

POULS DE L'INDUSTRIE

LA DISTRIBUTION DES VOYAGES

L'ESSENTIEL

Les agences de voyages retrouvent des couleurs en 2017 ! Selon le baromètre des Entreprises du Voyage, les départs cumulés entre janvier et décembre 2017 sont en hausse de 3% alors que leur volume d'affaires est en progression de 2%. Seul le panier moyen est en repli de 1,5%. Quant aux réservations cumulées, elles sont en hausse de 7% en 2017, soit un volume d'affaires en croissance de 8,5%.

L'ÉVÉNEMENT

Ce fut la grande affaire de l'année 2017 : l'annonce par Air France de l'instauration dès le 1er avril d'une surcharge de 11 euros pour toute réservation effectuée via un GDS. Objectif : favoriser le déploiement de NDC, la nouvelle norme de distribution établie par IATA. L'offensive d'Air France a déclenché une vague de protestations des agences de voyages pendant plusieurs mois. Résultat ? Personne ou presque ne paie cette surcharge car les réseaux d'agences de voyages et les Entreprises du Voyage (EDV) ont conclu des accords avec la compagnie aux termes desquels ils utilisent un « private channel », système transitoire en attendant le déploiement de NDC. Quand ? On parle de 2019, mais sans garantie !

LES CHIFFRES CLÉS

Les agents de voyages interrogés par Raffour Interactif dans son baromètre annuel étaient **61%** à avoir confiance dans l'avenir contre 25% en 2016 !

56% des clients venus en agences de voyages pour se renseigner réservent en agences selon une étude de Raffour Interactif. Un taux de conversion en très légère hausse d'un point par rapport à 2016 et surtout imbattable dans le monde du commerce !

60% des voyageurs d'affaires français souhaitent toujours conserver une interaction humaine même lorsqu'ils ne rencontrent aucun problème (source : Egencia) et seulement 11% des voyageurs pensent que les agents virtuels vont remplacer les conseillers voyages humains (FCM Travel Solutions).

Une enquête de Yougov (novembre 2017) révèle que si les Français plébiscitent massivement Internet pour acheter leurs billets d'avion, ils sont encore un sur cinq à solliciter les agences de voyages, dont 25% parmi les baby-boomers mais seulement 10% chez les millennials (18-34 ans).

54 agences de voyages ont été placées en liquidation judiciaire en 2017 contre 68 en 2016 selon le cabinet d'études Altarès.

Selon un sondage réalisé par le journal Tour Hebdo auprès de 600 agents de voyages, la plus forte proportion des répondants (27,4%) gagne entre 1500 et 1700 euros brut par mois, 19,2% entre 1700 et 1900 euros, 15,7% entre 1900 et 2100 euros et enfin seulement 19,4% plus de 2100 euros.

Toujours selon la même étude de Tour Hebdo, seuls 34% des agents de voyages perçoivent un salaire qui comporte une part variable et pour 70% d'entre eux, elle est de moins de 10%.



3 QUESTIONS À JEAN-PIERRE MAS, PRÉSIDENT DES ENTREPRISES DU VOYAGE

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

Bien. En matière de tourisme, 2017 a été une année record. Les 7 premiers mois de 2018 demeurent positifs (+2% en départs), avec des performances contrastées : La France métropolitaine et les Antilles sont en léger retrait. Le moyen-courrier est en hausse de 6% et le long-courrier de 4%. Les français reviennent en Tunisie (+66%), en Turquie (+82%) et en Égypte (+141%). Des destinations telles que le Maroc, la Réunion, l'Île Maurice, la Chine et le Vietnam enregistrent des progressions à deux chiffres. Malgré un printemps perturbé par les grèves d'Air France, le BSP France est en progression de 4%.

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

La transposition de la directive européenne qui pénalise inutilement les entreprises françaises par rapport à leurs concurrentes européennes. Et bien sûr, le nouveau modèle économique de la chaîne Compagnies aériennes – GDS – Agents de Voyages.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

Plusieurs choses :

- Un salon qui intègre la France avec les destinations étrangères et qui soit à la fois la vitrine de notre pays et une fenêtre ouverte sur le monde.
- Une plus grande professionnalisation des visites (rendez-vous)
- Un lieu d'échanges, de débats et bien évidemment la possibilité de nouer ou de renforcer des relations professionnelles.
- Une journée « grand public » en fin de salon.
- L'abandon définitif du hall 7.

LE TOUR-OPERATING

L'ESSENTIEL

3,8 millions : c'est le nombre total de clients des tour-opérateurs français partis dans le cadre d'un voyage à forfait en 2016-2017 selon le Seto (syndicat des entreprises du tour-operating), soit une hausse de 1,8% par rapport à 2015-2016. Le volume d'affaires s'accroît simultanément de 5,2% par rapport à la même période, pour dépasser légèrement les 4 milliards d'euros tandis que la recette unitaire moyenne progresse de 3,4%, à 1058 euros. Des bons résultats (les meilleurs depuis 10 ans !) qui auraient pu être encore meilleurs si les voyageurs avaient pu disposer de capacités supplémentaires sur l'Europe du Sud notamment.

L'ÉVÉNEMENT

Des clubs labellisés ! Devant le succès de la formule clubs de vacances (4000 clubs commercialisés sur le marché français), certains TO ont souhaité défendre et valoriser la qualité de leurs produits. TUI France (clubs Marmara et Lookéa), Thomas Cook France (clubs Jet tours et Jumbo), NG Travel (clubs Kappa et Coralía), Fram (Framissima) et Alpitour France (Bravo Clubs) ont ainsi créé en octobre 2017 un label qualité garantie qui repose sur une charte d'engagements (nombre de chambres, d'animateurs...) et un processus de contrôle et de certification très encadré. Ce label concerne aujourd'hui 187 clubs.

