Marianne symbole République Française
Logo Atout France
banniere_luxembourg

Plan d'actions 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

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 selon le FMI, ainsi que par un niveau de vie parmi les plus élevés de l'Union européenne.

Ceci s'accompagne d'un taux de départ en vacances extrêmement élevé : en 2024, 83,1% des résidents âgés de 15 ans et plus ont effectué au moins un voyage touristique personnel, et 95,3% de leurs voyages se sont déroulés à l'étranger — la proportion la plus forte de l'UE.

Principaux indicateurs économiques :

- Population au 1er janvier 2026 : 690 959 habitants, dont 46,6% d'étrangers ;
- Croissance démographique en 2025 : +1,3% ;
- PIB en 2025 : 89,0 milliards d'euros, soit environ 100 380 € par habitant ;
- PIB par habitant selon le FMI : environ 155 730 $ US en 2026 ;
- Croissance du PIB en 2025 : +1,0%, avec une prévision de +1,7% en 2026 ;
- Taux de chômage en septembre 2026 : 6,5%.

Sources : STATEC, Eurostat, ADEM, FMI et DG Trésor — chiffres 2024-2026.
© *fuchs-photography*

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

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

- 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