





République Tchèque

Avec un PIB par habitant en standard de pouvoir d'achat qui se rapproche de plus en plus de celui de la France (36.100 contre 39.100 en 2024), la République tchèque est sans aucun doute le marché incontournable d'Europe centrale, qui affiche de surcroît depuis maintenant plusieurs années le taux de chômage le plus faible de l'Union Européenne (2,6%). En 2023, le budget des Tchèques consacré aux vacances a augmenté de 11% par rapport à 2022. Une tendance qui se confirme en 2024 : les dépenses effectuées par les Tchèques pour les séjours à l'étranger ont augmenté de 14% par rapport à 2023.

En 2024, le nombre total de séjours réalisés par les Tchèques a augmenté de 3,4 %, avec un taux de départ à l'étranger de 25,85 %, soit 7,52 millions de séjours à l'étranger (+2,4 % vs. 2019).

Marchés d'intervention d'Atout France

Roumanie Hongrie

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

• Population : env. 11 millions d'habitants

• Taux de croissance 2024 : 1%

Prévision taux de croissance 2025 et 2026 : +2,4% et +2,7%

• PIB par habitant (2024) : 25.870€

En 2024, le salaire mensuel réel moyen en République tchèque poursuit sa forte croissance : il a augmenté de 3,9 % en glissement annuel au premier trimestre 2025, après une hausse de 4,2 % au trimestre précédent **soit une hausse cumulée de 27% depuis 2019.**

Grâce à cette importante revalorisation des salaires et des pensions, la consommation des ménages a repris, et avec elle la consommation des voyages et les dépenses effectuées dans le cadre de séjours à l'étranger (+51% en 2023 vs. 2022 et +14% en 2024 vs. 2023). Les Tchèques étaient plus nombreux à voyager en 2024 (+2,4% vs. 2019) – une tendance qui devrait se poursuivre en 2025. Selon de premières enquêtes, 77 % des Tchèques prévoient de partir en vacances cette année, et 39 % d'entre eux ont choisi une destination à l'étranger.

Sources : Commission Européenne, DGE, FMI, Czech Statistical Office, ACCKA, TTG Czech Republic ©Valerii Tkachenko

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Malgré une préférence vers des pays méditerranéens (surtout pour la saison estivale) comme l'Italie, la Croatie et l'Espagne, ou de proximité comme la Slovaquie et l'Autriche, la France a cependant séduit près de **497 000 touristes tchèques en 2024 (+4,75% vs. 2023).** Les Tchèques voyagent également **de plus en plus en dehors de la haute saison**, notamment en mai, juin, septembre et octobre. Cette période est particulièrement prisée par les seniors ou les familles avec de jeunes enfants. Fait notable : l'Italie connait une croissance de 25% du nombre d'arrivées de touristes tchèques en 2024, se positionnant à présent en destination n°1 pour les Tchèques ; la France a assurément une carte à jouer pour attirer cette clientèle de plus en plus aisée.

Notre destination bénéficie en effet d'une **très bonne desserte aérienne** avec 7 villes françaises (Bordeaux (nouveau en 2025), Lyon, Marseille, Mulhouse/Bâle, Nantes, Nice et Paris situées à moins de 2h de Prague, sans oublier Genève pour le ski dans les stations des Alpes françaises et Bilbao comme porte d'accès à la côte basque.

Grâce à un intérêt marqué pour les thématiques **Culture et Patrimoine**, **Œnotourisme et Activités de plein air** (notamment cyclotourisme) permettant des flux touristiques hors saison estivale et une demande touristique s'orientant vers des hébergements et des prestations de meilleure qualité, la République tchèque mérite toute sa place dans la liste des marchés à prospecter.

A noter également un fort intérêt des Tchèques pour les sports d'hiver, avec 4 millions de personnes qui pratiquent le ski et 2,3 millions de skieurs tchèques qui réservent des vacances de sports d'hiver à l'étranger chaque année. Entre décembre 2024 et début février 2025, les Tchèques ont passé plus de 107.000 nuitées dans les stations de ski françaises (lits chauds).

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

- Découverte du patrimoine et de la culture locale, Activités de pleine nature (cyclotourisme, randonnée, ski),
 Gastronomie/Oenotourisme
- Prise en compte grandissante des problématiques liées au tourisme durable, mais peu d'offres dédiées à part dans le segment du vélotourisme
- A noter une attention particulière des voyageurs au rapport qualité / prix et aux réservations de première minute

Top 5 régions : Paris, Côte d'Azur, Alpes, Corse, Provence

Publics cibles: DINKs, Millenials, Seniors actifs

Intermédiation: maximum 25 % pour le tourisme de loisirs généraliste; beaucoup plus important pour le haut de

gamme (entre 75 et 80%) et le ski (env. 80%) **Principales OTAs** : Invia, Etravel, Booking, Zajezdy

Saisonnalité : Prolongement de la saison jusqu'à septembre-novembre

Phases de réservation : juillet à octobre pour le ski, octobre à février pour l'été, 1 à 3 mois avant les séjours printemps

et automne

Nos recommandations pour aborder ce marché

Nos recommandations pour aborder ce marché

Compte tenu de la spécificité du marché (intermédiation France active, clientèle individuelle connectée), Atout France développe une stratégie de communication grand-public axée sur les réseaux-sociaux et les prescripteurs (presse et blogueurs) en déclinant les thématiques les plus pertinentes :

- Une offre renouvelée en matière d'expositions et d'événements pour développer les séjours urbains et culturels tout au long de l'année
- La diversité des destinations touristiques avec de nouvelles idées de circuits notamment pour l'oenotourisme et la nature active (randonnées, vélo) en avant et arrière-saison
- La montagne hiver

Vis-à-vis de la distribution, notre préoccupation sera de mieux intégrer les Tour-opérateurs tchèques, souvent des structures de petite et moyenne taille, dans le circuit de l'offre touristique française - notamment sur la niche du Slow Tourisme (cyclotourisme, randonnées, tourisme fluvial...).

Thématiques: Nature active; Culture; Tourisme urbain; Montagne Hiver; Oenotourisme

Le marché République Tchèque en un clin d'oeil

