

Plan d'actions Norvège

La Norvège se distingue traditionnellement des autres marchés nordiques par un niveau de vie et un pouvoir d'achat élevés. Elle demeure toutefois un marché moins mature pour la destination France que le Danemark ou la Suède, avec un potentiel de développement encore important au-delà des destinations et produits déjà connus. Dans ce contexte, la progression de la France est particulièrement encourageante. Elle montre que la diversité de l'offre française, ainsi que l'amélioration de l'accessibilité peuvent compenser en partie les contraintes monétaires. L'enjeu pour 2026 est de consolider cette croissance, d'élargir la connaissance des régions françaises et de transformer ce regain d'intérêt en fréquentation durable.

Chiffres clés

222

millions EUR de recettes
touristiques en France en 2024

381 000

Norvégiens ont visité la France
2025

21%

de progression des arrivées
norvégiennes en France en
2025

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

La Norvège, qui n'est pas membre de l'Union européenne mais appartient à l'Espace économique européen, demeure l'une des économies les plus prospères du monde. Son PIB par habitant atteint environ **105 880 USD** en 2026 selon le FMI. Ce niveau de richesse élevé repose sur une économie productive et ouverte, mais aussi sur l'importance du secteur pétrolier et gazier, des activités maritimes et de la gestion à long terme des revenus issus des hydrocarbures. Les revenus pétroliers sont en grande partie investis dans le **fonds souverain norvégien**. À la fin de l'année 2025, sa valeur atteignait 21 268 milliards de couronnes norvégiennes (environ 1 800 milliards d'euros). Il constitue ainsi l'un des plus importants fonds d'investissement au monde et contribue à protéger l'économie nationale contre les fluctuations des revenus pétroliers.

Après plusieurs années de croissance modérée, marquées notamment par une inflation élevée et la hausse des taux d'intérêt, l'économie norvégienne s'est redressée à partir du second semestre 2024. La croissance devrait se poursuivre en 2026, soutenue par l'amélioration du pouvoir d'achat et la reprise de la consommation des ménages. Le contexte reste néanmoins soumis aux évolutions des prix de l'énergie, des taux d'intérêt, de la demande internationale et de la couronne norvégienne.

Pour le secteur touristique, le niveau de vie élevé des ménages constitue un atout important. Toutefois, la faiblesse persistante de la couronne norvégienne face à l'euro renchérit les voyages à l'étranger et renforce la sensibilité des consommateurs au prix, au taux de change et au rapport qualité-prix.

- Population : 5,5 millions d'habitants en 2025
- PIB par habitant en 2026 : 105 880 USD
- Évolution du PIB en 2025 : +1,1%
- Prévision de croissance du PIB en 2026 : +1,5%
- Taux de chômage moyen 2026 : 4,2%
- Taux d'inflation moyen en 2026 (glissement annuel) : +3,3%
- Dette publique en % du PIB en 2026 : 42,9%

Positionnement de la destination France

D'après Statistics Norway, la France conserve en 2025 la **6^e place** parmi les destinations des résidents norvégiens, derrière la Suède, l'Espagne, le Danemark, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Ce classement confirme une position solide, mais encore en retrait par rapport aux destinations voisines et aux grands marchés européens traditionnellement privilégiés par les Norvégiens.

Environ **381 000 visiteurs norvégiens** se sont rendus en France en 2025, contre 314 000 en 2024, soit une progression de **21%**. Cette hausse marque une nette accélération de la fréquentation et contraste avec la croissance plus modérée enregistrée par l'Espagne, première destination étrangère des Norvégiens.

Le marché reste néanmoins sensible au taux de change. La faiblesse persistante de la couronne norvégienne face à l'euro renchérit le coût des voyages à l'étranger et **renforce l'attention portée au rapport qualité-prix**. Elle favorise parallèlement le tourisme intérieur et l'attractivité de la Norvège auprès des visiteurs internationaux.

