

COVID-19



RELANCE

Semaine 27

France et Europe

Spécial tendances de recherches numériques

SYNTHÈSE DE LA VEILLE NUMÉRIQUE (1/2)

- Les citoyens du monde entier se préparent à partir en vacances, à plus ou long terme, chez eux ou ailleurs.
- **Tendances de recherches - Sites de réservations:** Booking.com est au niveau de 2019 en Allemagne mais reste encore à – 33% en France et en Suisse. AirBnB en Suisse et en France est au niveau de 2019 mais le marché allemand est en retrait d'un tiers (*Expedia reste très en retrait vs 2019*)
- **Tendances de recherches par type d'offres :** les tendances de recherches de l'offre hôtel sont à -50% de 2019 sur tous les marchés. Si les marchés suisse et néerlandais font un peu mieux, ils restent à – 30%. En revanche, les tendances de recherche du terme « camping » sont toutes au dessus de 2019 – sauf pour l'Italie qui reste en dessous.
- **France - Tendances de recherches par espaces (urbain, littoral et montagne) :** Sur le marché français, les villes se redressent mais sont encore -40% de leur niveau de 2019. En revanche, les destinations du littoral sont proches de leur niveau de 2019. La montagne est au niveau de 2019.

— SYNTHÈSE DE LA VEILLE NUMÉRIQUE (2/2)

- **Europe (marchés DE, BE, IT, CH, NL) :** Les destinations françaises sur ces marchés sont loin de leur niveau de 2019 surtout les destinations urbaines. Le littoral affiche de meilleures performances vs l'urbain, sur le marché belge principalement qui reste toutefois en deçà des résultats n-1. Des villes/stations comme Biarritz, Lacanau, Cap D'Agde, Antibes retrouvent leur niveau (effet destinations camping pour certaines), la montagne est proche des niveaux de 2019 sur certains marchés. Globalement, les améliorations récentes du littoral et de la montagne (*là où les villes pâtissent encore très fortement de la crise*) ne compensent pas les chutes de recherches en moyenne des 3 derniers mois et aucun marché ne décolle vraiment. A noter, les niveaux encore très bas de Paris, Chamonix et Nice qui sont dans le Top 5 des destinations les plus recherchées pour chacun des espaces.
- **Les campagnes de marketing digital** des offreurs sont dynamiques et exploitent plusieurs leviers , la promotion et les offres spéciales dominant cependant en termes de médiatisation. Sans nul doute que ces dispositifs impactent les résultats des tendances de recherches de quelques lieux qui progressent beaucoup sur une période très récente.

1

DISTRIBUTEURS : DES TENDANCES DE RECHERCHES QUI SE REDRESSENT

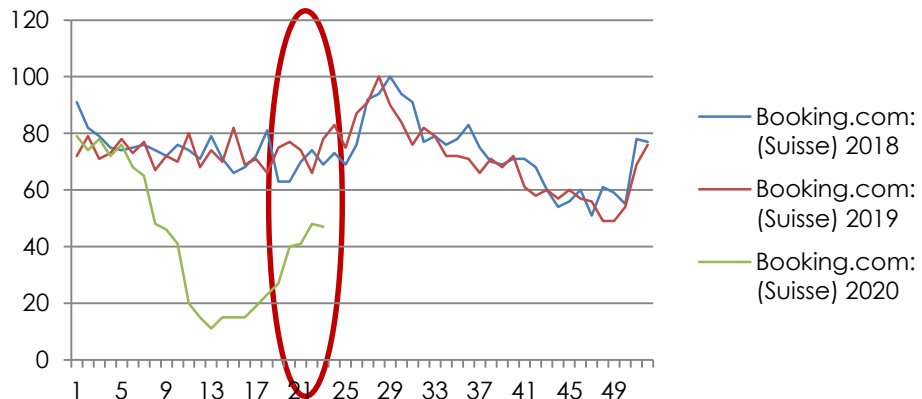
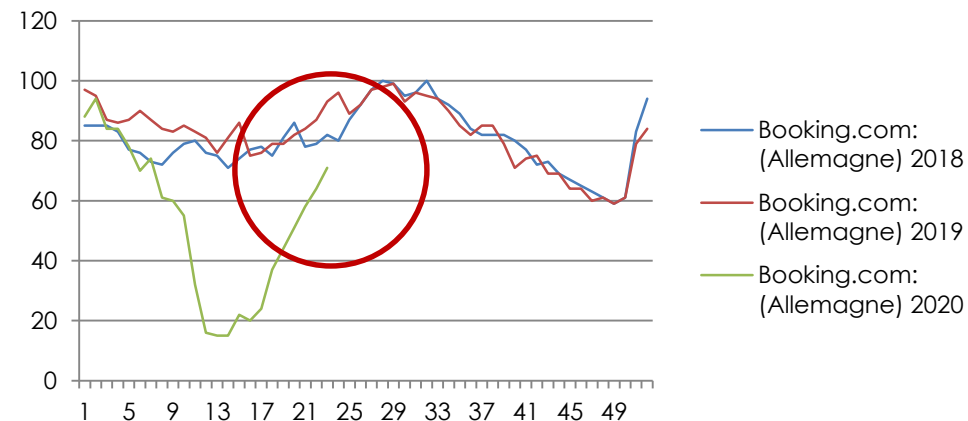
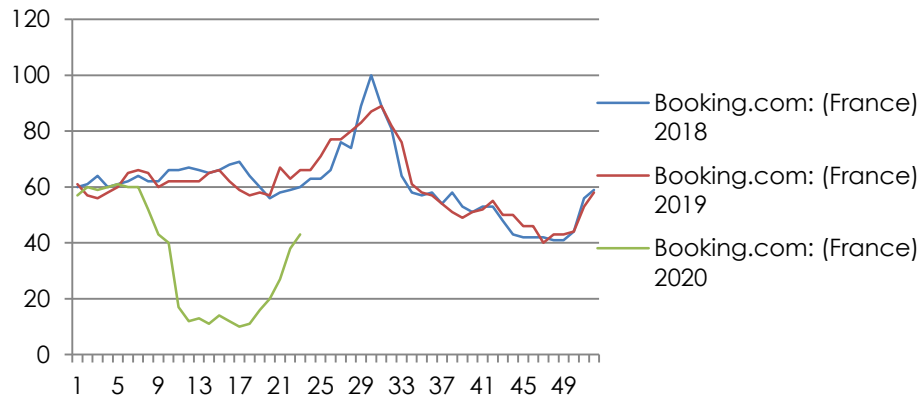
— 1. Rappel – l'indicateur - tendances de recherche de Google Trends – rubrique « travel »

- Trends par Google permet de mesurer, de manière relative, l'évolution des recherches des internautes, à partir de mots-clés, avec un indice 100 pour la valeur la plus haute au cours de la période analysée. Le champ d'application est restreint au domaine « travel » (ou « voyage »). *Les chiffres communiqués par Google Trends sont quotidiens : pour plus de facilité de lecture, ils ont été regroupés par semaine (la valeur 100 est donc « noyée » dans l'une des moyennes hebdomadaires)*
- L'indice « TENDANCES DE RECHERCHE » se réfère à des recherches « online » autour d'un (ou plusieurs) mots clés saisis dans le moteur de recherche de Google. Il se lit en indice et non en nombre de recherches.
- Les résultats hebdomadaires de l'Observatoire digital des destinations d'Atout France sont construits à partir de ces indices en comparaison avec les mêmes périodes des années 2019 et 2018. Afin de mieux cerner les comportements en Europe, depuis la crise de la COVID-19, sont mesurés toutes les semaines, dans la rubrique voyages, les mots et expressions clés des univers « vacances » - hôtel, camping, chambre d'hôte, voyage, week-end, croisières et Disneyland Paris dans chacun des pays (BE, CH, DE, ES, IT, NL, UK, US). L'objectif est d'évaluer si ces recherches se réactivent sur chacun de ces marchés, signe d'une possible projection de vacances à court terme sur un type d'offre donné...
- Comme suite au rapport spécial « Tendances de recherches » de la semaine 22, le rapport de la semaine 27 a poursuivi ces analyses

2. Des remontées de recherche sur les sites des principaux distributeurs en Europe

Les sites spécialisés dans la distribution du voyage remontent leurs indices, signe que la recherche de vacances reprend mais ils sont encore loin de leurs niveaux habituels.

Booking.com poursuit ainsi sa nette reprise en Allemagne et en Suisse, plus modestement en France.

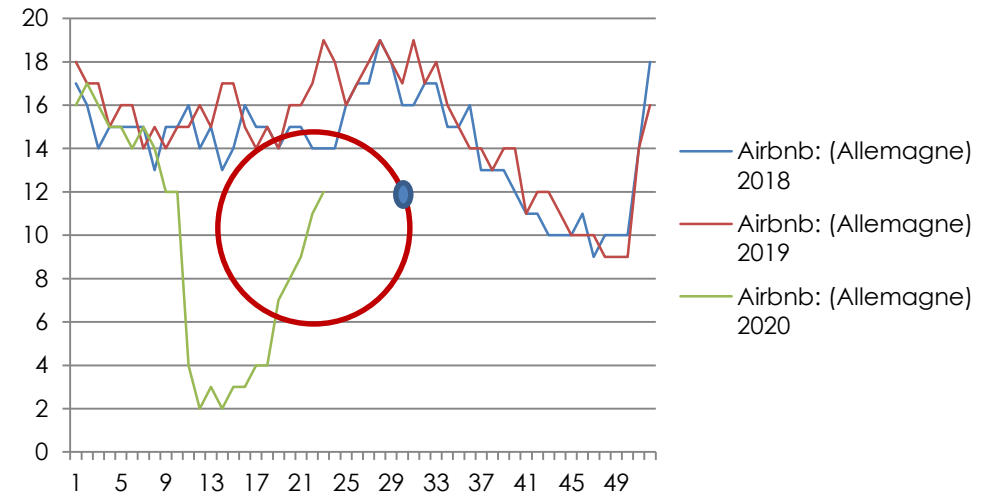
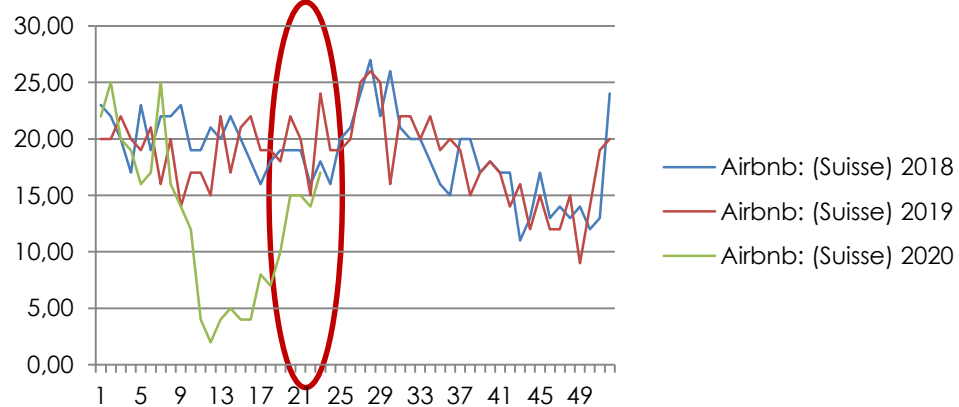
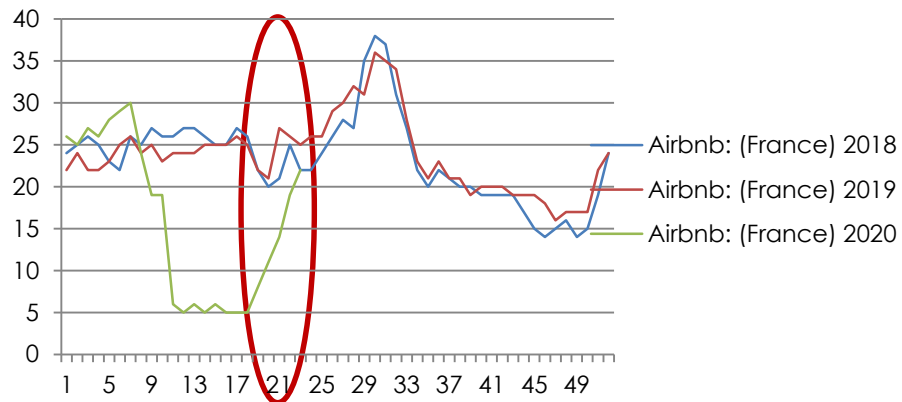


Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marchés FR,CH,DE

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « site internet » versus année (N-1 et N-2) Terme : Booking.com

2. Des remontées de recherche des distributeurs en Europe (2)

- AirBnB enregistre une nette reprise en France et en Suisse, avec désormais un niveau proche des niveaux de 2019. L'Allemagne progresse également mais reste en retrait de 33%.



Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marchés FR,CH,DE

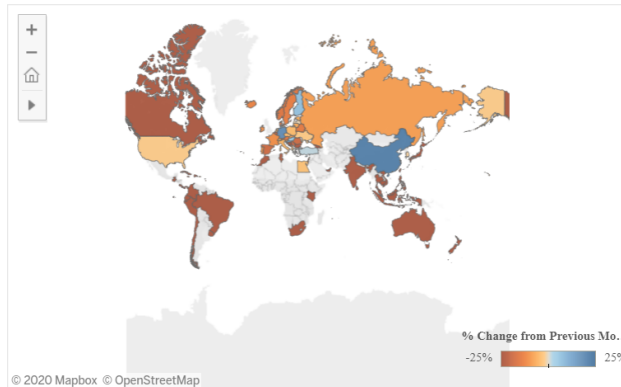
Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « site internet » versus année (N-1 et N-2) Terme : Airbnb

3. Des données Air DNA qui confirment

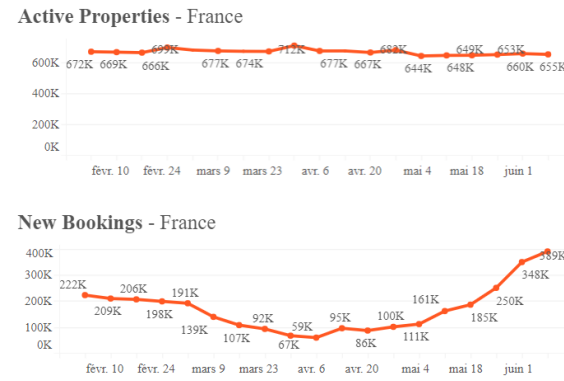
- En France et en Allemagne une reprise des « bookings » dès le 18 mai en France et le 4 mai en Allemagne avec un pic la semaine du 11 au 18 mai (stabilité depuis).

AIRDNA

COVID-19 Data MarketMinder Investment Explorer Enterprise Services Pricing Resources Log



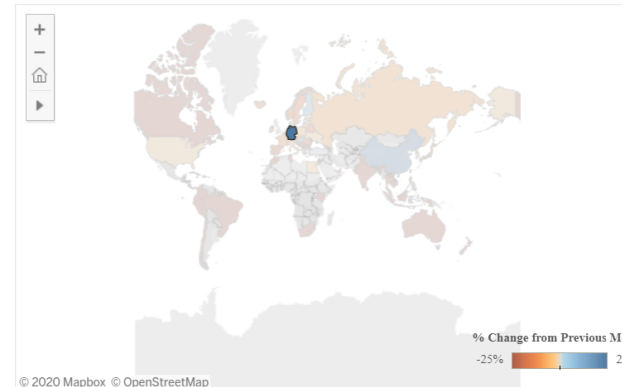
Average Daily Rate - France



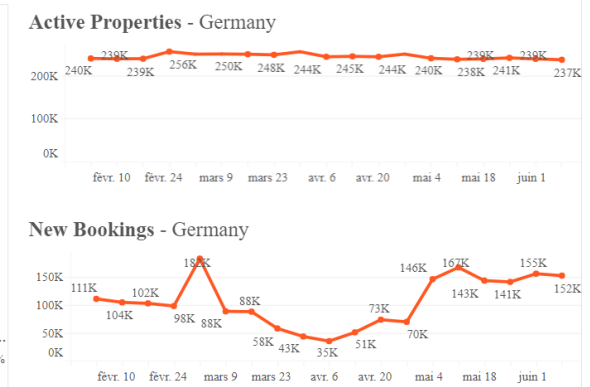
Source : <https://www.airdna.co/covid-19-data-center>

AIRDNA

COVID-19 Data MarketMinder Investment Explorer Enterprise Services Pricing Resources Log



Average Daily Rate - Germany

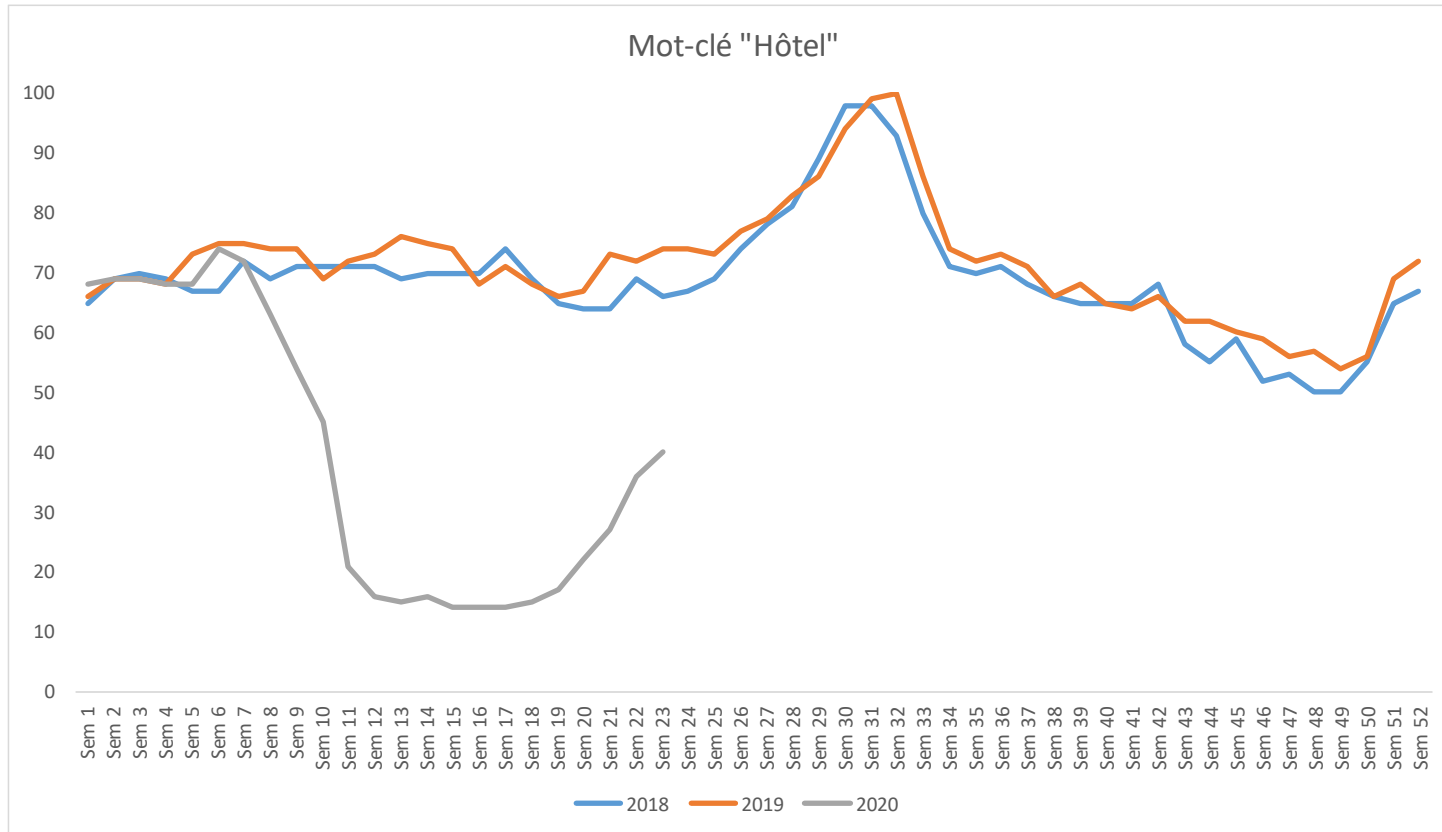


2

TENDANCES DE RECHERCHES PAR TYPE D'HEBERGEMENT

1. En France : Des tendances de recherches qui restent encore faibles pour l'hôtellerie vs les années 2018 et 2019

- On relève du mot clé « hôtel », mais le niveau encore très loin des normales saisonnières pour l'hôtellerie



