

Opération de promotion en Scandinavie



En partenariat avec Atout France et le CRT Côte d'Azur, Golfe de Saint-Tropez Tourisme participe à une opération de promotion en Scandinavie du 24 au 28/04/17.

Nous serons présents pour y assurer la promotion du Golfe de Saint-Tropez : workshops avec les pros du Tourisme, conférences de presse et dîner VIP avec des influenceurs.

Une clientèle au très grand pouvoir d'achat et qui voyage beaucoup, un marché prometteur à très gros potentiel pour notre territoire.

En vue de cette action de promotion en Scandinavie pour promouvoir le Golfe de Saint-Tropez, voici une synthèse de notre étude de marché de cette destination.

ETUDE DU MARCHE SCANDINAVE – 2017

DANEMARK

Capitale : Copenhague

5 700 000 habitants dont 6,4% viennent en vacances en France

Un marché mature à alimenter en nouveautés

Caractéristiques :

- Pouvoir d'achat élevé
- Dépense plus que la moyenne européenne en vacances
- Les touristes nordiques ont 5 à 6 semaines de congés par an
- Taux de départ à l'étranger 25,3%
- Beaucoup d'achats en ligne, pour les vacances principales : réservation de packages souvent Dynamiques.
- Réservation online : 80%, dont site d'un tour-opérateur : 69 %, site d'une agence de voyage : 11%

Marché danois en France :

- France : 2ème destination des Danois, derrière l'Espagne
- 9% de part de marché
- Concurrents : Espagne, Italie, Pays Nordiques, Grèce et Turquie
- Un peu plus de 500 000 séjours danois en France
- 300 millions d'euros de recettes en France
- 507 530 nuitées hôtelières en 2010 (+5,6% par rapport à 2009)
- 567 085 nuitées camping en 2010
- Desservi par aéroports Nice et Marseille
- Pic de fréquentation en juillet, mais voyagent toute l'année
- Hôtellerie (3* principalement) dont 12% en PACA
- Camping (4* principalement) dont 24% en PACA

Profil du touriste danois :

- 87% des vacances sont prises en dehors des jours fériés, 56% sont venus en France en été
- Printemps et automne sont les saisons privilégiées par les seniors
- 42% ont passé entre 5 et 8 jours en France, 22 % 9 à 14 jours
- Hôtellerie 3* est l'hébergement le plus utilisé, suivi par la location d'appartements et les campings 3 / 4* + hôtels 4/5*
- Hôtellerie (3* principalement) dont 12% en PACA
- Camping (4* principalement) dont 24% en PACA
- Moyen de transport le plus utilisé : la voiture individuelle
- Activités les plus pratiquées : tourisme urbain, visites culturelles/historiques et shopping
- Facteurs les plus importants dans le choix de la France : curiosités et rapport qualité/prix
- Eléments les plus appréciés : gastronomie/vins, paysages et richesses culturelles/historiques
- Réservation + d'1 mois à l'avance : 57%
- Décideur : femme

Intérêts : œnotourisme, golf, city break, gastronomie (bio), cyclotourisme, croisière, tout compris

Objectif : valoriser les vacances actives, en famille, nature et terroir.

La destination France n'est donc pas en position de leader et reste fortement challengée, d'où un besoin d'alimenter le marché en nouveautés. Le tourisme d'affaires est important à destination de Paris et Nice - Côte d'Azur qui se situent dans le top 10 des destinations MICE sur le marché scandinave.

