ATOUT FRANCE

LIVE !

> Tendances sur les marchés internationaux
> Présentation des plans d'actions 2027
> Focus Tourisme d'Affaires

| 14 OCTOBRE AU 29 OCTOBRE 2026 |



ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Présentation du marché nordique et balte

Indicateurs économiques des pays nordiques

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

	Danemark	Suède	Norvège	Finlande	FRANCE
PIB par habitant en USD (2026)	83 450	70 680	105 880	60 130	52 080
Évolution du PIB en 2025	+ 2,9%*	+ 1,5%**	+ 1,1%	+ 0,2%	+ 0,9%
Prévisions de croissance du PIB en 2026	+ 2%	+ 2%	+ 1,5%	+ 1%	+ 0,9%
Taux de chômage moyen 2026	2,9%	8,6%	4,2%	9,6%	7,9%
Taux d'inflation moyen 2026 (en glissement annuel)	+2%	+1,5%	+3,3%	+2,5%	+1,8%
Prévision taux d'inflation moyen 2027 (en glissement annuel)	+2,2%	+1,8%	+2,6%	+2,2%	+1,7%
Population en millions (2026)	6 millions	10,7 millions	5,6 millions	5,6 millions	69 millions
Dette publique en % du PIB (2026)	27,4%	36,7%	42,9%	93,1%	118,4%

*Sources : **FMI**, **OCDE**, Nordic outlook (Banque SEB), Eurostat, Commission Européenne, Statistics Denmark*, Statistics Sweden**, Statistics Norway, Statistics Finland, Focus Economics*

PAYS NORDIQUES

Données économiques

TAUX DE CHANGE : Danemark : 1 EUR = 7,47 DKK
Suède : 1 EUR = 11,17 SEK
Norvège : 1 EUR = 10,67 NOK

- Nombre d'habitants zone : 27,9 millions
- PIB / habitant moyen zone : 78 400 USD
- Taux de croissance moyen 2026 : +1,7%

Saisonnalité

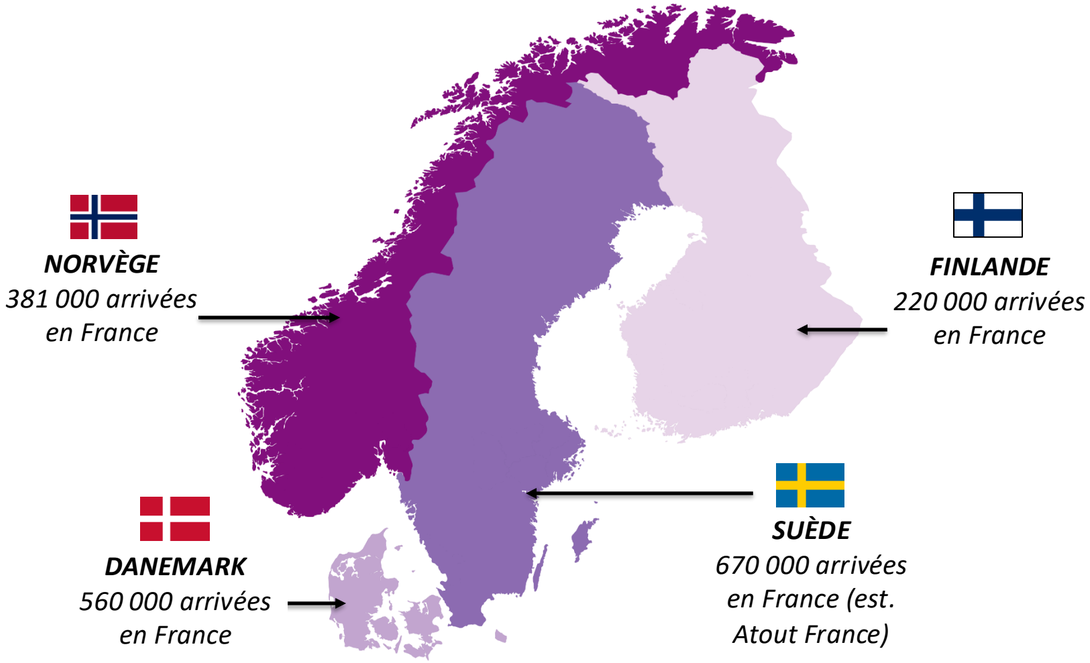
PRINTEMPS 21%	AUTOMNE 18%
ETE 42%	HIVER 19%

