

Films et séries : les productions audiovisuelles, un atout pour le tourisme en France

Publié le 24 janvier 2024

🕒 3 minutes

Par : [La Rédaction](#)

Les productions audiovisuelles, cinéma et séries, jouent un rôle incitatif pour le tourisme en France. Cela concerne aussi bien les touristes étrangers venant visiter le pays, que le tourisme français en région. Tels sont les principaux enseignements d'une étude du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

Le CNC vient de publier, le 18 janvier 2024, une étude sur l'impact du cinéma et de la fiction TV sur le tourisme en France.

Réalisée par l'Ifop, cette récente étude est la reconduction d'une étude menée en 2018 sur le même thème, le "*ciné-tourisme*", encore émergent alors, et aujourd'hui en plein essor. Les fictions françaises au sens large (film ou série), mais aussi les fictions étrangères tournées en France, ont un rôle incitatif dans la décision de séjourner en France.

Ainsi, 68% des touristes étrangers visitant la France y ont été incités par le visionnage d'œuvres françaises. 66% des Français exposés à des films et séries françaises désirent visiter les régions dans lesquelles ces fictions ont été tournées.

Le rôle incitatif des fictions pour le tourisme en France

92% des touristes étrangers interrogés, issus de six nationalités se rappellent avoir **vu au moins une œuvre française**. Dans le détail :

- **78%** d'entre eux déclarent avoir regardé au moins **l'un des films figurant sur une liste de dix films établie par l'Ifop** : *Intouchables* et *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* sont les plus vus ;
- **56%** des sondés ont vu au moins **l'une des séries testées** : *Versailles* (22%), *Marie-Antoinette* (22%), *Le transporteur* (20%), occupent le podium.

Le **développement du *streaming*** contribue aussi à l'essor du "*ciné-tourisme*". En effet, toutes nationalités confondues, les services de vidéo à la demande sont le principal canal de visionnage, à hauteur de 68% (contre 24% en 2018), loin devant la télévision (35%) et le cinéma (32%).

La **fiction française** joue un rôle porteur dans la décision de voyager en France. Pour 68% des touristes enquêtés, elle a contribué à leur **envie de visiter la France**. Les fictions françaises ou tournées en France ont cette capacité de donner une **image très positive** du pays (91%), vu comme intéressant à visiter (93%).

Ce rôle de prescription est si fort qu'**un touriste sur dix a pris la décision de visiter le pays après avoir vu une fiction en particulier**. Les séries *Emily in Paris* (38%) et *Lupin* (11%), à elles seules, motivent la moitié des visiteurs à franchir le pas.

Œuvres tournées dans une région identifiable et décision de voyage

La **quasi-totalité (96%) des Français enquêtés** déclarent avoir **vu au moins une œuvre parmi une liste de douze films et de douze séries françaises, tournés dans des régions ou des villes identifiables** :

- *Bienvenue chez les Ch'tis* (Nord-Pas-de-Calais), *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* (Paris) et *Les petits mouchoirs* (Cap Ferret) sont les trois films les plus vus, avec respectivement 74%, 50% et 40% ;
- 47% des enquêtés ont vu au moins un épisode de *HPI* (Lille), 44% de *Plus belle la vie* (Marseille), 40 % de *Candice Renoir* (Sète).

66% des Français ayant vu une des créations listées par l'Ifop ont envie de visiter les lieux de tournage. Et **un Français sur quatre devient effectivement "*ciné-touriste*"**. Les films et séries, en mettant en lumière une ville, une région, des paysages, une culture, contribuent à valoriser des territoires rendus plus visibles et attractifs. Une offre commerciale et touristique locale peut en découler.