<http://atout-france.fr/notre-reseau/danemark>



SUEDE

Capitale : Stockholm

9 675 000 habitants

Près de 900 000 séjours en France pour 2015 soit une progression de +9% par rapport à 2014

Caractéristiques :

- Pouvoir d'achat élevé
- Dépensent plus que la moyenne européenne en vacances
- Les touristes nordiques ont 5 à 6 semaines de congés par an
- Beaucoup d'achats en ligne, pour les vacances principales : packages et réservations individuelles.
- Réservation online : 74%

Marché suédois en France :

- France : 4ème destination touristique hors Scandinavie (après Espagne, Allemagne et Grande-Bretagne)
- 4,4% de part de marché
- Concurrents : pays scandinaves, Espagne, Allemagne, GB, Turquie, Malte ...
- Environ 560 000 séjours suédois en France
- 517 millions d'euros de recettes en France
- Dépense moyenne du touriste suédois en France : 913 euros
- 550 374 nuitées hôtelières en 2010
- 47 433 nuitées camping en 2010
- Desservie par aéroports Nice et Marseille
- Hôtellerie (3* principalement) dont 16% en PACA
- Camping (3* principalement) dont 8% en PACA
- Pic de fréquentation en juin et juillet
-

Profil du touriste suédois :

- 2010 : 562 000 séjours en France dont 433 000 séjours loisirs et 129 000 séjours affaires
- 55% sont venus en France en été
- Printemps et automne sont choisis par les seniors
- Durée moyenne d'un séjour loisir en France : 7 jours
 - 61% passent en France entre 4 et 7 nuits
 - 16% passent entre 1 et 3 nuits
 - 9.5% passent entre 8 et 10 nuits
 - 7.5% entre 11 et 17 nuits
- L'hôtellerie est l'hébergement le plus utilisé 54.5% (hôtellerie 3 et 4 *), suivi des familles résidences secondaires ou amis : 28%, des locations : 13% et du camping 3%
- Moyens de transport les plus utilisés : avion 84%, voiture 10%, bateau 4%, bus 2%
- Importance de la place des familles et enfants en Suède pour les vacances

Intérêts : gastronomie, œnotourisme, authenticité, cyclotourisme, golf, paysages, culture, shopping, lieux de mémoire, city break, luxe 4 et 5*

<http://atout-france.fr/notre-reseau/suede>



NORVÈGE

Capitale : Oslo

5,125 millions habitants

Un marché à conquérir - fort potentiel – très grand pouvoir d'achat

La Norvège, non membre de l'Union Européenne, et 5ème PIB par habitant au monde - en termes de PPP - reste une exception au niveau des pays nordiques sur le plan économique, en grande partie en raison de ses richesses pétrolières et de son gigantesque fonds souverain. Toutefois, la baisse du prix du baril a entraîné un ralentissement de l'économie dès 2014.

Sur la zone scandinave (Danemark, Suède, Norvège), la Norvège est le marché au plus fort pouvoir d'achat, mais aussi le moins mature.

Les principales données sont les suivantes :

- Prévision taux de croissance 2017 : + 1,6%
- PIB par habitant en US Dollar 2017 : 70 660 USD en PPP

Principales tendances du marché et recommandations pour l'aborder

Pour les Nordiques disposant de 5 à 6 semaines de congés payés et d'un climat peu clément en hiver, le budget vacances est sacré. Les Norvégiens passent en moyenne 3,4 semaines de vacances à l'étranger par an. Ils se placent également en tête du podium nordique pour le budget consacré aux vacances. Alors que seulement 400 000 Norvégiens ont visité la France en 2015, ils ont consommé davantage de nuitées hôtelières que 600 000 Danois.

- Pic de fréquentation en avril, juin, juillet, août et septembre.
- Réservation 2 à 3 mois à l'avance, mais le last minute augmente.
- Expansion de la compagnie Norwegian, 3^{ème} low cost en Europe.

Il convient sur ce marché à fort potentiel d'accroître la notoriété des destinations françaises autres que Paris et la Côte d'Azur, en valorisant des produits à fort potentiel comme le tourisme en ville, l'œnotourisme, la croisière fluviale ou encore le golf.

Intérêts : city break, le tourisme d'affaires, l'œnotourisme et la gastronomie, le golf, le cyclotourisme

Objectif : accroître la notoriété de notre destination.

<http://atout-france.fr/notre-reseau/norvege>