

Markedsprofil 2019

Frankrig

06/11/2019

Foto: Kim Wyon

Introduktion

VisitDenmarks markedsprofiler præsenterer centrale nøgletal for de vigtigste markeder i dansk turisme.

Formålet er at give turismeaktører og andre interessenter indblik i en række markeders betydning for dansk turisme.

Se alle markedsprofiler her:

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af

VisitDenmark
September 2019

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

<u>03</u>	<u>Nøgletal og målgrupper</u>
<u>06</u>	<u>Passagerer og flytrafik fra Frankrig til Københavns Lufthavn</u>
<u>11</u>	<u>Overnatninger, omsætning og sæson</u>
<u>20</u>	<u>Turister i Danmark</u>
<u>23</u>	<u>Den digitale turist</u>
<u>26</u>	<u>Danmarks omtale og synlighed i medierne</u>
<u>29</u>	<u>Kendskab, inspiration og bookingadfærd</u>
<u>36</u>	<u>Markedsforventninger</u>

Nøgletal og målgrupper

The background image shows a scenic view of St. Paul's Church (Sankt Pauls Kirke) in Copenhagen, Denmark, during sunset. The church's large, ornate dome is the central focus, with the sun setting directly behind it, creating a bright, golden glow. In the foreground, a large, active fountain sprays water upwards. To the left, a traditional sailing ship is docked at a quay. The water in the harbor reflects the warm colors of the sunset. The overall atmosphere is peaceful and picturesque.

Nøgletal: overnatninger, forbrug og omsætning

310.000

overnatninger i 2018

42.800

flere overnatninger end i 2017

16,1 pct.

vækst i overnatninger ift. 2017

1,5 mia. kr.

i turismeomsætning i 2017

5%

af franskmændene meget til Danmark som feriemål

Forventet vækst på

4 – 6 %

i antal overnatninger i 2019



Kyst- & naturturisme

60.000

Overnatninger*

8,9%

vækst ift. 2017



Storbyturisme

250.000

overnatninger*

18,0%

vækst ift. 2017

1,6 personer

rejsegruppe

3,4 nætter

opholdslængde

1.700 kr.

døgnforbrug

De franske målgrupper

Franskmændene rejser som par og familier med børn under 12 år

Unge: 25-35 år



Venner
Par
Vennepar

Par: 35-55 år



Venner
Par
Vennepar

Par: 30-45 år m. børn (0-12 år)



Familie

Bopæl



Husstandsindkomst



Høj



Lav

Uddannelsesniveau

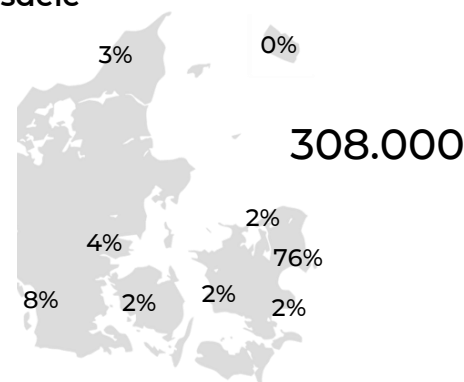


Høj

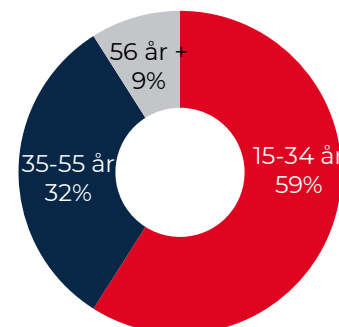


Lav

Franske overnatninger fordelt på landsdele*



Franske storbyturister i Danmark



Funktionelle behov



- Weekendtur eller forlænget weekend til en storby
- Direkte fly
- Ukompliceret ferieplanlægning
- Har været på andre storbyferier og vil prøve noget nyt

Emotionelle behov



- Kvalitetstid med nære og kære
- Både afslapning og oplevelser
- Social anerkendelse ift. feriemål
- Personlige anbefalinger
- Trygt rejsemål

Det gør Danmark unik



- Destination med autentiske oplevelser
- Royale oplevelser, danske mad-specialiteter, autenticitet og arkitektur
- Nordisk livstil og kultur, tryk cykelby, grønne oaser og havnebade

