



## Plan d'actions Grèce

Un marché de niche à fort potentiel

La part des touristes helléniques ayant effectué un séjour à l'étranger a progressé en 2024 de +8% par rapport à 2023. La destination France se place au 7ème rang des pays visités par les touristes helléniques avec la 4ème place concernant les recettes touristiques (45M €) générées du marché grec (source Eurostat).

### Chiffres clés

**240 000**  
Visiteurs en 2024

**+22%**  
de visiteurs grecs en France en  
2024 v. 2023

**6,9**  
Durée moyenne de séjour

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

- Population : 10,40 millions d'habitants
- PIB 2025 : +2.1%
- Prévision PIB 2026 : +2,4%
- PIB/Habitant : 24 600 € (prix constants)
- Taux d'inflation (septembre 2025) : 1,8%
- Taux de chômage (février 2026) : 8,5%
- Dette publique en forte baisse : 156% du PIB en 2024 v. 206% en 2020, trajectoire pour atteindre 146 % du PIB en 2025 et 138 % du PIB en 2026.
- La Grèce a dégagé en 2025 un excédent budgétaire primaire de 4,9%, qui fait suite à l'excédent de 4,8% en 2024.

Sources : FMI - Eurostat

### Positionnement de la destination France

Avant la crise, la Destination France accueillait près de **200 000 visiteurs grecs** chaque année pour environ 1,6 million de nuitées touristiques.

Le marché grec représente une clientèle à haute contribution et une classe supérieure francophile attachée à la France et à ses valeurs, avec des jeunes et les familles. En outre, la France bénéficie en Grèce d'un réseau de professionnels expérimentés et des connexions aériennes régulières entre nos deux pays.

En 2024, la destination France a accueilli 240.000 visiteurs grecs pour une recette touristique de l'ordre de 45 millions d'euros selon Eurostat.

- **Durée moyenne de séjour** : 9,7 jours
- **Connectivités aériennes** : 150 connexions hebdomadaires en été et 100 connexions en hiver, principalement d'Athènes

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

#### Profil des voyageurs

Repeaters : 50% / First timers : 50%

Bassins émetteurs : 80% Athènes et 20% Thessalonique

Clientèle haut de gamme et catégorie familiale supérieure

Voyage loisir : 70% / Voyage affaires : 30%

Moyenne d'âge : 45 ans (vieillessement de la population)

**Le marché est constitué de plusieurs segments :**

1. Clientèle individuelle aisée, francophile et francophone.
2. Clientèle de groupes, de classe moyenne-supérieure, captée par les réseaux professionnels.
3. Touristes d'affaires pour les salons et les congrès.

**La majeure partie du secteur de l'économie du tourisme hellénique montre une dépendance :**

- aux marchés européens : 90% des arrivées touristiques ;
- au tourisme international : 75% de la clientèle des structures hôtelières ;
- à la haute saison : 80% des séjours entre mai et septembre.

#### Principales raisons de choisir la France

Si ce marché est lui-même une destination touristique concurrente de la France, le marché grec présente de nombreux

atouts : un marché de niches, un réseau de professionnels connaisseurs, des connexions aériennes régulières, une affinité avec les valeurs de la destination France. Le marché ne présente pas un gros volume, mais se situe d'une part sur un segment très qualitatif et d'autre part sur celui des groupes. Il présente en outre une dimension affaires, avec notamment les salons et les congrès.

#### **Activités favorites :**

City Break  
Culture et patrimoine  
Evénements  
Shopping  
Montagne

#### **Place du tourisme d'affaires**

Le tourisme d'affaires hellénique en France représente environ 30% des flux touristiques avec une présence remarquée aux Congrès ou salons.

#### **Destinations favorites en France**

Paris - Ile de France  
Provence-Alpes-Côte d'Azur  
Auvergne-Rhône-Alpes

#### **Sensibilité au tourisme durable**

Les touristes helléniques sont sensibles aux zones préservées et recherchent les grands espaces naturels pour fuir le tourisme de masse.

#### **Mode de réservation**

Une clientèle individuelle qui a pour habitude à 80% de réserver directement auprès des structures ou via les supports de réservations en ligne. L'intermédiation représente 20% des réservations et principalement dans le secteur affaires.

