



NOTE DE VEILLE INTERNATIONALE

A RETENIR

<p>Tendance marché #1</p>	<p>DANEMARK : Selon une enquête de Gouda Rejseforsikring¹ publiée début mai 2025, 21% des Danois préfèrent voyager uniquement en Europe cette année, tandis que 18% ont décidé de ne pas se rendre aux États-Unis. Cette tendance s'inscrit dans une plus grande attention aux destinations proches, indiquant que beaucoup de voyageurs privilégient la sécurité et la praticité.</p>
<p>Tendance marché #2</p>	<p>SUÈDE : Un quart des Suédois utilise désormais l'intelligence artificielle pour réserver ses voyages², soit une hausse de 57% en un an. L'adoption est surtout forte chez la génération Z (51%) et les millennials (40%), mais la génération X enregistre la plus forte progression. Les voyageurs apprécient l'IA pour trouver plus vite l'inspiration et filtrer les informations, dans un contexte où la publicité en ligne est jugée envahissante.</p>
<p>Fun fact / signal faible #1</p>	<p>FINLANDE : Helsinki a inauguré le « Doggy Route to Happiness »³, la première promenade touristique conçue spécialement pour les chiens, à l'occasion du World Dog Show 2025, attirant plus de 1 000 chiens et leurs propriétaires. Certaines installations restent permanentes, renforçant la réputation d'Helsinki comme l'une des villes les plus accueillantes pour les chiens.</p>
<p>Fun fact / signal faible #2</p>	<p>ESTONIE : Tallinn a été désignée Capitale européenne du sport⁴ pour 2025, récompensant ses infrastructures robustes</p>

¹ <https://standby.dk/gouda-flere-danskere-foretraekker-at-rejse-i-europa/>

² <https://www.travelnews.se/ovrigt/var-fjarde-svensk-bokar-resan-med-ai-kraftig-okning-fran-i-fjol/>

³ <https://www.nordicmarketing.de/en/blog/helsinki-launches-worlds-first-dog-sightseeing-route>

⁴ <https://www.travelnews.se/ovrigt/upptack-europas-sporthuvudstad-tallinn-2025/>

et son engagement pour un mode de vie actif. De nouveaux équipements seront réalisés dans chaque quartier pour encourager les pratiques locales et pérenniser l'héritage sportif.



TONALITE DES MESSAGES LORSQU'IL EST FAIT MENTION DE LA FRANCE

Pour la France de manière générale, un peu plus de mentions négatives liées à l'instabilité et aux risques de grèves. Tout de même une augmentation des mentions, +5%.

Au Danemark, la portée des mentions sur la Provence a été beaucoup plus visible cette année par rapport à 2024. Avec la participation de la Provence au festival Copenhagen Cooking, cette croissance montre que l'augmentation n'est pas juste un pic ponctuel, mais que l'engagement quotidien a également fortement augmenté.



PROPENSION À VOYAGER

La demande de voyage reste solide en 2025 : les Nordiques privilégient les expériences à valeur ajoutée (bien-être, nature, « bucket-list »), la saisonnalité et le rapport qualité/prix gagnent en importance.

Les mécanismes économiques rendent les ménages sélectifs : ils épargnent davantage sur certains postes mais consacrent une part stable ou croissante au voyage expérientiel. Les pays nordiques affichent des PIB/habitant en parité de pouvoir d'achat élevés, ce qui soutient structurellement la capacité à dépenser pour les loisirs et les voyages. Les indicateurs de revenu disponible restent supérieurs à la moyenne européenne.

Le vieillissement (part 65+ en hausse – estimations nordiques 25 % en 2040) change la nature de la demande : plus de voyage hors-saison, séjours santé, croisières/itinérants plus confortables...

En Septembre 2025, des drones non identifiés ont été observés près de plusieurs aéroports et installations militaires au Danemark, provoquant la fermeture temporaire de l'aéroport d'Aalborg et perturbant le trafic de plusieurs autres aéroports⁵. Pas d'impact signalé pour le moment sur les envies de voyage.



