

Scandinavie

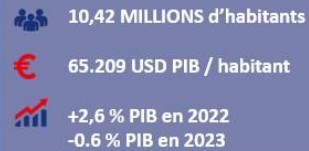
Tendances France

Données ATF

Chiffres clés | Marché

SUÈDE

Quelques données économiques



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



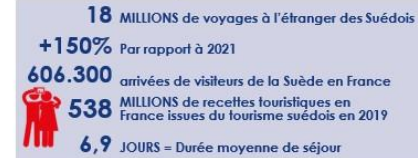
ATOUT FRANCE
Agence de développement
touristique de la France

Taux de change



EUR 1 = SEK 11,32 (au 17-05-2023)

Données touristiques en 2022



Principaux bassins émetteurs



Stockholm
Göteborg
Malmö

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 6^{ème} destination des Suédois à l'étranger ;
- Ils se logent majoritairement dans des 4 Etoiles ;
- Ils préfèrent les voyages en avion .

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Suède | melanie.boisleve@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

SUEDE

GRAND EST



SE1 2023 / SE1 2022
-13%

Principales tendances du marché :

- La Suède appartient à la Scandinavie, c'est la troisième plus grande zone émettrice en Europe en termes de dépenses touristiques. Dans un concurrence internationale forte avec l'Espagne, la Grande-Bretagne, l'Italie, l'Allemagne, la France occupe le 4ème rang des destinations touristiques préférées des Suédois. Les Suédois voyagent toute l'année avec une part de voyages long-courrier en pleine croissance due aux développements de routes directes au départ de la Scandinavie.
- On observe une clientèle fidèle et attachée à l'authenticité de l'accueil à la française de manière récurrente pour une durée moyenne de 6,9 jours. Les destinations privilégiées sont les destinations à proximité de Paris, la Côte d'Azur, les Alpes (pour le ski), le Grand-Est. Les Suédois, amateurs et connaisseurs de vins, apprécient les séjours oenotouristiques.
- Les Suédois choisissent en priorité un hébergement de qualité (4 et 5*), comme des boutiques hôtels, plutôt que des grandes chaînes hôtelières.
- Bien que la réservation en direct, les OTAs et sites de tour-opérateurs s'accaparent le plus gros du marché, les suédois sont les principaux Scandinaves à se rendre encore en agences de voyages (pour 18% des réservations), Rassurer sera le mot d'ordre pour la communication en 2021. Rassurer la clientèle mais aussi rassurer les partenaires B2B (tour-opérateurs et agents de voyages), leur apporter soutien, écoute, et expertise pour les aider et qu'ensemble nous réussissions à relancer le marché du tourisme.

Thématiques mises en avant :

- Oenotourisme et gastronomie,
- Patrimoine et Culture,
- Tourisme urbain,
- Nature et Itinérance

Cibles :

Les familles, les couples actifs,
les best agers, CSP+
Individuels

Tendances France

Données ATF

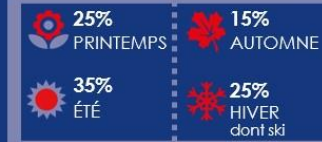
DANEMARK

Chiffres clés | Marché

DANEMARK

Quelques données économiques

- 5,83 MILLIONS d'habitants
- 74.793 USD PIB / habitant
- +3,1% PIB en 2022
- +0,6% PIB en 2023



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Taux de change



EUR 1 = DKK 7,45 (au 17-05-2023)

Données touristiques en 2022

- 22,1 MILLIONS de voyages à l'étranger
- 144% Par rapport à 2021
- 1M arrivées de Danois en France
- 373 MILLIONS de recettes touristiques en France issues du tourisme danois en 2019
- 7,8 JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs

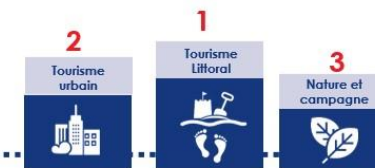


Copenhague
Aarhus
Odense

Profil voyageurs 2021

- LA FRANCE est la 2^{ème} destination des Danois à l'étranger
- Env. 25% des nuitées sont faites en hôtellerie de plein-air:
 - Ils privilégient les voyages en avion mais +35% viennent encore en France en voiture.
 - Les valeurs durables les intéressent fortement

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact Marché Danemark | melanie.boisleve@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

GRAND EST

SE1 2023 / SE1 2022
-4%

Principales tendances du marché :

La spécificité danoise réside dans le concept incontournable du « **hygge** », terme intraduisible signifiant bien-être, intimité, convivialité. Ce sentiment de bien-être individuel et collectif naît du partage de moments de qualité entre gens qui s'apprécient.

Ainsi, en voyage, les familles danoises ne recherchent pas un club enfant, mais elles veulent plutôt pouvoir partager des moments tous ensemble. Ils font attention à la qualité avec par exemple des intérieurs toujours soignés, ou encore l'importance croissante de la gastronomie, la qualité des produits, leur provenance et production. Les danois sont les premiers consommateurs de produits « bio » au monde.

La France est la 5ème destination loisirs internationale des Danois en 2022. On estime à 630 000 le nombre de voyageurs danois à venir visiter la France en 2022 pour une durée de 7,8 jours en moyenne. Selon les prévisions, ce chiffre devrait encore progresser de +6% en 2023. Les principales régions visitées sont : l'Île de France, Provence-Alpes-Côte D'Azur, Auvergne-Rhône-Alpes et le Grand Est.

Le travail auprès de la distribution reste important et doit être pointu et ciblé du fait d'un marché comptant peu d'acteurs, souvent globaux surtout en post-crise avec à la fois un resserrement du marché et l'apparition d'acteurs de niche.

Thématiques mises en avant :

- Oenotourisme et gastronomie,
- Patrimoine et Culture,
- Tourisme urbain,
- Nature et Itinérance

Cibles :

Les familles, les couples actifs,
les best agers, CSP+
Individuels