RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Turquie

La France, proche et accessible, favorable à un tourisme de loisirs en plein essor.

Avec 85, 3 millions d'habitants, la Turquie est le 18ème pays le plus peuplé du monde. Istanbul, la capitale économique et financière, rassemble à elle seule près de 15 millions d'habitants, suivie par Ankara, capitale politique et administrative, puis Izmir, Bursa et Antalya. Le pays jouit d'une population jeune, 19 millions d'habitants ont moins de 14 ans et l'âge médian est de 32,1 ans en 2023.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

La Turquie a connu une forte croissance économique sur la période 2000-2010, lui permettant ainsi de combler son retard sur nombre de pays européens. En 2022, le taux de chômage était évalué à 10,3%, un chiffre en baisse par rapport à son niveau prépandémique.

Avec un PIB de 819 Mds USD en 2022, la Turquie est la 20ème puissance économique mondiale.
Le développement de l'économie turque a été très dynamique sur les deux dernières décennies. En effet, elle est notamment la seconde économie après l'Arabie Saoudite de la zone Moyen-Orient & Turquie couverte par le bureau Atout France de Dubaï. Cependant, en 2018, la lire turque s'est effondrée en précipitant le pays dans une sérieuse crise économique.

Une fréquentation des touristes turcs à l'étranger en hausse
En 2019, le tourisme émetteur turc représentait 8 millions de voyageurs et 4,6 milliards USD de dépenses. Le tourisme outbound turc a connu une croissance très importante puisqu'elle n'était que de 1,5 milliard USD en 1999.
L'un des secteurs les plus exposés est celui du tourisme, une industrie cruciale pour l'économie turque qui emploie des centaines de milliers de personnes et qui affichait une croissance de 17 % des revenus générés par l'industrie avec près de 52 millions de visiteurs (+13,7 %) en 2019.
L'augmentation du niveau de vie de la population turque au cours des 10 dernières années explique l'accroissement du nombre de voyageurs dans le monde estimé à plus de 3 millions de voyageurs avant la crise sanitaire.

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

En 2019, le tourisme émetteur turc représentait 8 millions de voyageurs et 4,6 milliards USD de dépenses. Le tourisme outbound turc a connu une croissance très importante puisqu'elle n'était que de 1,5 milliard USD en 1999.
Le nombre annuel de visiteurs en France est estimé à plus de 206 000 voyageurs en 2019 pour des dépenses par séjour de 1 330 USD, soit un montant relativement élevé comparé à la dépense moyenne générale de ces visiteurs qui est de l'ordre de 790 USD. Près de 40 % des voyageurs turcs partent à l'étranger pour des « visites, loisirs, activités sportives et culturelles ». Près de 30% effectuent des visites d'affaires (conférences, réunions, missions, etc.), et le reste des touristes - des visites familiales. Aussi, bien que face à des concurrents ayant renforcé leur positionnement sur le marché depuis de nombreuses années (Allemagne, Royaume-Uni), la France peut compter sur la multiplication des voies aériennes avec la Turquie pour séduire de plus en plus de visiteurs.
En effet, les principales compagnies (Air France, Turkish Airlines et Pegasus Airlines) desservent toutes les principales villes françaises : Paris, Marseille, Lyon, Nice, Bordeaux, Toulouse et Strasbourg.
L'un des secteurs les plus exposés est celui du tourisme, une industrie cruciale pour l'économie turque qui emploie des centaines de milliers de personnes et qui affichait une croissance de 17 % des revenus générés par l'industrie avec près de 52 millions de visiteurs (+13,7 %) en 2019.
L'augmentation du niveau de vie de la population turque au cours des 10 dernières années explique l'accroissement du nombre de voyageurs dans le monde estimé à plus de 3 millions de voyageurs avant la crise sanitaire.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Malgré une saisonnalité peu marquée, deux périodes se distinguent : l'été (juillet) et l'hiver (dernière semaine de janvier).
Cette dernière constitue une véritable opportunité pour les destinations françaises de montagne et notamment les stations de ski qui peuvent compter sur cette clientèle amatrice de sports d'hiver.

Cibles : le segment famille, les couples ou petits groupes (amis, 25/34ans), les « first-timers » (« Village mondial », 35/45 ans), CSP+ et CSP++
A destination de ces cibles, sont principalement valorisés le tourisme en ville, la montagne, les voyages combinés multivilles, les visites culturelles et de loisirs et le tourisme d'affaires.

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder ce marché

Principales tendances du marché et recommandations pour l'aborder
Outre un solide réseau de 4 000 agences de voyages, il convient de prendre en considération l'orientation menée dans le secteur touristique turc vers le digital et le tourisme en ligne. Le profil des touristes turcs est essentiellement composé de voyageurs masculins, environ 80 %, ce qui peut s'expliquer par le poids du tourisme d'affaires. Par ailleurs, 55 % des

touristes turcs se situent dans la tranche d’âge 25-44ans.
De plus, cette clientèle privilégie les voyages combinés multivilles d’une durée moyenne de 3 à 6 jours.

Le marché Turquie en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

TURQUIE

Taux de change

1 EUR = 28, 3 TRY

Quelques données économiques*

- 88 millions d'habitants
- 10 618 $ PIB / habitant
- + 5,6 % CROISSANCE de l'économie en 2022

Données touristiques en 2019

8	Millions de voyages à l'étranger
206 690	Arrivées de touristes en France
1330 $	de dépenses par séjour en moyenne
5,1	Jours : Durée moyenne par séjour

10% PRINTEMPS
10% AUTOMNE
50% ÉTÉ
30% HIVER

Principaux bassins émetteurs

- Istanbul
- Izmir
- Ankara

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Profil voyageurs

- Segment famille, couples ou petits groupes (amis de 25 à 34 ans)
- CSP+ et CSP++
- 40 % de visites loisirs
- Activités sportives et culturelles

Principales destinations visitées en France

TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Tourisme urbain
2. Activités sportives
3. Culture & visite

* Source : Direction générale du Trésor

Contact marché Moyen-Orient | Karim.Mekachera@atout-france.fr