



Marché USA

Présentation 2018

- *CRT Paris Ile-de-France*

- *Atout France*



Présentation Atout France



LE MARCHÉ AMERICAIN 2018

ATOUT FRANCE USA

Paris Île-de-France

1

LA CONJONCTURE AMÉRICAINE

LA CONJONCTURE AMÉRICAINE

Démographie USA-France



USA

Superficie: 3,797,048 square miles

Population: 325.3 millions d'habitants

PIB/ habitant: \$52,195/an



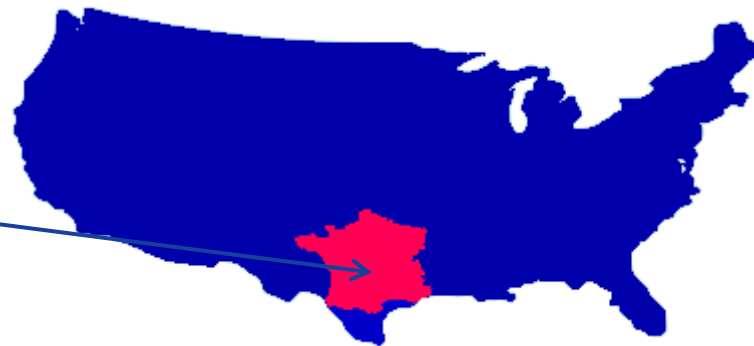
FRANCE

Superficie: 248,573 square miles

Population: 66.9 millions d'habitants

PIB/ habitant: \$42,013/an

Démographie
France
=
Texas



LA CONJONCTURE AMÉRICAINE

Le contexte économique américain en 2017 & 2018

Le PIB des états américains en comparaison avec les pays européens

US State Borders Redrawn and Renamed for Countries with Similar GDPs (2015)



PIB de la France = PIB de la Californie.

USA 2017

PIB
+2.5% de croissance annuelle

Taux d'intérêt: 1.5%

Chômage : 4.1%

Indice de confiance
Des consommateurs: 96
Des entreprises: 59

USA 2018

PIB
+2.6% de croissance annuelle

Taux d'intérêt: 1.5%

Chômage : 4.1%

Indice de confiance
Des consommateurs: 102
Des entreprises: 60.8



L'économie américaine se porte toujours bien mais les dépenses des consommateurs se ralentit



Le taux de change US dollar - Euro pas aussi favorable pour les américains que les années précédentes
1€ = \$1.2

LA CONJONCTURE AMÉRICAINE

CONTEXTE 2017 | Forces & faiblesses du secteur touristique

2017 Forces



Retour de l'Europe
après une période
d'appréhensions



Taux de change
favorable



Economie porteuse



Baisse des tarifs
aériens



Résultats positifs de
l'amélioration de la
connexion aérienne

2017 Faiblesses



Impact de l'interdiction
de voyager par la
nouvelle
administration



Changement de tendance
au profit des destinations
de la Méditerranée et
de l'Europe de l'Est et
l'Asie

LA CONJONCTURE AMÉRICAINE

Les tendances des consommateurs américains



LA CONJONCTURE AMÉRICAINNE

Les tendances technologiques

Hausse des recherches d'information sur smartphone

70% des voyageurs font leurs recherches touristiques sur leur smartphone.

Plus de consommateurs réservent directement sur leur smartphone.

79% des voyageurs mobiles ont effectué une réservation sur leur smartphone après une recherche en 2017 (2016: 70%)

Pénétration du marché touristique en ligne

45% de produits touristiques (représentant 171 B \$) sont réservés en ligne

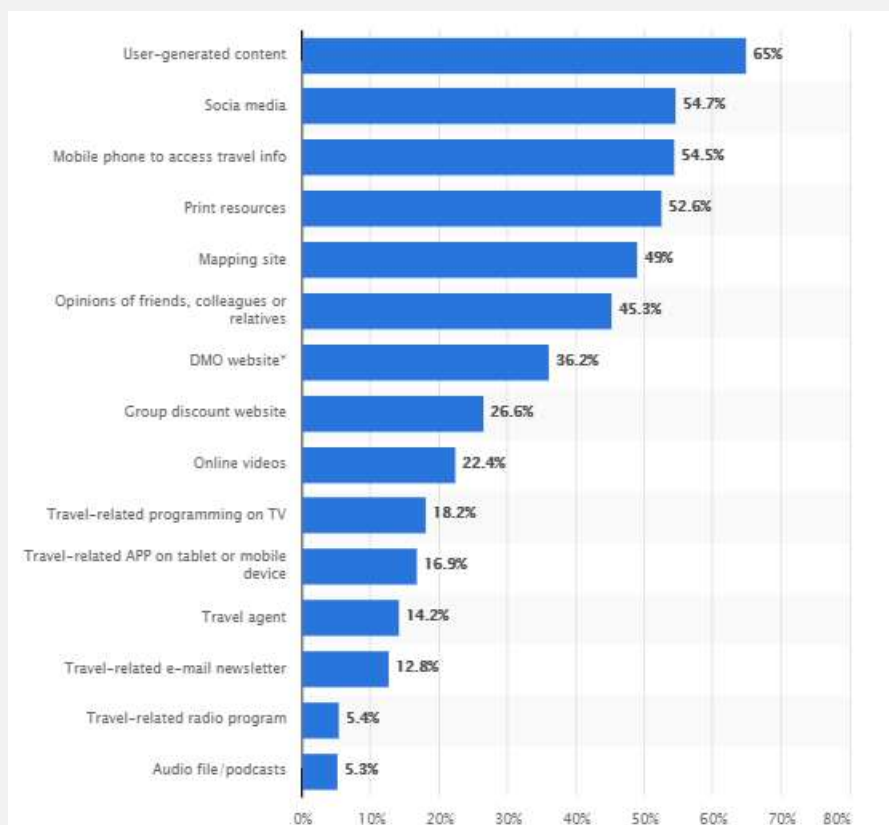
Fort impact des réseaux sociaux sur le marché touristique

97% des Millennials postent des photos ou des vidéos de leur voyage sur les réseaux sociaux.

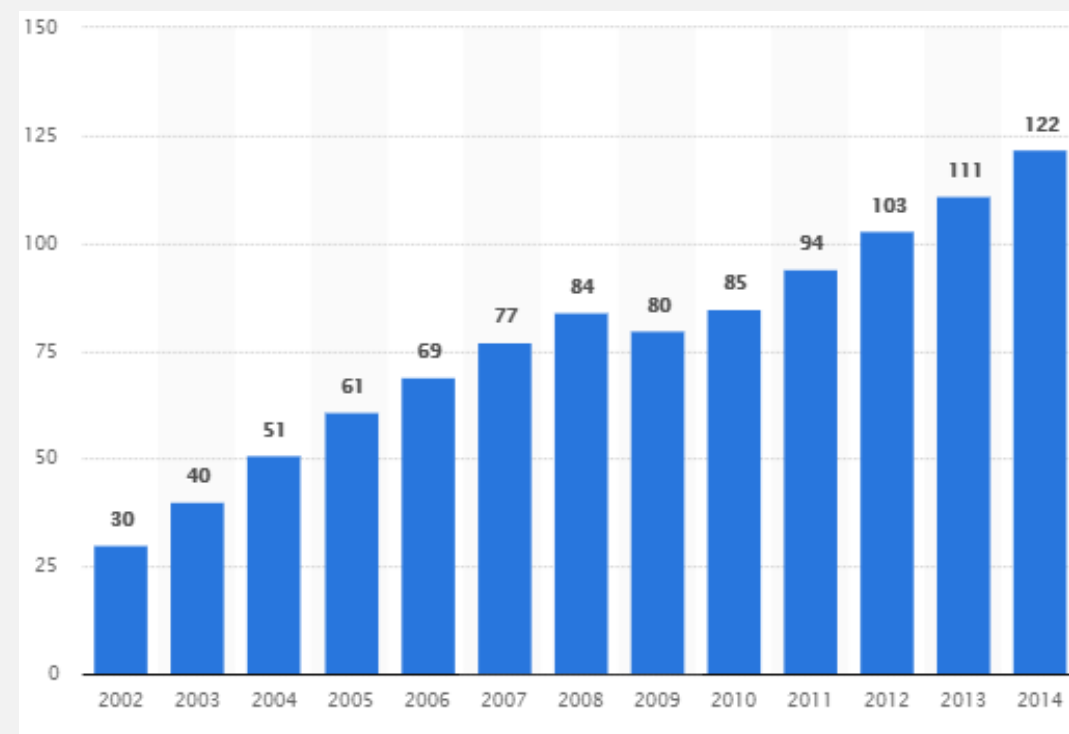
LA CONJONCTURE AMÉRICAINE

Les tendances technologiques

Les technologies et services les plus utilisés pour planifier un voyage



Ventes annuelles touristiques via le e-commerce aux USA 2002 – 2014 en milliards de dollars



2

LE MARCHÉ TOURISTIQUE AMÉRICAIN

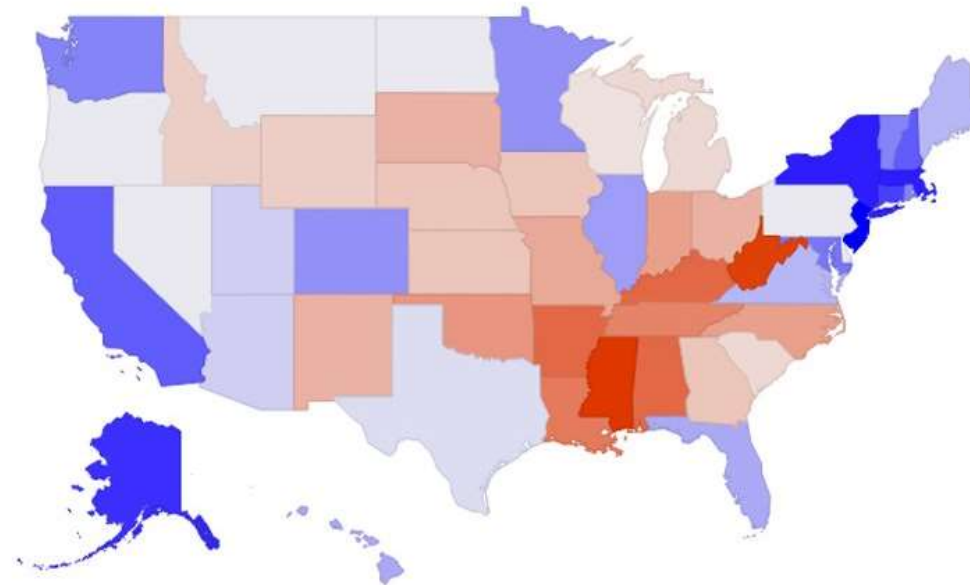
LE MARCHÉ TOURISTIQUE AMÉRICAIN

TOURISME AMÉRICAIN | Les Américains vers l'international



19M de passeports émis en 2016

132 M de passeports américains en circulation = **40%** de la population



Taux de détention de
passeports par état américain

% of residents with a passport
15% 55%

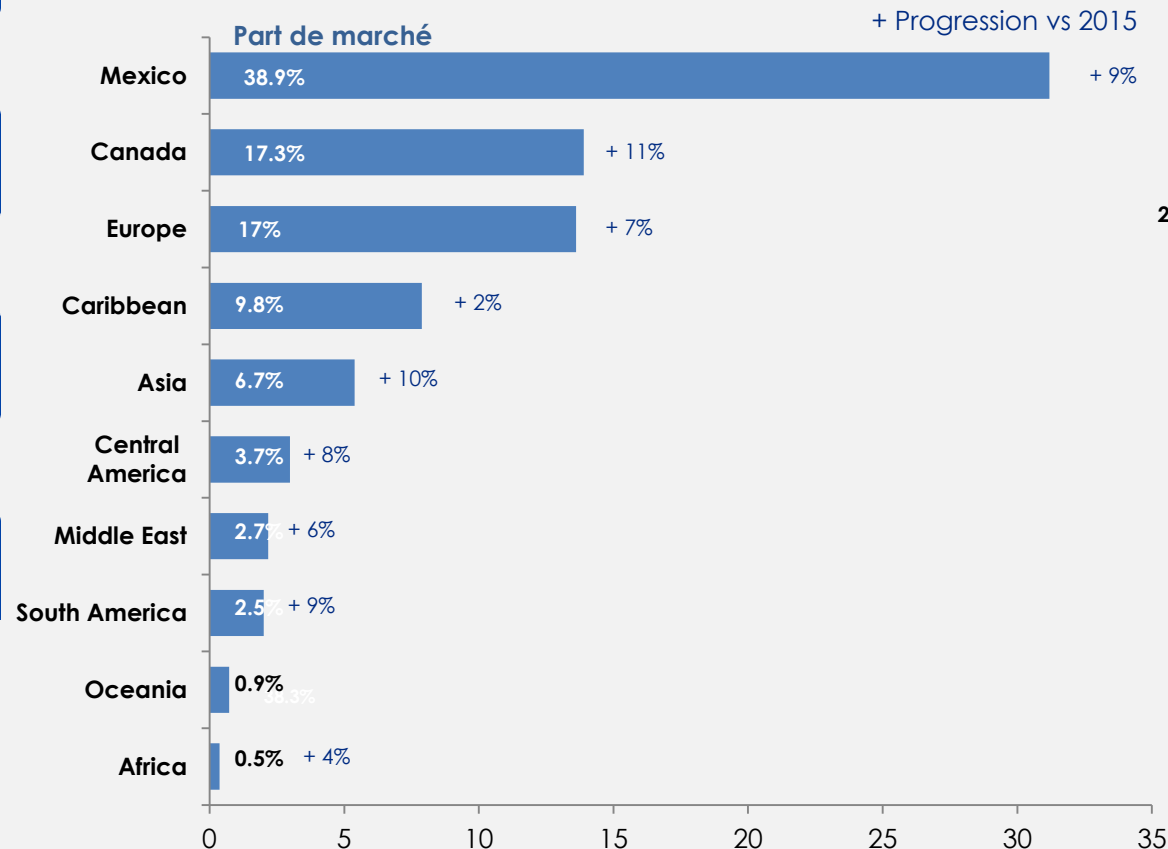
LE MARCHÉ TOURISTIQUE AMÉRICAIN

AMÉRICAINS VERS L'INTERNATIONAL | Destinations privilégiées des Américains

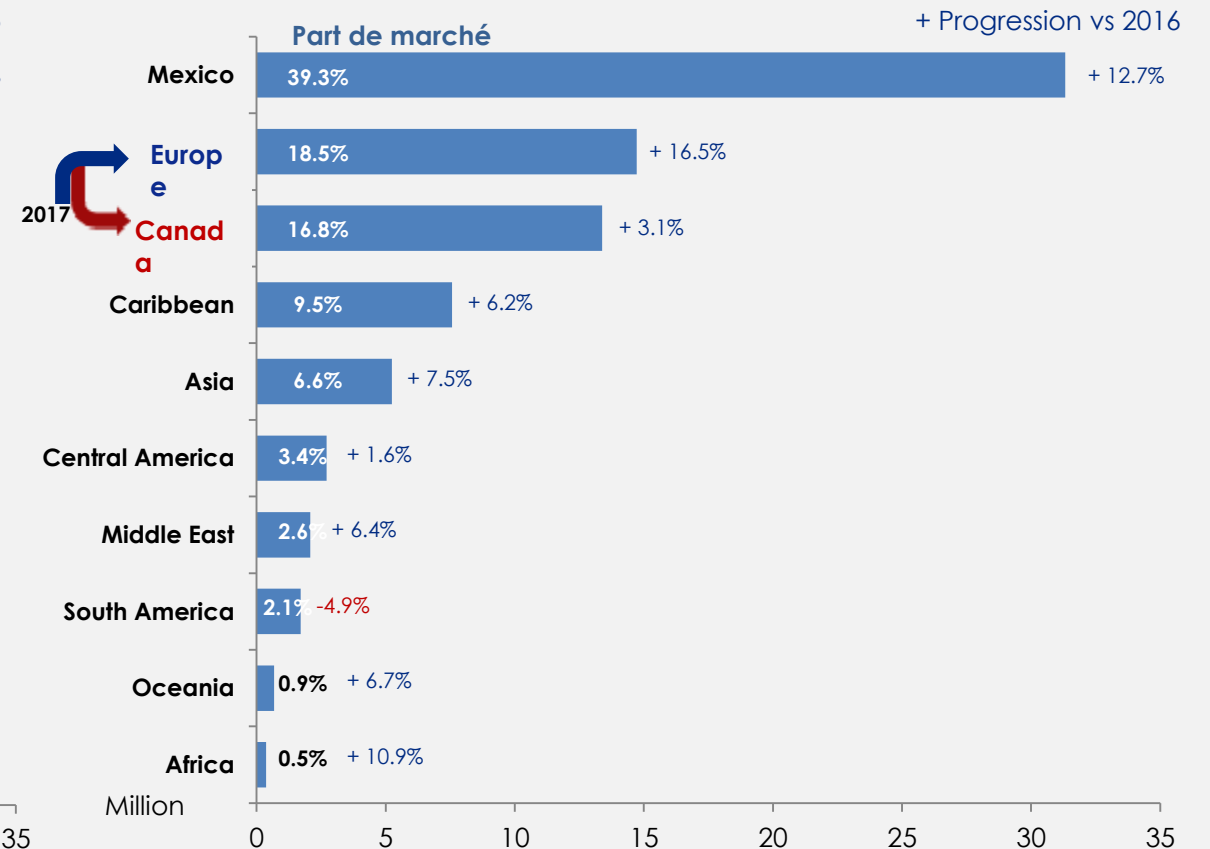
2016: 80.2M d'américains ont voyagé l'étranger, +8% vs 2015