Den digitale rejse



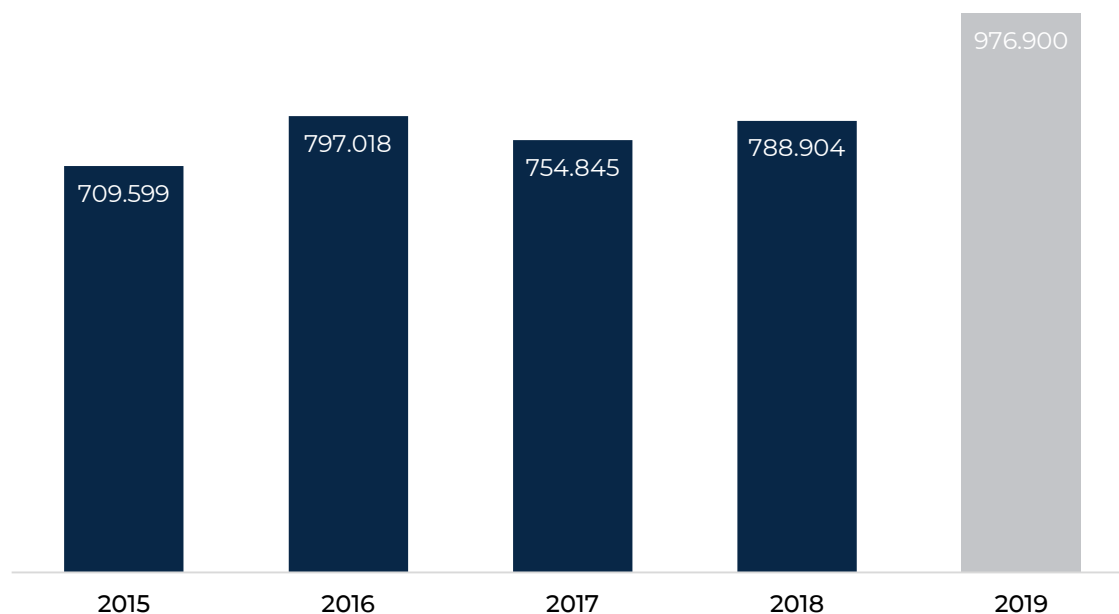
- Dreaming: 2/3 påvirkes gennem internettet
- Inspiration: 3/10 bruger visitdenmark.fr
- Planning: 4/10 bruger destinationernes hjemmesider
- Booking: 2/3 booker 1 mdr. før afrejse
- On-site planning: 1/3 bruger internettet
- Loyalitet: 1/4 vil komme igen



Passagerer og flytrafik fra Frankrig til Københavns Lufthavn

Sædekapacitet fra de franske lufthavne

Udvikling i sædekapacitet
Antal sæder



Sædekapaciteten stiger med 24 pct.

I 2019 forventes en markant stigning i antal sæder på 24 pct. i forhold til det realiserede antal sæder fra 2018. Sædekapaciteten vil dermed overstige det historisk set højeste niveau i 2016.

Den realiserede sædekapacitet har historisk set fluktueret noget. Fra 2015 til 2018 var der i gennemsnit godt 760.000 sæder på ruterne fra de franske lufthavne til Københavns Lufthavn.

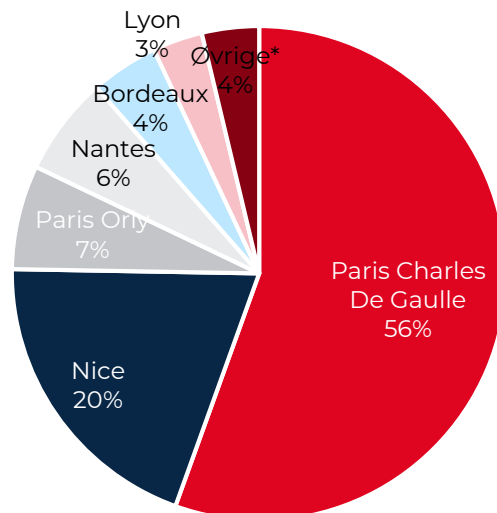
Sædekapaletet i 2019 fordelt på lufthavne og flyselskaber

Paris Charles De Gaulle står for over halvdelen af sædekapaletet

Sæderne på ruterne mellem Paris' to lufthavne (CDG og ORY) udgør 63 pct. af alle sæder mellem Frankrig og CPH. Derefter følger Nices lufthavn med 20 pct. af alle sæder.

