

Étude de marché Agences de voyages

CHIFFRES ET ÉLÉMENTS



propulse by 

Introduction à l'étude de marché sectorielle

Bienvenue dans cette étude de marché sectorielle, conçue spécifiquement pour vous, futurs entrepreneurs et créateurs d'entreprise!

Que vous soyez au tout début de votre projet ou en phase de consolidation de votre idée, cette étude se veut être un support incontournable pour éclairer votre prise de décision et affiner votre stratégie commerciale.

Dans ce document, vous découvrirez une analyse détaillée du secteur qui vous intéresse. Nous avons compilé pour vous les informations essentielles pour comprendre les dynamiques actuelles de votre marché.

Cette étude est organisée comme suit :

- 1 **LES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ**
- 2 **LE CODE APE / NAF DE L'ACTIVITÉ**
- 3 **L'ORGANISATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ**
- 4 **L'ANALYSE DE LA SITUATION DU MARCHÉ**
- 5 **L'ÉTUDE DE L'OFFRE**
- 6 **L'ÉTUDE DE LA DEMANDE**
- 7 **L'ANALYSE DES CANAUX DE DISTRIBUTION**
- 8 **LES GRANDES TENDANCES DU SECTEUR**
- 9 **LA CONCLUSION DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ**

Chaque section est conçue pour vous fournir une compréhension claire, illustrée et approfondie, vous aidant à prendre les bonnes décisions.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et beaucoup de succès dans votre aventure entrepreneuriale !

L'équipe Propulse by CA



4 477

AGENCES DE VOYAGES
en 2020

1,352
Mds €

CHIFFRE D'AFFAIRES
DU SECTEUR
en 2021

+ 6 %

DE FRANÇAIS ONT FAIT
APPEL À UNE AGENCE
DE VOYAGES
en 2023



1,90 M

DE VOYAGEURS
en 2021

66

DÉFAILLANCES
D'AGENCES DE VOYAGES
en 2023



24 %

DES VOYAGEURS UTILISENT
LES AGENCES DE VOYAGES
EN LIGNE

Source : [INSEE - 20 minutes](#) - [GlobalData](#) - [Altarea](#)

Le code NAF des agences de voyages est le **79.11Z**
- **Activités des agences de voyages.**

Ce code englobe l'organisation et la vente de voyages ou de séjours, ainsi que la prestation de services liés aux réservations de transport, d'hébergement, et de loisirs.

Il existe également un code NAF spécifique pour les voyagistes ou tour-opérateurs qui organisent des forfaits tout compris : le **7912Z - Activités des voyagistes.**

Code APE / NAF
des agences
de voyages :
79.11Z

L'activité des agences de voyages

Les agences de voyages en France ont pour activité principale l'organisation et la vente de voyages. Elles offrent divers services, allant de la réservation d'hôtels et de billets d'avion au choix des activités sur place. On distingue trois types d'agences :

1 Les agences traditionnelles

Elles proposent des services en face à face, avec des conseillers spécialisés pouvant créer des voyages personnalisés. On compte entre 1500 et 2000 agences de voyages indépendantes en France, c'est-à-dire non affiliées à des voyagistes.

2 Les agences en ligne

Elles permettent de réserver des voyages via Internet (exemple : Booking.com, Expedia, Opodo.fr, etc.)

3 Les tour-opérateurs

Ils créent des séjours touristiques autour de forfaits tout compris, incluant transport, hébergement et activités. Certains sont spécialisés par destination ou type de voyage (exemple : Groupe Club Med, Voyageurs du Monde...).

Le marché des agences de voyages en France est constitué de **4 477 agences** en 2020. C'est un pilier important du secteur touristique, qui génère près de **2,5 milliards d'euros** de revenus. Ce secteur, malgré la crise sanitaire, emploie un grand nombre de professionnels avec **14 399 équivalents temps plein**.

Toutefois, en 2020, la crise a entraîné une réduction de **22%** des effectifs, soit la perte de **1700 postes**. La rentabilité a été affectée, passant de 1% en 2019 à -3,5% en 2020, principalement en raison des restrictions liées à la crise sanitaire.

Le secteur évolue dans un environnement très compétitif, notamment face à la **montée des plateformes de réservation en ligne**. Ces solutions permettent aux consommateurs de réserver eux-mêmes leurs voyages (vols, hébergements, activités), tandis que de nouveaux acteurs comme Google, Amazon, et Airbnb bouleversent le marché. Pour y faire face, les agences traditionnelles renforcent leurs liens avec les tours-opérateurs et élargissent leurs réseaux en recrutant de nouveaux adhérents.