2017 (Jan-Sept): 67M + 9.5% vs 2016

2016 (M)



2017* (Jan-Nov) (M)



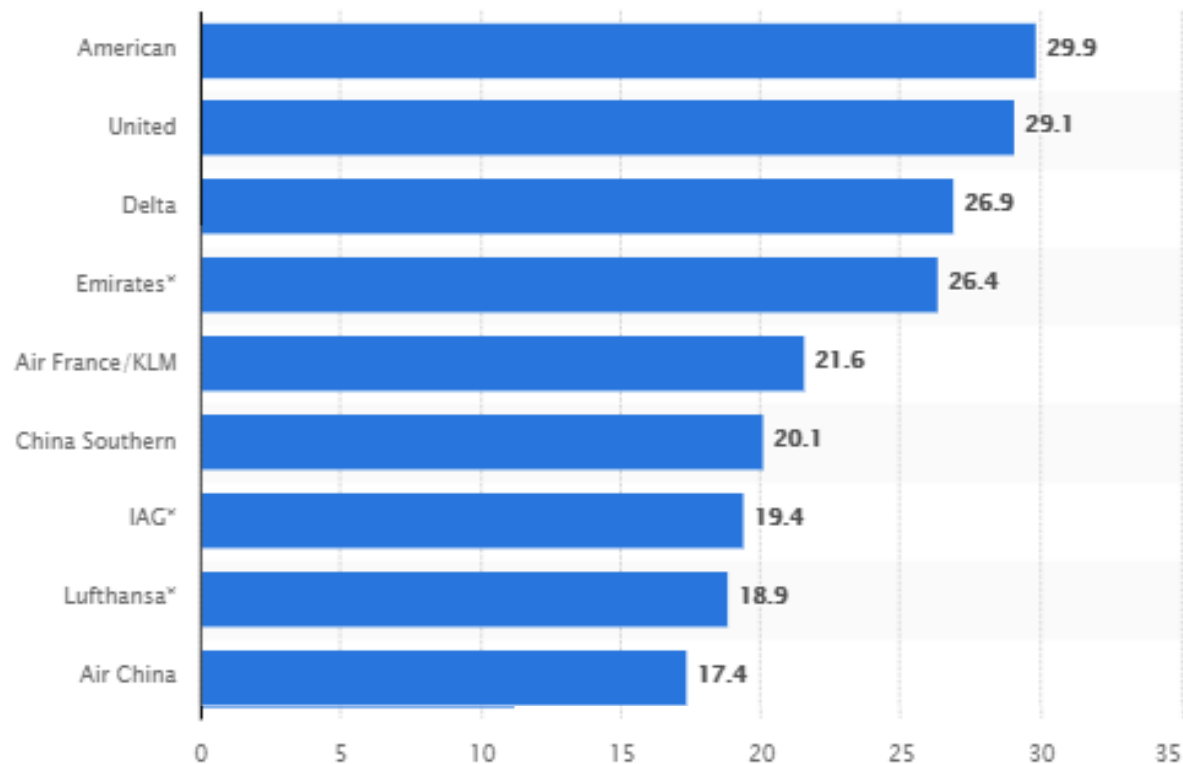
3

LA DISTRIBUTION AUX USA

LA DISTRIBUTION AUX USA

LES GRANDS ACTEURS | Compagnies aériennes

2016: les principales compagnies aériennes (volume de billets vers les Etats-Unis)



LA DISTRIBUTION AUX USA

Etats-Unis → France

Près de 400 vols hebdomadaires des Etats-Unis vers la France



Vers Paris/CDG depuis:

- **Atlanta:** 4 vols / jour
- **Boston:** 5 vols / jour
- **Charlotte:** 1 vol / jour
- **Chicago:** 3 vols / jour
- **Cincinnati:** 1 vol / jour
- **Dallas:** 1 vol / jour
- **Denver:** 1 vol / jour (NOUVEAU)
- **Detroit:** 2 vols / jour
- **Houston:** 1 vol / jour
- **Indianapolis:** 1 vol / jour (NOUVEAU)
- **Los Angeles:** 5 vols / jour
- **Miami:** 2 vols / jour
- **Minneapolis:** 2 vols / jour
- **NY/ JFK:** 8 vols / jour(+2 vers Orly)
- **NY/ Newark:** 5 vols / jour(+1 vers Orly)
- **Oakland:** 1 vol / jour(NOUEAU)
- **Philadelphia:** 2 vols / jour
- **Pittsburg:** 1 vol / jour
- **San Francisco:** 3 vols / jour
- **Seattle:** 2 vols / jour
- **Raleigh:** 1 vol / jour
- **Washington:** 3 vols / jour

Vers Nice: 1 vol / jour depuis **NY/JFK**

LA DISTRIBUTION AUX USA

ACTEURS DE L'INTERMEDIATION | Les principaux segments

+55% des réservations sont émises via intermédiation aux U.S

OTA

Online Travel Agency

2 ACTEURS PRINCIPAUX



= \$72.4 B en 2016



= \$68.1 B en 2016

Segment en **forte augmentation** pour la France en 2017
+ 38%

Parts de marché France: **33%**

TO

Tour Opérateur

Généraliste
OU
spécialiste

Segment en **forte augmentation** pour la France en 2017
+ 38%

Parts de marché France: **+6%**

TA

Agences

Un rôle d'**expert**
qui prend de plus
en plus
d'**importance**

Segment en **augmentation** pour la France en 2017
+ 17%

Parts de marché France: **+35%**

CRUISE

Croisière

Segment
très **prisé** par les
Américains

Parts de marché France: **+5%**

LA DISTRIBUTION AUX USA

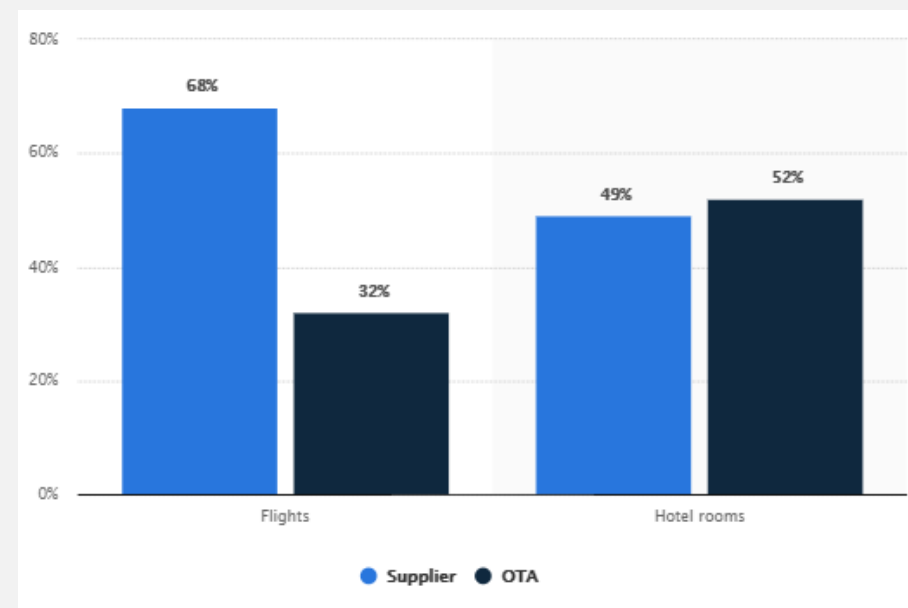
ACTEURS DE L'INTERMEDIATION | Online Travel Agencies (OTA)

OTA : Un des segments les plus importants en termes de volume

2 ACTEURS PRINCIPAUX



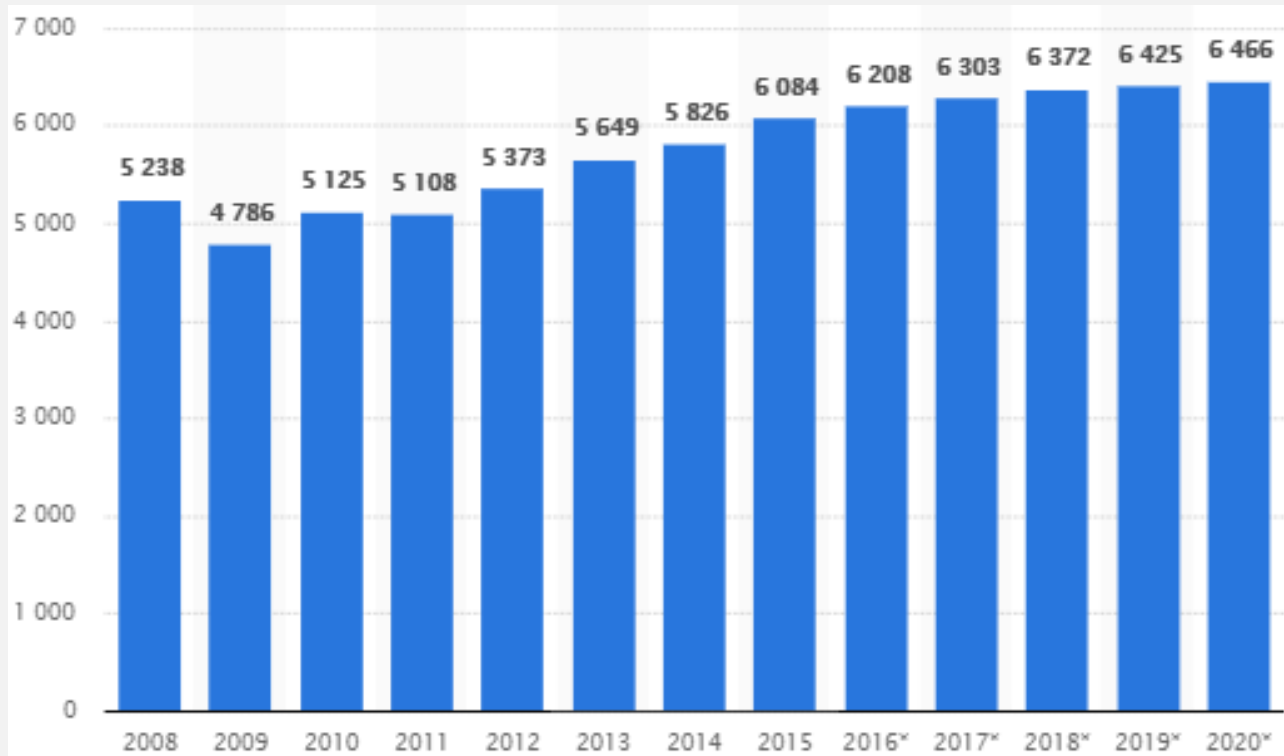
Répartition entre OTA et prestataires



LA DISTRIBUTION AUX USA

ACTEURS DE L'INTERMEDIATION | Tour Opérateur (TO)

Revenu des TO aux Etats-Unis 2008-2020 (en MD de dollars)



Source : Statista (data 2016)

FRANCE: 600 TO généralistes ou spécialistes
Programmant la France

Spécialités a thématiques développées:



- Gastronomie / Oenotourisme



- Culture, Patrimoine et tourisme de mémoire



- Tourisme actif, cyclotourisme



- Tourisme des jeunes



- Croisière: maritime et fluviale



- Montagne et ski

Thématiques en développement:



- Bien être



- Golf



- Aventure

LA DISTRIBUTION AUX USA

ACTEURS DE L'INTERMEDIATION | Travel Agencies (TA)

Chiffres clés

Chiffres varient selon les sources

11,000 agences de voyage aux U.S.

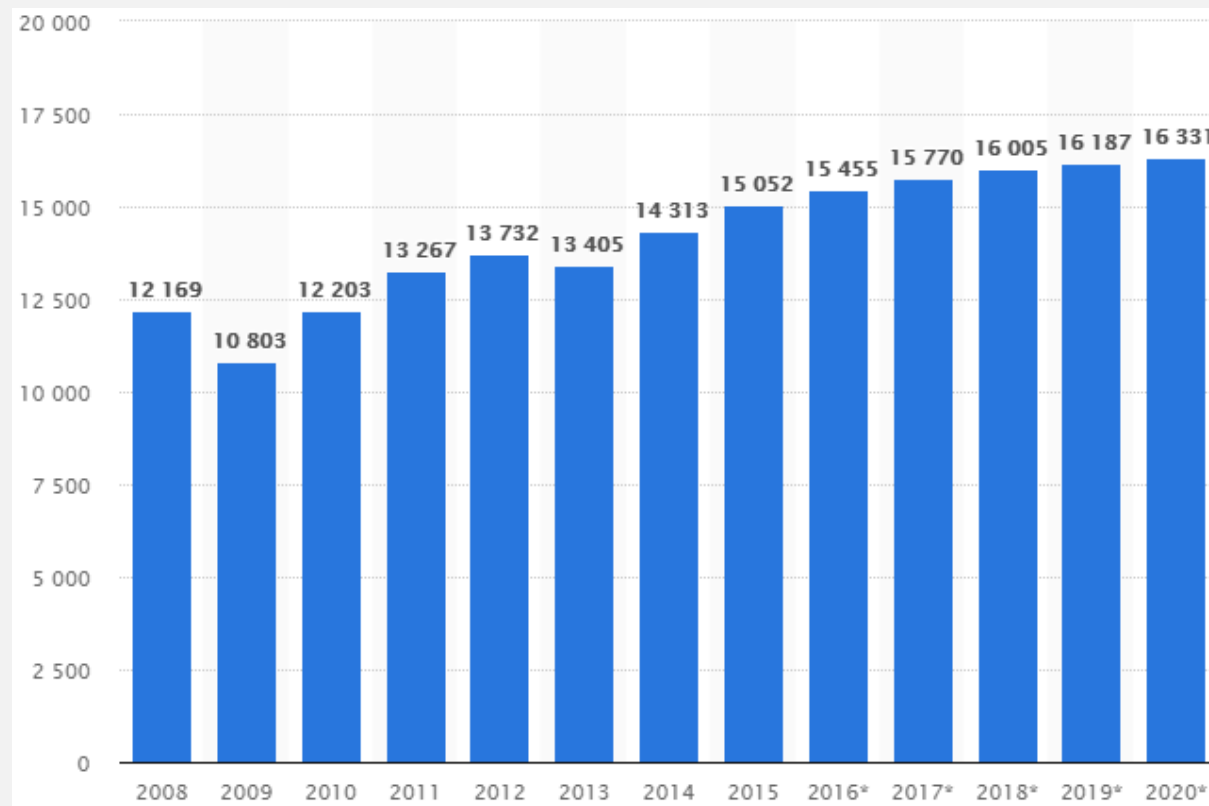
105,000 agents

Dont **52,000** "home based" agents

Un regain d'utilisation des agents de voyage par les **millennials**.