INNOVATION TOURISTIQUE

⁵ <https://www.dr.dk/nyheder/indland/tema/danmark-ramt-af-hybridangreb>

Analyse générale

Le X-Nordic Travel Contest, projet d'innovation touristique mené par Nordic Innovation, organisme responsable de la coopération entre pays nordiques sur le sujet, s'est déroulé ces dernières années et a pris fin en 2024. En août 2025, Nordic Innovation a publié son rapport sur le projet, « Policy Study on X-Nordic Tourism Innovation »⁶. Il en ressort un besoin pour une coopération renforcée à l'échelle régionale, dont l'ensemble des pays nordiques pourraient bénéficier. Les acteurs de la travel-tech nordique semblent unis sur ce point, même s'il reste un certain nombre de points à résoudre.

Innovations par thématiques

Data	<p>DANEMARK : VisitData⁷ est la nouvelle plateforme nationale danoise de données touristiques, créée pour renforcer la compétitivité du secteur via une utilisation intelligente et innovante des données. Elle propose des tableaux de bord adaptés à différents segments du tourisme : attractions, camping, destinations, commerces de détail, événements... La plateforme permet de comparer ses performances avec un benchmark national.</p>
IA	<p>ESTONIE : Au Musée national estonien, l'œuvre interactive <i>Quantum est in libris</i>⁸, réalisée par les artistes Varvara & Mar, explore le croisement entre le patrimoine culturel estonien ancien (manuscrits et archives) et des technologies d'IA contemporaines. Le visiteur active un écran sculptural qui transforme des textes d'archives en images ou en formes numériques, donnant vie à des récits historiques via des modèles d'IA de 3^{ème} ou 4^{ème} génération. Cette installation questionne non seulement la conservation du passé, mais aussi les enjeux de l'interprétation – notamment comment la mémoire culturelle peut être transformée, voire</p>

⁶ <https://www.nordicinnovation.org/2025/policy-study-x-nordic-tourism-innovation>

⁷ <https://www.visitdata.dk/>

⁸ <https://digitalheritage.ee/news/a-new-interactive-installation-opens-a-dialogue-between-cultural-heritage-and-artificial-intelligence>

fragilisée, quand elle devient un flux numérique médiatisé.

Promotion

SUÈDE : Visit Sweden a lancé un API (Application Programming Interface) national structurant l'offre touristique de la Suède, un des premiers pays à mettre ce système en place dans le tourisme. Ce système, accessible gratuitement et sans licence, regroupe environ 14 000 informations provenant de destinations, hébergements, événements et attractions à travers le pays. Il permet aux acteurs du tourisme de gérer et diffuser leurs données de manière centralisée, facilitant ainsi leur visibilité sur diverses plateformes numériques. Cette initiative soutient l'innovation, notamment dans les applications alimentées par l'intelligence artificielle, les outils de recommandation ou les services personnalisés basés sur la météo ou la durée de trajet. Elle s'inscrit dans une stratégie gouvernementale visant à renforcer la compétitivité numérique de la Suède.

Mobilité

NORVÈGE : Hurtigruten⁹ teste actuellement un nouveau concept de navire, nommé Sea Zero, conçu pour atteindre zéro émission en fonctionnement normal d'ici 2030, grâce à une combinaison de batteries (60 MWh), voiles intelligentes, et panneaux solaires. L'intelligence artificielle embarquée aidera à la manœuvre plus sûre et efficace des navires, tandis que des cabines intelligentes permettront aux passagers de surveiller et ajuster leur consommation énergétique.

Durabilité

NORVÈGE : Des chercheurs norvégiens¹⁰ développent une application mobile ludique inspirée du jeu vidéo, visant à aider les touristes à faire des choix plus durables en matière de transport, d'hébergement et

⁹ <https://travelnews.no/nyheter/hurtigruten-tester-fremtidens-skip/>

¹⁰ <https://travelnews.no/nyheter/forskere-lager-app-som-skal-hjelpe-turister-med-a-ta-miljoennlige-valg/>

d'activités en Norvège. L'app encourage des comportements comme rester plus longtemps dans une région, choisir des moyens de transport locaux, et privilégier les activités éco-responsables, tout en soutenant l'économie locale. Une première phase pilote a été lancée à l'été 2025 autour de la « Route d'Or » à Inderøy, avec trois passages prévus, avant un déploiement plus large prévu vers 2028.

