



Plan d'actions Autriche

Un marché mature à ne pas négliger.

La France tire son épingle du jeu sur le marché des destinations internationales prisées par les Autrichiens avec plus de 639 000 arrivées enregistrées en 2023, se situant ainsi généralement à la 6ème place.

Clientèle à fort pouvoir d'achat (parmi les plus dépensiers selon Europ Assistance avec les Suisses), voyageant plutôt sur les ailes de saison, les voyageurs autrichiens ont un faible pour notre patrimoine culturel et urbain ainsi que pour les voyages liés à la gastronomie et à l'oenotourisme.

Chiffres clés

10,6

millions de voyages Loisirs

1,3

millions de voyages Affaires

639 680

arrivées en france

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : presque 9 millions d'habitants
- Taux de croissance 2023 : -0,7 %
- Prévision du taux de croissance 2024 et 2025: environ 0,3 et 1,6%
- PIB par habitant (2023) : 46 700 €

Place de la destination France

Après la contraction de 0,8% du PIB en 2023, la croissance devrait être de retour en 2024 et 2025, atteignant jusqu'à +1,8%. La forte inflation des dernières années s'est tassée et les revalorisations salariales ainsi que les dispositifs de soutien contre l'inflation devraient permettre au revenu disponible des ménages de progresser de 2,6%. Cela se traduit notamment par une **forte propension à voyager**, avec **95% des Autrichiens** qui prévoient de partir en vacances cet été, parmi lesquels **70% privilégient des destinations étrangères**.

Avec **639 680 touristes en provenance d'Autriche en 2022** (vs 525 500 en 2022), la France se situe généralement au 6ème rang des destinations internationales préférées des Autrichiens et bénéficie d'une connectivité aérienne dynamique avec 7 villes françaises désormais desservies au départ de Vienne (Paris, Lyon, Marseille, Bâle/Mulhouse, Nice, Nantes et Calvi) sans oublier la ligne ferroviaire à succès Vienne-Strasbourg-Paris.

Grâce à un profil de clientèles (DINKS, Seniors actifs, Millenials) qui correspond bien à la stratégie de la destination France d'une **meilleure répartition des séjours dans le temps** (notamment durant les ailes de saison, la saison estivale étant dominée par le trio Italie, Croatie et Grèce) et des **attentes de consommation en adéquation avec notre offre touristique** (en matière de tourisme urbain, de culture et de gastronomie), le marché autrichien représente une véritable opportunité de développement pour la France et ses destinations.

Principales motivation de séjour et mode de réservation

Profil des voyageurs

- Les principaux bassins émetteurs depuis l'Autriche sont : la capitale Vienne et ses environs, la région de Haute Autriche / Linz (sidérurgie, chimie, construction de machines) et celle de Salzburg (industries électrique et du bois)
- Des touristes européens parmi les plus dépensiers (après les Suisses). Pour cet été : près de 1 100€ / PAX.
- Principales motivations : Repos / détente = 30%, Culture / Visites /Shopping=25%, Activités de plein air = 12%
- A noter une attention particulière aux standards d'hygiène et de propreté ainsi qu'à la sécurité
- Demande accrue en matière d'hébergement de catégorie supérieure, majoritairement 4* (ou 3* supérieurs et de charme)
- Une prise en compte du respect de l'environnement et du développement durable en matière de voyages: préoccupation pour un peu plus d'un tiers des Autrichiens qui se disent prêts à payer plus pour des offres éco-responsables
- Top 5 régions : Paris, Côte d'Azur, Provence, Corse, Centre Val de Loire
- Publics cibles : DINKS, Millenials, Seniors, MICE

Intermédiation :

- Entre 15 et 20% pour le tourisme de loisirs généraliste / beaucoup plus important pour le haut de gamme et le MICE (environ 70%)
- Ventes en hausse auprès des agences de voyages (en raison des garanties et de la gestion du dossier en cas d'imprévu)
- Principales OTA : Booking.com, Kayak (Checkfelix), Edreams (opodo), Expedia Group, HRS

Saisonnalité:

On observe un glissement des départ en vacances en arrière-saison avec des taux de départ de plus en plus élevés en septembre (44%) et en octobre (environ 21%)

Nos recommandations pour aborder ce marché

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

- Un environnement préservé pour des séjours actifs et de détente correspondant à une demande accrue en « slow tourisme »
- Un art de vivre, reflet de l'authenticité de nos terroirs et d'un savoir-faire liant modernité et traditions ;
- Une offre France renouvelée en matière d'expositions, d'événements et de spectacles, témoin d'un patrimoine vivant, dynamique et créatif incitant à découvrir et redécouvrir une destination pour multiplier les séjours sur l'ensemble du territoire

Vis-à-vis de la distribution, il s'agira pour nous de mieux sensibiliser les tour-opérateurs et agences de voyages sur la diversité de notre offre touristique, avec notamment un accent particulier sur les thématiques "**Slow tourisme**" et "**Art de vivre**" afin d'enrichir la programmation des professionnels sur ces thématiques au coeur de la stratégie d'Atout France. Une attention particulière sera également portée auprès des prescripteurs du secteur **MICE** en valorisant le caractère d'excellence, novateur et original de la destination France.