Périodes de réservation

jan fev mar avr mai jui jui aou sept oct nov dec

Données touristiques

- Recettes touristiques en France : 1,5 Mds EUR en 2024
- Nombre d'arrivées en France : 1,8 M en 2025
- Nombre de nuitées en France : estimation 13,7 M en 2025
- Positionnement destination France : 5 à 8ème selon les marchés
- Marché globalement mature, à fort pouvoir d'achat et largement digitalisé

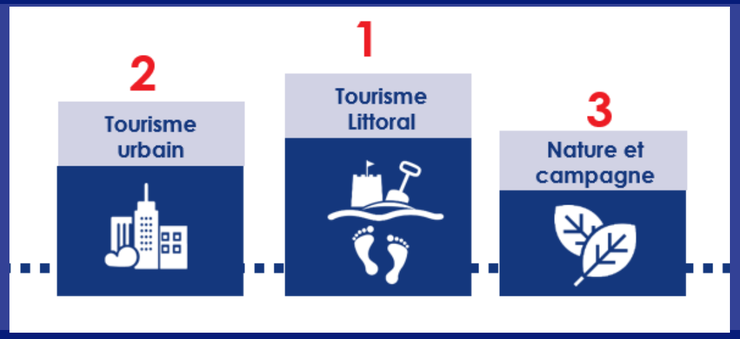


- Nécessité d'un visa : NON

Principales destinations visitées en France



Top 3 des motivations de voyages





Profil des voyageurs et tendances

CLIENTÈLES

- CSP+, DINKS, Millenials, Gen Z et seniors actifs

ORGANISATION DES VOYAGES

- Clientèles autonomes et digitalisées
- 78% des réservations se font directement en ligne

DURÉE DES SÉJOURS EN France

- 7,5 jours en moyenne

HÉBERGEMENT ET ATTENTES

- Attrait pour l'hôtellerie 4* (en moyenne)
- Recherche de qualité, de sécurité, de bon rapport qualité-prix et d'offres responsables

PAYS BALTES

Données économiques

TAUX DE CHANGE : EUR dans les 3 pays

- Nombre d'habitants zone : 6 millions
- PIB / habitant moyen zone : 34 500 USD
- Taux de croissance moyen 2026 : +2,4%

Données touristiques

- Recettes touristiques en France : Env. 80 M EUR en 2024
- Nombre d'arrivées en France : 250 000 en 2025
- Nombre de nuitées en France : estimation 1,4 M en 2025
- Positionnement destination France : destination secondaire **à fort potentiel**
- Marché en développement, demande internationale croissante



- Nécessité d'un visa : NON

Focus données MICE

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

- Marché mature et exigeant : priorité à la valeur ajoutée et à l'impact des événements
- Cohésion d'équipe : rôle renforcé des rencontres physiques face au travail hybride
- Accessibilité et logistique : critères déterminants dans le choix des destinations
- Durabilité : exigences croissantes, besoin de garanties concrètes et vérifiables (84 %)
- Expérience participant : qualité des échanges, engagement et personnalisation plutôt que multiplication des activités



Comportement d’achat et panorama de la distribution

Parcours clients : de la phase d'inspiration jusqu'à la réservation

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

PROFIL VOYAGEUR NORDIQUE

Profil type : Autonome, digitalisé, pragmatique, attentif à la qualité

ORGANISATION / RÉSERVATION

Environ 1 sur 2 réserve seul

Forte autonomie

Packages toujours présents

Parcours souvent hybride

INSPIRATIONS

Digital d'abord

Recherche, sites de voyage, réseaux sociaux

Entourage en appui

INFORMATION

Comparaison active en ligne

Recherche autonome

Agences et comparateurs en complément

HÉBERGEMENT

Hôtels 4* privilégiés

Alternatives : location, proches

Hôtellerie de plein-air notamment danois

Profils des acteurs clés de la distribution

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Acteurs traditionnels

- Marché structuré autour de grands TO, notamment pour les séjours balnéaires, familiaux et les destinations lointaines
- **Principaux acteurs nordiques** : Ving/Spies/Tjäreborg, TUI, Apollo, Aurinkomatkat (Finlande), Bravo Tours (Danemark)…
- **Pays Baltes** : distribution plus concentrée, avec des acteurs **pan-baltes** : Novaturas, TEZ Tours, Join UP! Baltic, Coral Travel
- **Agences spécialisées** : circuits culturels, aventure, sur-mesure et voyages de groupe
- Évolution de l'offre : montée des **packages dynamiques** (vol régulier + hôtel), en complément du charter traditionnel

