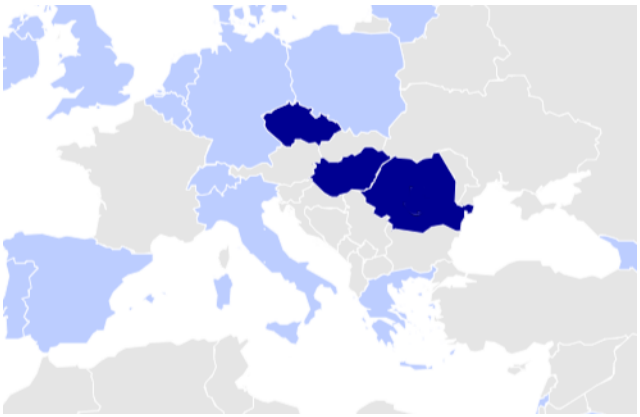
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

République Tchèque

Avec un PIB par habitant en standard de pouvoir d'achat qui se rapproche de plus en plus de celui de la France (34.100 contre 38.000 en 2023), 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 (2,6%).
En 2023, le budget des Tchèques consacré aux vacances a augmenté de 11% par rapport à 2022. De même, les dépenses moyennes pour les séjours à l'étranger augmentent en 2024 : +10 % pour les séjours de plus de 4 jours (740 €) et +5 % pour les courts, portant la moyenne globale à 494 €.
En 2024, le nombre total de séjours réalisés par les Tchèques a augmenté de 3,4 %, avec un taux de départ à l'étranger de 25,85 %, soit 7,52 millions de séjours à l'étranger (+2,4 % vs. 2019).

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 2023 : -0,4 %
- Prévision taux de croissance 2024 et 2025 :+1,1% et +2%
- PIB par habitant (2023) : 49 347 $

Grâce à l'importante revalorisation des salaires et des pensions en 2023 pour contrer l'inflation et la diminution de cette dernière en 2024, la consommation a repris, et avec elle la consommation des voyages et les dépenses effectuées dans le cadre de séjours à l'étranger (+51% en 2023 vs 2022). Les Tchèques étaient plus nombreux à se rendre a l´étranger en 2023 (+14,7% vs 2022) - un chiffre toujours en croissance en 2024 (prévisions de +5%).

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 **414 000 touristes tchèques en 2023.**
Notre destination bénéficie en effet d'une **très bonne desserte aérienne** avec 7 villes françaises (Bordeaux, Lyon, Marseille, Mulhouse/Bâle, Nantes, Nice et Paris situées à moins de 2h de Prague, , sans oublier Genève pour le ski dans les stations des Alpes françaises et Bilbao comme porte d'accès à la côte basque.

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 du vélotourisme
- A noter une attention particulière des voyageurs au rapport qualité / prix et aux réservations de première minute

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 : juillet à octobre 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 l'oenotourisme et 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 francaise - notamment sur la niche du Slow Tourisme (cyclotourisme, randonnées, tourisme fluvial...).

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

Le marché République Tchèque en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Taux de change

1€ = environ 24 Kč

Quelques données économiques

- 10,7 M d'habitants
- 25 870 € : PIB / habitant
- 1,2 % : prévision taux de croissance de l´économie en 2024

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

Période de départ – France

- 30% PRINTEMPS
- 20% AUTOMNE
- 20% ÉTÉ
- 30% HIVER

Principaux bassins émetteurs

Praha
Brno
Plzeň

Connectivité aérienne France

PARIS NTE BOD MRS NCE LYS BSL GVA

Profil voyageurs

- La FRANCE est la 8ème 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

Principales destinations visitées en France

TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Vacances actives
2. Patrimoine et monuments
3. Tourisme urbain

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

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

www.atout-france.fr | www.france.fr