Technologie immersive

ESTONIE : Le projet i-Game, financé par l'UE et piloté notamment par le Musée national estonien, vise à rapprocher le secteur des musées et celui du jeu vidéo afin de co-créeer des expériences ludiques basées sur le patrimoine culturel. Il s'intéresse aux bonnes pratiques, aux défis techniques mais aussi aux différences d'expérience entre les expositions physiques et les environnements en ligne, pour rendre les contenus culturels plus accessibles, immersifs et durables. Un des objectifs est de développer une plateforme collaborative réunissant musées, développeurs, communautés locales et universités, afin de valoriser les collections numériques ouvertes et d'encourager l'innovation dans l'usage du patrimoine numérique.

ATTENTES DES CLIENTELES LOCALES

Analyse générale

Le marché du tourisme dans les pays nordiques a connu une croissance soutenue, atteignant 19,78 milliards de dollar en 2024, avec un taux de croissance annuel de 2,71 %. Les voyageurs nordiques privilégient les expériences authentiques, la nature, la culture locale et les activités en plein air. La recherche de sens et de bien-être est devenue une priorité.

Les voyageurs nordiques continuent de privilégier les destinations locales pour des séjours courts, en particulier pendant les saisons intermédiaires. Les destinations méditerranéennes, telles que l'Espagne et l'Italie, restent populaires, mais les voyageurs

nordiques montrent un intérêt croissant pour des destinations offrant des expériences authentiques et uniques.

Éléments de tendances par segment de clientèle

Famille	SUÈDE : Les réservations de croisières pour l'été 2025 ont bondi de plus de 41 % chez Ticket ¹¹ par rapport à 2024, et la part des Suédois préférant ce type de voyage est passée de 4 % à 12 %, avec le bassin méditerranéen en destination phare. Une tendance notable : les croisières attirent davantage de familles, avec une offre adaptée aux enfants.
Jeune	DANEMARK : La tendance de voyage en solo ¹² est en augmentation, en particulier chez les femmes. Ces voyages en solo sont souvent doublés de vacances actives .
Senior	DANEMARK : Apollo Rejser constate une augmentation des voyages groupés impliquant plusieurs générations d'une même famille. Ces voyages intergénérationnels sont souvent réservés longtemps à l'avance, soulignant une tendance où grands-parents, parents et enfants partent ensemble.
Affaires / MICE	Le Nordic Business Travel Summit (NBTS), organisé les 17-18 mars 2025 à Oslo, portait sur le thème « Let's get Real – In an AI World », et a réuni les principaux acteurs des voyages professionnels nordiques. Les entreprises norvégiennes se concentrent en 2025 sur la réduction des coûts dans un contexte budgétaire tendu, cherchant à optimiser les dépenses sans compromettre la qualité des voyages. Les acteurs du secteur misent également sur la technologie et l'IA pour améliorer l'efficacité : automatisation, analyse de données, personnalisation des politiques de déplacement et adaptation en temps réel aux aléas. Enfin, la sécurité des voyageurs reste prioritaire, avec un accent renforcé sur la gestion des risques, la flexibilité des

¹¹ <https://news.cision.com/se/ticket-privatresor/r/fler-svenskar-valjer-kryssningar-i-sommar---medelhavet-i-topp.c4155960>

¹² <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/14211064/puls-baeredygtighed-og-solorejser-her-er-arets-storste-rejsetrends?publisherId=13561868&lang=da>

programmes de voyage et la réactivité face aux crises géopolitiques ou sanitaires.



TOURISME DURABLE

Analyse générale

Les initiatives durables sont toujours nombreuses et diversifiées dans les pays nordiques. Au **Danemark**, à Copenhague, l'initiative CopenPay, qui avait beaucoup fait parler en 2024, est revenue en 2025 en triplant de volume¹³ – neuf semaines, avec 90 partenaires. Pour rappel, ce programme lancé par Wonderful Copenhagen récompense les touristes pour des comportements écologiques : se déplacer en vélo ou transports publics, ramasser des déchets en kayak, participer à un jardin urbain, séjourner au moins 4 nuits sur place...

