



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme

Fiche marché

**Scandinavie**

# SCANDINAVIE (PAYS NORDIQUES)

3,4 millions  
de km<sup>2</sup>  
3 monarchies :  
Suède, Norvège  
(hors UE),  
Danemark  
1 république :  
Finlande



## 4 pays nordiques

- Suède (STOCKHOLM)  
10 millions habitants
- Norvège (OSLO)  
5,2 millions habitants
- Danemark (COPENHAGUE)  
5,7 millions habitants
- Finlande (HELSINKI)  
5,5 millions habitants

26,4 millions  
d'habitants  
Suédois,  
Norvégiens, Danois,  
Finlandais

## Près de 70% sont citadins

Les pays nordiques sont des **États relativement peu peuplés**, ayant une densité généralement faible. Le Danemark et la Suède sont très urbanisés (85% et 83%), la Finlande moyennement (61%) et la Norvège très peu (45%).

La population des 4 pays nordiques s'accroît de plus en plus lentement et leur structure par âges est assez vieille, surtout en Suède. **Un Scandinave sur deux a plus de 41 ans.**



19%

de la population a  
plus de 65 ans

Parmi les pays  
les plus  
prosperes du  
monde

Les pays nordiques sont régulièrement classés parmi les pays les plus prospères du monde. Néanmoins, les **situations conjoncturelles** des pays nordiques sont très **hétérogènes**.

On trouve à un extrême des taux de croissance de l'ordre de 3% à 4% par an pour la Suède en 2015 et 2016, à l'autre extrême, la Finlande qui peine à sortir de récession et, entre les deux, le Danemark qui reprend progressivement et la Norvège qui freine, pénalisée par la crise du secteur des hydrocarbures.

38 millions de  
départs à  
l'étranger

En moyenne, environ 60% des Nordiques partent au moins 1 fois en vacances par an. Les touristes nordiques **dépensent plus que le touriste moyen européen sur les services à destination** (repas, activités, hébergement).

- Les **Suédois** voyagent toute l'année avec une part croissante de voyage long-courrier, environ 20% partent en vacances à l'étranger.
- La **Norvège** est le marché au plus fort pouvoir d'achat, mais aussi le moins mature.
- Le **Danemark** est un marché sur lequel le budget vacances reste sacré, plus d'1 Danois sur 2 part à l'étranger.
- S'évader à la campagne est la priorité pour tout **Finlandais** qui se respecte quand l'été arrive.



4° destination  
internationale des  
Scandinaves  
(hors Scandinavie)

# MARCHÉ SCANDINAVE EN FRANCE ET EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

2 millions de  
séjours en  
France

Européen, mais  
relativement distant,  
donc voyage par  
avion (sauf  
Danemark)

La destination France en Scandinavie reste méconnue sur de nombreux aspects, néanmoins la France accueille environ 2 millions de séjours de 7 nuits en moyenne (Danemark : 600 000 séjours ; Norvège : 400 000 ; Suède : 900 000 ; Finlande : 300 000). La durée de séjour des Norvégiens est la plus longue.

La France est perçue comme une destination où il fait bon vivre grâce à ses marchés, ses vignobles et sa gastronomie ; de plus en plus de touristes en quête d'activités sportives y voient aussi un terrain de jeu idéal.

**45% des Nordiques sont déjà venus en France** (ex-aequo avec l'Italie). 58% des Danois ont déjà visité la France contre 43% des Suédois, 42% des Norvégiens et seulement 31% des Finlandais.

La **marge de progression** possible reste importante sur l'ensemble de la zone, la France n'étant en moyenne que la 4<sup>e</sup> destination étrangère (hors Scandinavie). Pour les Danois, la France est la 3<sup>e</sup> destination d'été derrière l'Allemagne et la Suède.

Les 4 principales **zones concurrentes de la France** : **Espagne, Scandinavie/Allemagne, Turquie/Grèce/Croatie et Italie.**

170 000 nuitées  
dans les hôtels  
Auvergne-  
Rhône-Alpes

Suède

▼  
67 000  
nuitées

Danemark

▼  
49 000  
nuitées

Norvège

▼  
30 000  
nuitées

Finlande

▼  
23 000  
nuitées

Bassins  
émetteurs

- Stockholm **Vols réguliers vers** Genève (Easyjet, Swiss),  
**Vols saisonniers (hors charter) vers** Grenoble (Norwegian), Lyon (Easyjet), Genève (Swiss)  
**Vols saisonniers (charter) vers** Grenoble et Chambéry (Nortlander), Genève (Langley), Grenoble (Nortlander), Genève (Nortlander)
- Göteborg **Vols réguliers vers** Lyon (Hop)
- Copenhague – Malmö **Vols réguliers vers** Genève (Easyjet, SAS), Lyon (Easyjet)  
**Vols saisonniers (hors charter) vers** Genève (Norwegian, Swiss)  
**Vols saisonniers (charter) vers** Grenoble et Chambéry (Nortlander et Slopetrotter), Grenoble et Chambéry (Nortlander), Genève (Langley)
- Oslo **Vols réguliers vers** Genève (Norwegian)  
**Vols saisonniers (hors charter) vers** Genève (Swiss)  
**Vols saisonniers (charter) vers** Genève (Langley)
- Helsinki **Vols réguliers vers** Genève (Finnair)

