



## Suède

La Suède appartient à la Scandinavie – c'est la 12ème plus grande zone émettrice en Europe en termes de dépenses touristiques pour la France.

Dans une concurrence internationale forte avec l'Espagne, la Grande-Bretagne, l'Italie, l'Allemagne, la France occupe la 6ème position des destinations les plus intéressantes en Europe pour les Suédois en 2024. En 2025, 668 560 visiteurs suédois sont attendus en France (+7,8% / 2024).

## Chiffres clés

**646**

millions EUR de recettes  
touristiques en France en 2023

**620 000**

Suédois en France en 2024

**6,9**

Durée moyenne de séjour

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

### Principales données économiques du marché

Population : 10,6 millions d'habitants en 2024 (pays le plus peuplé de Scandinavie)

- PIB par habitant en 2024 : 55 000 EUR
- Évolution du PIB en 2024 : +0,2%
- Prévion de croissance du PIB en 2025 : +2,2%
- Taux de chômage moyen en 2024 : 8,3%
- Taux d'inflation en 2024 (glissement annuel) : +2%
- Évolution des dépenses de consommation privée en 2024 : +0,2%
- Dette publique en % du PIB en 2024 : 30,2%

La Suède sort d'une légère récession (-0,7% sur 2023) et devrait renouer avec la croissance en 2025.

### Positionnement de la destination France

### Positionnement de la destination France

De manière générale, les Suédois ont voyagé davantage en 2023 qu'en 2021, mais toujours moins (-20%) qu'en 2019.

C'est le pays le plus impacté par l'inflation dans la zone nordique. Près de la moitié des Suédois ont vu leurs choix de voyages influencés par l'inflation, les deux tendances notables sont le retour des courts séjours et des réservations de dernière minute. Toutefois, fin 2024, la stabilisation des finances des ménages laisse entrevoir un possible retour à des réservations plus en avance. Le débat sur le climat est

relancé et a probablement un effet inhibiteur sur les envies de voyages aériens.

Plus d'un Suédois sur deux prévoit de voyager en 2025, et une forte pression est déjà observée sur les réservations pour l'hiver 2024-2025. La majorité se dirige vers l'Europe, parmi le top des destinations : Londres, Paris, Barcelone, Amsterdam.

En 2024, 620 000 Suédois ont visité la France selon les estimations, positionnant ainsi la France 6<sup>ème</sup> dans leurs destinations internationales. Paris reste populaire, mais c'est surtout Nice qui continue de gagner en popularité, en particulier sur les ailes de saison – la combinaison de littoral et urbain correspondant bien aux attentes post-covid.

Le budget vacances moyen des Suédois en 2024 était de 2000 EUR. Les recettes touristiques en France sont quasiment égales au niveau pré-Covid, avec 646 millions EUR générés en 2023.

Pour se rendre en France en 2025, les Suédois peuvent compter sur 24 lignes aériennes depuis les aéroports de Stockholm Arlanda, Göteborg, Luleå et Kiruna, desservant 10 destinations différentes en France. L'accessibilité directe vers la France est d'ailleurs en progression, avec aujourd'hui des vols vers Paris, Nice, Marseille, Lyon, Montpellier, Béziers, Biarritz, Bastia, et Genève pour rejoindre les Alpes françaises. Une nouvelle ligne directe permet également de relier Paris et Kiruna, dans le nord du pays.

## Principales motivations de séjour et mode de réservation

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

A la suite de la pandémie, la part de long-courrier a diminuée, et le débat sur le climat a également été relancé, ce qui peut avoir un effet inhibiteur sur les envies d'aérien, particulièrement sur le long courrier. Toutefois, la demande héliotropique est bien présente et maintient un bon niveau d'activité aérienne vers le sud pour le moment, l'alternative ferroviaire étant de plus en plus recherchée.

