



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

PRESENTATION DE MARCHÉ

Etats-Unis 2024



● Indicateurs et Conjoncture

ETATS-UNIS

● Industrie du Tourisme et Tendances

POSITIONNEMENT ET EVOLUTION DE LA DEMANDE

● Structure de la distribution et Produits

RESEAUX D'AGENCES, OENOTOURISME, CROISIERE, SKI ET EVENEMENT

● Atout France

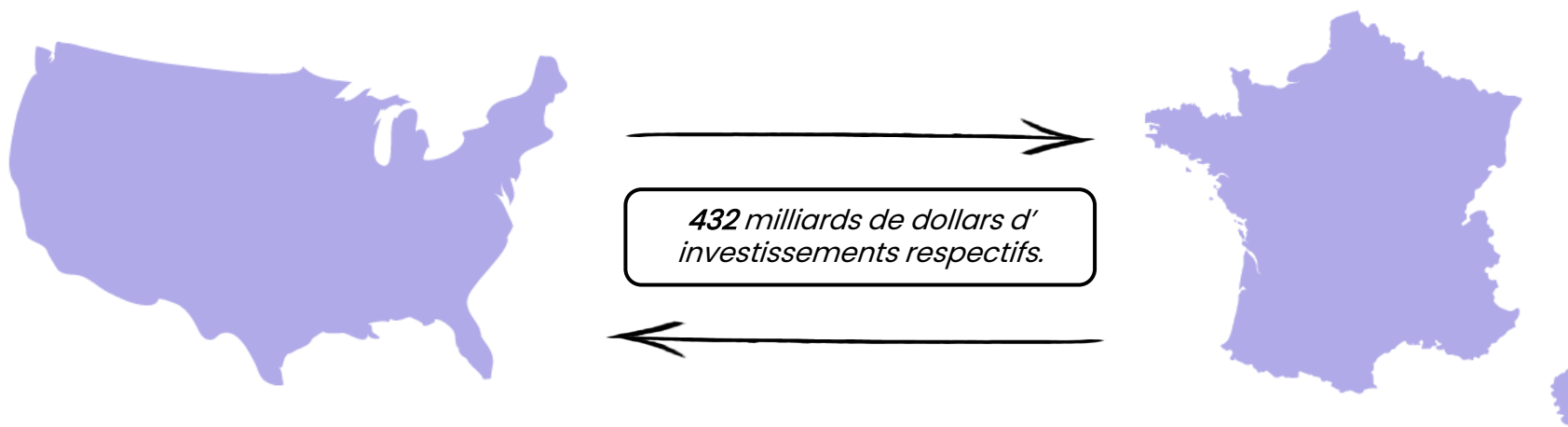
ORIENTATIONS STRATEGIQUES ET ACTIONS



Indicateurs et Conjonctures

ETATS-UNIS

LES ETATS-UNIS



3

La France est le 3ème partenaire commercial des États-Unis au sein de l'Union européenne.

1

Les États-Unis sont la 1ère destination des investissements français.

1

Les États-Unis sont le 1er investisseur étranger en France.

6

La France est le 6ème investisseur étranger aux États-Unis.

3

La France est dans le top 3 des principaux employeurs étrangers dans 24 États et territoires Américains.

4 800

entreprises françaises aux États-Unis soutiennent 780 000 emplois.

4 500

entreprises américaines en France soutiennent près de 500 000 emplois.

DES INDICATEURS AU RALENTI MAIS ENCORE FAVORABLES A LA CONSOMMATION

PIB/HABITANT (Source : FMI)

2023 **\$80,000**

2022 **\$76,000**

2018 **\$68,000**

INDICATEURS ECONOMIQUES USA

	2022	2023	2024 (MARS)
PIB	2 %	2.5 %	-
TAUX D'INTÉRÊT	3.25 %	4.5 % - 5.5 %	5.5 %
TAUX DE CHANGE	\$1 = 1 €	\$1 = 0.92 €	\$1 = 0.94 €
CHÔMAGE	3.5 %	3.8 %	3.8 %
INFLATION	7.3 %	3.4 %	3.5 %
INDICE DE CONFIANCE DES ENTREPRISES	50.7	47	50.3

Source : Trading Economics

QUELQUES DONNÉES TOURISTIQUES

49

MILLIONS de voyages à l'étranger des Américains (exc. Canada et Mexique) - Europe 27%.

(+9% par rapport à 2019/ +28% , 2022)

4.8

MILLIONS d'arrivées d'Américains en France en 2022.

(+2% par rapport à 2019)

6.2

MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme Américain.

(+52% par rapport à 2019/ +14% , 2022)

7.7

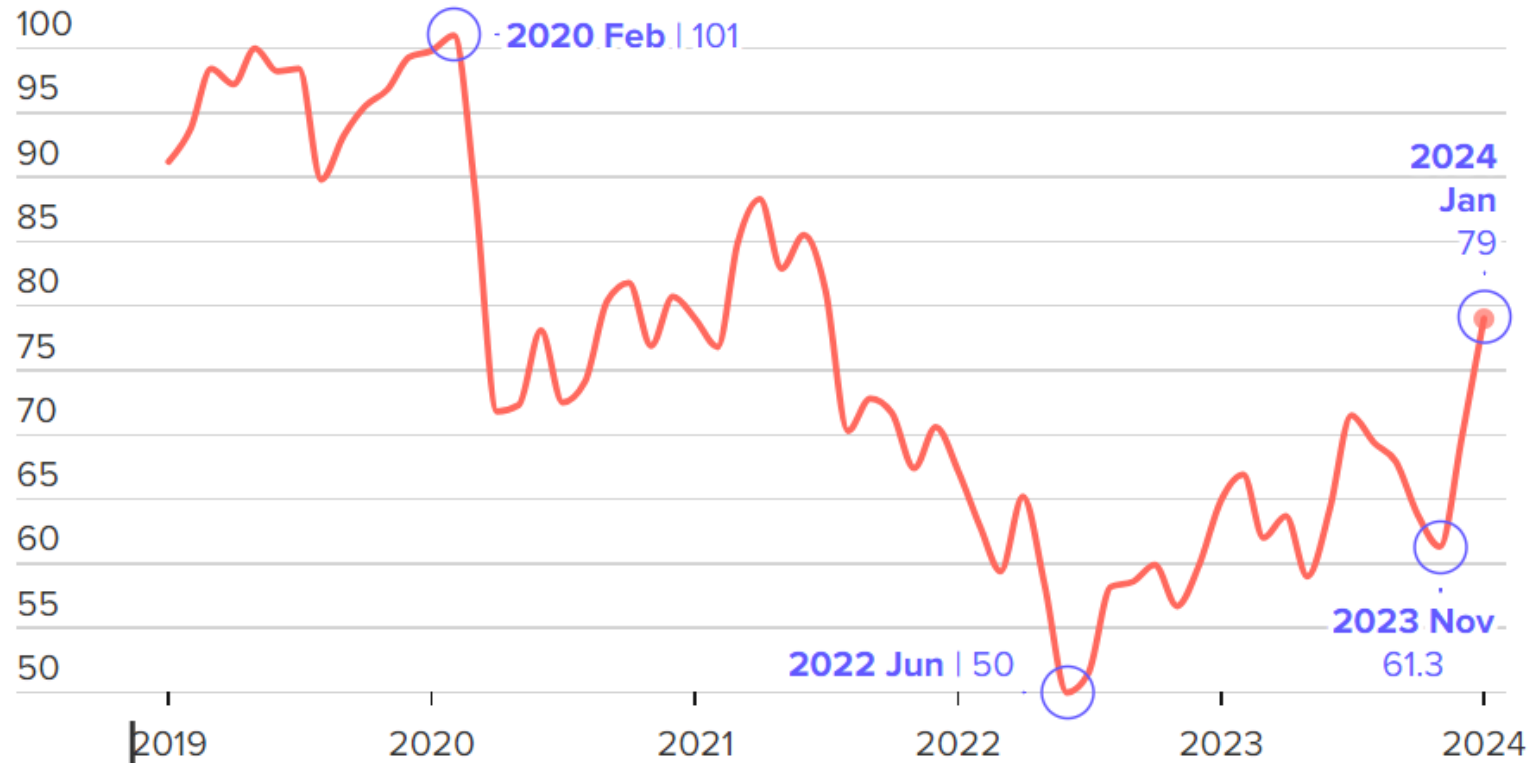
JOURS = Durée moyenne de séjour.

(+23% par rapport à 2019/ +14% , 2022)



DES INDICATEURS AU RALENTI MAIS ENCORE FAVORABLES A LA CONSOMMATION A LONG TERME

INDICE DU SENTIMENT DES CONSOMMATEURS AMERICAINS A L'EGARD DE L'ECONOMIE



University of Michigan's Survey of Consumers

Le sentiment positif des Américains à l'égard de l'économie a bondi de 29 % depuis le début du mois de décembre, ce qui représente la plus forte augmentation sur deux mois depuis 1991.