Acteurs en ligne

- **Réservation digitale dominante**, progression du mobile et des ventes directes
- **Grandes OTA** : Booking.com, Expedia, Hotels.com
- Comparateurs : Skyscanner, KAYAK
- **Réservation directe** : très présente
- Distribution hybride : intégration croissante des **forfaits personnalisables** dans les parcours en ligne

Les acteurs clés de la distribution : principales tendances et enjeux

Digitalisation et montée de la vente directe

- Près de **80 % des réservations réalisées en ligne** en Scandinavie (DK, SE, NO)
- Progression du mobile et des **réservations directes** auprès des transporteurs et hébergeurs

IA : enjeu de visibilité et de conversion

- IA générative intégrée à l'inspiration, la recherche et la planification
- **25 %** des voyageurs danois déclarent utiliser **l'IA pour préparer** ou réserver leurs vacances d'été (2025)
- Risque de déplacement de la découverte des offres vers les assistants IA

Transformation du modèle des tour-opérateurs

- Maintien des forfaits pour les séjours balnéaires, familiaux et complexes
- Essor des **packages dynamiques** (vols réguliers + hébergement), au-delà du charter traditionnel

Évolution des comportements d'achat

- **Recherche de flexibilité**, personnalisation et transparence tarifaire
- Sensibilité au prix, comparaison des offres et **réservations parfois tardives**
- Arbitrages en faveur de séjours plus courts ou de destinations plus abordables

Accessibilité de la destination France

Connexion aériennes directes

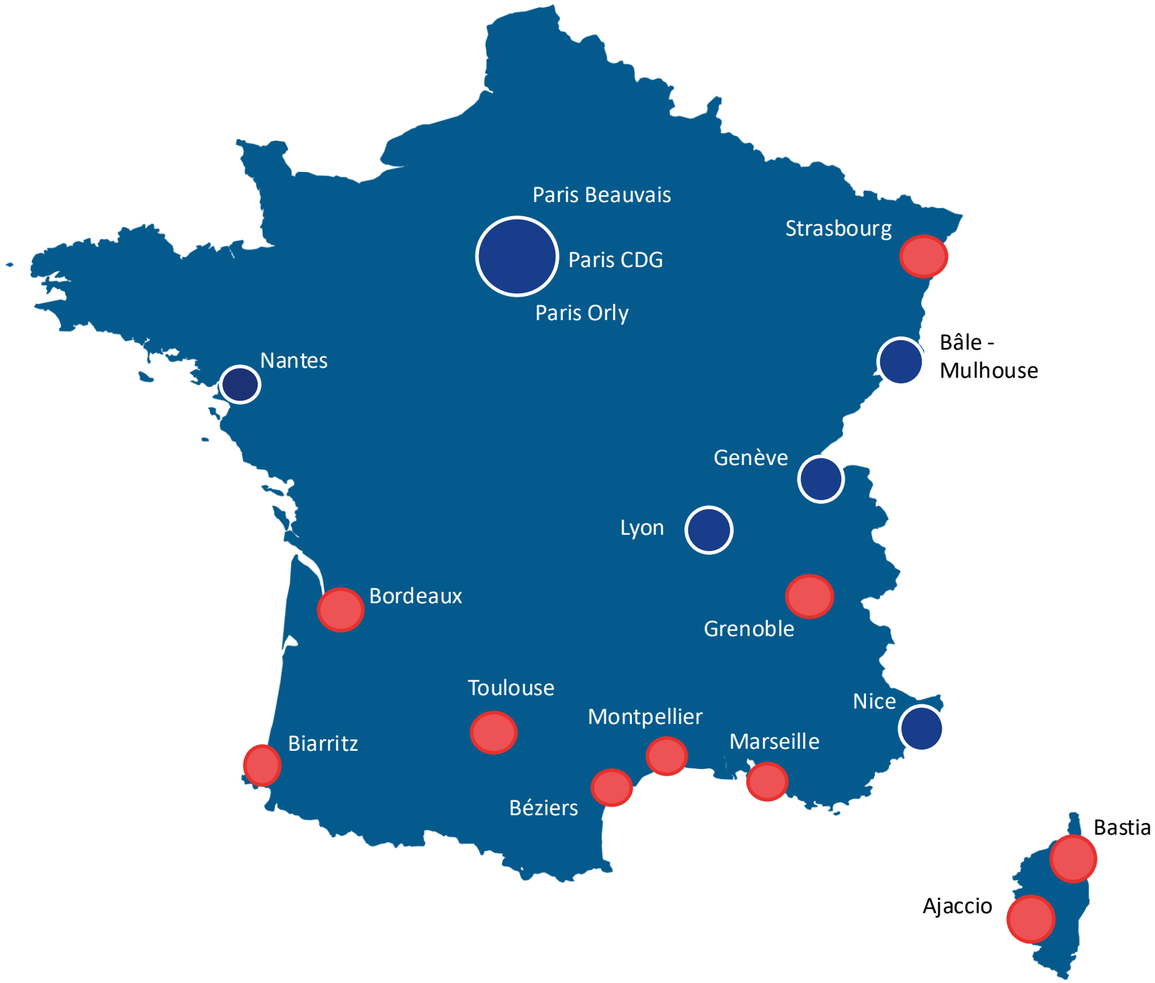
18 DESTINATIONS AÉRIENNES DIRECTES DEPUIS LES PAYS NORDIQUES ET BALTES VERS LA FRANCE