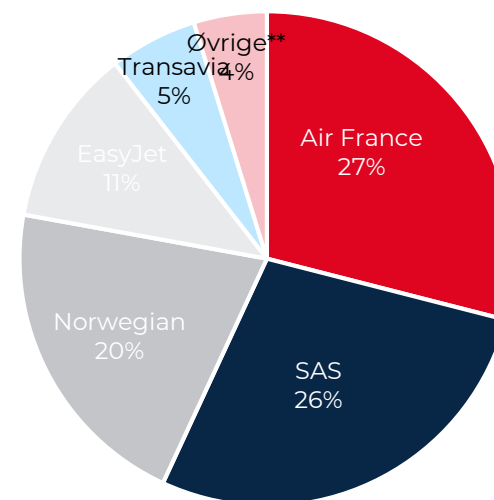
De nationale operatører Air France og SAS står for hovedparten af sæderne (53 pct. i alt) mellem de franske lufthavne og CPH. Lavprisflyselskaberne Norwegian, EasyJet, Transavia, Vueling og RyanAir står for den resterende del.

Sædekapaletet fordelt på lufthavne



* Øvrige lufthavne: Montpellier, Toulouse, Bastia, Biarritz og Marseille.

Sædekapaletet fordelt på flyselskaber



** Øvrige flyselskaber: Vueling og RyanAir.

Antal ankomne passagerer fra franske lufthavne til CPH

Antal flypassagerer fra Frankrig stiger

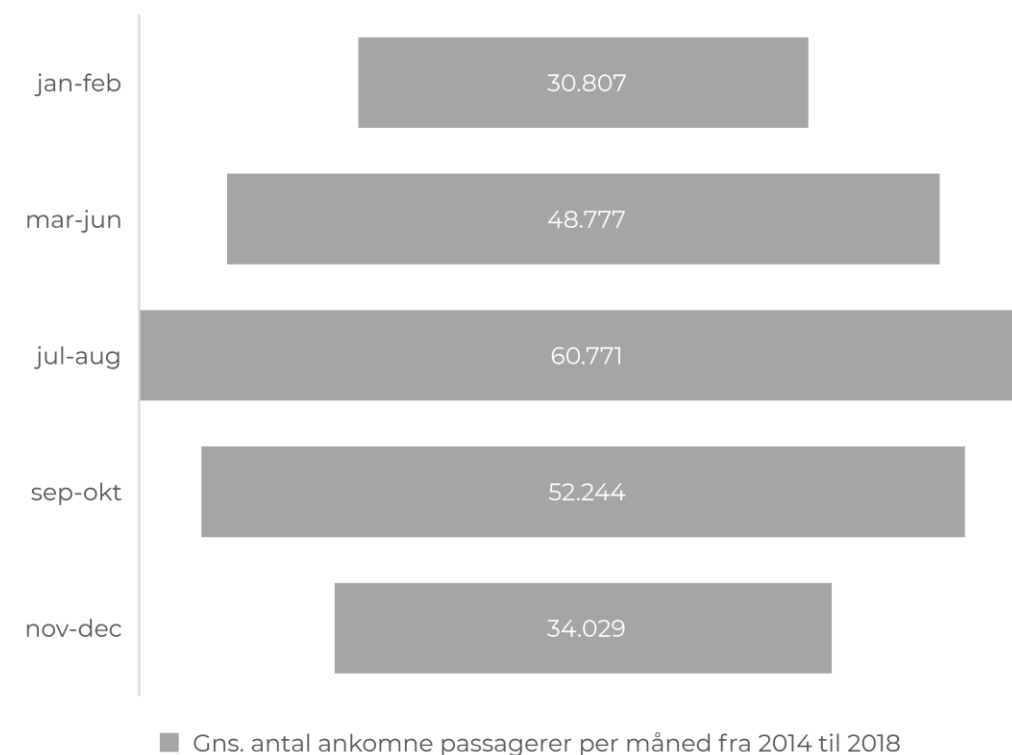
I 2018 ankom over 600.000 passagerer fra de franske lufthavne til CPH. Det er 3,7 pct. flere end i 2017. Dermed er antallet af ankomne passagerer fra de franske lufthavne til CPH steget for fjerde år i træk. I 2018 var der 25 pct. flere ankomne passagerer fra Frankrig end i 2014.

I de sidste fem år har antallet af passagerer fra Frankrig i CPH i gennemsnit per måned været størst i højsæsonen.