Le poids des agences de voyage aux Etats-Unis

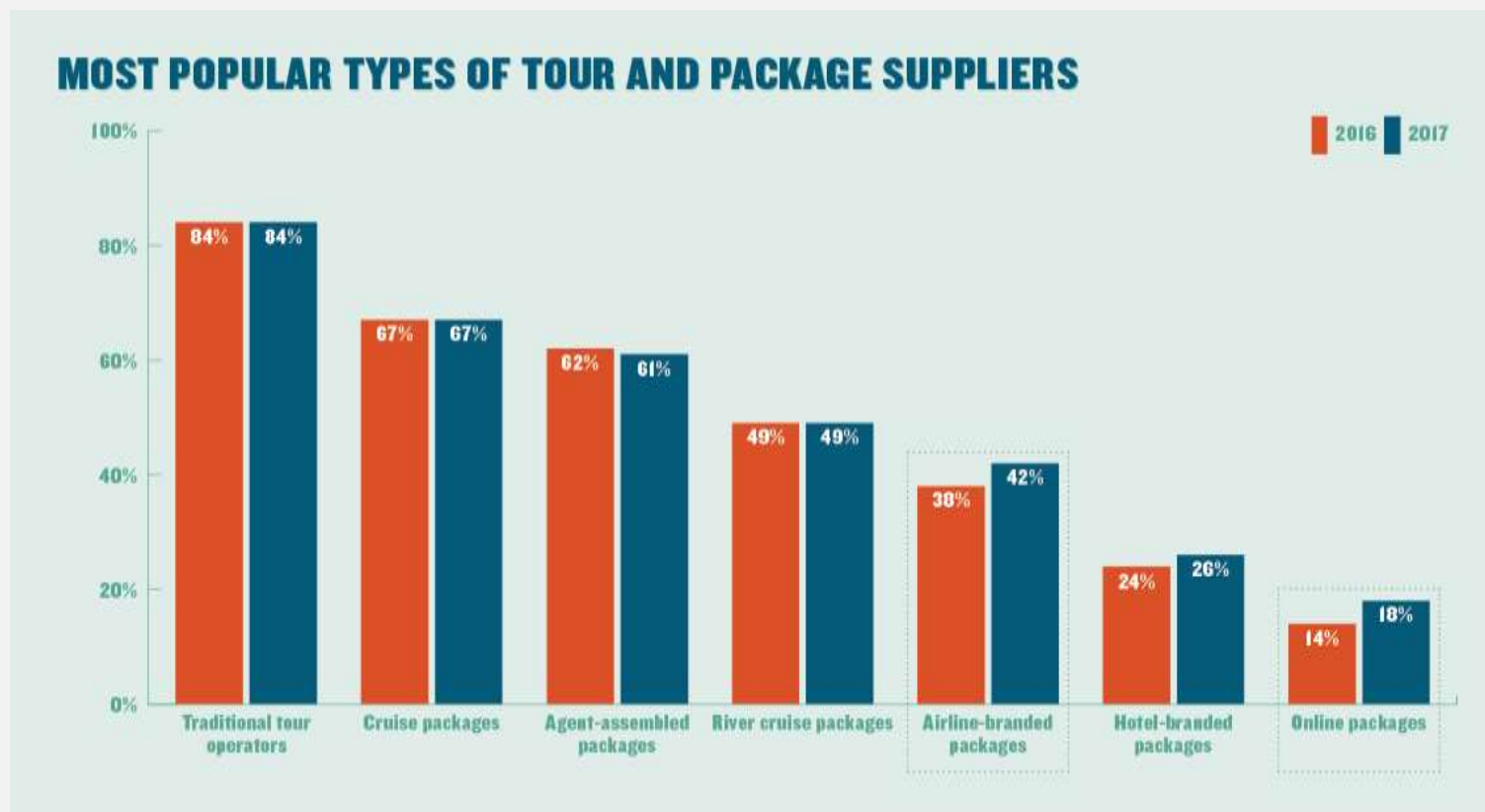
Revenus des TA 2008-2020 (en M de dollars)



LA DISTRIBUTION AUX USA

ACTEURS DE L'INTERMEDIATION | Agences de voyage - Produits

Produits les plus vendus par les agences de voyage:
les croisières et les packages

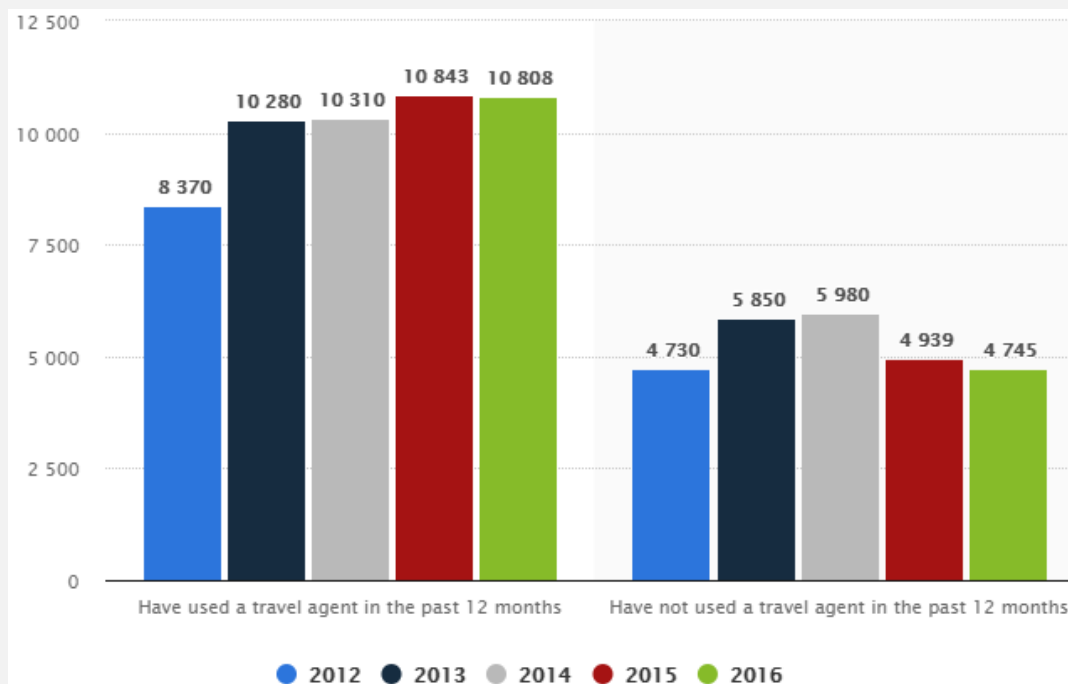


LA DISTRIBUTION AUX USA

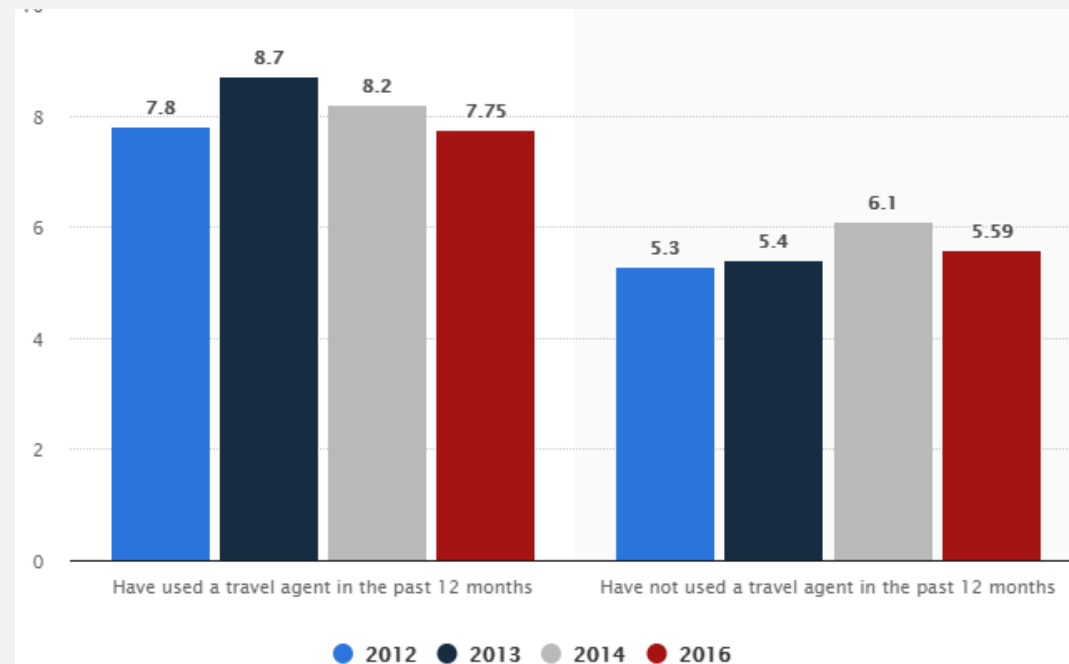
ACTEURS DE L'INTERMEDIATION | Agents de voyage – Impact utilisation TA

- Impact de l'utilisation des agents de voyages**
1. Transaction au montant plus élevé par agence de voyage
 2. Durée de séjour plus long

Moyenne des dépenses touristiques 2012-2016 en dollars



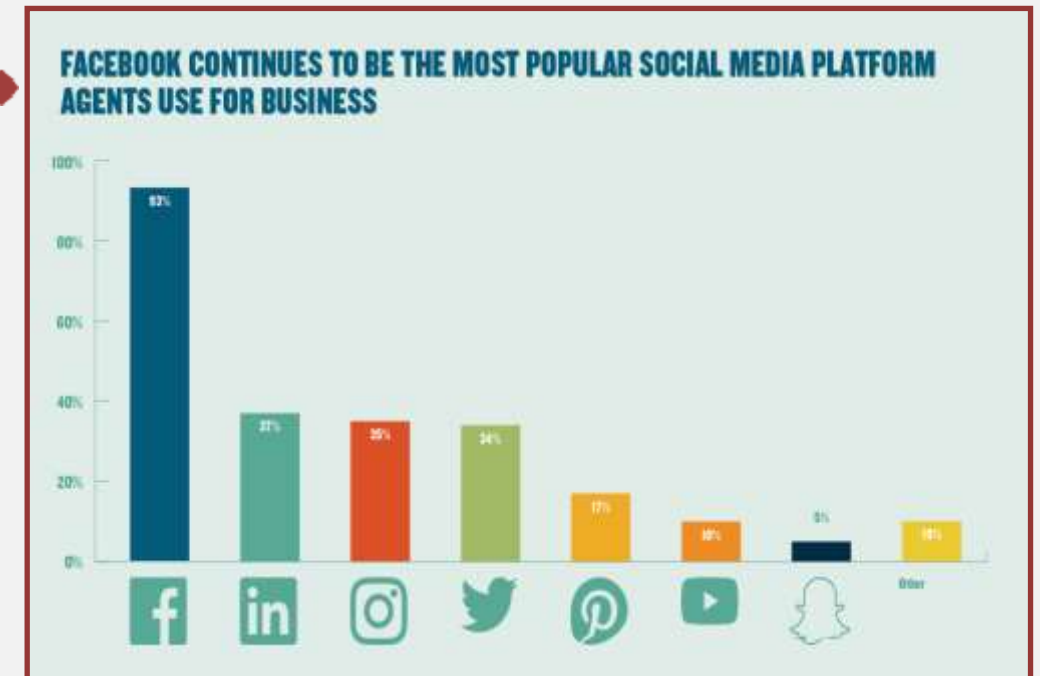
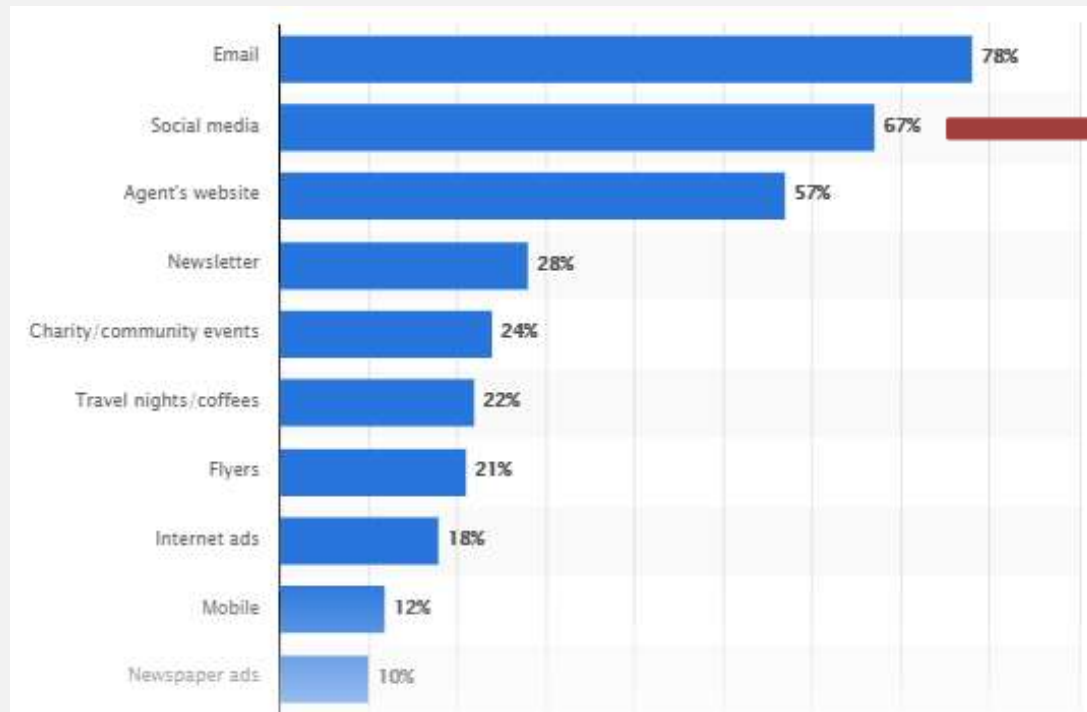
Moyenne de durée de séjour



LA DISTRIBUTION AUX USA

ACTEURS DE L'INTERMEDIATION | Agents de voyage - approches Marketing

Approches marketing utilisées par les Agents de voyage pour attirer de nouveaux clients (2016)



LA DISTRIBUTION AUX USA

ACTEURS DE L'INTERMÉDIATION | Croisière

2017

PRINCIPAUX ACTEURS

CARNIVAL
CORPORATION



ROYAL CARIBBEAN
CRUISES



NORWEGIAN CRUISE
LINE HOLDINGS



+ 70%

du secteur croisière



CROISIÈRES FLUVIALES

 France

1^{ère} destination
européenne



CROISIÈRES MARITIMES

 France

4^{ème} destination
européenne après:
-Espagne
-Italie
-UK

LA DISTRIBUTION AUX USA

ACTEURS DE L'INTERMEDIATION | Secteur Affaires

Projection
+3% en 2017

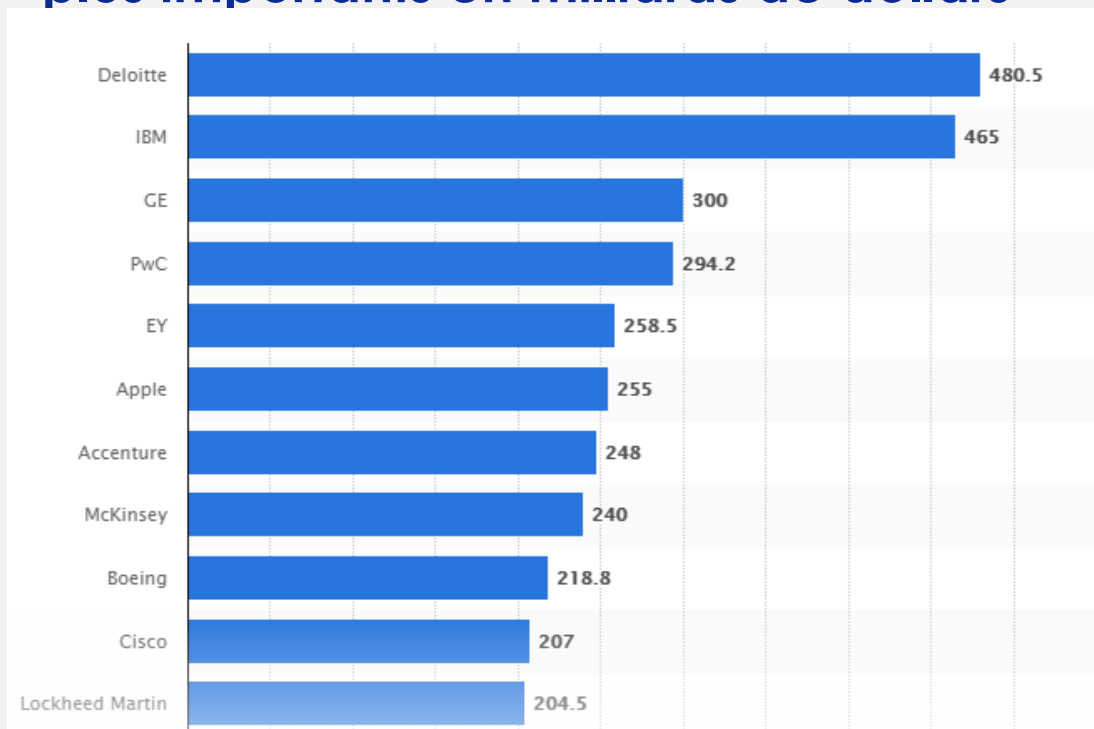
3 pôles du marché

Agences évènementielles

Corporate

Associations

Entreprises aux budgets meeting les plus importants en milliards de dollars



ATOUT FRANCE USA

ACTIONS 2017 | PRESSE - Le secteur médiatique américain

Les medias n'ont jamais été autant consolidés : 6 géants du secteur contrôlent 90% de ce que lisent, regardent ou écoutent les américains