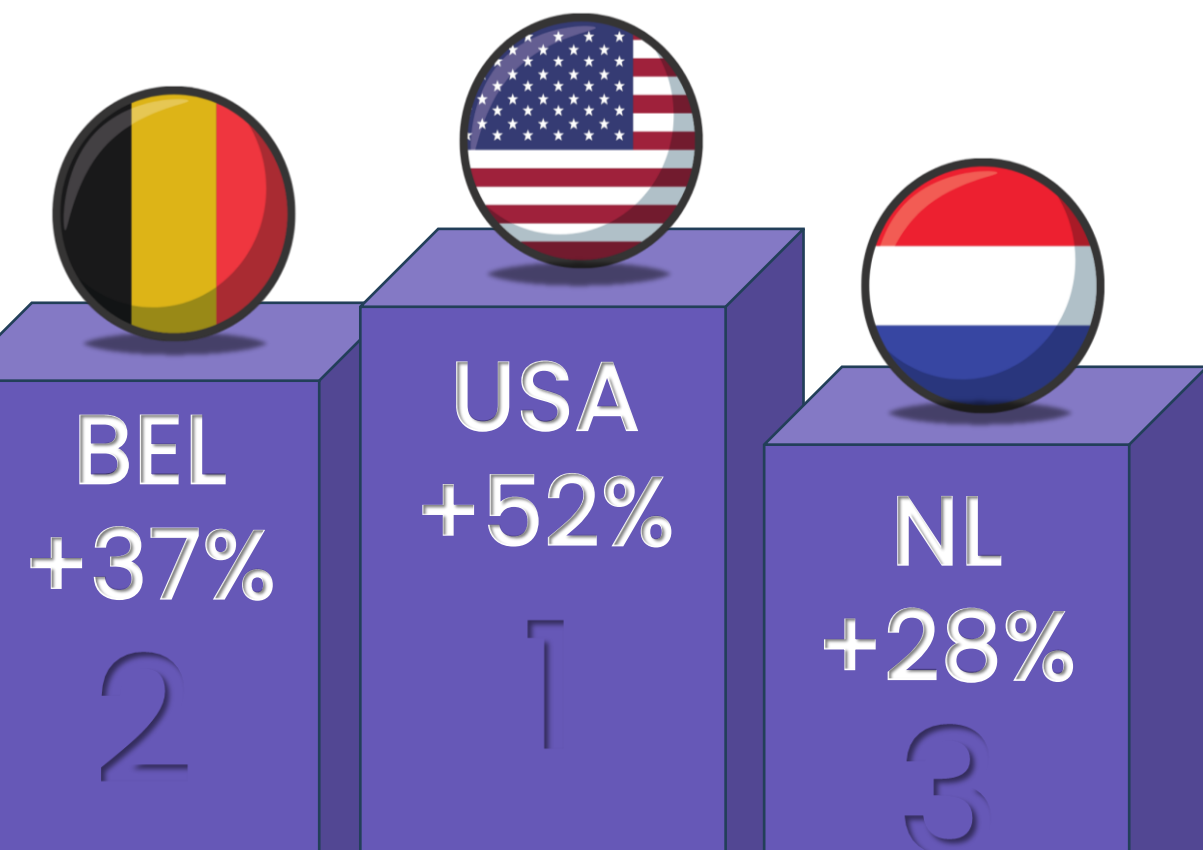
Indicateurs du tourisme et tendances

POSITIONNEMENT ET EVOLUTION DE LA DEMANDE



REVENU TOURISME INTERNATIONAL POUR LA FRANCE – 2023 vs 2019 en €

Evolution 2019 vs 2023



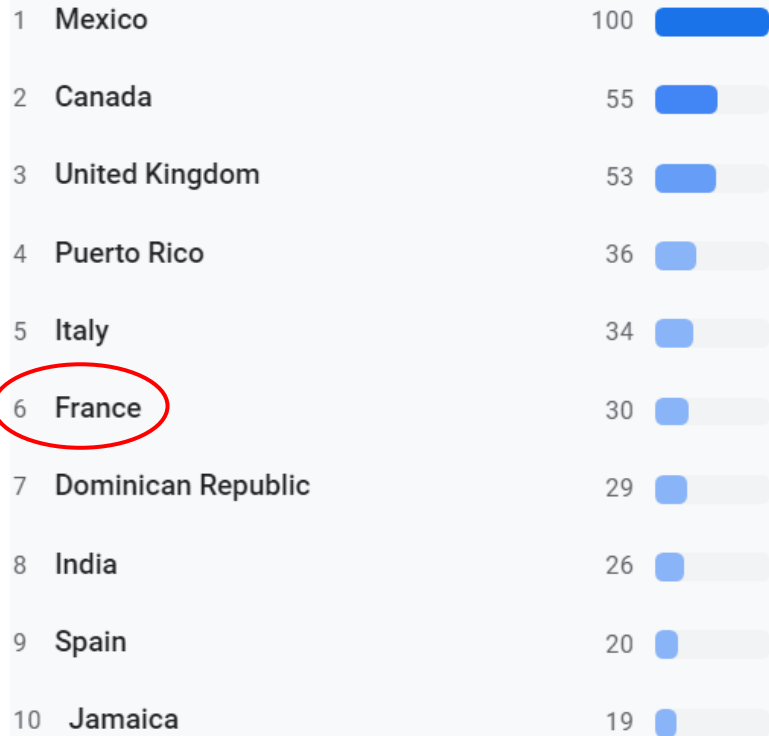
63,5
Md€

L'année 2023 a atteint un nouveau record en termes de recettes internationales du tourisme.

soit un niveau supérieur à ceux de 2019 et de 2022 [+12%].

POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

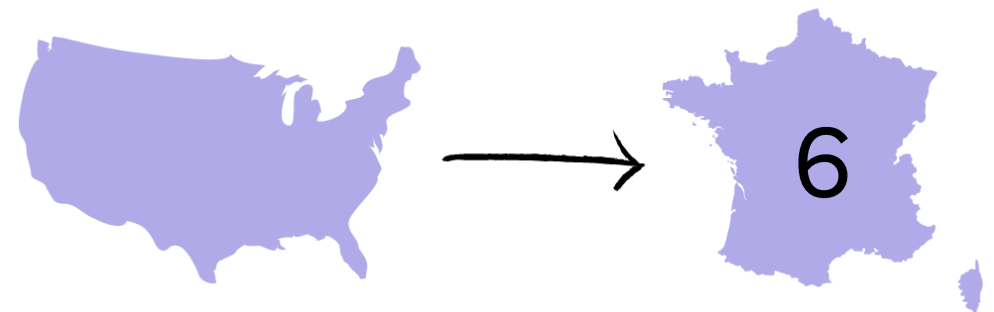
TOP DEMAND BY DESTINATION COUNTRY



Source: Google Destination Insights 2023

2023

En 2023, la France continue d'être bien placée parmi les destinations plébiscitées par les Américains en étant le troisième pays européen en termes de recherches

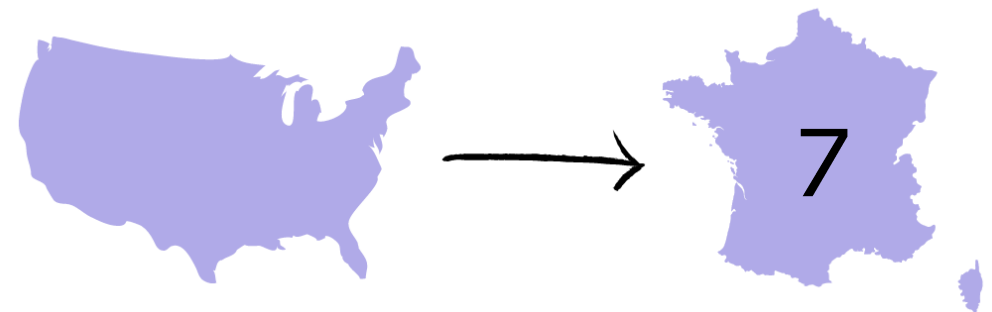


POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

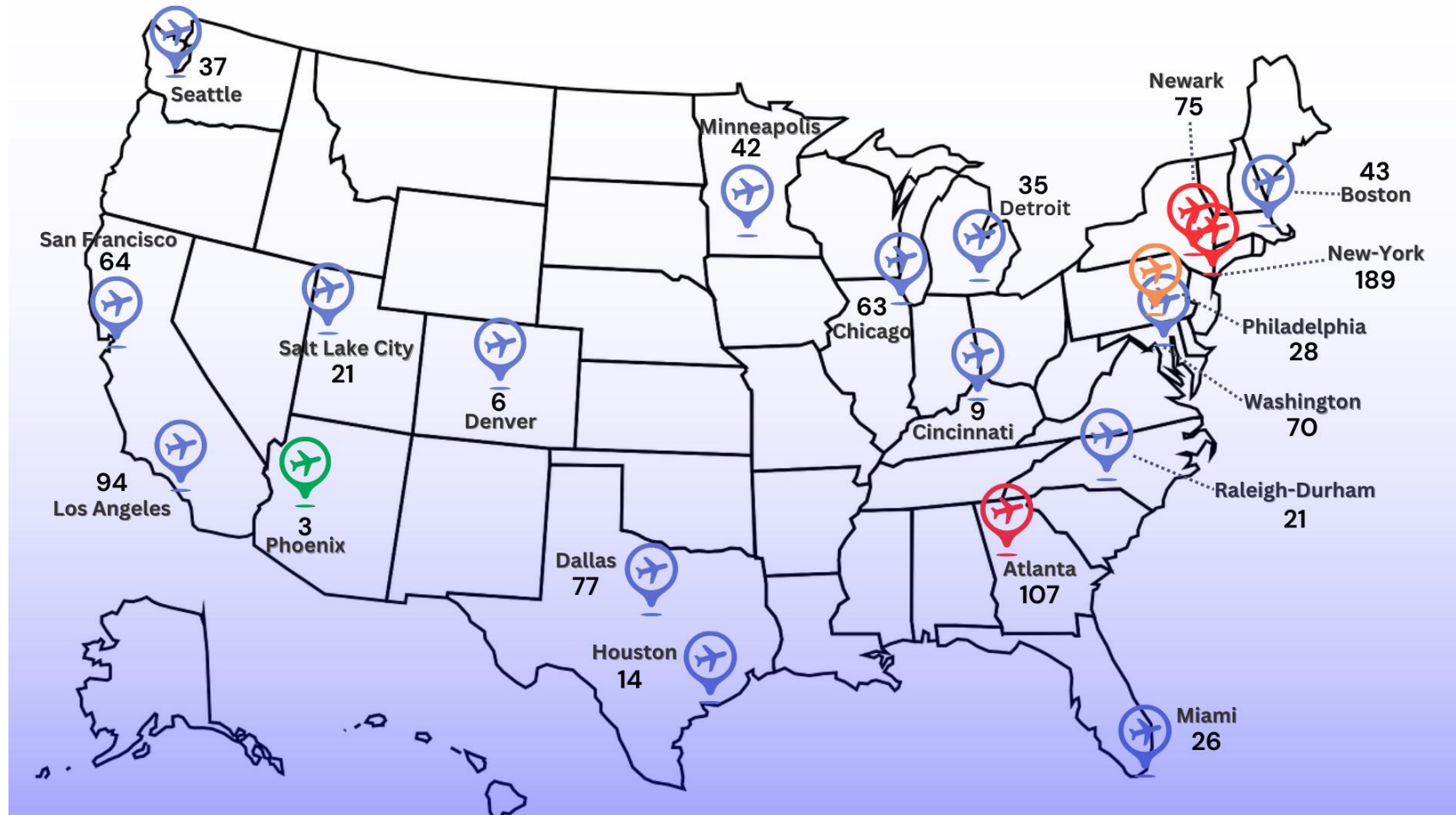






2024

La tendance faiblit en 2024 (janvier-mai). La France est la septième destination choisie par les Américains.



CAPACITE AERIEENNE ETATS UNIS VERS LA FRANCE PAR SEMAINE



-  Vols en direction de Paris
-  Vols en direction de Paris et Nice
-  Vols en direction de Paris et, à partir de 2024, de Nice
-  Vols en direction de Paris à partir de mai 2024

Pour accéder à plus de détails sur cette carte ci-dessus, cliquer [ici](#)

VOLS DIRECTS AIR France A DESTINATION DE PARIS (CDG) PAR SEMAINE

AIRFRANCE 

PAR SEMAINE

Atlanta (ATL)	PARIS (CDG)	14
Boston (BOS)	PARIS (CDG)	14
Chicago (ORD)	PARIS (CDG)	7
Dallas-Fort Worth (DFW)	PARIS (CDG)	5
Detroit (DTW)	PARIS (CDG)	7
Houston (IAH)	PARIS (CDG)	7
Los Angeles (LAX)	PARIS (CDG)	21

PAR SEMAINE

Miami (MIA)	PARIS (CDG)	14
Minneapolis (MSP)	PARIS (CDG)	5
New York (JFK)	PARIS (CDG)	+30
Pape'ete (PPT)	PARIS (CDG)	5
San Francisco (SFO)	PARIS (CDG)	7
Seattle (SEA)	PARIS (CDG)	3
Washington, D.C. (IAD)	PARIS (CDG)	7
Phoenix (PHX)	PARIS (CDG)	3

UNE DEMANDE RESILIENTE...

Top destinations for 2024

In 2024, people are looking to travel to a variety of destinations. Mexico, Canada, and France emerged as the favorites (each with 42%). Spain followed closely behind at 40%, with Italy at 32% and Greece at 21%.