Taux  
d'intermédiation\*  
20% à 40%

#### TOP PROGRAMMATION

- City-breaks Lyon
- Vins et gastronomie / hébergement haut de gamme
- Ski
- Golf
- Cyclotourisme
- Grands événements sportifs

Le marché compte très peu d'agents de voyage (sauf en Suède et dans une moindre mesure en Norvège).



TUI Nordic, Thomas Cook Scandinavia (Spies au Danemark) et Apollo (ex-Kuoni Scandinavia) représentent à eux seuls 84% des réservations via un tour-opérateur sur la zone.

\*Part des séjours vendus via un intermédiaire (tour opérateur, agence de voyage, agence de vente en ligne...)

# PROFIL DES TOURISTES NORDIQUES

## Particularités de la culture nordique

- La modestie, le respect et l'égalité sont primordiaux dans les sociétés nordiques.
- En Scandinavie, le wi-fi, gratuit, est disponible partout, de l'autobus, au train, au petit café de quartier.
- Le haut de gamme français bénéficie d'une réputation solide.

**L'anglais est très bien parlé** et compris (moins en Finlande).



*Tous les films (cinéma ou télévision) sont diffusés en version originale avec sous-titrage.*

- Les Suédois cultivent le goût des choses simples même quand ils ont les moyens. Pas de grosses berlines ou de maisons imposantes. Il faut être "lagom", ni trop, ni trop peu.
- Les Norvégiens entretiennent une relation harmonieuse avec la nature qui permet de se sentir mieux au quotidien. En 30 mn le métro conduit du centre d'Oslo à des zones sauvages et inhabitées. Le pays vise 100% de voitures électriques pour 2025.
- Les Danois figurent en tête du classement des pays les plus heureux, portés par le "hygge", philosophie danoise du bonheur, concept qui prône les vertus d'un confort simple et chaleureux. Ils consomment 6kg de bougies parfumées par an et par personne.
- La seconde nature des Finlandais est de rester en forme et s'entraîner physiquement. Le pays est classé n°1 en Europe en termes d'activités physiques.
- En Finlande, le sauna est un état d'esprit, toutes les occasions sont bonnes pour s'offrir un bain de vapeur. Le pays compte 2 millions de saunas.

## Les Nordiques et le digital



- 95% d'utilisateurs internet
- 90% se connectent tous les jours
- 65% des Suédois ont acheté un produit ou un service en ligne dans les 30 derniers jours



- 63% d'actifs sur les réseaux sociaux
- 1 heure et 41 minutes par jour en moyenne pour les Suédois



## Dépendent plus que le touriste moyen européen

### Couples seniors



Seniors actifs en Suède, en Norvège et en Finlande.

### Familles



Les familles privilégient les vacances packagées en hébergement haut de gamme.

# PARCOURS CLIENT DES TOURISTES NORDIQUES

## Choix de la destination Online

→ Les touristes nordiques recherchent une météo favorable et des grands sites touristiques accessibles.

### 2 VECTEURS DE CHOIX COMMUNS

#### Recommandations



Pour les Nordiques, les recommandations font partie des principaux critères de choix d'une destination

#### Moteurs de recherche & Sites de professionnels



### + 1 VECTEUR PARTICULIER PAR PAYS

▶ Médias et brochures imprimés pour les Finlandais



▶ Brochures en ligne pour les Danois



▶ Chaines TV voyages pour les Norvégiens



▶ Comparateurs de prix pour les Suédois



## Critères de choix pour l'hébergement

1

### Charme & authenticité



2

### Localisation près des sites, activités, restaurants



3

### Service & confort



### CRITERES SECONDAIRES

Wifi

Qualité du petit déjeuner

Proximité avec les habitants

Eco friendly (Finlandais)

Score et commentaires

## Réservation 2 à 6 mois avant le départ et dernière minute

- Les réservations pour les séjours d'hiver démarrent fin août, celles pour les séjours d'été en janvier/février.
- Une fois la destination choisie, **la majorité des réservations se font en ligne.**
- Les Suédois, pourtant très connectés et adeptes du mobile, sont les Scandinaves à se rendre le plus en agences de voyages (18% des réservations).