Source : [Agefi](#) - [Statista](#)



LES FOURNISSEURS

Les agences de voyages collaborent avec des fournisseurs variés, tels que les compagnies aériennes, les chaînes hôtelières, et les prestataires d'activités locales.

Par exemple, **Air France** et **AccorHotels** sont des partenaires majeurs pour bon nombre d'agences françaises. Ces partenariats permettent aux agences de négocier des tarifs préférentiels et d'offrir des packages compétitifs à leurs clients.

LES SYNDICATS

Les agences de voyages sont soutenues par des syndicats professionnels comme le **Syndicat des Entreprises du Tour Operating (SETO)** et le **Syndicat National des agences de voyages (SNAV)**. Ces organisations défendent les intérêts de leurs membres sur les enjeux d'avenir de la profession. Par exemple, le SETO a récemment négocié des aides financières pour les agences touchées par la crise sanitaire, tout en œuvrant pour un allègement des charges fiscales et sociales. De son côté, le Syndicat National des agences de voyages (SNAV) mène des actions de lobbying pour une meilleure réglementation du secteur face aux nouveaux acteurs numériques.

Le marché du voyage

LE CONTEXTE DU MARCHÉ

La pandémie de Covid-19 a particulièrement touché l'industrie du tourisme. Les restrictions de déplacement ont affecté l'offre et la demande touristique. En parallèle, la **conjoncture économique**, marquée par des tensions sur le pouvoir d'achat, favorise les courts séjours, les destinations locales et les départs de dernière minute, notamment pour des raisons de budget. Quant aux voyages d'affaires, ils ont également revu leurs dépenses à la baisse ces dernières années.

Sur le plan **international**, certaines destinations touristiques sont devenues moins attractives en raison de l'insécurité croissante, notamment dans les **zones de conflits** ou de **menaces terroristes**. Les séjours longue distance, autrefois une activité clé des agences de voyages, sont donc affectés.

L'**essor des agences de voyages en ligne (OTA)** accentue les pressions concurrentielles, en tirant les prix vers le bas grâce à leur accessibilité permanente et leurs offres diversifiées. Les pure players, spécialisés dans le déstockage de séjours, exacerbent cette dynamique, compliquant la position des agences traditionnelles. De plus, la **désintermédiation de l'offre touristique** permet aux consommateurs de réserver directement auprès des producteurs touristiques (hôtels, transporteurs, etc.), affaiblissant ainsi le rôle des agences.

Enfin, l'**émergence de nouvelles pratiques touristiques**, comme les voyages écoresponsables, les expériences sur mesure, et l'utilisation de plateformes de mise en relation entre particuliers, modifie les attentes des consommateurs. Face à ces évolutions, les agences de voyages indépendantes se regroupent en réseaux pour rester compétitives et offrir des produits plus sophistiqués et à forte valeur ajoutée.

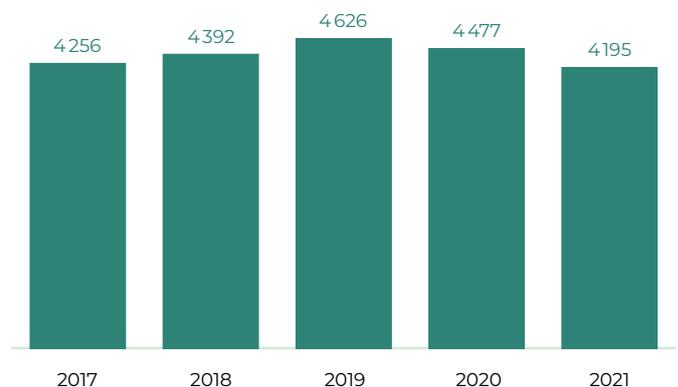
ÉVOLUTION DU NOMBRE D'AGENCES

DE VOYAGES

Les agences de voyages montrent une croissance continue jusqu'en 2019. Cette progression témoigne d'un marché du voyage florissant et d'une confiance des professionnels dans l'avenir du secteur.

Cependant, l'année 2020 a marqué un tournant brutal. La crise sanitaire mondiale a frappé de plein fouet l'industrie du tourisme, entraînant une chute du nombre d'agences. Cette tendance s'est accentuée en 2021, avec seulement **4 195 agences recensées**. Cette **baisse de 9,3% en 2 ans** illustre l'ampleur des défis auxquels le secteur a dû faire face : restrictions de voyage, fermetures de frontières et effondrement de la demande touristique.