LES CHIFFRES CLÉS

2,35 millions : c'est le nombre de clients partis en forfait moyen-courrier en 2016-2017, soit une hausse de 2,1%, pour un volume d'affaires de 1,95 milliard d'euros, soit une augmentation de 6,4% (source : Seto).

778 394 clients sont partis en forfait long-courrier en 2016-2017, soit une hausse de 6,8%, pour un volume d'affaires de 1,73 milliard d'euros, en augmentation de 5,8% (source : Seto).

Détrônée de son rang de première destination des Français par l'Espagne, la France a attiré 679 944 clients, soit un recul de 4,3% pour un volume d'affaires en retrait de 3,5%, à 348 millions d'euros (source : Seto).

En 2016-2017, les 5 destinations moyen-courrier préférées des Français ont été dans l'ordre : les Canaries (340 600 clients), les îles grecques (275 000), l'Espagne continentale (233 800), la Grèce continentale (172 000) et le Maroc (166 700) qui fait son retour dans le top 5 (source : Seto). Sur la même période, la Tunisie (+114,1%) et l'Égypte (+146,6%) font un sacré retour !

En 2016-2017, les 5 destinations long-courrier préférées des Français ont été dans l'ordre : la République Dominicaine (92 100 clients), les États-Unis (65 900), l'île Maurice (61 500), Cuba (51 700) et la Thaïlande (50 800).

Sur le long-courrier, les flops de l'année sont l'Inde (-13%), les Seychelles (-9,9%), le Vietnam (-9,6%) alors que les tops sont le Kenya (+168,8%), l'Afrique du Sud (+84,2%) et le Cap Vert (+46,6%).

Dans le sillage d'une bonne année 2016-2017 (voir plus haut), les tour-opérateurs ont réalisé un hiver 2017-18 record ! Le nombre de clients en voyages à forfait est en augmentation de 6% entre novembre 2017 et mai 2018, soit 1,57 million de clients (source : Seto).

31 % : c'est le pourcentage des ventes indirectes réalisées au cours de l'hiver 2017-18, soit une baisse de 3%. Les ventes via leurs sites internet ont progressé de 2,8% (soit 30% du total), celles via leurs propres agences de voyages sont en hausse de 1,8% (soit 22% du total).



3 QUESTIONS À RENÉ-MARC CHIKLI, PRÉSIDENT DU SETO

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

L'année 2018 est très bien lancée et cela sur toutes les grandes zones géographiques, notamment pour le secteur moyen-courrier avec les grandes destinations de l'Europe du Sud, mais aussi avec une reprise forte des destinations de l'Afrique du Nord et Moyen Orient. La croissance de l'activité des tour-opérateurs, déjà largement positive lors de l'hiver 2017-18, s'amplifie encore sur la saison été 2018.

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

L'année 2018 restera marquée par la mise en place de plusieurs changements majeurs de cadre de travail et les entreprises continuent notamment de s'adapter à la nouvelle Réglementation relative à la protection des données (RGPD) et aux exigences du nouveau Code du Tourisme. Coté institutionnel, les acteurs du tourisme ont réussi de se réunir dans une Confédération (CAT), qui continue d'intervenir dans les dossiers majeurs du tourisme français.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

Continuer d'être une « place de marché » permettant aux acteurs touristiques français et internationaux de se rencontrer et d'échanger dans un cadre convivial, productif et économique.

LE VOYAGE D'AFFAIRES

L'ESSENTIEL

3,6% : telle sera la hausse en 2018 des dépenses de voyages d'affaires en France, à plus de 29,2 milliards d'euros après une hausse de 3,5% en 2017, selon le cabinet Epsa.

L'ÉVÉNEMENT

Les PME gèrent désormais leurs voyages comme les grandes entreprises. C'est la conclusion d'une étude menée par Egencia menée en 2018. Près de 85% des PME interrogées par la TMC ont déclaré que « la recherche d'économies supplémentaires » figurait dans leur top 3 des priorités pour l'année à venir. C'est la priorité numéro 1 pour 60% des sondés. Les deux autres priorités sont « le gain de productivité pour le voyageur » pour 50% des sondés et « l'amélioration de la transparence des frais de déplacements » pour 40% de sondés. Jusqu'ici, les PME se concentraient surtout sur l'amélioration ou l'extension de la politique voyages ou la précision des accords conclus avec les fournisseurs. En 2018, ces critères ne font plus partie des priorités.

LES CHIFFRES CLÉS

Les entreprises pourraient réaliser 15% d'économies supplémentaires si elles faisaient appliquer leur politique voyages selon BCD Travel. En effet, 50% des réservations d'hôtel sont effectuées en dehors des politiques voyages.

82% des voyageurs de moins de 35 ans préfèrent faire eux-mêmes leurs réservations (source : BCD Travel)

2 322 euros : c'est le montant moyen des notes de frais annuelles d'un voyageur d'affaires français selon Expensya. Cette somme se compose en moyenne de 48 dépenses.

1 voyageur sur 3 a profité en 2017 de son déplacement pour poursuivre son séjour **à titre privé** (source : FCM Travel Solutions)

60% des voyageurs souhaitent toujours conserver une interaction humaine même lorsqu'ils ne rencontrent aucun problème (source : Egencia) et seulement 11% des voyageurs pensent que les agents virtuels vont remplacer les conseillers voyages humains (FCM Travel Solutions).

58% : c'est la part des entreprises pour lesquelles le manque de garanties de sécurité est un frein au recours aux offres issues de l'économie collaborative (source : American Express GBT).

Seuls 28% des acheteurs européens sont très satisfaits du service client des agences de voyages selon Traveldoo qui ajoute que 23% seulement des sondés considèrent que leur agence de voyages est proactive.

46% des salariés français considèrent que leurs voyages professionnels ont été absolument décisifs pour leur business (FCM Travel Solutions & déplacementspros.com)

48% des salariés français considèrent que leur employeur pourrait leur venir en aide s'il se trouvait dans une situation risquée (OpinionWay). Une préoccupation très forte chez les Millenials : 29% sont susceptibles d'annuler un voyage pour des questions de sécurité contre 12% des baby-boomers.

