



# Présentation des Marchés Scandinaves 2019

- Atout France
- CRT Paris Ile-de-France

# Présentation Atout France



*Copyright Atout France. Reproduction et diffusion interdite sans autorisation.*

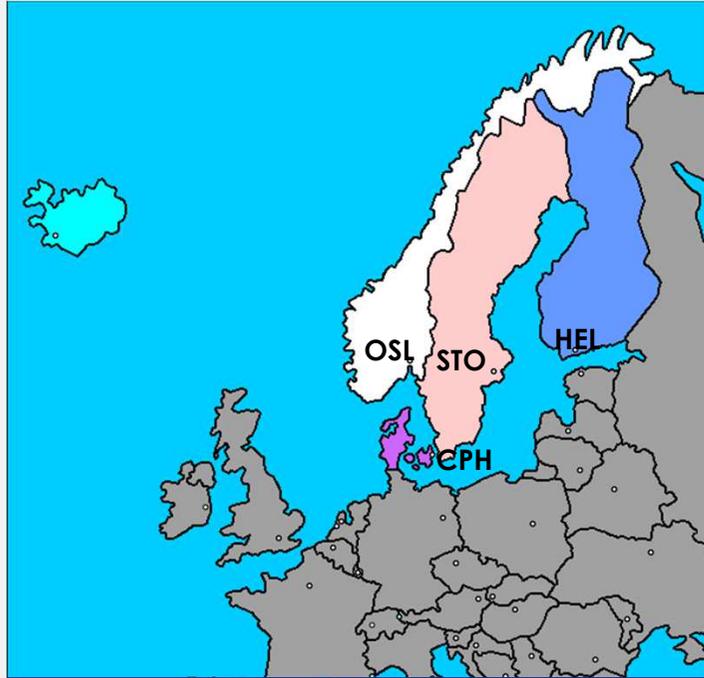


MAERSK



BY APPOINTMENT TO  
HER MAJESTY THE QUEEN OF DENMARK  
**GEORG JENSEN**  
ESTABLISHED 1954

## 4 MARCHÉS - 4 LANGUES



Communication en langue locale indispensable pour les actions de promotion auprès du grand public.

⇒ Le Danemark, la Norvège, la Finlande et la Suède composent la Scandinavie.

⇒ Langues parlées :

Danois, norvégien, suédois, Finlande : finnois (ses habitants sont des Finlandais)

### Population 2018 : 26,8 millions

⇒ Suède : 10,2 M

⇒ Danemark : 5,785 M

⇒ Finlande : 5,552 M

⇒ Norvège : 5,295 M

Principales agglomérations :

1. **Copenhague – Malmö** 3,8 M habitants (Øresund, 26% des PIB danois et suédois combinés)
2. Stockholm - 2,3 M
3. Helsinki - 1,5 M
4. Oslo - 1,4 M

# UN LABORATOIRE DE NOUVELLES TENDANCES

⇒ En **pointe sur les nouvelles technologies**

Plus grande pénétration en Europe des réservations de produits touristiques en ligne

⇒ **Importance de la gastronomie en général**

Forte concentration de restaurants étoilés Michelin  
Bocuse d'Or

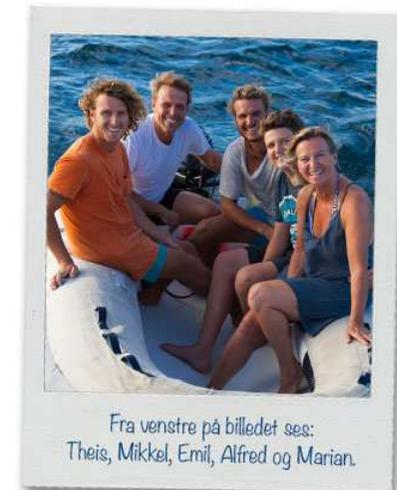
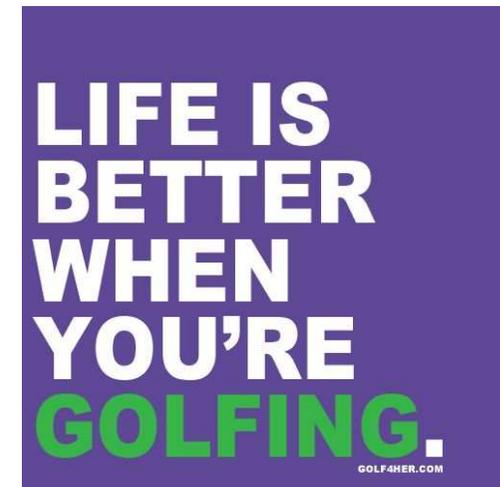
⇒ Les Danois puis Suédois, leaders dans la consommation de **produits bio dans le monde**



Rang	Nation	Or	Argent	Bronze	Total
1	France	7	2	1	10
2	Norvège	5	3	2	10
3	Suède	1	4	1	6
4	Danemark	1	3	1	5
5	États-Unis	1	1	0	2
6	Luxembourg	1	0	0	1
7	Belgique	0	3	3	6
8	Allemagne	0	0	3	3
9	Islande	0	0	2	2
10	Japon	0	0	1	1
10	Singapour	0	0	1	1
10	Suisse	0	0	1	1

## DES CLIENTÈLES ACTIVES, QUALITATIVES ET OUVERTES

- ⇒ **Clientèles actives** : cyclisme, plongée, randonnée, course à pied, yoga
- ⇒ **1 million de licenciés aux fédérations nationales de Golf des 4 pays** (60% Suède) et 1,4 millions de joueurs
- ⇒ **Valeurs liées à la qualité**, à la recherche d'un bon rapport qualité prix surtout au Danemark
- ⇒ **Ouverture sur le monde, une culture forte et qui s'exporte**. Société protestante et fortement tournée vers le monde anglo-saxon.
- ⇒ Des marins.



# 02

## Pourquoi investir dans les pays nordiques ?

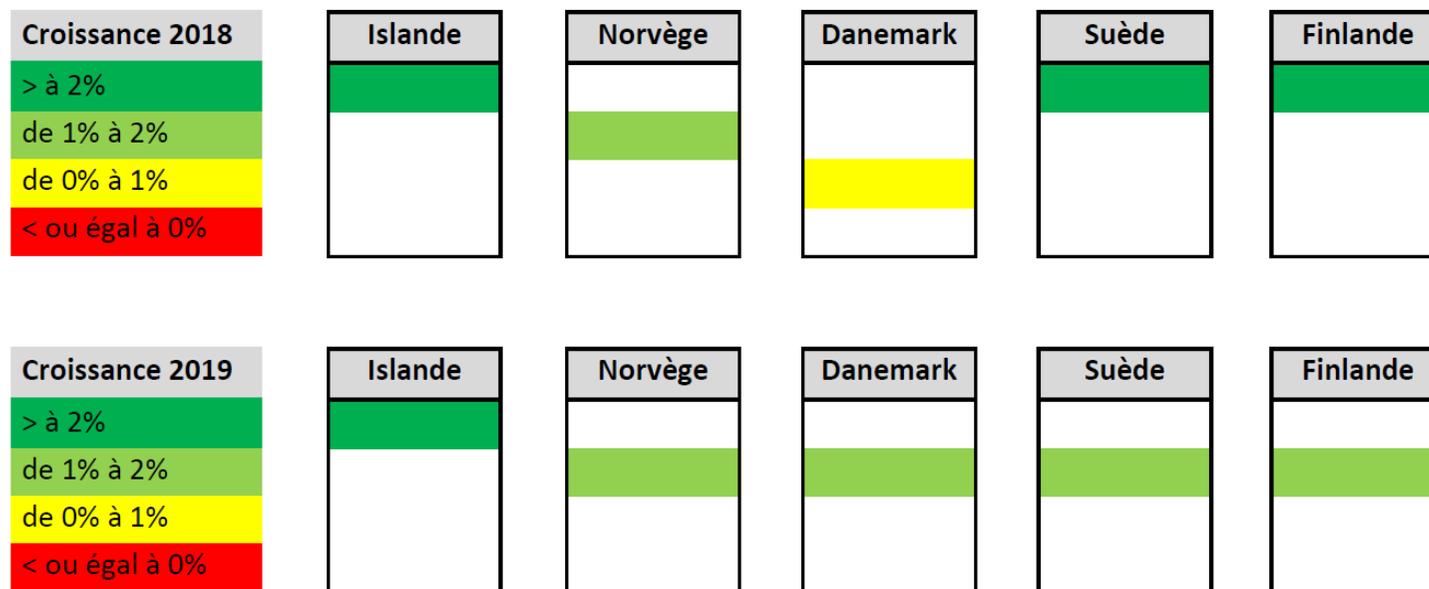
1. **Niveau de revenu élevé** et importante part accordée au voyage (climat).
2. Les touristes nordiques dépensent **plus que le touriste moyen européen sur les services à destination**
4. Les touristes nordiques ont entre **5 et 6 semaines de congés payés** par an
5. La **marge de progression** possible reste importante

# ECONOMIES CITEES EN EXEMPLE

**Zone nordique : 11<sup>ème</sup> puissance économique du monde** devant la Corée du Sud, et derrière le Canada

	Danemark	Norvège	Finlande	Suède	France
PIB/hab (PPP) 2018	▶ 60634 (+8)	75 341 (+5)	49 207 (+8)	57783 (+9)	42 419 (+4) USD courants
Taux de chômage 2018 (BIT)	▶ 4,9%	4,0%	7,1,3%	6,2%	9,2%