Toute l'année

- Paris CDG
- Paris ORY
- Paris Beauvais
- Lyon
- Nice
- Nantes
- Bâle-Mulhouse
- (Genève)

En saison

- Ajaccio
- Bastia
- Béziers
- Biarritz
- Bordeaux
- Grenoble
- Marseille
- Montpellier
- Toulouse



Accessibilité : nouveautés et tendances observées

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

NOUVEAUTÉS 2026

- Copenhague – Marseille (SAS)
- Copenhague – Bordeaux (SAS)
- Copenhague – Strasbourg (Volotea)
- Arlanda-Stockholm – Montpellier (Norwegian)
- Arlanda-Stockholm – Bâle-Mulhouse (Norwegian)

NOUVEAUTÉ 2027

- Oslo – Nantes (Transavia)
- Pays baltes : Recentrage d'airBaltic sur Riga, renforcement de Paris, réduction du réseau direct au départ de Tallinn et Vilnius



Attractivité, opportunités & risques impactant les flux touristiques vers la France

Attractivité : image de la France et événements 2027

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



Image et visibilité de la France

- Notoriété déjà installée : enjeu de renouvellement de l'image et visibilité des destinations moins connues
- Valorisation de l'avant et de l'arrière-saison
- Vigilance : perception des prix, fortes chaleurs estivales



Etat des relations diplomatiques entre le marché et la France

- Relations bilatérales stables
- Coopération renforcée notamment en matière de défense, de transition écologique et d'innovation



Principaux événements 2027

- MILLENIUM 2027 – Année des Normands, dimension franco-scandinave

Plans d’actions 2027 :

• Orientations stratégiques

•Présentation des actions phare multipartenaires par cibles

•Toutes nos actions multipartenaires en un coup d’oeil par cibles

•Nos actions à la carte par cibles

•Vos contacts

Les orientations stratégiques d’Atout France sur le marché

ATOUT FRANCE
L’Agence de développement touristique de la France

- **Veille et connaissance des marchés** : approfondir l’analyse des tendances pour adapter les stratégies et identifier de nouveaux partenaires privés.
- **Accent durabilité** : renforcer la valorisation du « go local », des séjours hors saison et des offres écoresponsables dans les campagnes #ExploreFrance.
- **Campagnes digitales ciblées** : privilégier les segments à forte valeur ajoutée et les actions à plus fort retour, notamment Presse, MICE et Haut de Gamme.
- **Développement des partenariats** : capitaliser sur les évolutions du transport aérien et des partenariats opérationnels.
- **Formation des professionnels** : intensifier les actions en Finlande et dans les pays baltes, autour du tourisme durable et de la diversification de l’offre.
- **Coopération avec le Groenland** : développer les missions d'accompagnement et d’analyse soutenues par l’UE.

Présentation des actions phare multipartenaires

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Explore France

NEW

Marché(s) concerné(s) : Danemark, Suède et Norvège

Cible : B2B

Objectif / Pourquoi participer ? :
Rejoindre les principaux acteurs du secteur touristique nordiques (OTAs, tour-opérateurs, MICE).
Promouvoir les destinations, les filières et les nouveaux produits
Renforcer, renouer et générer de nouveaux contacts avec les professionnels nordiques

Format : // Présentiel
Profils et nombre des cibles : Agences de voyages, tour-opérateurs, agences MICE 60-70
Profil des partenaires Français : Institutionnels et privés

Date / lieu / Prix :
- Date du 9 au 11 février – Inscription avant le 15 décembre 2026
- Villes Copenhague (TNM), Stockholm et Oslo
- Tarif pour l'action 5150 EUR HT