En matière de sécurité, les voyageurs d'affaires français ont plus peur dans le métro et les gares (63%) que dans les aéroports (40%) selon Carlson Wagonlit Travel.



3 QUESTIONS À MICHEL DIELEMAN, PRÉSIDENT DE L'AFTM (Association française du travel management)

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

Aujourd'hui, plus encore qu'hier, l'humain doit tenir une place centrale dans la gestion du mobility management. Les pratiques évoluent pour laisser plus de liberté et de flexibilité au collaborateur tout en le responsabilisant sur le respect des règles de l'entreprise, mais aussi sur sa propre sûreté. Ces changements sont évidemment portés par d'importants développements technologiques, intégrant personnalisation et gamification.

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

L'année 2018 a été marquée par l'intelligence artificielle et sa promesse d'améliorer l'expérience client. C'est à l'aide de chatbots, assistants personnels et autres objets connectés que le parcours du voyageur d'affaires a d'ores et déjà commencé à se fluidifier et à gagner en efficacité. Reste à explorer l'apport de ces technologies pour les entreprises, avec entre autres, l'usage du prédictif dans l'optimisation des achats travel et la prévention des fraudes.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

40 ans, n'est-ce pas synonyme de maturité ? S'il a déjà obtenu ses lettres de noblesse, ce salon a pris une autre dimension depuis qu'il se tient à Paris. Le Club Affaires en est un exemple édifiant. L'AFTM est fière de contribuer à l'animation de ce riche espace d'échanges de l'industrie du voyage d'affaires. L'élan impulsé ces dernières années au business travel doit se poursuivre, l'intérêt grandissant des exposants pour prendre part à IFTM Top Resa augure un avenir prometteur à ce salon, c'est juste une évidence.

LE VOYAGE ÉVÈNEMENTIEL - LE MICE

L'ESSENTIEL

8,37 milliards d'€ : telles sont les dépenses des entreprises françaises en 2017 en réunions, conventions et séminaires, soit une hausse de 3,8% par rapport à 2016 selon le cabinet Coach Omnium.

L'ÉVÈNEMENT

En novembre 2017, Paris a inauguré le plus grand centre de congrès d'Europe, le Paris Convention Center. Ce nouvel équipement devrait en tout cas lui donner un avantage concurrentiel certain. Situé dans l'ancien hall 7 du Parc des Expositions de la Porte de Versailles, s'étendant sur 72 000 mètres carrés, il abrite une plénière de 5200 places assises, connecté à 44 000 mètres carrés d'exposition. Des dimensions XXL qui en font le plus grand centre de congrès d'Europe en centre-ville, assure Viparis, le gestionnaire du site, et lui permettront d'accueillir des événements comptant jusqu'à 35 000 participants. L'enjeu est en tout cas de taille pour la destination : le marché des congrès génère chaque année 5,5 milliards de retombées économiques pour le territoire, indique la Chambre de Commerce et d'Industrie.

LES CHIFFRES CLÉS

55% des professionnels du MICE pensent que l'année 2018 verra une progression de leur activité alors que seuls 3% pensent qu'elle devrait être en retrait, selon l'étude annuelle de Coach Omnium.

45% des entreprises ont organisé moins de trois événements dans l'année selon Coach Omnium. Au total, 71% des entreprises en commandent moins de dix par an.

Seules 1/3 des entreprises organisent plus de 10 séminaires par an malgré leur facilité de gestion selon Coach Omnium.

190 : c'est le nombre de congrès internationaux accueillis par Paris en 2017 contre 196 en 2016, qui se voit ainsi détrôner par Barcelone comme capitale mondiale des congrès selon ICCA.

Mais bonne nouvelle pour Paris : la fréquentation de ces congrès a explosé, passant de 74586 participants à 112 000 congressistes, représentant une hausse de 55% du nombre moyen de participants, passant de 380 en 2016 à 590 en 2017.

Lyon s'adjuge le 58e rang mondial des villes de congrès internationaux selon le classement ICCA, soit un bond de 12 places par rapport à 2016, avec 43 congrès organisés. La troisième ville française du classement est Marseille au 80e rang mondial.

64,5 milliards d'euros : c'est le chiffre d'affaires annuel de la filière événementielle en France qui comprend foires et salons, congrès et festivals.

Chaque année se tiennent sur le territoire 1150 foires et salons et 2800 congrès, réunissant un total de 21 millions d'entrées de visiteurs dont 710 000 étrangers.

Seuls 46% des palais des congrès français sont occupés plus de 200 jours par an selon Coach Omnium.

Les prévisions des palais des congrès français en 2018 sont prometteuses : 35% d'entre eux estiment que leur activité sera en augmentation, et 52% qu'elle sera identique à celle des deux dernières années (source : Coach Omnium).

Principale faiblesse des palais des congrès français : 56% d'entre eux trouve l'offre d'hébergement insuffisante dans leur destination (source : Coach Omnium).

Le séminaire idéal selon Bird Office qui a interrogé plus de 1000 salariés français : il ne doit pas excéder deux jours et doit comprendre moins de 50 personnes. Les activités ludiques sont plébiscitées par 63% des participants, devant les activités sportives (52%) et culinaires (40%).

LA DESTINATION FRANCE

L'ESSENTIEL

87 millions : c'est le nombre de touristes internationaux qui ont visité la France en 2016, contre 82,7 millions en 2016, selon les chiffres de la DGE. La France occupe donc toujours la première marche du podium du tourisme mondial. Une performance due au retour massif des **touristes européens, en hausse de 5,6%** : « ces touristes représentent 79% des arrivées internationales et contribuent à hauteur de 4,4 points à leur croissance de 5,1% » note la DGE.

