



REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE
du 5 mai 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **CONJONCTURE**P3

LES TENDANCES TOURISTIQUES ESTIVALES : TOUS LES VOYANTS SONT AU VERT.....P3

LES FRANÇAIS VONT DEPENSER PLUS ET PARTIR PLUS LONGTEMPSP4

EN ESPAGNE, LA FREQUENTATION TOURISTIQUE EN HAUSSE DE 700% AU 1ER TRIM...P5

02 **ECONOMIE** P7

FR : L'ACTIVITE TOURISTIQUE SE RAPPROCHE DES NIVEAUX D'AVANT-PANDEMIEP7

AIRBNB ENREGISTRE UN BOND DE 80% PAR RAPPORT A 2019P8

TOUR HEBDO DU 5 MAI

LES TENDANCES TOURISTIQUES ESTIVALES : TOUS LES VOYANTS SONT AU VERT

<https://www.tourhebdo.com/actualites/transport/les-tendances-touristiques-estivales-tous-les-voyants-sont-au-vert-695945.php>

L'agence de voyages Opodo enregistre de belles performances pour cet été. La reprise se confirme.

Pendant 2 ans, "le last minute" représentait quasiment l'unique choix de réservation pour les vacances. Mais cette année la tendance semble s'inverser. Les Français commencent à se projeter. Si août est plus timide, juillet représente pour l'instant 67% des réservations de l'été à date.

Pour autant, la crise sanitaire vient de modifier en profondeur les habitudes de voyage des français comme en témoigne Benoît Crespin, responsable France d'eDreams ODIGEO : « Malte s'affirme cette année comme la première destination du top 10. C'est du jamais vu. »

Le Top 10 des réservations à date des Français pour Juillet et Août 2022

1. Malte
2. Porto, Portugal
- 3. Ajaccio, France**
4. Lisbonne, Portugal
- 5. Figari, France**
6. Athènes, Grèce
7. Palma de Majorque, Espagne
- 8. Bastia, France**
9. Montréal, Canada
10. Marrakech, Maroc

Les consultations prennent de l'avance

Autre signe encourageant, les consultations prennent de la distance. Alors que les réservations sur août restent encore en deçà, à date, par rapport à 2019, les Français se renseignent, interrogent, lancent des recherches à plus longue échéance comme le confirme Benoît Crespin : « rien de comparable à la période avant Covid ou le plus gros contingent de pax était vendu dès le mois de mars. Mais nous observons une recrudescence de requêtes sur des mois plus éloignés dans le temps. C'est le cas pour le mois d'août. »

Également, le long courrier reprend des couleurs. A noter l'excellente position de Montréal qui fait partie des destinations lointaines historiques et qui remonte dans le top 10 des destinations choisies pour la saison estivale. Benoît Crespin le confirme

: « nous sommes heureux de voir l'Amérique du nord de retour dans ce top destination. Nous observons une appétence des Français pour les destinations phares, fortement atone jusqu'à présent, comme la Thaïlande ou l'Indonésie qui sont toujours en top des recherches. »

Des abonnements en hausse

Encore un indicateur intéressant : la très forte hausse des abonnements Prime chez eDreams ODIGEO. En effet, ils sont passés de 600 000 à 2 400 000 en l'espace de 2 ans. Signe que les Français n'abandonnent pas leur désir de partir. Ces derniers sont de véritables passionnés de voyage qui réservent 2 à 3 fois plus que les clients de passage sur le site. Ils profitent d'offres exclusives et des tarifs négociés. Depuis peu, les membres de ce programme de fidélité peuvent participer aux prime days, des rendez-vous exclusifs à leur intention.

Diversification

Autrefois seulement spécialisé dans la vente de billets d'avions, Opodo se diversifie en ajoutant à ses activités l'hôtellerie et la location de voitures. « Cela représente aujourd'hui 71% des revenus de l'entreprise », précise Benoît Crespin. Signe que l'internaute apprécie de pouvoir établir ses réservations à partir d'un même point d'entrée.

L'argument écologique

Pour agir sur le plan environnemental, l'agence de voyage décide de jouer la carte de la transparence. Les internautes peuvent découvrir, en lecture directe, l'émission de CO2 de l'avion qu'ils choisissent lors de leur réservation. A prix égal, le mieux disant à plus de chance de l'emporter. L'agence encourage ainsi les transporteurs les plus vertueux et permet à ses clients de choisir aussi en fonction du critère environnemental.