Présentation des actions phare multipartenaires

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

France Outdoor

NEW

Marché(s) concerné(s) : Danemark, Suède et Norvège

Cible : B2B

Objectif / Pourquoi participer ? :
Rejoindre les principaux acteurs du secteur touristique nordiques (OTAs, tour-opérateurs, MICE).
Promouvoir les destinations, les filières et les nouveaux produits
Renforcer, renouer et générer de nouveaux contacts avec les professionnels nordiques

Format : // Présentiel
Profils et nombre des cibles : Agences de voyages, tour-opérateurs, agences MICE 60-70
Profil des partenaires Français : Institutionnels et privés

Date / lieu / Prix :
•Date du 21 au 23 septembre – Inscription avant le 15 juillet 2027
•Villes Copenhague, Stockholm et Oslo
•Tarif de l'action 5300 EUR HT

Présentation des actions phare multipartenaires

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Tournée Media

NEW

Marché(s) concerné(s) : Danemark, Suède et Norvège

Cible : Média

Objectif / Pourquoi participer ?
Renforcer les relations avec les journalistes et influenceurs nordiques.
Diffuser vos nouveautés et évènements 2027
Générer des accueils de presse individuels ou en groupe et favoriser la création de reportages et de contenus dédiés.

Format : // Présentiel
Profils et nombre des cibles : Journalistes et médias 60-70
Profil des partenaires Français : Institutionnels et privés

Date / lieu / Prix :
•Date du 9 au 12 mars – Inscription avant le 15 janvier 2027
•Villes Copenhague, Stockholm, Oslo et Helsinki
•Tarif. A partir de 4100EUR HT

Présentation des actions phare multipartenaires

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Tournée Antor

NEW

Marché(s) concerné(s) : Norvège

Cible : B2B

Objectif / Pourquoi participer ?
Rejoindre les principaux acteurs du secteur touristique nordiques (OTAs, tour-opérateurs, MICE).
Promouvoir les destinations, les filières et les nouveaux produits
Renforcer, renouer et générer de nouveaux contacts avec les professionnels norvégiens

Format : // Présentiel
Profils et nombre des cibles : Tour-opérateurs loisirs et MICE norvégiens.
Profil des partenaires Français : Institutionnels et privés

Date / lieu / Prix :
•Date du 31 août au 2 septembre – Inscription avant le 15 juin 2027
•Villes: Bergen, Trondheim et Oslo
•Tarif. A partir de 3245 EUR HT

Toutes nos actions multipatenaires 2027 en un coup d'oeil !

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Cible(s)	Intitulé + lien vers la fiche	Dates	Lieu(x)	Format	Tarification
B2B	Explore France Explore France	du 9 au 11 février 2027	Copenhague, Stockholm et Oslo	Présentiel	5 150 EUR
Média	Tournée Media Tournée Media	du 9 au 11 février 2027	Copenhague, Stockholm et Oslo + Helsinki	Présentiel	A partir de 4 100 EUR
B2B	France Outdoor France Outdoor	du 21 au 23 septembre 2027	Copenhague, Stockholm et Oslo	Présentiel	5 300 EUR
B2B	Tournée Antor Tournée Antor	Du 31 Aout au 2 septembre 2027	Bergen, Trondheim et Oslo	Présentiel	3 245 EUR

Présentation de nos actions à la carte par cibles

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

B2B

Learning Expedition

Eductour/Fam trip

E-news PRO

Workshop à destination

Tournée régionale

Démarchage

Focus Group

B2C

Campagne slow tourisme

Campagne cyclo tourisme

Campagne avec TO

Campagne B2C 100 % Digital

Campagne Influenceur

E-news dédié

Média

Conférence de presse

Démarchage maison d' Edition

Soirée Influence

Focus Group

PAC Média

E-news PRESSE

Vos contacts

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



BENOÎT CHOLLET
Directeur

Scandinavie, Finlande
& Pays baltes



CHRISTINE ABY
Administration & Accounting
Scandinavie, Finlande
& Pays baltes



MÉLANIE BOISLÈVE
Responsable Marketing
Scandinavie, Finlande
& Pays baltes



JONATHAN VALLANTIN
Nordic Digital & Content Manager

Scandinavie, Finlande
& Pays baltes



MARIE STEFANI
Promotion & Event Manager

Danemark, Finlande
& Pays baltes



CHARLOTTE LESÉNÉCAL
PR & Press Manager

Danemark, Finlande
& Pays baltes



ANNA LUNDÉN
Travel Trade & Press Manager
Suède
(basée à Stockholm)



MARC VINET
Assistant Marketing

Scandinavie, Finlande
& Pays baltes

#ActivateurDeTourismes

ATOUT FRANCE

L' Agence de développement touristique de la France