

Le marché : États-Unis

Clés de compréhension à destination des professionnels du tourisme



©Fotomelia.com

La **Lorraine**
www.observatoire-lorraine.fr



Sommaire

- Données de cadrage
- Données de conjoncture
- Profil du touriste américain
- Le touriste américain en Lorraine
- SWOT Lorraine

Données de cadrage



□ Données de cadrage du marché américain

- Population : 321 millions d'habitants (2015)
- Taux de croissance en 2014 : 2,9%
- PIB par habitant en US Dollar : 53,043

Source : www.atout-france.fr



□ Données conjoncturelles du marché américain

- La France est une des destinations « long-courrier » privilégiées des touristes américains :
 - 3,2 millions d'Américains ont visité la France en 2014
 - Ils ont réalisé 27,6 millions de nuitées soit +8,9% par rapport à 2013
- Environ 500 TO américains programment la France et sont à la recherche de nouvelles expériences pour leurs clients
- Les touristes américains voyageant en France : les baby boomers, les repeaters, les « Millennial », multi-génération
- Ils sont particulièrement adeptes de :
 - tourisme urbain, shopping, croisières, oenotourisme, tourisme de mémoire, tourisme spirituel, cyclotourisme, golf, ski
- Un renouvellement de l'offre et de l'attractivité est nécessaire pour attirer les touristes des génération Y et « Millénial »
 - Recherche d'expériences nouvelles, d'authenticité et de contact avec les locaux
- La France connaît un regain d'intérêt comme destination incentive mais elle doit élargir son positionnement actuel comme destination aux atouts économiques et industriels forts

Profil du touriste américain



❑ Profil des touristes américains

- Près de 5 visiteurs américains sur 10 sont issus des catégories socio-professionnelles supérieures
- Ils voyagent principalement en couple (33%) ou seuls (31,5%)
- Plus de 8 séjours sur 10 ont lieu en hébergement marchand
- Ils dépensent en moyenne 140€ par jour et par personne dont 64,40€ pour l'hébergement
- Ils pratiquent des séjours haut de gamme

❑ Les touristes américains et les nouvelles technologies

- Les Américains sont multi-connectés : les blogs et les réseaux sociaux jouent un rôle important dans le choix de leur destination
- Les réservations via les applications mobiles se développent fortement
- Technophiles, ils sont demandeurs de connexion wifi pour la recherche d'informations

Sources : « *Do you speak Touriste*
Le guide pour mieux connaître la clientèle touristique étrangère » -CCI Paris Ile-de-France
www.atout-france.fr

❑ **Attentes des touristes américains**

- Ils s'attendent à un contact chaleureux dans leur propre langue
- Dans les hôtels et les restaurants, ils comptent sur un service aimable, rapide et professionnel
- L'air conditionné est un critère important dans leurs choix d'hébergements

❑ **Habitudes alimentaires des touristes américains**

- Petit-déjeuner copieux entre 7h et 9h: saucisses, œufs, fromage, bacon, toast, yaourt, céréales
- Déjeuner rapide entre 12h et 13h : repas léger (salade, sandwich)
- Dîner à partir de 18h : une viande et deux légumes
- Boissons : café, thé, eau minérale, bière, sodas avec glaçons

