

# 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