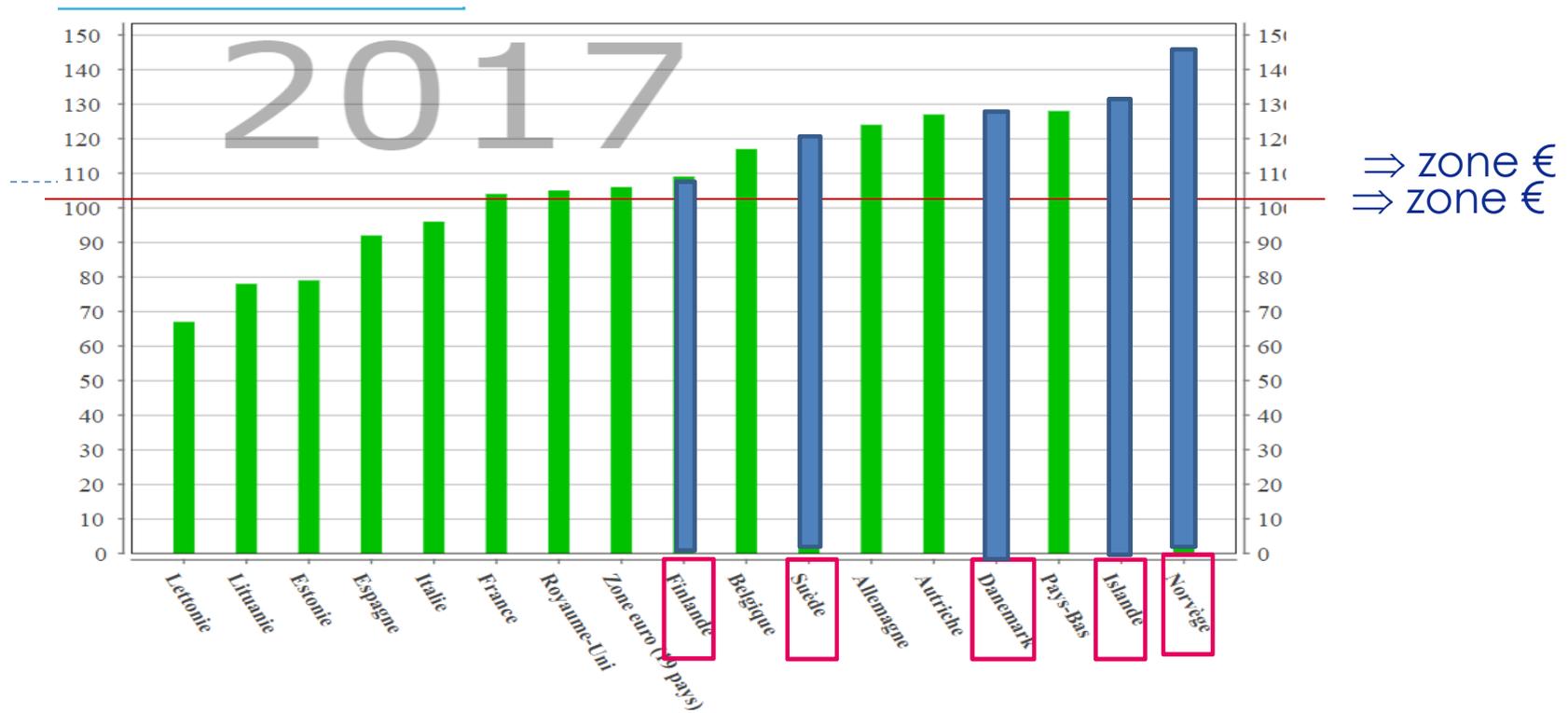
## 1. Prévisions de croissance pour les pays nordiques



©Source :Commission Européenne, prévisions d'hiver (février 2019 2018)

# UN POUVOIR D'ACHAT ÉLEVÉ

PIB en standard de pouvoir d'achat



# BASSIN ÉMETTEUR

100% = EUROPE (population EU28 + SW + NO)

5% = population SE DK NO FI pour 7 % des réservations de produits touristiques soit près de 30% du marché britannique ou allemand / 65% du marché espagnol ou italien

25,95 M habitants

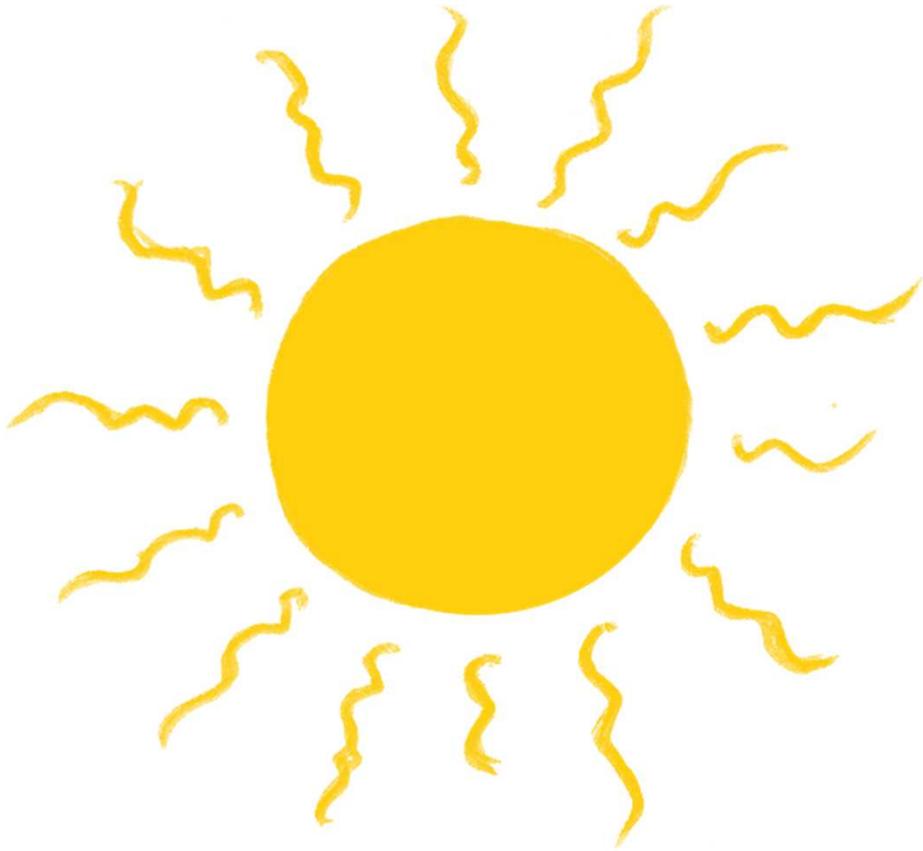
40 M de séjours  
à l'étranger

2,2 M séjours par an  
en France

soit 1,2Mlds€ en recettes touristiques

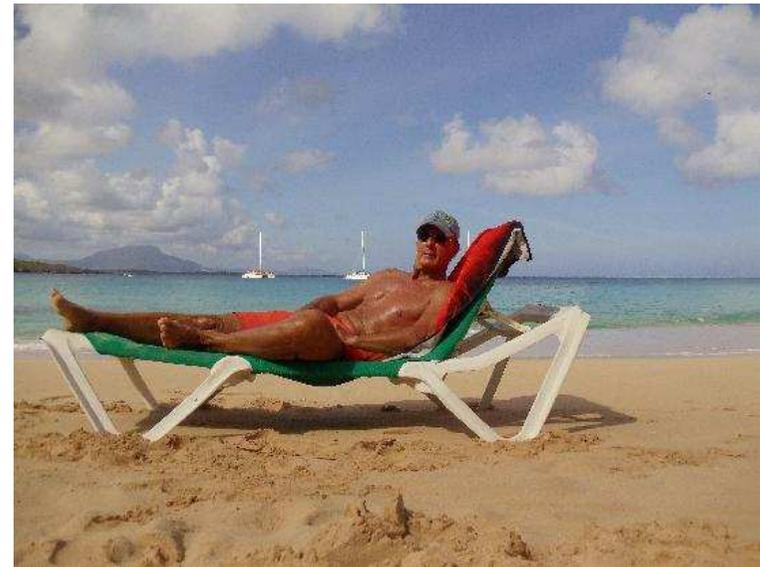
**Croissance des réservations touristiques à l'étranger en CA de 13% prévu entre 2017 et 2022**  
*(pour mémoire -1% Canada, 11% All et 19% USA)*

# LE VOYAGE RESTE UN POSTE DE DÉPENSE PRIORITAIRE



⇒ Multiplication des séjours et  
longs week-ends, également  
sur le court et long-courrier

⇒ 5 à 6 semaines de congés  
payés par an



# 03

## LE MARCHÉ SCANDINAVE EN CHIFFRES

1. Un marché émetteur de **46M de séjours à l'étranger en 2017**
2. **45,1%** des Nordiques ont déjà visité la France
3. Destinations et thématiques phares en France
4. En grande majorité, les séjours à l'hôtel en France se font dans des établissements **3 et 4 étoiles**
5. **70%** des séjours en France ont lieu **entre mai et octobre**, à l'exception de la Finlande moins saisonnalisée
6. Jusqu'à **410 vols directs par semaine** vers la France, toutefois un déficit par rapport aux autres destinations européennes mais on se rattrape

# TENDANCES DESTINATIONS



## Départs :

50 % domestique  
30 % Europe  
20 % long-courrier

- ⇒ Espagne : 1ère destination de vacances (50% Canaries)
- ⇒ Concurrents principaux sur les vacances des familles et estivales : Espagne, Grèce, Italie, Croatie.  
**La France est en recul et la Turquie disparaît du top10.**
- ⇒ Montée des destinations long-courrier mais aussi moyen-courrier sur de longs week-ends

## TENDANCES

- ⇒ Croissance de la demande : Thaïlande, Crète et Majorque
- ⇒ Familles : Espagne, Etats-Unis et Moyen-orient en croissance
- ⇒ Ski en Europe de l'est
- ⇒ Long courrier, la distance n'effraie pas, mais la conscience de l'empreinte carbone existe

**New York, Dubaï, Tel Aviv, Reykjavik concurrencent les destinations city-break traditionnelles**

# UN POTENTIEL DE PROGRESSION IMPORTANT

DANEMARK / + 4 jours loisirs en 2017

1. Espagne ++
2. Italie +
3. Allemagne +
- 4. France +**
5. Suède +
6. Norvège
7. Grèce
8. Grande-Bretagne +
9. USA +
10. Autriche

Average monthly seats to France from CPH	
2014	61219
2015	61582
2016	68426
2017	64939
2018f	66483
2019f	67136

Danemark / Destination France 2014-2019

**Les chiffres de 2019 sont encore plus élevés avec les ouvertures de Nantes, Bordeaux, Marseille et Toulouse,**

FINLANDE / destinations loisirs et affaires 2016

1. Espagne
2. Russie
3. Allemagne
4. Suède
5. Allemagne
6. Italie
7. Norvège
8. Royaume-Uni
9. Grèce
- 10. France**

NORVEGE / + 4 jours loisirs en 2017

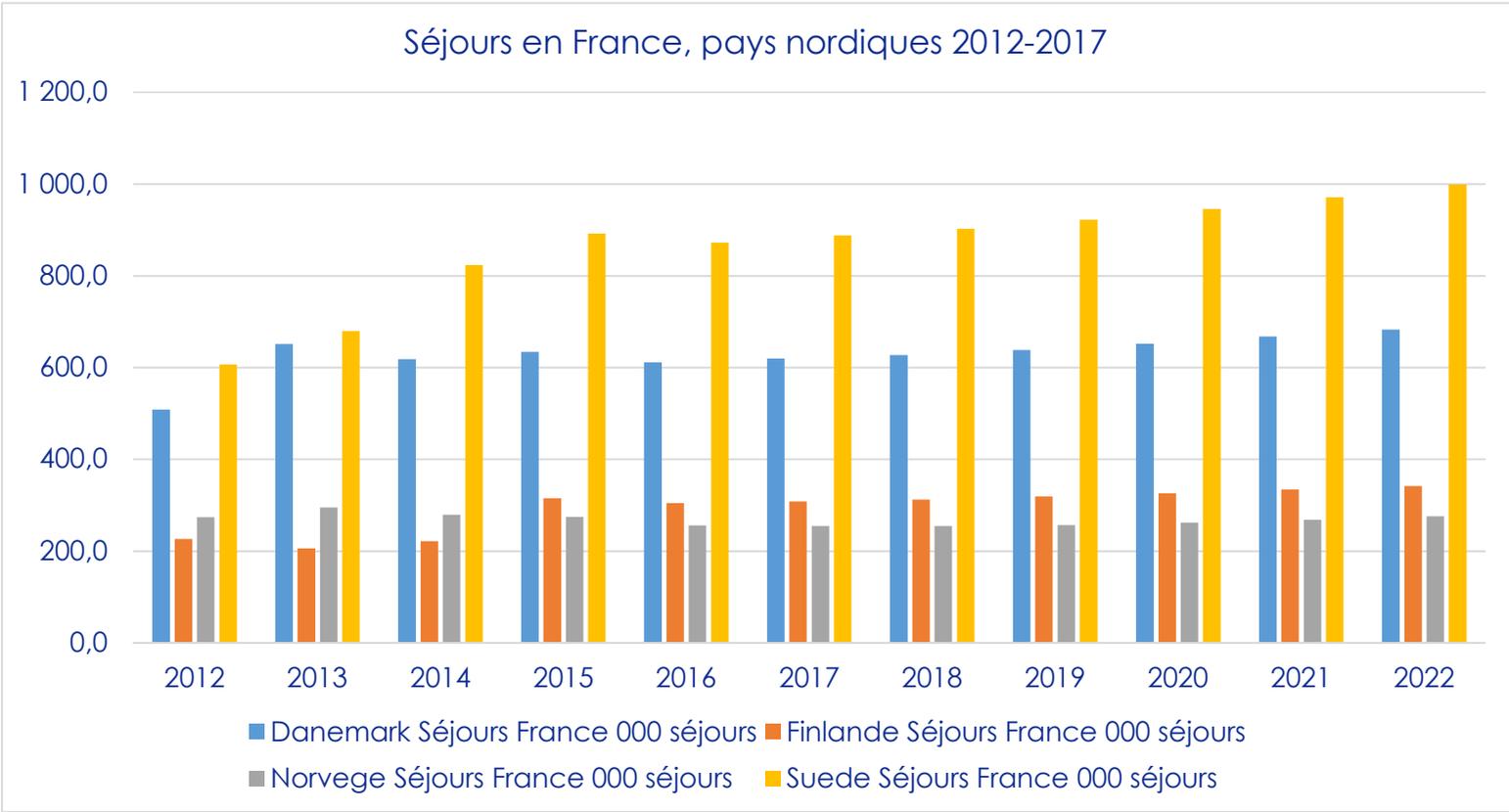
1. Suède
2. Espagne
3. Danemark
4. Royaume-Uni
5. Allemagne
- 6. France**

# MARCHÉ ÉMETTEUR ÉTRANGER ET FRANCE

	DANEMARK	NORVÈGE	FINLANDE	SUÈDE	TOTAL
Prévision du nombre de départs à l'étranger 2017 (1)	11,69M	10,77M	8,53M	15,3M	<b>46,29M</b>
Var. départs à l'étranger 17/22 (1)	+12%	+10,6%	+11,6%	+14%	<b>+12,3%</b>
Nombre de départs en France 2016 (2)	535 000	365 000	303 000	795 000	<b>2,0 M</b>
Variation départs France 16/13 (2)	-18%	-16%	+48%	+ 18%	<b>+2%</b>
Nombre nuitées totales marchandes et non marchandes en France en 2016 (2)	4,14 M	2,4 M	1,8 M	5,64 M	<b>14 M</b>
Durée de séjour en France (2)	7,8 jours	7,5 jours	6,3 jours	6,9 jours	<b>7,1 jours</b>

©Sources : Euromonitor 2017 (1), Enquête EVE DGE pour les chiffres France (2)

# BAISSE 2016 MAIS +13% ENTRE 2016 ET 2022



# UNE ACCESSIBILITÉ AÉRIENNE EN PROGRESSION, MAIS ...

## Villes desservies annuellement :

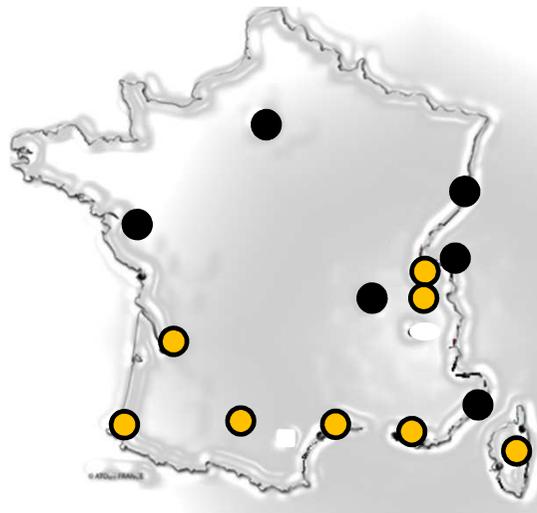
Paris CDG  
Paris ORY  
Paris Beauvais  
Bâle-Mulhouse  
Genève  
Lyon  
Nice  
Nantes (avril 2019)



Helsinki (FI)  
Oslo (NO)  
Copenhague (DK)  
Billund (DK)  
Göteborg (SE)  
Stockholm (SE)  
Bergen

## Villes desservies en saison:

Calvi  
Bastia  
Marseille  
Bordeaux  
Biarritz  
Montpellier  
Toulouse  
Lyon  
Grenoble  
Chambéry



## TOP 10 des destinations au départ de Copenhague 2018

1 – Londres	181.339
2 – Oslo	109.166
3 – Stockholm	105.577
4 – Amsterdam	77.942
5 – Helsinki	63.649
<b>6 – Paris</b>	<b>63.354</b>
7 – Berlin	56.668
8 – Aalborg	55.677
9 – Frankfurt	50.923
10 – Bruxelles	42.587