Le touriste américain en Lorraine

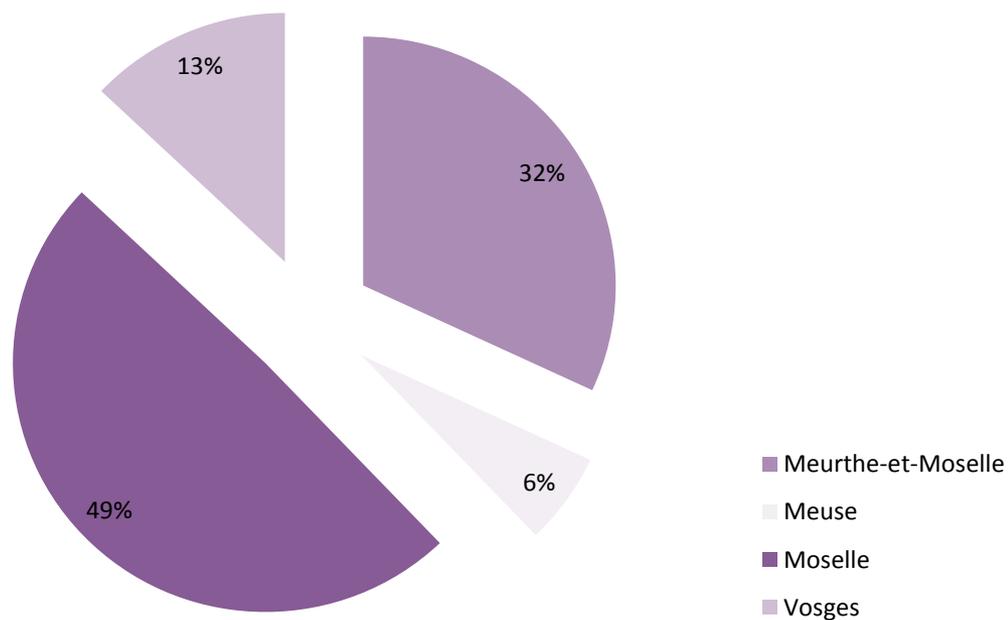


□ Profil du touriste américain dans les hôtels en Lorraine

- La clientèle américaine est le **7^{ème} marché international** présent dans l'hôtellerie lorraine derrière :
 - . la Belgique
 - . l'Allemagne
 - . les Pays-Bas
 - . le Royaume-Uni
 - . la Chine
 - . la Suisse
- Les touristes américains ont réalisé **14 435 arrivées** pour **21 980 nuitées** dans l'hôtellerie en 2015 :
 - . soit **3%** des nuitées internationales
 - . soit **1%** des nuitées totales
- **62%** des nuitées ont été réalisées dans des hôtels 3*

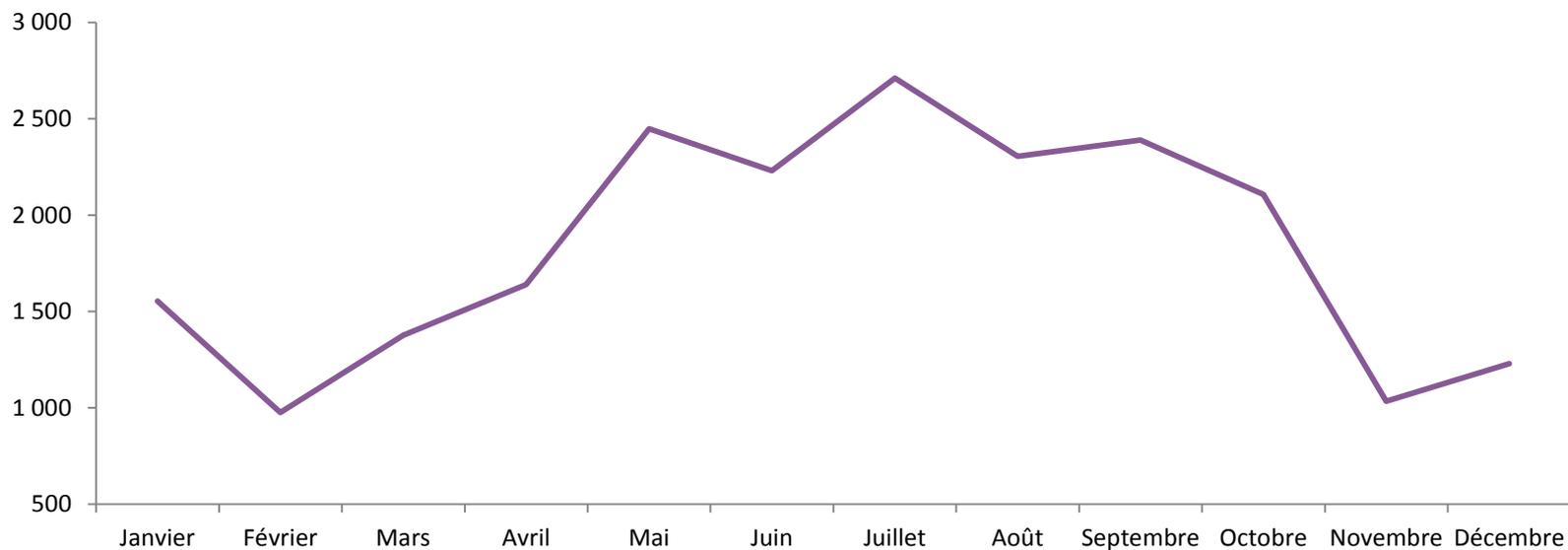
Source : DR Insee Lorraine – enquêtes de fréquentation de l'hôtellerie