Mobilité décarbonées (ferroviaire, cyclotourisme, etc.)

DANEMARK : Copenhague a approuvé pour 2026 un budget historique de 602,5 millions de couronnes danoises destiné à améliorer les infrastructures cyclables¹⁴, déjà très développées – c'est le montant le plus élevé jamais alloué par la ville dans ce domaine. Plusieurs projets d'infrastructures sont en cours, mais surtout des améliorations pour la sécurité, notamment des plus jeunes.

Eau

CoastConnect¹⁵ est un projet transnational visant à établir une base solide pour un tourisme durable le long des côtes estoniennes, lettones et suédoises de la mer Baltique. Le projet adopte une approche collaborative en format un consortium de partenaires, en construisant un réseau d'acteurs locaux et en évaluant les besoins en matière de développement durable. Il met l'accent sur l'engagement des parties prenantes, l'organisation d'ateliers et la collaboration numérique pour élaborer une stratégie commune. L'objectif à long terme est de minimiser les

¹³ <https://www.wonderfulcopenhagen.dk/wonderful-copenhagen/presse/copenpay-er-tilbage-i-hovedstaden-i-aar-tre-gange-saa-stort-og-nu-med-beloenning-af-turister-der>

¹⁴ <https://cphpost.dk/2025-09-15/news/transport/inside-copenhagens-record-cycling-budget-and-the-projects-it-will-fund/>

¹⁵ <https://www.ivl.se/english/ivl/our-offer/research-projects/water/coastconnect.html>

impacts environnementaux, de promouvoir un tourisme éco-responsable et de préserver l'environnement marin unique de la mer Baltique.

Energie

PAYS BALTES : Depuis le début de la guerre en Ukraine, les pays baltes se détournent des énergies russes dont ils dépendaient fortement, pour renforcer leur résilience énergétique (synchronisation des réseaux européens, investissements EBRD¹⁶ / EU) – ce mouvement crée des opportunités de financement pour des projets locaux alimentés en énergies renouvelables.

Déchets

ESTONIE : Tallinn a remporté le ITB Earth Award 2025¹⁷ dans le cadre des Green Destinations Top 100 Story Awards pour son initiative de festival « zéro déchet ». Lors du festival Song and Dance Celebration, la ville, avec ses partenaires, a mis en place une vaisselle réutilisable, ce qui a permis d'éviter plus d'un demi-million d'articles à usage unique et de réduire de plus de 3,5 tonnes la production de plastique jetable.

Tourisme pour tous

FINLANDE : Le Parlement sami de Finlande a présenté le projet d'un nouveau label, le Responsible Sámi Tourism Certificate¹⁸, lors de la conférence des peuples autochtones à Inari, visant à certifier les entreprises touristiques respectant les valeurs culturelles et environnementales sami. Ce label permettra aux opérateurs répondant à des critères de durabilité culturelle et écologique d'obtenir une reconnaissance officielle, assurant aux touristes des expériences authentiques. Financé par l'Union européenne, le projet est en phase d'évaluation et devrait être formellement approuvé d'ici la fin de l'année.

Gestion des flux

FINLANDE : Une application finlandaise nommée Mustikkaan¹⁹ utilise des données de localisation et les

¹⁶ https://www.ebrd.com/home/news-and-events/annual-meeting-2025-videos/baltic-states--securing-sustainable-and-affordable-energy-for-th.html?utm_source=chatgpt.com#

¹⁷ <https://www.tallinn.ee/en/news/tallinn-wins-itb-earth-award-2025-zero-waste-festival-initiative>

¹⁸ <https://www.rcinet.ca/eye-on-the-arctic/2025/05/21/sami-introduce-certification-to-promote-ethical-tourism-in-arctic-finland/>

¹⁹ <https://www.travelnews.fi/fi/trendit/paikkatietopohjainen-ennustemalli-tukena-matkailun-suunnittelussa>

prévisions météo pour estimer avec précision quand les baies (comme les myrtilles et les airelles) sont mûres dans différentes régions. Le modèle de prédiction, fondé sur la somme de chaleur et sur des données historiques longues collectées par LUOMUS, est mis à jour quotidiennement. Cela permet non seulement aux promeneurs de planifier leurs cueillettes, mais aussi aux acteurs du tourisme local de programmer les saisons et les offres selon les conditions naturelles.