Antal ankomne passagerer fra franske lufthavne til CPH



Antal ankomne passagerer fra franske lufthavne til CPH

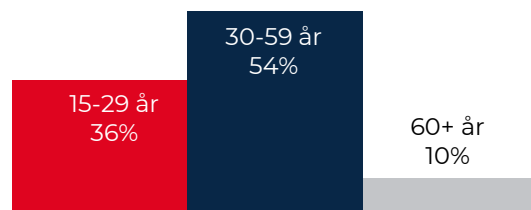


Profil af de franske flypassagerer

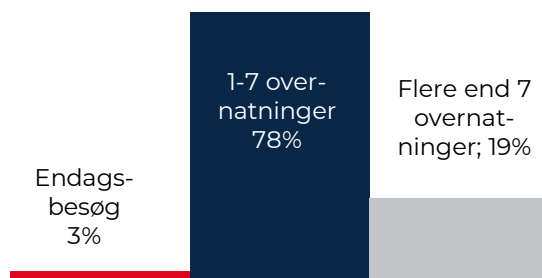
256.000 franskmænd i CPH i 2018



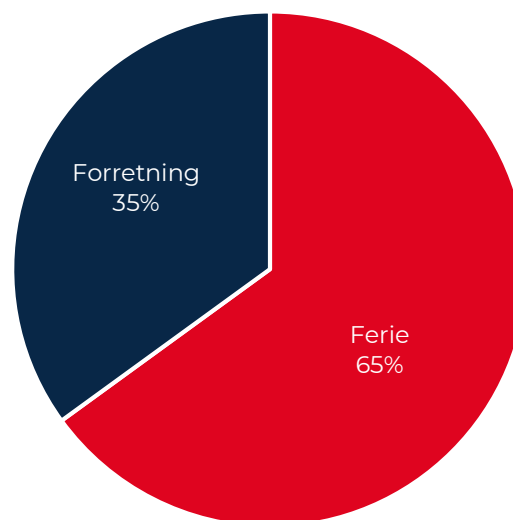
Alder



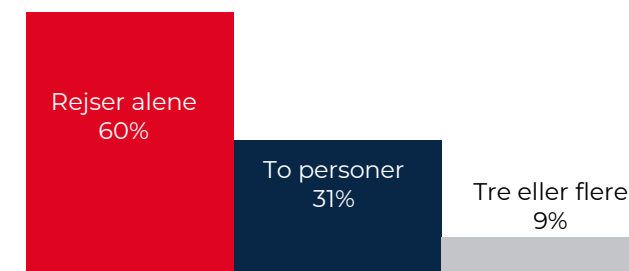
Opholdslængde



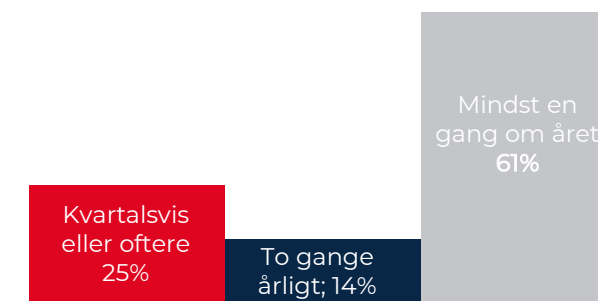
Formål med rejsen



Rejsegruppestørrelse



Rejsehyppighed til CPH

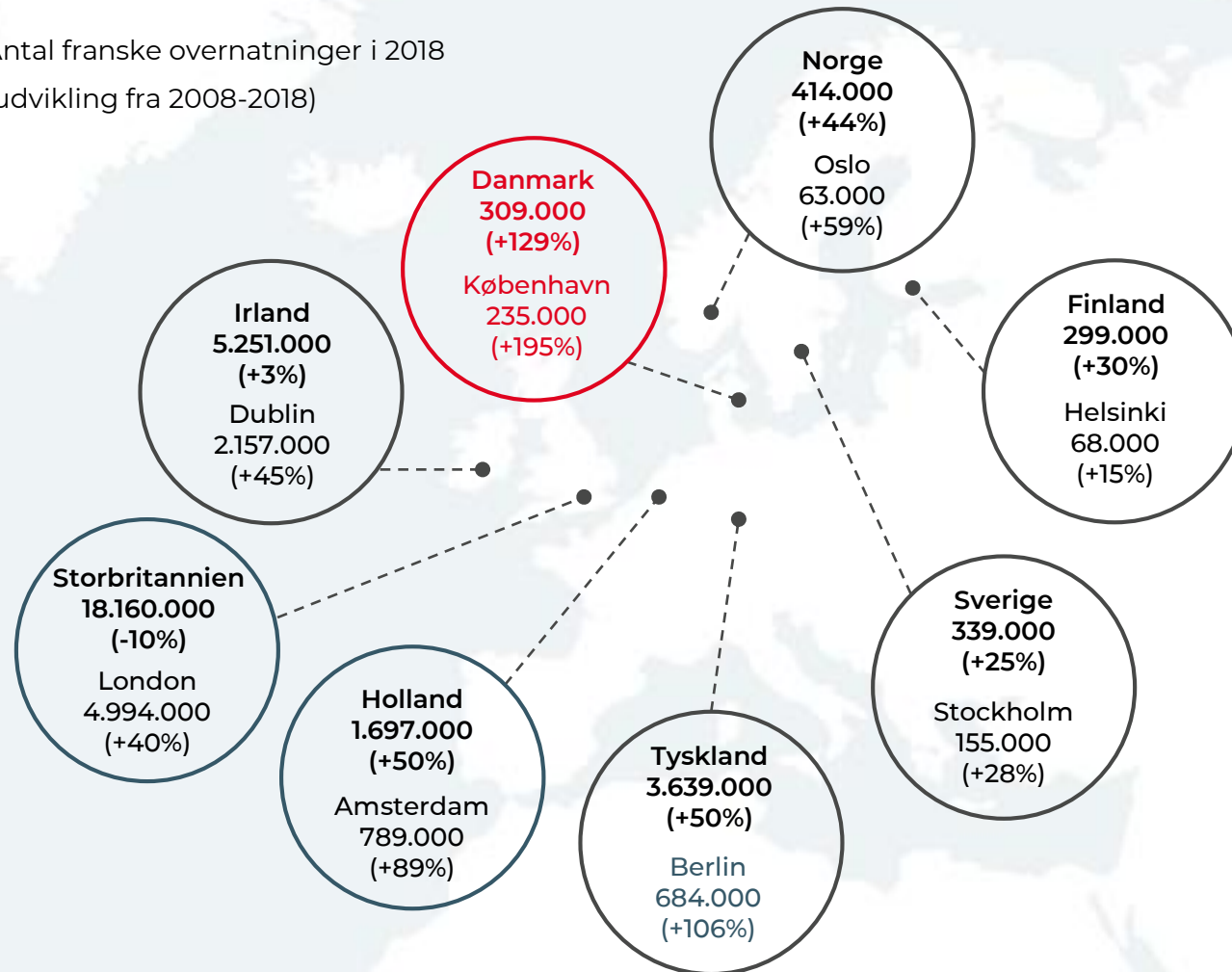


A row of fishing nets hanging on a wooden frame against a sunset sky. The nets are silhouetted