

Ukraine

Deuxième, dans le classement des plus vastes pays européens, l’Ukraine dispose de ressources naturelles considérables, d’une industrie importante et entreprend des réformes économiques de profondeur ces dernières années.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Deuxième, dans le classement des plus vastes pays européens, l’Ukraine dispose de ressources naturelles considérables, d’une industrie importante et entreprend des réformes économiques de profondeur ces dernières années. Les perspectives positives se sont considérablement détériorées après le début de la guerre en Ukraine fin février 2022.

Le pays était en croissance économique continue depuis 2016.

La libéralisation du régime de visa avec l’Union européenne en 2017 a incité les touristes ukrainiens à choisir les destinations européennes, dont la France qui reste pour eux un pays à fort attractivité touristique.

Principales données économiques :
Population (2021) : 41 M [1]
Taux de croissance (2022) : - 45 %[2]
Prévisions de croissance pour 2022 : 2,10 %[3]
PIB par habitant (2022) : 4000 euros [4]
Nombre de départs à l’étranger (2020) : 11,2 M[5]
Nombre d'arrivées en France (2021) : 128 000[6]

Principales tendances du marché et recommandations pour l'aborder (hors période du conflit militaire)

Sur le marché touristique ukrainien, l'Egypte et la Turquie sont les destinations les plus plébiscitées et restent les produits phares chez les professionnels du tourisme : ces destinations représentent plus de 70% des ventes globales pour le tourisme organisé.

Toutefois, les destinations européennes ont toute leur place et, ont vu une augmentation très significative d'arrivées ukrainiennes depuis la libéralisation du régime de visa en 2017 (+67% en 2018 par rapport à 2017), les voyages vers l'Europe se sont démocratisés.

Comme conséquence de cette libéralisation, l'offre aérienne est en évolution avec l'émergence d'une compagnie aérienne low-cost locale SKY UP (appartenant au même holding avec le tour-opérateur Join Up) reliant Kiev mais aussi certaines villes régionales avec Paris, Nice et, ayant les projets d'ouvrir une ligne vers Lyon.

La clientèle à haute contribution est présente en France en préférant Paris, la Côte d'Azur, Monaco, les stations de ski haut de gamme.
Et même si le pays a traversé plusieurs crises, cette clientèle n'a pas vraiment changé ses habitudes et a continué à fréquenter ses pays de prédilection, dont la France.

Clientèle à fort pouvoir d'achat , spontanée, affectionnant les départs de dernière minute et de plus en plus les courts séjours, habituée des voyages milti-destinations, les Ukrainiens sont fidèles à la destination France tout en apportant une attention particulière au rapport qualité-prix.

Orientations stratégiques :
- Veille du marché : distribution, médias, digital
- Concentration sur les marchés émetteurs de la CEI : Kazakhstan, Azerbaïdjan

Journées Partenariales 2022 : Visionner la conférence marché Russie et CEI

[1] Banque mondiale
[2] FMI
[3] FMI
[4] FMI
[5] Service de statistique d'Etat d'Ukraine
[6] Oxford Economics

Mise à jour : juin 2022

Le marché Ukraine en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

UKRAINE

Taux de change

1 € = 32 grivna (juin 2022)

Quelques données économiques

- 41 MILLION d'habitants
- 4 741 € PIB / habitant
- 2,10% CROISSANCE de l'économie (prévisions 2022)

Données touristiques

- 11,2 MILLIONS de voyages à l'étranger (2020)
- 128 MILLE arrivées en France (2021)
- 486 MILLE nuitées en France (2021)
- 40 MILLIONS de recettes touristiques en France (2021)

Classé VERT pour la France (COVID-19)

- 25% PRINTEMPS
- 20% AUTOMNE
- 40% ÉTÉ
- 15% HIVER

Principaux bassins émetteurs



Kiev, Lviv, Dniepr

Périodes de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Profil voyageurs

- Démocratisation des voyages vers l'Europe grâce à la suppression des visas : Millennials, familles, DINKs
- Fort intérêt pour la culture et les circuits thématiques, la gastronomie
- Fort intérêt de la clientèle à haute contribution pour la France

Principales destinations visitées en France



TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Tourisme à haute contribution
2. Culture, événements
3. Montagne en hiver

Contact marché | elena.de-beauchamp@atout-france.fr

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