TOUR HEBDO DU 5 MAI

LES FRANÇAIS VONT DEPENSER PLUS ET PARTIR PLUS LONGTEMPS

<https://www.tourhebdo.com/actualites/destination/les-francais-vont-depenser-plus-et-partir-plus-longtemps-695948.php>

Cette année, les voyageurs français prévoient de partir plus longtemps et de dépenser plus que d'habitude. La nouvelle étude menée par Marriott Bonvoy, le programme de fidélité, montre que parmi les 49 % de Français qui ont déjà prévu de partir à l'étranger cet été, 90 % indiquent qu'ils dépenseront plus que d'habitude.

Cet été, les voyageurs français prévoient non seulement de dépenser plus pour leurs vacances, mais également de partir plus longtemps que d'habitude. Parmi ceux qui partent à l'étranger, plus de la moitié (57 %) indiquent qu'ils prévoient de partir plus longtemps et ce chiffre atteint presque 8 voyageurs sur 10 (79 %) pour la génération Z (les 18-24 ans) et 68 % pour les 25-34 ans.

Ce phénomène conduit à une tendance notable, celle du retour des deux semaines consécutives de vacances. Ces dernières années, grâce aux vols low-cost, les vacanciers ont abandonné la quinzaine de vacances traditionnelle au même endroit au profit de petites escapades plus fréquentes. En effet, un quart des

Français (25 %) n'est pas parti en vacances pendant deux semaines consécutives depuis 10 ans, voire plus.

Cette tendance semble toutefois s'inverser cette année car 51 % des vacanciers envisagent de partir au moins deux semaines, voire plus. Les chiffres issus de l'étude de Marriott Bonvoy confirment largement cette tendance, et montrent qu'en Europe et au Moyen-Orient, la proportion de vacanciers réservant des longs séjours de plus de 8 à 14 jours pour cet été a doublé par rapport à 2019.

En parallèle, un grand nombre de vacanciers prévoient plusieurs séjours cet été. Presque la moitié d'entre eux (47 %) indiquent qu'ils feront plus de séjours que d'habitude entre juin et septembre cette année ; ici encore, ce chiffre s'élève à 66 % pour les adultes de moins de 25 ans.

Les premières vacances depuis trois ans

Cette hausse des dépenses et du temps passé en vacances est la conséquence directe de la pandémie : plusieurs vacanciers souhaitent compenser le manque de vacances de ces deux dernières années. En effet, seuls 20 % des Français indiquent avoir été en vacances à l'étranger depuis le début de la pandémie, tandis que 48 % ne se sont pas rendus à l'étranger depuis l'été 2019.

Ainsi, plus d'un tiers (35 %) se dit déterminé à partir cet été. En effet, pour 30 % d'entre eux, partir à l'étranger semblait simplement trop risqué au cours des deux dernières années.

Un seul mot d'ordre : la détente

Conséquence de la pandémie, cet été, les vacanciers français souhaitent faire une pause relaxante, loin du stress. Un quart d'entre eux (25 %) indique que leurs vacances d'été doivent avant tout être « les plus relaxantes possible », tandis que 32 % disent rechercher « des vacances sans stress, avec un complexe offrant tout ce dont ils ont besoin ». Par ailleurs, un vacancier sur six (15 %) va profiter de l'été pour découvrir une destination dont il a toujours rêvé, ce qui contribue à l'augmentation des dépenses générales.

Les destinations privilégiées des Français

L'étude de Marriott Bonvoy révèle également les destinations privilégiées des Français pour leurs vacances d'été prolongées : cet été, les destinations populaires traditionnelles, à savoir la Grèce, l'Autriche et l'Espagne sont les trois pays de prédilection.

Neal Jones, Directeur commercial et marketing de Marriott International pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique déclare : « Avec ce grand retour des deux semaines consécutives de vacances, nous observons que les voyageurs français sont décidés à faire une vraie pause cet été. Beaucoup d'entre eux prévoient de dépenser beaucoup plus, et de partir plus longtemps qu'avant la Covid, afin de compenser deux années d'immobilisme. Enfin une bonne nouvelle pour le secteur du tourisme, qui a beaucoup souffert depuis le début de la pandémie. Cette année, nos clients donnent la priorité aux vacances sans stress, où ils seront pris en charge et pourront se détendre ».