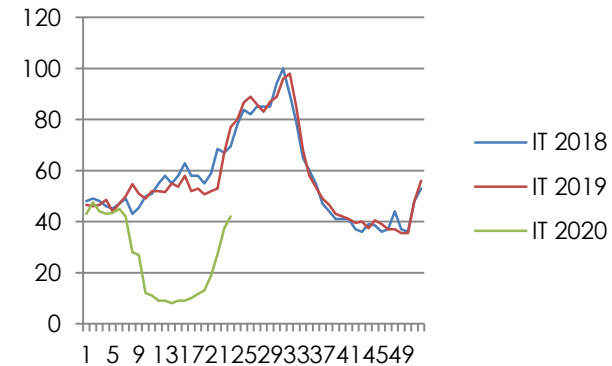
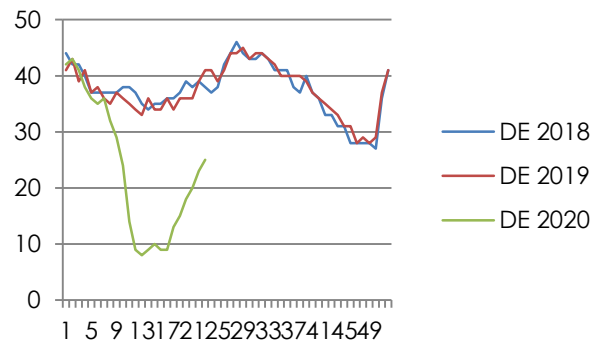
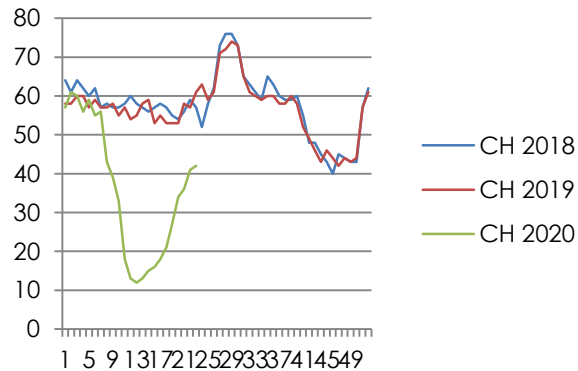
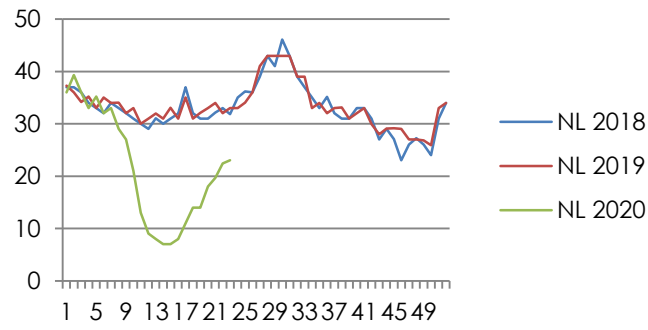
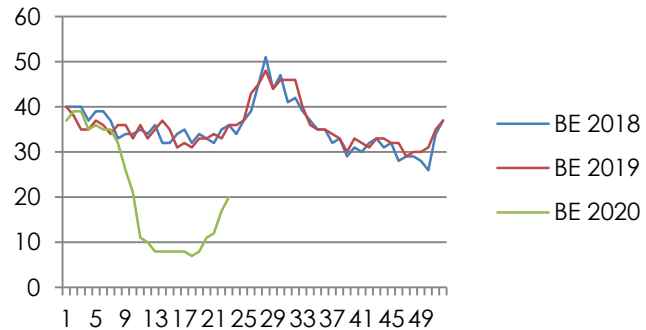
	Hôtel	
Sem. 2	80,42	
Sem. 3	81,57	1%
Sem. 4	78,28	-4%
Sem. 5	80,28	3%
Sem. 6	82,57	3%
Sem. 7	86,28	4%
Sem. 8	81,57	-5%
Sem. 9	69,85	-14%
Sem. 10	62	-11%
Sem. 11	49,85	-20%
Sem. 12	23	-54%
Sem. 13	18,14	-21%
Sem. 14	18,42	2%
Sem. 15	18,42	0%
Sem. 16	17,42	-5%
Sem. 17	16,85	-3%
Sem. 18	16,14	-4%
Sem. 19	17,85	11%
Sem. 20	21,85	22%
Sem. 21	26,14	20%
Sem. 22	34,28	31%
Sem. 23	46	76%
Sem. 24 - Tendances	48,6	42%

Relevé Google Trends marché FR

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Terme « hôtel »

2. Ces résultats – terme hôtellerie- décollent en Europe — mais restent très en deçà des niveaux normaux

- On est toujours à – 50% pour le terme « hôtel » en Europe, seuls les marchés CH et DE ne sont qu'à – 30%.

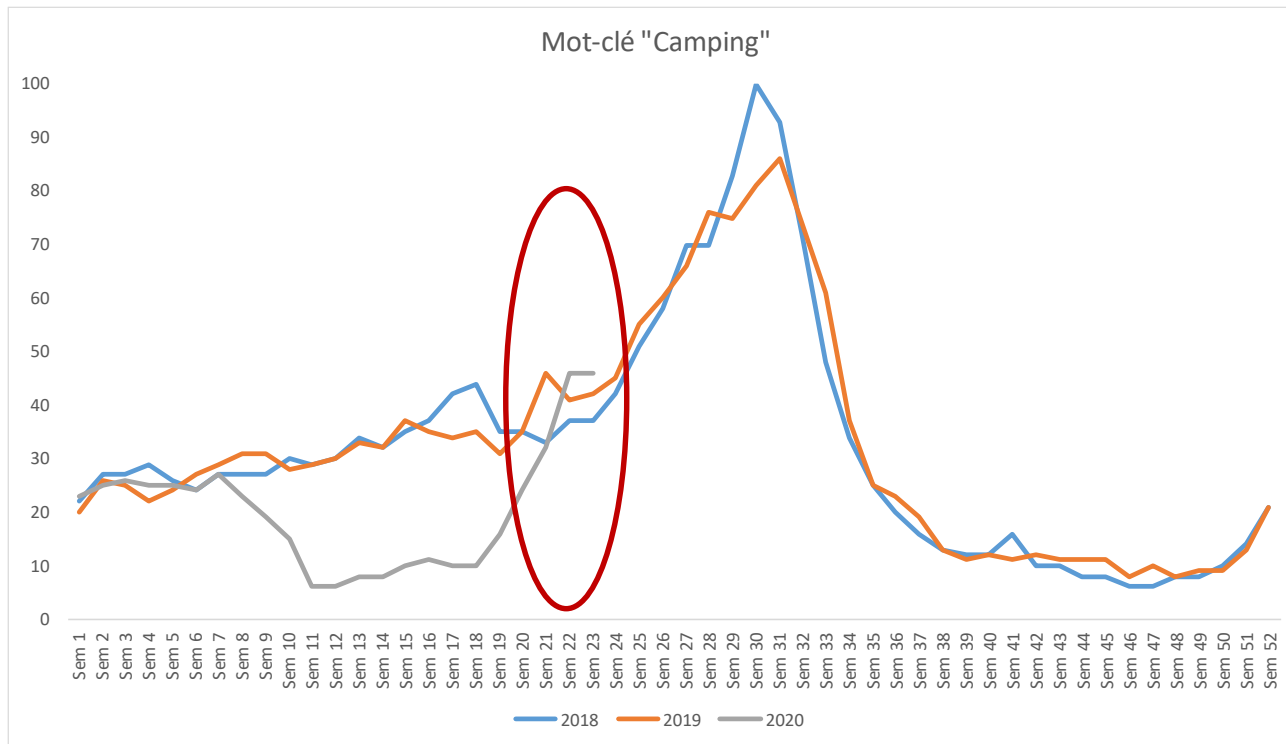


Relevé Google Trends marchés Europe

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Terme « hôtel »

3. En France, à l'inverse, les tendances de recherches pour le terme « camping » dépassent souvent les niveaux 2019

- Tous les marchés, y compris la France, sont au-dessus de 2019.



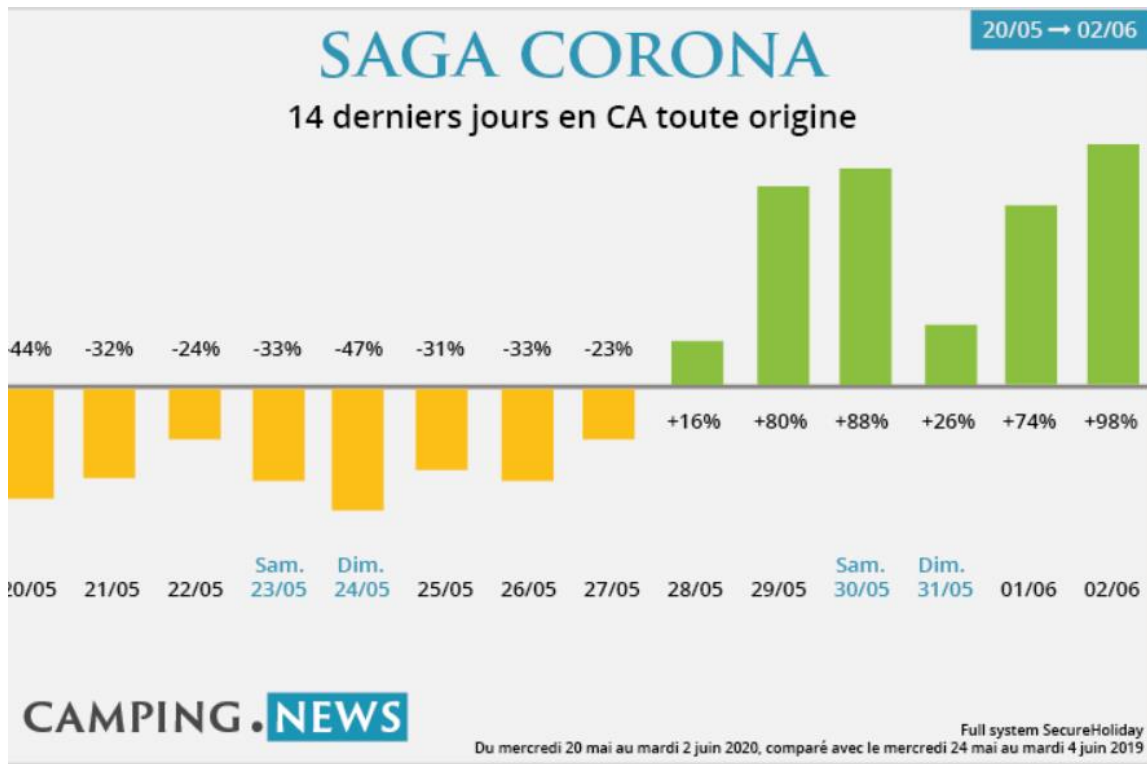
Camping		
Sem. 2	35	
Sem. 3	41,42	18%
Sem. 4	40,14	-3%
Sem. 5	38,57	-4%
Sem. 6	41	6%
Sem. 7	37,57	-8%
Sem. 8	41,71	11%
Sem. 9	37,57	-10%
Sem. 10	31,42	-16%
Sem. 11	22	-30%
Sem. 12	7,71	-65%
Sem. 13	10,42	35%
Sem. 14	12,14	17%
Sem. 15	13,71	13%
Sem. 16	16,57	21%
Sem. 17	19	15%
Sem. 18	16	-16%
Sem. 19	17,14	7%
Sem. 20	28,57	67%
Sem. 21	37,42	31%
Sem. 22	58,85	57%
Sem. 23	75,42	102%
Sem. 24 - Tendances:	69,4	18%

Relevé Google Trends marché FR

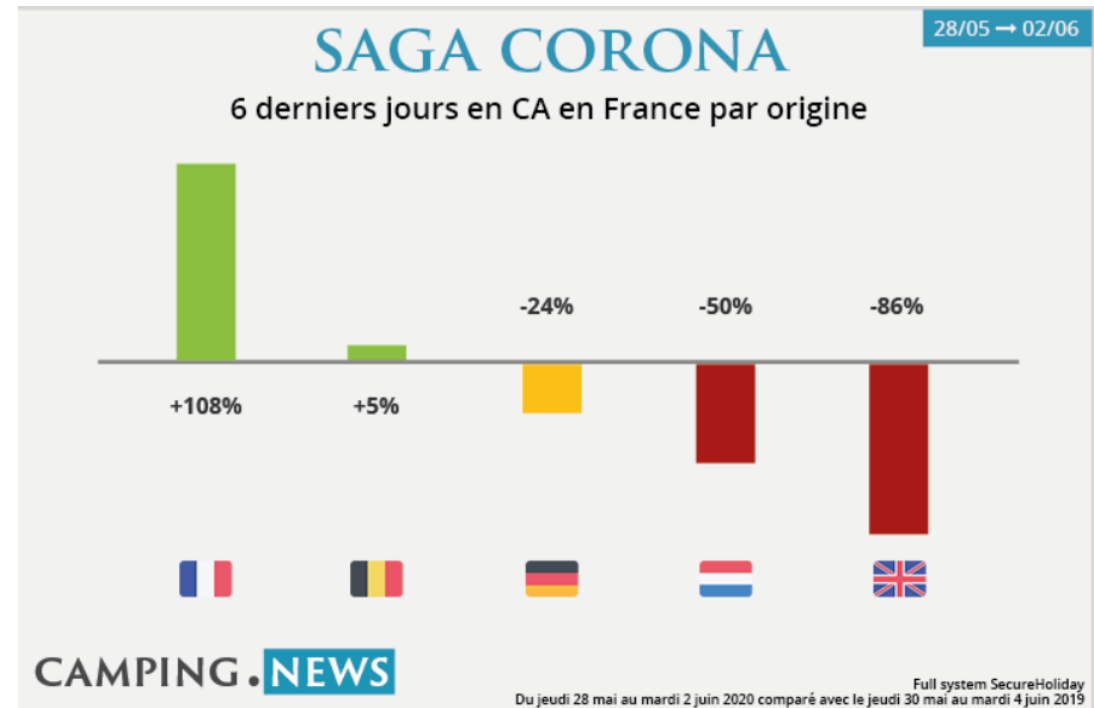
Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Terme « camping »

4. Ces tendances de recherches sont corrélées aux réservations du camping en France... des Français

- Le déconfinement annoncé le 28 mai par le premier ministre a eu un effet immédiat. Le vendredi 28 mai est effet le jour de la reprise, des fortes hausses puis des tendances plus stables mais en progression.

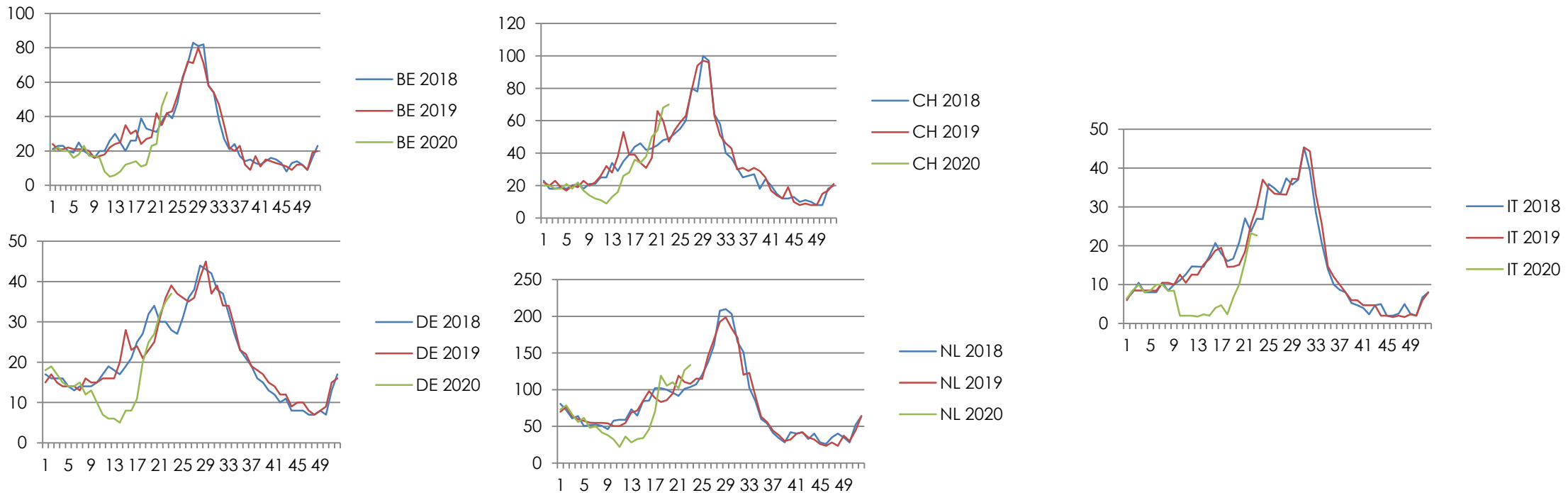


Source : camping.news



5. En Europe, le terme camping dépasse souvent les niveaux 2019 (marché domestique)

- Tous les marchés, sont au-dessus de 2019 (Italie rattrape son retard).