against a vibrant sky with shades of purple, pink, and orange. The foreground is dark and rocky.

Overnatninger, omsætning og sæson

Franske overnatninger i det nordeuropæiske konkurrentfelt

Antal franske overnatninger i 2018
(udvikling fra 2008-2018)



Vækst i franske overnatninger

Danmark indtager med 129 pct. førstepladsen, når det gælder vækst i franske overnatninger i perioden 2008 til 2018.

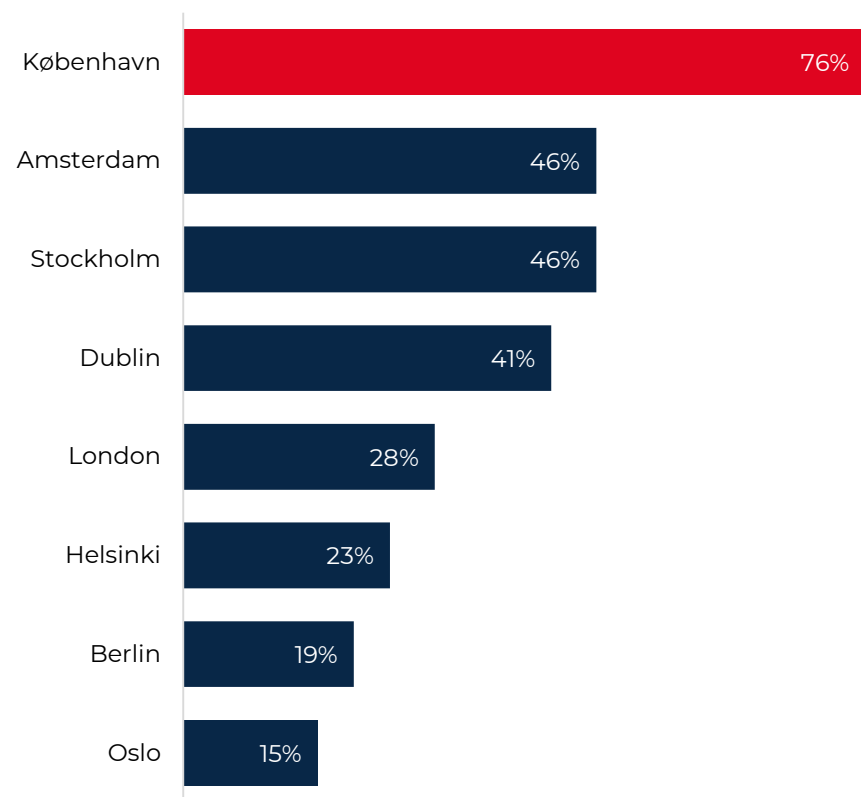
Danmark har en nordisk markedsandel af franske overnatninger på 22 %. I 2018 stod København med 235.000 overnatninger for 45 pct. af alle de franske storbyovernatninger i Norden.