ECHO TOURISTIQUE DU 5 MAI

EN ESPAGNE, LA FREQUENTATION TOURISTIQUE EN HAUSSE DE 700% AU PREMIER TRIMESTRE

<https://www.lechotouristique.com/article/en-espagne-la-frequentation-touristique-en-hausse-de-700-au-premier-trimestre>

L'Espagne a accueilli huit fois plus de touristes au premier trimestre qu'à la même période l'an dernier, grâce notamment aux visiteurs britanniques, de retour après deux ans de crise sanitaire, selon des données officielles publiées jeudi.

Sur les trois premiers mois de l'année, 9,7 millions de touristes étrangers sont venus visiter l'Espagne, soit une hausse de près de 700% par rapport au chiffre de 2021 (1,2 million), indique l'Institut national de la statistique (INE).

Sur le seul mois de mars, le pays a accueilli quatre millions de voyageurs, contre 491000 seulement en mars 2021. Ce chiffre traduit le net redémarrage du secteur touristique espagnol, même s'il est encore très éloigné de celui de l'avant pandémie (71% du chiffre de mars 2019).

« Mois après mois, le tourisme continue sa consolidation », a souligné dans un communiqué la ministre espagnole du Tourisme Reyes Maroto, qui se dit par ailleurs « optimiste » pour le printemps et l'été 2022, au vu de la tendance observée durant les vacances de Pâques.

Selon l'INE, cette dynamique s'explique principalement par le retour des touristes britanniques, premier contingent de visiteurs au premier trimestre avec 1,8 million de voyageurs, soit près de 30 fois le chiffre de 2021.

19 millions de visiteurs en 2020

Le nombre de touristes allemands, deuxième contingent de visiteurs outre-Pyrénées, a pour sa part grimpé de 490% sur cette période (609000 voyageurs au total), tandis que le nombre de touristes français a augmenté de 330% (457000).

L'Espagne a par ailleurs profité d'une forte hausse des dépenses touristiques, qui ont atteint 11,9 milliards d'euro. Sur le seul mois de mars, la dépense moyenne des visiteurs étrangers a même dépassé celle de l'avant-pandémie, à 1.257 euros contre 1068 euros en mars 2019.

Deuxième destination touristique au monde derrière la France avant la crise sanitaire, avec 83,5 millions de visiteurs étrangers, l'Espagne a fortement souffert depuis deux ans des restrictions de mobilité destinées à freiner la pandémie de Covid-19.

En 2020, le pays n'a ainsi accueilli que 19 millions de visiteurs. Et l'an dernier, seuls 31,1 millions de voyageurs se sont rendus dans le pays, alors que le gouvernement en attendait 45 millions.

ECHO TOURISTIQUE DU 5 MAI

FRANCE : L'ACTIVITE TOURISTIQUE SE RAPPROCHE DES NIVEAUX D'AVANT-PANDEMIE

<https://www.lechotouristique.com/article/france-lactivite-touristique-se-rapproche-des-niveaux-davant-pandemie>

Les dernières tendances dévoilées par Atout France révèlent que l'activité touristique hexagonale réduit, mois après mois, les écarts avec les performances d'avant-crise.

L'année 2022 semble bien partie pour être celle de la reprise de l'industrie du tourisme, y compris en France. En effet, selon la dernière note de conjoncture publiée par Atout France, l'activité touristique hexagonale reprend des couleurs sur tous les segments, ou presque. D'abord, les recettes du tourisme international ne sont plus en baisse que de -8,2% par rapport à février 2019, et ce après un recul de -17,3% en janvier. Sur ce point, la France devance même la grande rivale espagnole, « qui connaît toutefois un rebond marqué de son activité », concède Atout France.

Une performance qui s'explique notamment par le retour des clientèles des pays européens et américains à Paris intra-muros, redressant ainsi le secteur de l'hôtellerie, néanmoins toujours en retrait. La clientèle domestique, elle, se montre également davantage présente dans toute la France, « avec des niveaux de nuitées globalement proches de ceux de 2019 », en particulier grâce au dynamisme des nuitées non marchandes. La location de particulier à particulier « rebondit en termes d'offre comme de demande », la clientèle délaissant les hébergements collectifs, selon Atout France.