Thématiques :

- Tourisme urbain
- Culture
- Oenotourisme
- Nature active
- Tourisme d'affaires
- Littoral

Sources : Commission Européenne, Statista, Oxford Economics, Corps Touristique, Statistik Austria, Europ Assistance

Le marché Autriche en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

AUTRICHE

Quelques données économiques

- 9 MILLIONS d'habitants
- 46 700 € : PIB / habitant
- 0,3 % : prévision taux de croissance de l'économie en 2024

Période de départ – toutes destinations



Connectivité aérienne France

PARIS* NTE BSL MRS LYS NCE CLY** GVA

* CDG, Orly, Paris Beauvais
** vols charters entre avril et octobre

Principales destinations visitées en France



Données touristiques

- 14,3 Millions de voyages (LOISIRS) à l'étranger (2023)
- 1,8 Millions de voyages (AFFAIRES) à l'étranger (2023)
- 639 680 arrivées d'Autrichiens en France en 2023
- 249 Millions d'€ de recettes touristiques (2022)
- 6,7 NUITÉES = Durée moyenne de séjours loisirs

Principaux bassins émetteurs

- Vienne et sa région, Haute Autriche (Linz), Salzbourg et sa région

Profil voyageurs

- France :
 - 6^{ème} destination à l'étranger : prévision 2023
 - Des touristes parmi les plus dépensiers d'Europe
 - La plupart des voyages se font sans intermédiation
 - Préférence pour des hôtels de catégorie supérieure (4*)

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Autriche | emmanuel.marcinkowski@atout-france.fr

Sources : Commission Européenne, Statista, Oxford Economics, Corps Touristique, Statistik Austria, Europ Assistance

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Démarchage "Slow Tourisme" Autriche, Europe centrale](#) : Rencontres B2B / Grand public international
- [Tournée médiatique / Rencontres presse Autriche-Europe centrale](#) : Rencontres médias / Médias internationaux

DÉMARCHAGE "SLOW TOURISME" AUTRICHE, EUROPE CENTRALE

PRESTATION

Marchés d'intervention :	Autriche	Croatie Hongrie	République Tchèque	Roumanie
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B			
Cibles :	Grand public international			
Espaces et filières :	Slow tourisme			

Démarchage B2B en Autriche, République Tchèque, Roumanie, et Croatie avec des spécialistes du Slow Tourisme. 1, 2 ou 3 villes au choix !

OBJECTIFS

- Augmenter la programmation France des tour-opérateurs (AT, CZ, RO, HR) spécialisés Slow Tourisme
- Développer l'attractivité des destinations françaises Slow Tourisme auprès des touristes autrichiens, tchèques, roumains et croates
- Augmenter les échanges d'affaires entre professionnels français et locaux

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations, Hébergeurs, Réceptifs, prestataires nature active, œnotourisme & gastronomie, etc.

Nombre de partenaires souhaités :

2-4

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 31 mai 2024

Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : 1 ville : 650€ HT | 2 villes : 1 100€ HT | 3 villes 1 550€ HT Prix par partenaire (hors frais de transport et d'hébergement). Hors frais d'accompagnement Atout France (250 € HT / jour + frais de déplacement) partagés par l'ensemble de la délégation

FORMAT

Liste des sessions :

Démarchage "Slow Tourisme" Sept. 2024 (1, 2 ou 3 villes au choix)

Date de début

09 septembre 2024

Date de fin

12 septembre 2024

Date limite d'inscription

31 mai 2024

Lieu :

Format de l'opération :

- Démarchage à la carte (1,2 ou 3 villes au choix) en Autriche, République Tchèque, Roumanie, et Croatie avec des spécialistes du Slow Tourisme

Possibilité d'inviter des TOs hongrois - lors du démarchage à Vienne - également sensibles à cette thématique

Indicateur de performance :

Nombre de rendez-vous programmés

Nouveaux contrats / programmations

Profil visiteur :

Slow Tourisme, gastronomie, œnotourisme

Visiteur attendu :

6-10 AT & HU ; 5-10 CZ ; 5-10 RO ; 5-7 HR

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

TOURNÉE MÉDIATIQUE / RENCONTRES PRESSE AUTRICHE-EUROPE CENTRALE

PRESTATION

Marchés d'intervention :	Autriche	Hongrie	République Tchèque	
Type de rendez-vous :	Rencontres médias			
Cibles :	Médias internationaux			
Espaces et filières :	Culture & patrimoine	Gastronomie Littoral	Slow tourisme	Ville