Relevé Google Trends marchés Europe

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Terme « camping »

3

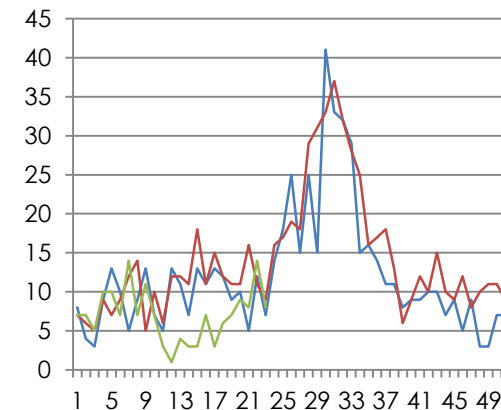
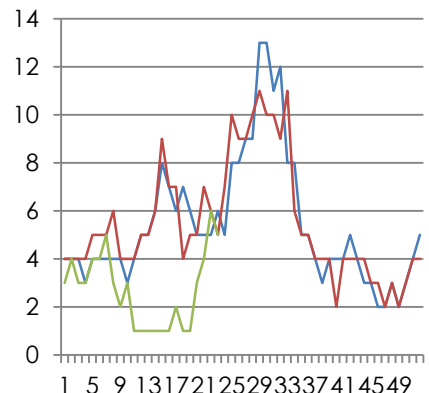
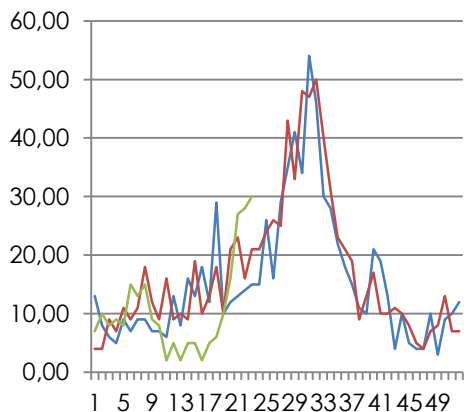
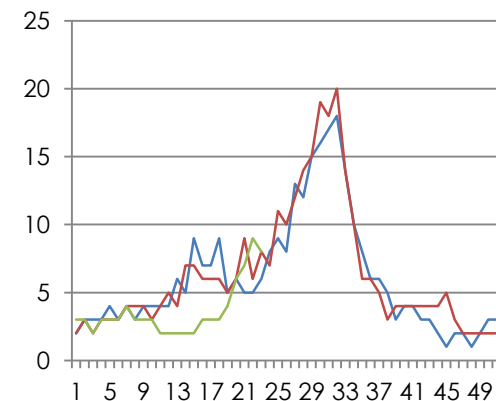
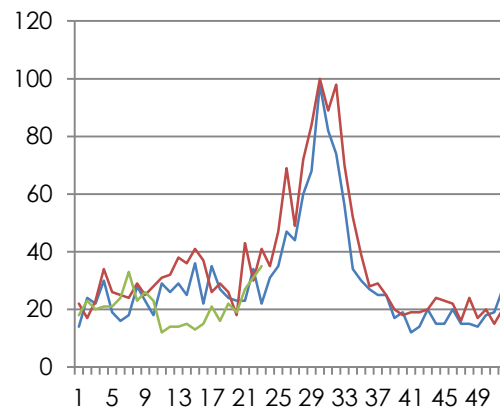
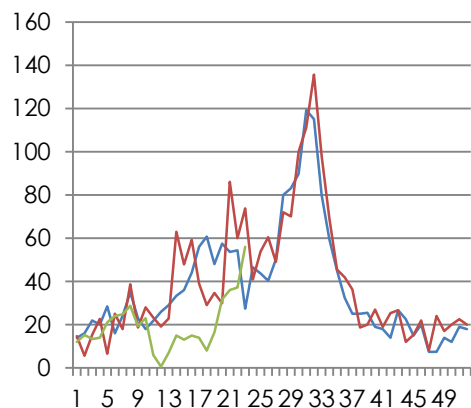
**TENDANCES DE RECHERCHES
PAR ESPACES
MARCHE FRANCE**

— 1. Rappel – Panel des villes, stations du littoral et des stations de montagne

- En dehors du marché français, les destinations domestiques de chacun des pays ont été retirées des analyses, car, dans la plupart des cas, les données domestiques “écrasent” les données internationales, conséquence de la forte proportion de tourisme domestique dans l’ensemble des marchés. C’est d’autant plus avéré en cette période mondiale de la COVID-19 où les clientèles sont enclines à davantage passer leurs vacances dans leur propre pays.
- Pour les marchés européens, le choix des lieux de chacun des panels est réalisé en fonction de critères objectifs (tels que le poids des nuitées françaises et étrangères, le nombre de remontées mécaniques, le nombre d’offres d’hébergement ..) et validés par des instituts statistiques référents (INSEE, EUROSTAT..). Ils ont été privilégiés pour leur dimension internationale. Les résultats concernent le Top 6 des lieux par espace (urbain, littoral, montagne).
- Pour le marché français, les résultats concernent également le Top 6 mais d’autres lieux ont été intégrés pour élargir l’analyse du marché intérieur, particulièrement stratégique en cette période de post-confinement et de préparation de la saison estivale.

2. Le littoral : des indices en amélioration en France

- Les indices continuent de s'accélérer pour le littoral, conformément aux déclarations des enquêtes. Ci-après, quelques focus de résultats des stations :

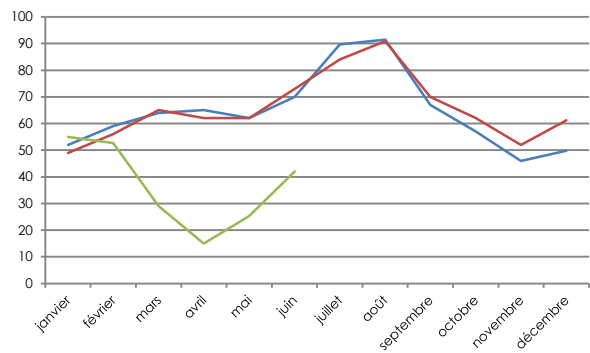


Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché FR

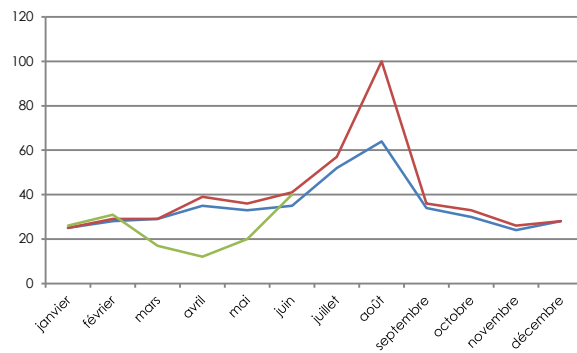
Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Termes diverses destinations littorales

2. Le littoral : Le Top 6 à la hausse – sauf Nice

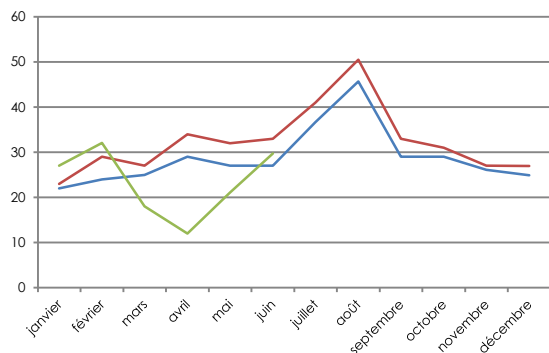
Les destinations se rapprochent de leur niveau de 2019, sauf Nice qui est encore loin.



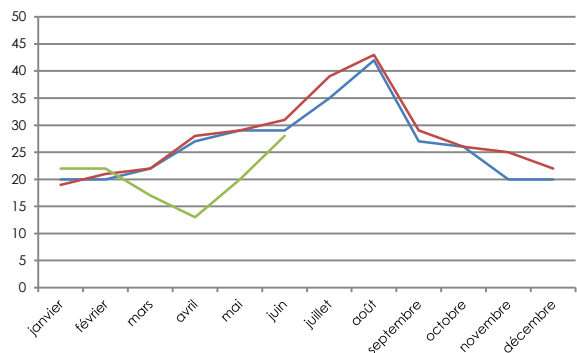
Nice 2018
Nice 2019
Nice 2020



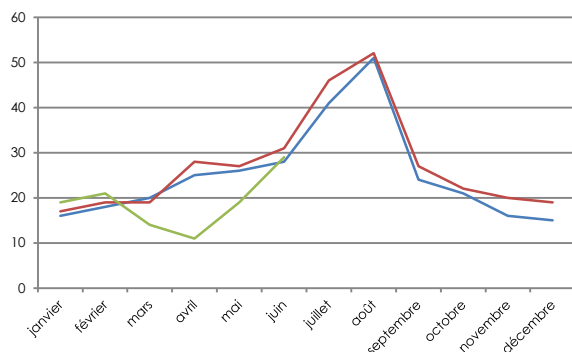
Biarritz 2018
Biarritz 2019
Biarritz 2020



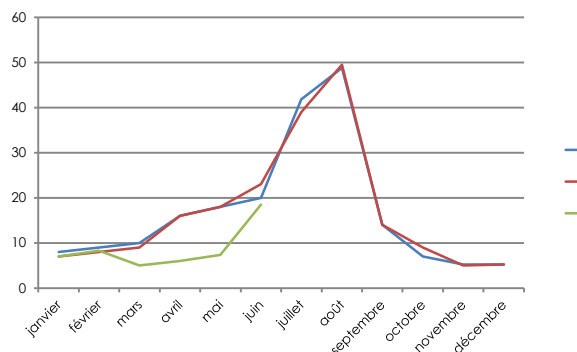
Saint-Malo 2018
Saint-Malo 2019
Saint-Malo 2020



Antibes 2018
Antibes 2019
Antibes 2020



Fréjus 2018
Fréjus 2019
Fréjus 2020



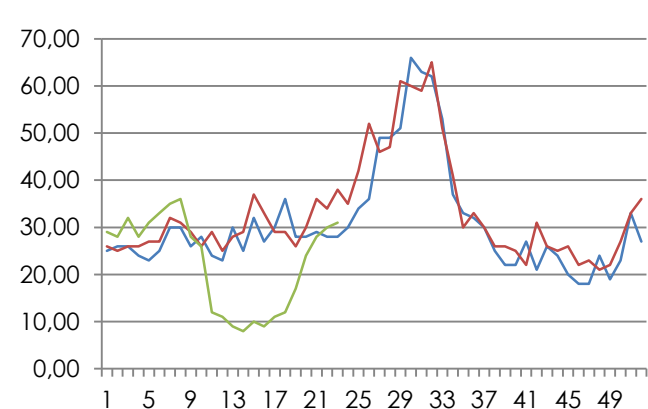
Le Cap d'Agde 2018
Le Cap d'Agde 2019
Le Cap d'Agde 2020

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché FR

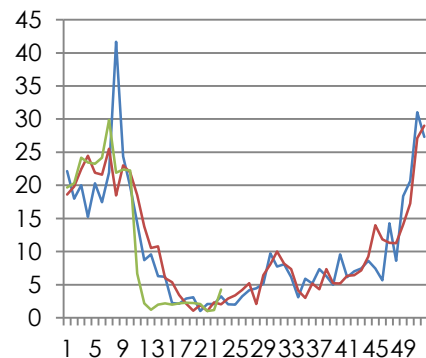
Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Termes diverses destinations littorales

3. La montagne est proche du niveau des années précédentes

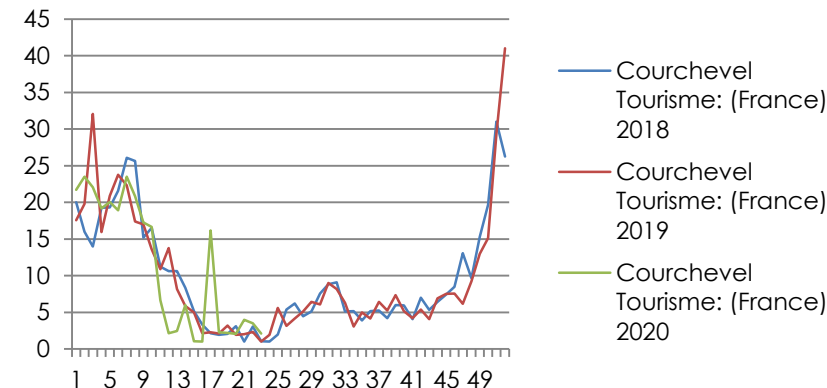
- La montagne continue d'afficher des niveaux en 2020 proches des données précédentes pour une période de saison estivale..



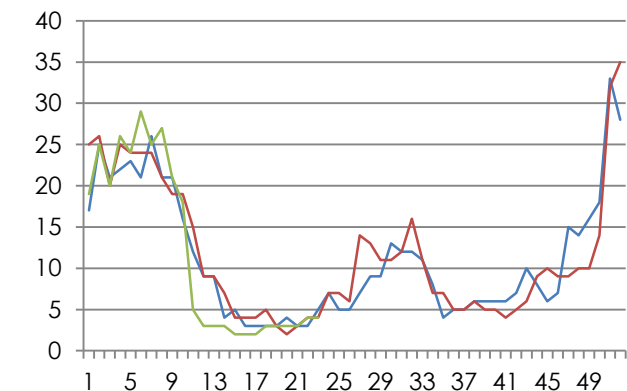
— Annecy: (France) 2018
— Annecy: (France) 2019
— Annecy: (France) 2020



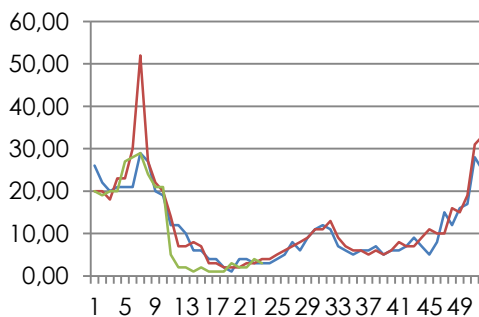
— Avoriaz: (France) 2018
— Avoriaz: (France) 2019
— Avoriaz: (France) 2020



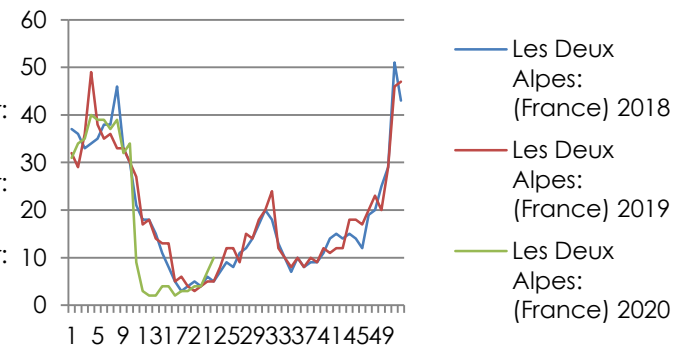
— Courchevel Tourisme: (France) 2018
— Courchevel Tourisme: (France) 2019
— Courchevel Tourisme: (France) 2020



— Les Gets: (France) 2018
— Les Gets: (France) 2019
— Les Gets: (France) 2020



— Serre Chevalier: (France) 2018
— Serre Chevalier: (France) 2019
— Serre Chevalier: (France) 2020



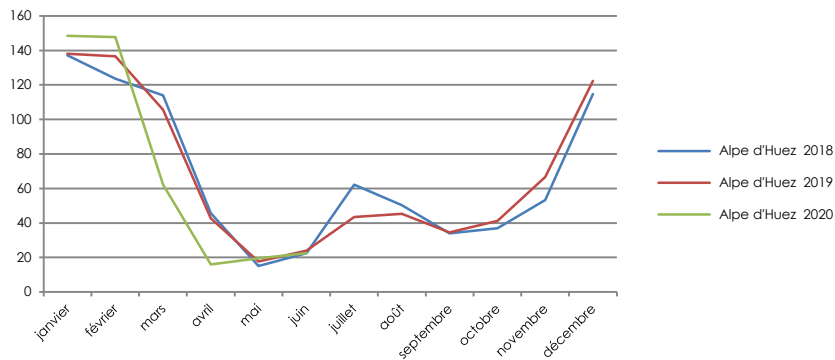
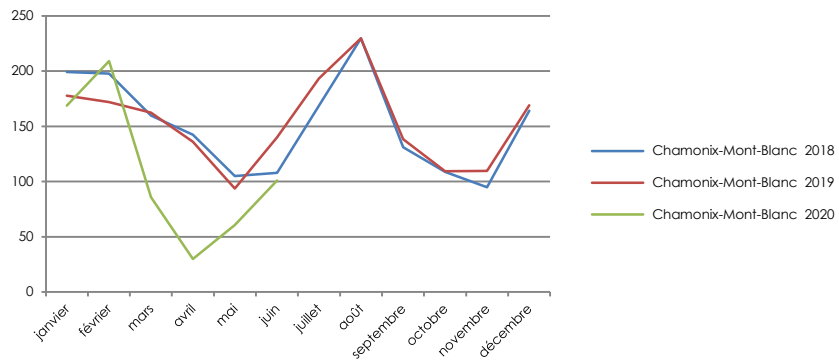
— Les Deux Alpes: (France) 2018
— Les Deux Alpes: (France) 2019
— Les Deux Alpes: (France) 2020

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché FR

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Termes stations de montagne

3. Top 6 – montagne : des niveaux 2019

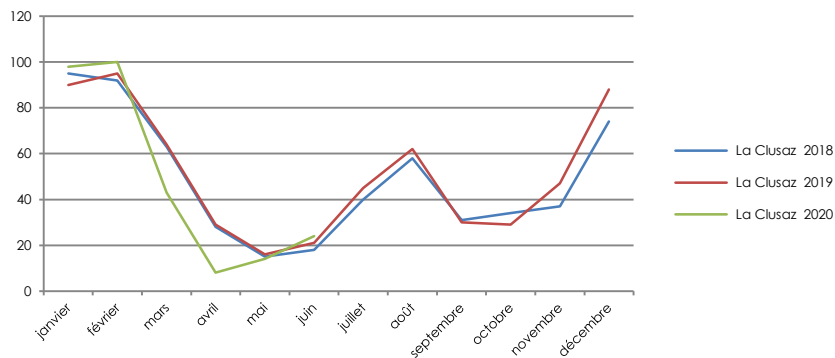
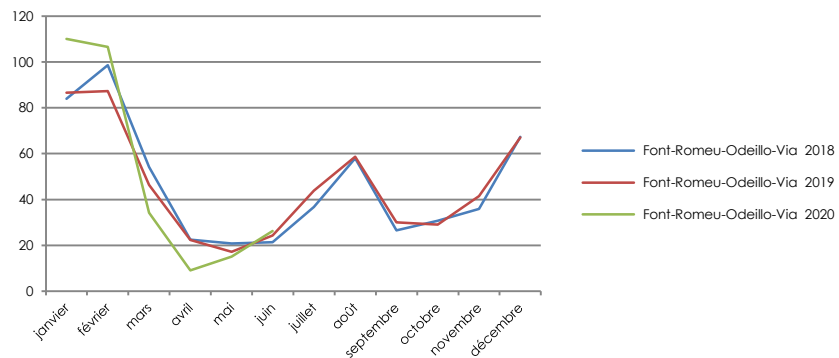
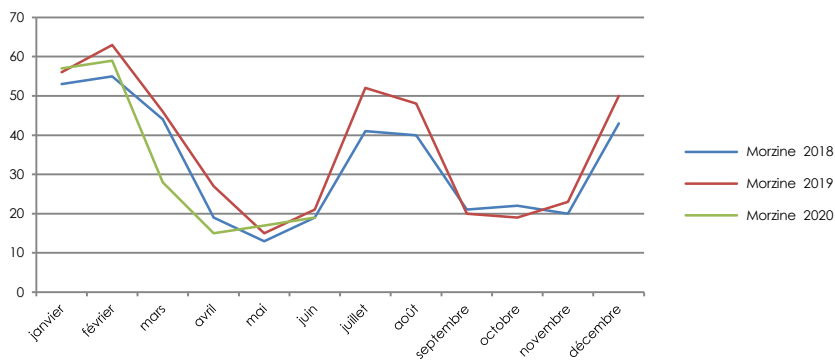
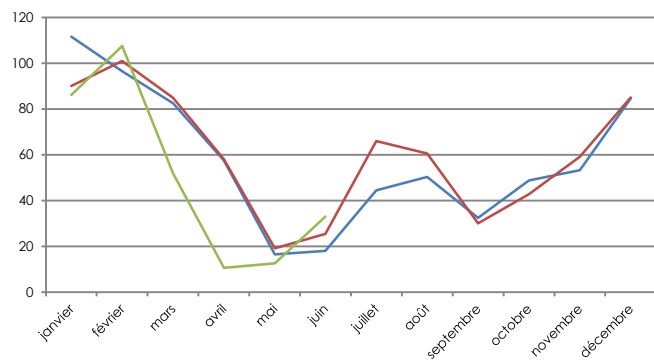
- Seule la ville de Chamonix reste en deçà



Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché FR

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)

Termes stations de montagne



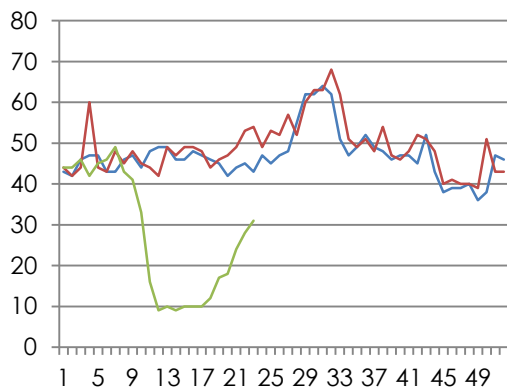
— 3. Des réservations à la montagne en phase avec ces résultats

- Selon l'ANMSM, après avoir enregistré un arrêt des réservations pendant la période du confinement, les stations de montagne voient leur activité prévisionnelle repartir pour l'été 2020. Cette dynamique positive est notamment portée par un allongement de la saison, avec le report d'une partie de la fréquentation sur la fin du mois d'août et sur septembre. Les stations d'altitude enregistrent les taux de réservation les plus favorables.
- Avec un taux d'occupation prévisionnel des stations pour la saison estivale, en léger retard seulement par rapport à 2019 (-2,1 points), la dynamique de réservation est donc repartie à la hausse en montagne, après le confinement. Les stations d'altitude (de 1700 à 2600 mètres) voient même leur taux de remplissage progresser de 1 point de plus qu'il y a un an.
- Tous massifs et types de stations confondus, la fin de saison enregistre des réservations supérieures à celles de 2019 : pour la période du 22 août au 12 septembre, le taux d'occupation prévisionnel des stations est en effet en progression de plus de 1 point par rapport à l'an dernier. Cette tendance est particulièrement forte dans les Alpes du Sud, où le taux d'occupation prévisionnel sur cette période progresse de 5,6 points de plus qu'en 2019. Les stations de plus de 15 000 lits bénéficient également de cette tendance, avec un taux d'occupation prévisionnel en hausse de 1,8 point.

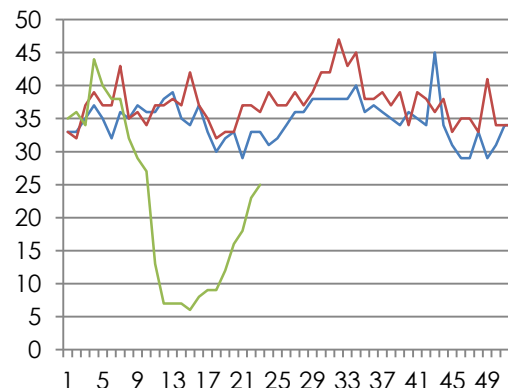
* Source : ANMSM – agence the Desk - Les données sont issues de la plateforme ANMSM d'analyse de la fréquentation conçue par le cabinet G2A sur un panel de 320 000 lits représentatifs du marché de la montagne.

4. En revanche, l'urbain reste en deçà ...

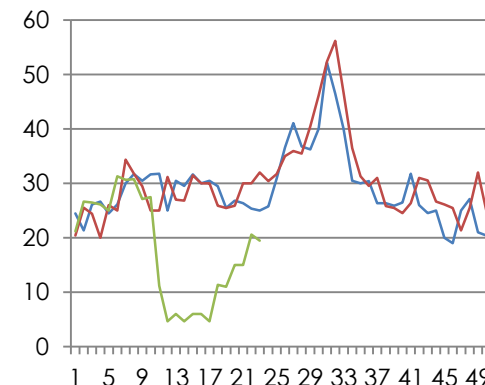
- Les villes se redressent mais sont encore -40% de leur niveau de 2019. Quelques extraits illustrent ce constat pour différentes villes:



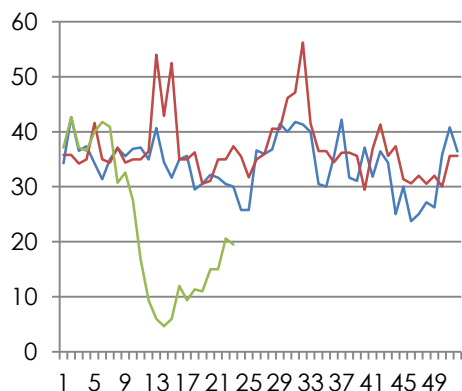
— Bordeaux: (France) 2018
— Bordeaux: (France) 2019
— Bordeaux: (France) 2020



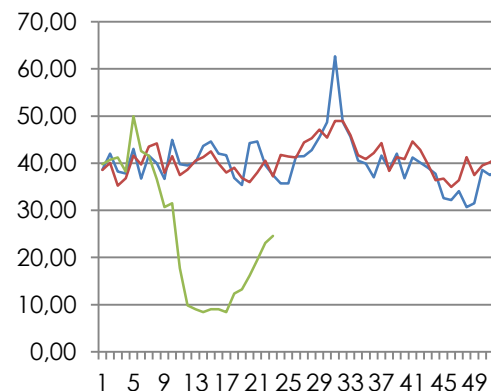
— Lille: (France) 2018
— Lille: (France) 2019
— Lille: (France) 2020



— Montpellier: (France) 2018
— Montpellier: (France) 2019
— Montpellier: (France) 2020



— Nantes: (France) 2018
— Nantes: (France) 2019
— Nantes: (France) 2020



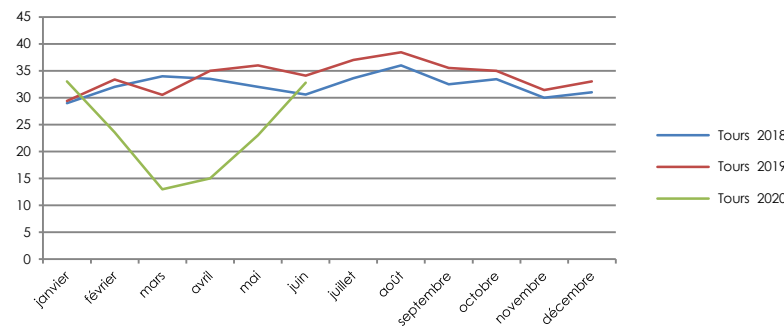
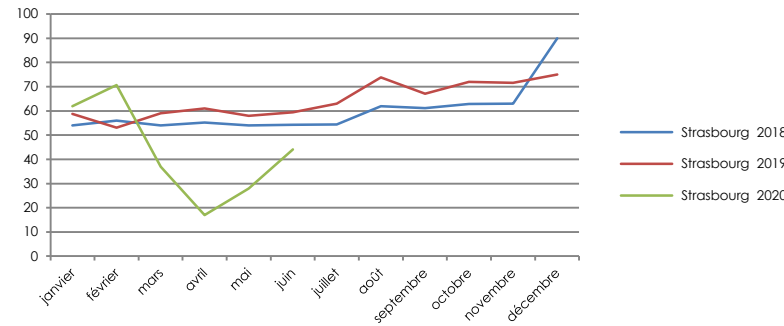
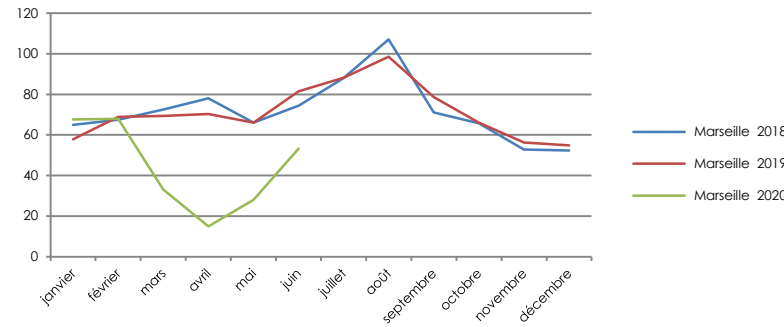
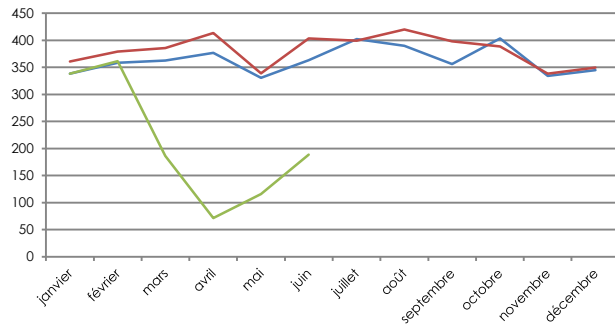
— Toulouse: (France) 2018
— Toulouse: (France) 2019
— Toulouse: (France) 2020

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché FR

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Termes villes françaises

4. Le Top 6 urbain ne performe pas mieux.. Sauf Tours

Aucune destination du panel n'est revenue à son niveau de 2019, sauf Tours.

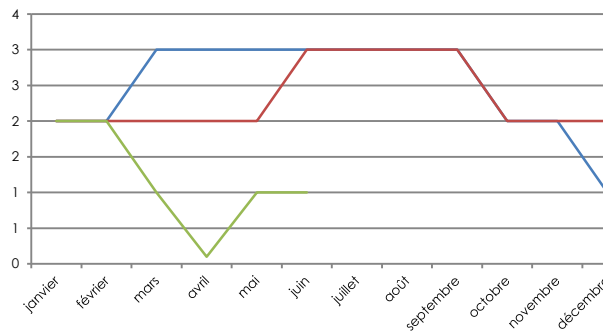
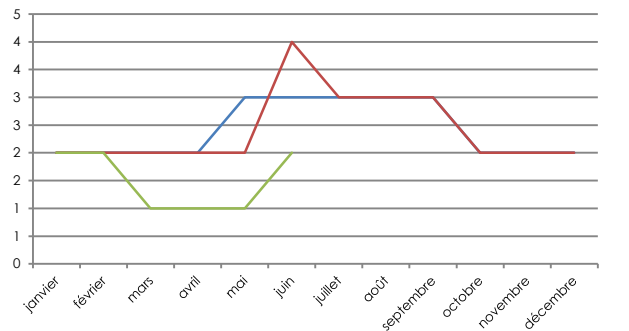
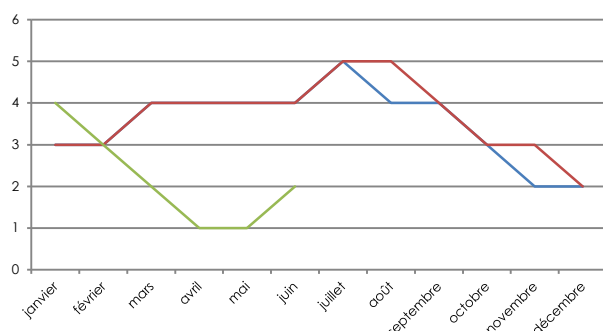
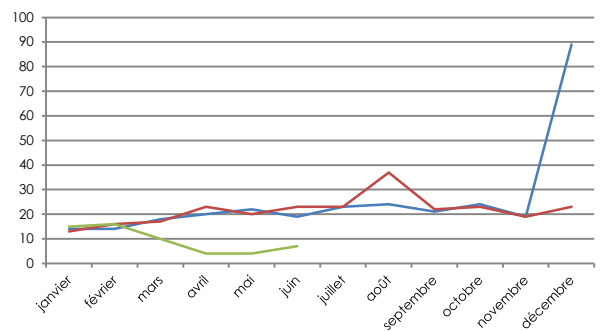


Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché FR
Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Termes villes françaises

4

**TENDANCES DE RECHERCHES
FRANCE
ET MARCHES EUROPEENS**

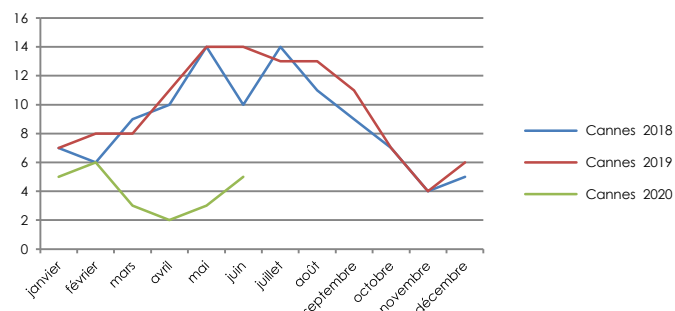
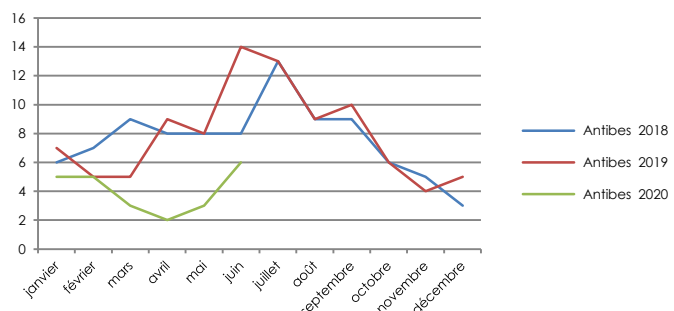
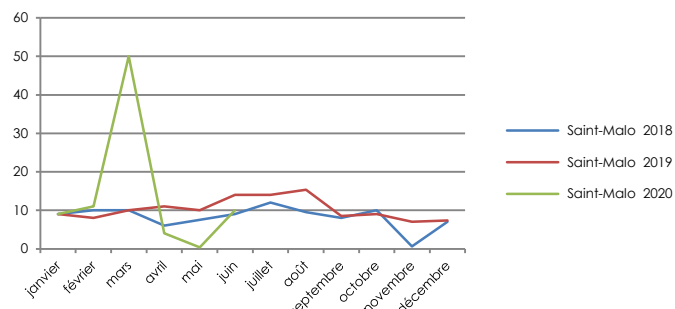
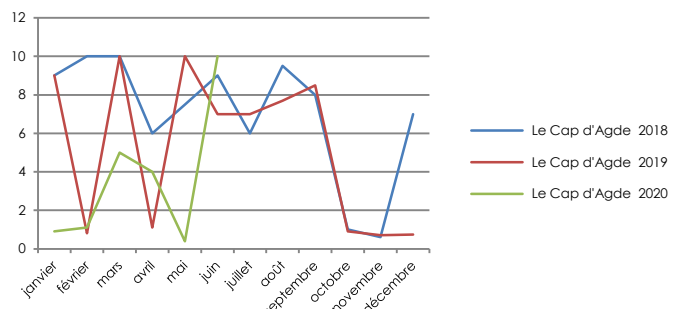
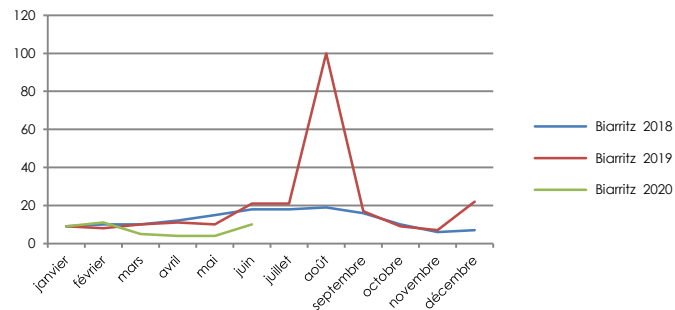
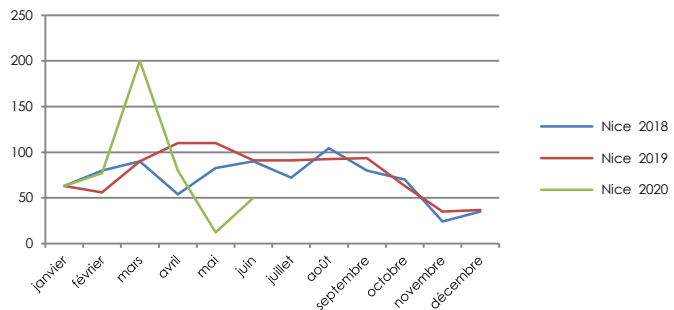
1. Marché Allemand (DE) : des destinations urbaines en retrait



Aucune destination du panel destinations urbaines françaises n'est revenue à son niveau de 2019. Elles sont toutes très en retrait.