CONTEXTE ET TENDANCE

- Contraction des rédactions
- Tirages en déclin – surtout ceux des quotidiens
- +/- 7 300 magazines grand public avec version online
- + 20 grands magazines et sites de voyage
- +10 supports professionnels
- + 100 magazines lifestyle/food/wine/architecture/design/Culture qui couvrent le voyage
- 1311 quotidiens: 22 avec tirage + 100 000 exemplaires
- Importance du online

4

ATOUT FRANCE USA

ATOUT FRANCE USA

RÉSULTATS 2017 | France – Chiffres officiels

Les Etats-Unis: évolution du marché



2015

3.6M Arrivées / **+14%**
€2,3B Dépenses en France

- ANNEE RECORD -



2016

4.2M Arrivées / **+15%**
34.3M Nuitées / **+12.6%**

- AUGMENTATION MALGRE
LES ATTAQUES TERRORISTES -



2017

Via intermédiation:
Départs: **+ 19 %**
Billets: **+16%**

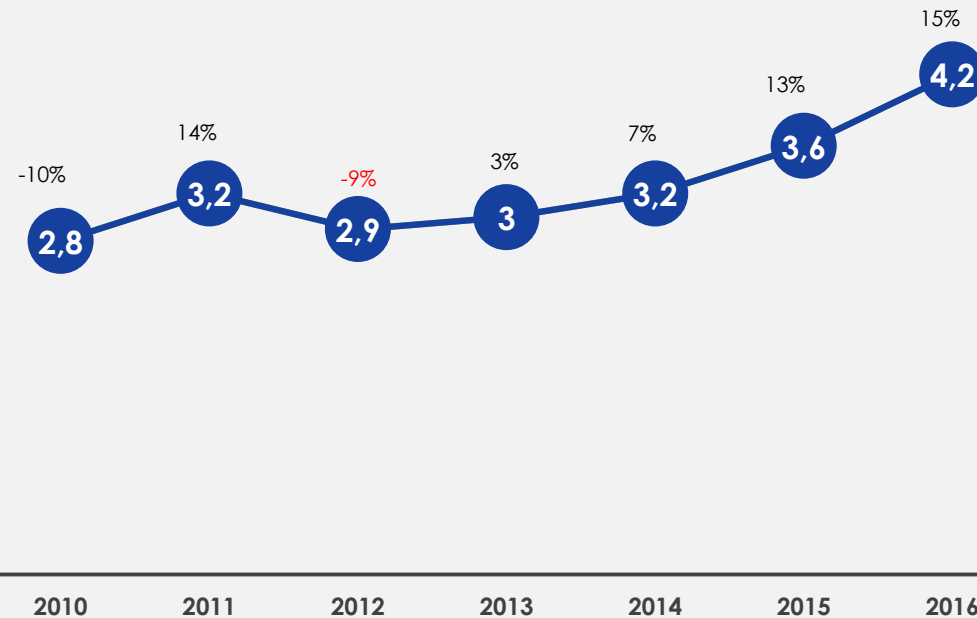
- NOUVELLE ANNEE RECORD -

ATOUT FRANCE USA

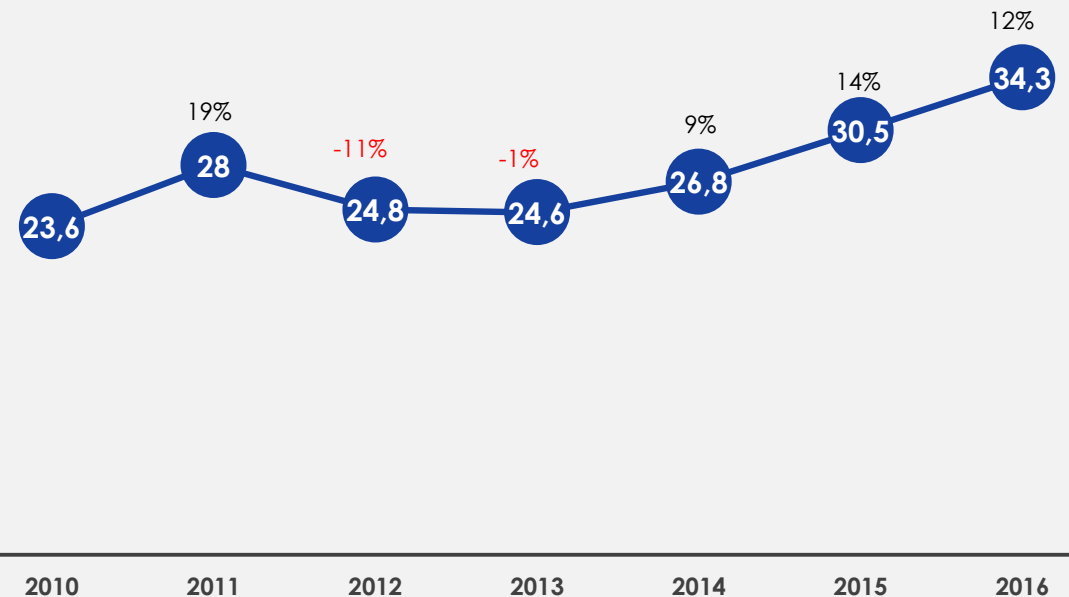
RÉSULTATS 2017 | France - Chiffres officiels

Les Américains en France: 2010 – 2016

Nombre de voyageurs américains en France (M)



Nombre de nuitées en France (M)



ATOUT FRANCE USA

Image de la France auprès des Américains

Forces

Tours opérateurs très diversifiés

Développement de certains segments du tourisme (croisière, multi-générationnel)

Forte fidélisation des intermédiaires (TO et AGV) pour la destination France

Opportunités

Contexte économique favorable

Ouverture de nouvelles lignes aériennes et apparition de nouveaux acteurs dans le paysage des transporteurs aériens

Développement des consortia permettant de cibler l'offre

Développement des technologies porté les OTA et le C2C

Faiblesses

Concentration de la distribution

Réseau très vaste et éparpillé d'agent de voyage rendant le démarchage difficile

Perception traditionnelle de la France occultant le renouvellement du secteur

Manque d'infrastructure en dehors de Paris et Nice

Menaces

Mutation rapide des envies des touristes américains et nouvelles demandes entraînant un besoin d'adaptation rapide

Concurrence entre les marchés domestiques et internationaux

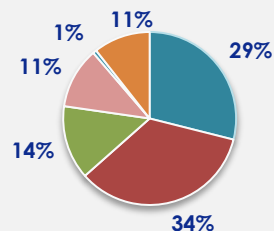
Insécurité en raison des menaces terroristes

ATOUT FRANCE USA

Américains vers la France - Un profil précis

DEMOGRAPHIE: Revenu, Age & Genre

- Under \$80K
- \$80-140K
- \$140-200K
- \$200-260K
- \$260-300K
- \$300K +



\$141K

Revenu Moyen Annuel



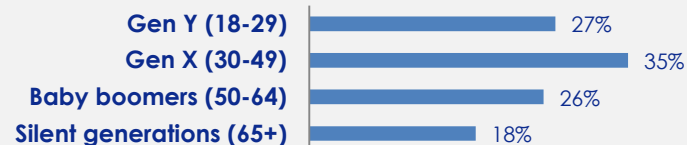
47 ANS

Age
HOMME



44 ANS

Median Age Median FEMME



ACTIVITES & DEPENSES



92%
SITES CULTURELS



84%
VISITES DE VILLAGES



84%
SHOPPING



53%
RESTAURANTS

\$ 3138

PAR VOYAGEUR/VOYAGE

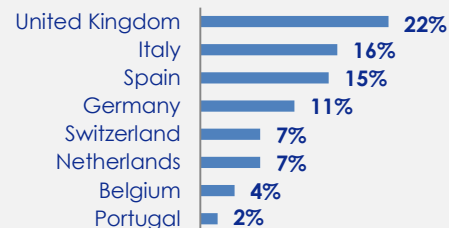
\$ 5233

PAR PARTY/VOYAGE

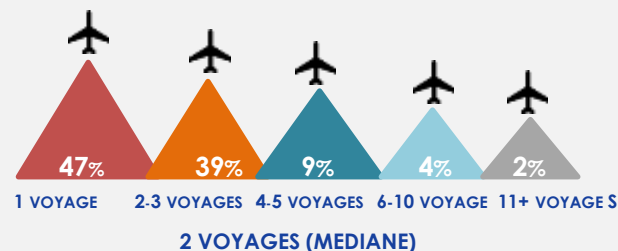
PAYS VISITES

93% des voyageurs sont déjà venus

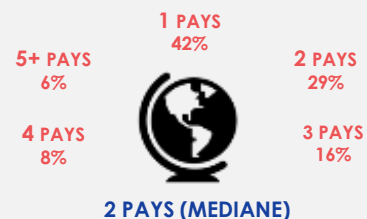
LES VOYAGEURS QUI VONT EN FRANCE VONT AUSSI EN...



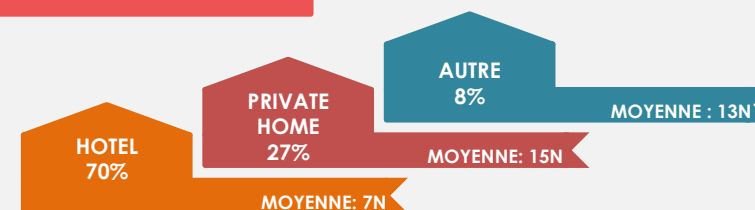
NOMBRE DE VOYAGES RESERVES EN DEHORS DES ETATS-UNIS DANS LES 12 DERNIERS MOIS



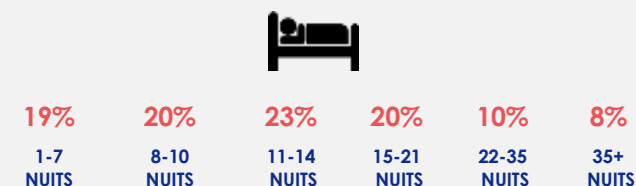
NOMBRE DE PAYS VISITES AU COURS D'UN VOYAGE



HEBERGEMENTS



NOMBRE DE NUITS PASSES EN DEHORS DES ETATS-UNIS.



ATOUT FRANCE USA

Étude publique auprès des abonnés aux newsletters Atout France

3 profils établis: Profil Newsletter, Profil France et Profil Europe Caractéristiques du profil France



Résident **Californie** (18%), **New York** (11%) et **Floride** (9%)



Revenus élevés: 50% gagnent de \$100,000 - +\$300,000 par an



44% vont en **France** au moins 5 fois par an



Voyagent également dans autres pays européens:
UK (54%) / **Italie** (54%) / **Allemagne** (41%) / **Espagne** (37%)



67% voyagent en France **en couple**



23% voyagent en France **en solo**



78% réservent directement avec les compagnies aériennes



Dont **43%** auprès d'**Air France**



45% préfèrent voyager à l'**automne**



43% préfèrent voyager au **printemps**



52% recherchent des **informations** sur les nouveautés en France



51% des suggestions d'itinéraires



Activité favorite: **activités culturelles 81%**



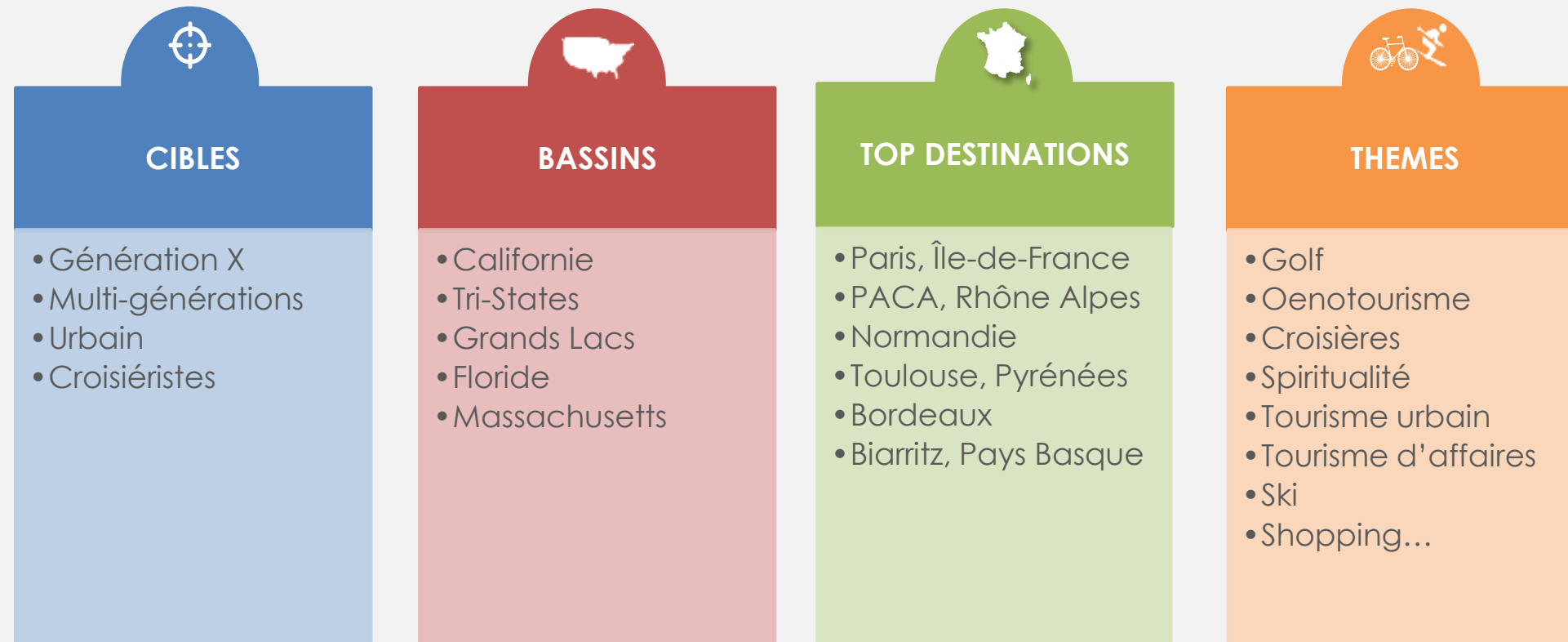
Seconde activité favorite: **gastronomie 53%**



77% prévoient de voyager en **France** dans les **24 prochains mois**

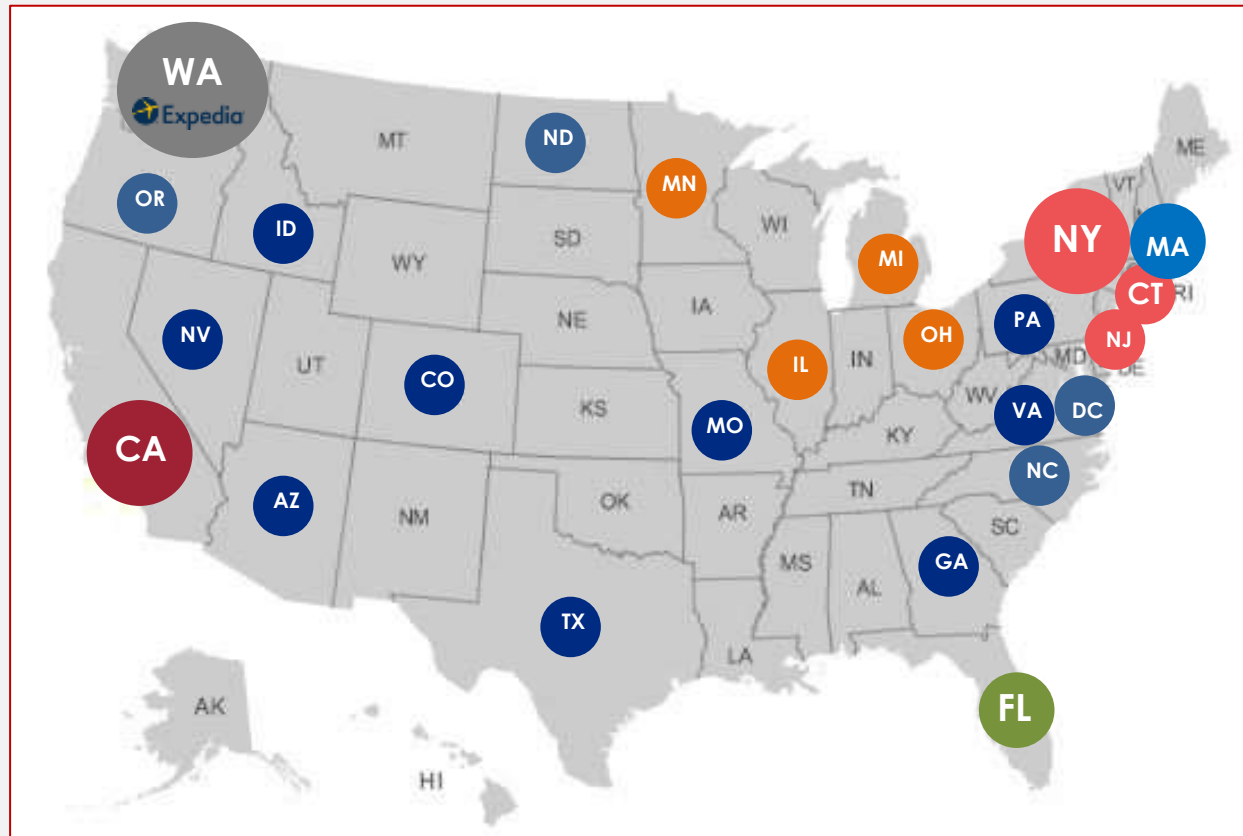
ATOUT FRANCE USA

RÉSULTATS 2017 | Bassins US et clientèle cible



ATOUT FRANCE USA

RÉSULTATS 2017 | Rapport ARC- B2B: Les bassins et états américains des intermédiaires



