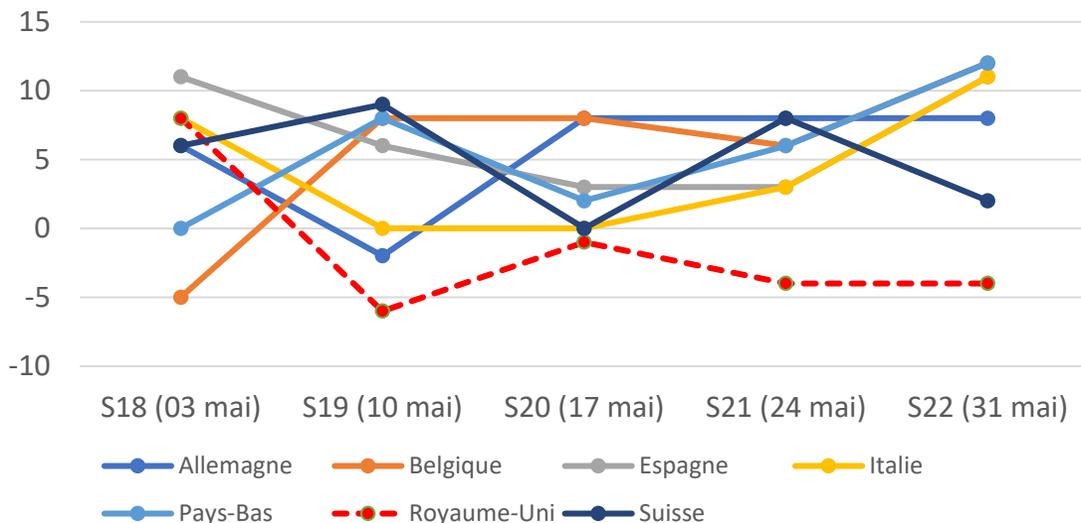


Campagne de communication paneuropéenne  
*Suivi de la reprise  
des marchés touristiques européens*



# ANALYSE DES MARCHES TOURISTIQUES EUROPEENS – SEMAINE 22

Evolution hebdomadaire de l'indicateur de confiance



## Marchés prioritaires

- **Allemagne** : en raison de l'allègement des contraintes de mobilité, l'intérêt des Allemands pour la France en général et l'Île-de-France se confirme de plus en plus. Campagne de conversion à activer.
- **Belgique, Pays-Bas** : net redressement de l'indicateur de confiance. La recherche « France » dans la catégorie voyages dépasse les niveaux de l'année 2019. Pour l'Île-de-France, la fréquentation est en hausse de même que les réservations.
- **Italie, Espagne** : en raison de l'amélioration de la situation sanitaire et de l'allègement des contraintes de mobilités, les intentions de séjours de ces marchés, essentiels pour la destination, sont en nette progression. Campagnes de conversion à activer.
- **Suisse** : détérioration de l'indicateur par rapport à la semaine précédente avec un positionnement toujours favorable pour l'activation des campagnes de notoriété.
- **UK** : le développement du variant indien est source d'inquiétudes et entraîne un durcissement des restrictions de mobilité entre l'Europe et le UK. L'indicateur de confiance reste dans la zone rouge. La fréquentation des Britanniques pendant la saison estivale semble compromise.

Baromètre semaine 22		Contraintes de mobilité		
		Faibles	Moyennes	Fortes
Confiance	≥ 0	Allemagne Espagne Italie	Pays-Bas Belgique Suisse	
	< 0			Royaume-Uni



## Données de cadrage – Île-de-France

	Flux touristiques* (Flux Vision)	Réservations** (D-Edge)
Allemagne	↗↗	↗ (1)
Belgique	↘	↗ (2)
Espagne	↗	↗ (3)
Italie	↗	↗
Pays-Bas	↗	↗
Royaume-Uni	↘	↘
Suisse	↗	↗

\*Tendances d'évolution par rapport à la semaine précédente  
 \*\* Tendances d'évolution par rapport à la semaine précédente et top 3 des nationalités européennes.