□ Répartition des nuitées américaines dans l'hôtellerie en Lorraine en 2015



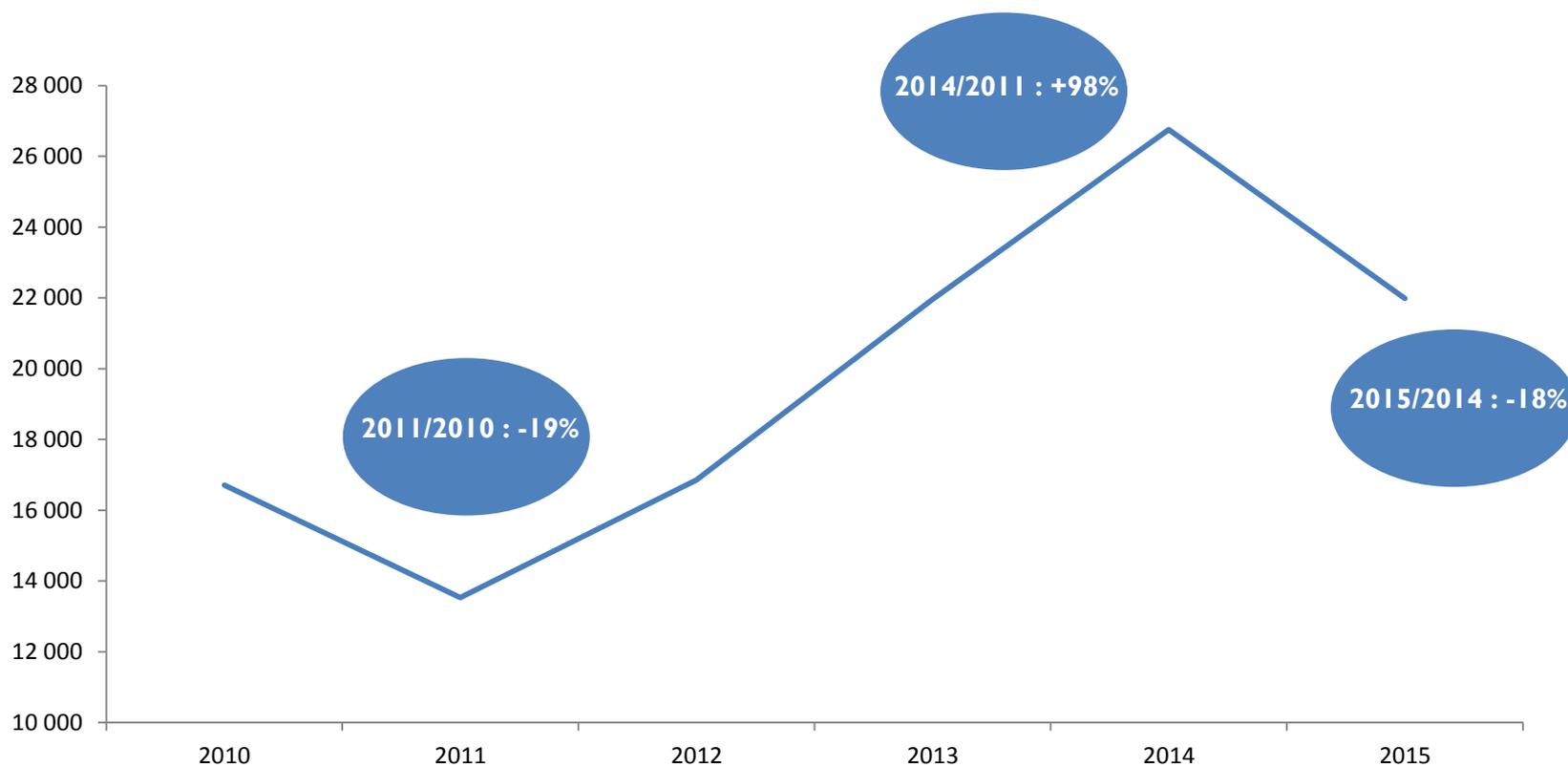
- 49% des nuitées américaines ont été réalisées dans le département de la Moselle en 2015