Un contexte difficile mais de l'optimisme

En région francilienne, la reprise est plus difficile, l'hôtellerie étant beaucoup plus dépendantes de la clientèle étrangère. « Globalement, l'activité dans les espaces urbains se porte mieux, surtout tirée par les jeunes clientèles ». Ces tendances incitent l'organe de promotion touristique de la France à se montrer optimiste pour les mois à venir. « Les baromètres sont rassurants sur le désir, très présent, des clientèles européennes de voyager. Le carnet de commandes dans l'aérien était très forte dès le printemps, la demande de destinations mer et soleil bénéficiant en particulier à l'Espagne ».

Néanmoins, et même si « l'horizon s'éclaircit petit à petit », le secteur du tourisme affronte de nouvelles turbulences avec la guerre en Ukraine. La réassurance de certaines clientèles long-courrier sera stratégique, tandis que les inquiétudes sur le pouvoir d'achat pourraient ralentir les ménages et entreprises.

AIRBNB ENREGISTRE UN BOND DE 80% PAR RAPPORT A 2019

<https://www.lechotouristique.com/article/airbnb-enregistre-un-bond-de-80-par-rapport-a-2019>

« Le premier trimestre de 2022 a été un autre trimestre record pour Airbnb, se félicite Brian Chesky, cofondateur et PDG d'Airbnb. Les hôtes continuent de voyager à l'intérieur du pays et vers des destinations rurales. Et maintenant, les hôtes reviennent aussi dans les villes et traversent les frontières à des niveaux égaux ou supérieurs aux niveaux pré-pandémiques. Airbnb est plus fort que jamais. »

Le chiffre d'affaires d'Airbnb atteint 1,5 milliard de dollars au premier trimestre 2022, soit une augmentation de 70% par rapport à 2021. La croissance dépasse même 80%, par rapport au chiffre d'affaires du premier trimestre 2019, soit avant la pandémie. Quant au volume d'affaires, correspondant à l'ensemble des ventes générées par la plateforme, il ressort à 17,2 milliards de dollars (+73% sur trois ans) Pour la première fois, un bénéfice d'exploitation

Toujours au premier trimestre, pour la première fois, le résultat d'exploitation ajusté (EBITDA) est positif, à +229 millions de dollars.

Sur la même période, le groupe californien affiche toujours des pertes nettes, mais fortement réduites. Son déficit net se chiffre à 19 millions de dollars sur la période janvier-mars, ce qui représente une amélioration de 273 millions de dollars par rapport à la même période en 2019 (et de 1,2 milliard de dollars versus le T1 2021).

La reprise du secteur du voyage qui a débuté en 2021 s'est accélérée au premier trimestre 2022, note Airbnb. Au premier trimestre 2022, les nuitées brutes réservées ont augmenté de 32% par rapport au premier trimestre 2019, malgré les inquiétudes persistantes liées à la pandémie, la guerre en Ukraine et les vents contraires macroéconomiques.

Les longs séjours représentent 21% des nuitées

Dans le détail, les hôtes ne boudent plus les métropoles et traversent à nouveau les frontières, assure un communiqué de presse. Les nuitées réservées vers de grandes destinations urbaines ont augmenté de 80% par rapport au premier trimestre 2021, dépassant les niveaux pré-pandémiques. Et les nuitées réservées pour des voyages transfrontaliers ont plus que triplé au premier trimestre 2022 sur un an, revenant à des niveaux proches des trois premiers mois de 2019.

Les clients restent aussi plus longtemps. Les séjours de 28 jours ou plus constituent la catégorie qui connaît la plus forte croissance. Ces séjours de longue durée ont représenté 21% des nuitées brutes réservées au premier trimestre 2022, contre 13% trois ans plus tôt. C'est aussi une traduction du développement du télétravail, en dehors de son domicile. Airbnb poursuit d'ailleurs sa stratégie visant à attirer les nomades numériques.

Autre tendance à retenir : les gens tendent à réserver davantage à l'avance. À la fin du mois d'avril 2022, le spécialiste de la location saisonnière enregistre 30% de nuits supplémentaires réservées pour la saison estivale en comparaison avec la même époque en 2019.

Quarterly Revenue (\$M)

Q1 revenue of \$1.5 billion grew 70% year over year.



Quarterly Net Loss (\$M)

Q1 net loss of \$19 million significantly improved from both Q1 2019 and Q1 2021.



Quarterly Adjusted EBITDA (\$M)

Q1 Adjusted EBITDA of \$229 million was our first profitable Q1.

Quarterly Adjusted EBITDA (\$M)

Q1 Adjusted EBITDA of \$229 million was our first profitable Q1.





Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse