



## Plan d'actions 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

- Population : env. 11 millions d'habitants
- Taux de croissance 2022 : 2 %
- Prév. 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

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

- 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, Zazajdy

**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

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



30%  
PRINTEMPS



20%  
AUTOMNE



20%  
ÉTÉ



30%  
HIVER

#### 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<sup>ème</sup> 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

2

Patrimoine et monuments



1

Vacances actives



3

Tourisme urbain



Contact marché Rep. Tchèque | [pavia.elsterova@atout-france.fr](mailto:pavia.elsterova@atout-france.fr)

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