La France n'est pas en position de destination leader mais conforte une 6<sup>ème</sup> place de destination loisirs hors Scandinavie ; grâce à une clientèle fidèle et attachée à l'authenticité de l'art de vivre à la française qui vient en France de manière récurrente pour une durée moyenne de 6,9 jours.

Les destinations privilégiées sont les destinations à proximité de Paris (51%), la Côte d'Azur (35%), les Alpes (21%, pour le ski), et dans une moindre mesure la Corse et la Normandie (11%). Par ailleurs, les îles de Guadeloupe bénéficient également d'une notoriété intéressante grâce au travail de promotion réalisé depuis plusieurs années par un tour-opérateur suédois spécifique.

Passionnés par notre gastronomie et nos vins, les Suédois restent de grands sportifs (ski, surf, golf, équitation, voile, cyclotourisme...). Les vacances actives se pratiquent désormais de plus en plus directement en Suède. Ils choisissent en priorité un hébergement de qualité (4 et 5\*), comme des boutiques hôtels, plutôt que des grandes chaînes hôtelières.

Sensibles au bon rapport qualité/prix, ils recherchent en priorité une destination ensoleillée et des expériences locales.

Les Suédois sont hyper connectés et mobiles. Bien que la réservation en direct, les OTAs et sites de tour-opérateurs s'accaparent le plus gros du marché, les Suédois sont les principaux Scandinaves à se rendre encore en agences de voyages (pour 18% des réservations).

Saisonnalité :

- 20% printemps
- 45% été
- 15% automne
- 20% hiver – dont ski

## Recommandations pour aborder ce marché

### Recommandations pour aborder ce marché

La France possède de nombreux atouts pour attirer la clientèle suédoise en 2025, à la fois en métropole mais aussi avec ses territoires d'outre-mer qui peuvent concurrencer les destinations exotiques lointaines habituellement prisées par les suédois. La tendance est confortée par le maintien du carnet de commandes aériens pour la France sur la première moitié d'année 2025, +1%.

Inspiration et découverte seront les mots d'ordre pour la communication en 2025. 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 : Millenials, repeaters, séniors actifs, DINKs.**

À destination de ces cibles, sont principalement valorisées :




- le haut niveau d'hébergement,
- la gastronomie et les vignobles (terroir),
- le domaine skiable alpin,
- les lieux d'histoire et de mémoire,
- les grands rendez-vous culturels et festifs.

# Le marché Suède en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### SUÈDE

#### Quelques données économiques

-  10,42 MILLIONS d'habitants
-  65.209 USD PIB / habitant
-  +2,6 % PIB en 2022  
-0.6 % PIB en 2023



#### Période de réservation



#### Principales destinations visitées en France



#### Taux de change



EUR 1 = SEK 11,32 (au 17-05-2023)

#### Données touristiques en 2022




- 18** MILLIONS de voyages à l'étranger des Suédois
- +150%** Par rapport à 2021
- 606.300** arrivées de visiteurs de la Suède en France
- 538** MILLIONS de recettes touristiques en France issues du tourisme suédois en 2019
- 6,9** JOURS = Durée moyenne de séjour

#### Principaux bassins émetteurs

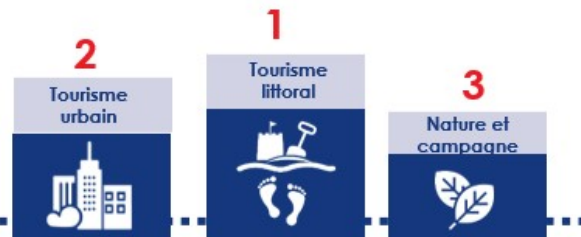


Stockholm  
Göteborg  
Malmö

#### Profil voyageurs

-  LA FRANCE est la 6<sup>ème</sup> destination des Suédois à l'étranger ;
-  Ils se logent majoritairement dans des 4 Etoiles ;
-  Ils préfèrent les voyages en avion .

#### TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Suède | melanie.boisleve@atout-france.fr