51% of respondents seek relaxed vacations

43% of respondents plan to visit a new destination in 2024



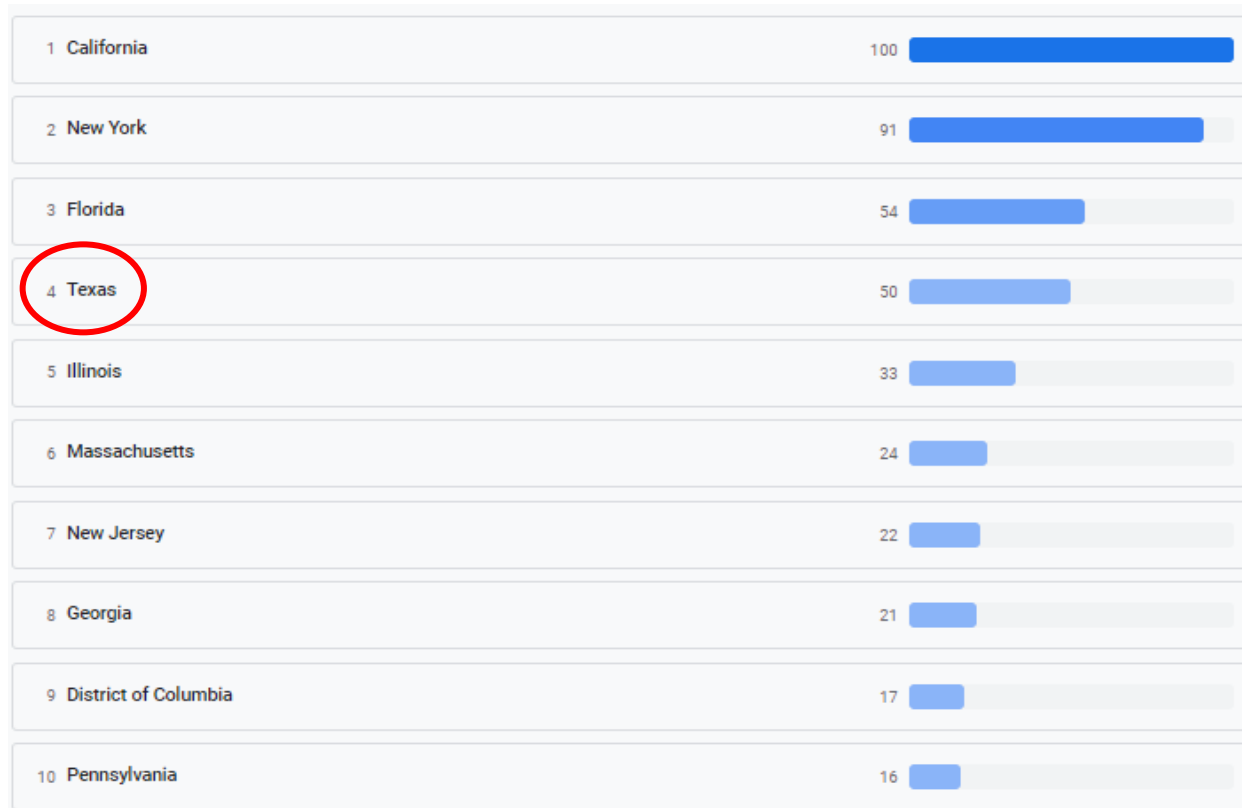
3 in 10 individuals aim to become "experienced travelers" next year, focusing on learning and guided tours.

"Americans, on average, are planning to visit

4

different destinations in 2024."

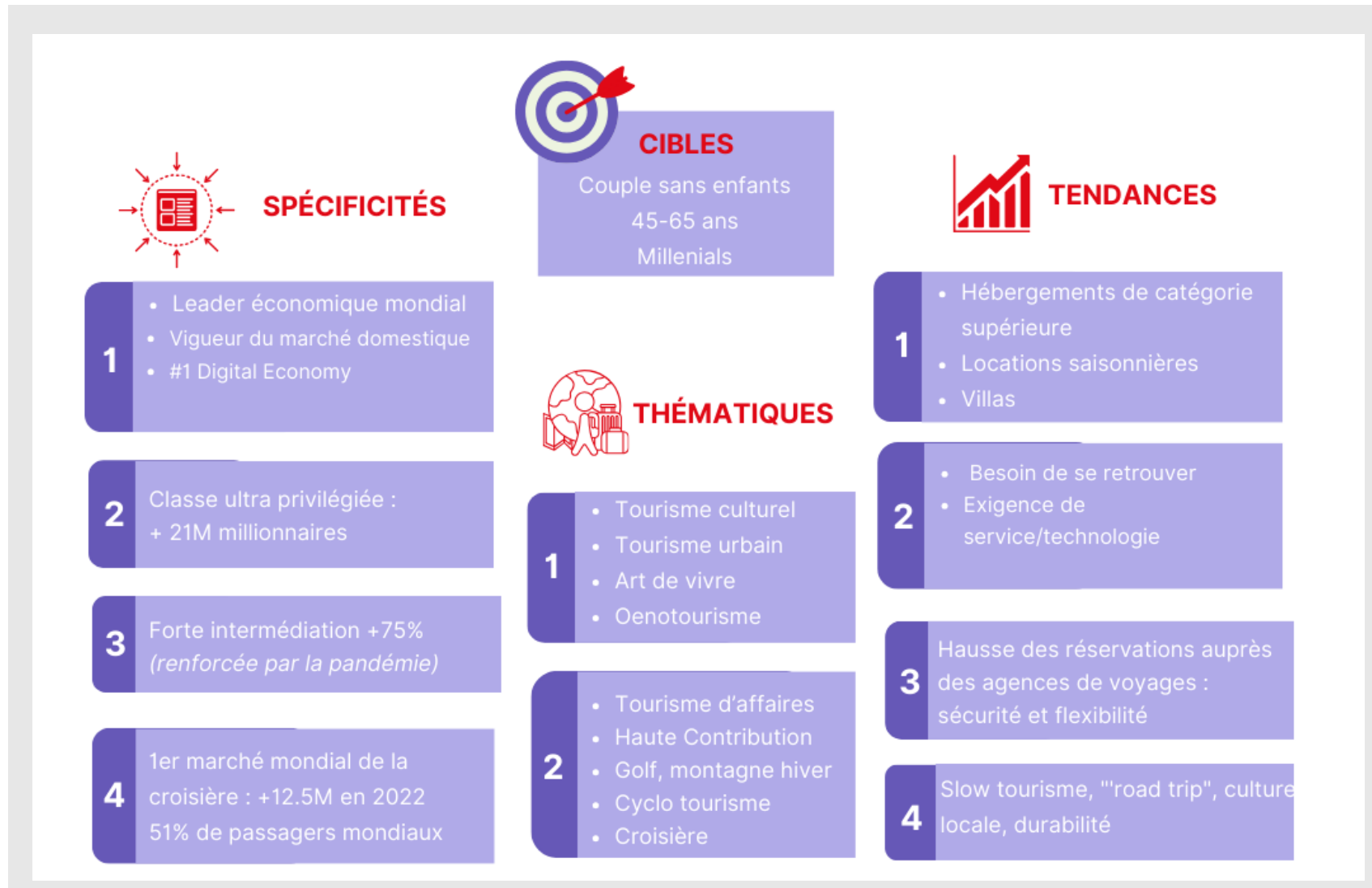
...ET MIEUX REPARTIE SUR LE TERRITOIRE



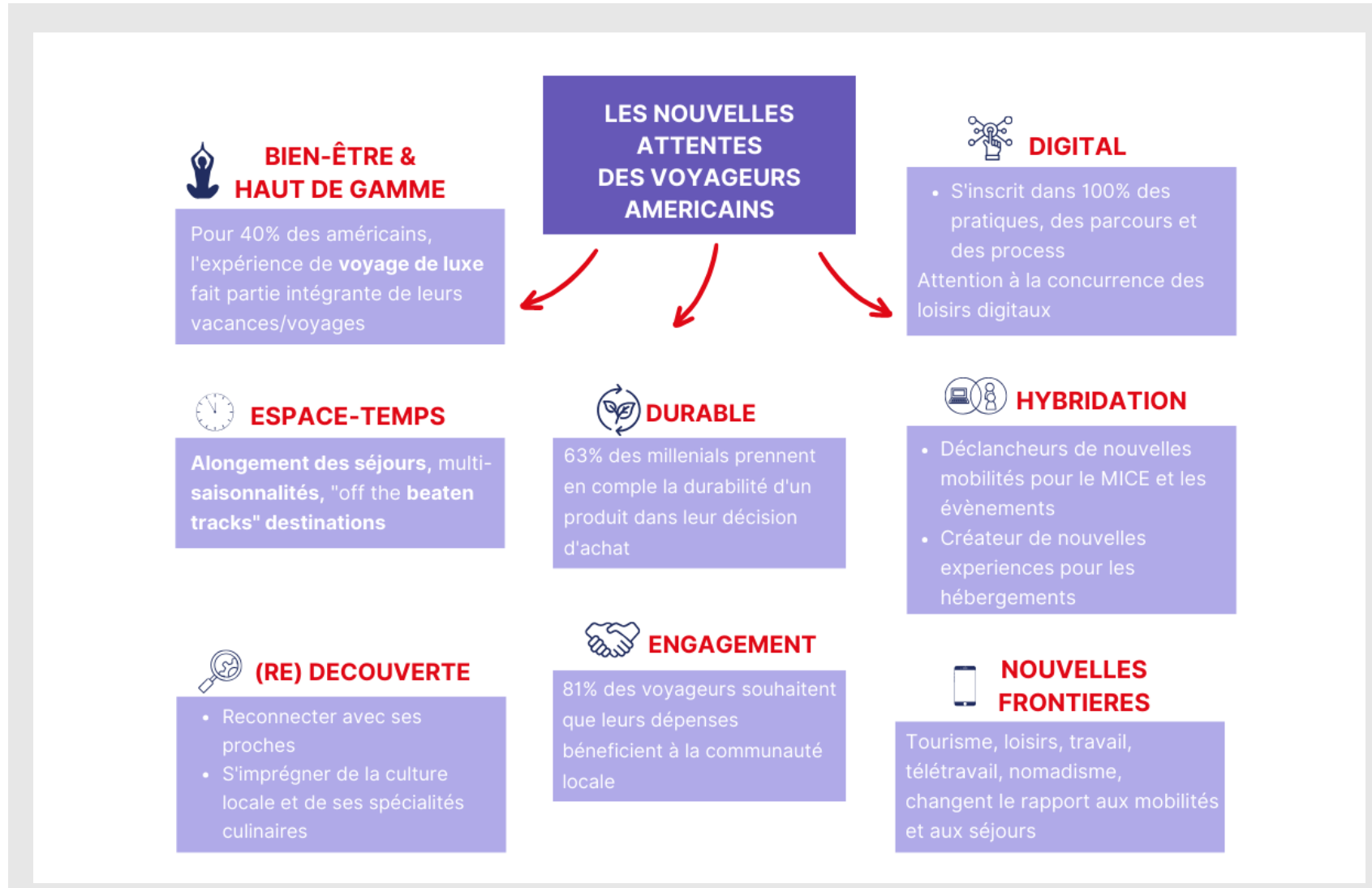
Source: Google Destination Insights 2023

Le Texas, un bassin en forte progression, avec un pouvoir d'achat élevé et peu sollicité.

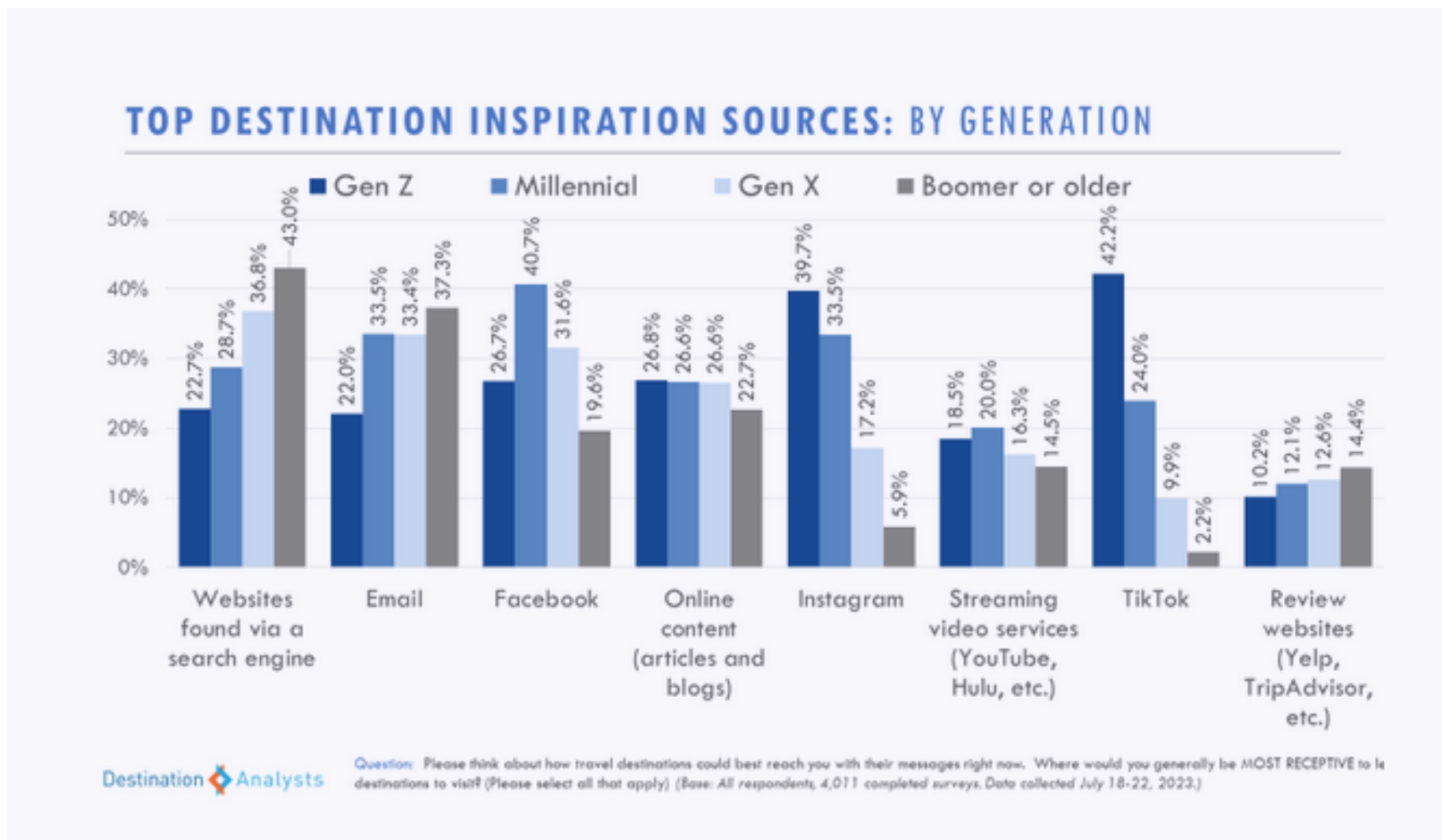
PROFIL DE LA DEMANDE



EVOLUTION DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR



A NOTER



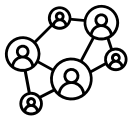
Structure de la Distribution et des Produits