□ Fréquentation mensuelle de la clientèle américaine dans l'hôtellerie en nombre de nuitées – en 2015



- On note une présence accrue des touristes américains au mois de juillet 2015

□ Évolution de la fréquentation des touristes américains dans l'hôtellerie



□ Évolution de la fréquentation des touristes américains dans l'hôtellerie

	Evolution 2011/2010	Evolution 2012/2011	Evolution 2013/2012	Evolution 2014/2013	Evolution 2015/2014
Nuitées américaines	-19%	25%	30%	22%	-18%
Nuitées internationales	-10%	1%	-2%	-3%	6%
Nuitées totales	1%	-1%	3%	-5%	2%

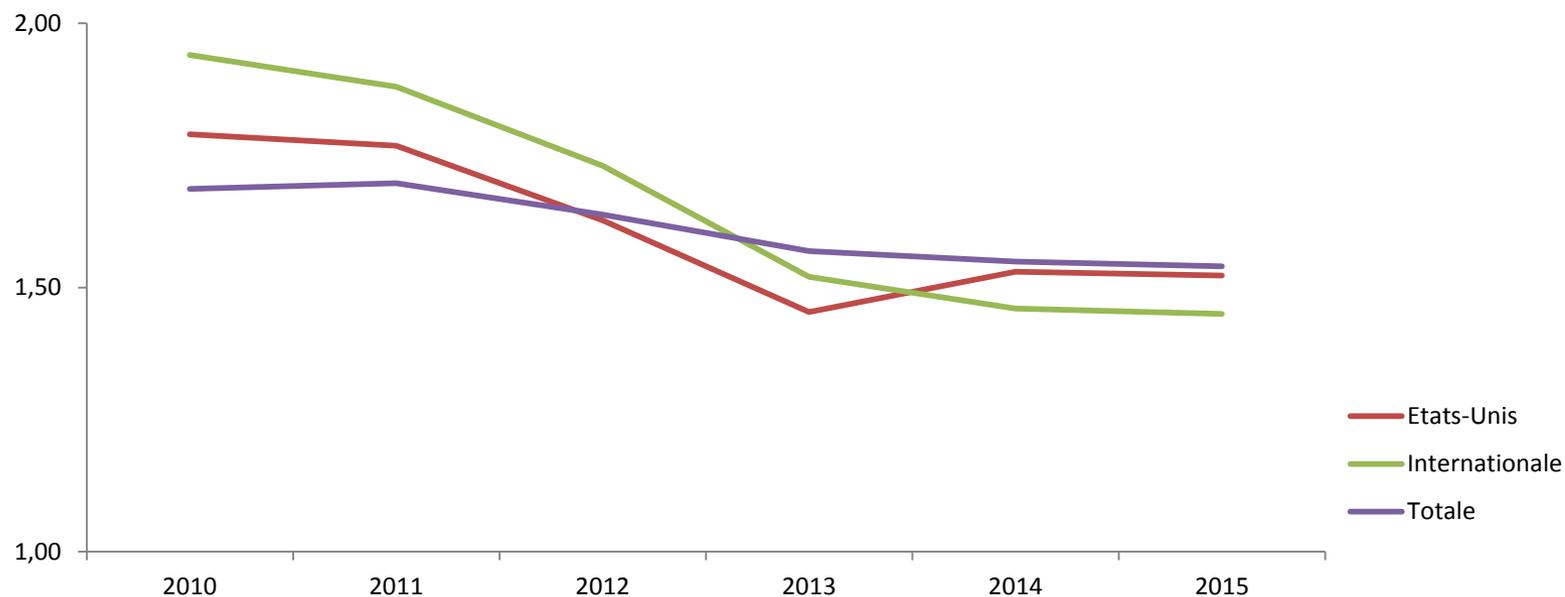
- La fréquentation des touristes américains est à la hausse entre 2011 et 2014, contrairement à l'ensemble des touristes.

