

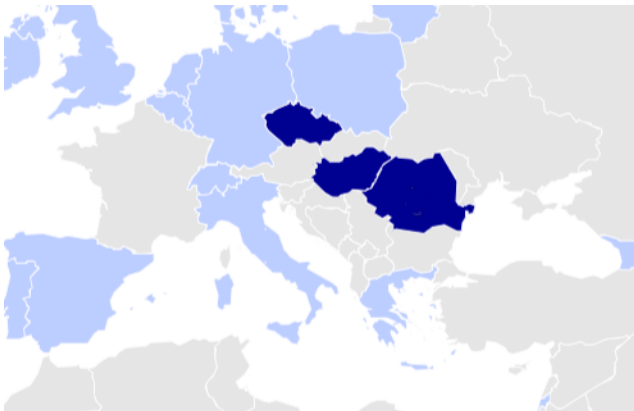


République Tchèque

Avec un PIB par habitant en standard de pouvoir d'achat qui se rapproche le plus de la France (32.000 € contre 35.700 €), la République Tchèque est incontestablement le marché incontournable d'Europe Centrale, qui affiche de surcroît depuis maintenant plusieurs années le taux de chômage le plus faible de l'Union Européenne (3,6%).

En 2023, le budget des Tchèques consacré aux vacances a augmenté de 11% par rapport à 2022, tout comme le pourcentage des projets de voyages à l'étranger (63% contre 53% en 2022).

Marchés d'intervention d'Atout France



Roumanie
Hongrie

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

- Population : env. 11 millions d'habitants
- Taux de croissance 2022 : 2 %
- Prévision taux de croissance 2023 et 2024 : -0,5% et +1,4%
- PIB par habitant (2022) : 25 870 €

L'amélioration de l'environnement économique, quoique freinée ces derniers temps par une très forte inflation (10,8 sur l'année 2023), se retrouve également dans la consommation des voyages, puisque selon la dernière étude Europ Assistance, le budget des Tchèques consacré aux vacances a augmenté de 11% par rapport à 2022, tout comme le pourcentage des projets de voyages à l'étranger (63% en 2023 vs 53% en 2022).

Sources : Commission Européenne, DGE, FMI, Czech Statistical Office, ACCKA, TTG Czech Republic

©Valerii Tkachenko

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Malgré une préférence vers des pays méditerranéens (surtout pour la saison estivale) comme la Croatie, l'Italie et l'Espagne, ou de proximité comme la Slovaquie et l'Autriche, la France a cependant séduit près de **430 000 touristes tchèques en 2022** (contre 538 000 en 2019).

Notre destination bénéficie en effet d'une **très bonne desserte aérienne** sur 7 villes françaises (Bordeaux, Lyon, Marseille, Mulhouse/Bâle, Nantes, Nice, Paris sans oublier Genève pour le ski dans les stations des Alpes françaises), toutes situées à moins de 3 heures de Prague.

Grâce à un intérêt marqué pour les thématiques **Culture et Patrimoine, Oenotourisme et Activités de plein air** (notamment cyclotourisme et ski) permettant des flux touristiques hors saison estivale et une demande touristique s'orientant vers des hébergements et des prestations de meilleure qualité, la République Tchèque mérite toute sa place dans la liste des marchés à prospecter.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

- Découverte du patrimoine et de la culture locale, Activités de pleine nature (cyclotourisme, randonnée, ski), Gastronomie/Oenotourisme

- Prise en compte grandissante des problématiques liées au tourisme durable, mais peu d'offres dédiées à part dans le segment de la nature active
- A noter une attention particulière des voyageurs à la sécurité

Top 5 régions : Paris, Côte d'Azur, Alpes, Corse, Provence

Publics cibles : DINKs, Millenials, Seniors actifs

Intermédiation : maximum 25 % pour le tourisme de loisirs généraliste ; beaucoup plus important pour le haut de gamme (entre 75 et 80%) et le ski (env. 80%)

Principales OTAs : Invia, Etravel, Booking, Zajezdy

Saisonnalité : Prolongement de la saison jusqu'à septembre-novembre

Phases de réservation : septembre à janvier pour le ski, octobre à février pour l'été, 1 à 3 mois avant les séjours printemps et automne

Nos recommandations pour aborder ce marché

Nos recommandations pour aborder ce marché

Compte tenu de la spécificité du marché (intermédiation France active, clientèle individuelle connectée), Atout France développe une stratégie de communication grand-public axée sur les réseaux-sociaux et les prescripteurs (presse et blogueurs) en déclinant les thématiques les plus pertinentes :

- Une offre renouvelée en matière d'expositions et d'événements pour développer les séjours urbains et culturels tout au long de l'année
- La diversité des destinations touristiques avec de nouvelles idées de circuits notamment pour la nature active (randonnées, vélo) en avant et arrière-saison
- La montagne hiver

Vis-à-vis de la distribution, notre préoccupation sera de mieux intégrer les Tour-opérateurs tchèques, souvent des structures de petite et moyenne taille, dans le circuit de l'offre touristique française - notamment sur la niche du Slow Tourisme (cyclotourisme, randonnées, tourisme fluvial...).

Thématiques : Nature active ; Culture ; Tourisme urbain ; Montagne Hiver ; Oenotourisme

Actions phares 2023 et 2024

Le marché République Tchèque en un clin d'oeil


Chiffres clés | Marché

RÉPUBLIQUETCHÈQUE

Quelques données économiques

 10,7 M d'habitants

 25 870 € : PIB / habitant

 1,2 % : prévision taux de croissance de l'économie en 2024

Période de départ – France



Connectivité aérienne France




Principales destinations visitées en France



A TOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Taux de change



 1€ = environ 24 Kč

Données touristiques

7,8 Millions de voyages à l'étranger en 2024

414 140 arrivées de touristes tchèques en France

162 Millions d'€ de recettes touristiques (2022)






 7,5 nuitées = Durée moyenne des séjours loisirs

Principaux bassins émetteurs



Praha
Brno
Plzeň

Profil voyageurs

-  La FRANCE est la 8^{ème} destination des Tchèques à l'étranger
-  Ils voyagent en couple ou en groupe d'amis;
-  Ils privilégient les vacances actives (vélo, ski, randonnées) et culturelles
-  Paris fait partie des villes les plus recherchées pour les courts séjours
-  Retour aux réservations anticipées en complément de réservation de dernière minute

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Rep. Tchèque | pavla.elsterova@atout-france.fr

Sources : Commission Européenne, Oxford Economics, Statista, DGE, Europ Assistance, Czech Statistical Office, TTG Czech Republic