#### **Saisonnalité**

Printemps : 32%  
Eté : 38%  
Automne : 10%  
Hiver : 20%

## **Recommandations pour aborder ce marché**

Le marché grec dispose de plusieurs atouts pour la destination France : il est considéré comme un marché de niche, avec un réseau de professionnels expérimentés et des connexions aériennes régulières entre nos deux pays. Il existe une affinité historique avec les valeurs de la destination France.

Compte-tenu du poids du marché limité et donc de la difficulté à fédérer des partenaires en temps normal, le plan d'actions proposé pour le marché grec en 2025 ne correspond pas à une démarche continue mais se concentre sur la mise en place d'actions d'opportunité et ciblées.

#### **Vers le grand-public**

Campagne Facebook de dark posts depuis la page Explore France en langue anglaise (env. 1.800 suiveurs grecs)

#### **Vers la presse**

Conférence de presse.  
Accueils de presse.

#### **Vers les professionnels**

Démarchage à Athènes, permettant de rassembler les principaux TO et leurs réseaux d'agences.  
Participation des tour-opérateurs grecs aux événements Rendez-Vous en France et Destination Montagne 2025.  
Eductours et accueils de tour-opérateurs grecs autour des événements Rendez-Vous en France et Destination Montagne 2025.

# Le marché Grèce en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### GRÈCE

#### Quelques données économiques

- 10,7 MILLIONS d'habitants
- 19 670 € PIB / habitant
- +2,4% PIB 2023  
+2,3% PIB 2024

#### Saisonnalité

- 38%** ETE  
Pont : 25%
- 20%** HIVER  
Dont Noël
- 32%** PRINTEMPS
- 10%** AUTOMNE

#### Période de réservation



#### Principales destinations en France



#### Taux de change



#### Données touristiques en 2023\*

- 6** MILLIONS DE TOURISTES À L'ÉTRANGER
- +21,5%** PAR RAPPORT À 2022
- 196 428** ARRIVÉES TOURISTIQUES EN FRANCE
- 119,3** MILLIONS € DE RECETTES TOURISTIQUES
- 6,90** JOURS = DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

\* Données Banque de Grèce

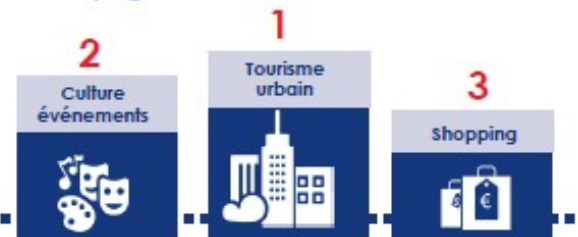
#### Principaux bassins émetteurs



#### Profil voyageurs

- FRANCE : 7<sup>È</sup> DESTINATION ÉTRANGÈRE DES GRECS
- HAUT DE GAMME ET CLASSE FAMILIALE SUPÉRIEURE
- CLIENTÈLE DE GROUPE
- TAUX D'INTERMÉDIATION : 30%
- FORTE PROGRESSION DE L'ACCESSIBILITÉ AÉRIENNE
  - + DE 150 CONNEXIONS AÉRIENNES / SEMAINE
- PRINCIPALE PÉRIODE DE SÉJOURS : PÂQUES ORTHODOXES

#### TOP 3 des motivations de voyages en France



SOURCES | FRANCE TOURISME OBSERVATION

Contact marché Grèce | [frederic.meyer@atout-france.fr](mailto:frederic.meyer@atout-france.fr)

Les opérations à la carte

2026

- [Italie & Grèce : éductours 2026](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

**Marchés d'intervention :** Grèce, Italie

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Grands

**Espaces et filières :** évènements , Montagne, Slow tourisme , Tourisme durable ,  
Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Outils indispensables de formation et de programmation, les éductours permettent aux professionnels italiens et grecs de mieux connaître et mieux vendre votre destination / vos produits.

Thématiques possibles : tourisme durable, vélo / cyclisme, randonnées, gastronomie, œnotourisme, culture et patrimoine, haute contribution.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
1 à 5 par éductour

## FORMAT

**Format de l'opération :**  
3 à 4 jours de découverte de la destination

**Indicateur de performance :**  
Impact sur la programmation et les ventes

**Profil visiteur :**  
Tour-opérateurs, agents de voyage avec licence tour-opérateur

**Visiteur attendu :**  
4-5 TOs max par éductour

**CASERINI - CHIARA** chiara.caserini@atout-france.fr  
**MINNITI - FRANCESCA** francesca.minniti@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

