cependant aujourd'hui mature et résiste bien au contexte conjoncturel pourtant complexe. Favorisés par une économie dynamique, un taux de change très favorable ces dernières années, ainsi que par un taux de chômage très faible, les Américains voyagent de plus en plus à l'étranger et notamment en Europe. A ceci s'ajoute une augmentation de la détention de passeport (1989 : 3% / 2014 : 38%) qui représente une opportunité pour le tourisme en Europe.

Source : Atout France, le Figaro.fr avec AFP

## 2) Données touristiques :

33% des touristes américains partent à l'étranger, soit 3,6 millions d'arrivées dont 21 millions de nuitées marchandes. Ils représentent un marché relativement stable (recette de 2,4 milliards d'euros).

Les Etats-Unis constituent le premier marché émetteur «long courrier» vers l'hexagone. La distribution de voyages reste fortement «intermédiaire», mais en très forte évolution. Le secteur de la distribution de voyages fait preuve d'un grand dynamisme aux États-Unis et malgré les consolidations de groupes, les innovations technologiques et le développement des nouvelles économies de partage, les tour-opérateurs et les agences de voyages se portent plutôt bien, à l'image de l'expansion des croisières fluviales ou de l'apparition de nouveaux opérateurs aériens.

Profil des touristes américains :

Classes socioprofessionnelles supérieures – revenus annuels supérieurs à \$80.000

Hébergement marchand : 3, 4 et 5 étoiles. Budget moyen pour l'ensemble du voyage : \$4053 par personne, voyagent en individuel

Forces de la destination : gastronomie, oenotourisme, shopping et visites culturelles  
Faiblesses : accueil, rapport clientèle, qualité/prix, sécurité, qualité de l'hébergement et de l'environnement.

Période de voyages : en été du 15 mai au 15 juillet avec un pic à la mi-juin, puis reprise à la mi-septembre , durée moyenne des séjours : 5,8 nuitées en France.  
Période de réservation : plus importante entre la mi-mars et la mi-juin.

(Source Atout France)

### 3) Eductour en Bourgogne-Franche-Comté

8 agences (meilleures agences du réseau d'agences de voyage haut de gamme Signature) ont été invitées par Europe Express à une découverte d'une destination française : la Bourgogne-Franche-Comté avec une journée en Champagne en amont.

Participant·es : Plaza Travel, Janelle & Co Travel LLC, Around the Globe Travel, Carson Vacations – CP, Atlas Travel, Palm Coast Travel, Travelex International, Travestore et Europe Express + Atout France (accompagnement). Vaste panel d'agences situées sur la côte Est (New-York), et Ouest (Californie) ainsi qu'au Texas et en Illinois...



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](http://www.bourgognefranchecomte.com)

Après une arrivée sur Reims et une visite de Reims et de ses caves, le circuit prévu était de 4 jours sur la région (arrivée samedi soir 8 juillet sur Dole et départ mercredi 12 juillet matin de Joigny).

Une arrivée à Dole a permis de donner un aperçu de la ville au pied de sa collégiale. Le groupe a apprécié la facilité d'accès à pied au centre historique et la douceur de vivre. Le bus a suivi quelque temps le trajet du Tour de France –encore tout pavoisé- que le peloton avait emprunté la veille, ce qui a donné un peu de piquant au parcours !

Les participantes ont découvert les vins du Jura à Arbois accompagnés de chocolats d'Edouard Hirsinger (meilleur ouvrier de France) et dégusté les vins de Bourgogne au Château de Pommard, sans oublier la moutarde à Beaune et le cavage des truffes à l'Or des Valois ! Le tout complété par plusieurs repas gastronomiques, pour se terminer en beauté à la Côte Saint Jacques à Joigny (chef étoilé Jean-Michel Lorain).

Plusieurs visites guidées de sites ont ponctué l'éductour : Maison Pasteur, Hospices de Beaune, centres historiques de Dijon, Vézelay et Auxerre.

Les agences ont aimé principalement :

La gastronomie et la qualité des repas et des vins  
Le patrimoine historique très riche et non détruit par les guerres (villes, abbayes...)  
L'accueil généreux des partenaires associés à l'éductour

Les agences auraient apprécié avoir un peu plus de temps pour faire du shopping (c'était un groupe exclusivement constitué de femmes)  
Et ont eu quelque difficulté à vivre sans air conditionné quand il faisait chaud !

## Conclusion :

Dans un contexte où la vente de la destination France n'est plus automatique car fragilisée par les derniers événements et par la concurrence d'autres marchés (marché domestique, canadien mexicain et européen), ces agences ont été convaincues de la beauté, qualité et diversité de l'offre de la région.

C'est une destination française rassurante pour les voyageurs américains car plus sécurisante, à l'écart de grands centres touristiques. Connaissant peu la destination, ces responsables ont des difficultés à évaluer les distances entre les villes et à identifier les points forts du territoire. Proposer des circuits types dont ces agences pourraient s'inspirer serait une bonne aide pour les inciter à inclure la destination.



Vous pouvez obtenir les contacts obtenus lors de cette journée professionnelle en contactant : [c.ambacher@bfctourisme.com](mailto:c.ambacher@bfctourisme.com)



**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](mailto:info@bfctourisme.com)

SIRET 820 657 971 00017 - APE 7990Z

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