**Satisfaction des
clientèles**

PAYS NORDIQUES : Le projet NorReg – Nordic Regenerative Tourism²⁰, lancé en 2022 et financé par le Conseil des ministres nordiques, vise notamment au développement d'outils opérationnels pour petites entreprises touristiques, afin d'adopter des pratiques participatives, mesurables, visibles, qui améliorent les ressources culturelles et naturelles du territoire pour les visiteurs et les habitants. L'accueil et la qualité de l'expérience sont intégrés dans la démarche.

Emploi

Tour4Youth²¹ est un projet financé par le programme de l'UE Interreg Central Baltic, qui vise à améliorer l'employabilité des jeunes (15-24 ans) dans les secteurs du tourisme, de l'hôtellerie/restauration dans la région de la mer Baltique centrale (Lettonie, Estonie, sud de la Finlande, principalement). Le programme comporte trois volets principaux : un cours en ligne gratuit sur la gestion de carrière dans ces secteurs (certificat à la clé), des évènements de matchmaking à la fois localement et à l'échelle transfrontalière, et des stages ou emplois de 4 à 8 semaines (souvent soutenus financièrement) dans des entreprises du secteur.

Biodiversité

PAYS NORDIQUES : Lancé en 2024 par l'Islande, la Finlande et le Danemark, le NBF (Nordic Biodiversity Framework) soutient la mise en œuvre du Cadre mondial pour la biodiversité de Kunming-Montréal. Il promeut une collaboration

²⁰ <https://www.norreg.is/project>

²¹ <https://tour4youth.eu/>

	<p>transnationale pour intégrer la biodiversité dans les politiques et pratiques touristiques. Un nouveau rapport est paru en Juin 2025²².</p>
<p>Empreinte carbone</p>	<p>FINLANDE : Matkailijamittari (littéralement « l'indicateur des voyageurs étrangers) est un rapport mensuel mis en place par VisitFinland, en partenariat avec le Bureau des statistiques finlandais, et disponible publiquement sur une application en ligne²³. Il mesure notamment le nombre de voyages effectués par visiteurs étrangers en Finlande, leurs dépenses, leur profil... mais également leur empreinte carbone – calcul des émissions de CO2 selon le transport aller-retour, les trajets internes, les hébergements, repas etc... Les données sont consultables par pays.</p>
<p>Investissement</p>	<p>GROENLAND : Le tourisme est un secteur en pleine croissance au Groenland²⁴. En 2025, une loi sur le tourisme est entrée en vigueur pour encadrer ce développement via des licences, des zones d'usage, afin de garantir que cette croissance rime avec respect de la nature et des communautés locales. Pour concrétiser ce potentiel, les acteurs locaux soulignent un manque de capitaux et de main-d'œuvre qualifiée : ils demandent des investissements dans les infrastructures ainsi que dans la formation de compétences adaptées pour soutenir le développement dans des zones souvent difficiles à atteindre. Le Groenland se présente ainsi comme un terrain d'opportunité pour les investisseurs intéressés par un tourisme durable, de nature, haut de gamme, ancré localement.</p>

 **DISTRIBUTION** (à destination de la France et de ses principaux concurrents)

²² <https://www.norden.org/en/publication/nordic-biodiversity-framework>

²³

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMTE0NTkzYTA0OGU0Mi00NGQyLWEyOWQtMzE2ZjBjMTMzZWU1IiwidCI6IjdjOTRhMjQ4LWVjZjltNDFiNi05YjQyLTkyMzY1MTEwNGIwNCIsImMiOiJh9>

²⁴ <https://www.norden.org/en/news/greenland-leads-way-sustainable-tourism-nordic-potential>

DANEMARK : Selon une étude d'IBISWorld²⁵ (Avril 2024), 440 agences et tour-opérateurs sont recensés en 2024, représentant une diminution de -1,5 % depuis 2019. Principalement loisirs (32 %), charter (25 %) et MICE (23 %)²⁶.