©Source : aéroport de Copenhague 2018

**Environ 40% des Danois (familles) arrivent en France en voiture l'été.**

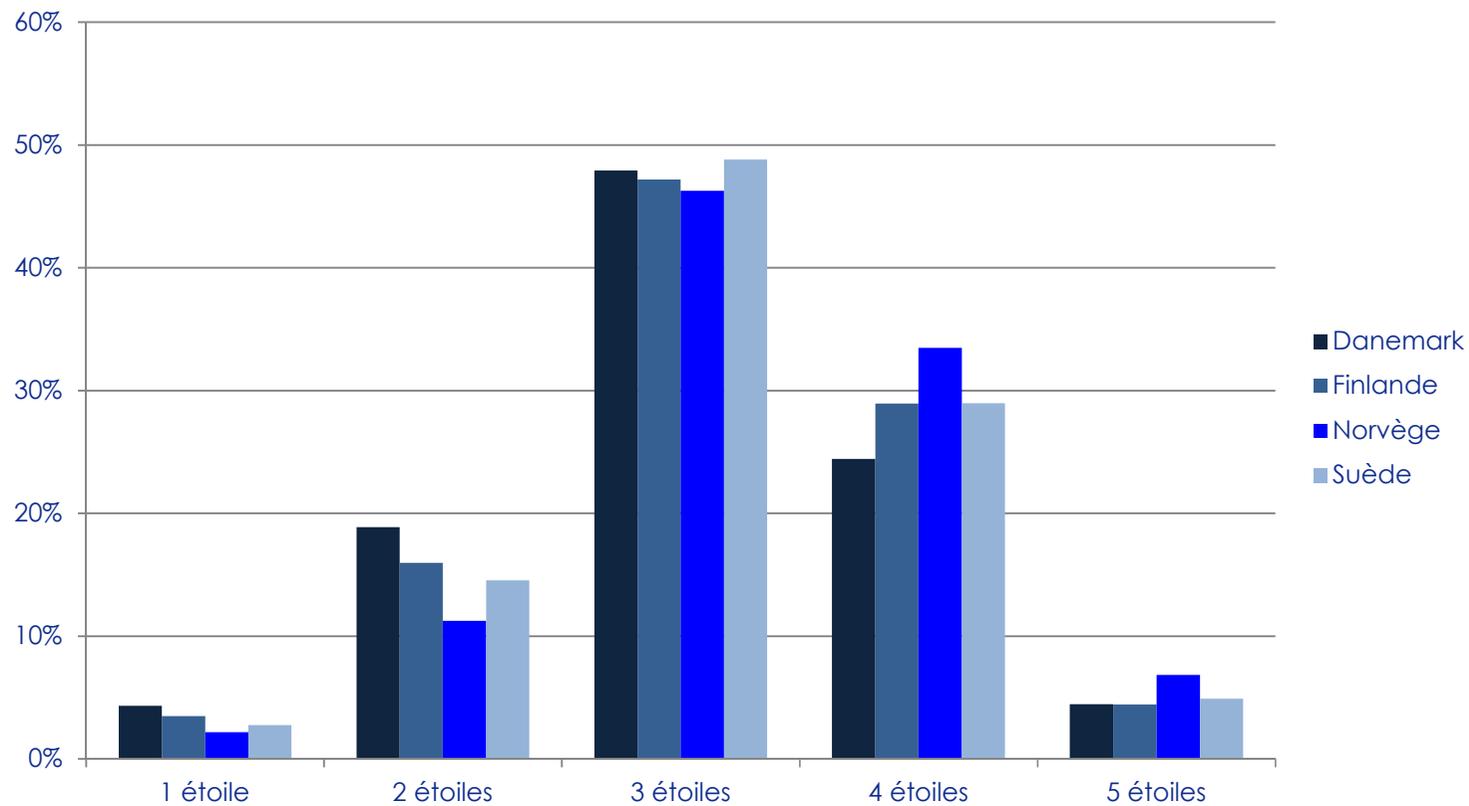
## NUITÉES DANS L'HÔTELLERIE DE TOURISME, PAR RÉGION

+ 80% total

	DK	SE	NO	FI
PIDF	47%	48%	45%	51%
PACA	15%	19%	32%	24%
Rhône-Alpes	7%	9%	7%	7%
Alsace	10%	4%	1,5%	4%
Languedoc Roussillon	2%	2%	2%	2%
Normandie	2%	-	1,5%	2%
Corse	-	6%	3%	-
Aquitaine	2%	2%	2%	2%
Midi-Pyrénées	2%	-	-	1%
Bourgogne	2%	1%	-	-
Champagne	1%	1%	-	-
Pays de la Loire Centre	-	-	-	2%
Reste de la France	9%	6%	6%	5%

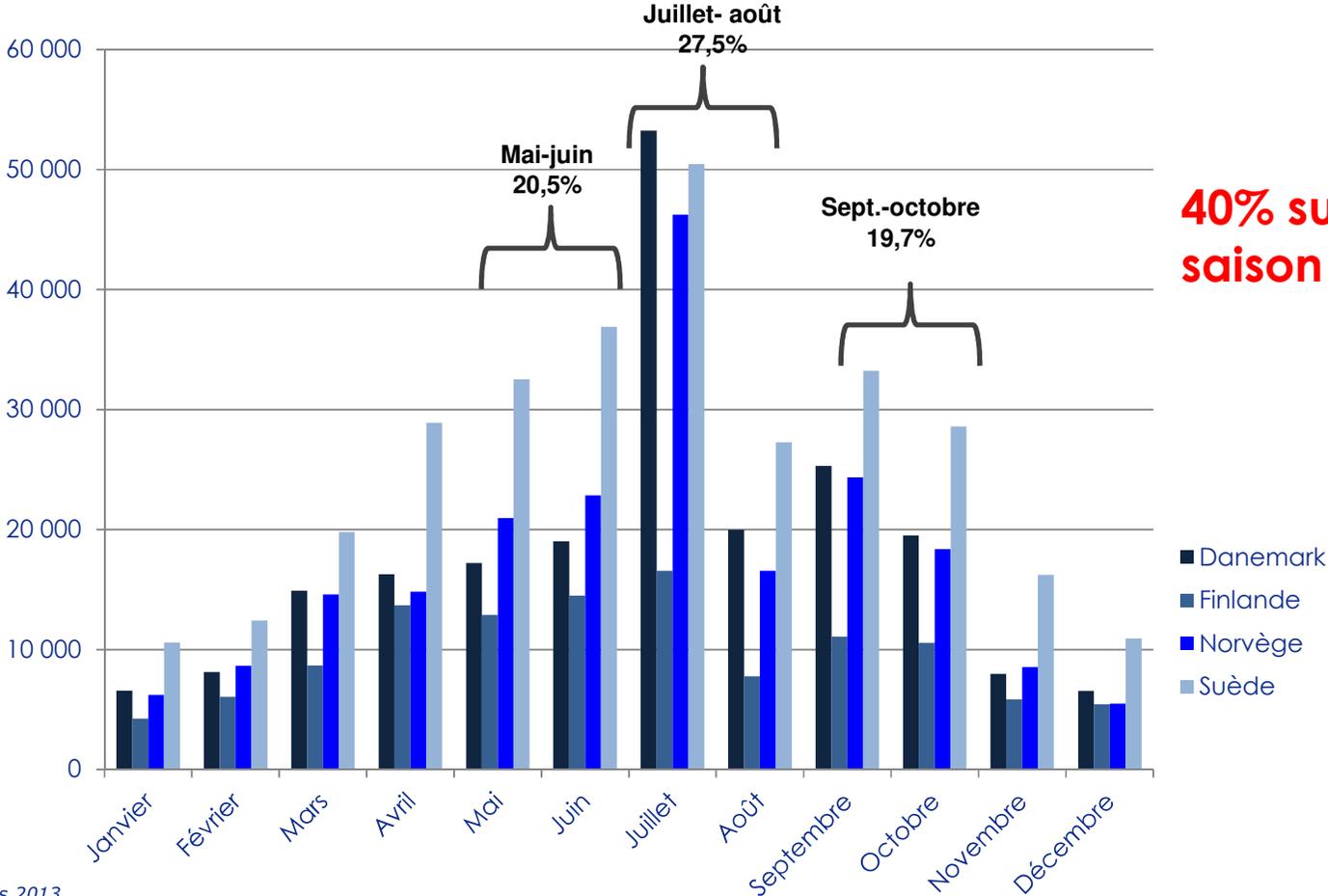
©Source : DGCIS-DGE INSEE, nuitées dans l'hôtellerie de tourisme en 2013, \*chiffres 2014-2015 non disponibles.

## ARRIVÉES EN 2013\* PAR CATÉGORIE D'HÔTEL, SELON LE PAYS DE RÉSIDENCE



©Source : DGCIS, chiffres 2013, \*

# SAISONNALITÉ : NUITÉES HÔTELIÈRES EN FRANCE 2013



**40% sur les ailes de saison**

©Source : DGCIS, chiffres 2013

## LES TENDANCES DE LA DEMANDE NORDIQUE

- ⇒ Economiser sur le vol (multi-compagnies avec les OTAs), dépenser plus pour l'hébergement.
- ⇒ Augmentation des départs en hiver, phénomène récent de départ sur les congés de Noël
- ⇒ Le tourisme sportif, une tendance établie et de nouvelles programmations en Scandinavie
- ⇒ Plus de courts séjours, augmentation du moyen et long courrier sur de longs week-ends
- ⇒ Demande pour le tout-inclus en baisse – Tendance du «Go local»
- ⇒ Les vacances d'hiver au soleil poursuivent leur progression
- ⇒ L'aéroport de Riga en expansion
- ⇒ Le bleisure voyage à la hausse

# PRODUITS ET THÉMATIQUES PHARES EN FRANCE

- ⇒ City-breaks : Paris puis Côte d'Azur, Disneyland Paris, Lyon
- ⇒ Art de vivre, visites de vignobles
- ⇒ Littoral et camping 4\* et résidence vacances en été

## UNE CLIENTÈLE ACTIVE

- ⇒ Ski : Cible jeunes et familles
- ⇒ 40% des Danois se considèrent skieurs

## A DEVELOPPER

- ⇒ Golf, fort potentiel en développement sur la France méconnue sur ce produit
- ⇒ Cyclotourisme, MAMIL, « the middle aged man in Lycra », nombreux clubs et associations organisant des séjours à l'étranger, grand focus sur la France grâce au Tour de France
- ⇒ Séjours Yoga et autre activités sportives notamment en Corse et sur la Côte d'Azur et dans les Alpes et Pyrénées
- ⇒ Et un attrait pour les grands événements sportifs (Tour de France, coupe du monde de foot féminin 2019)

# QUELLE ÉVOLUTION DU LOCATIF ET NON-MARCHAND ?

11 445 Scandinaves et Finlandais : **résidences secondaires en France** (métropolitaine et DOM) en 2015, dont 59% dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, un chiffre en progression de 3% par rapport à 2015.

En 2016, réservations de Novasol :

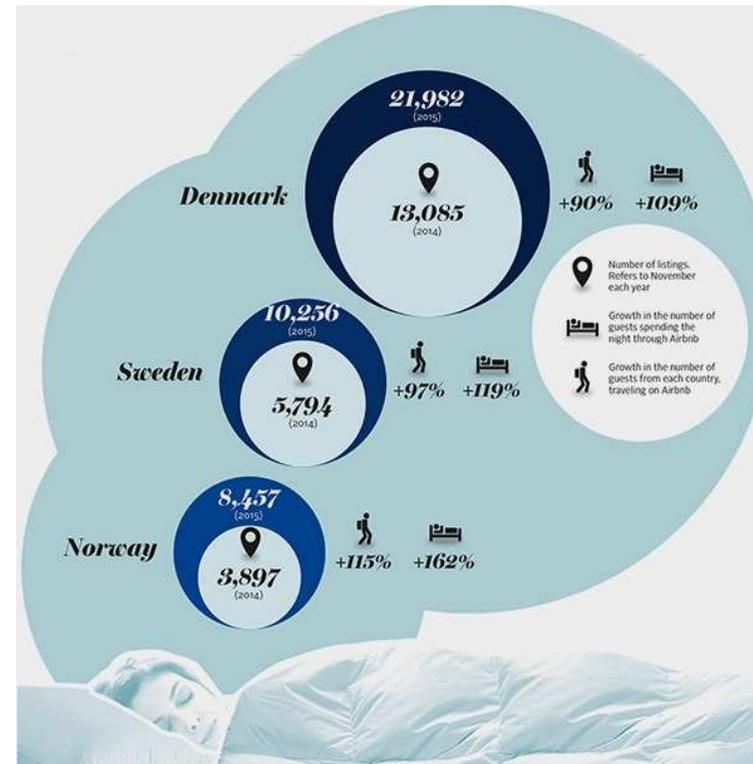
⇒ +20 % par rapport 2015.