L'ÉVÉNEMENT

Les investissements touristiques redémarrent en France ! **Totalisant 12 milliards d'euros, ils ont augmenté de 1% en 2017 après une hausse de 0,8% en 2016**, deux hausses successives qui font suite à plusieurs années de recul, selon les derniers chiffres publiés par Atout France. Les investissements dans l'hôtellerie restent le plus gros poste avec 2,54 milliards d'euros. Ils devancent les investissements dans les casinos, remontées mécaniques et parcs d'attraction (928 millions d'euros) et ceux dans les musées et monuments historiques (850 millions d'euros).

LES CHIFFRES CLÉS

49 milliards d'euros : telles sont les dépenses effectuées par les touristes internationaux en France en 2016 après révision des estimations qui s'élevaient au départ à 38 milliards d'euros. La France se classe à la troisième place en termes de recettes derrière les Etats-Unis (186 milliards d'euros) et l'Espagne (55 milliards d'euros).

6,7 jours : c'est la durée moyenne d'un séjour étranger en France en 2017, contre 6,8 jours en 2016. Un recul minime qui va toutefois à l'encontre des objectifs d'augmentation des recettes touristiques définis par le gouvernement.

Si elle reste marginale, **la clientèle russe revient en force**, retrouvant ses niveaux records de 2013 à 800 000 touristes, soit une augmentation de 43,4%.

Les marchés brésiliens (+17,9%), japonais (+17,8%) et espagnols (+17,3%) ont été les marchés les plus dynamiques en 2017 selon la DGE.

Le Royaume-Uni (12,7 millions d'arrivées, +6%), l'Allemagne (11,8 millions, stable), le Belgique et le Luxembourg (11,3 millions, +9,3%) composent les trois premiers marchés de la destination France (source : DGE).

33,8 millions : c'est le nombre d'arrivées touristiques en 2017 à Paris et sa région, soit une hausse de 2,9 millions par rapport à 2016. Une progression davantage marquée par la clientèle internationale (+13,7%) que par la clientèle française (+5,9%). Certains retours sont même spectaculaires : ainsi les Chinois (+17,8%) et les Japonais (+32,8%).

Avec **17,1 millions d'arrivées** au premier semestre 2018, Paris et sa région enregistrent leur meilleure performance touristique de tous les temps, soit une augmentation de 4,1% par rapport à 2016.

543 000 : c'est le nombre d'arrivées chinoises dans les hôtels franciliens au premier semestre 2018, soit une augmentation de 5,4%. Depuis 10 ans, elles ont progressé de 361% !

A 81,7%, les Français ont décidé de passer leurs vacances d'été 2018 en France selon les données Eurostat qui précise que le nombre moyen de nuitées est de 5,2 pour une dépense de 65 euros par nuit.

Les stations de ski ont retrouvé leur clientèle lors de l'hiver 2017/2018 : +7,5% dans les Alpes, +12,6% dans les Pyrénées, +10,7% dans les Vosges, +8,4% dans le Jura et +6,1% dans le Massif Central. Cependant, selon l'Insee, la hausse globale des nuitées ne suffit pas à compenser la baisse de l'hiver précédent (-8,9%).

LA DESTINATION FRANCE



3 QUESTIONS À CHRISTIAN MANTÉI, DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ATOUT FRANCE

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

2018 s'annonce une année plutôt prometteuse pour le tourisme en France et les arrivées internationales y contribuent largement. On note notamment une forte hausse des arrivées aériennes en provenance de Chine, du Japon, des Etats-Unis ou d'Allemagne.

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

Selon l'OMT, le nombre de voyageurs internationaux dans le monde devraient augmenter de 3,3 % par an entre 2010 et 2030, pour atteindre 1,8 milliard d'ici 2030. On a beaucoup parlé cette année de la saturation touristique que certains sites dans le monde ont pu connaître. Cette tendance, qui commence à se manifester en France, doit absolument être anticipée en mettant en place des systèmes de régulations, des aménagements adaptés à chaque destination et ainsi préserver ce qui attire les voyageurs en France : notre patrimoine naturel et culturel.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

Depuis sa création à Deauville en 1979, le salon a toujours très positivement évolué en prenant en compte les innovations qui, au fil des ans, ont bouleversé nos métiers. Comme je le disais précédemment, l'offre pour un tourisme plus responsable doit être aujourd'hui plus largement valorisée. Je sais qu'un village du Tourisme Durable a été créé en 2017, c'est une première étape. Je souhaiterais que ce village disparaisse au profit d'une intégration de cette démarche responsable dans l'offre même de chaque organisme exposant.

LE E-TOURISME

L'ESSENTIEL

13% : c'est la hausse du marché du voyage en ligne en France en 2017 selon une estimation de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad). C'est nettement mieux qu'en 2016 (+3%) ou en 2015 ((+4%) et la croissance s'est poursuivie au même rythme au premier trimestre 2018. Le voyage fait partie des prestations les plus achetées sur internet avec la mode et les produits culturels.

L'ÉVÉNEMENT

Dix ans se sont écoulés depuis que Air Bed and Breakfast, devenu Airbnb peu après, a ouvert son site internet en août 2008. Selon la presse, Airbnb a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 2,6 milliards de dollars et dégagé un bénéfice de 93 millions de dollars. Un incroyable succès qui se heurte néanmoins à une fronde des villes et des hôteliers. Aujourd'hui Airbnb affirme proposer 4,5 millions d'hébergements dans 81000 villes réparties dans 191 pays.

LES CHIFFRES CLÉS

C'est une première, **le online dépasse désormais le offline** : 53% des voyageurs français ont réservé et payé en ligne tout ou partie de leurs séjours sur internet en 2017, soit 18,5 millions de personnes, selon le baromètre Opodo/Raffour.

58% des Français partis ont utilisé leur smartphone ou tablette pour préparer ou réserver leurs séjours de loisirs en 2017, soit une progression de 5 points par rapport à 2016, toujours selon le baromètre Opodo/Raffour.