Part du marché total pour les plus grands tour-opérateurs au Danemark en 2023 :

- Spies 22,6 %
- TUI 14,9 %
- Apollo Rejser 14,3 %
- Bravo Tours 13,7 %
- Sunweb 13,4 %
- Primo Tours/VERDN 3,6 %

SUÈDE : On recense 1 787 agences et tour-opérateurs en Suède en 2024, -0,8 % depuis 2019. Encore une forte concentration avec 3 grands acteurs : Nordic Leisure Travel Group AB, TUI, et Der Touristik (Apollo).

NORVÈGE : 776 agences et tour-opérateurs recensée en 2024. Comme en Suède, les 3 plus grands acteurs : Der Touristik Nordic AB, Ving Norge AS, et TUI Norge AS, organisent des voyages charters.

FINLANDE : 378 agences et tour-opérateurs recensées en 2024 (-1,1 % depuis 2019). Selon SMAL²⁷, l'association finlandaise de l'industrie du voyage, les ventes sont encore inférieures à 2019. Les voyages d'affaire et loisirs retrouvent toutefois leurs niveaux pré-covid au même rythme.

ESTONIE : 304 agences et tour-opérateurs en 2024.

LETTONIE : 700 agences et tour-opérateurs en 2024.

LITUANIE : 503 agences et tour-opérateurs en 2024.

MARKETING / STRATEGIE DE DESTINATION

DANEMARK :

Les efforts sont guidés par une stratégie nationale pour le tourisme durable. La durabilité est donc évidemment à l'honneur, mais aussi l'amélioration de l'infrastructure data. Au niveau des destinations, un DataHub national existe, ainsi qu'un système national de bourses pour les initiatives en développement de destinations durables.

SUÈDE :

La Suède présente une absence de stratégie nationale spécifique notamment sur l'innovation touristique. En Suède, le secteur touristique est placé dans la catégorie européenne « industries culturelles et créatives ». C'est le seul pays de l'UE à catégoriser

²⁵ <https://www.ibisworld.com/denmark/industry/travel-agencies-tour-operators/200304/>

²⁶ Danmarks Rejsebranchen 2023

²⁷ <https://www.smal.fi/fi/topmenu/In-English>

de cette manière. Plusieurs acteurs travaillent toutefois à la coordination du développement touristique, notamment Visit Sweden et Tillväxtverket.

NORVÈGE :

Une stratégie nationale a été mise en place par Innovation Norway, mettant en avant la création de valeur et la promotion de la durabilité. La digitalisation est aussi un facteur clé.

FINLANDE :

La Finlande se base sur une stratégie nationale touristique pour 2022-2028. La durabilité et le tourisme régénératif y sont à l'honneur, ainsi que la manière de répondre aux changements digitaux. Il y a toutefois eu des coupes dans les fonds alloués au tourisme fin 2024, entraînant un ralentissement.

La région autonome de Åland, archipel entre la Finlande et la Suède, dispose de son propre plan « Färdplan för hållbar turism 2030 »²⁸, priorisant la compétence digitale et l'accès aux données touristiques en temps réel.

GROENLAND :

Un plan pour le secteur touristique a été publié par le gouvernement groenlandais en 2024, avec un objectif de doubler les niveaux touristiques. De son côté, Visit Greenland a sorti une vision sur dix ans intitulée « Kalallit Nunaatt – and all that we share »²⁹. L'objectif principal est de s'assurer que le tourisme apporte une valeur ajoutée aux communautés locales, la culture, la nature, et la société groenlandaise en général.



THEMATIQUES D'ACTUALITÉ

Saisonnalité touristique

La compagnie SkiStar (Suède et Norvège) continue ses initiatives pour diversifier son offre et créer une expérience de montagne toute l'année³⁰. Un pass est disponible à l'année pour profiter des différentes saisons, qui apportent désormais chacune leurs activités et événements différents.