Évolution du nombre d'entreprises de voyage en France



Source : Insee, *Ésane*

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE FERMETURES D'AGENCES DE VOYAGES

Le secteur du voyage est particulièrement touché par les défaillances d'entreprises. L'année 2023 marque un tournant, avec **112 défaillances**, le chiffre le plus élevé depuis longtemps. Cette hausse contraste avec le recul de 21,7% observé en 2022.

Cette tendance reflète les défis actuels du secteur : contexte géopolitique tendu, inflation, concurrence du digital et changements dans les habitudes de voyage. Malgré une activité soutenue et une forte envie de voyager chez les consommateurs, la consolidation du marché se poursuit, laissant présager un avenir incertain pour certains acteurs du secteur.



- Agences de voyages
- Voyageurs
- Services de réservation et activités connexes
- Ensemble du secteur

Année	Agences de voyages	Voyageurs	Services de réservation et activités connexes	Ensemble du secteur
2017	54	11	31	96
2018	54	13	26	93
2019	64	14	19	97
2020	68	12	14	94
2021	47	7	18	72
2022	52	13	25	90
2023	66	15	21	112

Source : Altares

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

DES AGENCES DE VOYAGES

En 2020, les agences de voyages ont subi un effondrement de leur chiffre d'affaires, avec une **chute de plus de 70%**, conséquence directe de la crise sanitaire et des restrictions de voyage. Cependant, 2021 a marqué le début d'une reprise progressive, poursuivie en 2022 et 2023.

En 2023, les opérateurs du secteur ont vu leur chiffre d'affaires dépasser celui de 2022, en partie grâce au **retour des voyages long-courrier** (+19%) et à une demande accrue des Français envers les agences de voyages, en hausse de 6%.

Évolution du chiffre d'affaires du secteur en valeur

2015	100
2016	104,1
2017	111,3
2018	118,5
2019	122,9
2020	57,8
2021	59,3
2022	126
2023	145,41

Source : [Insee](#)

L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

L'environnement réglementaire des agences de voyages en France est encadré par le Code du Tourisme, qui impose des obligations légales strictes visant à garantir la sécurité financière des clients et la qualité des services offerts.

Les agences doivent obtenir une **immatriculation auprès d'Atout France** et souscrire une garantie financière pour couvrir les risques de défaillance. Elles doivent également adhérer à une assurance responsabilité civile professionnelle. Ces obligations renforcent la confiance des clients tout en augmentant les coûts opérationnels des agences. Les réglementations en matière d'information et de sécurité s'ajoutent à ces exigences.



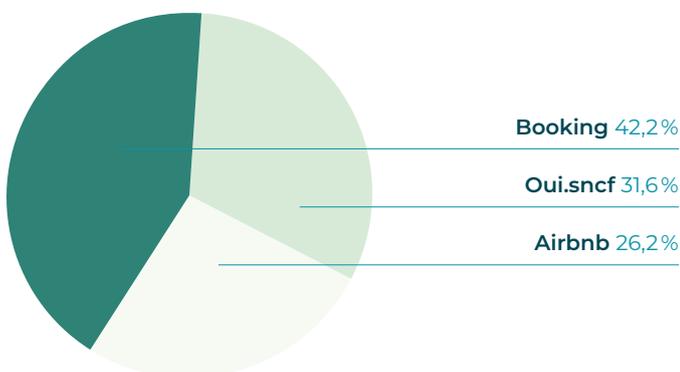
L'offre sur le marché du voyage

70% : LES OTA (ONLINE TOURISME AGENCY)

Les agences de voyages en ligne (ou OTA) dominent le marché du voyage en France avec **71% de parts de marché mondial**. Des leaders comme **Booking** (49%) et **Expedia** (20%) ont su s'imposer grâce à des investissements massifs en SEO et une offre variée (hébergement, transport, activités).

Ces plateformes sont populaires pour leur **accessibilité permanente** et leurs **prix compétitifs**, mais elles tirent les prix vers le bas et créent une forte pression concurrentielle sur le marché.