BASSINS

Etat de Washington 27%

1. **Californie** 13%
2. **Tri-State** 10%
3. **Grand Lacs** 9%
4. **Floride** 8%
5. **Massachusetts** 5%
6. Idaho 3%
7. Arizona 3%
8. Géorgie 3%
9. Texas 3%
10. Pennsylvanie 2%
11. Maryland 2%
12. Virginie 2%
13. Colorado 1%
14. Nevada 1%
15. Missouri 1%
16. Dakota du Nord 1%
17. Caroline du Nord 1%
18. Oregon < 1%
19. Washington DC < 1%
20. Tennessee < 1%

ETATS

Etat de Washington 27%

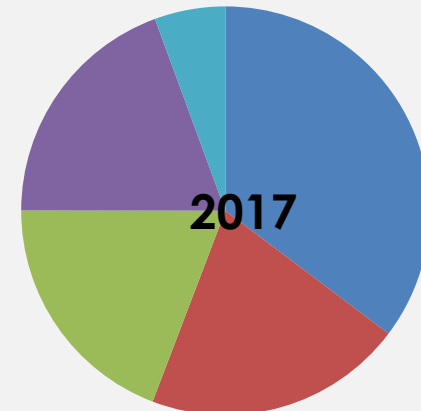
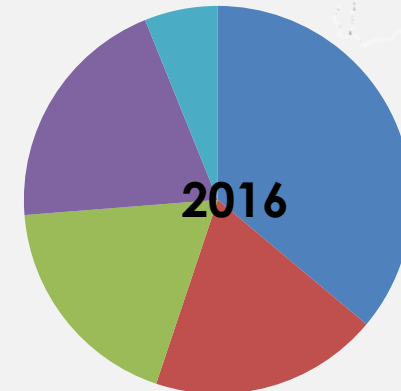
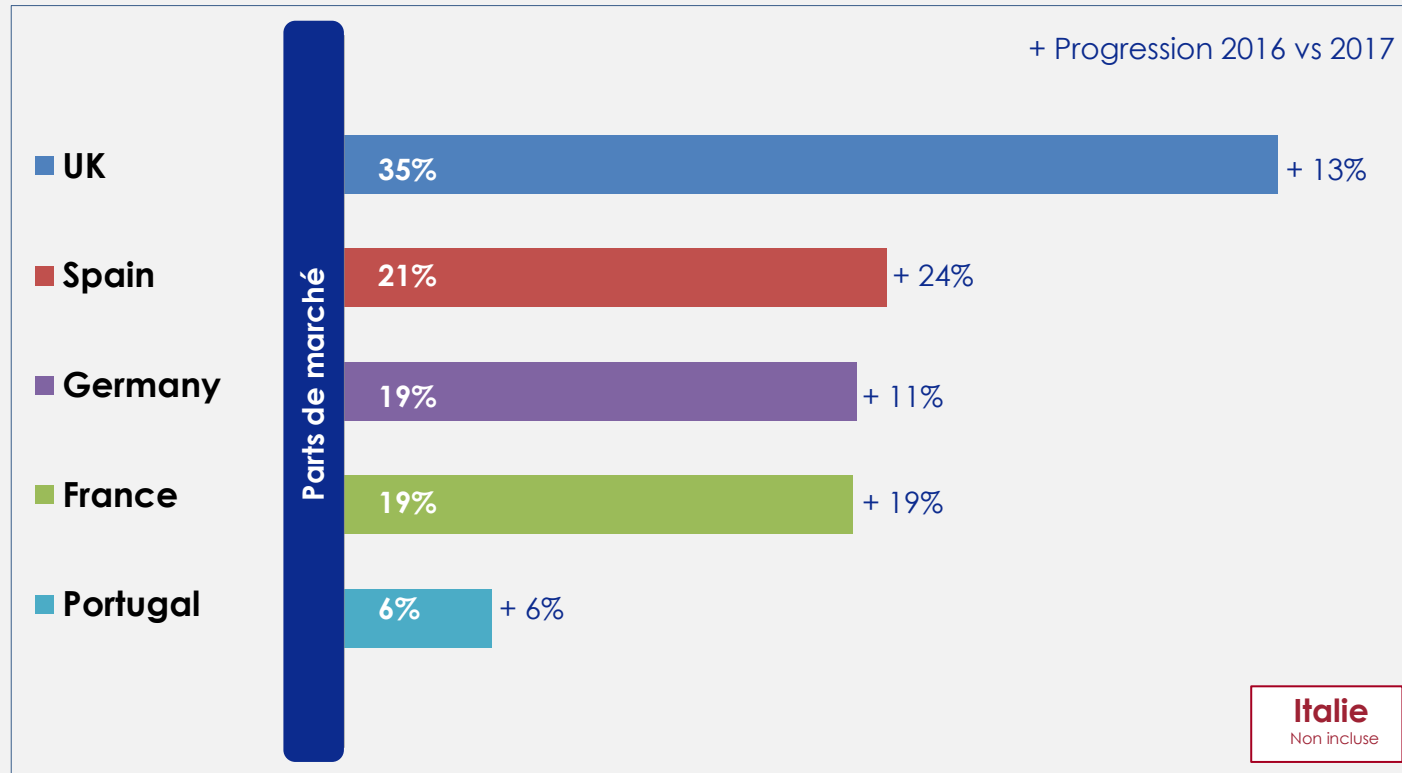
1. **Californie** 13%
2. **New York State** 9%
3. **Floride** 8%
4. **Connecticut** 4%
5. **Massachusetts** 4%
6. **Illinois** 4%
7. Idaho 3%
8. Arizona 3%
9. Géorgie 2%
10. Texas 2%
11. Pennsylvanie 2%
12. Maryland 2%
13. **Michigan** 2%
14. Virginie 1%
15. Colorado 1%
16. **Minnesota** 1%
17. **Ohio** 1%
18. **New Jersey** 1%
19. **Nevada** 1%
20. **Missouri** 1%

ATOUT FRANCE USA

RÉSULTATS 2017 | Américains vers l'Europe

Rapport ARC: Destinations européennes 2016-2017

Rapport ARC: les américains vers l'Europe via intermédiation

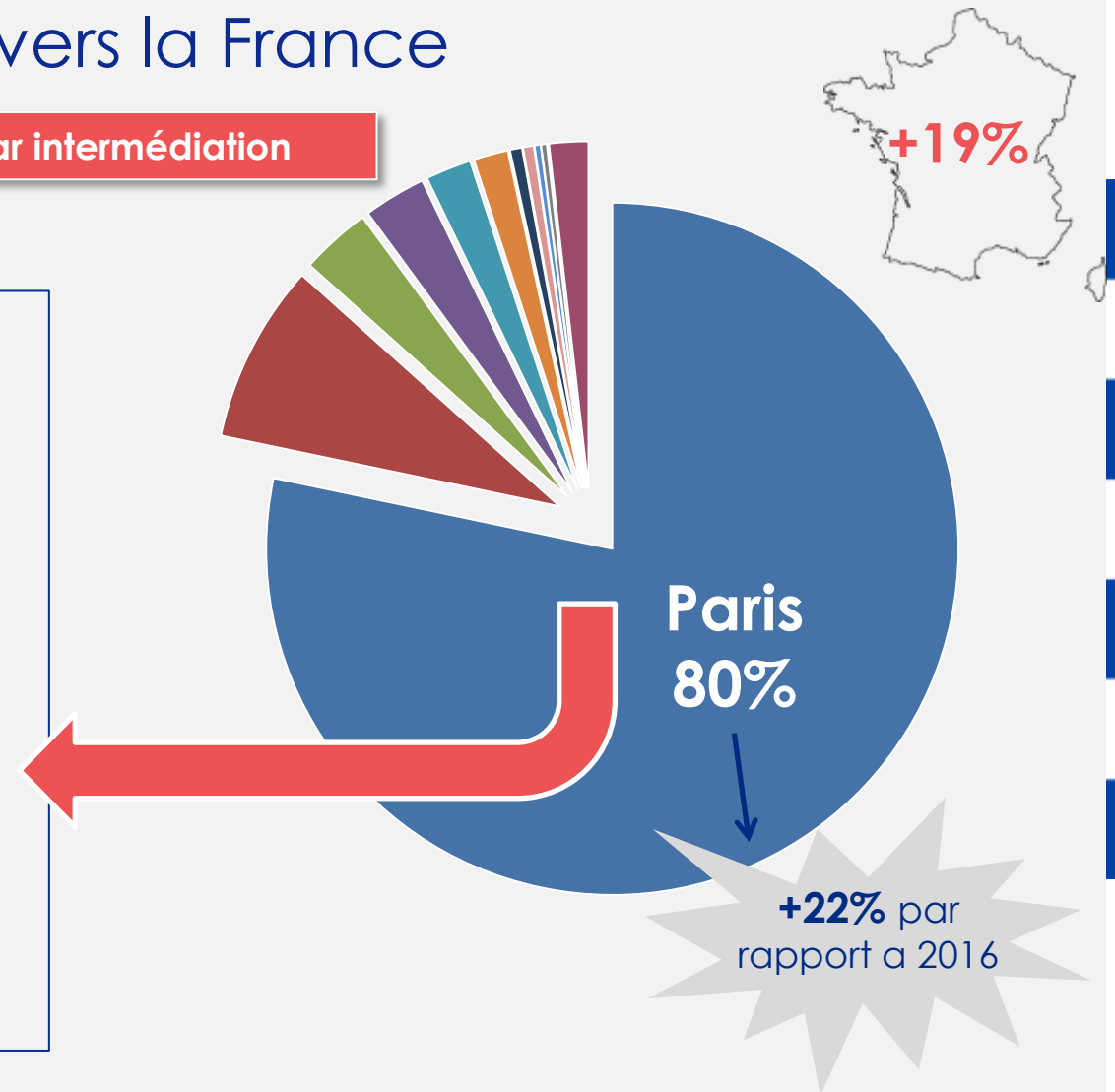
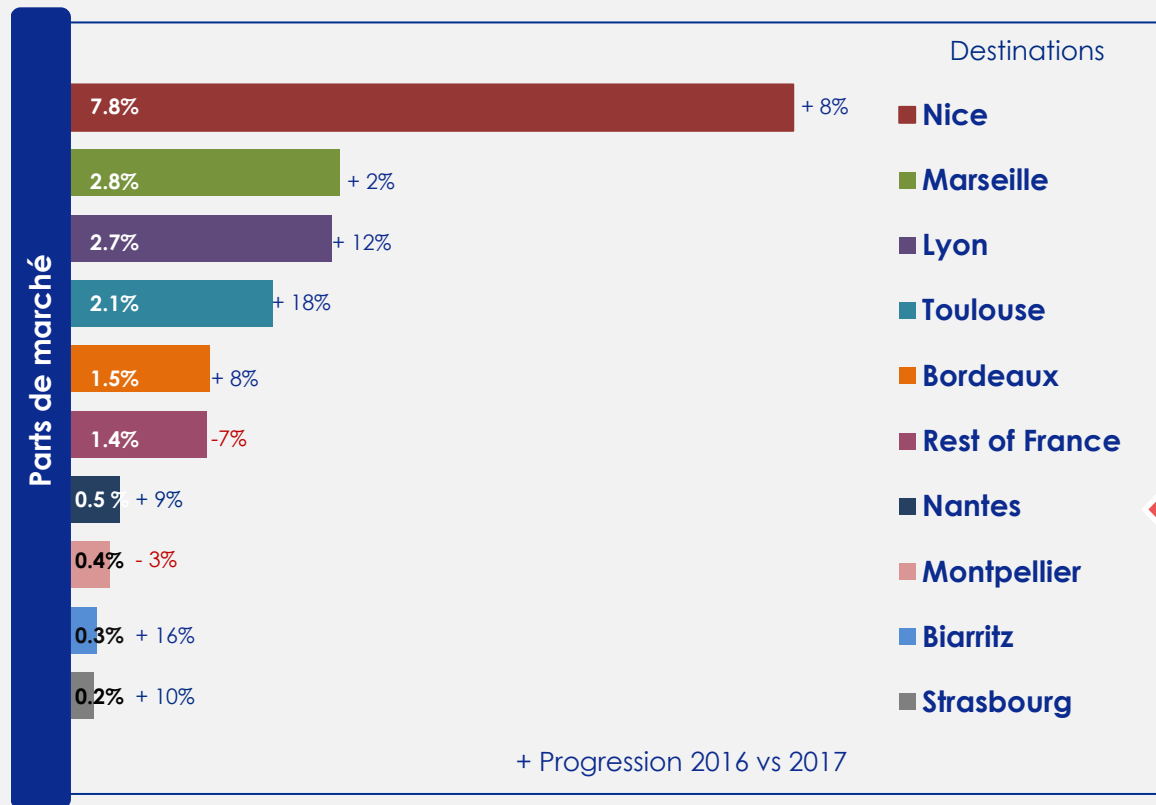


