

Norvège

La Norvège se distingue des autres marchés scandinaves en constituant, traditionnellement, le marché au plus fort pouvoir d'achat sur la zone, mais est aussi le moins mature pour le tourisme français. En 2022, 268 000 Norvégiens ont visité la France.

De son côté, le tourisme interne en Norvège est dopé par la faiblesse actuelle de la couronne norvégienne (NOK) par rapport à l'Euro ou à la couronne danoise (DKK) rendant accessibles les fjords aux touristes du monde entier. De plus, avec des conditions météo exceptionnelles, les montagnes norvégiennes ont battu des records pour l'hiver 2022/2023, certaines stations enregistrant leur plus haut niveau d'enneigement depuis 100 ans.

Chiffres clés



En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

La Norvège, non membre de l'Union Européenne, et 2ème PIB par habitant au monde (avec près de 100.000 USD, FMI 2023) reste une exception au niveau des pays nordiques sur le plan économique, en grande partie en raison de ses richesses pétrolières et de son gigantesque fonds souverain.

Toutefois, la baisse du prix du baril a entraîné un ralentissement de l'économie jusqu'en 2018, avec une reprise sur 2020-2021 pendant la crise de la Covid19, le taux de chômage trop faible devenant le principal frein à l'expansion économique. A ce jour, la Norvège bat ses records de 2017 en volume d'exportation de gaz vers l'Europe et le fonds souverain norvégien a dépassé pour la première fois de son histoire la valeur de 14 500 Mds NOK (1 270 Mds EUR). La réorientation de l'approvisionnement énergétique européen en raison de la guerre en Ukraine profite grandement au pays.

- Population : 5,4 millions d'habitants en 2023
- PIB par habitant en US Dollar PPP en 2023 : 99.270 USD
- Évolution du PIB en 2023 : +2,3%
- Prévion de croissance du PIB en 2024 : +1,5%
- Taux de chômage moyen 2023 : 3,6%
- Taux d'inflation moyen en 2023 (glissement annuel) : +5,8%
- Évolution des dépenses de consommation privée en 2023 : -0,9%
- Dette publique en % du PIB en 2023 : 37,4%

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Selon une sélection de chiffres du bureau central des statistiques norvégiennes (*Statistisk Sentralbyrå*), la France se positionne en 6ème place parmi les destinations des Norvégiens :

1 – Suède

- 2 – Espagne
- 3 – Danemark
- 4 – Royaume-Uni
- 5 – Allemagne
- 6 – France

268 000 Norvégiens ont visité la France en 2022, contre 289.000 en 2019. Sur la première moitié de l'année 2023, on enregistre +34% par rapport à 2022, mais encore -9% par rapport à 2019.

A noter toutefois la résilience de la France qui atteint 90% de son niveau de 2019, contrairement à plusieurs autres concurrents – à l'exception de l'Espagne, en croissance, et de la Suède voisine (91% de 2019).

Selon *Oxford Economics*, **les dépenses des touristes norvégiens en France en 2022 s'élèveraient à 750 millions EUR**, en 18ème position mondiale en termes de recettes touristiques pour France.

En 2024, le budget vacances moyen par foyer et par séjour devrait s'élever à 45.900 NOK (4000 EUR).

Pour 2023/2024, 27 lignes aériennes directes permettent de relier la Norvège à huit destinations françaises, depuis Oslo, Bergen, Stavanger, Tromsø, Trondheim et Narvik. La diversité géographique de l'origine des touristes norvégiens, et le nouveau tourisme inbound expliquant ce nombre élevé d'aéroports connectés.

La durée de leur séjour à l'étranger est de 5 jours en moyenne.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Avec 5 à 6 semaines de congés payés par an, les norvégiens passent en moyenne 3 à 4 semaines de vacances à l'étranger par an. Pour eux, le budget vacances est sacré et ils se placent traditionnellement en tête du podium nordique pour le budget consacré aux vacances. Avec un climat hivernal peu clément, les vacances hivernales à l'étranger restent un facteur important, on remarque également une croissance des départs en hors-saison.

