



Finlande

La Finlande est un marché en forte progression pour la France (croissance à deux chiffres chaque année). Il y a eu 250 000 voyageurs finlandais en France en 2024, soit une augmentation de +24% par rapport à 2023 - la dynamique est positive avec notamment de nouvelles connexions aériennes.

Chiffres clés

+24%

de visiteurs en France en 2024

250 000

visiteurs en France en 2024

77

millions € de recettes
touristiques en 2023

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

Après une légère récession en 2023, la Finlande devrait renouer avec la croissance dès 2024.

- Population : 5,6 millions d'habitants en 2024
- PIB par habitant en 2024 : 51 200 EUR
- Évolution du PIB en 2024 : +0,4%
- Prévision du taux de croissance du PIB en 2025 : +1,9%
- Taux de chômage moyen en 2024 : 8%
- Taux d'inflation moyen en 2024 (glissement annuel) : +1,9%
- Évolution des dépenses de consommation privée en 2024 : +0,5%
- Dette publique en % du PIB en 2024 : 73,3%

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Selon les chiffres de Statistics Finland, les Finlandais ont effectué 7,3 millions de voyages de voyages à l'étranger en 2023. Un quart de ces voyages ont été faits en Europe du Sud. Les destinations les plus populaires étaient l'Estonie, la Suède, la Grèce et l'Espagne. La part des voyages domestiques est logiquement en baisse avec la reprise progressive des voyages internationaux après la pandémie. En 2024, 250 000 Finlandais ont visité la France, soit une augmentation de +24% par rapport à 2023. Les dépenses sont également en augmentation conséquente : +64,3% en 2023 par rapport à avant la pandémie.

Une majorité de touristes finlandais (65%) voyagent plusieurs fois dans l'année. 40% de ces voyages durent entre 7 et 13 jours. La moitié environ alternent entre l'organisation de voyages par eux-mêmes et les services d'agences de voyage. La quasi-totalité prennent l'avion pour leurs voyages vers le sud, notamment en raison de la position géographique du pays.

Lors d'une enquête réalisée par Lithuania Travel en 2022, 53% des voyageurs finlandais interrogés ont dit s'être déjà rendus en France. La Finlande peut compter sur 19 lignes directes avec la France, avec un développement fort des connexions orientées inbound avec les aéroports en Laponie (Rovaniemi, Kittilä, Ivalo).

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La connaissance du territoire français reste encore assez limitée par les voyageurs finlandais et se restreint à Paris et à la Côte d'Azur. L'été 2023 a vu le développement des vols depuis les aéroports régionaux.

Les Finlandais recherchent un bon rapport qualité-prix. Les produits suivants sont populaires : œnotourisme, city-breaks, balnéaire, ski et golf, ainsi que la croisière fluviale.

Sensibilité au tourisme durable

Le tourisme durable est une vraie tendance en Finlande, qui se traduit par plusieurs exemples identifiés par Visit Finland :

- L'importance d'un accès au tourisme durable pour tous
- Le développement du tourisme régénératif, qui vient renverser la perte de biodiversité en engageant les visiteurs dans des actions de conservation.

- Le tourisme déconnecté, avec l'émergence de destinations dont la visite est encouragée « sans téléphone », telle que l'île d'Ulko-Tammio dans le Parc national du Golfe de Finlande oriental.

Mode de réservation (parcours client), intermédiation (agence/TO ou OTA) / réservation directe :
De manière globale sur le marché finlandais, la tendance est au renforcement de l'intermédiation et à la spécialisation.

La thématique durable prend bien sur une grande place dans le cœur des clientèles, mais l'argument financier reste dans les habitudes de consommation.

On observe toujours un étalement de la saisonnalité qui se renforce.

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder ce marché

La France possède de nombreux atouts pour attirer la clientèle finlandaise 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 Finlandais.

Inspiration et découverte seront le mot d'ordre pour la communication en 2025.

Rassurer la clientèle, mais aussi rassurer les partenaires B2B (tour-opérateurs et agents de voyages), leur apporter soutien, écoute, et expertise pour les aider et qu'ensemble nous réussissions à relancer le marché du tourisme.

Développer le réseau de partenaires professionnels et d'influenceurs ;

Travailler principalement sur ces prescripteurs (accueils de presse, éductours, workshops);

Communiquer vers les niches aisées de voyageurs fréquents ainsi que vers les golfeurs et la clientèle "affaires".

Cibles : clientèles de CSP+ (familles, couples, seniors)

Source : Oxford Economics 2024, Euromonitor International, 2020. OCDE, 2025. Statistics Finland 2025. Visit Finland 2025.