Tournée médiatique "Focus on France" en Autriche, République tchèque et Hongrie du 18 au 20 février 2025

OBJECTIFS

- Valorisez votre image et présenter les nouveautés 2025 de votre destination / offre
- Renforcez vos contacts avec les journalistes autrichiens, tchèques et hongrois
- Générez des accueils presse individuels/groupes et par conséquent des reportages sur votre destination / offre

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

Minimum 6

Visibilité partenaire :

> Présentation de votre offre / produit sous forme de films promotionnels conçus et réalisés par le bureau Atout France > Workshop avec entretiens individuels avec les journalistes (une table/partenaire) > Organisation d'accueils presse (groupe/individuels) suite à votre participation > Visibilité renforcée auprès du grand public avec l'option "Pack Communication" (Total AT, CZ: 55 000 contacts B2C)

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : novembre 2024

Précisions tarifaires :

Tarif comprenant les conférences de presse, frais d'hébergement, déjeuners et transferts inter-villes : 1.400€ HT pour 1 ville, 2.400€ HT pour 2 villes, 3.300€ HT pour 3 villes
Offre "Pack Communication" avec publication d'un post dédié sur les comptes Facebook France.fr (AT, CZ) : 300€ HT pour 1 marché, 450€ HT pour 2 marchés

FORMAT

Liste des sessions :

Conférences de presse à Prague, Vienne et Budapest

Date de début

18 février 2025

Date de fin

20 février 2025

Date limite d'inscription

15 novembre 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Conférences de presse suivies de workshops en présentiel avec entretiens individuels avec les journalistes et influenceurs ciblés par marché (grands quotidiens, magazines et blogueurs de renom) - organisées dans les Résidences de France respectives.

Indicateur de performance :

Nombre et qualité des journalistes / médias présents
Accueils presse organisés suite à la participation à la tournée médiatique

Edition précédente :

Février 2024 :

Dans le cadre de sa tournée médiatique annuelle „Focus on France“, le bureau Atout France de Vienne a accueilli 9 partenaires à Bucarest, Prague et Vienne en février 2024.

60 journalistes et blogueurs des trois marchés

se sont déplacés pour découvrir les grandes nouveautés en France, mises en avant via un film promotionnel spécialement conçu à cet effet par l'équipe. Un deuxième temps a permis aux invités de rencontrer les partenaires et de discuter de leurs projets concrets lors d'entretiens individuels.

Les trois conférences de presse se sont tenues dans le cadre prestigieux des

Résidences de France

en présence de l'Ambassadeur de France en Roumanie et respectivement des Premiers Conseillers à Prague et Vienne.

En 2023, les touristes venant des trois marchés (Autriche, Hongrie et République tchèque) ont effectué au total 1,22 millions de séjours en France.

Profil visiteur :

Représentants des médias - Quotidiens, magazines, radio, TV, freelances, blogueurs influents

Visiteur attendu :

25-35 pour Vienne et 15-20 pour Prague et Budapest soit 60 à 75 participants

Perrot - Ilona ilona.perrot@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Les opérations à la carte

- [E-newsletter presse / marchés germanophones](#) :
- [Campagne destination B2C Autriche](#) : Campagnes / Grand public français
- [E-newsletter B2C & communication Facebook / marchés germanophones](#) : Campagnes
- [Campagne digitale Sport - Jeux olympiques d'été Paris 2024](#) : Campagnes

Marchés d'intervention :

Communiqué de presse dédié à votre offre, envoyé sous forme d'E-Newsletter à plus de 3.500 contacts presse sur les trois marchés germanophones (Allemagne, Autriche, Suisse)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

Action individuelle ou groupée sur une thématique

FORMAT

Format de l'opération :

Envoi d'un communiqué de presse présentant votre offre / destination aux bases de contacts presse germanophones des bureaux Atout France Allemagne, Autriche et Suisse. Livraison en amont des contenus : textes, liens et images par vos soins - la programmation, l'envoi et le suivi sont réalisés par Atout France.

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture des E-Newsletters
Retombées presse directes suite à l'envoi
Demandes d'accueils presse suite à l'envoi (retombées presse indirectes)

Media / Support :

tous supports: Représentants des médias - Quotidiens, magazines, radio, TV, freelances, blogueurs influents

Monika Fritsch monika.fritsch@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE DESTINATION B2C AUTRICHE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Cibles :

Campagnes

Grand public français

L'aspect durable d'un voyage est un facteur qui joue un rôle de plus en plus important au sein de la population autrichienne. Les voyageurs cherchent davantage des lieux peu connus et des activités insolites et privilégient des visites en aile de saison afin d'éviter le tourisme de masse.