Top 3 des plateformes touristiques sur le marché français



20% : LES AGENCES DE VOYAGES

TRADITIONNELLES

Les agences de voyages traditionnelles représentent encore 20% du marché. Elles se divisent en trois types :

- **Agences indépendantes non rattachées à une enseigne** : souvent spécialisées par destination ou type de voyage, elles sont de moins en moins nombreuses.
- **Agences intégrées ou franchisées** (Hava Voyages, TUI/Nouvelles Frontières, Le Club Med, CWT...) : avec un grand nombre de points de vente, elles bénéficient d'une grande force de frappe commerciale.
- **Agences regroupées au sein de réseaux volontaires** (Selectour, Tourcom, Manor) : regroupements d'agences indépendantes profitant de prix négociés et d'une plus grande notoriété.

Au nombre de 4 000 en France, elles continuent de prospérer malgré l'essor des plateformes en ligne. Elles inspirent davantage confiance aux clients qui, contrairement aux sites internet, bénéficient d'un échange direct avec des conseillers experts ayant une véritable expérience des destinations proposées. Ces agences offrent des prestations personnalisées, souvent inaccessibles via les réservations en ligne, renforçant ainsi la fidélité de leurs clients, en particulier sur les voyages haut de gamme.

10% : LES ENSEIGNES DE GRANDE

DISTRIBUTION

Les enseignes de la grande distribution, bien qu'inexistantes il y a encore 20 ans, détiennent aujourd'hui 10% du marché. Grâce à leurs volumes d'achat et à des offres promotionnelles, des acteurs comme **Leclerc Voyages** (195 agences) et **Carrefour Voyages** (167 points de vente dont 30 franchisés) se sont imposés en démocratisant le voyage. Ils utilisent des points de vente adossés aux hypermarchés pour capter une clientèle en quête de prix réduits. Cependant, la baisse de fréquentation des hypermarchés représente un défi pour ces acteurs.

79% c'est le nombre de touristes français qui **cherchent des informations en ligne** pour préparer leurs vacances et week-ends.

L'étude de la demande

Le tourisme, après quelques ralentissements en 2019 et 2020, connaît un nouvel élan. Les voyageurs retrouvent progressivement leurs habitudes, avec des départs en hausse significative, notamment pendant les vacances de Noël 2023. Les destinations longue distance affichent une **croissance de 35%** par rapport à l'année précédente.

Cependant, les attentes des clients d'agences de voyages évoluent. Si beaucoup réservent en ligne pour des demandes simples, dès qu'ils cherchent des expériences plus complexes ou sensationnelles, ils préfèrent l'accompagnement d'une agence. La recherche de conseils experts devient cruciale pour ces clients.

Les **préoccupations environnementales** prennent également une place centrale :

- 61% des Français sont plus préoccupés par la nature qu'avant la crise ;
- 44% se disent prêts à payer plus cher pour voyager de manière écologique ;
- 88% estiment que les professionnels du tourisme doivent s'engager à réduire l'impact environnemental de leurs activités.

Source : Rapport économique et social de la branche des opérateurs de voyage



HABITUDES DES CLIENTS

Les Français sont de grands amateurs de voyages, attirés par le dépaysement, l'histoire, les paysages uniques, tout en étant sensibles au rapport qualité-prix. Chaque année, près de **24% des Français** font appel aux services d'une agence de voyages.

4/5 nombre de français qui ont voyagé pour motif personnel en 2022.

Les destinations préférées restent l'**Espagne**, la **France métropolitaine** et la **Grèce**, avec une tendance croissante pour la Tunisie, la Turquie et le Maroc. Les jeunes, influencés par la «génération Erasmus», privilégient les voyages en Europe, utilisant souvent des modes de transport économiques comme le covoiturage ou les vols low cost.

Les habitudes de réservation varient selon les saisons :

- mai est populaire pour les **courts et moyens séjours**;
- août est le mois phare pour les **longs séjours**, représentant près d'un voyage sur deux.

Les agences de voyages connaissent ainsi des pics d'activité en début d'année pour les réservations estivales, et en automne pour les voyages d'hiver.



Top 10 des destinations en 2023 et leur évolution vs. 2022

1	Espagne	+10%
2	France Métropolitaine	stable
3	Grèce	+12%
4	Tunisie	+36%
5	Maroc	+61%
6	Egypte	+58%
7	République Dominicaine	-27%
8	Italie	+18%
9	Île Maurice	+33%
10	Turquie	-5%

Source : *Observatoire des Vacances des Français, 2024 Tourmag*

PANIER MOYEN

2 460 € c'est le panier moyen en agence de voyages en 2022.