RESEAUX D'AGENCES, OENOTOURISME, CROISIERE,
SKI ET EVENEMENT

LA DISTRIBUTION EN MOUVEMENT



Taux d'intermédiation très important.



Les réseaux d'agences, incontournables du marché américain

- *Frosch, Valerie Wilson Travel, Internova, Ensemble Travel Group... : des transformations.*



Evolution des produits et pratiques.

- *Ex : Classe Affaires VS Jets privés, privatisation, destinations urbaines très prisées ainsi que les arrière-pays et les villes secondaires.*



Les compagnies de croisières maritimes fortement touchées MAIS annoncent des **taux d'occupation**

de **91%** et investissent dans de **nouveaux navires.**



Croisière fluviale : popularité en pleine croissance.



Tourisme d'affaires : activité aux USA à 90 % de ce qu'elle était en 2019.

Les réseaux d'agences incontournables du marché américain

- **Frosch** a acheté Valerie Wilson Travel Group (2021)
- **Internova...** : de multiples acquisitions (2020-2021)
- **JP Morgan** achète **Frosch**, des investisseurs se lancent dans la distribution (2021)
- **Navigatr Group** a acquis **Ensemble Travel Group** (2022)
- **Travel Edge** et **Travel Edge Network** rejoignent **Ensemble Travel Group** (2022)
- **Spirit Airlines** valide son achat par **Jet Blue** (sous réserve d'approbation de l'administration Biden = compatibilité avec les lois « anti-trust »)
- **Hyatt** acquiert **Apple Leisure Group** (2021) and **Mr & Ms Smith** (2023)



Amex Global Business Travel to acquire CWT for \$570M

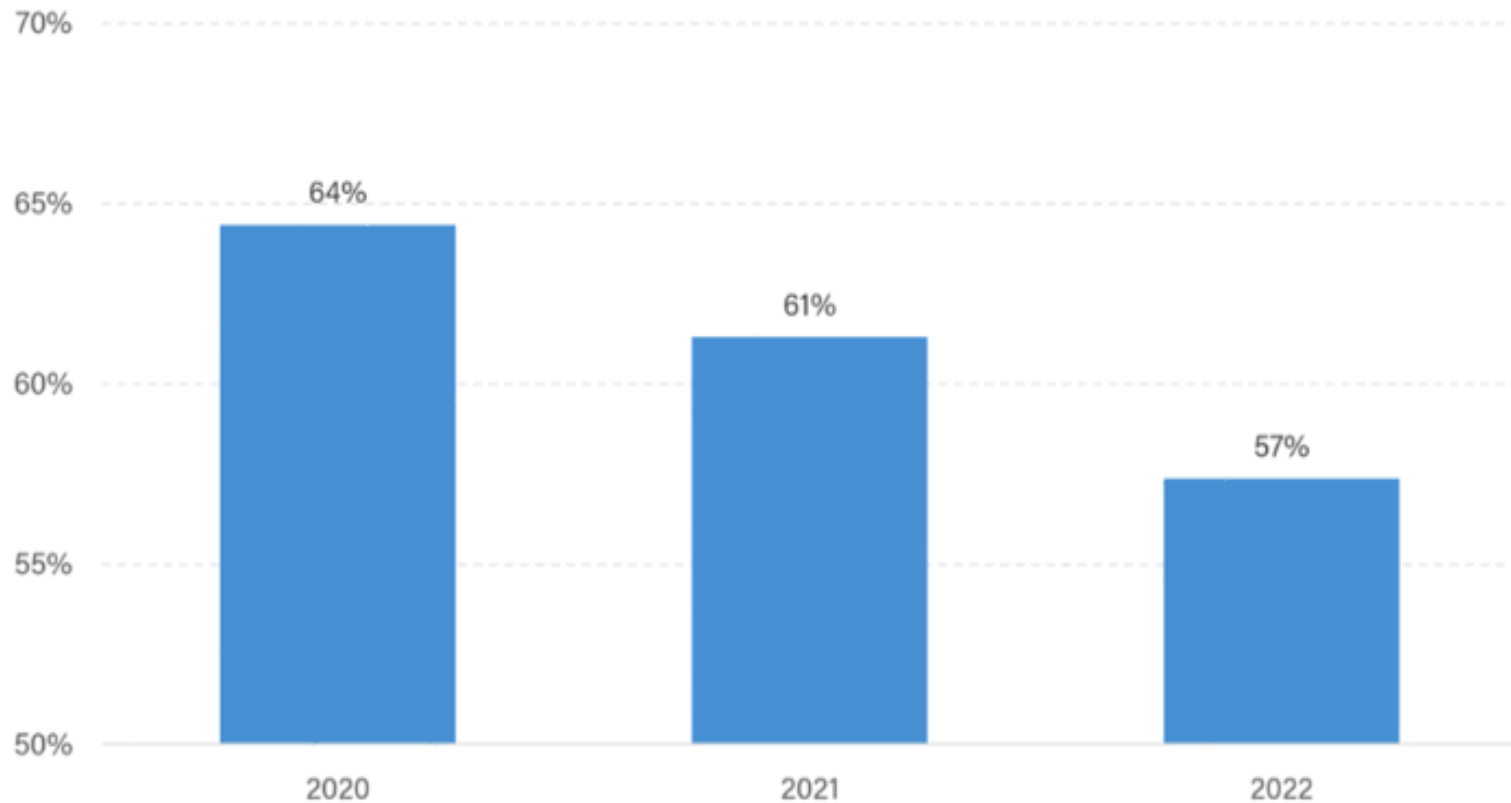


- **American Express Global Business Travel** a conclu le 25 mars 2024 **un accord définitif** pour acquérir **CWT** pour environ 570 millions de dollars.
- Cette fusion sera finalisée au cours du **second semestre 2024**.
- Cette mégafusion réunirait des géants du secteur **des voyages d'affaires et de la gestion d'événements**. Amex GBT opère dans plus de 140 pays. CWT dessert 4 000 clients et devrait générer un chiffre d'affaires d'environ 850 millions de dollars et un EBITDA ajusté de 80 millions de dollars en 2024.

Structure de la Distribution et des Produits

Part du marché Américain du voyage détenue par les OTA : 35 -37 %

Share of U.S. Travelers Booking Direct



Source: Skift Research, U.S. Traveler Tracker Survey. Data as of February 2023. Responses aggregated by year.

Aujourd'hui, les OTA sont confrontées à un ralentissement de leur croissance :



fragmentation du paysage de la distribution en ligne;



l'entrée de nouveaux acteurs dans l'écosystème du voyage;



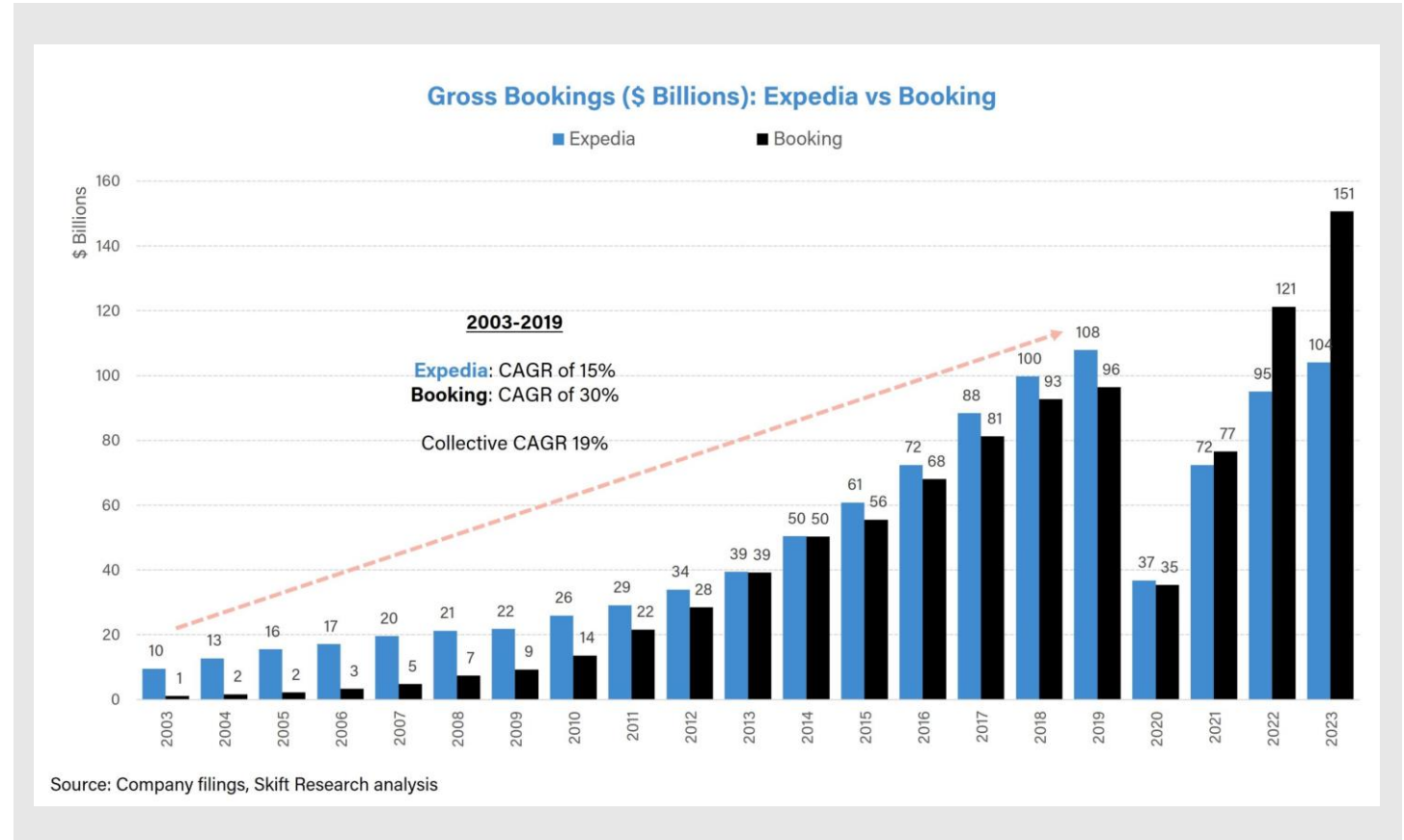
Investissement dans la technologie, les fusions-acquisitions et la fidélisation.