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché DE
Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Terme villes françaises

1. Marché Allemand (DE) : des destinations littorales toujours assez très faibles



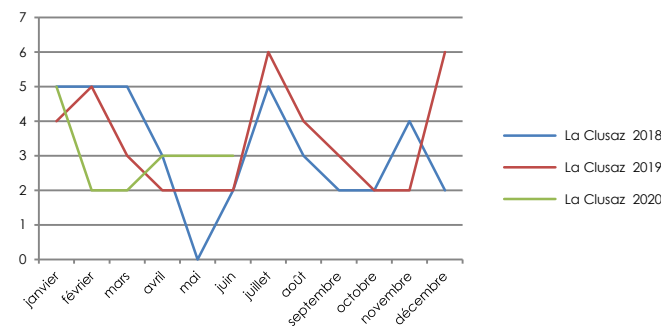
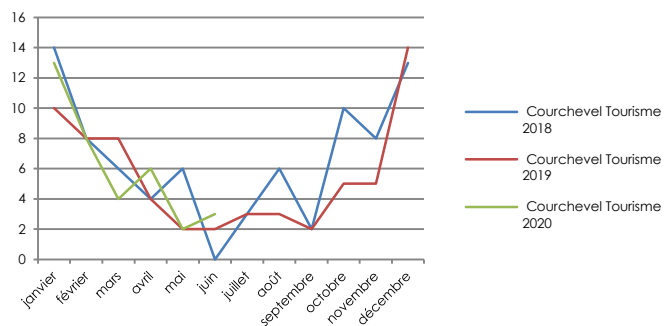
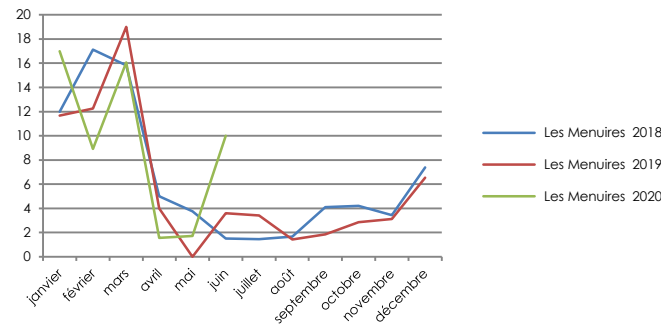
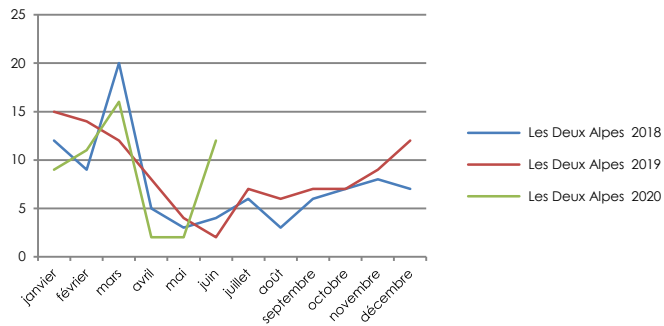
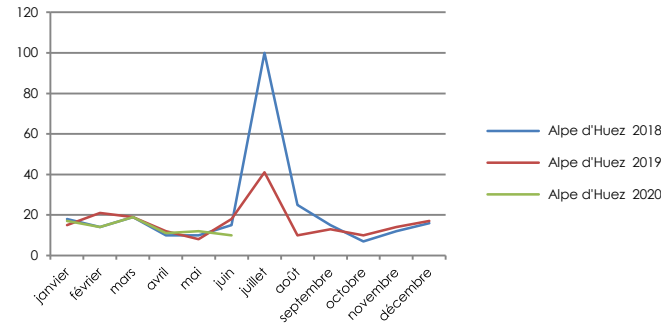
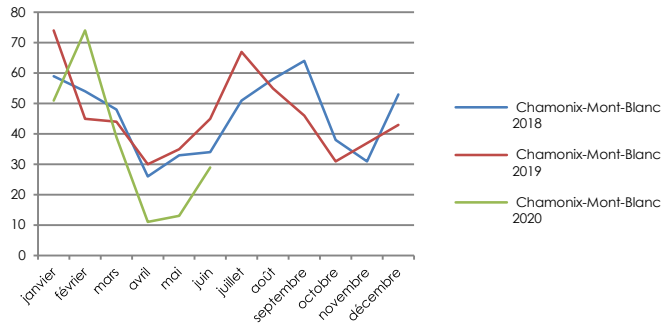
Les destinations les plus en retrait vs 2019 sont Cannes et Antibes (NB : indice faible) .

Biarritz, Saint-Malo progressent et le Cap d'Agde affiche des résultats supérieurs à 2019 (indice faible) (effet HPA ?)

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché DE

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Terme station littoral

1. Marché Allemand (DE) : Des stations de montagne qui font un peu mieux que les autres espaces (indices toutefois assez faibles)

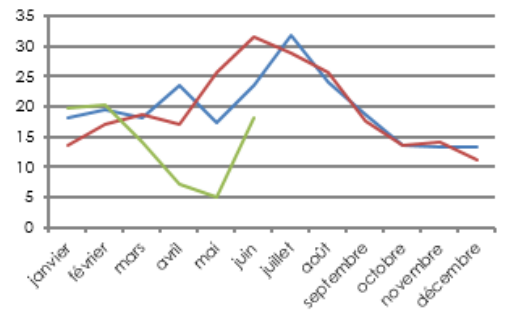
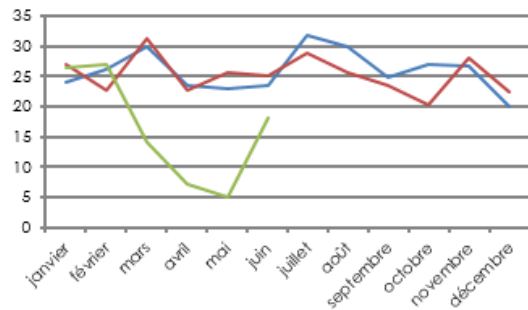
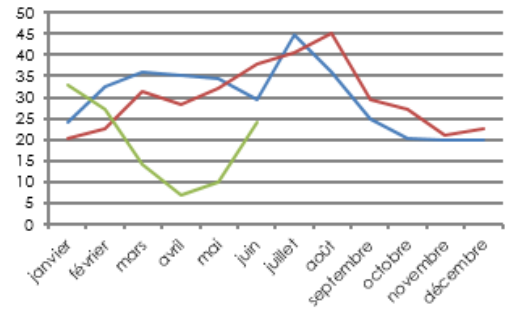
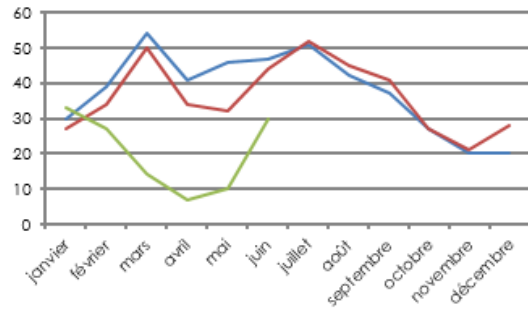
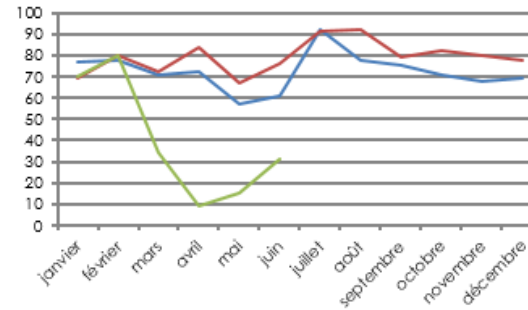
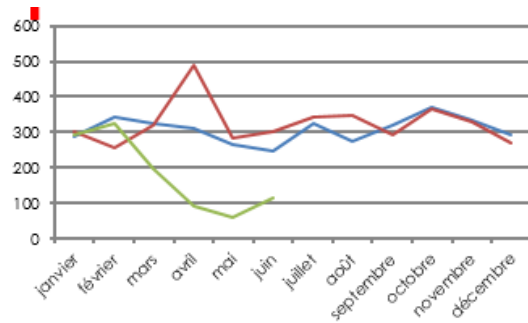


Les Deux Alpes, les Ménuires et Courchevel ont dépassé leur niveau de 2019 mais Chamonix est en retrait

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché DE

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Terme station de montagne

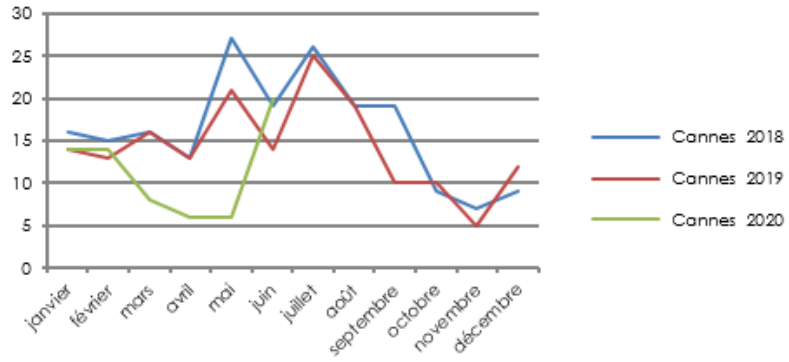
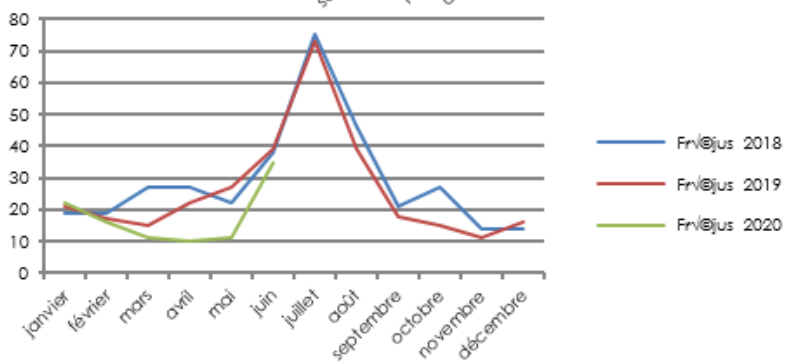
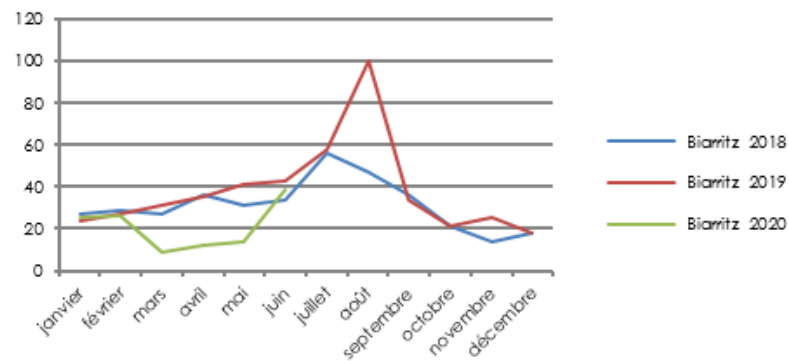
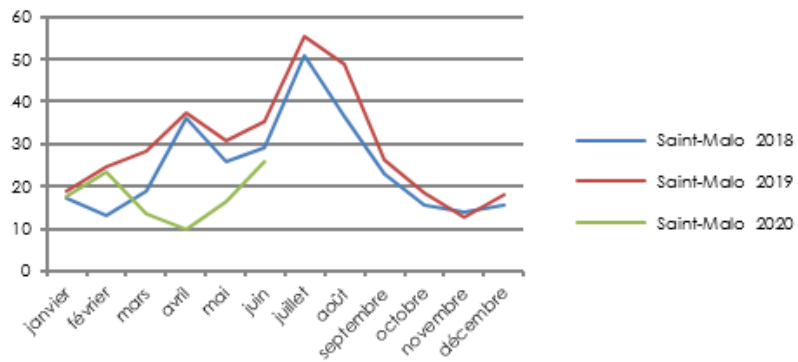
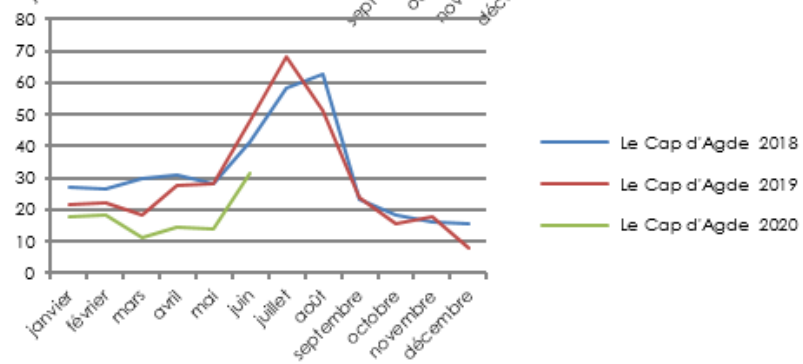
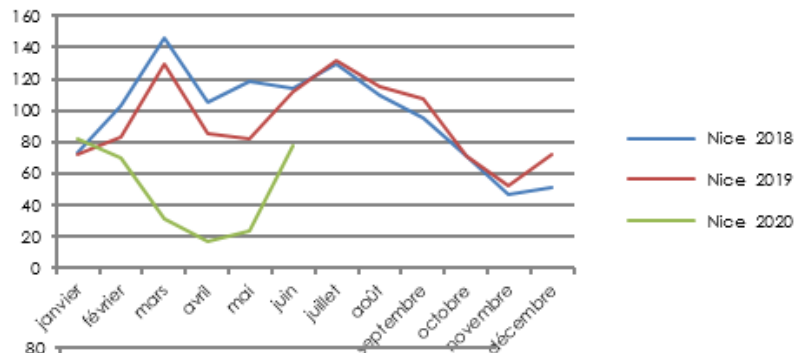
2. Marché Belgique (BE) : des destinations urbaines en retrait



Paris et Lille sont très bas, Nice, Marseille, Lyon, Bordeaux remontent depuis mai.

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché BE
 Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2) Terme villes françaises

2. Marché Belgique (BE) : Côté littoral, du mieux

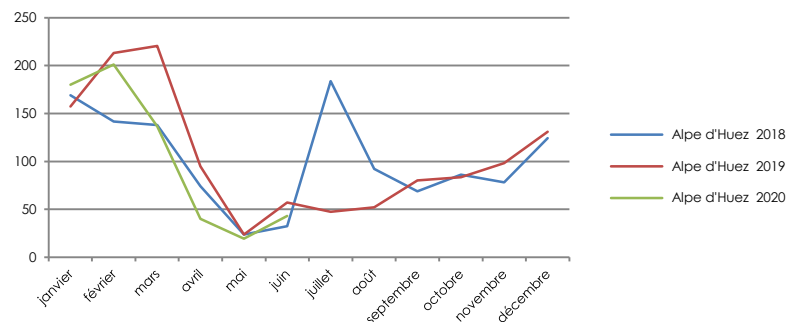
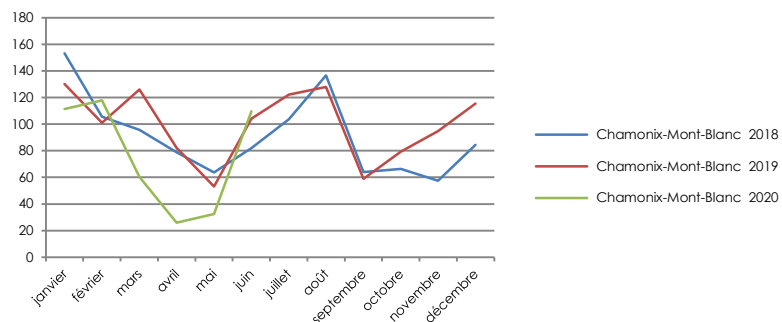


Cannes, Fréjus et Biarritz retrouvent les niveaux de 2019

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché BE

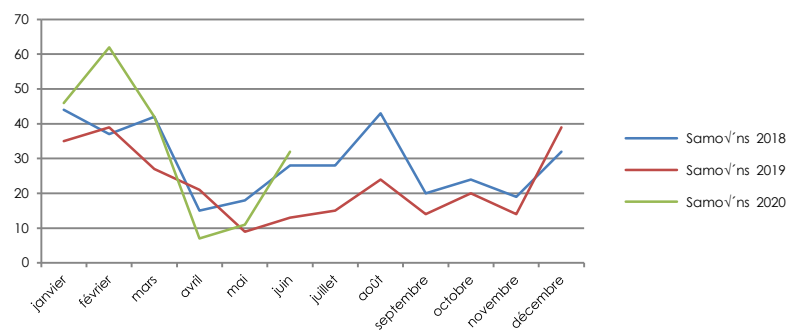
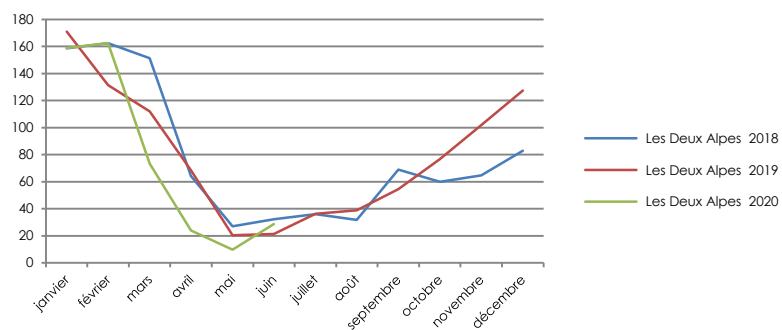
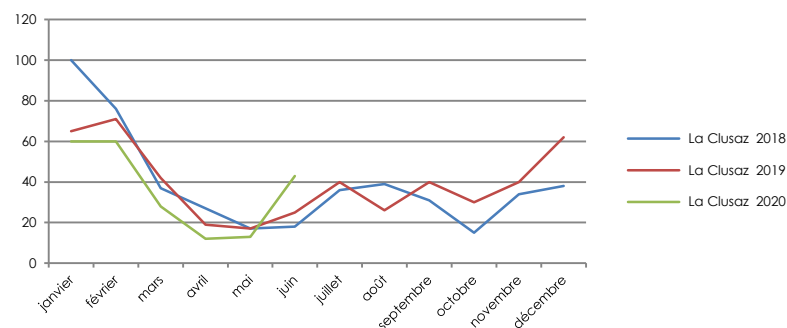
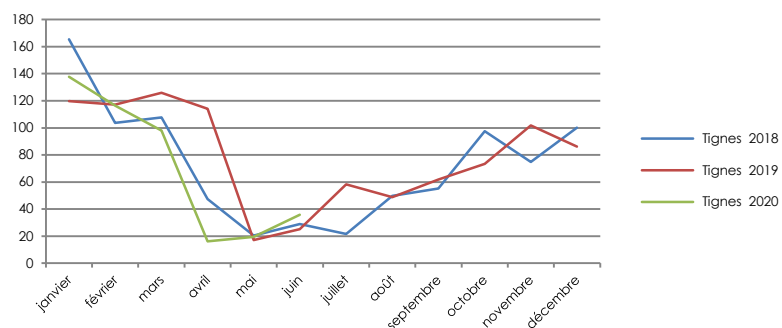
Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme stations du littoral

2. Marché Belgique (BE) : La montagne retrouve les niveaux de 2019- voire les dépasse



Les destinations ont retrouvé le niveau de 2019.