Ser man på hele det nordeuropæiske konkurrencefelt, har både Tyskland, Holland, Storbritannien og Irland markant flere franske overnatninger, men ingen af landene har set vækstrater på niveau med danske.

Overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder

Franske overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder i 2018

Andel af det samlede antal overnatninger i de respektive lande



København tegner sig for 76 pct. af alle franske overnatninger i Danmark

I det nordeuropæiske konkurrentfelt er der stor variation i, hvor stor en andel af de franske overnatninger, som hovedstæderne tiltrækker.

København ligger helt i top. Til sammenligning er det i Sverige 46 pct. af de franske overnatninger, der foretages i Stockholm.

Tallene indikerer, at Danmark har et betydeligt uindfriet potentiale for fransk turisme udenfor København.

Udvikling i franske overnatninger

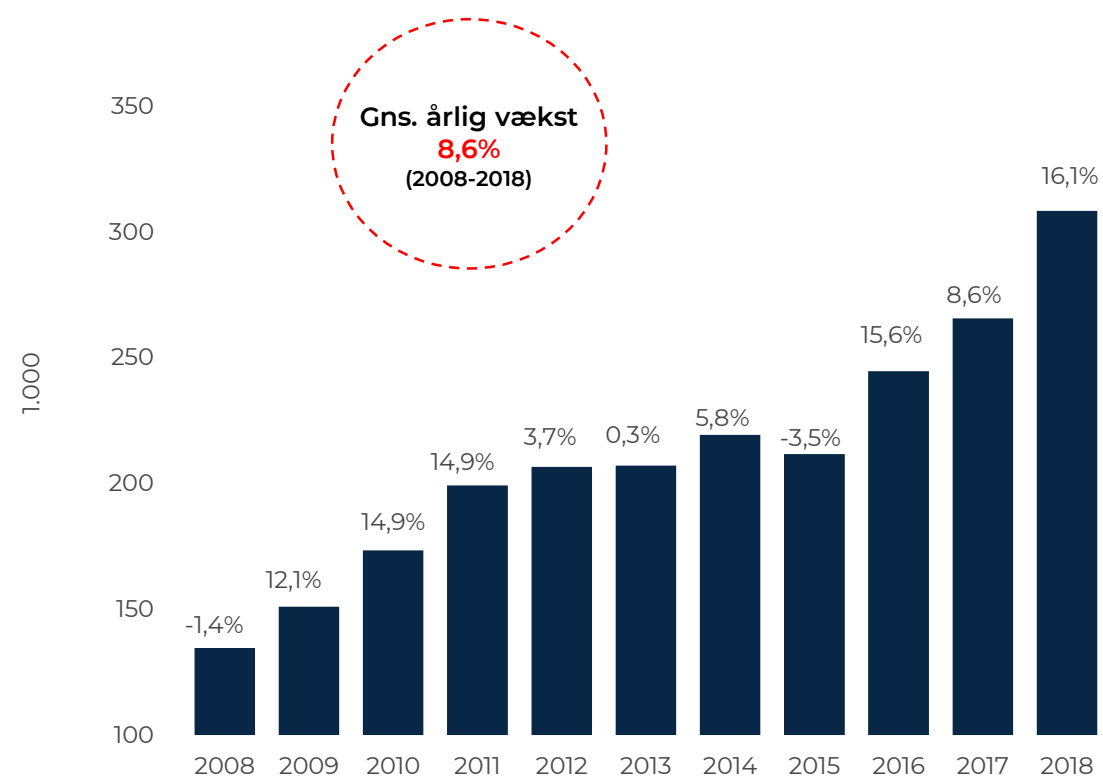
Høj vækst i antallet af franske overnatninger i Danmark

I 2018 foretog franskmændene 308.000 overnatninger i Danmark.