BOOKING vs EXPEDIA

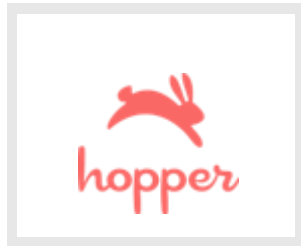
2 ACTEURS PRINCIPAUX



92% DU MARCHÉ AMÉRICAIN



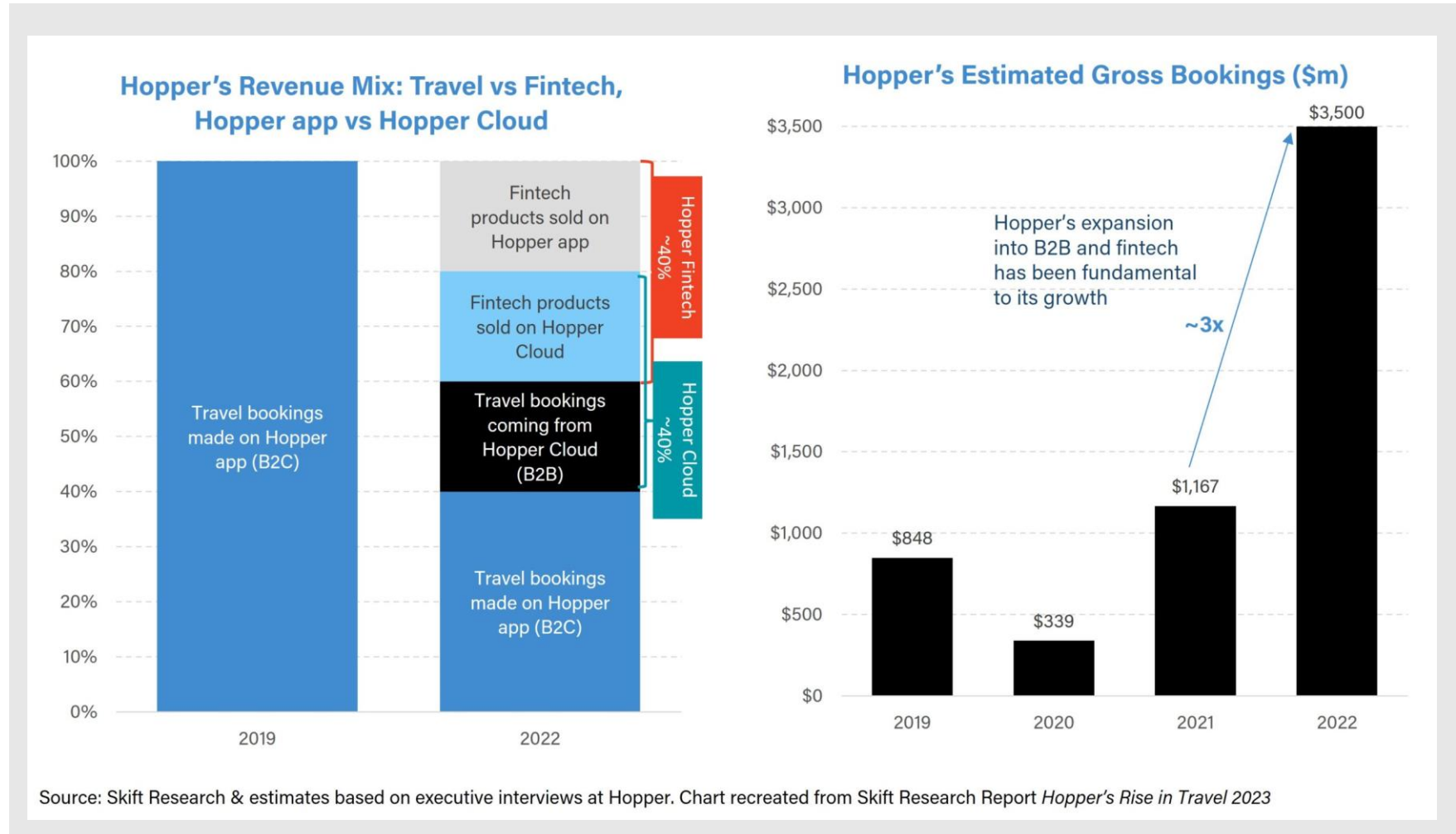
HOPPER



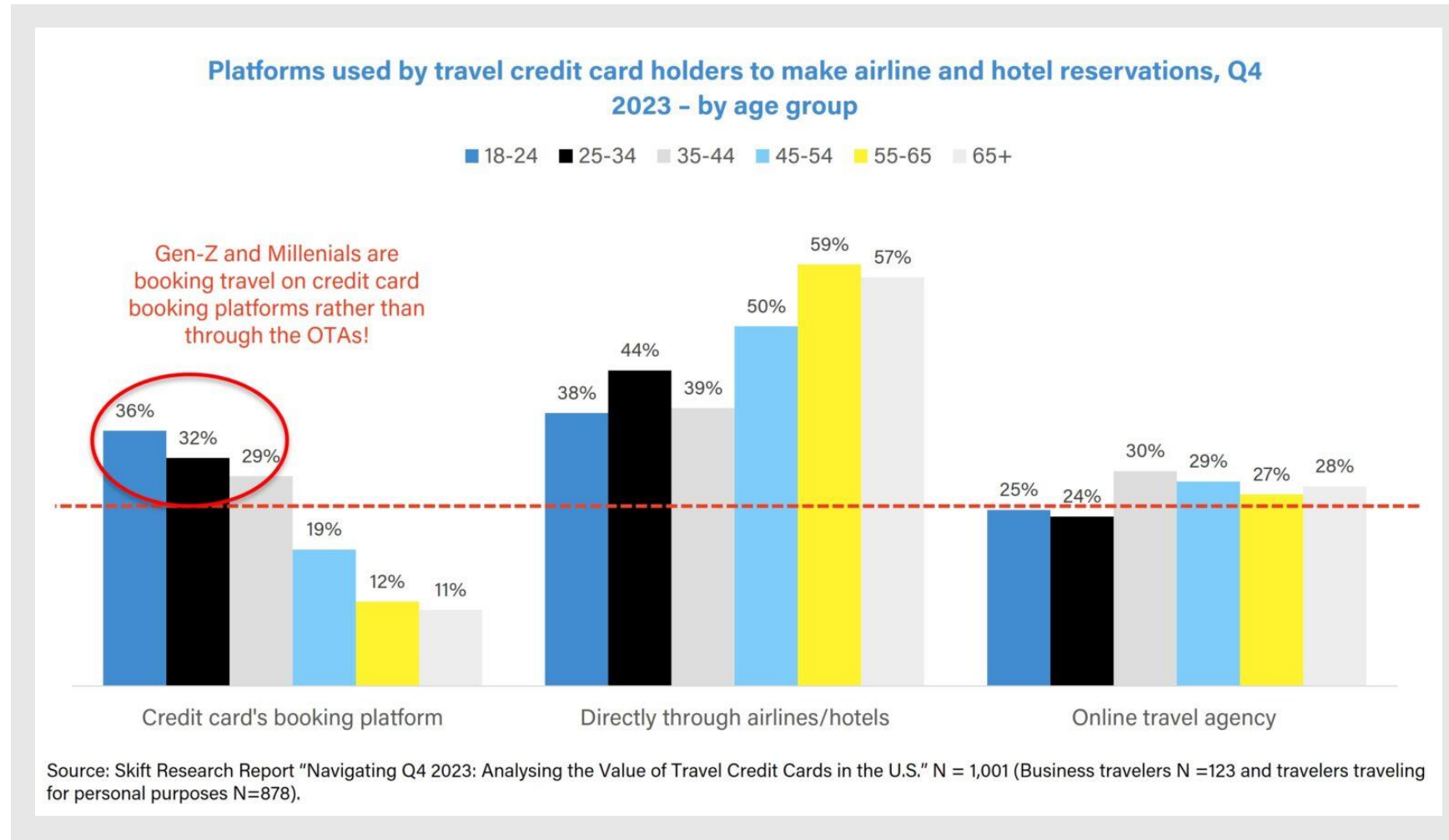
HOPPER.

“L’OUTSIDER”

QUI MONTE

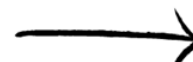
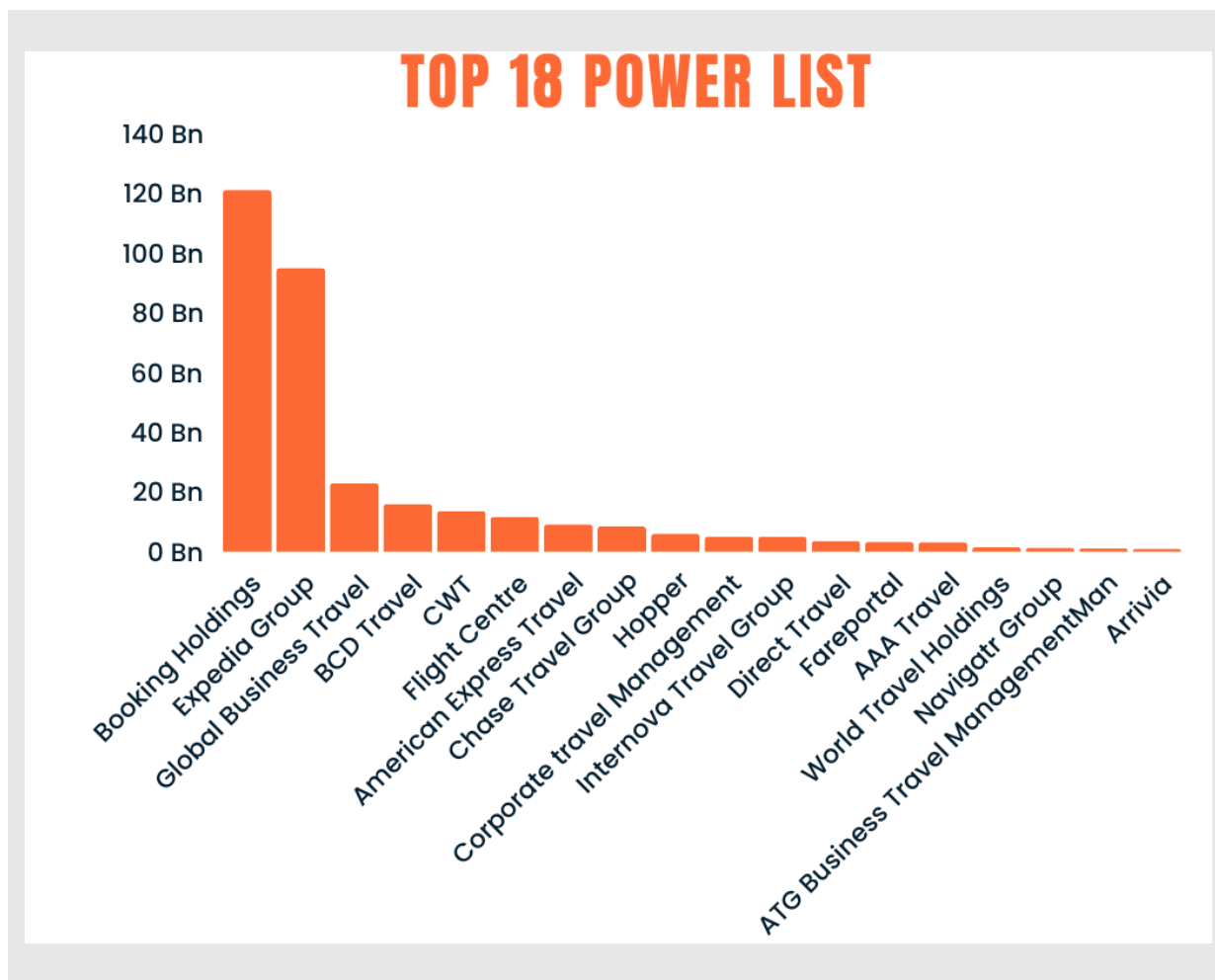