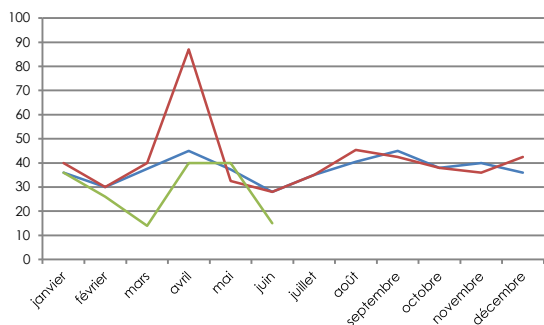
Samoëns et la Clusaz affichent des performances positives, résultant sans doute d'actions marketing significatives



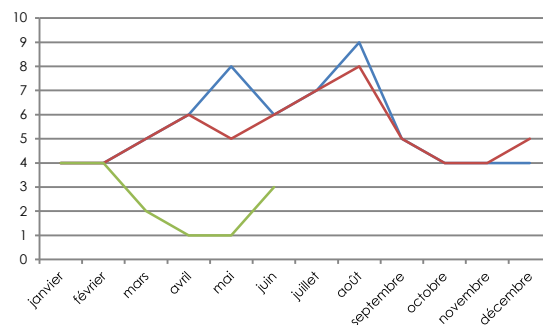
Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché BE

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme stations de montagne

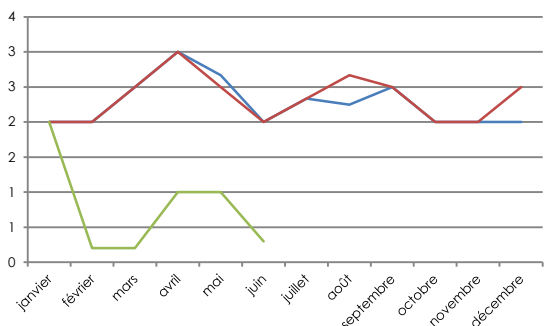
3. Marché Italie (IT) : des niveaux très bas pour l'urbain



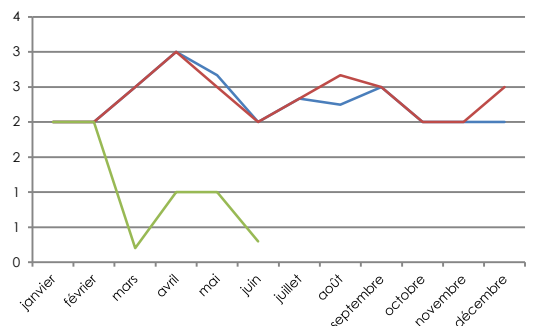
Paris 2018
Paris 2019
Paris 2020



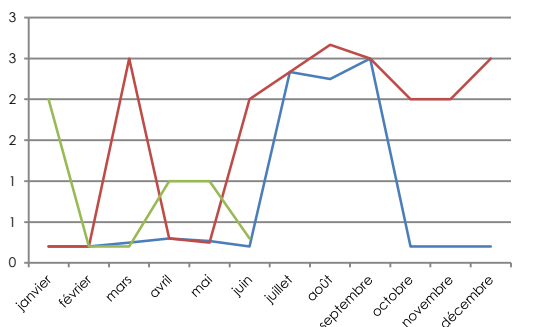
Nice 2018
Nice 2019
Nice 2020



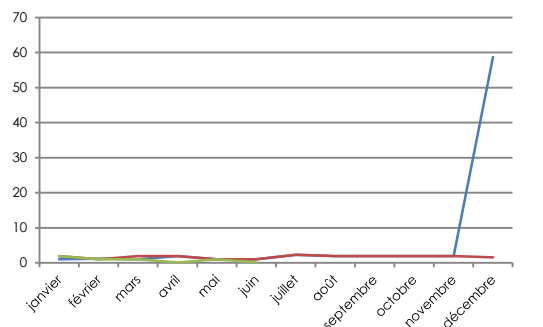
Lyon 2018
Lyon 2019
Lyon 2020



Marseille 2018
Marseille 2019
Marseille 2020



Bordeaux 2018
Bordeaux 2019
Bordeaux 2020



Strasbourg 2018
Strasbourg 2019
Strasbourg 2020

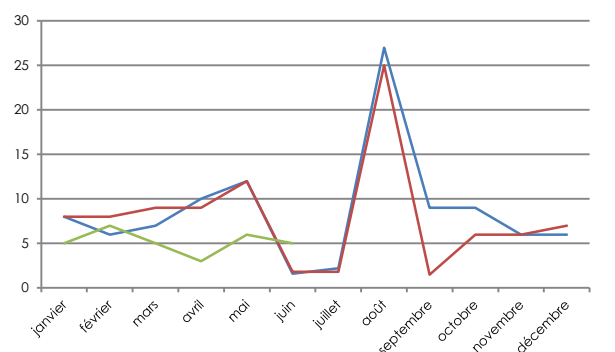
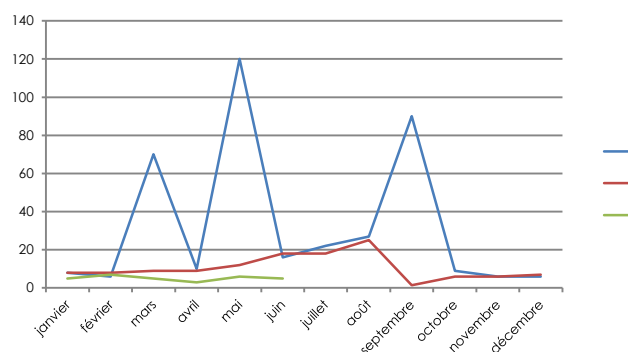
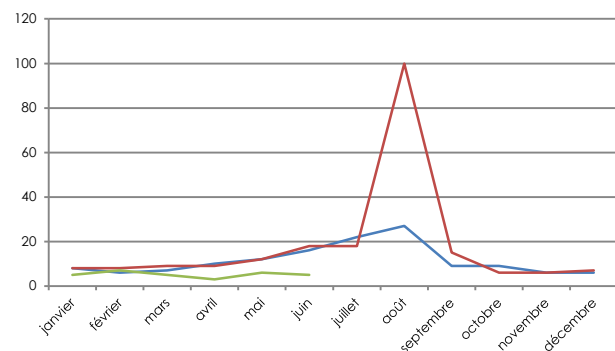
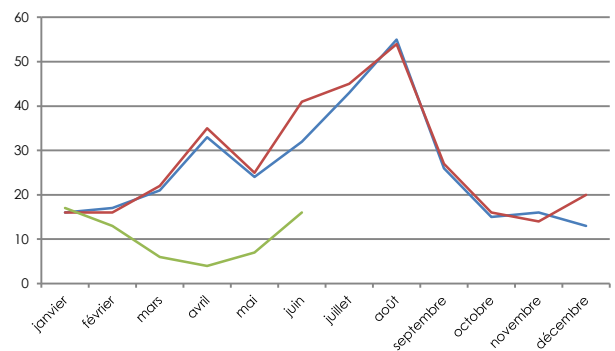
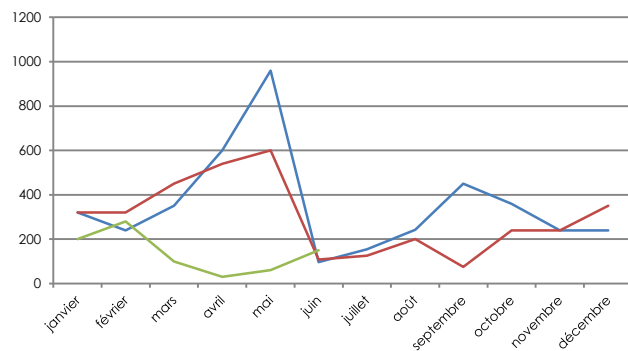
Les Italiens se projettent moins en dehors de leur frontière au vu des résultats par espaces.

Aucune destination urbaine n'a retrouvé son niveau, les indices des villes sont par ailleurs très faibles.

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché IT

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme villes

3. Marché Italie (IT) : des niveaux encore bas pour le littoral

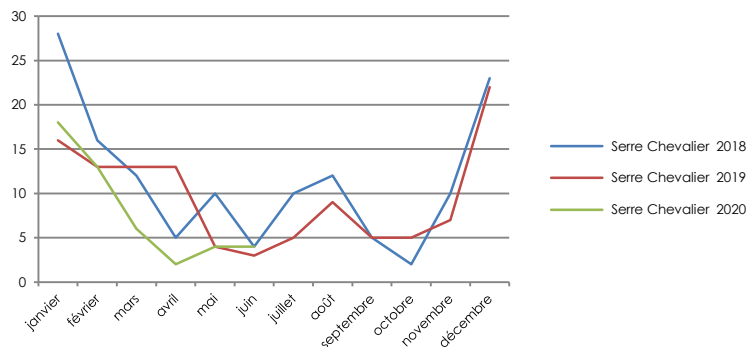
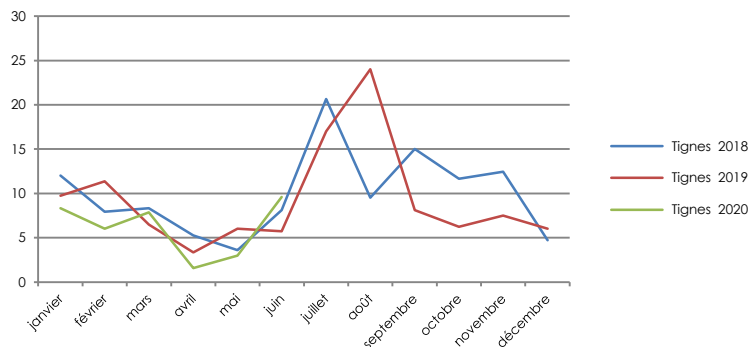
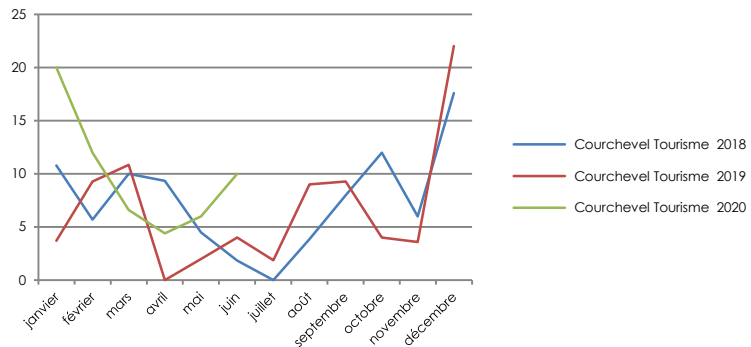
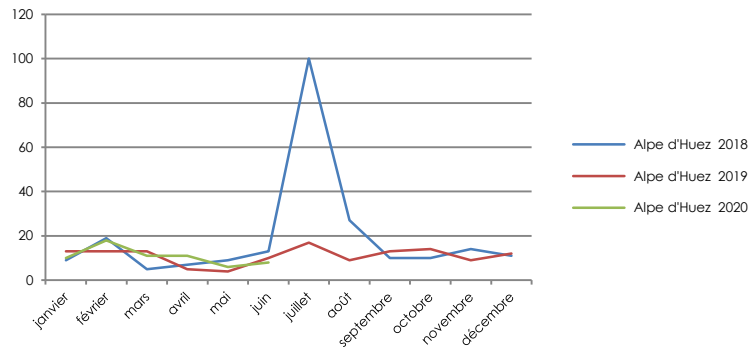
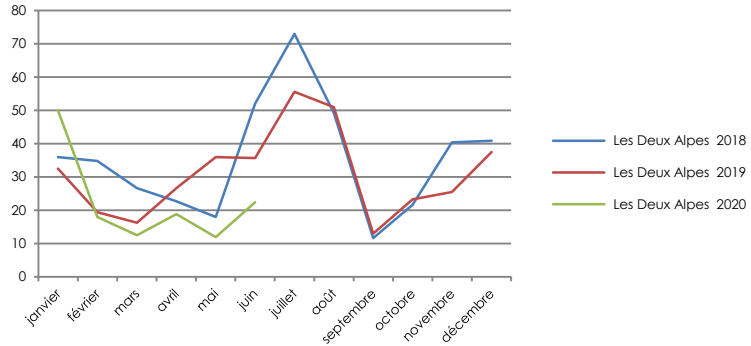
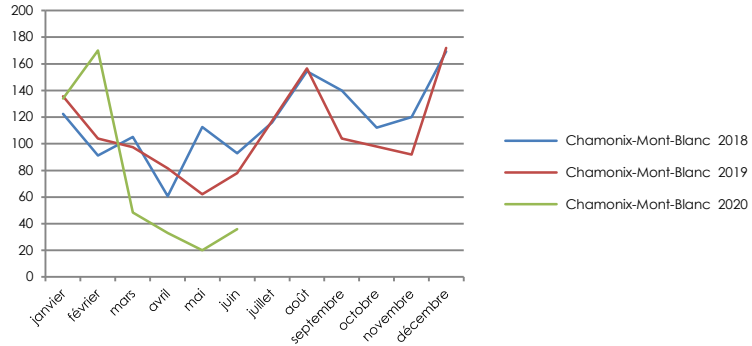


Même constat pour le littoral, même si Nice se redresse tout comme Saint-Malo (base faible). Cannes, en revanche, est au plus bas.

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché IT

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme station littoral

3. Marché Italie (IT) : du mieux à la montagne

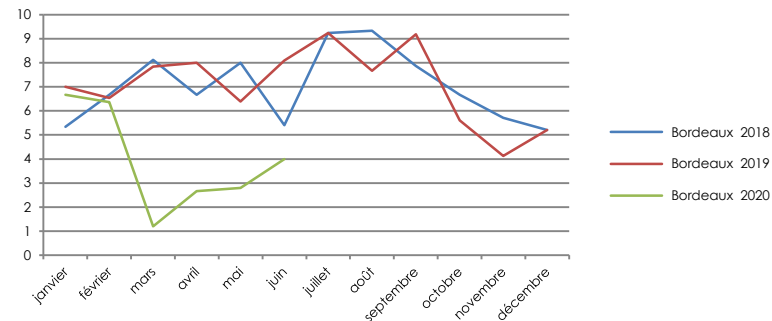
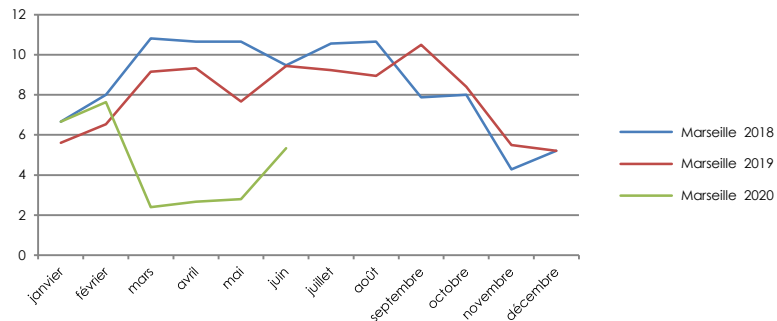
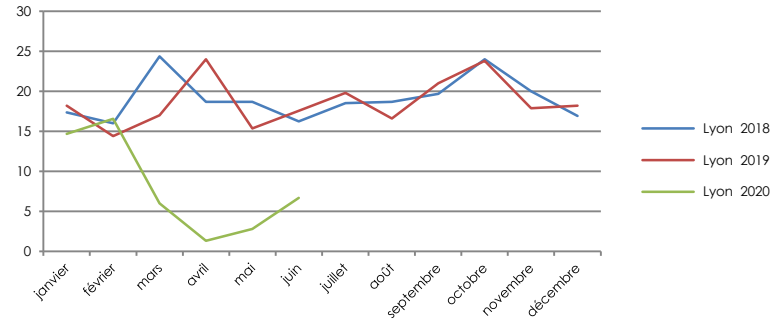
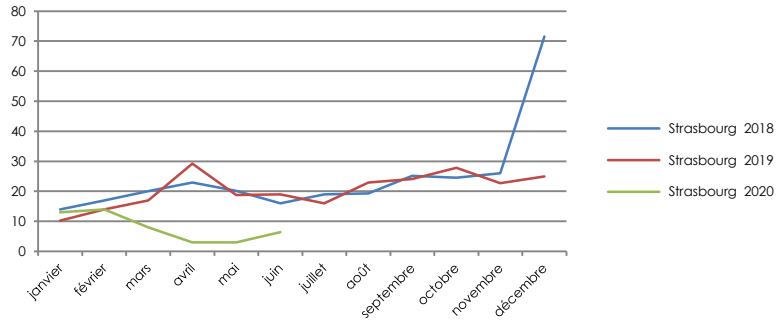
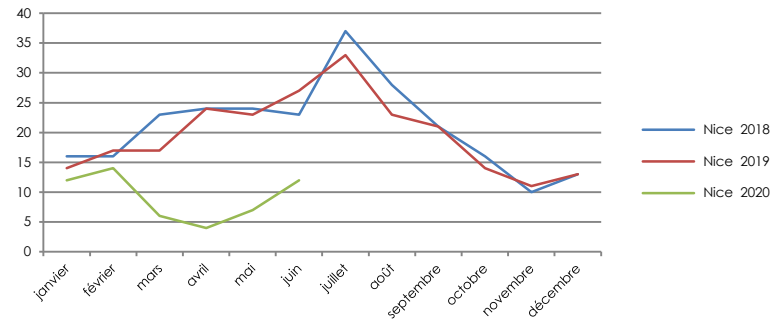
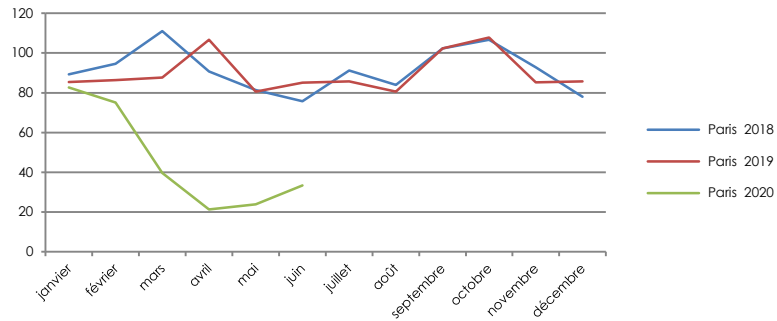


Un peu de mieux à la montagne pour Courchevel, Tignes, Serre-Chevalier (bases faibles) et l'Alpe d'Huez

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché IT

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme stations de montagne

4. Marché Suisse (CH): aucune destination urbaine française ne repart

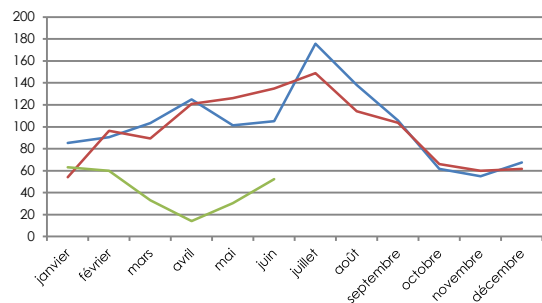


Aucune destination du panel n'est revenue à son niveau de 2019 (bases faibles)

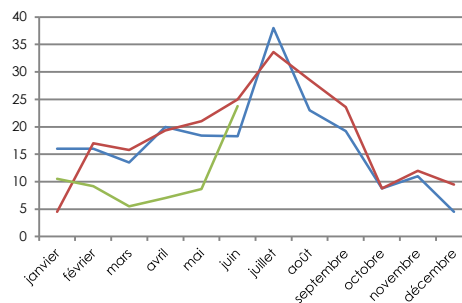
Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché CH

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme villes

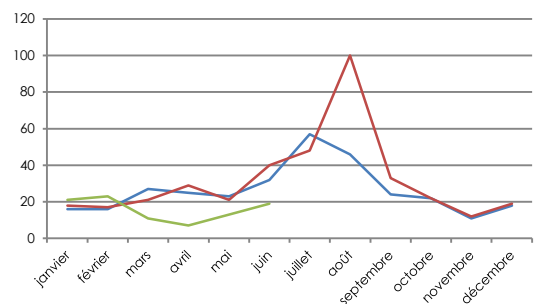
4. Marché Suisse (CH): une remontée en Méditerranée