□ Évolution de la fréquentation des touristes américains par département

	Evolution 2011/2010	Evolution 2012/2011	Evolution 2013/2012	Evolution 2014/2013	Evolution 2015/2014
Meurthe-et-Moselle	-18%	50%	21%	22%	-24%
Meuse	-18%	10%	11%	42%	-30%
Moselle	-6%	-1%	32%	22%	-11%
Vosges	-1%	-15%	68%	11%	-19%

- Cette hausse de fréquentation s'amorce dès 2011 dans les départements de Meurthe-et-Moselle et de Meuse, en lien possible avec les premières commémorations du Centenaire de la Grande Guerre.
- Cet effet Centenaire se confirme les années suivantes dans tous les départements.
- Dès 2015, l'essoufflement de l'effet Centenaire se fait sentir ; la fréquentation de la clientèle américaine est en baisse

□ Évolution de durée moyenne de séjour des touristes américains dans l'hôtellerie



- Une durée moyenne de séjour en baisse :
de 2010 à 2015, la durée moyenne de séjour des touristes américains est passée de 1,79 jours à 1,52 jours
- Cette tendance se confirme pour l'ensemble des touristes internationaux : de 1,94 jours à 1,45 jours
- Et pour la totalité des touristes : de 1,69 jours à 1,54 jours

❑ Présence des touristes américains dans les hôtels du Grand Est

	L'Alsace	La Champagne et l'Ardenne	La Lorraine
Poids de la clientèle américaine dans les nuitées totales de l'hôtellerie du Grand Est en 2015	1,7%	1%	1%

Source : Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace
Observatoire Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne
Observatoire Lorrain du Tourisme

SWOT Lorraine



Atouts

- Le tourisme de mémoire
- Le tourisme urbain
- Un patrimoine historique et architectural
- Un patrimoine naturel
- Le ski à prix réduit
- La gastronomie et les produits de terroir AOC
- TGV Est depuis Paris
- La chaleur humaine et l'authenticité des Lorrains

Faiblesses

- La Lorraine est une destination peu connue par rapport aux destinations phares françaises : Paris, Côte d'Azur
- L'aéroport Metz-Nancy-Lorraine n'a pas de liaison avec les aéroports de Paris

Opportunités

- La France est une destination prisée des Américains
- Les offres touristiques pour les couples
- Le Centenaire de l'entrée en guerre des Etats-Unis en 2017
- Les festivités traditionnelles de fin d'année
- L'oenotourisme à développer : les destinations du Grand Est associées à la Bourgogne Franche-Comté (association France Est Tourisme) promeuvent leurs territoires autour de la thématique des vins (Route des Vins)
- Cyclotourisme à développer

Menaces

- L'essoufflement de l'effet Centenaire
- La concurrence des autres régions françaises
- Le contexte économique et social national et mondial (grèves, attentats)
- La baisse des compétences linguistiques des professionnels du tourisme