Les dépenses des visiteurs norvégiens en France sont estimées à environ **222 millions d'euros** en 2024, selon la Banque de France. Ce montant confirme la valeur économique de cette clientèle, traditionnellement dotée d'un budget de voyage élevé, même si la faiblesse de la couronne norvégienne renforce désormais son attention au prix et au rapport qualité-prix.

Le budget moyen consacré aux vacances était estimé à **45 900 NOK par foyer** et par séjour en 2024-2025, soit environ **4 000 euros** au taux de change alors retenu. Cet indicateur traduit une **capacité de dépense importante**, mais il doit être interprété comme un budget global par foyer et non comme une

dépense individuelle ou spécifiquement consacrée aux voyages en France.

L'accessibilité aérienne constitue un atout essentiel pour la destination. En 2026, **28 liaisons directes** relient six aéroports norvégiens — Oslo, Bergen, Stavanger, Tromsø, Trondheim et Oslo-Torp — à dix destinations françaises ou portes d'entrée vers la France. Cette offre reflète à la fois la dispersion géographique des bassins émetteurs norvégiens et l'importance des flux touristiques dans les deux sens.

La forte progression enregistrée en 2025 confirme ainsi le potentiel de la France sur le marché norvégien. L'enjeu consiste désormais à consolider cette croissance, à accroître la notoriété des régions françaises et à mieux valoriser la diversité de l'offre auprès d'une clientèle à fort pouvoir d'achat, mais sensible à l'accessibilité et au coût global du séjour.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La Norvège demeure traditionnellement le marché nordique disposant du budget de voyage le plus élevé. Les vacances occupent une place importante dans les dépenses des ménages, même si la faiblesse persistante de la couronne norvégienne face à l'euro renforce leur attention au prix, au taux de change et au coût global du séjour.

La recherche de soleil et de températures plus douces reste une motivation structurante, notamment pendant la période hivernale. Les voyages d'été demeurent cependant majoritaires, tandis que le printemps et surtout l'automne représentent également des périodes importantes de départ. Cette répartition offre un potentiel pour développer les ailes de saison, en particulier autour des city-breaks, de la gastronomie, de l'œnotourisme, du golf et des vacances actives.

La forte progression de la fréquentation norvégienne en France en 2025 confirme le potentiel du marché. L'un des principaux enjeux consiste désormais à élargir la connaissance de la destination au-delà de Paris et de la Côte d'Azur, en mettant davantage en avant la diversité des régions françaises et des produits adaptés à cette clientèle : séjours sportifs, montagne, cyclotourisme, golf, gastronomie, œnotourisme, littoral et itinéraires combinant plusieurs expériences.

Principaux bassins émetteurs

Les principaux bassins émetteurs restent :

- Oslo
- Bergen
- Stavanger

Principales destinations visitées en France

Les destinations françaises les plus connues et fréquentées par la clientèle norvégienne restent :

- Paris et l'île de France
- Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Auvergne-Rhône-Alpes, notamment pour les Alpes et les séjours ski
- Grand Est
- Occitanie

Ces destinations bénéficient de leur notoriété, de leur accessibilité ou de leur positionnement sur des thématiques appréciées des Norvégiens. Elles ne doivent toutefois pas masquer le potentiel d'autres régions françaises, notamment celles proposant un accès direct, un littoral, des activités de plein air ou une offre gastronomique forte.

Modes de réservation

Le parcours de réservation est largement digitalisé. Les réservations directes auprès des compagnies aériennes, des hébergeurs et des prestataires, ainsi que les OTA et les sites des tour-opérateurs, occupent une place centrale.

L'intermédiation reste néanmoins importante pour les voyages packagés, les séjours spécialisés, le ski, le golf, les circuits ou les destinations moins familières. Le marché est marqué par la présence de grands groupes opérant à l'échelle nordique, aux côtés d'acteurs nationaux et de spécialistes de niche. Le travail avec la distribution doit donc être ciblé en fonction des produits, des clientèles et de la capacité des

partenaires à commercialiser de nouvelles destinations françaises.