⇒ Suède +22%, première destination

⇒ Espagne : +50%

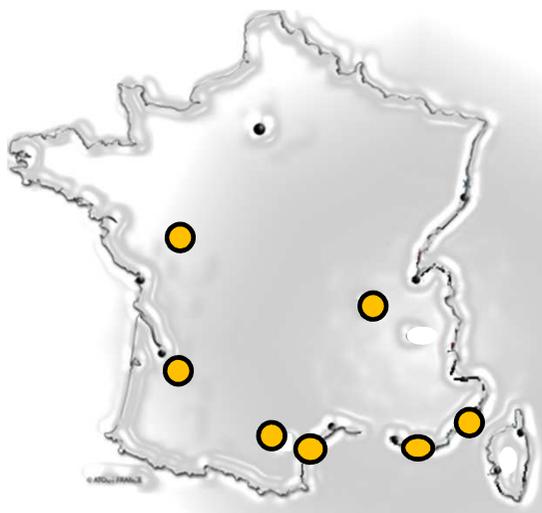
⇒ Croatie : +31%

Progression Air BnB en Scandinavie en 2014  
ci-contre



# AERIEN 2019

# AEROPORTS ET Lignes nouvelles au DK, SE et NO 2019



## **Nouvelles lignes de Copenhague:**

Nantes  
Marseille  
Toulouse  
Bordeaux

## **Nouvelles lignes de Stockholm**

Béziers  
Marseille

## **Nouvelle ligne de Göteborg**

Lyon

## **Nouvelle ligne de Bergen**

Nice

# 04

## LE TOURISME D'AFFAIRES

1. Les secteurs porteurs et grands groupes corporates
2. Paris et Nice dans le TOP 10 des destinations MICE
3. Le processus d'achat, tendances

# LES SECTEURS PORTEURS ET GRANDS COMPTES CORPO

## **Suède - secteur manufacturier.**

⇒ Volvo, Ericsson, Vattenfall, Skanska, Hennes & Mauritz, Electrolux, Volvo Personvagnar, Preem, TeliaSonera, Sandvik, ICA, Atlas Copco, Nordea, Svenska Cellulosa Aktiebolaget, Scania, Securitas, Nordstjernan, SKF, ABB Norden Holding, Sony Mobile Communications AB.

## **Norvège - l'un des principaux pays exportateur de pétrole.**

⇒ Statoil est la plus importante entreprise du pays en revenu.

⇒ Leader mondial pour l'aquaculture, les industries maritimes, les énergies vertes et les télécommunications.

## **Danemark - une économie dominée par le secteur tertiaire (76% du PIB).**

⇒ Tech-agriculture, companies pharmaceutiques parmi les leaders mondiaux (LeoPharma, Novo Nordisk, Coloplast), transport maritime (Maersk) and énergies renouvelables (Vestas).

**Maersk** est le plus grand compte voyages en Scandinavie.

## **Finlande - économie secteur tertiaire (73%).**

⇒ En pointe sur le cleantech, la foresterie, le métallurgique, services de bien-être et de santé.

## DESTINATIONS AFFAIRES ET MICE

### Norvège, part de marché des destinations d'affaires en 2016 :

1. Norvège (6,7%)
2. Suède (6.2)
3. Finlande (5.8)
4. Royaume-Uni (5.6)
5. Etats-Unis (5.5)
6. Australie(5.2)
7. Chine (5.2)
8. Danemark (5.1)
9. Allemagne (5)
- 10. France (4.7)**
11. Inde (4.7)
12. Canada (4.4)

*A noter : Copenhague a réussi à se positionner dans le top 10 des destinations mondiales de congrès*

### Les principales destinations affaires Finlande 2015 :

1. Suède (-13%)
2. Estonie (-6%)
3. Allemagne (+40%)
4. Grande-Bretagne
5. Danemark (-27%)
6. Russia (+1 place mais -12%)
- 7. France (+3 places, +4%)**
8. USA (-16%)
9. Novège (+71%)

## LE PROCESSUS D'ACHAT - TENDANCES

⇒ Petits à moyens groupes 20-60 pax en moyenne

⇒ Les grands groupes internationaux (Carlson Wagonlit, Amex, BCD, HRG, Egencia) sont largement présents et leaders sur la zone.

⇒ Phénomène de concentration et de rachats des marques locales par de grands groupes internationaux également sur le MICE et le tourisme d'affaire.

Dernier en date : BCD a récemment acquis Ticket Biz

⇒ Baisse de l'intermediation sur le tourisme d'affaires

⇒ Le poste de travel corporate manager absorbé par le procurement (DBTA 2017)

# 05

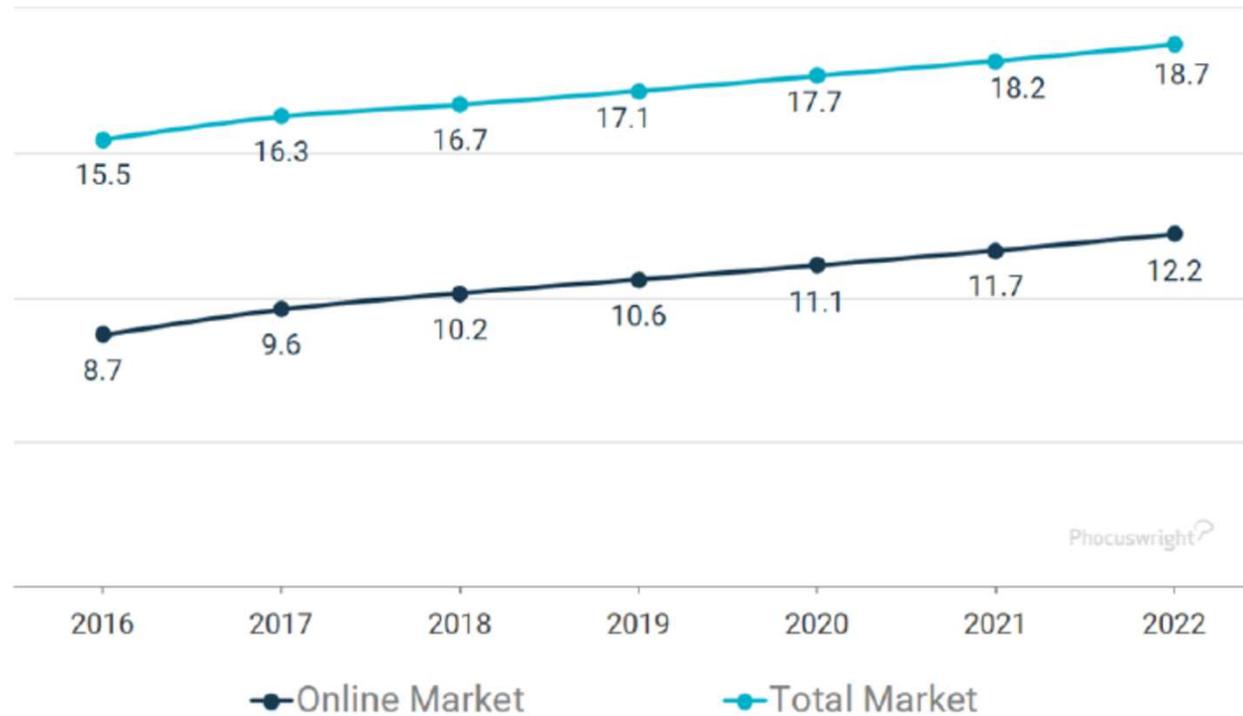
## LA DISTRIBUTION

1. Introduction, faits saillants
2. Principales périodes d'activité
3. Quel type de séjour les Nordiques réservent-ils à l'étranger?
4. Réservation voyage scandinave en ligne et en total

## LA DISTRIBUTION SUR LA ZONE NORDIQUE

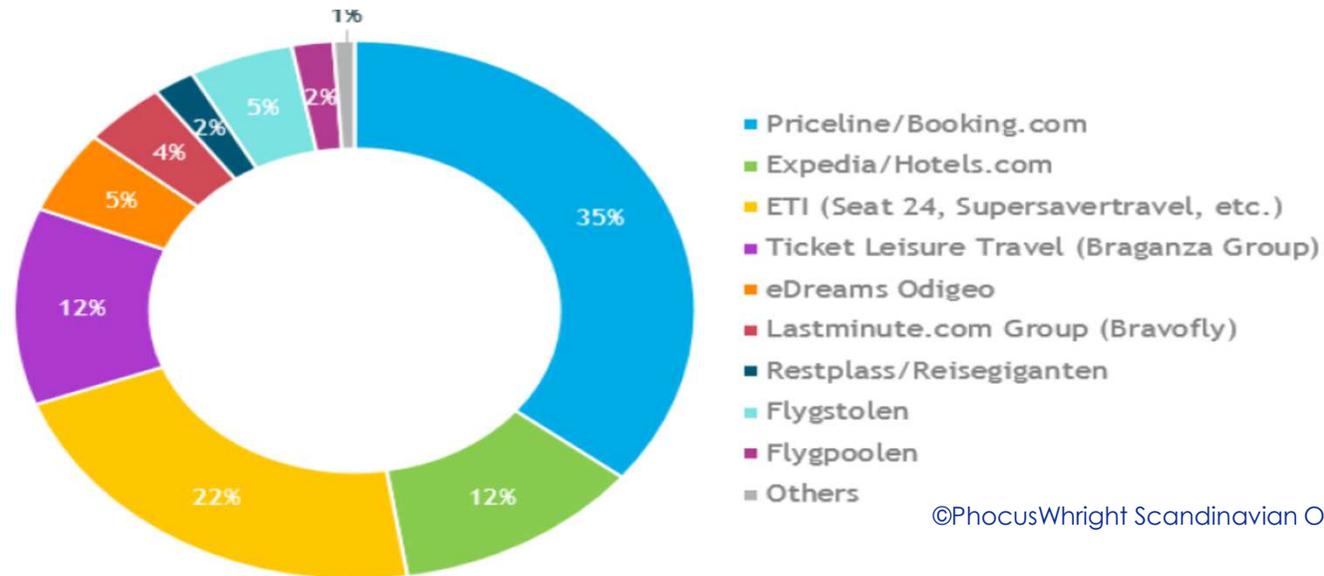
- ⇒ Plus grande pénétration en ligne sur l'Europe
- ⇒ Peu d'opérateurs, de grandes marques opérant sous des bannières locales. Phénomène de concentration important et élargissement de leur territoire : marques locales élargies au niveau scandinave (Albatros, Nyhavn, Nortlander)
- ⇒ Peu d'agents de voyage (sauf en Suède et dans une moindre mesure en Norvège).
- ⇒ Les OTAs continue de gagner du terrain notamment les grandes marques internationales qui disposent d'une palette d'outils innovants et se montrent très réactives, mais les tour-opérateurs nordiques résistent bien grâce aux séjours packages et charters et leurs stratégies digitales pointues
- ⇒ Les compagnies aériennes diversifient leur activité en intégrant de la réservation d'hôtel : Norwegian holidays, Easyjet, etc. Ou avec de puissants programmes de fidélité (SAS) concurrencent les OTAs et ventes des tour-opérateurs en ligne.