NOUVELLE TENDANCE A UTILISER LES PLATEFORMES DE CARTE DE CREDIT

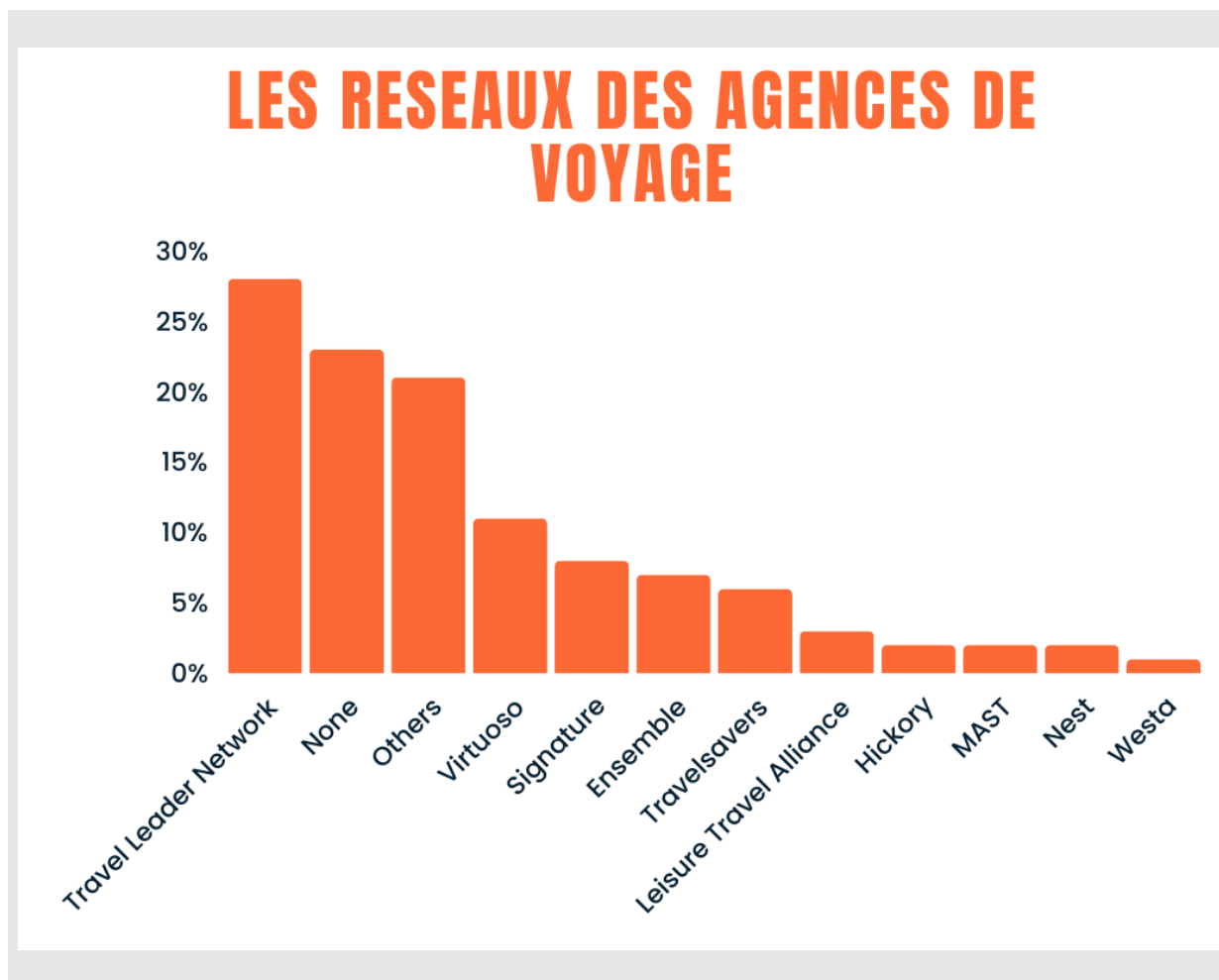


Structure de la Distribution et des Produits

OTA vs AGENTS DE VOYAGE : « POWER LIST 2023 »



LES AGENTS DE VOYAGE



- Les **"HOST AGENCIES"**, s'affilient à des AGV à domicile dans le cadre d'un contrat d'entrepreneur indépendant.
- L'agent à domicile reste propriétaire et exploitant à 100% de son entreprise et n'est en aucun cas un employé.

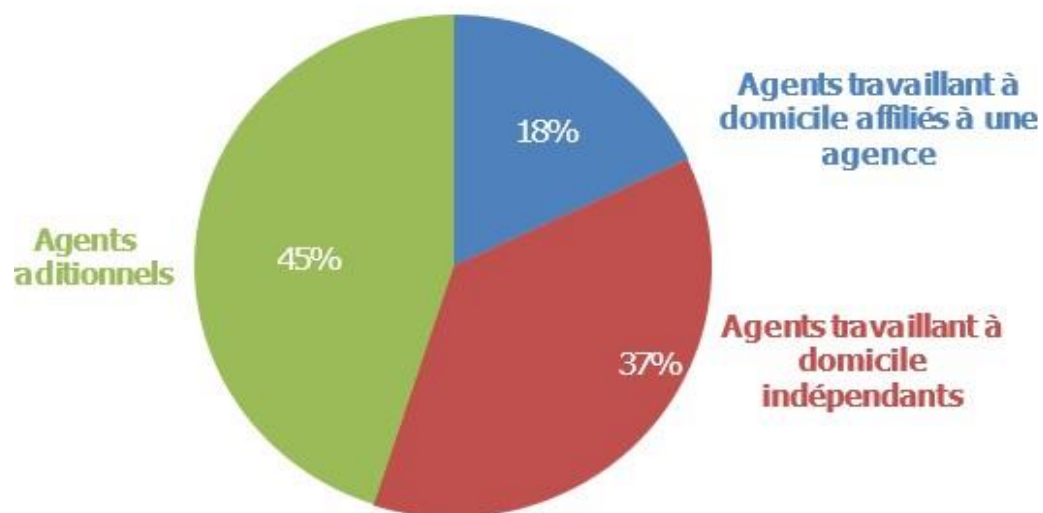
LES AGENTS DE VOYAGE : 2019 - 2022

84 481 agences de voyage

**190,000 agents / dont 55% sont des
"home based" agents**



Répartition des agents

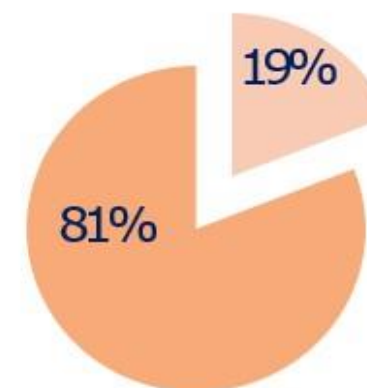


Sources des revenus des agences

81% proviennent des commissions

19% des frais de services

73,242 en 2022
soit + 5% vs 2021




Moyenne de frais appliqués par les agents

Préandémique:

- 30\$ de frais pour voyage domestique
- 50\$ de frais pour un voyage international
- 100\$ de frais pour un voyage business

Le secteur des agences de voyage évolue face aux bouleversements engendrés par la pandémie

 **Fermeture des agences « Brick and mortar »** : Si le nombre de fermetures est encore indéterminée aux Etats Unis, il suivra certainement la trajectoire des agences britanniques (STA Travel, Flight Center, Hay Travel) avec un transfert vers des transactions en ligne.



Frais d'agence : Augmentation De la part des agents chargeant des frais
→ **minimum \$75** par **billet d'avion**, jusqu'à \$250/\$500.
10% de frais supplémentaires pour toute **modification de billet aérien**.



Assurance voyage : Hausse constante des agents incitant leurs clients à souscrire à une Assurance.



Club de voyage avec **abonnement** annuel et frais de préparation d'itinéraire avec des prestations semblables aux services de conciergerie.

OENOTOURISME

4.5% D'OENOTOURISTES AUX USA

VS

15% D'OENOTOURISTES EN FRANCE

Les USA comptent 15 millions
d'œnotourismes contre 10 millions
d'œnotourismes en France



LES DESTINATIONS : FRANCE ET USA

CARTE DES DESTINATIONS OENOTOURISTIQUES AUX ETATS-UNIS



Source : WINE TOURISM.COM [LINK](#)

Concentration des destinations dans le Nord-Est, sur la Côte Ouest et dans le Sud des USA

Concentration des destinations dans le Centre-Est, le Sud-Est et le Bas du Centre-Ouest de la France

CARTE DES DESTINATIONS OENOTOURISTIQUES EN FRANCE



Source : Roquealme [LINK](#)

OENOTOURISME



Plus de 60 % des œnotouristes ont voyagé à l'étranger au cours des deux dernières années.

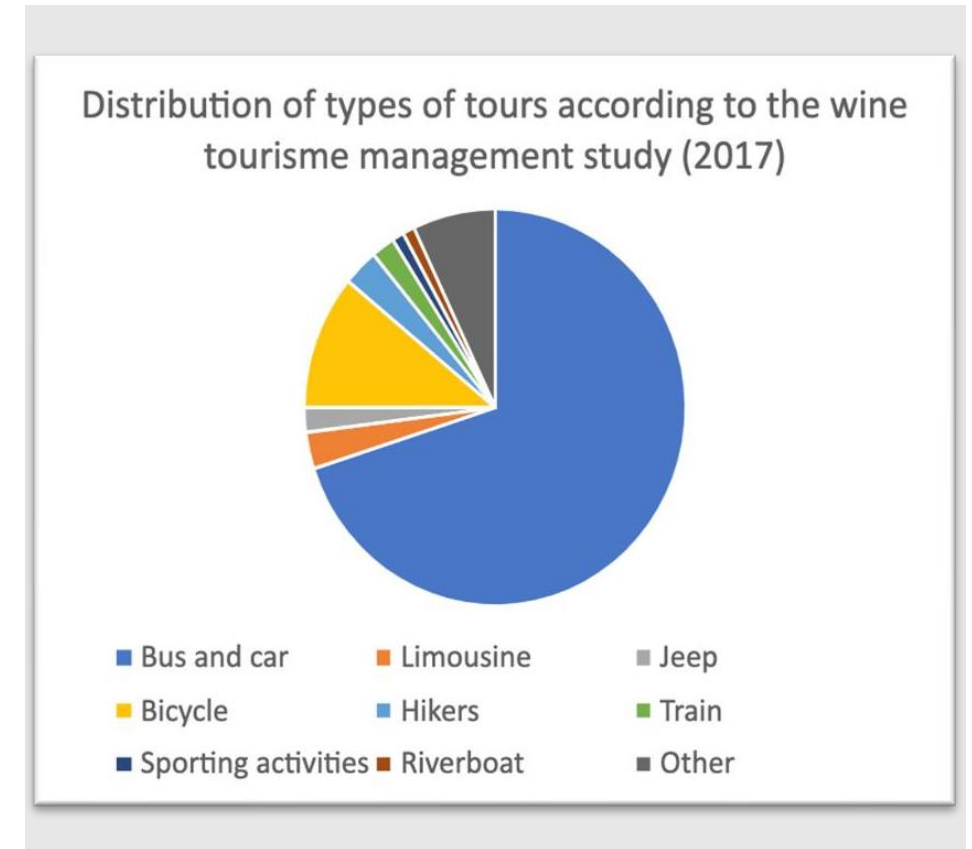
Une enquête menée auprès de 570 Américains mobiles (min 80km/an) révèle que 4 % d'entre eux ont voyagé en tant qu'œnotouristes

48 millions d'Américains s'identifient comme "foodies »

WINE TRAVEL IN THE UNITED STATES

Analyse de l'offre de 109 tour-opérateurs américains :