79% des Français partis ont consulté des sites ou applications pour préparer leurs séjours en 2017, soit une hausse de 2 points par rapport à 2016, selon le même baromètre.

23% des voyageurs connectés reconnaissent avoir été influencés par leurs lectures sur les réseaux sociaux, notamment pour le choix d'activités sur place et pour l'hébergement selon une étude réalisée par Next Content. Chez les 18-24 ans, le chiffre monte à 48% !

Les internautes français sont 60% à publier des photos sur Facebook depuis leur lieu de vacances, devant WhatsApp (25%), Instagram et Snapchat (24%) selon la même étude. Mais chez les 18-24 ans, c'est ce dernier qui remporte la palme avec 55% d'utilisation !

Les Français consacrent aux applications près d'1h30 quotidiennement, soit une hausse de 30% par rapport à 2015 selon App Annie.

Des voyageurs français connectés mais méfiants : selon Travelport, 46% d'entre eux doutent de la véracité des avis sur les TripAdvisor et consorts, et 43% de sondés se disent agacés par le temps consacré à la recherche du meilleur prix pour un voyage.



3 QUESTIONS À FRÉDÉRIC VANHOUTTE, PRÉSIDENT DE LEVEL.COM

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

Les ventes digitales ne fléchissent pas, soutenues par l'arrivée de nombreux nouveaux entrants (les incubateurs fleurissent un peu partout avec leur lot de jeunes entrepreneurs enthousiastes et parfois visionnaires) et par le mobile. En sus des offres traditionnelles, les offres de transport par autocar, le camping, les croisières contribuent à une belle croissance des ventes.

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

- Les nouvelles réglementations européennes sur le voyage et la RGPD.
- Les start-ups, les nouvelles écoles du numérique, Bercy, les régions... Le dynamisme est incontestable.
- Une meilleure collaboration public/privé.
- La compréhension et l'appréhension de la blockchain et du rédictif pour le travel.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

Le digital étant au cœur de nos métiers du tourisme, je souhaite que le village digital grandisse au cœur du salon. Notre marché est important en Europe. Nous avons besoin d'un salon français à la hauteur de nos ambitions, rassemblant tous les talents. Les villages de l'IFTM répondent, je le crois, à ces attentes. Salon de destinations, il doit être davantage encore le salon des produits et faire grandir les rencontres « one to one ».

LE TRANSPORT AÉRIEN

L'ESSENTIEL

6,1 % : c'est la croissance du trafic aérien en France en 2017 par rapport à 2016, soit plus de 164 millions de passagers commerciaux, selon les chiffres de la DGAC qui précise qu'il s'agit de la meilleure progression annuelle jamais enregistrée. Seule ombre au tableau : **la part du pavillon français continue de s'éroder, à 42,1% contre 42,9% en 2016.**

L'ÉVÉNEMENT

Depuis le 20 mars 2018 se sont ouvertes les Assises du transport aérien. Objectif : redonner aux compagnies aériennes françaises un peu d'air et d'altitude alors que leur part de marché ne cesse de baisser et qu'elles ne captent que 10% de la croissance du trafic aérien français. Lestées par un fardeau fiscal et réglementaire, elles souhaiteraient voir lever un certain nombre de handicaps. Ces Assises ont lancé plusieurs mois de consultations et de réunions autour du thème de la performance et de 5 axes de travail : économique, social, environnemental, aménagement du territoire et innovation). Elles s'achèveront fin septembre mais déjà les compagnies françaises semblent se faire peu d'illusions quant aux conclusions.

LES CHIFFRES CLÉS

3,5% : c'est la hausse du trafic intérieur en 2017 par rapport à 2015, à 32,1 millions de passagers selon les chiffres de la DGAC. Le trafic entre la métropole et les départements d'Outre-mer fait encore mieux avec une croissance de 5,6%, à 4,2 millions de passagers.

6,7% : c'est l'augmentation du trafic international en France en 2017 par rapport à 2016, à 131,9 millions de passagers (source : DGAC). Soit 33 millions de plus qu'en 2007 !

A l'international, l'Espagne confirme son rang de première destination du marché français (13,6 millions de passagers, +4,7%), devant le Royaume-Uni (13,4 millions, +6,2%), l'Italie (11,4 millions), l'Allemagne (8,9 millions) et les Etats-Unis (8,1 millions) (source : DGAC).

45,3% : c'est la part du trafic low cost en France en 2017 par rapport à 2016 hors plateformes parisiennes selon les chiffres de l'Union des aéroports français (UAF). La hausse du trafic low cost a contribué l'année dernière à hauteur de 56,9% à l'augmentation totale du trafic.

Côté aéroports, la palme de la croissance en 2017 revient à Nantes (+14,9%), Toulouse-Blagnac (+14,6%), Bâle-Mulhouse (+7,9%), Bordeaux-Mérignac (+7,7%).

Côté aéroports parisiens, l'année 2017 voit une nette reprise du trafic à Roissy-CDG (+5,4%) et une progression plus timide à Orly (+2,6%).

2,9% : c'est la hausse moyenne des tarifs aériens au départ de la France en 2017 toutes destinations confondues selon la DGAC. Il s'agit de la première hausse depuis 2012. Une progression particulièrement forte sur les liaisons long-courrier (+4,3%) et notamment sur l'Amérique du Nord (+6,7%). Sur le moyen-courrier, l'augmentation se limite à 2,5%.

Le profil type des passagers des aéroports français selon la DGAC ? Des hommes ne majorité (53%) âgés de 26 à 55 ans (65%) qui sont pour plus de la moitié de nationalité française. Leur destination finale est l'Union européenne (64%). Les motifs professionnels représentent 28% des voyages contre 49% pour les loisirs.

+500% : c'est l'augmentation du coût de la sûreté dans le transport aérien en France depuis 2001 selon la FNAM.