ATOUT FRANCE USA

RÉSULTATS 2017 | Américains vers la France

Rapport ARC: Evolution des destinations françaises 2016-2017 par intermédiation

France hors Paris

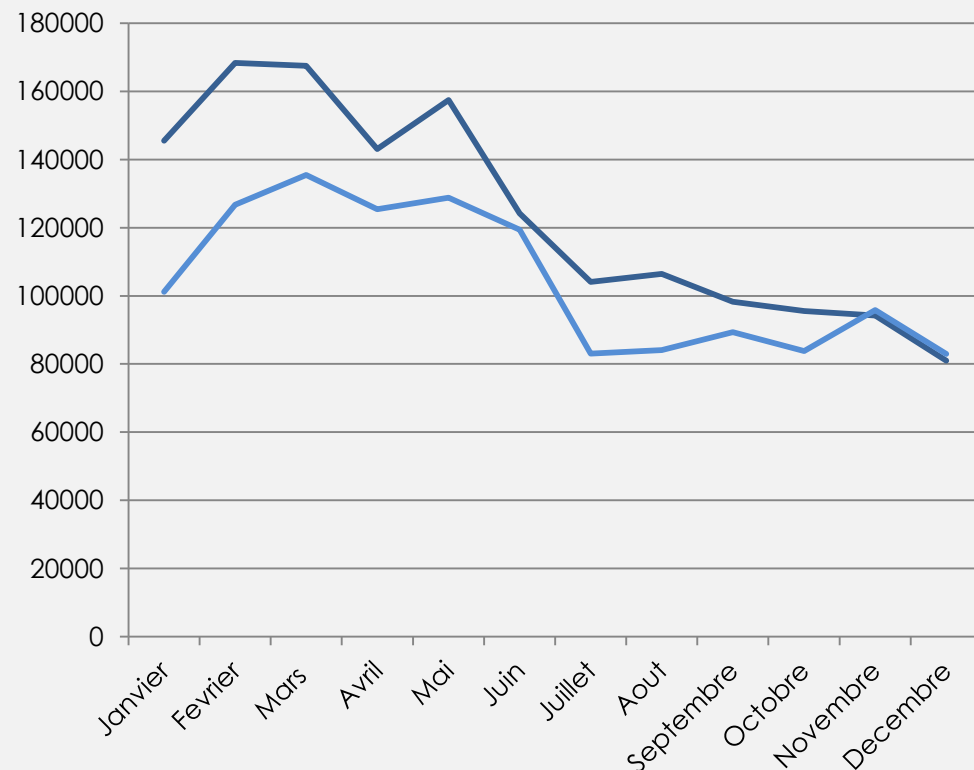


ATOUT FRANCE USA

RÉSULTATS 2017 | PARIS - Rapport ARC: Saisonnalité 2017

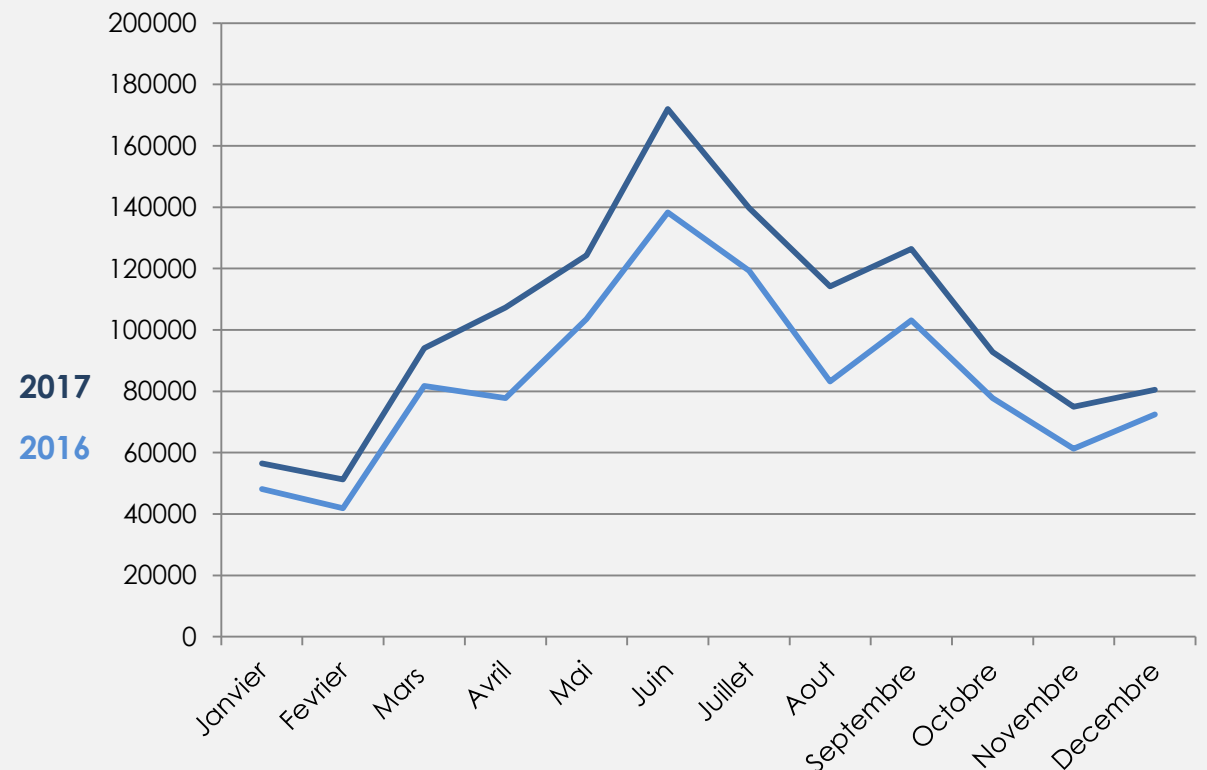
Réservations pour Paris entre Mars et Aout

Réservations



Pointe de départs pour Paris en Juillet

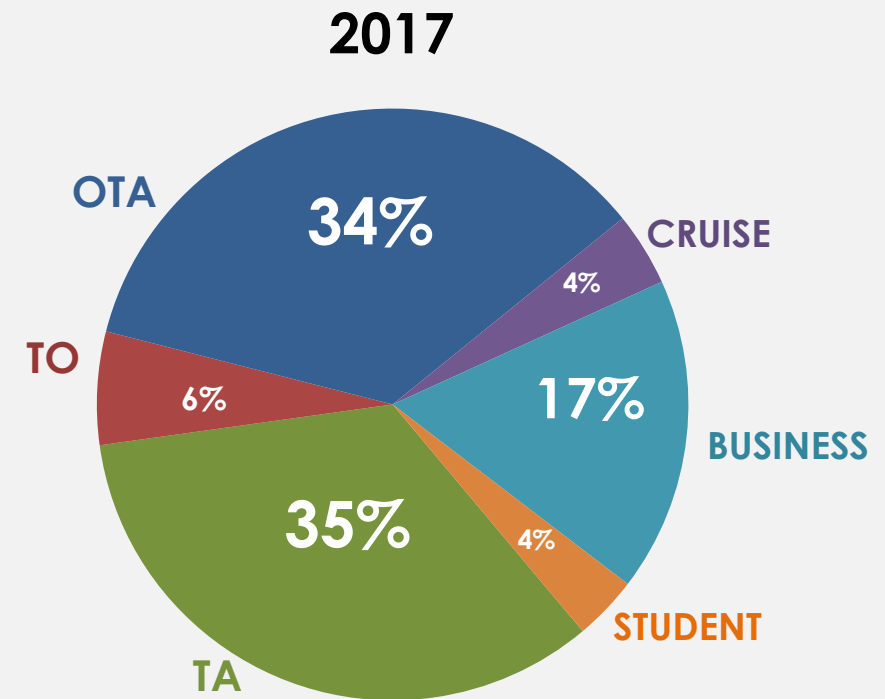
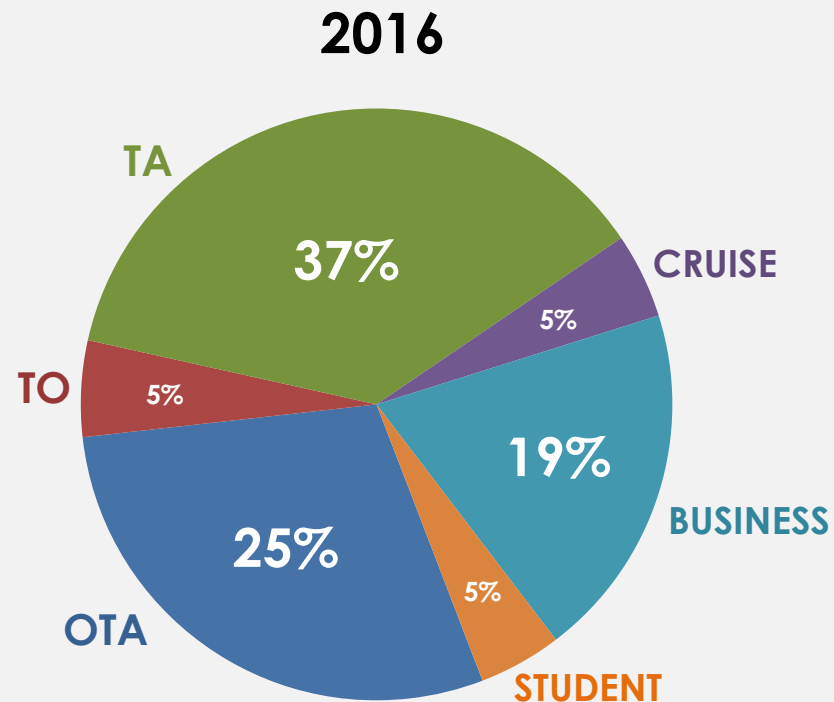
Départs



ATOUT FRANCE USA

RÉSULTATS 2017 | PARIS - Rapport ARC: Segmentation 2016-2017

Parts de marché Paris 2017





Présentation CRT Paris Ile-de-France





Marché USA Paris Ile-de-France



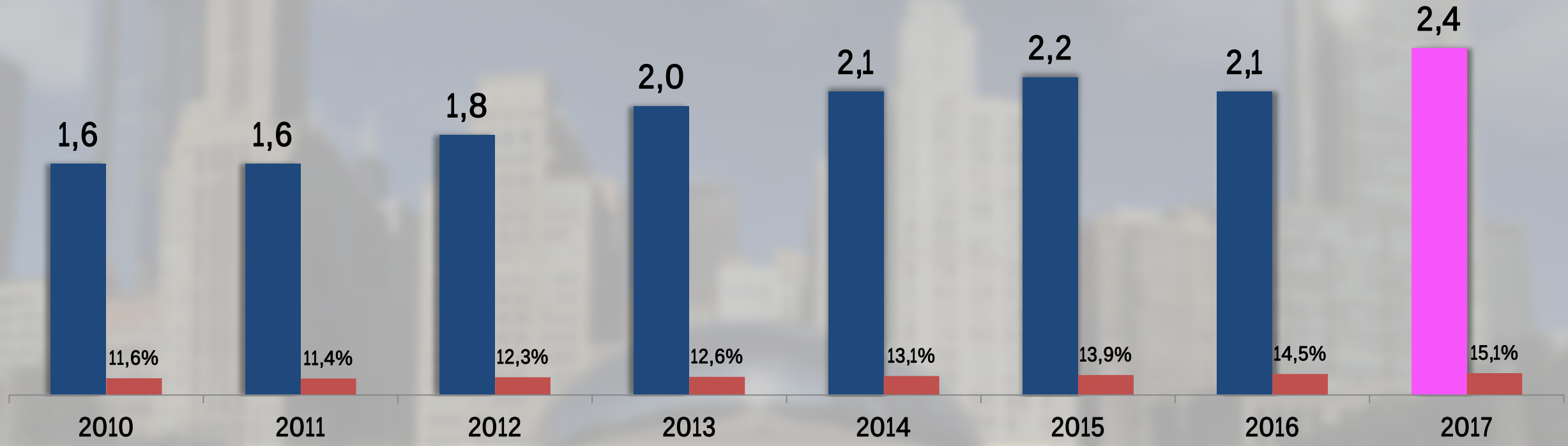


Les US, 1^{ère} clientèle internationale dans l'hôtellerie francilienne

En millions

■ Nombre d'arrivées

■ Part de marché - clientèles internationales



+18,3%

Par rapport à 2016

+48,7%

Par rapport à 2011

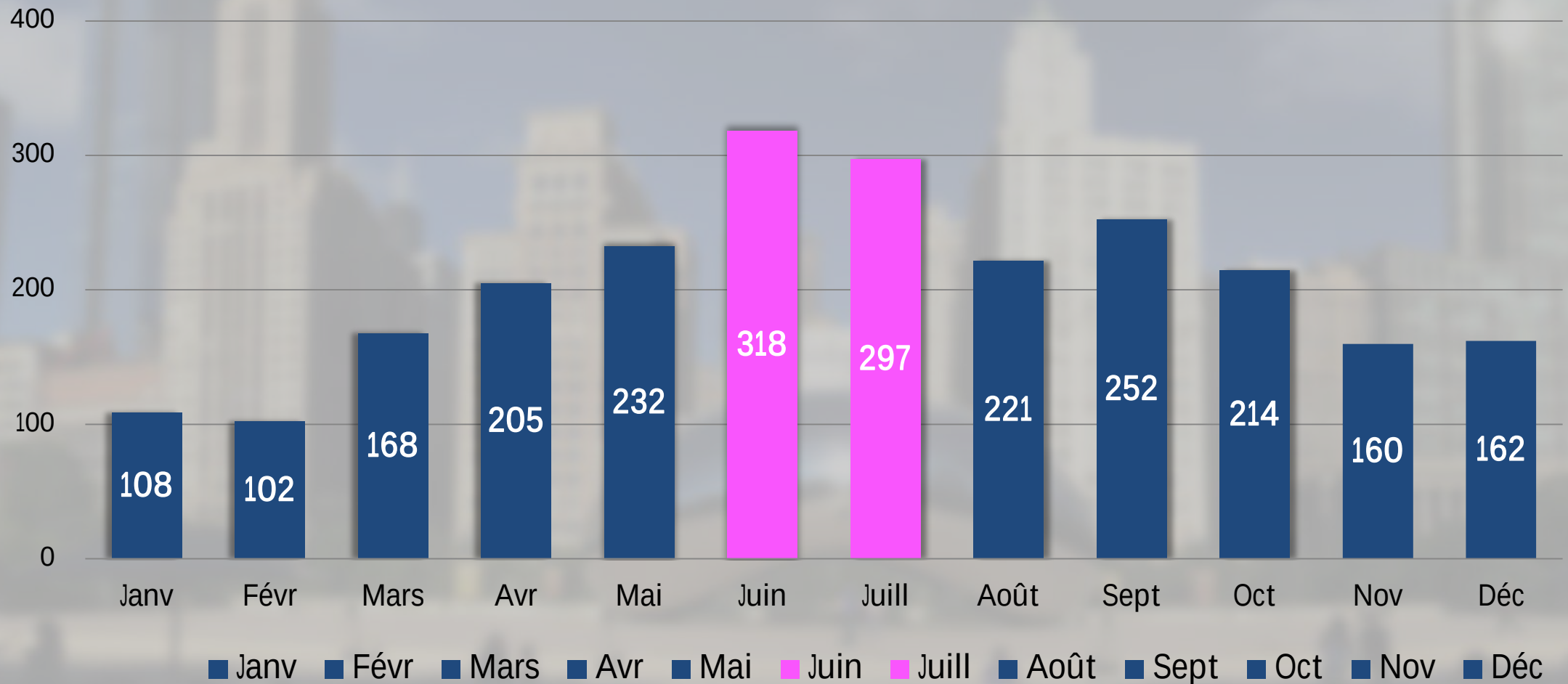
+4,8%

Prévision des réservations aériennes
De mars à mai 2018 par rapport mars à mai 2017



Arrivées hôtelières US mensuelles à Paris Île-de-France

En milliers



Les Américains à Paris Île-de-France





➤ **Population totale :**
323,1 millions d'habitants

➤ **Taux de croissance 2017 :**
+2,3%

➤ **Taux de change 2017 :**
1 EUR = 1,13 USD
Var 2017/2016 : +2,1%

➤ **PIB/habitant :**
57 467 USD
8^{ème} au rang mondial

2,1

millions de touristes,
soit la 1^{ère} clientèle internationale

1,8

milliard d'euros de recette touristique,
soit la 1^{ère} clientèle internationale