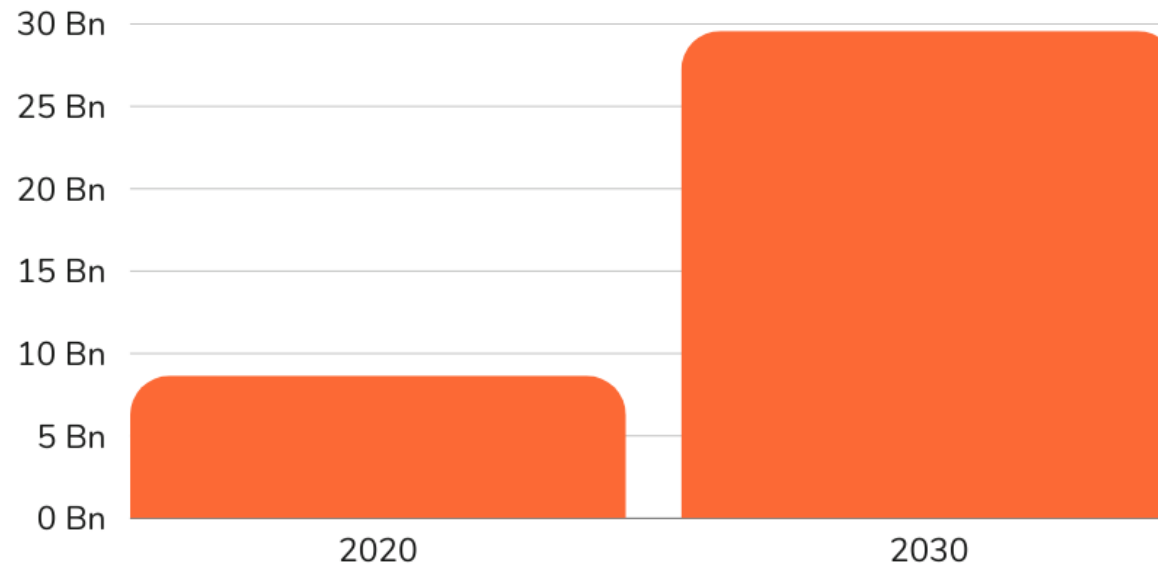
- **545 tours ou visites** packagés dans la catégorie « **food & beverages** »
- 69 % des options proposés étaient des circuits quotidiens vers des destinations américaines - **donc 31 % d'entre eux étaient des circuits dans des pays différents**
- Les **forfaits touristiques** internationaux populaires comprenaient la **France, l'Italie, l'Espagne, l'Argentine et le Chili.**
- La moitié des voyageurs étaient situés en **Californie.**



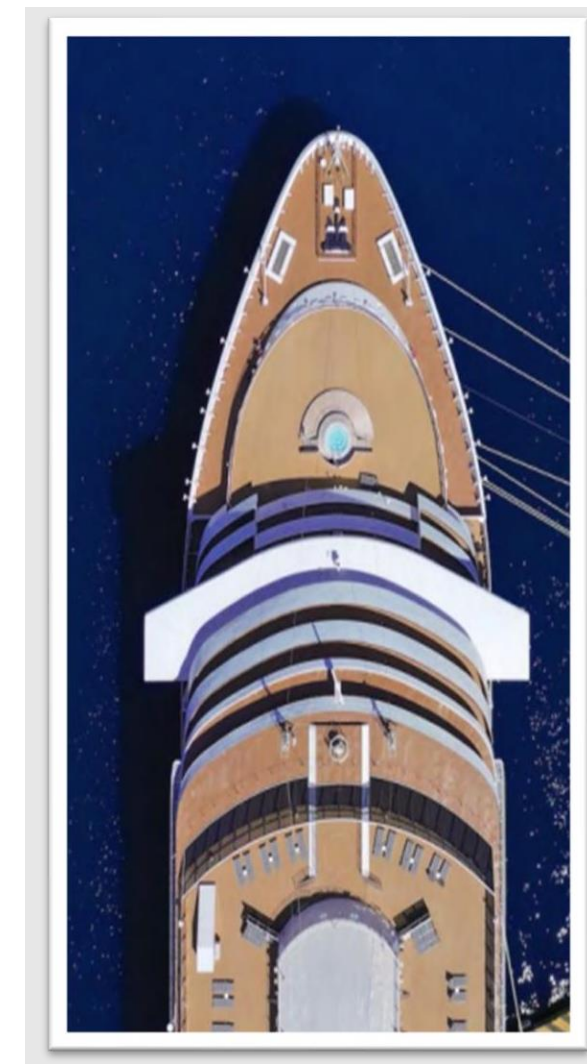
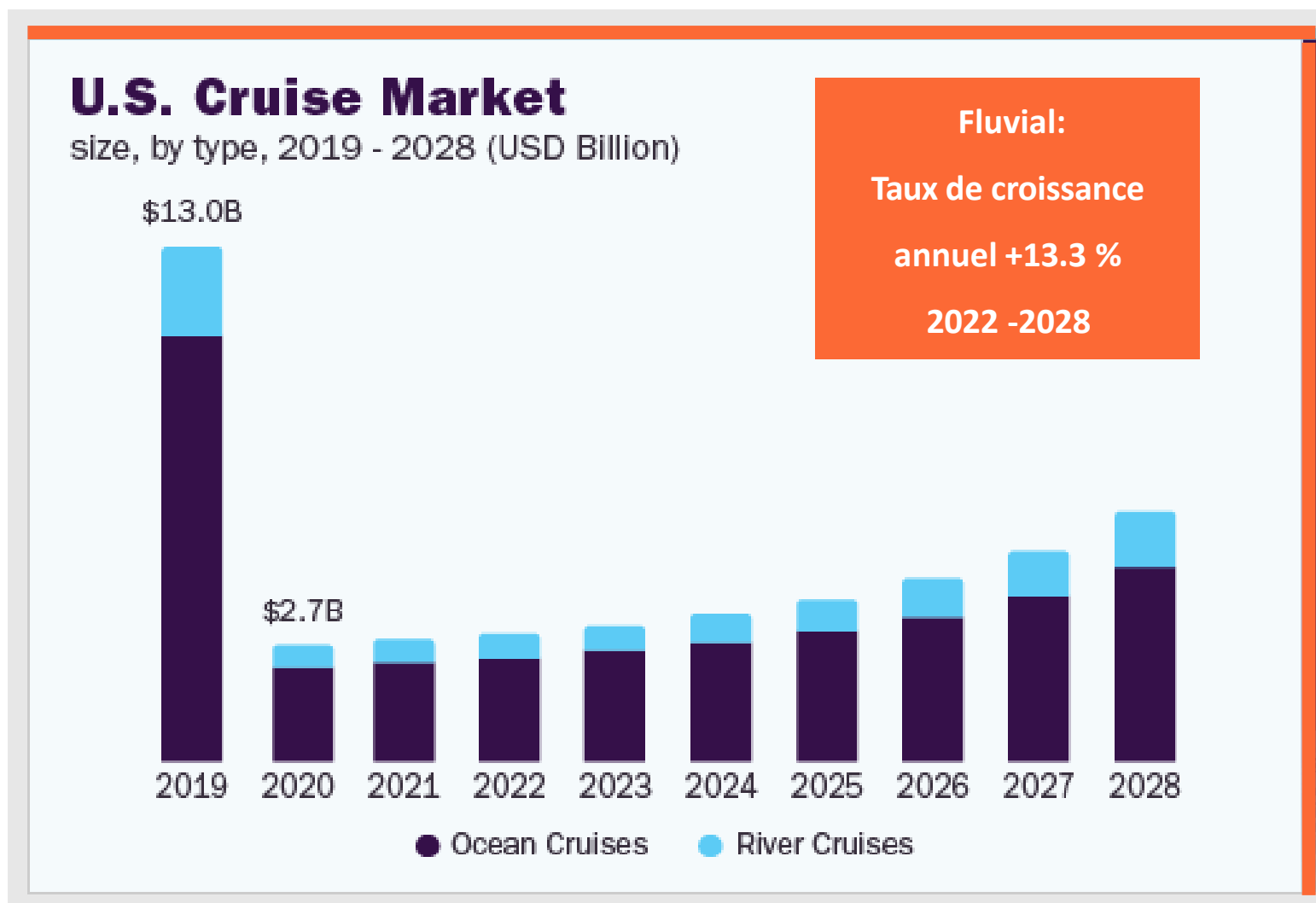
OENOTOURISME

21

La taille de marché de l'oenotourisme en 10 ans va croître de 21 milliards



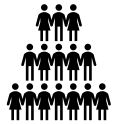
LA CROISIERE



LE SKI



Estimation du volume du **marché du Ski aux USA** en 2022
: **\$4.3bn**



Nombre de skieurs aux USA : **61 millions** (2021)



Age moyen des skieurs/snowboarders aux USA : **35 ans**

TENDANCES DU MARCHÉ

- Vieillessement de la clientèle
- Changement de génération "Boomers en déclin et Gen-Z en développement"



LE SKI : DISTRIBUTION

- TO Ski vendant la France en 2022
: 44.
 - TOP 3 des TO Ski : volumes
compris entre **1,000 – 1,500**
clients par saison.
- 544 AGV SKI
 - 129 AGV SKI /Signature Travel
 - 405 AGV Virtuoso



LE SKI : PRESCRIPTEURS

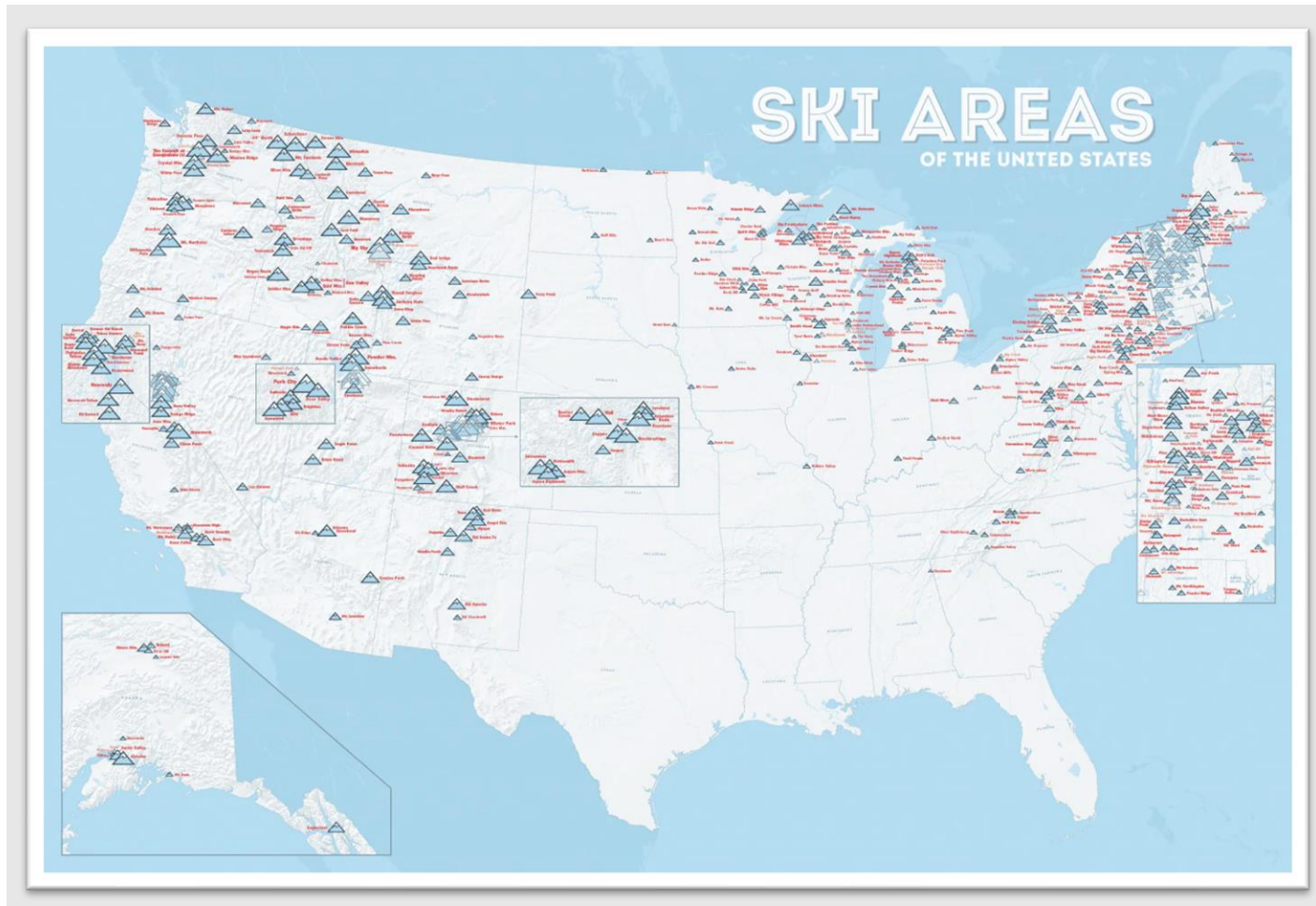


- Plusieurs **centaines de ski club** aux USA.
- Une représentation par état et par National Ski Club Council.