Le panier moyen a augmenté, passant de 2 000 € en 2019 à 2 460 € en 2022, soit une **hausse de 23%**. Cette augmentation est en partie due à la montée des tarifs aériens et à l'allongement des séjours.

De plus, il est probable que les Français ayant économisé pendant la crise sanitaire, cherchent désormais à se faire plaisir lors de leurs voyages.

Source : *Tourmag*

L'analyse des canaux de distribution

LES AGENCES DE VOYAGES

EN LIGNE (OTA)

Les agences de voyages en ligne, telles que Booking et Expedia, dominent largement le marché avec **24 % des consommateurs** ayant utilisé leurs services pour réserver leurs vacances. Leur principal avantage est la facilité d'accès et la transparence de leurs offres. Cependant, elles sont soumises à des frais élevés. La concurrence y est aussi rude, incitant à des promotions agressives pour attirer les clients.

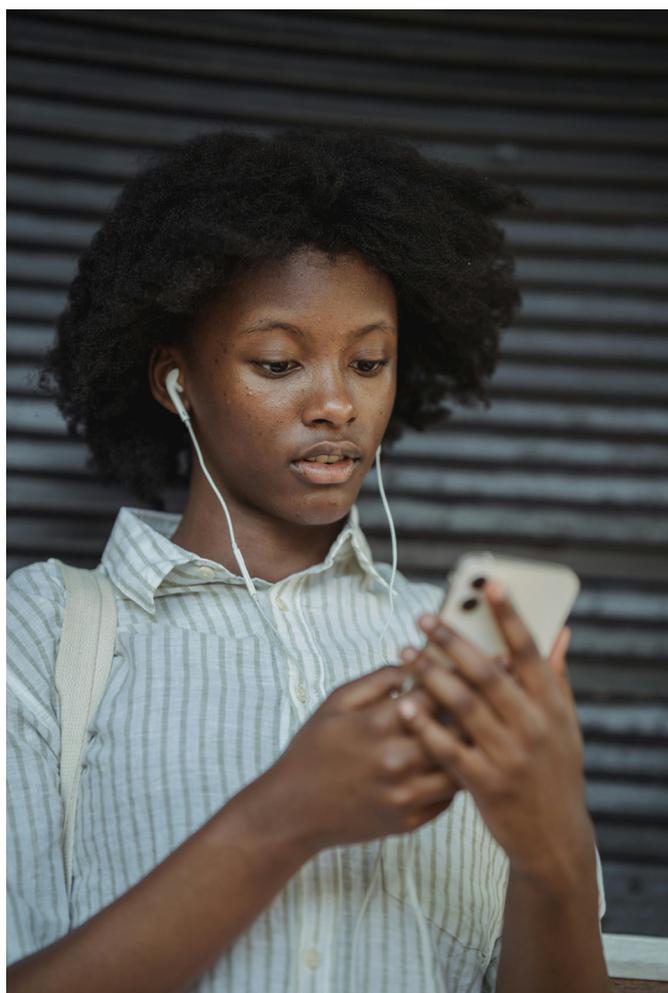
LA RÉSERVATION EN DIRECT

Réserver directement sur le site des professionnels représente **32 % des transactions**. Ce canal offre une meilleure marge pour les prestataires qui évitent ainsi les commissions des OTA.

C'est le mode de réservation préféré pour les billets d'avion ou les hôtels. Le défi principal réside dans la nécessité de convaincre les clients de l'efficacité et de la sécurité de ce mode d'achat.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux, tels **qu'Instagram** et **TikTok**, jouent un rôle croissant dans l'inspiration des voyages, en particulier chez les jeunes générations. Environ **38 % de la Gen Z** utilise TikTok pour trouver des idées de voyage. Les professionnels du tourisme capitalisent sur cette tendance en développant des stratégies de marketing digital pour cibler les voyageurs connectés.



LES AGENCES LOCALES SUR PLACE

Certaines réservations se font directement sur place, notamment pour des **activités locales** ou des **excursions**. Ce canal est important dans des destinations touristiques où les **agences locales** jouent un rôle clé dans l'organisation de séjours. Toutefois, ce canal reste limité aux touristes déjà sur place et n'offre pas une grande visibilité préalable.