## RESERVATION VOYAGE SCANDINAVE EN LIGNE ET EN TOTAL (EURO/BILLIONS)



# LES PRINCIPALES AGENCES DE VOYAGES

PART DE MARCHÉ DES PRINCIPALES OTA SUR LA SCANDINAVIE EN 2017



©PhocusWright Scandinavian Online Market 12th Edition

HAUT DE GAMME

⇒ Une poignée d'opérateurs par marché

Amex Platinum et Quintessentially sont des relais importants

5 agences en Suède, Norvège et Finlande appartiennent au réseau **Virtuoso**

## PRINCIPALES PÉRIODES D'ACTIVITÉ

- ⇒ Nombre de jours moyen avant le séjour pour la réservation :
  - 147 jours (**5 mois**) pour les séjours packages
  - 77 jours pour les city-breaks
- ⇒ Pics de réservation été : **Noël/ janvier, last minute en juin/juillet**
- ⇒ Pics de réservation hiver : **août et septembre** (rentrée scandinave en août)
- ⇒ La période décembre est la moins propice aux réservations (sauf durant les jours de Noël)
- ⇒ Les meilleurs tarifs sont offerts pendant la saison des early bookings avec des prix en moyenne inférieurs de 23% aux tarifs pratiqués sur le reste de l'année
- ⇒ Tendances été 2019 : Très bonne météo été 2018 moins de départ, mais les réservations pour 2019 sont en hausse. (durant Noël 2018)

# A RETENIR

⇒ 26 M habitants

**46,9M séjours** à l'étranger par an dont **2 M en France**

⇒ 4 pays – 4 marchés DISTINCTS ! – 4 langues

⇒ Tourisme viticole, tourisme sportif, groupes d'amis, croisière et fluvial, golf

⇒ Cibler le grand public en direct grâce à des actions d'influence online, en parallèle du travail avec la distribution

## FREINS

⇒ Manque de lignes directes à l'année, même si en progression. 2019: Nantes, Toulouse, Bordeaux et Marseille.

⇒ Image globale de la France et présence limitée des marques et savoir-faire français.

⇒ Internationalisation de la concurrence

# Clientèles Scandinaves à Paris Ile-de-France



Marchés Scandinaves



**591 972**

touristes,  
soit la 10<sup>ème</sup> clientèle internationale

**315**

Millions d'euros de recette touristique,  
soit la 13<sup>ème</sup> clientèle internationale

