

# INDEX DES PRIORITÉS DES VOYAGEURS 2025

## Informations clés : destinations

Découvrez les valeurs et les influences clés qui guident l'inspiration et la prise de décision en matière de destination.

### Les données de l'Index des priorités des voyageurs portent sur :

- 11 000 personnes interrogées
- 11 marchés clés 

### Des perspectives optimistes

50 % des consommateurs déclarent que **les voyages sont plus importants pour eux aujourd'hui** qu'il y a cinq ans.

### Voyages aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale

La majorité des voyageurs sont au moins quelque peu susceptibles de voyager à l'échelle nationale et internationale au cours des 12 prochains mois.



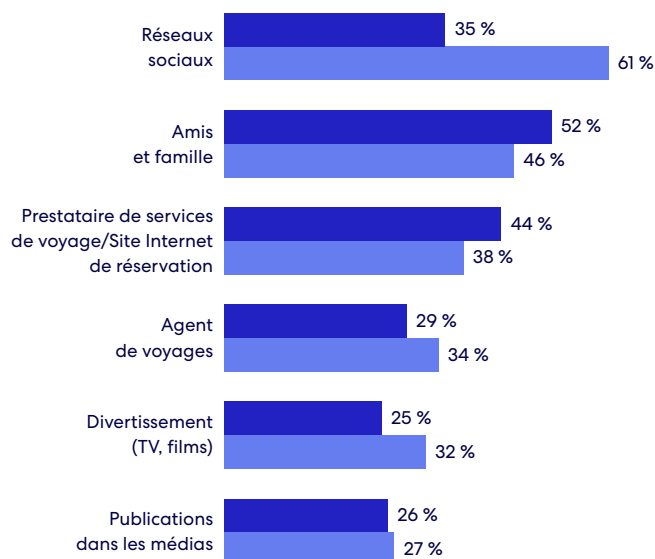
Projets de voyages sur le territoire national



Projets de voyages internationaux

### Principales sources d'inspiration

Les consommateurs se tournent de plus en plus vers les réseaux sociaux pour trouver l'inspiration en matière de voyage.



2022

2025

### Critères essentiels pour choisir une destination

1. Prix bas
2. Expérience unique
3. Expériences culturelles
4. Offres spéciales
5. Accès à la plage
6. Restaurants et options de restauration
7. Activités de plein air
8. Ville/destination urbaine
9. Activités et visites
10. En famille

## Diversité des sources sur les réseaux sociaux



**30 %**

Comptes de réseaux sociaux des amis et de la famille



**28 %**

Influenceurs voyage sur les réseaux sociaux



**25 %**

Comptes de réseaux sociaux de marques



**17 %**

Influenceurs généralistes sur les réseaux sociaux



## Influence croissante en dehors du contenu lié au voyage



**Augmentation de 28 %** de l'influence du divertissement comme source d'inspiration de voyage entre 2022 et 2025.



**41 %** des consommateurs déclarent avoir été **inspirés par des sites Web non spécialisés dans le voyage** au cours des 12 derniers mois.



### Recherche de recommandations

**83 %**

des consommateurs seraient enclins à **acheter une formule de voyage suggérée par une marque qu'ils apprécient**

et 40 % le feraient très ou extrêmement probablement.

### À RETENIR

De la recherche d'inspiration sur les réseaux sociaux à la planification de leur voyage via une application, nous vous mettons en relation avec des voyageurs engagés, au sein de notre famille de marques et au-delà. Pour en savoir plus sur la manière d'influencer les voyageurs, de stimuler la demande vers une destination et de mesurer l'impact de votre publicité, téléchargez notre guide sur le marketing de destination ou contactez-nous.

Lire notre guide sur le marketing de destination



Nous contacter



Télécharger le rapport mondial →