Sammenlignet med 2017 steg antallet af franske overnatninger med 16,1 pct. i 2018.

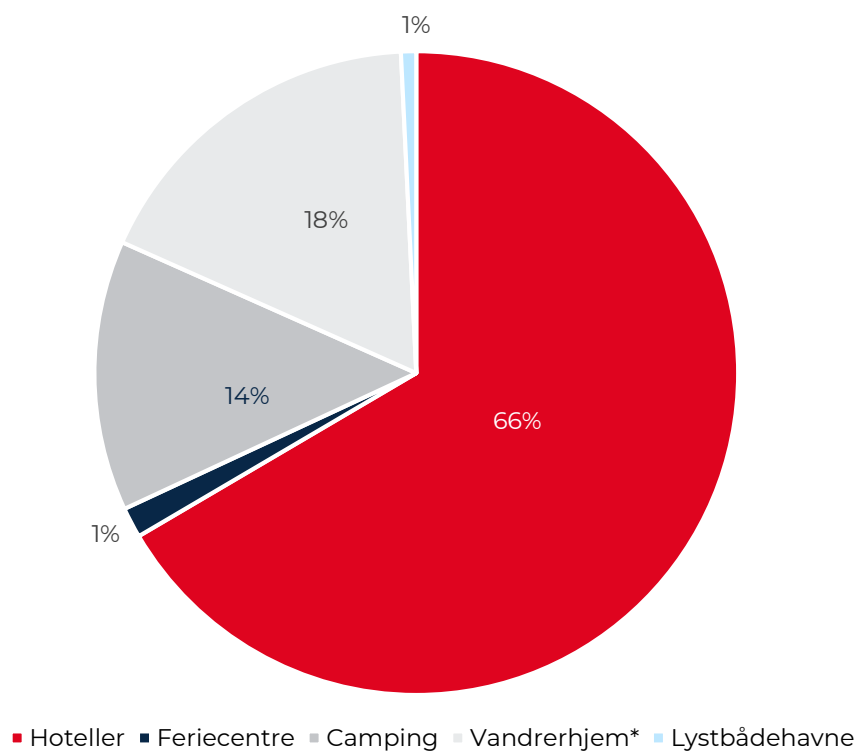
Franske overnatninger i Danmark

Antal og udvikling ift. året før

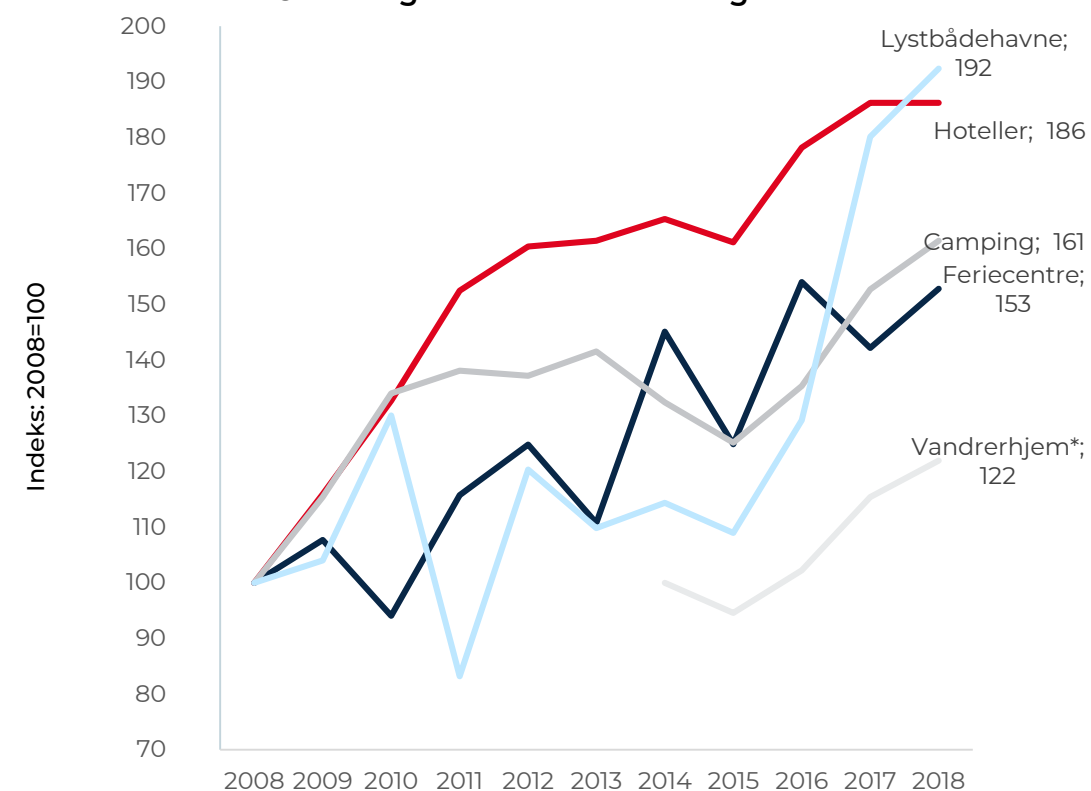


Franske overnatninger fordelt på indkvarteringsformer

Franske overnatninger i Danmark 2018



Udvikling i franske overnatninger i Danmark



Franske overnatninger fordelt over året

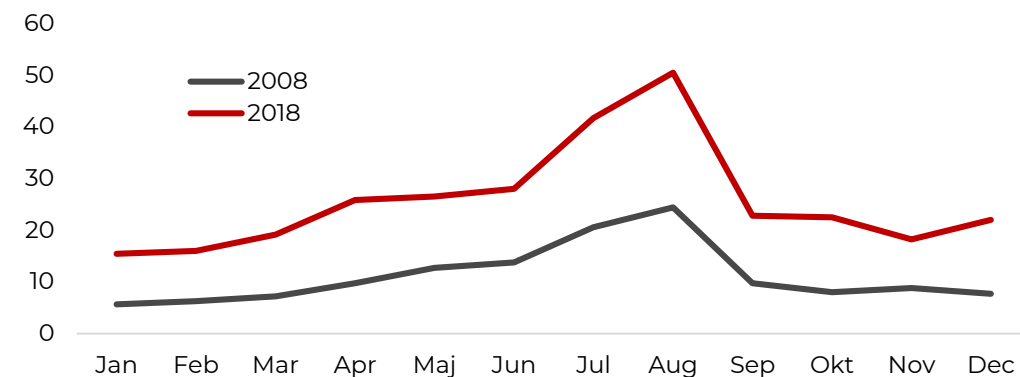
Flere franske overnatninger både i og uden for højsæsonen

