

Luxembourg

Le Luxembourg, un marché taillé pour le haut de gamme, totalement sous-estimé.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

Petit pays par sa taille et le nombre de ses habitants, le Grand-Duché du Luxembourg se distingue de tous les autres pays européens par son PIB par habitant (le plus élevé au monde), une croissance permanente et un taux de chômage parmi les plus bas.

Cette « marque de différence » s'accompagne d'un taux de départ en vacances extrêmement élevé : 83% de la population en 2022, soit l'un des plus forts en Europe (94% des voyages se font à l'étranger).

Les principales données sont les suivantes :

Population en 2023 : 660 809 habitants (dont 47% d'étrangers)
Taux de croissance en 2022 : +1,6% (prévision à +1,5% en 2023)
Taux de chômage en 2023 : 5,2%
PIB par habitant en 2021 : 107?792 \$USD?

source : FMI, Statec - chiffres 2022-2023

© *fuchs-photography*

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Un marché toujours prêt à offrir de belles perspectives à notre offre « haut de gamme ».

La France, avec 22% de parts de marché, est la 1ère destination à en bénéficier devant l'Allemagne (11%), la Belgique, l'Italie et le Portugal (tous trois à 8%).

Mais pays voisin ne rime pas forcément avec séjour de proximité. En effet, les régions touristiques françaises et, dans une moindre mesure, allemandes, sont, pour la plupart, géographiquement éloignées du Luxembourg (Provence, Côte d'Azur, Languedoc...)

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les Luxembourgeois possèdent le pouvoir d'achat le plus élevé d'Europe, et il faut donc utiliser une communication adaptée au standing de cette clientèle, qui est très sensible à la qualité de l'hébergement et des produits

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder ce marché

- Conforter nos parts de marché par rapport à la concurrence ;
- Valoriser les filières de produits à forte valeur ajoutée ;
- Renforcer les thématiques de niche (golf, bien-être...)?

Cibles : couples, millénials, seniors, dinks, cibles CSP + et ++.

A destination de ces cibles, sont principalement valorisés les offres d'hébergement de luxe, le littoral méditerranéen, le bien être, le golf, les destinations ultra-marines, les sports d'hiver, l'art de vivre, le tourisme d'affaires.

Le marché Luxembourg en un clin d'oeil

chiffres clés Luxembourg