RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



Plan d'actions Slovaquie

Un marché qui se développe

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Avec un PIB par habitant en standard de **pouvoir d´achat qui se rapproche le plus de la France** (32.000 € contre 35.700 €), la République Tchèque est incontestablement le marché incontournable d'Europe Centrale, qui affiche de surcroît depuis maintenant plusieurs années le taux de chômage le plus faible de l´Union Européenne (2,6%). L´amélioration de l'environnement économique, quoique freinée ces derniers temps par une très forte inflation, se retrouve également dans la consommation des voyages, puisque selon la dernière étude Europ Assistance, **le budget des Tchèques consacré aux vacances a augmenté de 11% par rapport à 2022,** tout comme le pourcentage des projets de voyages à l'étranger (63% en 2023 vs 53% en 2022).

Malgré une préférence vers des pays méditerranéens (surtout pour la saison estivale) comme la Croatie, l´Italie et l´Espagne, ou de proximité comme la Slovaquie et l´Autriche, la France a cependant séduit près de **460.000 touristes tchèques en 2022** ; notre destination bénéficie en effet d´une très bonne desserte aérienne sur 7 villes françaises, toutes situées à environ 2 heures de Prague.

Grâce à un intérêt marqué pour les thématiques **Culture et Patrimoine, Oenotourisme et Activités de plein air** (notamment cyclotourisme et ski) et une demande touristique s'orientant vers des hébergements et des prestations de meilleure qualité, la République Tchèque mérite toute sa place dans la liste des marchés à prospecter.

Rappel des données du marché :
- Population : env. 11 millions d'habitants
- Taux de croissance 2022 : 2 %
- Prévision taux de croissance 2023 : 0,2%
- PIB par habitant (2022) : 25 870 €

Principales tendances du marché:
- retour à des réservations de première minute
- hausse du prix moyen des séjours liée à une demande en hébergement supérieur et en appartement
- une demande toujours aussi importante pour des activités de plein air (cyclotourisme, randonnées, ski)
- une attention particulière des voyageurs à la sécurité
- une population très connectée

Orientations stratégiques

Compte tenu de la spécificité du marché (intermédiation France active, clientèle individuelle connectée), Atout France développe une stratégie de communication grand-public axée sur les réseaux-sociaux et les prescripteurs (presse et blogueurs) en déclinant les thématiques les plus pertinentes :
- une offre renouvelée en matière d'expositions et d'événements pour développer les séjours urbains et culturels tout au long de l´année
- la diversité des destinations touristiques avec de nouvelles idées de circuits notamment pour la nature active (randonnées, vélo) en avant et arrière-saison
- la montagne hiver

Vis-à-vis de la distribution, notre préoccupation sera de mieux intégrer les Tour-opérateurs tchèques, souvent des structures de petite et moyenne taille, dans le circuit de l'offre touristique francaise - notamment sur la niche du Slow Tourisme (cyclotourisme, randonnées, tourisme fluvial...).

Cibles prioritaires (par ordre d´importance) :
- DINKS
- Millenials
- Seniors actifs

Thématiques :
- Nature active
- Culture
- Tourisme urbain
- Montagne Hiver
- Oenotourisme

SLOVAQUIE

Pour le marché slovaque dont la capitale Bratislava (660.000 habitants) bénéficie de sa proximité avec l´aéroport de Vienne pour les voyages à l´étranger (et donc la France), Atout France organise des actions de communication et de promotion sur mesure. Vous trouverez ci-dessous quelques chiffres clefs du marché :
- Population : 5,4 millions d´habitants
- Taux de croissance 2022 : 2,1%
- Prévision du taux de croissance 2023 : 1,7%
- PIB par habitant (2022) : 20 095 €
- Nombre de touristes slovaques en France avant la pandémie : 69.900
- Nombre de nuitées en France avant la pandémie : 717.775

Cibles prioritaires (par ordre d´importance) :
- DINKS
- Millenials
- Seniors actifs

Thématiques :
- Culture et Patrimoine
- Tourisme urbain
- Littoral
- Gastronomie

Sources : Commission Européenne, DGE, FMI, Czech Statistical Office, ACCKA, TTG Czech Republic

©Valerii Tkachenko