254 : c'est le nombre de jours de grève cumulés entre 2004 et 2016 des contrôleurs aériens français. Un record en Europe selon l'Association des compagnies aériennes européennes.



3 QUESTIONS À JEAN-PIERRE SAUVAGE, PRÉSIDENT DU BAR* (Board of Airlines Representatives)

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

Après une année record au niveau mondial, le trafic continue de se développer à un rythme dépassant les 6%, laissant augurer un résultat final annuel dépassant les 4,6 milliards de passagers transportés et des résultats financiers positifs dans la ligne de ceux observés l'année précédente. En France, les résultats sont également satisfaisants avec une progression totale accumulée de près de 5% au premier semestre. Il est à noter que l'international enregistre une croissance supérieure, à +5,5%, due notamment aux gains de trafic spectaculaires enregistrés sur les destinations USA (+6,1%), Turquie (+13,7%), l'Espagne (+7,3%) et le Maroc (+11,1%) ainsi que la Tunisie (+17,7%).

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

Le secteur aérien est entré dans une phase de modification structurelle importante provoquant une rapide transformation des modèles répondant à la demande et aux comportements d'achat des passagers ultra sensibles en premier lieu aux prix proposés.

Ceci appelle les compagnies à s'interroger sur la nécessité de disposer de la taille critique nécessaire pour pouvoir assurer leur pérennité dans un contexte concurrentiel de plus en plus féroce du fait du formidable développement des opérateurs à bas coûts long-courrier. Ceci dit, les arbres ne pouvant grimper jusqu'au ciel, il faudra compter avec les problèmes endémiques des restrictions d'espace aérien et de son corollaire que sont les grèves à répétition des contrôleurs aériens ainsi que les saturations aéroportuaires contraignant les transporteurs à des restrictions opérationnelles freinant leur activité.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

Tout en conservant l'esprit TOP Resa en étant un lieu convivial d'échanges professionnels, le salon a atteint sa maturité par sa dimension et le nombre de participants étrangers et son contenu évènementiel. A l'instar de certains autres salons internationaux, peut-être serait-il souhaitable de consacrer une journée ouverte au public pour en faire le grand rendez-vous public des voyages d'affaires et de tourisme renforçant ainsi sa notoriété tout en permettant aux exposants de capitaliser plus largement sur leur investissement.

* Le BAR est composé des 80 représentants de compagnies opérant en France, soit 75% du BSP.

LE TRANSPORT FERROVIAIRE

L'ESSENTIEL

1,3 milliard d'euros : c'est le bénéfice net de la SNCF en 2017 qui a plus que doublé par rapport à 2016. Quant au chiffre d'affaires, il progresse de 3,8%, à 33,51 milliards d'euros mais la principale composante, SNCF Mobilités, a vu son chiffre d'affaires progresser de 4,3%, à 31,83 milliards d'euros.

L'ÉVÉNEMENT

La grève de 2018 aura coûté très cher, près de 800 millions d'euros ! Le mouvement lancé par les cheminots contestant la réforme engagée aura duré du 22 mars au 28 juin dernier (ils faisaient grève deux jours tous les trois jours). Dans le détail, 600 millions de recettes ont manqué, de nombreuses personnes ayant renoncé au train en raison des perturbations de trafic. A ces recettes perdues, s'ajoute un coût de 160 millions d'euros de mesures commerciales mises en œuvre par la SNCF pour réduire le préjudice subi par ses clients, soit un montant sans précédent de dédommagements.

LES CHIFFRES CLÉS

Voyages SNCF (longue distance et grande vitesse) a vu son chiffre d'affaires progresser de 8,2% en 2017 grâce notamment à **l'ouverture des lignes à grande vitesse** vers Strasbourg, Bordeaux et Rennes et au succès du service à bas coûts Ouigo

En 2017, le trafic des **TGV est en progression de 10%** et celui des **TER de 4,7%**.

Au 1^{er} juillet 2018, 40 millions de passagers étaient montées dans un TGV Atlantique sur les douze derniers mois. Soit une augmentation de 20% depuis l'ouverture des lignes à grande vitesse Tours-Bordeaux et LE Mans-Rennes le 2 juillet 2017.

Malgré les grèves, 7 Français sur 10 considèrent toujours que le train est un moyen de transport attractif selon Opinion Way. Mais le niveau de satisfaction diminue, à 41%.

Toujours selon la même étude, les Français attendent de l'ouverture à la concurrence un meilleur prix (58%), un horaire idéal (55%) et un trajet plus rapide (55%).

100 : c'est le nombre de rames du TGV du futur commandées par la SNCF à Alstom en juillet dernier. Soit un montant total de 3 milliards d'euros. Les clients pourront profiter d'un confort amélioré à partir de 2023.

50 milliards d'euros : c'est la dette de la SNCF contre 20 milliards il y a vingt ans.

5 500 km : c'est le nombre de kilomètres de voies ferrées où les trains circulent au ralenti pour des raisons de sécurité sur les 30 000 km du réseau ferré français.

30 ans : c'est l'âge moyen des voies ferrées en France contre 15 ans en Allemagne.

En 2016, la fréquentation mesurée en passagers-km a perdu 1% pour le train alors que la voiture est en hausse de 2,7%, que l'avion progresse de 3,8% et que l'autocar urbain s'envole de 17%.

L'HÔTELLERIE

L'ESSENTIEL

209,9 millions : c'est le nombre de nuitées enregistrées en France en 2017, soit une hausse de près de 10 millions par rapport à 2016, selon l'Insee. Une progression due en grande partie au retour de la clientèle étrangère, en hausse de 9%. Les britanniques restent la première clientèle étrangère des hôtels français devant les Américains. Après une année 2016 en retrait, la clientèle chinoise est de retour avec une fréquentation qui s'envole de 19,2%. L'Insee souligne enfin que si la concurrence avec les plateformes de location entre particuliers (type Airbnb) « existe toujours, elle n'empêche pas les hôtels d'atteindre un nouveau record de fréquentation des clientèles étrangères ».