Cette évolution représente une opportunité pour des destinations françaises moins connues sur le marché autrichien ainsi que pour des destinations phares cherchant à se positionner différemment en

mettant en valeur des offres de séjours en dehors des sentiers battus.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

principalement des destinations touristiques / possibilité de version « light » pour des hôtels ou parcs de loisirs

Nombre de partenaires souhaités :

à partir de 1 partenaire

FORMAT

Format de l'opération :

Mix média en ligne et réseaux sociaux

en accord avec la ligne de communication, intégrant par exemple les thématiques Culture & événements, Gastronomie, Littoral, Oenotourisme. Nous vous recommandons de mettre l'accent sur la découverte d'une destination sous un angle original (offres novatrices, concepts originaux) et/ou promouvoir l'avant- ou l'arrière-saison.

Pour ce faire, nous sélectionnons

des réseaux Premium

d'éditeurs autrichiens

(quotidiens de qualité, plateformes de magazines féminins, plateformes voyages etc.), des supports dédiés à la thématique principale (focus nature active, gastronomie etc.) en complément des

publicités et posts organiques sur les réseaux sociaux

. Un

mailing dédié ciblant des contacts qualifiés

peut compléter les actions en ligne.

Possibilité d'intégrer au mix media un

accueil influenceur(s)

afin de

soutenir et augmenter la visibilité sur les réseaux sociaux

.

Veillez noter qu'une extension de cette campagne sur les marchés Allemagne et Suisse germanophone est possible à des coûts avantageux - n'hésitez pas à nous contacter pour des propositions sur mesure!

Indicateur de performance :

occasions de voir, clics, CTR

Profil visiteur :

DINKS, millennials, seniors actifs

Media / Support :

réseaux premium de portails web: derstandard.at, diepresse.com, kurier.at, sn.at (Salzburger Nachrichten), tripadvisor.com, holidaycheck.at, falstaff.at...

réseaux sociaux: Facebook & Instagram, YouTube et/ou TikTok si matériel vidéo approprié disponible

influenceur(s): à établir selon la destination/thématique, nous disposons d'un pool d'influenceurs avec lequel nous travaillons régulièrement

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

Insertion dans les e-newsletters B2C d'Atout France en Allemagne, Autriche et Suisse (sous forme d'articles hébergés sur france.fr.) et posts Facebook sponsorisés sur les trois marchés

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
action individuelle

FORMAT

Format de l'opération :

Envoi d'une communication dédiée aux abonnés des e-newsletters Atout France sur les marchés Allemagne, Autriche et Suisse. Le contenu sera livré par vos soins (textes, images, vidéos etc.) en amont et l'article sera co-créé par l'équipe rédactionnelle d'Atout France.

L'équipe rédactionnelle d'Atout France prévoit

4 e-newsletters "Focus" (dédiées à 1 thématique) au cours de l'année 2024

:

culture/city breaks

(février 2024),

slow tourisme/tourisme durable - "focus printemps/été"

(mars 2024),

littoral/balnéaire

(avril 2024),

slow tourisme/tourisme durable - "focus automne"

(exemples: musées, visites des vignobles etc. - septembre 2024).

Des insertions individuelles dans le cadre des e-newsletters multithématiques sont également envisageables, mais veuillez noter que l'espace publicitaire est limité.

Nous recommandons de réserver votre espace environ 2 mois avant la date d'envoi souhaitée afin de garantir la disponibilité.

Une

extension de la communication sur Facebook

est possible pour augmenter la visibilité de votre marque.

L'intégration d'un

jeu concours

est également possible (prévoir la mise à disposition d'un lot à gagner).

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture, taux de clics, nombre de clics total et par marché

Performance du post sur Facebook (en organique),
performance du sponsoring (par marché)

Media / Support :

E-Newsletters B2C des bureaux d'Atout France en
Allemagne, Autriche et Suisse

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Espaces et filières :

Campagnes

Grands évènements

Campagne digitale dirigée à des villes hôtes des JOP pour faire la promotion de leurs activités touristiques sportives tout au long de l'année.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Villes hôtes JOP

Nombre de partenaires souhaités :
6 VILLES

FORMAT

Format de l'opération :

Campagne digitale permettant de mettre en avant les activités touristiques sportives des villes hôtes des JO (6 villes)

Indicateur de performance :

Impressions, visites, Links Clicks, vidéo vue (sur la base de ruschs des villes).

Media / Support :

- Création d'un microsite dédié aux villes partenaires sur france.fr
- 1 newsletter dédié par ville (fichier contacts Atout france)
- 1 post/1 tweet sur les profils Réseaux sociaux Atout France
- 1 petite campagne FB/IG par ville

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