83,3%

sont venus
pour motifs personnels

57,1%

de primo-visiteurs

Mode de transport



81,2%



14,6%



3,9%

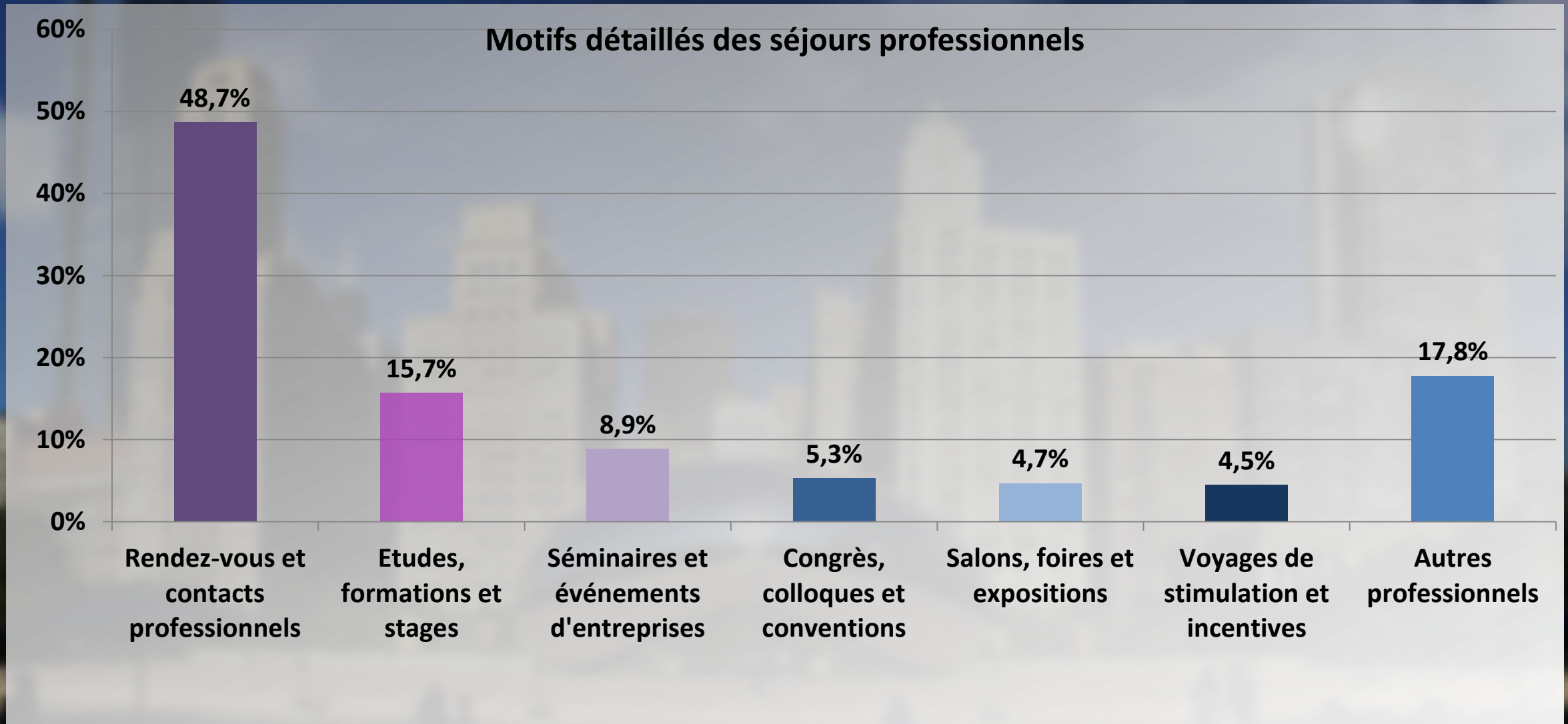
Motifs du séjour



83,3%
de séjours personnels



16,7%
de séjours
professionnels ou mixtes





60,6%
Primo-visiteurs



60,5%
Repeaters

Nombre de séjours



1 761 066



354 175

Nombre de nuitées d'affaires et loisirs



10,9 millions

de nuitées
à Paris Île-de-France



8,3 millions

de nuitées
générées par
les visiteurs loisirs

2,6 millions

de nuitées
générées par
les visiteurs professionnels

Durée du séjour



4,7
nuits



7,3
nuits

Moyens de réservation de l'hébergement



58,1%

24,9%

14,7%



40,6%

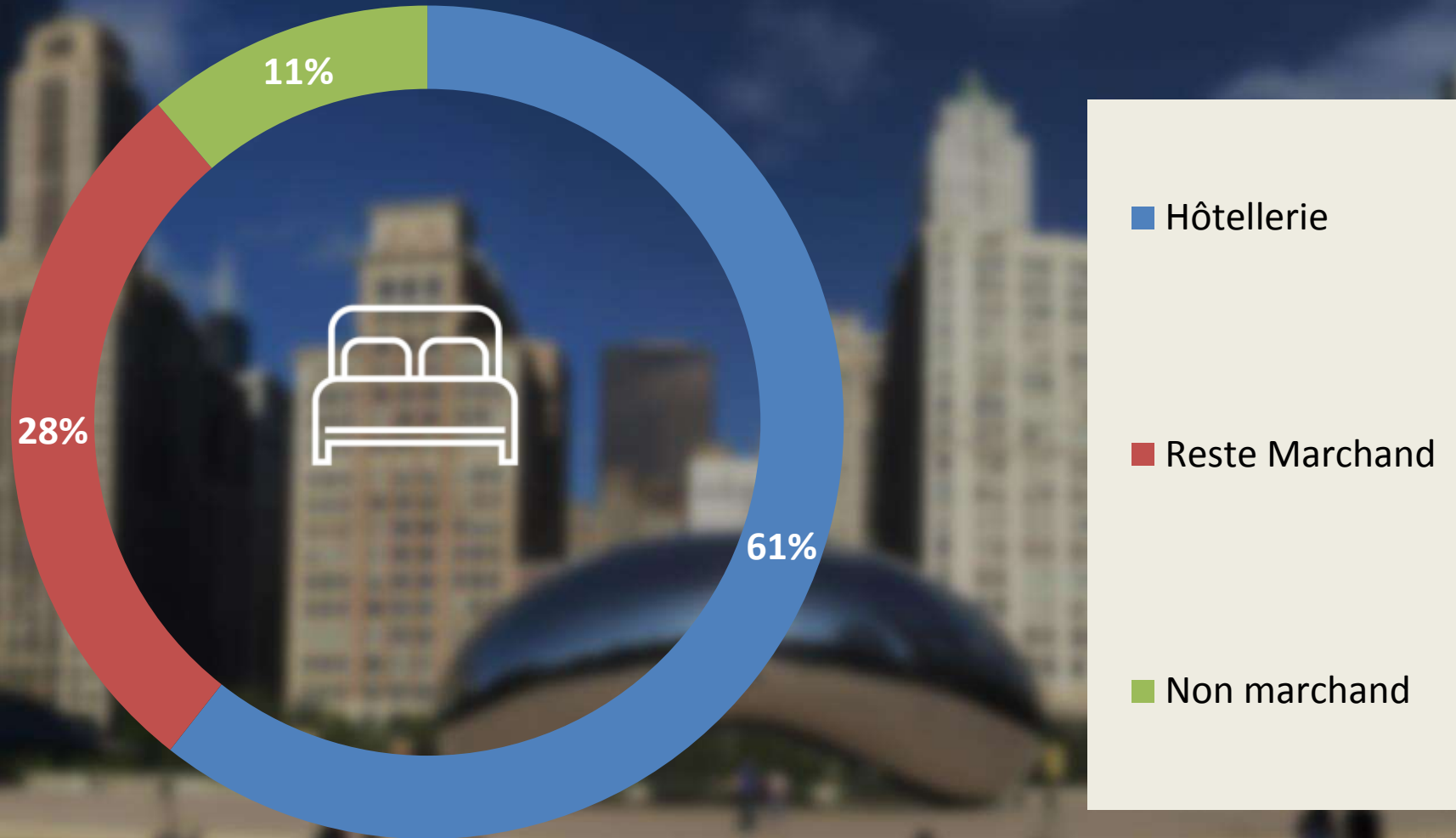
34,6%

17,7%



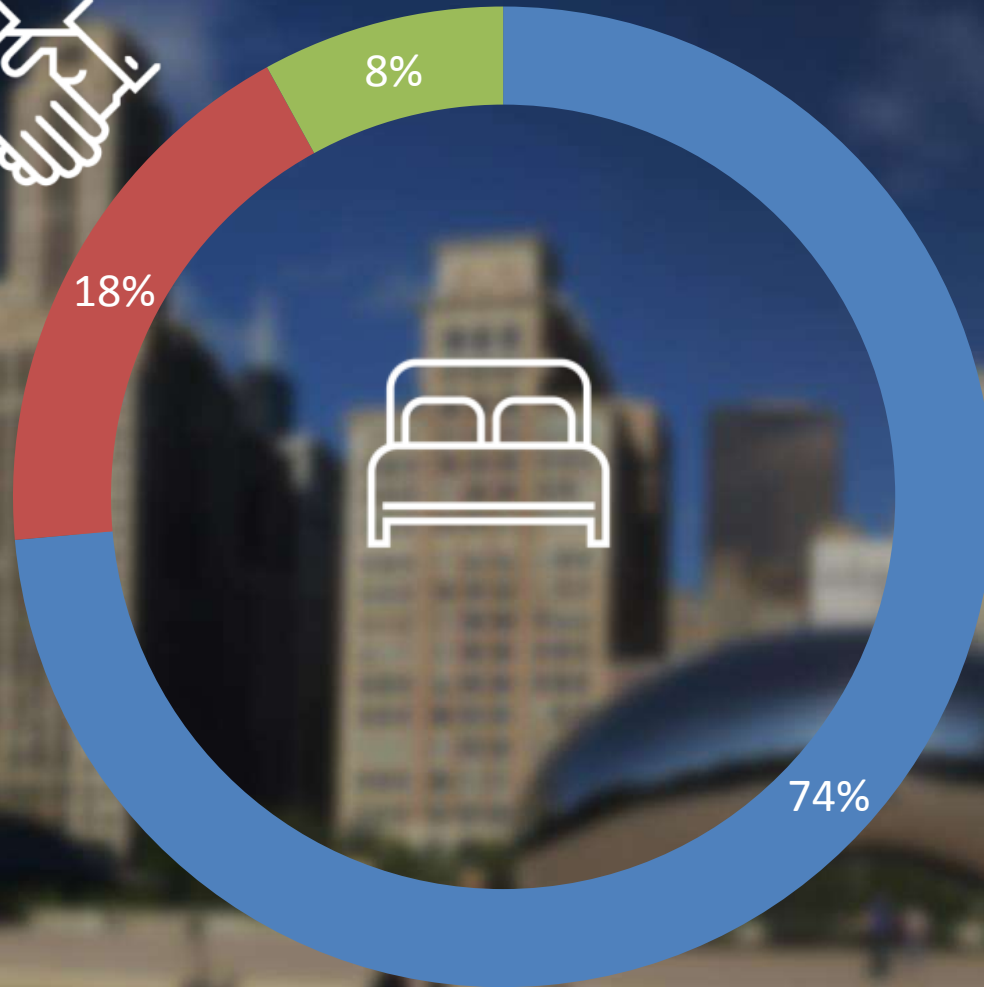


Hébergement





Hébergement



■ Hôtellerie

■ Reste Marchand

■ Non marchand



Consommation touristique

1,8 milliard d'€
de consommation touristique

Clientèles loisirs
1,4 milliard d'€

Clientèles d'affaires
435 millions d'€

Dépense moyenne par jour et par personne



169 €



169 €

Budget moyen du séjour



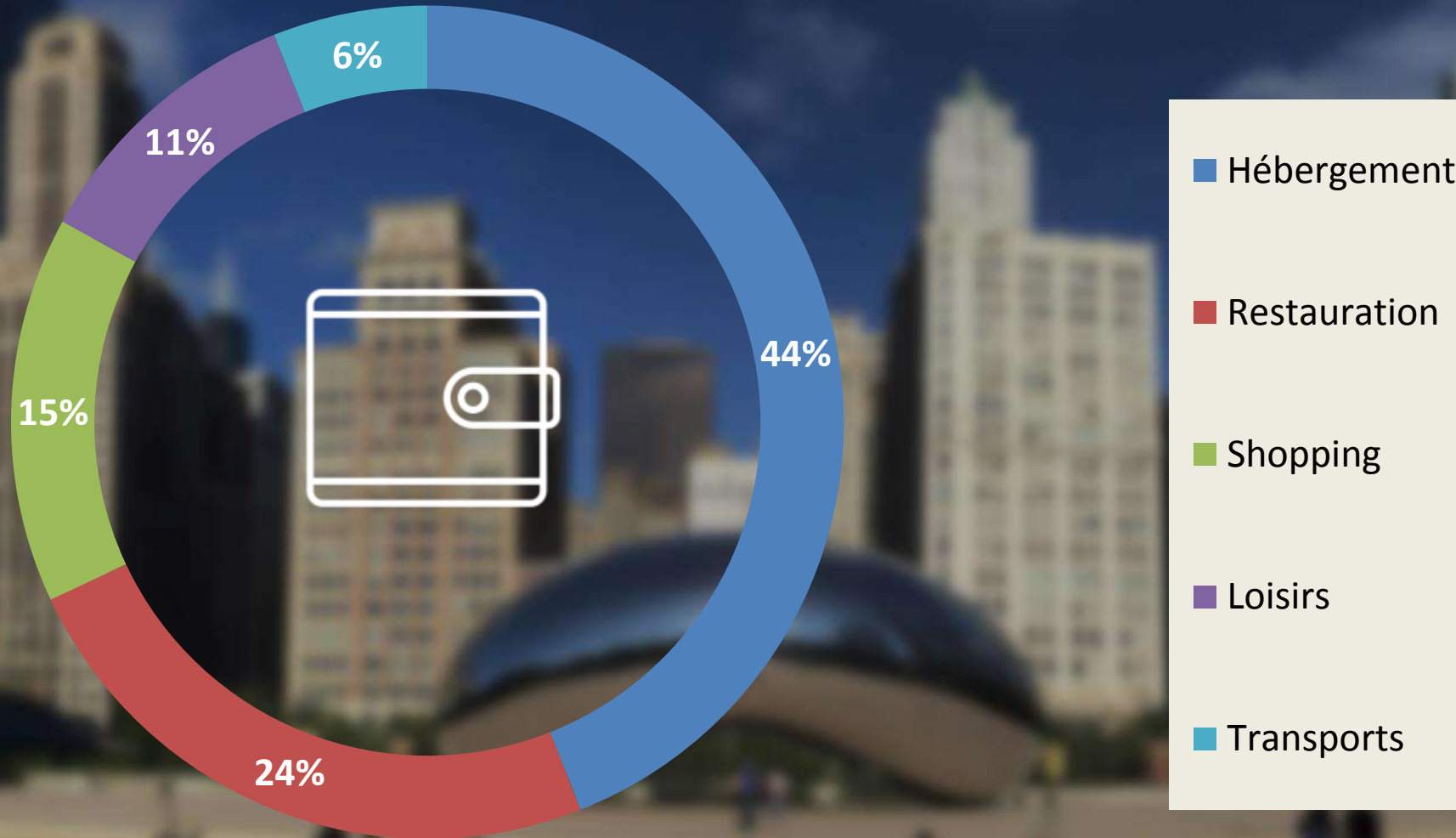
803 €



1 228 €

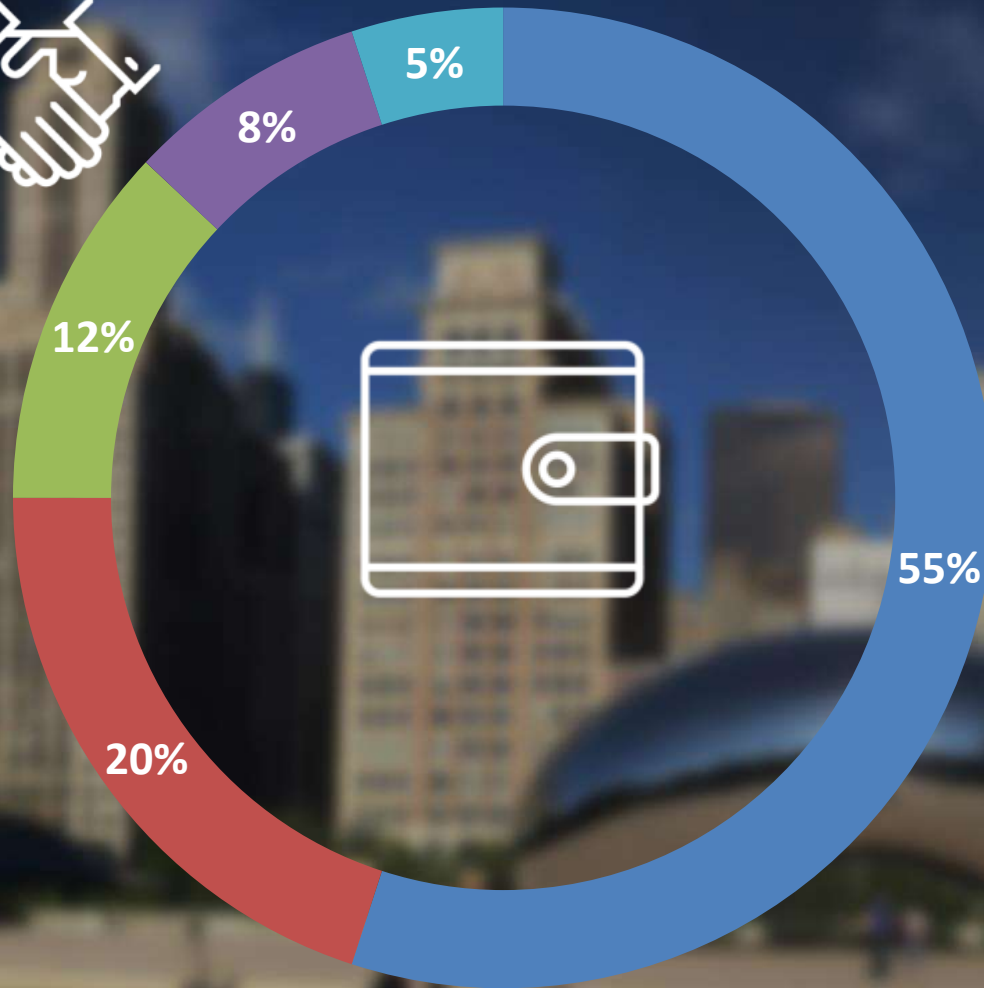


Répartition du budget du séjour





Répartition du budget du séjour



■ Hébergement

■ Restauration

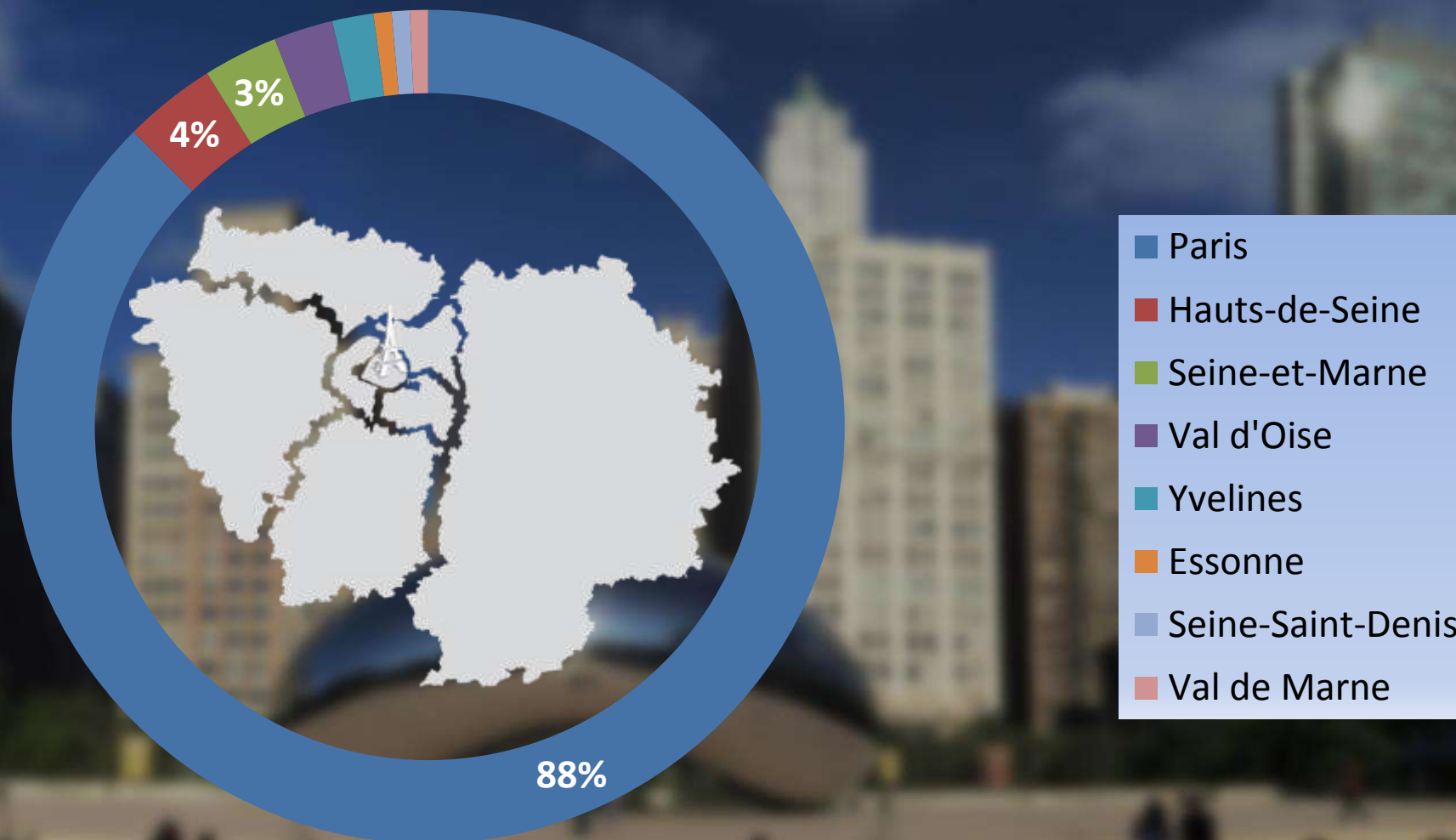
■ Shopping

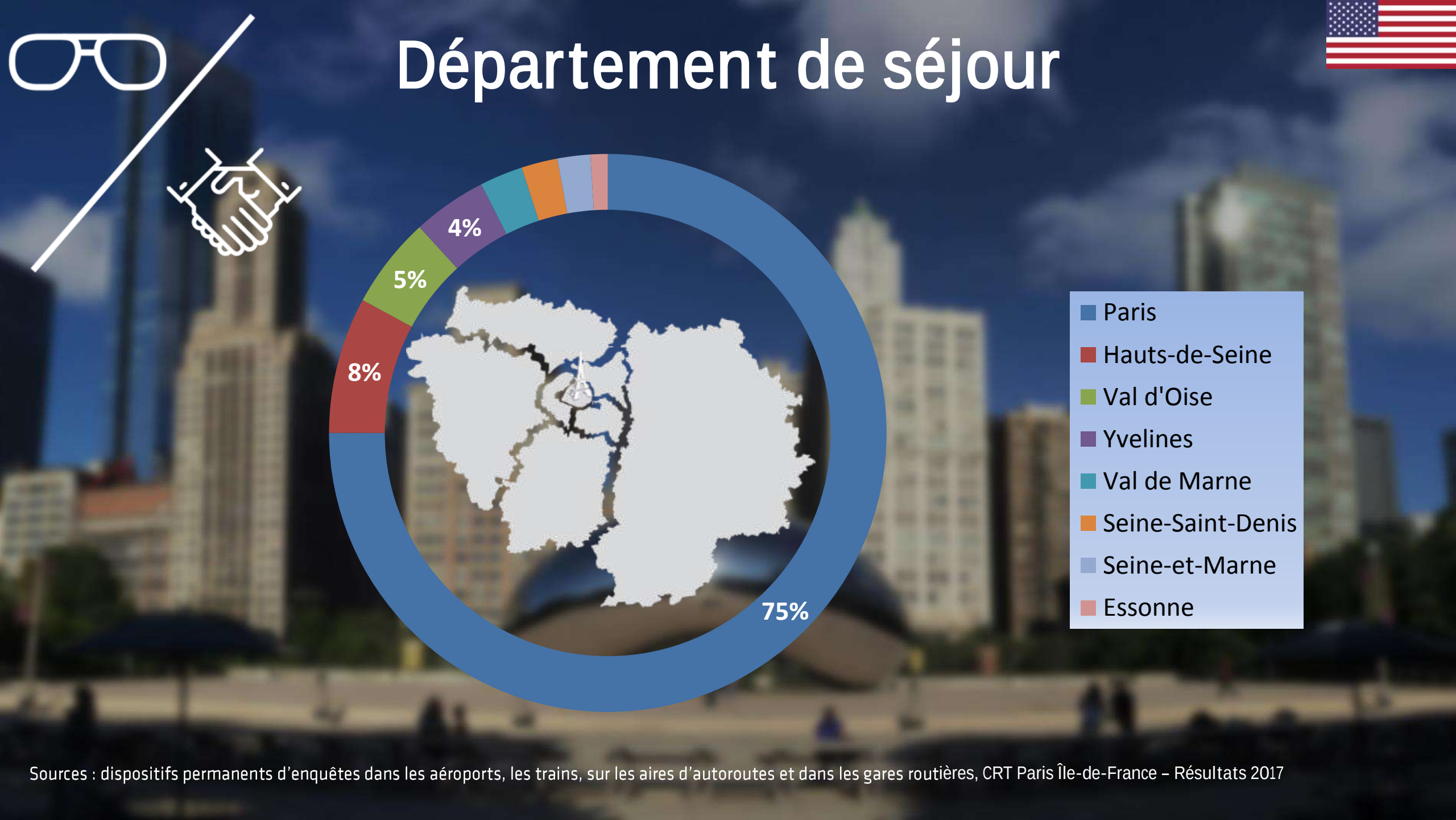
■ Transports

■ Loisirs

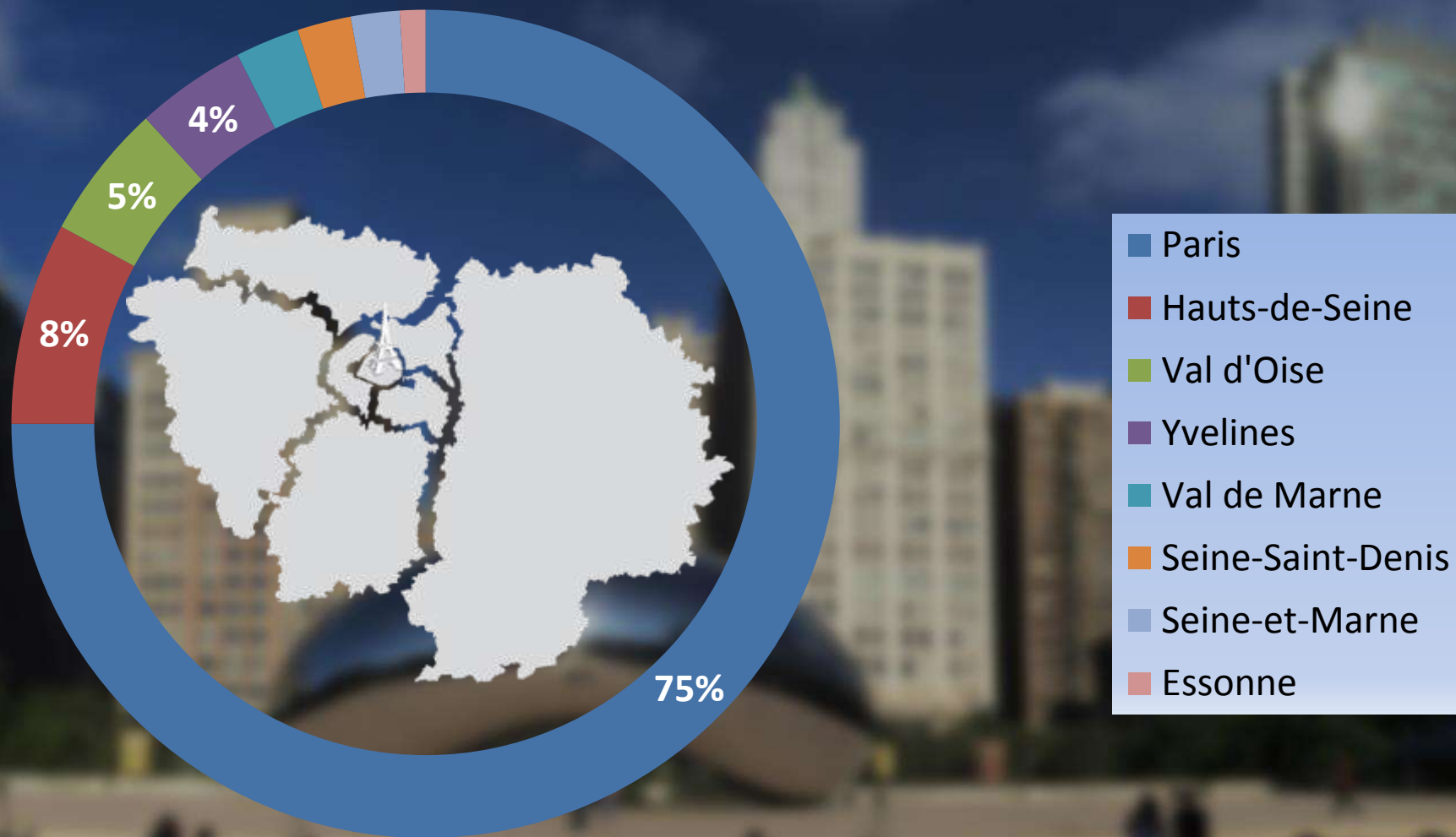


Département de séjour

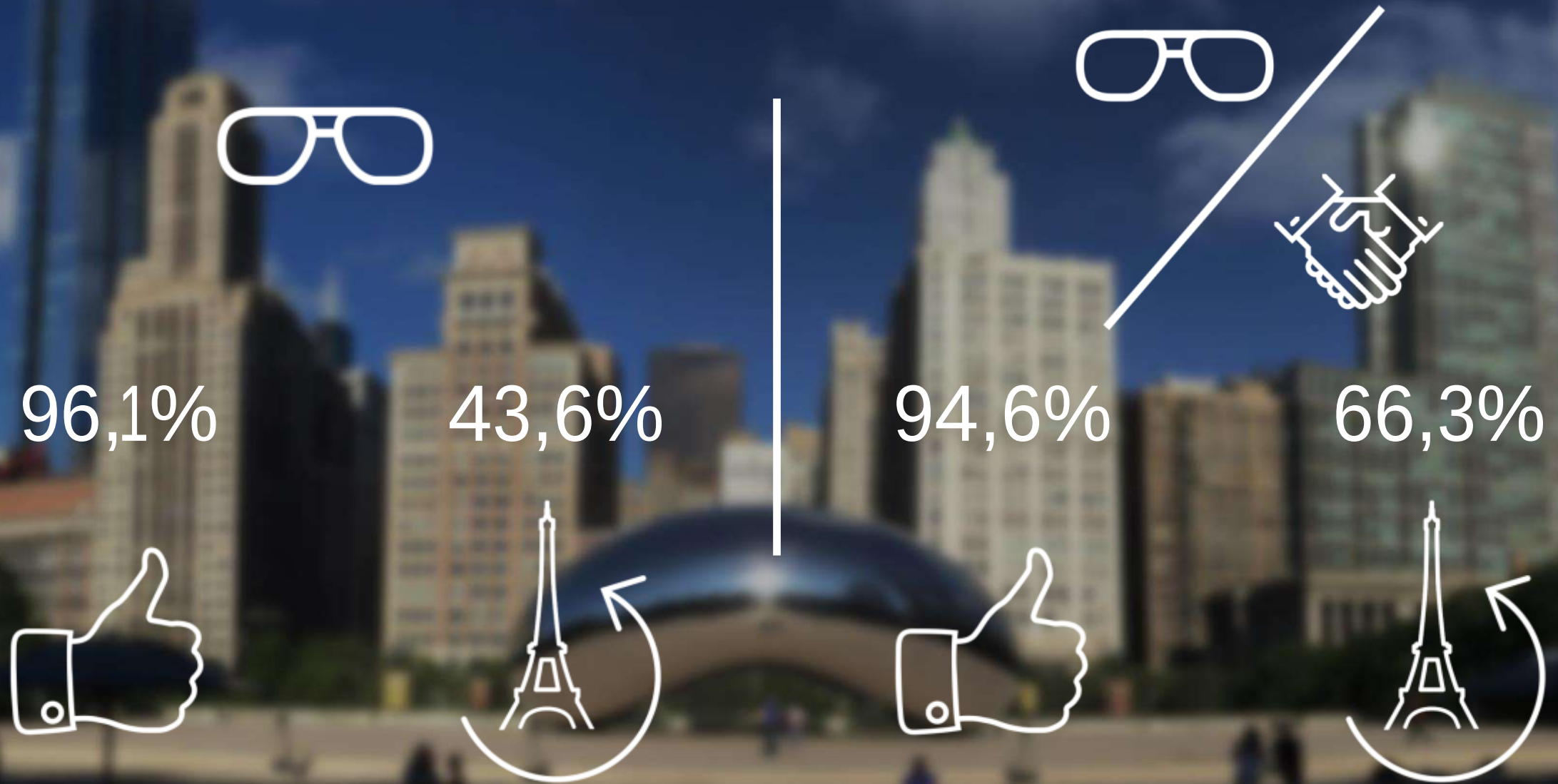




Département de séjour



Satisfaction et intention de revisite



A panoramic view of Paris, France, at sunset. The Eiffel Tower stands prominently in the center background, silhouetted against the warm, golden-orange sky. The foreground is filled with the dense, terracotta-roofed buildings of the city. To the left, the dome of Les Invalides is visible, and to the right, the spire of a church can be seen. The overall atmosphere is serene and picturesque.