Les tendances du secteur

LES GRANDES TENDANCES

Le secteur du voyage est marqué par une transition vers un **tourisme plus responsable**. En 2024, près de 36,8% des Français choisissent le train ou le bus au lieu de l'avion. Cette prise de conscience écologique est particulièrement présente chez les jeunes générations. L'engagement environnemental se reflète également dans le choix des hébergements. Malgré leur coût supérieur, 16,7% des voyageurs privilégient des hébergements durables.

Les Français fuient de plus en plus le **tourisme de masse**, favorisant la découverte de petites villes et d'espaces naturels comme la montagne.

Dans ce contexte, les sources d'inspiration évoluent. Les **plateformes numériques** dominent, avec les moteurs de recherche, les avis en ligne, et les réseaux sociaux en tête. Instagram et YouTube progressent fortement, tandis que les recommandations des agences de voyages et les programmes télévisés continuent d'influencer les choix de destinations.

Source : [Travellyze](#)

LES PERSPECTIVES DU SECTEUR

Le secteur des agences de voyages montre des perspectives prometteuses, avec une **croissance attendue de 5,8%** par an sur les dix prochaines années. Cette expansion pourrait créer jusqu'à 126 millions de nouveaux emplois d'ici 2032. Cependant, les agences de voyages restent **fragilisées** en raison de leur niveau d'**endettement** accumulé pendant la crise sanitaire. Elles disposeront désormais de marges de manœuvre beaucoup plus réduites pour encaisser de nouveaux chocs économiques.

Face à cette transformation, les agences doivent adapter leurs offres pour répondre aux nouvelles attentes des voyageurs, axées sur un tourisme plus écologique, authentique et personnalisé. La **restructuration du secteur** va se poursuivre à travers la concentration des réseaux de distribution et la diminution du nombre d'agences, amorcée bien avant la crise sanitaire.

Enfin, la demande pour des produits de niche et des expériences personnalisées continuera de croître, obligeant les acteurs à intégrer les nouvelles tendances du tourisme responsable et digitalisé dans leurs stratégies.

Source : [Deloitte](#)



Conclusion



Le secteur des agences de voyages en France continue de jouer un rôle central dans l'organisation de séjours pour les voyageurs, malgré les défis rencontrés ces dernières années. Avec **4 477 agences en activité** en 2020 et un **chiffre d'affaires de 1,352 milliard d'euros en 2021**, ce marché demeure solide, bien qu'il soit en pleine transformation face à la concurrence des agences de voyages en ligne (OTA). Ces dernières, comme Booking et Expedia, dominent 70% du marché, forçant les agences traditionnelles à se repositionner.

La crise sanitaire a exacerbé les difficultés du secteur, entraînant des fermetures d'agences et une baisse significative des effectifs. Pourtant, la reprise progressive en 2022 et 2023, notamment avec un **regain d'intérêt pour les voyages long-courrier** (+19%), laisse entrevoir des perspectives positives. Les agences de voyages se tournent désormais vers des offres plus personnalisées et haut de gamme, en mettant l'accent sur des expériences écoresponsables et sur mesure.

Les agences de voyages en France doivent innover pour rester compétitives. Celles qui se concentrent sur des niches, comme le tourisme durable ou les voyages haut de gamme, réussiront à s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs et à renforcer leur position sur un marché en constante évolution.

N'attendez plus

POUR VOUS LANCER !

Chez Propulse du Crédit Agricole, on a tous la fibre entrepreneuriale et on sait qu'entreprendre n'est pas un long fleuve tranquille! Avec cette étude de marché complète, nous souhaitons vous donner toutes les cartes en main pour lancer votre entreprise.

Vous avez besoin de plus d'accompagnement? Découvrez nos autres solutions :

Un compte pro 100% en ligne

Tout ce dont vous avez besoin dans la même application, à partir de 8€ HT par mois et un service client en ligne 7j/7.

Un outil de business plan

Un outil en ligne gratuit pour créer son business plan avec la possibilité de faire appel à un coach pour se faire aider.

Des Guides gratuits

Plus de 100 Guides et des Études de marché sectorielles pour vous donner toutes les chances de réussir dans votre aventure entrepreneuriale.

Des milliers d'articles

Plus de 1500 articles pour répondre à toutes les questions que vous vous posez sur l'entrepreneuriat (et à celles que vous ne vous posez pas encore).

Des événements dans toute la France

Ateliers, webinaires, en physique ou en ligne, rencontrons nous pour partager nos expériences.

Entreprendre avec Propulse

Un écosystème complet de services pour vous accompagner à chaque étape de votre projet.