- 57 Ski Clubs New York
- 59 Ski Clubs New Jersey
- 24 Ski Club Connecticut



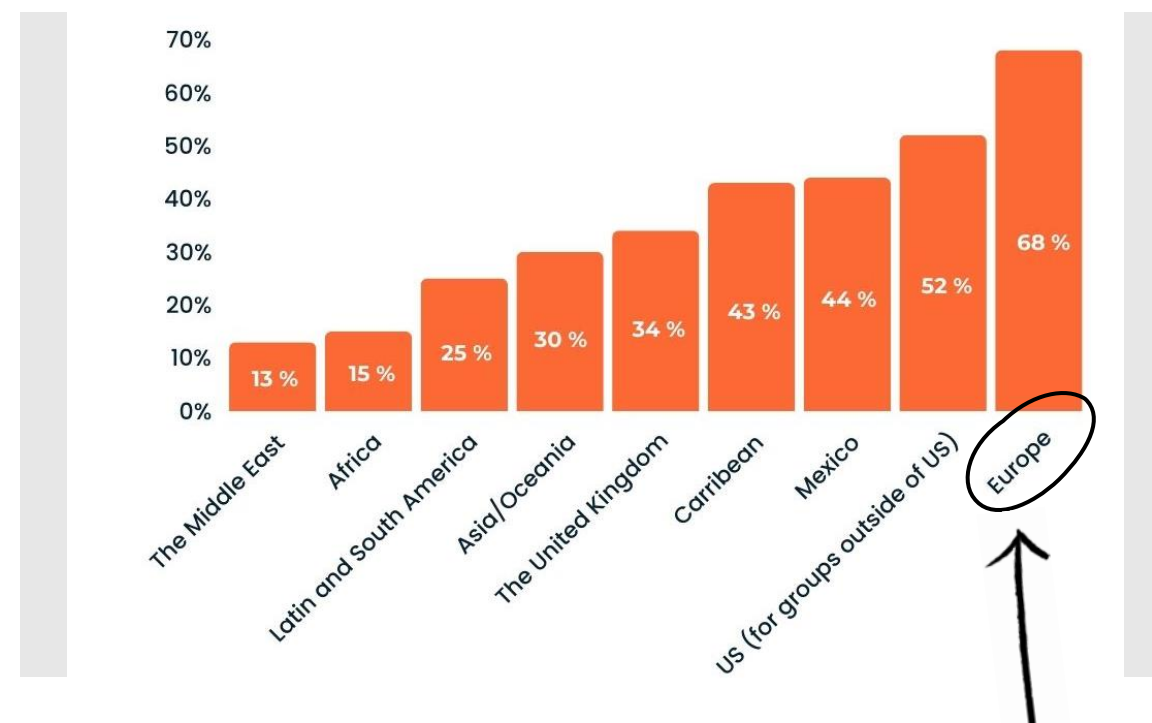
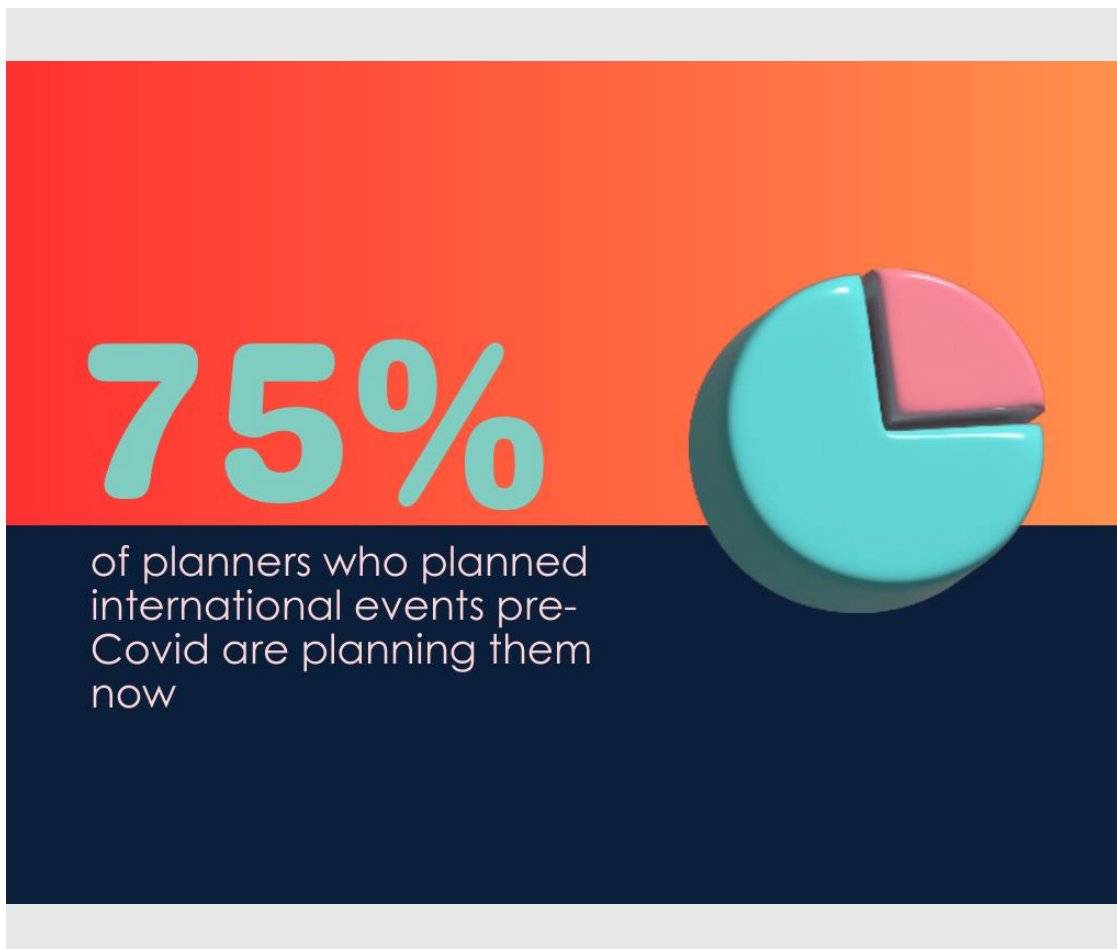
LE SKI : PRESCRIPTEURS



- Plusieurs **centaines de ski club.**
- Une représentation par état et par National Ski Club Council.

- 57 Ski Clubs New York
- 59 Ski Clubs New Jersey
- 24 Ski Club Connecticut

L'INDUSTRIE DES EVENEMENTS et RENCONTRES PROFESSIONNELLES



LA FORTE DEMANDE POUR L'EUROPE
UNE OPPORTUNITE POUR LA FRANCE

L'INDUSTRIE DES EVENEMENTS et RENCONTRES PROFESSIONELLES

- Taux de participation **légèrement inférieur**.
- **Expériences transformatives** à favoriser.
- **Metaverse** et **Avatars** envahissent les **événements présentiels**.
- Engagement de l'audience avec la **data et IA** : fréquentation, comportement et émotions des participants.
- Tendances : **automatisation totale de réservations groupes «corpo »**.
- **NFT** pour sécuriser les émissions de billets.
- **Popularité** de la croisière fluviale.
- Rachat de **CVENT** par **Blackstone**.
- **Tourisme d'affaires** : **Retour à 100 % de l'activité de 2019 en 2024**.

Jeux Olympiques – Etat des réservations*



- Régions en hausse :

Côte d'Azur, Normandie, Champagne, Nouvelle-Aquitaine.

- Régions en baisse :

Paris.

- Notez-vous un impact de la tenue des JOs de Paris sur les réservations ?

Les performances touristiques de Paris chutent pendant les Jeux Olympiques en raison de la non-disponibilité des chambres, des coûts élevés et des préoccupations logistiques, tandis que les voyageurs américains préfèrent l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni.

* : Sondage effectué en février 2024 auprès de 13 distributeurs de la région dont Delta Vacations, Eurobound Tours, GT EXPERIENCES...

Atout France

ORIENTATIONS STRATEGIQUES ET ACTIONS

www.atout-france.fr/notre-reseau/etats-unis

The screenshot shows the ATOUT FRANCE website interface for the USA market. At the top, there are navigation buttons: DÉJÀ ADHÉRENT, DEVENIR ADHÉRENT, and CONNEXION. The main header includes the ATOUT FRANCE logo and the text 'Agence de développement touristique de la France'. Below the header, there are navigation links for 'CLASSEMENTS' and 'IMMATRICULATIONS', and a language selector for 'ENGLISH VERBES'. The main content area features a large graphic with the US and French flags and a flight path. A sidebar on the right lists 'ACTIONS SUR LE MARCHÉ' such as 'Marketing d'influence USA - Epic France Travels: The Youtuber series' and 'Webinar Formation/webinar'. The main text area is titled 'ETATS-UNIS' and 'Optimiser le potentiel de séduction de la destination Outre Atlantique'. It lists key statistics: Population: 332.6 millions habitants; Taux de croissance en 2021: +5.7%; Prév. de croissance en 2022: +3.5%; PIB par habitant en US Dollar 2021: 69,231; Vaccination: 67.2% au moins 2 doses (31 Mai 2022). It also mentions 'Positionnement pour le tourisme en France' and 'La capacité aérienne des USA vers la France en juin s'élève à 83% de ce qu'elle était en juin 2019'. A 'KICK-OFF MEETING' banner is visible at the bottom.

The infographic provides a detailed overview of the USA market. It features a blue header with 'ETATS-UNIS' and the ATOUT FRANCE logo. Key statistics include: 333 MILLIONS d'habitants (85 000/habitant); 1.5% CROISSANCE prévue de l'économie en 2024 (2.1% en 2023). Seasonal growth is shown as 25% PRINTEMPS, 24% AUTOMNE, 35% ÉTÉ, and 15% HIVER. The 'Période de réservation' is shown as a bar chart from Jan to Dec. A map of France highlights 'Principales destinations visitées en France' with red pins in Paris, Normandy, Brittany, and the Alps. The 'Taux de change' is 1.06 USD. 'Données touristiques en 2023' shows 49 MILLIONS of travel to Europe (27% Americans), 4.8 MILLIONS of arrivals, 6.2 BILLIARDS of receipts, and 7.7 JOURS of average stay. 'Principaux bassins émetteurs' include New-York, California, Tri state, Florida, Massachusetts, and TEXAS. 'Profil voyageurs' notes LA FRANCE as the 38th destination, with 85% traveling solo or as a couple, and many being train amateurs. 'TOP 3 des motivations de voyages en France' are: 1. Culture et Patrimoine, 2. Tourisme Urbain, and 3. Art de Vivre. Contact info: agnes.angrand@atout-france.fr and www.atout-france.fr.

ACTIONS ATOOUT FRANCE & SES PARTENAIRES 2023



- MARKET ANALYSIS
- PR & INFLUENCE
- MEDIA EVENTS AND TRIPS
- WEBINAR & FAM TRIPS
- DESTINATION SALES CALLS

Atout France aux Etats-Unis

USA OPERATION SINCE 1933
NEW YORK + LOS ANGELES
12 EMPLOYEES

2 REGIONAL REPRESENTATION
MARTINIQUE & GUADELOUPE

CONSUMER
MARKETING

MICE

TRADE RELATION
TRAINING AND
PROMOTION

PR AND MEDIA

MARKET ANALYSIS

SPECIAL EVENTS

#ActivateurDeTourismes

ATOUT
FRANCE
www.atout-france.fr