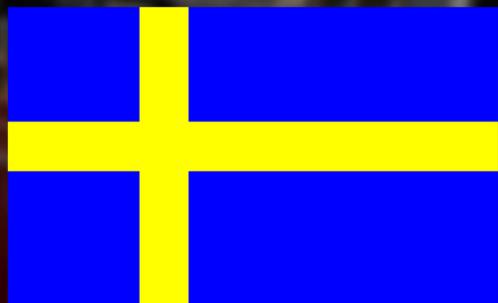
**2 242 384**

nuitées  
soit la 12<sup>ème</sup> clientèle internationale

**59,0%**

de repeaters

# Marchés Scandinaves



**Suède : 43,8%**

# Marchés Scandinaves

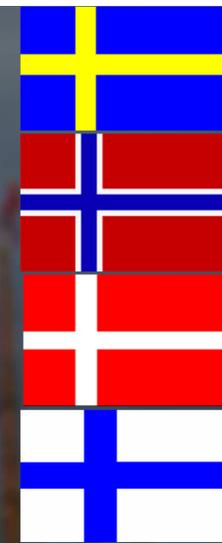


**Danemark : 28,6%**

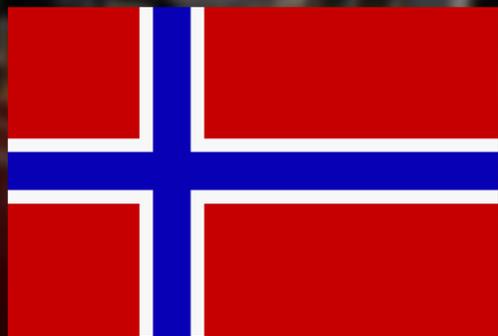
# Marchés Scandinaves



**Finlande : 14,8%**



# Marchés Scandinaves



**Norvège 12,9%**

# Mode de transport



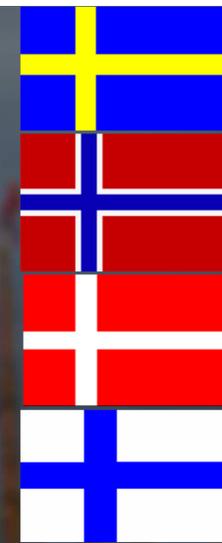
88,0%



3,5%



8,6%



# Profils des clientèles Loisirs & Affaires



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats 2015 - 2018

# Motif du séjour



**76,2%**

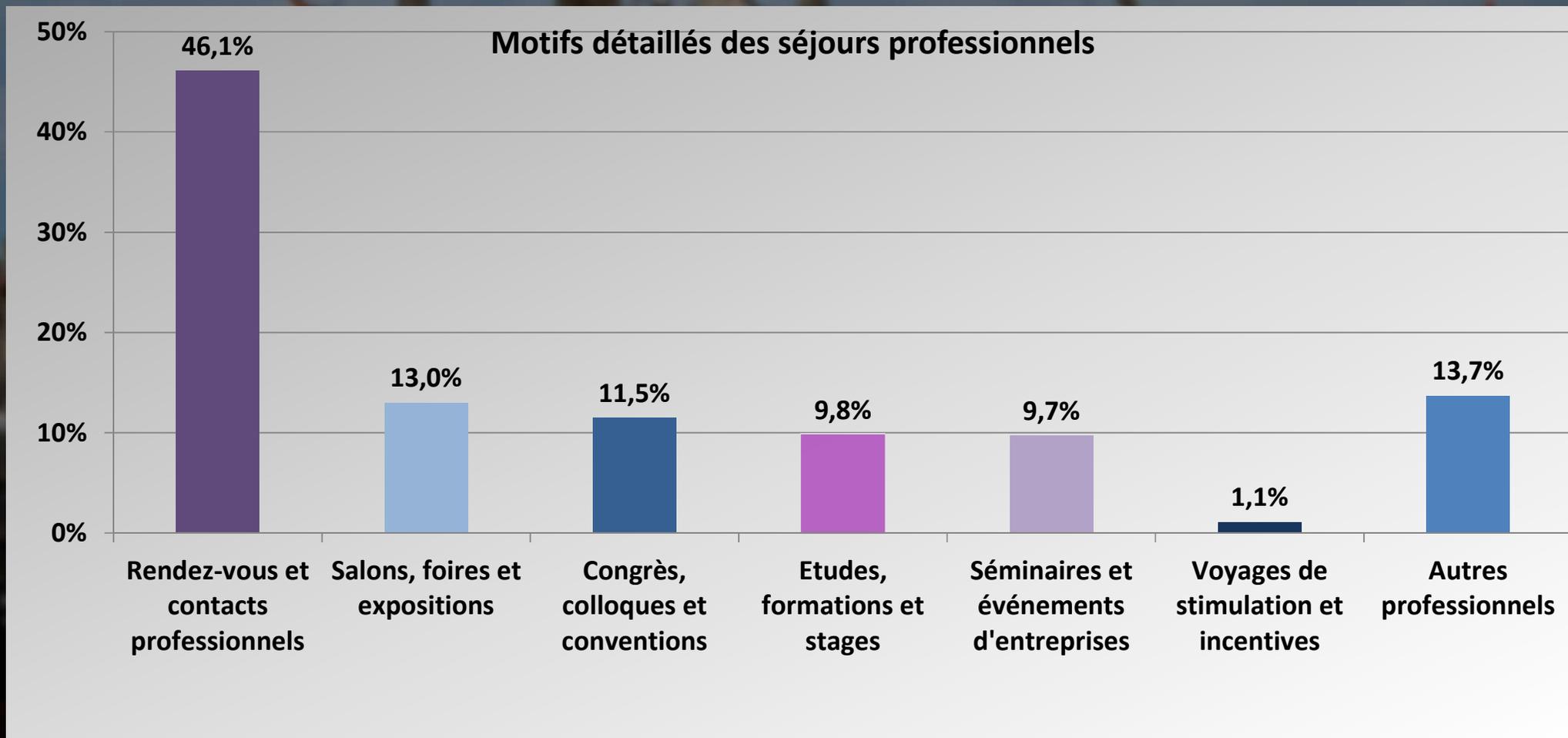
**séjours personnels**



**23,8%**

**séjours professionnels ou mixtes**





Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats 2015 - 2018



**53,3%**  
**Repeaters**



**83,0%**  
**Repeaters**

# Parts des séjours



**76,2%**



**23,8%**

# Parts des nuitées



73,0%

27,0%

# Durée du séjour



**3,9**  
**nuits**



**4,6**  
**nuits**

# Moyens de réservation de l'hébergement



Sites Internet

Agences de Voyages  
Tour-opérateurs

Plateformes de  
réservation entre  
particuliers

Sites Internet

Agences de Voyages  
Tour-opérateurs

Entreprises

**67,9%**

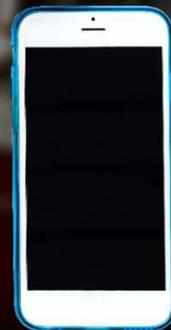
**15,1%**

**12,6%**

**39,4%**

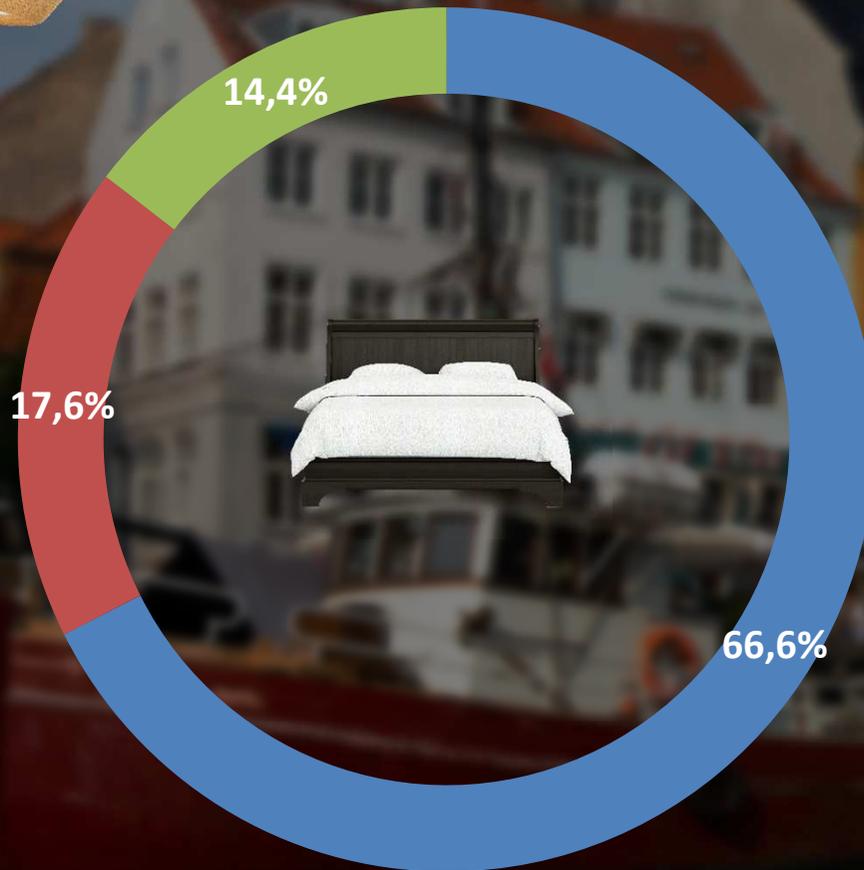
**26,9%**

**26,3%**



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France - Résultats 2015 - 2018