## ATTENTES DES TOURISTES NORDIQUES

Passer du  
temps  
ensemble, en  
famille

- La clientèle nordique est une clientèle active (même aventure pour les Suédois).
- 1,4 million de joueurs de golf dans les pays nordiques (10 magazines spécialisés).
- Plus de 8 Suédois sur 10 visitent au moins un musée en vacances.
- Grand intérêt pour la gastronomie. Les chefs scandinaves se distinguent régulièrement (forte concentration de restaurants étoilés Michelin). Ne produisent pas de vin, mais en consomment de plus en plus.

### THÉMATIQUES APPRÉCIÉES PENDANT LE SÉJOUR

#### Activités de pleine nature



Balade, cyclo, rando...  
Golf  
Ski

#### Visites de sites culturels et patrimoniaux



Monuments, châteaux, églises  
Musées

#### Visites Gourmandes & Oenotourisme



*La France est le  
5° fournisseur de vins dans la  
zone nordique*

Essayer la  
cuisine locale

- Les Norvégiens s'informent sur la nourriture dès leur recherche de destination de vacances. Ils mangent beaucoup de pain.
- Les Danois, Suédois et Finlandais sont parmi les premiers consommateurs de produits bio au monde.
- Les Finlandais et les Suédois sont les plus grands consommateurs de café dans le monde.
- Les Nordiques sont sensibles à la notion de terroir. Habités aux menus qui indiquent les plats sans lactose, sans gluten, avec ail, épices,...

#### Petit déjeuner

7h - 8h

Continental et copieux  
Friands de viennoiseries au  
petit déjeuner

#### Déjeuner

12h - 13h

Formule 1 plat  
ou  
Léger : sandwich, tartine,  
salade

#### Dîner

18h - 20h

Formule 1 Plat chaud +  
salade verte  
+  
Dessert (en décalé dans la  
soirée pour les Norvégiens)

Pauses café/pâtisserie, viennoiserie dans la journée pour les Suédois

Boissons : bière ou vin, eau gazeuse, soda

Accueil en anglais\*



Haute qualité de service  
Etre presque comme à la maison

Accueil et  
prestations de  
qualité

- \*en particulier pour les Danois qui considèrent être mal accueillis si l'accueil ne se fait qu'en français
- Les **Danois** portent une attention particulière au détail et à l'harmonie des choses.
  - Les marques sont considérées par les **Finlandais** comme un bon gage de qualité.
  - Les **Suédois** sont attachés à l'authenticité de l'accueil (contacts et échanges avec les propriétaires, habitants). Ils n'apprécient pas les décorations au design ultra moderne.
  - Les **Suédois** peuvent considérer comme intrusif les questions du type "Puis-je vous aider à trouver quelque chose?", "Voulez-vous une autre boisson?"

## NOTES

---

**Une équipe dédiée aux marchés étrangers à votre écoute**  
pour vous accompagner et mieux répondre aux attentes des voyageurs scandinaves



**Emmanuelle Collin**

Market development manager  
[e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com)



**Anissa Guenfoud**

Marché Belgique  
[a.guenfoud@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:a.guenfoud@auvergnerhonealpes-tourisme.com)



# SCANDINAVIE

## Le marché scandinave

26 millions d'habitants  
63% d'actifs sur les réseaux sociaux



Facebook



Youtube



Instagram

38 millions de départs à l'international

## Le tourisme des Scandinaves en France

2 millions de séjours en France

France : 4<sup>o</sup> destination internationale des Scandinaves (hors Scandinavie)

## Le profil des touristes scandinaves

Couples Seniors actifs  
Familles haut de gamme

Sensibles au rapport qualité-prix et à l'authenticité

Amateurs de gastronomie

Une fois la destination choisie, la majorité des réservations se font en ligne  
>> anglais !

## Le tourisme des Scandinaves en Auvergne-Rhône-Alpes

170 000 nuitées hôtels en 2016

### Top fréquentation

- > City-breaks Lyon
- > Vins et gastronomie / hébergement haut de gamme
- > Golf : 1,4 million de joueurs de golf dans les pays nordiques
- > Cyclotourisme
- > Ski
- > Grands évènements sportifs

## Tendances

A destination, dépensent plus que le touriste moyen européen sur les services (repas, activités, hébergement), clientèle active, voire même aventure pour les Suédois



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme

Conception et réalisation :  
Pôle Ingénierie, Stratégie, Prospective – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

### Sources :

Atout France, DGE, INSEE - Enquête Hôtellerie, populationdata.net, MOCI, Statistics Sweden's switchboard, Statistics Finland, Danmarks Statistik, Statistics Norway, Direction générale du Trésor, Européens en vacances, finland.fi, TNS Gallup Finland, 2017 Digital Yearbook, Export Entreprises SA, Sifo - musées suédois, Commission Européenne.