Saisonnalité

La dernière ventilation disponible pour les séjours norvégiens en France est la suivante :

- Printemps 15%
- Été 45%
- Automne 30%
- Hiver 10% dont les séjours au ski

L'été reste ainsi la principale saison de départ. Le **poids élevé de l'automne** constitue toutefois une spécificité intéressante pour la France et offre des opportunités autour du littoral, des city-breaks, de la gastronomie, de l'œnotourisme et des séjours actifs. Ces pourcentages doivent être considérés comme indicatifs, aucune actualisation publique plus récente n'ayant été identifiée.

Tourisme d'affaires

Le tourisme d'affaires norvégien vers la France a retrouvé en 2024 un niveau comparable à celui de 2019. Il ne convient donc plus de parler d'un segment en phase de retour, mais d'un marché à consolider.

Paris demeure la principale destination française pour les déplacements professionnels et les événements, grâce à son accessibilité, à la densité de son offre hôtelière et à ses infrastructures.

Nice–Côte d'Azur et Lyon disposent également d'un potentiel important, tandis que Genève peut constituer une porte d'entrée vers les Alpes françaises.

Le développement de ce segment dépend en grande partie du maintien des liaisons aériennes directes, de la facilité d'organisation du séjour et de la capacité des destinations à proposer des offres combinant infrastructures professionnelles, hébergements de qualité et expériences locales.

Recommandations pour aborder ce marché

La France possède de nombreux atouts pour attirer cette clientèle, à la fois en métropole mais aussi avec ses territoires d'outre-mer qui peuvent concurrencer les destinations exotiques lointaines habituellement prisées par les Norvégiens.

Inspiration et découverte seront les mots d'ordre pour la communication en 2026. Rassurer la clientèle, mais aussi soutenir les partenaires B2B (tour-opérateurs et agents de voyages), pour les aider à relancer leur programmation avec de nouveaux produits France plus proches des attentes des consommateurs danois notamment en termes de durabilité.

- Affiner la communication en travaillant sur les thématiques à forte valeur ajoutée grâce à des collaborations avec des influenceurs et des médias puissants.
- Soutenir et renouveler la programmation des tour-opérateurs auprès du consommateur et renforcer la coopération avec les grandes agences en ligne pour le renouvellement de l'offre et l'appui des séjours en France.
- Poursuivre l'accompagnement du développement de nouvelles connexions aériennes directes et la promotion du transport ferroviaire français.
- Accompagner le retour du tourisme d'affaires autour des grands hubs accessibles à l'année (Paris, Nice, Genève, Lyon).

Cibles : CSP+ (Familles, couples, seniors), Millenials.

À destination de ces cibles, sont principalement valorisés :




- les city breaks,
- le tourisme d'affaires,
- l'œnotourisme et la gastronomie,
- le golf,
- la niche outre-mer.

Le marché Norvège en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

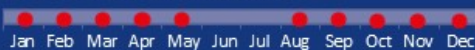
NORVÈGE

Quelques données économiques

-  5,5 MILLIONS d'habitants
-  105 880 USD PIB / habitant
-  +1,1 % PIB en 2025
+1,5 % PIB prévus en 2026



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



Taux de change



EUR 1 = NOK 11,05 (au 17-06-2026)

Données touristiques 2025

- 8** MILLIONS de voyages à l'étranger des Norvégiens
- +21%** Arrivées en France par rapport à 2024
- 381 000** Arrivées de Norvégiens en France
- 222** Millions de recettes touristiques en France issues du tourisme norvégien (2024)
- 7,5** JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 6^{ème} destination des Norvégiens à l'étranger.
 - Ils préfèrent les hôtels 4 et 5 Etoiles;
- Même s'ils privilégient toujours les voyages en avion, **les valeurs durables les intéressent fortement**

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Norvège | melanie.boislevé@atout-france.fr