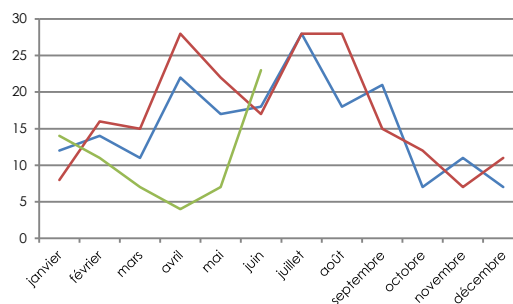
Nice 2018
Nice 2019
Nice 2020



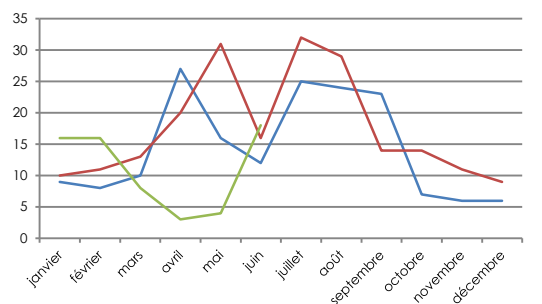
Le Cap d'Agde 2018
Le Cap d'Agde 2019
Le Cap d'Agde 2020



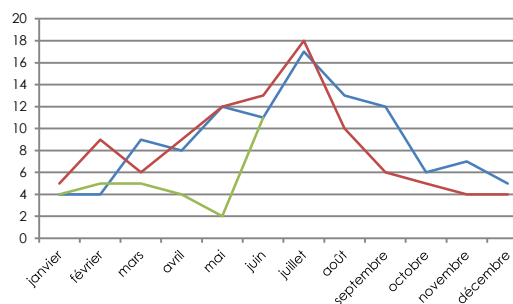
Biarritz 2018
Biarritz 2019
Biarritz 2020



Antibes 2018
Antibes 2019
Antibes 2020



Cannes 2018
Cannes 2019
Cannes 2020



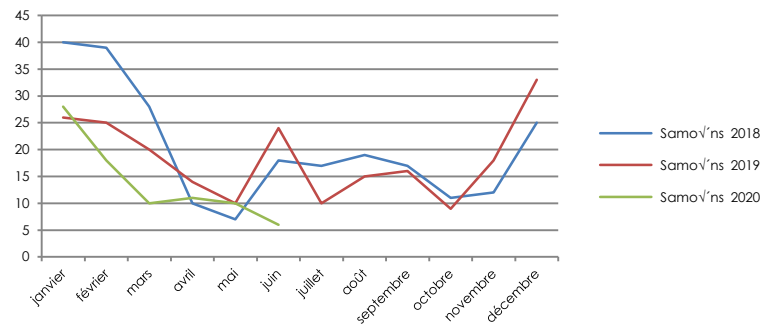
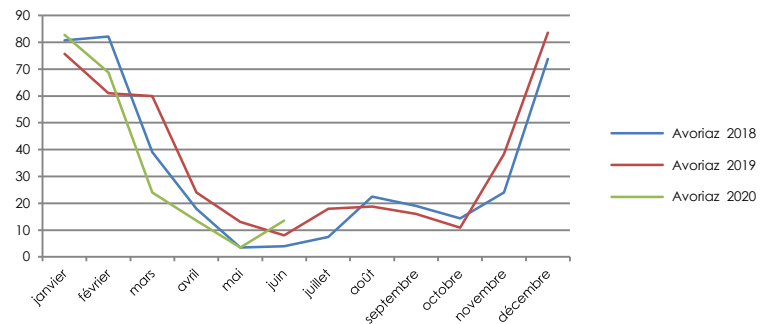
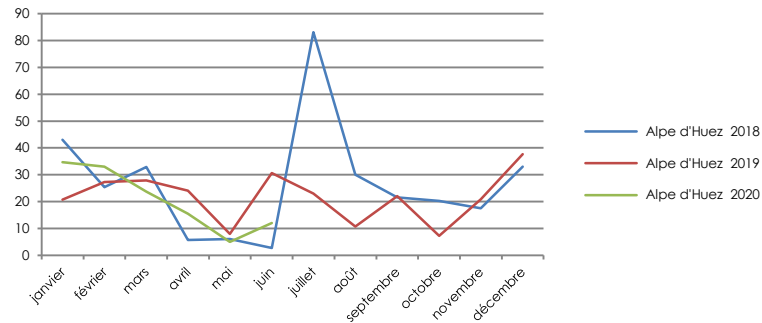
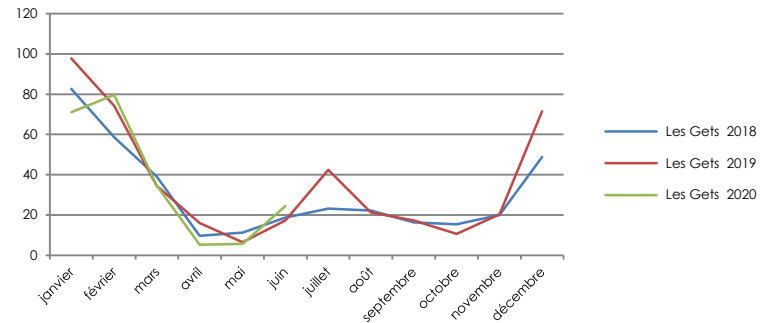
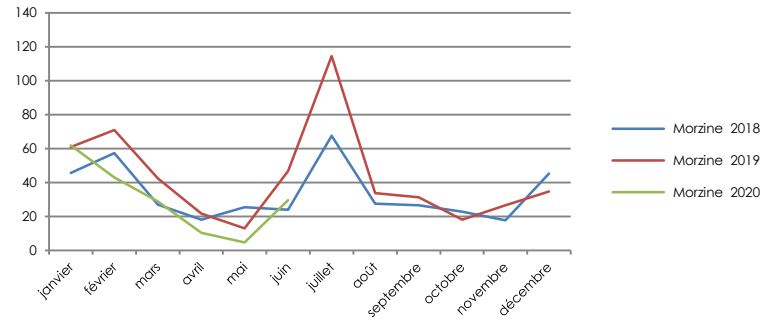
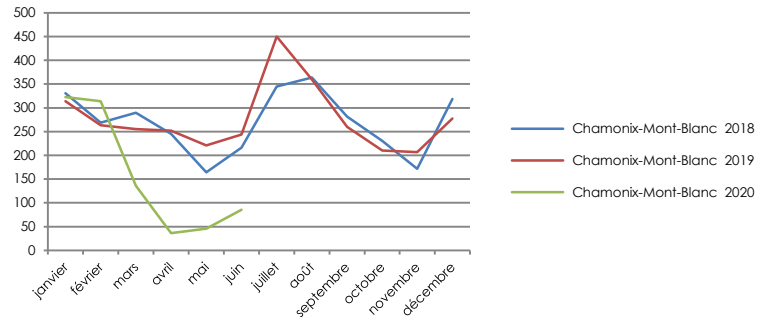
Fréjus 2018
Fréjus 2019
Fréjus 2020

Cap d'Agde, Antibes et Cannes ont retrouvé leur niveau de 2019. Nice est encore très bas.

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché CH

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme stations du littoral

4. Marché Suisse (CH): une reprise de la montagne

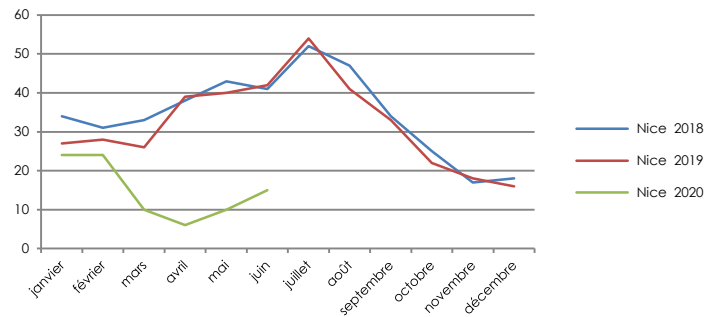
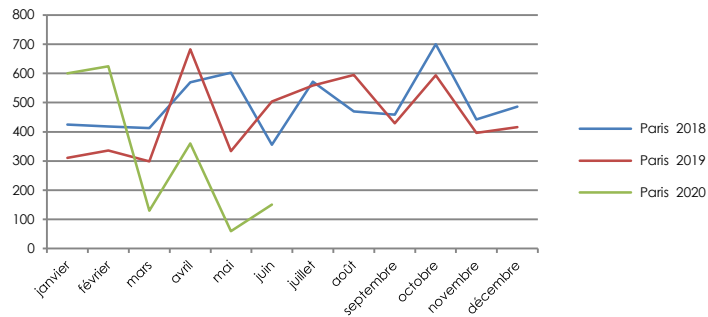


Les Deux Alpes affichent des performances positives. Les Gets et Avoriaz ont atteint leur niveau de 2019.

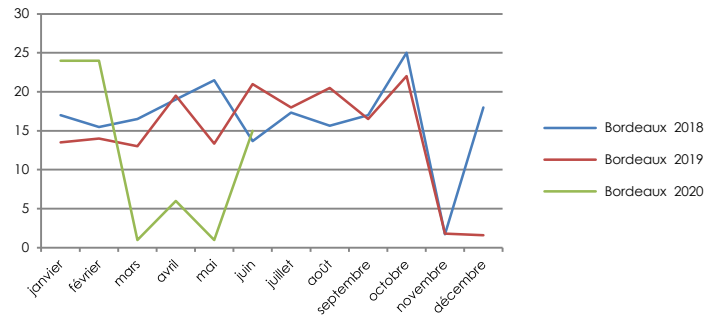
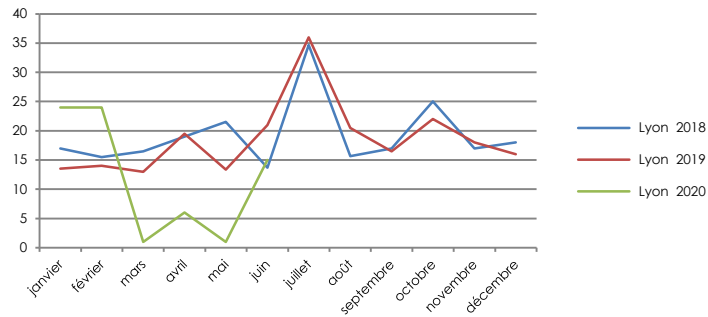
Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché CH

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme stations de montagne

4. Marché Pays Bas (NL) : aucune destination urbaine française ne repart

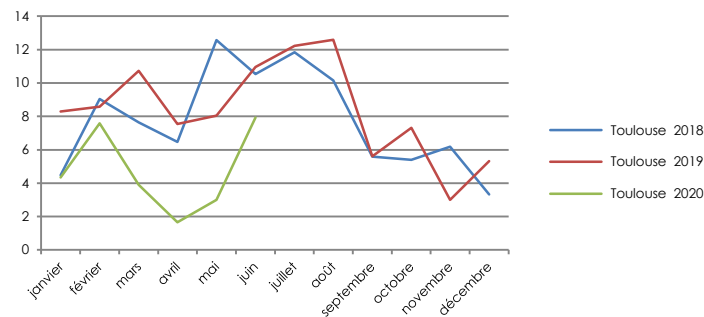
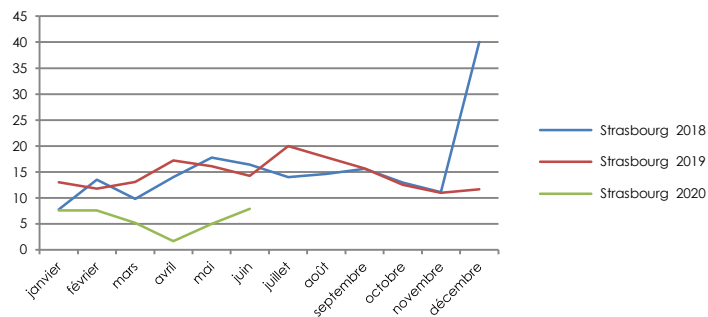


Aucune destination du panel n'est revenue à son niveau de 2019, Lyon et Bordeaux sont remontés en mai

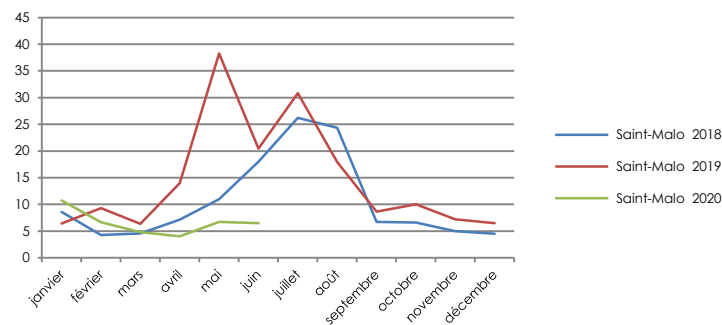
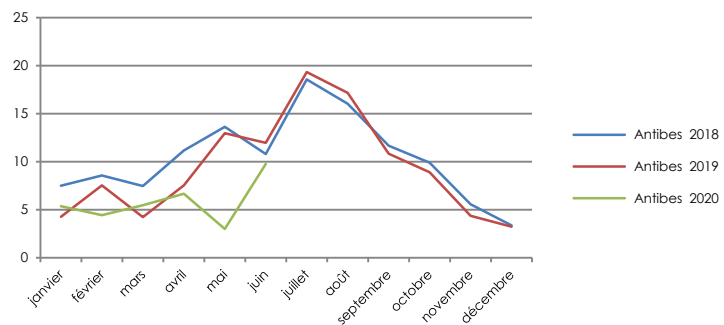
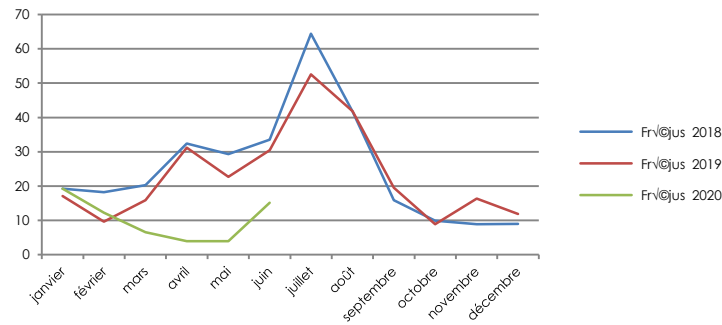
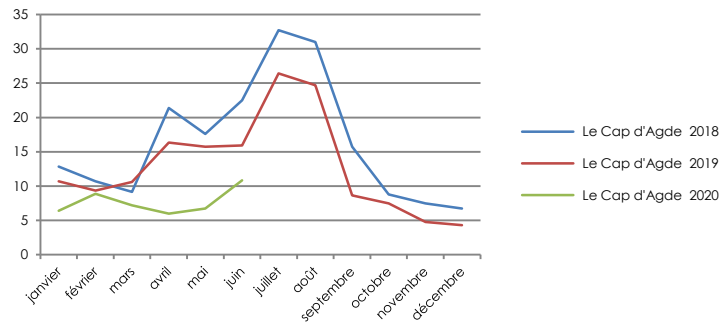
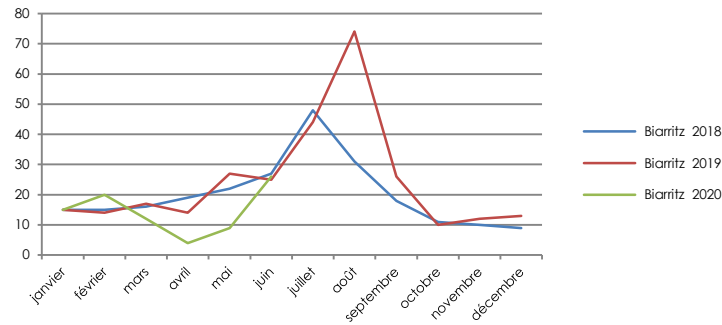
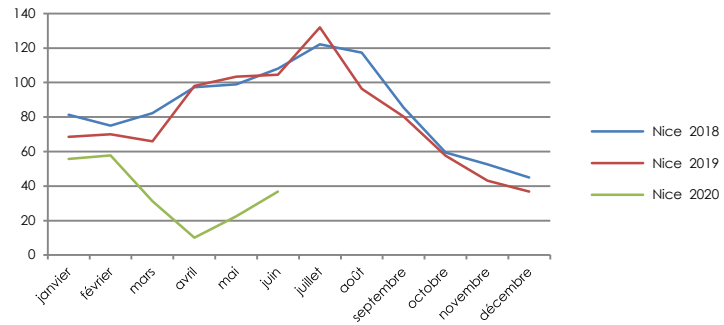


Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché NL

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme villes



4. Marché Pays Bas (NL) : le littoral en retrait

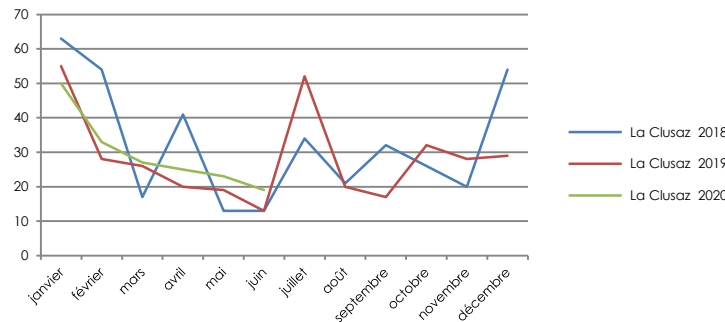
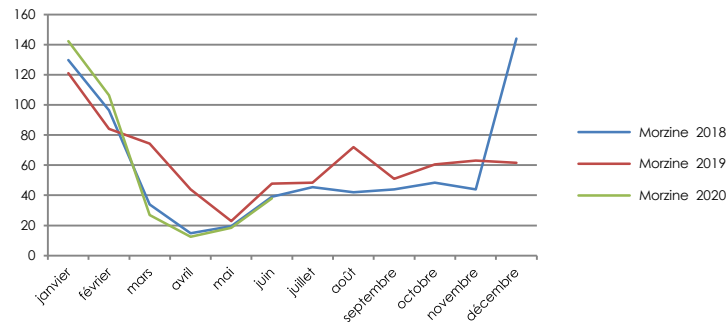
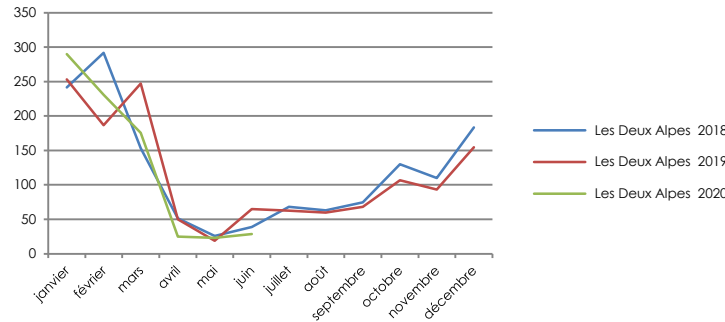
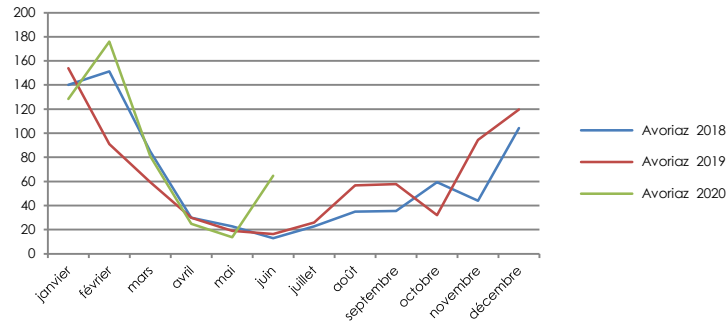
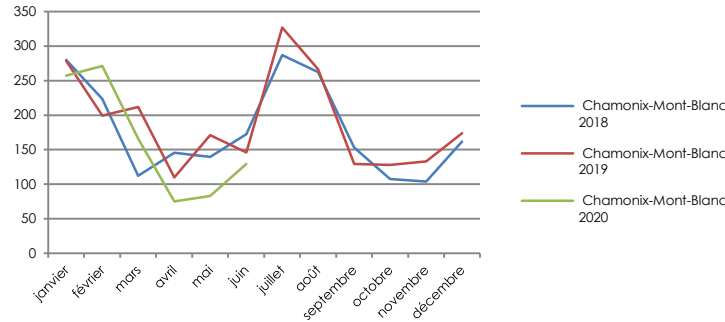
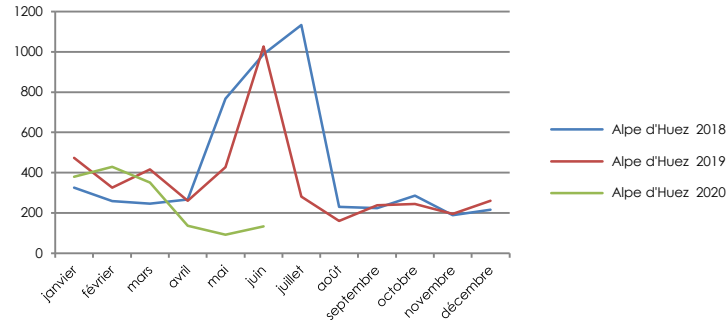


Les destinations sont loin de leur niveau de 2019, sauf Biarritz et Antibes.