L'ÉVÉNEMENT

L'hôtellerie de plein air n'en finit plus de prospérer ! Sur la décennie écoulée, la fréquentation des campings est en hausse de plus de 20%. Le chiffre d'affaires du secteur est estimé à 2,5 milliards d'euros pour 8083 campings aménagés en France, ce qui constitue le premier parc d'Europe.

Les Français en représentent la première clientèle, à 77%, contre 23% pour les étrangers. En 2017, les campings 3 et 4 étoiles ont de facto capté plus de la moitié de la fréquentation alors qu'ils représentaient seulement 18% du parc mais 37% du nombre total d'emplacements. Un dynamisme et une montée en gamme qui attire les fonds d'investissement, en passe de consolider un secteur encore très atomisé.

LES CHIFFRES CLÉS

68,2% : c'est le taux d'occupation des hôtels français en 2017, soit une hausse de 4 points par rapport à 2016, selon le cabinet MKG Consulting.

A Paris, **le revenu moyen** par chambre disponible (RevPAR) a redécollé en 2017 : **+9,8%** pour les hôtels « moyen de gamme » et +9,6% pour les hôtels « haut de gamme », selon l'étude annuelle Deloitte/In Extensio.

Dans les hôtels des régions françaises, la croissance du RevPAR en 2017 est moins forte mais progresse tout de même de plus de 2% par rapport à 2016, toujours selon Deloitte/In Extensio.

18 382 : c'est le nombre d'hôtels en France selon le cabinet KPMG. A elles seules, l'Ile-De-France et la région PACA concentrent 35% de la capacité hôtelière française.

36 : c'est le nombre moyen de chambre par hôtel en France selon KPMG. Un chiffre plus bas pour les établissements indépendants (25) et plus élevé pour l'hôtellerie de chaîne (82).

48% : tel est le poids du tourisme d'affaires dans les nuitées hôtelières en France, toujours selon KPMG.

1,8 jour : c'est la durée moyenne d'un séjour hôtelier en France en 2017 selon Coach Omnium. 1,6 jour pour les Français et 2,1 jours pour les étrangers.

Une année record pour le groupe AccorHotels en 2017 : le chiffre d'affaires est en progression de 17,7%, à 1,937 milliard d'euros, et le résultat d'exploitation bondit de 23,9%, à 492 millions d'euros.

Dans l'ordre, Booking, Expedia et les sites web d'hôtels (réservations directes) sont les trois premiers canaux de distribution des hôtels français.



3 QUESTIONS À ROLAND HÉGUY, PRÉSIDENT CONFÉDÉRAL DE L'UMIH (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie)

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

L'année avait très bien commencé mais les grèves ont eu impact et ont fait voyager une partie des touristes français à l'étranger. La Coupe du monde de football a dopé l'activité café-restaurant. Alors, après une année 2017 placée sous le signe de la reprise, notamment pour le secteur hébergement, nous attendons des chiffres équivalents en 2018.

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

Très certainement, l'ensemble de mesures que nous avons obtenu pour rééquilibrer la concurrence entre les locations meublées à la nuitée et les hôtels : les maires doivent se saisir de ces nouvelles opportunités. L'autre évolution, négative cette fois-ci, est la pénurie historique de personnel : 50 à 100 000 postes restent non pourvus alors que nos métiers sont en mesure d'offrir à de nombreux jeunes des opportunités de carrière.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

Joyeux anniversaire au salon qui a su évoluer pour répondre aux attentes des professionnels, et donc des touristes depuis 40 ans. Mais demain ? Comment répondre au défi du surtourisme ? En coordonnant et diffusant les flux touristiques. Le salon a toute sa place dans ce défi, notamment avec la zone La Destination France qui devra réunir tous les acteurs pour promouvoir tous nos territoires d'exception.

LES CROISIÈRES

L'ESSENTIEL

503 000 : c'est le nombre de passagers français qui ont embarqué sur une croisière en 2017, soit **une baisse de 9,2%** par rapport à 2016, selon la Cruise Lines International Association (CLIA). En baisse pour la deuxième année consécutive, le marché retrouve ses niveaux d'il y a cinq ans. Un recul en trompe-l'œil dû à une baisse des capacités en raison de l'arrêt des activités de Croisières de France qui comptait près de 100 000 passagers. De son côté, le **marché européen progresse de 2,5%** avec ses deux locomotives que sont l'Allemagne (2,1 millions de croisiéristes, +8,5%) et le Royaume-Uni (1,9 million, +0,5%).

L'ÉVÉNEMENT

Si les croisières maritimes attirent les projecteurs, **les croisières fluviales** sont aussi un secteur qui compte dans le tourisme français. En 2017, il a séduit **11,2 millions de passagers** (+13%), représentant 1,8 million de nuitées (+6%). Une bonne performance due au retour de la clientèle étrangère qui constitue 54% de la clientèle sur toute l'activité fluviale. Au final, plus de 500 millions d'euros de retombées économiques sont enregistrées chaque année par les territoires grâce au tourisme fluvial.

LES CHIFFRES CLÉS

Si la Méditerranée reste la destination favorite des croisiéristes français, elle a accusé une forte baisse de 12% en 2017 avec 229 000 passagers.

Ce sont les **Caraïbes qui ont fait un carton** en 2017 avec une progression de 7,9% et près de 120 000 croisiéristes français. Un succès dû notamment à la montée en puissance des offres de croisières sur Cuba.

49 ans : c'est l'âge moyen du croisiériste français, soit un an de plus qu'en 2016. Une légère hausse qui s'explique par des produits qualitatifs et moins axés sur l'entrée de gamme.

7,7 jours : tel est la durée moyenne de séjour d'un croisiériste français, légèrement en deçà de la moyenne européenne (8 jours).

Leader français sur le marché de la croisière, **Marseille** a accueilli l'an dernier 1,486 million de passagers, soit une baisse globale de 7% avec la perte de 46 escales et de 300.000 passagers.