# Hébergement



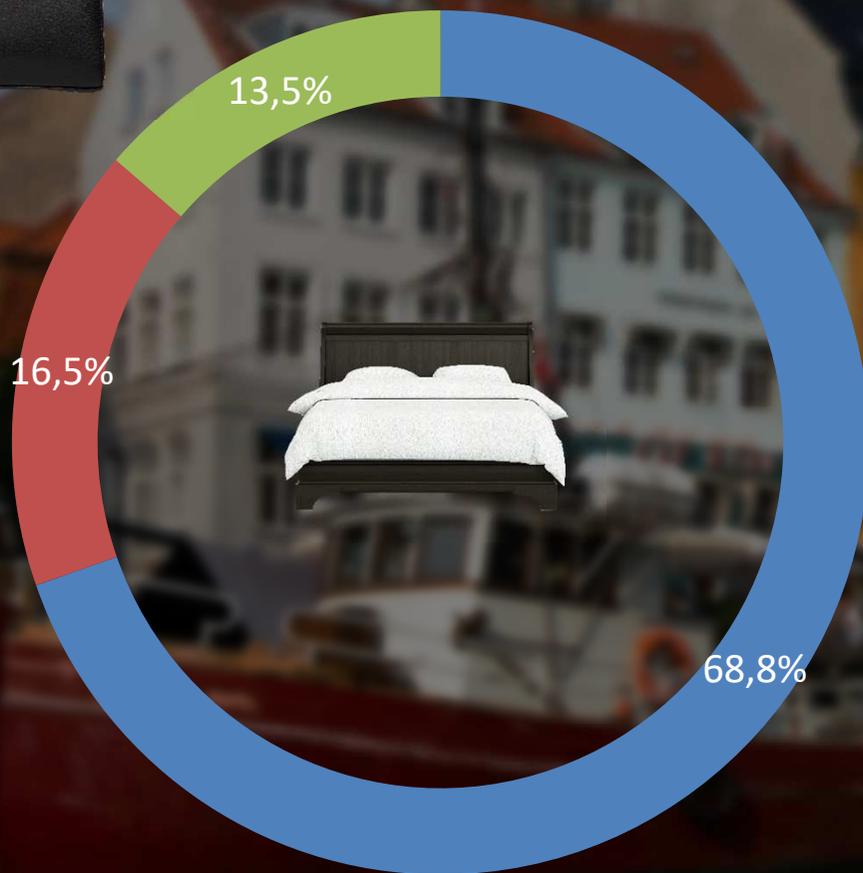
■ Hôtellerie

■ Reste Marchand

■ Non marchand



# Hébergement



■ Hôtellerie

■ Reste Marchand

■ Non marchand



# Consommation touristique



**71,3%**



**28,8%**

# Dépense moyenne

par personne et par jour



**136 €**



**148 €**

# Budget moyen du séjour

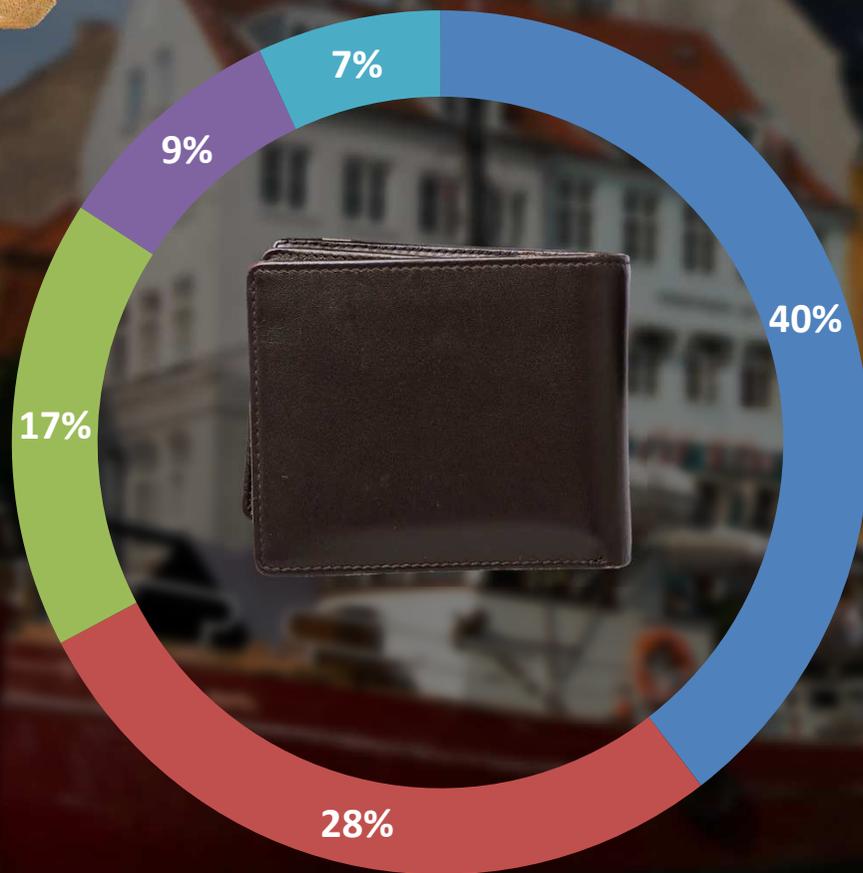


**529 €**

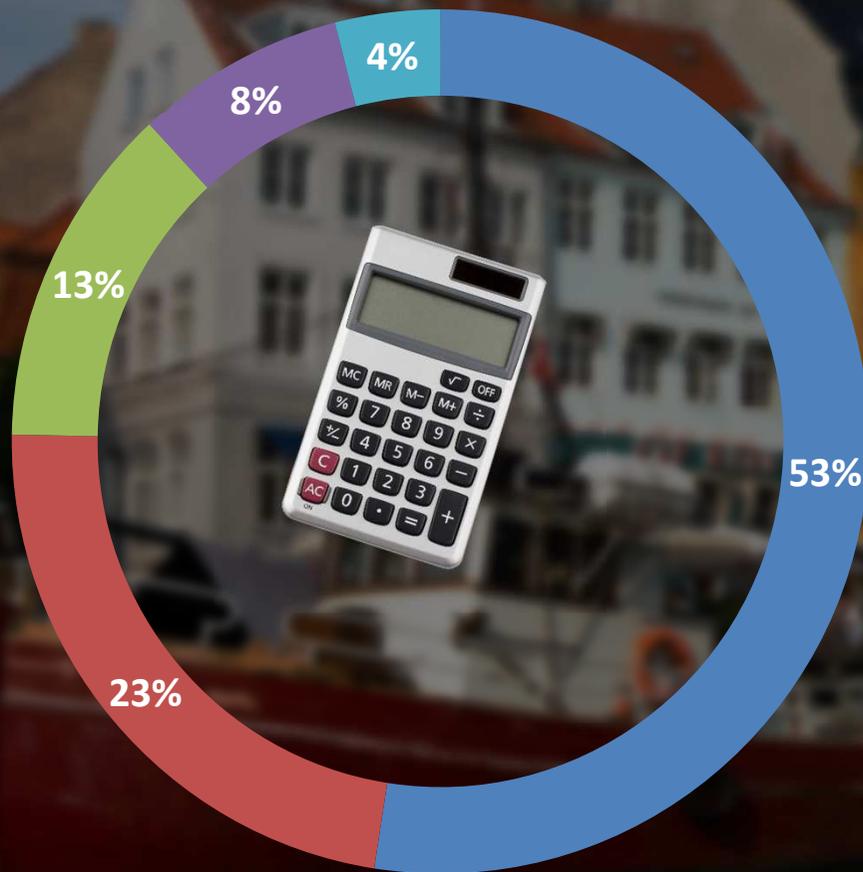


**684 €**

# Répartition du budget du séjour



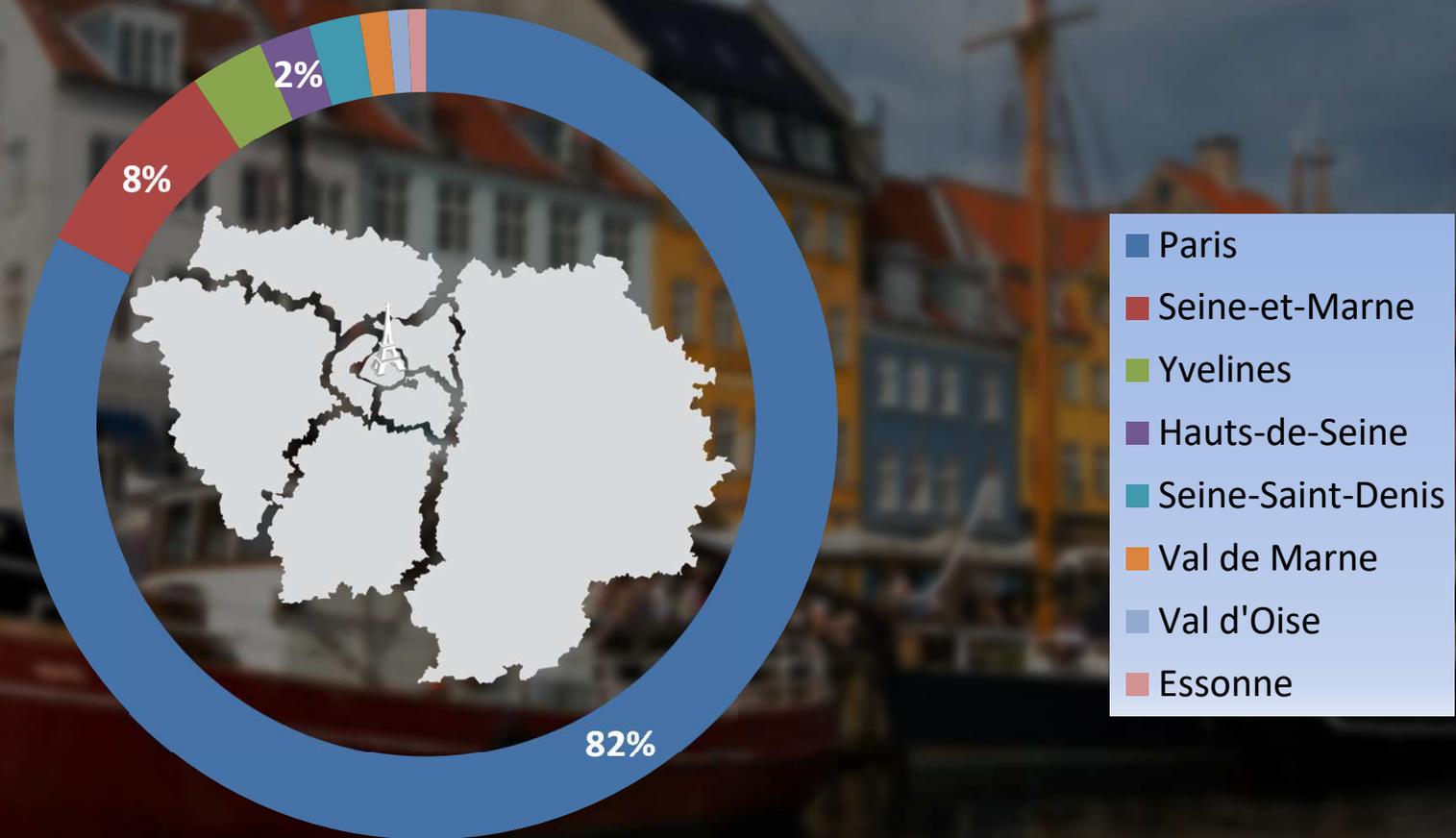
# Répartition du budget du séjour



- Hébergement
- Restauration
- Shopping
- Transports
- Loisirs



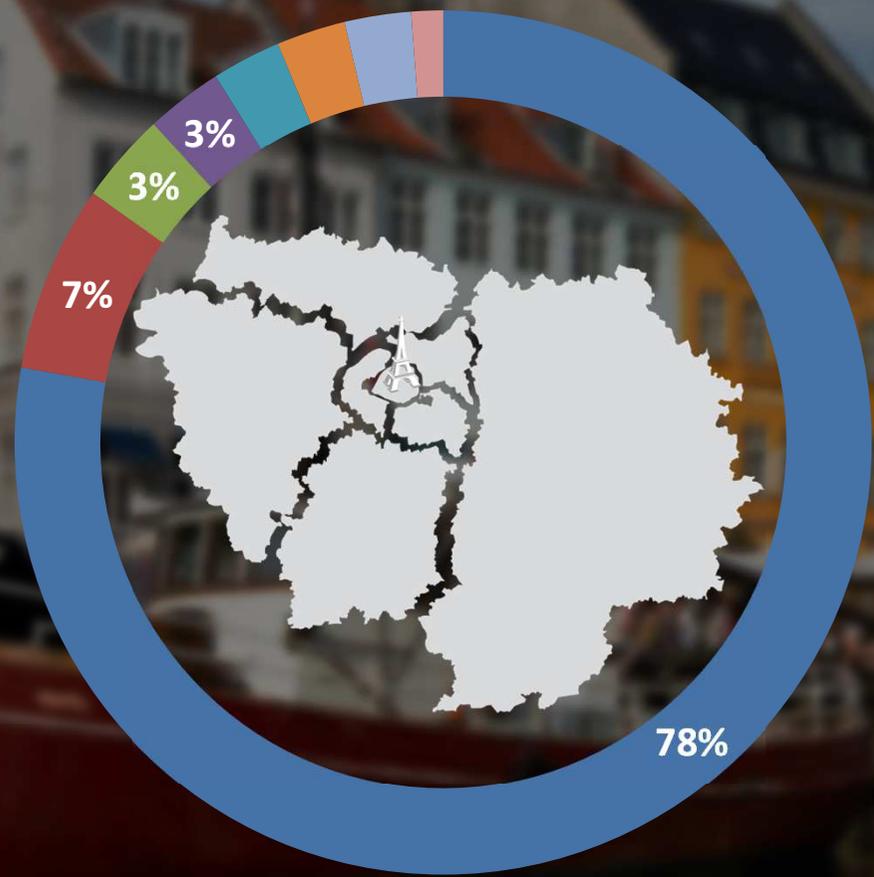
# Département principal de séjour



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats 2015 - 2018



# Département principal de séjour



- Paris
- Val d'Oise
- Val de Marne
- Yvelines
- Seine-Saint-Denis
- Seine-et-Marne
- Hauts-de-Seine
- Essonne

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France - Résultats 2015 - 2018

# Satisfaction et intention de revisite



94,7%

51,3%

92,6%

67,7%



A panoramic view of Paris, France, at sunset. The Eiffel Tower is the central focus, silhouetted against the bright orange and yellow sky. The city's dense architecture, including various domes and spires, is visible in the foreground and middle ground, all bathed in the warm light of the setting sun.

**Actions et dispositifs  
de promotion B<sup>2</sup>B  
Clientèles Loisirs & Affaires**



19 au  
20/03

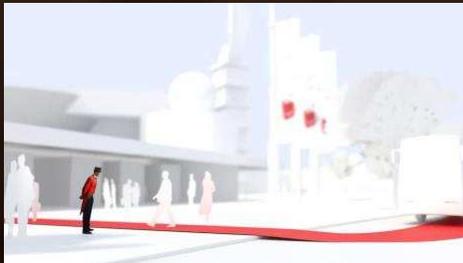
## RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Ville : Marseille

Type : Workshop avec rendez-vous préprogrammés

Cible : Tour-opérateurs en provenance de 68 pays

Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France /  
Office de Tourisme et des Congrès de Paris / Atout France



Toute  
l'année

## PACK ACCUEIL SALONS ET CONGRES

- Type : Dispositifs de services, navettes gratuites WiFi, aux aéroports et sur les sites et parcs d'exposition
  - Cible : Visiteurs, exposants et congressistes
  - Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Aéroport / Viparis
- 23 salons, 17 congrès et 2 événements corporate
  - 148 jours de déploiement

# Synthèse des marchés scandinaves à Paris Ile-de-France



- 1. Progression des séjours et nuitées depuis 3 ans**
- 2. Clientèles loisirs matures à continuer à fidéliser face à la concurrence française et internationale**
- 3. Des voyageurs professionnels extrêmement matures très présents sur les salons et congrès**
- 4. Une intermédiation par les agences de voyages et tour-opérateurs toujours active**
- 5. Une poussée nette des réservations des plateformes entre particuliers**



**RENDEZ-VOUS SUR  
PRO.VISITPARISREGION.COM**