²⁸

<https://www.regeringen.ax/sites/default/files/attachments/article/Fa%CC%88rdplan%202030%2021.11.2023.pdf>

²⁹ https://traveltrade.visitgreenland.com/wp-content/uploads/2025/05/VisitGreenland_Strategi_2025-2035_UK-1.pdf

³⁰ <https://www.skistar.com/en/Summer/>

**Nouvelles
stratégies des
destinations à
(très) fortes
fréquentation**

NORVÈGE : Le Parlement norvégien a approuvé une loi permettant aux municipalités « particulièrement surchargées par le tourisme » d'instaurer une taxe de séjour³¹ de 3% sur les nuitées (hôtels, Airbnb...) et les passagers de croisières. Cette mesure vise à lutter contre le surtourisme, en finançant directement les infrastructures locales dans les zones concernées. Les communes devront justifier l'impact touristique, obtenir l'approbation gouvernementale et gérer elles-mêmes les recettes pour des projets concrets. Les véhicules récréatifs (camping-cars, bateaux de plaisance) restent actuellement exonérés. La taxe entrera en vigueur à partir de l'été 2026, avec une première évaluation après 3 ans.

**Espaces
touristiques
(littoral...)**

SUÈDE - MONTAGNE : SkiStar s'associe à Luxcuper et We Love Football pour lancer une nouvelle coupe de football estivale³² à Sälen destinée aux enfants et adolescents, qui se déroulera à partir du 12 juin 2026 dans le cadre idyllique des montagnes suédoises. Cette compétition offrira aussi un programme riche d'activités familiales (aventures, baignade, escalade...) pour accompagner les jeunes participants et leurs proches. L'événement est présenté comme un véritable « festival de football » combinant sport, nature et expérience ludique, avec un hébergement diversifié et des animations grâce à SkiStar.

**Tourisme
expérientiel**

LITUANIE : La ville de Vilnius a mis en place une nouvelle initiative « Meet a Local », avec une plateforme dédiée³³ permettant de mettre gratuitement en relation des touristes et des locaux « ambassadeurs » au travers d'un système simple. Les visiteurs peuvent se renseigner pour trouver leur expérience locale idéale selon leurs centres d'intérêt, puis planifier leur rencontre avec un habitant local. L'objectif est de fournir une expérience plus personnelle et mémorable de Vilnius.

³¹ <https://www.travelnews.se/ovrigt/norge-infor-turistskatt/>

³² <https://www.turismnytt.se/skistar-lanserar-ny-fotbollscup-salen-summer-games-2026/>

³³ <https://meetalocal.lt/>

Outre-mer

NORVÈGE : Les réservations de voyages vers des destinations exotiques pour l'hiver montrent une forte hausse : par exemple, chez TUI³⁴, les voyages à destination de l'île Maurice sont en hausse de **83 %** par rapport à l'hiver précédent. La Thaïlande demeure en tête avec une augmentation de 44%.

Les Norvégiens en quête de destinations lointaines sont toujours à la recherche de soleil en hiver, mais de plus en plus aussi d'expériences, en particulier pour la Gen Z et les millennials.

**Culture,
patrimoine,
œnotourisme**

SUÈDE : La Suède, qui encadre strictement la vente d'alcool, a autorisé à partir du 1^{er} juin 2025 la *gårdsförsäljning*³⁵ – c'est-à-dire la vente directe de boissons alcoolisées par les petits producteurs locaux aux visiteurs sur place, mais seulement dans le cadre d'activités payantes et éducatives comme des visites, des dégustations ou des présentations. La loi est prévue pour une durée de six ans, après quoi elle sera évaluée pour décider si elle deviendra permanente.

Bien que généralement saluée comme une réforme favorable aux producteurs locaux, certains expriment des réserves à propos des contraintes liées aux heures d'ouverture, aux plafonds de production annuels et à la complexité des règles.

³⁴ <https://travelnews.no/nyheter/vinterokning-til-eksotiske-reisemal/>

³⁵ <https://www.travelnews.se/ovrigt/gront-ljus-for-gardsforsaljning-ny-lag-starker-lokal-dryckesturism/>