Il convient sur ce marché à fort potentiel d'accroître la notoriété des destinations françaises autres que Paris et la Côte d'Azur, en valorisant des produits à fort potentiel comme les séjour sportifs, l'œnotourisme, la gastronomie ou encore le golf.

Principaux bassins émetteurs :

- Oslo
- Bergen
- Stavanger

Principales destinations visitées en France :

- Paris
- Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Auvergne-Rhône-Alpes
- Grand-Est
- Occitanie

Mode de réservation :

- De manière globale sur le marché norvégien, la tendance est aux OTA et au renforcement de l'intermédiation et à la spécialisation.
- Les acteurs nationaux, tour-opérateurs, réseaux d'agences, passent de nationaux à régionaux sur les marchés nordiques.

Saisonnalité :

- 15% printemps
- 45% été
- 30% automne
- 10% hiver (dont ski)

Tourisme d'affaires : Le tourisme d'affaires inbound est mis en avant sur la destination Norvège au travers de plusieurs arguments, parmi lesquels on retrouve les connexions aériennes internationales et domestiques, la sécurité du

pays, la nature toujours à portée de main, la durabilité mise en avant, et le bon rapport qualité/prix.

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder ce marché

La crise liée à la pandémie du COVID-19 a fortement réduit les possibilités de départ à l'étranger en 2020. Le deuxième semestre 2021 s'est amorcé de manière plus positive grâce à l'avancée de la campagne de vaccination, mais les norvégiens ont tout de même été impactés par une campagne de restrictions sanitaires de voyage beaucoup plus stricte que leurs voisins scandinaves. La reprise est toutefois désormais effective avec seulement -6,2% de capacité aérienne en avril 2023 par rapport à 2018.

La France possède de nombreux atouts pour attirer cette clientèle, à la fois en métropole mais aussi avec ses territoires d'outre-mer qui peuvent concurrencer les destinations exotiques lointaines habituellement prisées par les Norvégiens.

Inspiration et découverte seront les mots d'ordre pour la communication en 2024. 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 : CSP+ (Familles, couples, seniors), Millenials.

À destination de ces cibles, sont principalement valorisés :




- les city breaks,
- le tourisme d'affaires,
- l'œnotourisme et la gastronomie,
- le golf,
- la niche outre-mer.

Le marché Norvège en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

NORVÈGE

Quelques données économiques

-  5,4 MILLIONS d'habitants
-  95.027 USD PIB / habitant
-  +3,6 % PIB en 2022
+2,6 % PIB en 2023



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



Taux de change



EUR 1 = NOK 11,69 (au 17-05-2023)



Données touristiques 2022

- 22,5** MILLIONS de voyages à l'étranger des Norvégiens
- +139%** Par rapport à 2021
- 163 000** Arrivées de Norvégiens en France
-  **160** Millions de recettes touristiques en France issues du tourisme norvégien
- 7,5** JOURS = Durée moyenne de séjour

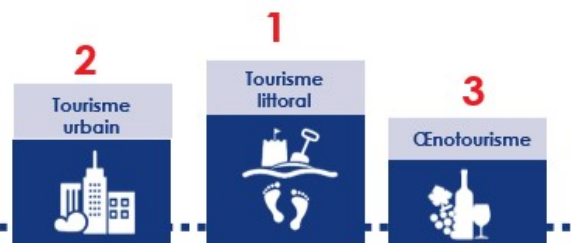
Principaux bassins émetteurs



Profil voyageurs

-  LA FRANCE est la 5^{ème} destination des Norvégiens à l'étranger.
-  Ils préfèrent les hôtels 4 et 5 Etoiles;
- Même s'ils privilégient toujours les voyages en avion, **les valeurs durables les intéressent fortement**

TOP 3 des motivations de voyages en France



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