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché NL

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme stations du littoral

4. Marché Pays Bas (NL) : Du mieux pour la montagne



Alpe d'Huez devance Chamonix. Avoriaz et La Clusaz sont à leurs niveaux de 2019.

Relevé Google Trends (rubrique « sites internet ») – marché NL

Variation de l'indice hebdomadaire des tendances de recherches dans la rubrique « travel » versus année (N-1 et N-2)
Terme stations du littoral


5

LES LEVIERS DE MARKETING DIGITAL

1. Inciter à rester en France

Vanity Fair France avec Club Med. Sponsorisée

Cette année, le bonheur atteint des sommets aux Resorts Club Med dans les Alpes




VANITYFAIR.FR
Et si on passait l'été à la montagne avec Club Med ?

40 11 commentaires 7 partages

J'aime Commenter Partager

Abritel - HomeAway Sponsorisée

Partagez des instants mémorables dans une location de rêve pour toute la famille.



ABRITEL.FR
Redécouvrez la France

Réserver

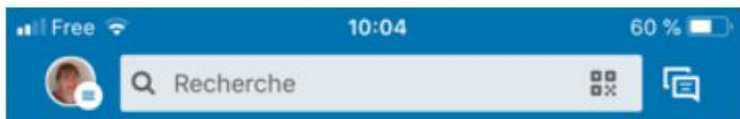


#CetÉté
JeVisite
LaFrance

Publié le 18 Juin 2020

UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION
FÉDÉRATRICE POUR RASSURER ET
INSPIRER LES FRANÇAIS CET ÉTÉ!

2. ...Et choisir sa région



Nous, on aime cette communication régionale gonflée ! On vous souhaite un très bel été avec des bulles qui pétillent et des lendemains qui chantent (du ...voir plus



503

15 commentaires

J'aime

Commenter

Partager

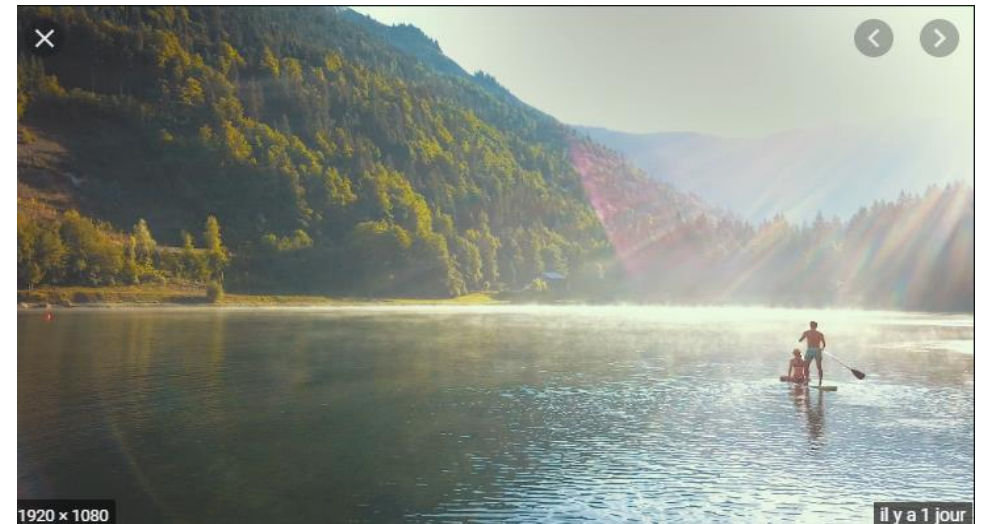


Comité Régional de Tourisme CÔTE D'AZUR
RÉGION SUD
DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES
Provence Alpes Côte d'Azur
MONACO

Bienvenue sur
> cotedazurfrance.fr



___ 3. Retenir... la montagne cet été



4. Des distributeurs qui s'adaptent ou se repositionnent

Booking.com



Pas besoin d'aller loin pour voyager

Lorsque vous repartirez en voyage pour vivre de nouvelles aventures, pensez aux trésors naturels qui se cachent près de chez vous. Que vous ayez prévu un séjour dans votre région ou dans une destination lointaine, retrouvez la magie du voyage et continuez à rêver.



Vos rêves de voyages vous récompensent

Ajoutez 3 établissements à votre liste d'envies sur la dernière version de l'appli et recevez une récompense valable sur une prochaine réservation.

Aller sur l'appli pour commencer

MisterFly
VOLS • HÔTELS • VOITURES
et locations de vacances !



(Re)découvrez la France et laissez-vous séduire par un très large choix de locations de vacances : de la villa avec vue sur mer au camping 5* à prix négocié, de l'appartement cosy en haut des montagnes au village de vacances avec club enfants et animations...

Retrouvez plus de **50 000 produits locatifs** partout en France et bénéficiez des avantages **MisterFly** !



Annulables **sans frais**



Remboursables **à 100%***

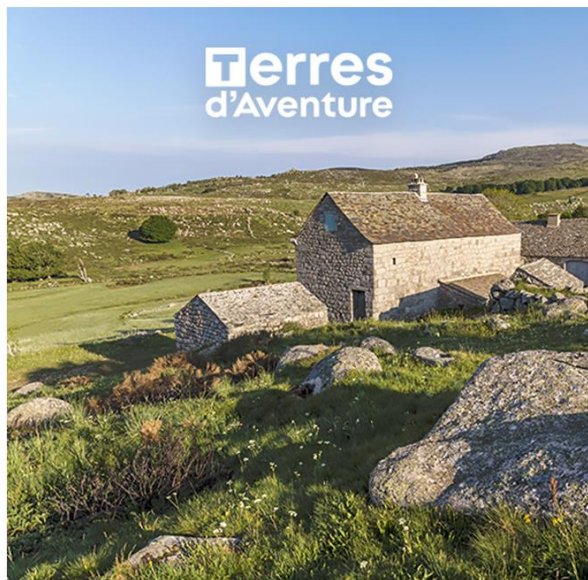


Payables **en Chèques Vacances**



Ou **par CB en 4 fois**

4. Des tour opérateurs aussi



SLOW TRAVEL

Cet été ne sera sans doute pas comme les autres et vous êtes nombreux à revoir vos projets. Vous qui aimez partir aux quatre coins du monde, en attendant de voyager hors de nos frontières, que diriez-vous de (re)découvrir la France, à pied ou à vélo ? Cette France, magnifique, aux possibilités multiples, regorge d'itinéraires méconnus, de sentiers cachés, de belles et longues pistes cyclables. Le vélo et la marche, deux moyens de locomotion parfaits pour prendre son temps, admirer les paysages et redécouvrir nos cultures locales. Terres d'Aventure vous livre sa sélection pour une évasion tricolore.



DE BORDEAUX À ARCACHON À VÉLO

Partez à vélo entre vignes, pins et dunes depuis Bordeaux jusqu'à Arcachon. Vous pédalez le long de l'estuaire de la Garonne en direction des plus prestigieux vignobles bordelais : Margaux, St Julien, Pauillac. [> voir ce voyage](#)



LA LOZÈRE AUX MILLE FACETTES

A partir de Bagnols-les-Bains, nous vous proposons une sélection des 7 jours à partir de plus belles randonnées de la région, que vous effectuez chaque jour en 550 € fonction de vos envies. Découvrez le pays du granit avec le mont Lozère et ses crêtes dénudées, le pays du schiste en haute vallée du Lot avec ses jolis toits de lauzes. [> voir ce voyage](#)



LA CÔTE DE GRANIT ROSE

Considérée comme l'une des plus belles côtes de France, celle de granit rose située au nord-ouest des Côtes d'Armor mérite bien sa réputation. Le sentier des douaniers vous émerveille du matin au soir par ses couleurs variées, ses parfums iodés. [> voir ce voyage](#)



DE BLOIS À SAUMUR À VÉLO

Ce joli périple vous emmène à la rencontre des plus beaux châteaux de la Loire : Chambord, Chenonceau, Blois ou encore Amboise, mais également vers les vignobles les plus réputés de la vallée de la Loire (Chinon, Vouvray, Montlouis et Saumur Champigny). [> voir ce voyage](#)

5. Faire vendre.....

Consulter la version en ligne.



3 MILLIONS DE BILLETS
49€⁽¹⁾ MAX


INOUI INTERCITÉS

Cet été, partez en train à l'autre bout du monde

[Je pars](#)

Réservez vos billets d'été à 49€⁽¹⁾ maximum avec TGV INOUI, OUIGO et INTERCITÉS et découvrez la France comme vous ne l'avez jamais vue !

Free 4G 13:54 75%



Belambra Sponsorisée

Prix ensoleillés sur vos vacances d'été avec Belambra: 7 jours au prix de 5 jusqu'au 26 juin seulement ☀️

Free 22:13 77%



Lagrange Vacances Sponsorisée

Jusqu'à -30% sur vos prochaines réservations, 100% remboursé si annulation liée au Covid, aucun frais supplémentaire.



LAGRANGE vacances
Garantie Covid 100% remboursé

Jusqu'à **-30%**

Zéro frais de dossiers
Zéro frais d'annulation
Zéro accepte à payer

VACANCES-LAGRANGE.COM
Lagrange Vacances [Profiter de l'offre](#)



LES JOURNÉES Belambra
DU 26 MAI AU 26 JUIN

OFFRE #3

7 JOURS AU PRIX DE 5
POUR VOS VACANCES D'ÉTÉ

WWW.BELAMBRA.FR
Destination vacances ☀️ [Réserver](#)

10 7 commentaires 3 partages

J'aime Commenter Partager

Home Profile Video 4 Friends 3 Menu



Club Med Sponsorisée

Les vacances arrivent, enfin 😊
Vous allez vous détendre, vous retrouver, vous ressourcer et recharger... Lire la suite



Merci l'été

économisez jusqu'à **700€*** par personne

*voir conditions sur clubmed.com

CLUBMED.FR
Réservez maintenant, économisez jusqu'à 700€ par personne. [Réserver](#)

INFINIMENT CHARENTES



100 euros pour vous aider à préparer vos vacances en Charentes

Accueil » Explorer nos expériences » 100 euros pour vous aider à préparer vos vacances en Charentes

6. Revendiquer des valeurs post crise sanitaire

easyJet

NOTRE ENGAGEMENT POUR
UNE EUROPE
EN TOUTE CONFIANCE

J'espère que vous et votre famille êtes en bonne santé.

Comme vous avez pu le constater ces derniers mois, l'Europe et le reste du monde ont travaillé ensemble pour assurer la sécurité de chacun. Grâce aux efforts fournis par des millions de personnes, le continent commence à progressivement réouvrir .

Chez easyJet, nous connaissons l'Europe mieux que quiconque. Depuis plus de 25 ans, nous connectons les gens et les lieux ensemble tout en nous engageant à assurer votre sécurité sur nos vols.

C'est pourquoi aujourd'hui, suivant la pandémie COVID 19, nous lançons notre engagement " l'Europe en toute confiance ". Une promesse qui vous est faite de toujours veiller à votre bien-être, de réaffirmer notre engagement de développement durable et de continuer à offrir un très bon rapport qualité prix.

BIEN-ÊTRE

Comme toujours, votre sécurité et votre bien-être demeurent notre priorité absolue et nous avons pris de nouvelles mesures pour les garantir. Nos équipes effectueront un nettoyage en profondeur ainsi qu'une désinfection de nos avions quotidiennement. Tous nos passagers et nos membres d'équipage seront dans l'obligation de constamment porter des masques et nous aurons des produits d'hygiène supplémentaires à bord.

De plus, dans la mesure du possible, nous répartirons les passagers dans l'avion en respectant les consignes de distanciation et nous supprimerons temporairement le service Bistro à bord.

Nous introduisons toutes ces mesures afin de maintenir votre sécurité, celles-ci étant conformes aux dernières directives du gouvernement, de l'EASA et de l'ICAO en matière de santé publique. Bien évidemment, tous nos avions sont équipés de systèmes de filtration de pointe pour conserver l'air que vous respirez dans la cabine aussi propre que possible. Ces filtres sont les mêmes que ceux utilisés en milieu hospitalier et remplacent l'air en cabine toutes les 3-4 minutes. Vous trouverez plus de détails sur ces mesures [ici](#).

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Bien que notre façon d'opérer soit différente pendant un moment, nous ne ferons aucun compromis sur les promesses que nous avons faites sur l'environnement. Nous savons que nous avons une responsabilité de minimiser l'impact de nos vols et nous concentrons nos efforts aujourd'hui sur le fonctionnement le plus efficace possible de nos opérations, et préparons le développement de l'avion électrique pour le futur. En attendant, nous continuons de compenser pour vous les émissions carbone provenant du carburant utilisé sur tous nos vols et nous sommes fiers d'être la première grande compagnie aérienne à le faire.

VALEURS

Nous pensons que tout le monde devrait avoir la possibilité de voyager. C'est pourquoi depuis plusieurs années, nous sommes fiers d'offrir à nos clients des tarifs avantageux. Alors que nous recommençons à renouer avec l'Europe, nous nous engageons à poursuivre cet engagement.

Comme toujours, réserver en avance vous offre plus de choix de tarifs. Toutefois, nous comprenons que réserver des vols en ce moment semble incertain et nous souhaitons que vous ayez l'esprit tranquille quand vous le faites. Ainsi, vous aurez la possibilité de changer vos vols jusqu'à 14 jours avant votre départ sans frais de changement et ce, tant que les restrictions de voyages seront en place.

7. Des vacances en France .. Autrement



FEATURED ARTICLE

Here's what you need to know about safe travel in France

<https://www.lonelyplanet.com/articles/how-travel-to-france-will-be-different>

NICOLA WILLIAMS *Lonely Planet Writer* 6 DAYS AGO

With its world-class art and architecture, seductive cafe life, village-square markets and unwaveringly romantic capital, France has enticed travellers since time immemorial. As the country reopens its borders, summer holidays in *la belle France* are back on – but with some notable differences.

Seeing France's major attractions

Museums and monuments are gradually reopening countrywide – wear a face mask and expect your hands to be doused with hand sanitizer upon entering. Advance ticket reservations with an allocated time slot guarantee reduced visitor capacity at busy sights like the [Musée du Louvre](#) (reservations from 15 June, gallery open from 6 July), [Château de Versailles](#) and Lyon's [Musée des Confluences](#). Only the first two floors of the [Eiffel Tower](#) (from 25 June) can be visited – for obvious reasons the stuffy lift to the top remains closed. Inside museums and open-air sites such as [Mont St-Michel](#) in northern France, visitors must follow a clearly signposted one-way circuit. [Disneyland Paris](#) is not expected to open before July.

Masks: the new French style

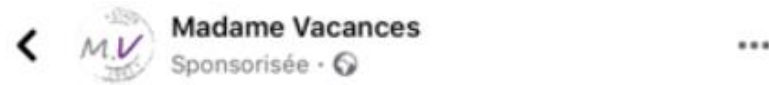
Mask wear is a pretty much a prerequisite now for French travel – always have one on you. Face masks for adults and children from aged 11 are obligatory on public transport (including afloat Seine river boats in Paris), cable cars, in museums, on guided tours, inside restaurants and cafes, and in many shops. Before entering boutiques, check for signs in the window reading "port du masque obligatoire". Disposable surgical masks and washable cotton masks are widely available in pharmacies and supermarkets. To inject some French panache into your face wear, order online a floral hand-printed fabric mask by Parisian Indie-design house [Jamini](#) or stylish scarf from iconic Parisian label [Sézane](#).

Rethinking how to eat out

Much to the relief of the food-obsessed French, cafes, creperies, patisseries, bistros and restaurants in France are now open. Tables seating a maximum of 10 people are socially distanced 1m apart and printed menus are replaced by scannable QR codes, chalkboards, bistro wall mirrors handwritten with the dishes of the day or a swift oral presentation from the waiter (top tip: brush up your French!). Masks are obligatory for all restaurant and bar personnel – and for customers too when being seated or moving around inside the restaurant. Drinking standing at the zinc bar or anywhere other than seated around a table is a no go. Contactless payment by card is encouraged.



8. Ou encore .. Des vacances en France... après l'été



☀️ Moins de monde, moins cher, pour autant d'ensoleillement : partez en vacances en septembre ! 🏖️

Vivez des vacances inoubliables, que ça soit à la mer, à la montagne ou à la campagne avec Madame Vacances.

MOINS DE MONDE
AUTANT DE SOLEIL !

ARRIVÉES & DÉPARTS
FLEXIBLES

SÉRÉNITÉ, CALME
& PETITS PRIX !

Moins de monde, autant de soleil ! [Réserver](#)

Arrivées & Départs flexibles [Réserver](#)

Des vacances inoubliables [Réserver](#)

The image shows three vertical panels. The first panel shows a sunset over a lake with two people walking on the shore. The second panel shows a person wearing a hat relaxing in the back of a convertible car. The third panel shows a person's feet splashing in water. Below each panel is a text overlay and a 'Réserver' button.

A T O U T
F R **A** N C E

Agence de développement
touristique de la France