Actions et dispositifs de promotion Loisirs



RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Ville : Paris

Type : Workshop avec rendez-vous préprogrammés

Cible : Tour-opérateurs en provenance de 68 pays

Organisateur : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France /
Office de Tourisme et des Congrès de Paris / Atout France



WTM : WORLD TRAVEL MARKET

Ville : Londres

Type : Salon professionnel

Cible : Tour-opérateurs internationaux, agences de voyages

Organisateur : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France / Atout
France

Actions et dispositifs de promotion **Clientèles d'Affaires**



Toute
l'année

PACK ACCUEIL SALONS ET CONGRES

- Type : Dispositifs de services, navettes gratuites WiFi, **aux aéroports et sur les sites et parcs d'exposition**
- Cible : Visiteurs, exposants et congressistes
- Organisateurs : Comité Régional du Tourisme
Paris Aéroport / Viparis
- 23 salons et 19 congrès
- 131 jours de déploiement



Toute
l'année

EDUCTOURS / AGENCES - CORPORATE

- Lieux : Paris Ile-de-France
- Type : Eductours
- Cible : Agences et entreprises
- Organisateur : Comité Régional du Tourisme
Atout France

Synthèse

1. Première clientèle de la destination en 2017 dans un contexte économique favorable
2. Marché différencié selon la provenance : plus mature et repeaters à l'est, **davantage primo-visiteurs à l'ouest : importance du travail de prospection** tant que celui de fidélisation
3. **L'hôtellerie reste majoritaire au niveau de l'hébergement, mais forte utilisation également de locations et d'échanges d'appartements.**
4. **95,8 % de taux de satisfaction et un taux d'intention de revisite élevé :** marché fidèle
5. Une clientèle ouverte à de nouvelles expériences de visite