La Guadeloupe championne de la croisière : ce sont 20 compagnies qui desservent chaque année 5 ports de l'archipel : Pointe-à-Pitre, Basse-Terre, Deshaies, les Saintes et Marie-Galante. Pour un total de 300 escales en 2018, un record !

Pas moins de 100 nouveaux bateaux de croisière devraient sortir des chantiers navals d'ici 2028 !

70% des ventes de croisières sur le marché français sont réalisées par des agences de voyages.



3 QUESTIONS À ANTOINE LACARRIÈRE, DIRECTEUR GÉNÉRAL CLIA FRANCE, BELGIQUE ET HOLLANDE (Cruise Lines International Association)

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

2018 sera une bonne année pour la croisière. Outre l'augmentation de capacité effective du marché Français, nous continuons notre développement grâce à l'élargissement de l'offre et l'énergie de l'ensemble des acteurs de notre marché (aussi bien en Maritime qu'en fluviale).

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

Je vois 3 évolutions majeures :

- 1/ **L'hyper activité du marché mondial** de la croisière avec près de 68 bateaux programmés (dont 14 à Saint Nazaire)
- 2/ **Le lancement en 2019 par 2 compagnies de bateaux propulsés au GNL**. Cela confirme la volonté du secteur d'être encore et toujours plus tourné vers l'environnement.
- 3/ **L'augmentation du nombre d'agences inscrites à l'opération de marketing promotionnelle « J'aime la Croisière »** et à la formation « **Expert croisière** ». Preuve que la croisière est identifiée par les distributeurs comme un véritable vecteur de développement et de performance.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

Le salon, est, et doit rester un lieu de rencontre et de partage entre les différents professionnels du tourisme. Les évolutions à venir doivent nous permettre de garder cette proximité. La création des Villages est un bon exemple de la capacité d'un secteur de se réunir pour mieux s'exprimer. Je souhaite que les futures évolutions aillent dans ce sens.

LE TOURISME DE GROUPE

L'ESSENTIEL

10,2 milliards d'euros : c'est le poids du tourisme de groupe, dont 1,6 milliard en France et 8,6 milliards à l'étranger selon une étude réalisée par Protourisme pour Atout France. Pour rappel, un groupe est composé de plus de 10 personnes et part deux jours au minimum, hors voyages d'affaires.

L'ÉVÈNEMENT

Quelque **7,2 millions de personnes** ont voyagé en autocar en France en 2017, deux ans après la libéralisation de ce mode de transport, selon le comparateur international d'autocars CheckMyBus, soit une hausse de 16% par rapport à l'année dernière. Ouibus, la filiale de la SNCF, est redevenue leader en 2017 avec 48% de parts de marché, devant l'allemand Flixbus (36%) et Transdev (15%). Les opérateurs ont mis fin à la guerre des prix de la première année mais la rentabilité n'est toujours pas au rendez-vous. La longue grève de la SNCF au printemps 2018 donné un coup de fouet au secteur qui devrait enregistrer de très bonnes performances en 2018.

LES CHIFFRES CLÉS

Les voyages de groupe durent en moyenne 4 nuits, sont formés en moyenne toujours de 40 personnes dont la moyenne d'âge est de 38 ans, selon une étude de Groupcorner.

Toujours selon la même étude, 36% des réservations de voyages de groupe sont faites par les entreprises, 26% par des associations, 21% par des agences de voyages et 17% par des particuliers.

38% des demandes de groupe concernent la France selon Groupcorner avec sur la première marche du podium Paris, suivie par Lyon et Marseille.

62% des demandes de groupe concernent l'Europe avec comme trio de tête : la France, l'Espagne et l'Italie, toujours selon Groupcorner.

Pour la France, les demandes de groupe concernent à 23% des séminaires, à 19% des voyages scolaires, et à 18% des associations (source : Groupcorner).

L'avion et l'autocar constituent les deux modes de transport privilégiés par les groupes, respectivement par 51% et 32% des personnes. Quant au mode d'hébergement, 75% des voyageurs en groupe optent pour l'hôtel (source : Atout France).

Avant de partir, 62% des groupes franchissent la porte d'une agence de voyages ou d'un tour-opérateur (source : Atout France).



3 QUESTIONS À JEAN-SÉBASTIEN BARRAUT, PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION NATIONALE DES TRANSPORTS DE VOYAGEURS (FNTV)

1) Comment se comporte votre secteur d'activité en 2018 ?

Le transport routier de voyageur est un secteur dynamique qui recrute chaque année plus de 2000 salariés supplémentaires. Parmi nos activités, le transport touristique connaît les mêmes variations que l'économie touristique qui repart à la hausse cette année. Quant aux « cars Macron », ils ont transporté plus de 7 millions de passagers en 2017.

2) Quelle est, selon vous, l'évolution la plus marquante de votre secteur (consommateur, réglementation, nouveaux acteurs...) lors des douze derniers mois ?

Le transport de voyageurs est confronté aux mutations importantes que sont la transition énergétique et numérique. Ces défis majeurs engagent les entreprises dans un mouvement de progrès incontournable. Mais elles connaissent en même temps d'importantes difficultés pour recruter. Nous devons donc les accompagner sur tous ces sujets pour les aider à se développer.

3) IFTM Top Resa fête ses 40 ans cette année, comment souhaiteriez-vous voir évoluer le salon ?

Pour cette 40^{ème} édition, le salon MAP Pro est devenu « La Destination France » au sein de l'IFTM Top Resa et aura lieu pour la première fois pendant 4 jours. Nous nous en réjouissons et souhaitons que les autocaristes puissent y découvrir des nouveautés en lien avec leur activité. Cette nouvelle formule nous permet d'imaginer la création d'un véritable « village des autocaristes » pour l'édition 2019, projet en cours de réflexion entre la FNTV et les organisateurs du salon.