Fra 2008 til 2018 er antallet af franske overnatninger i Danmark steget med 129 pct. Stigningen har fundet sted i både høj-, skulder- og vintersæsonen.

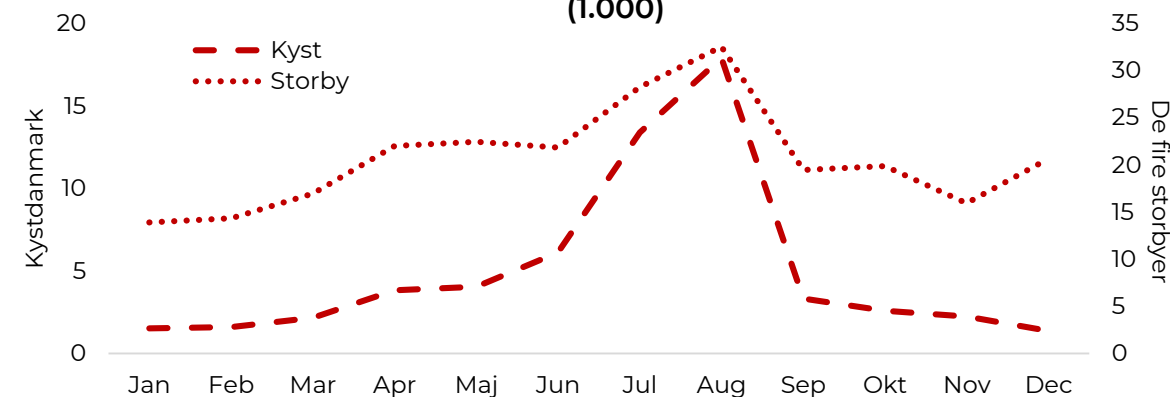
	2008	2018	2008	2018
	Antal (1.000)		Indeks (2008=100)	
Høj	45	92	100	205
Skulder	61	145	100	237
Vinter	28	72	100	252
I alt	134	308	100	229

Ikke overraskende er overnatningsmønsteret blandt franskmænd på storbyferie i Danmark anderledes end blandt franske kyst- og naturturister. Således er kurven for storbyturisternes overnatninger lidt mere flad (overnatningerne spreder sig mere jævnt over året), end tilfældet er for overnatningerne i Kyst- og naturdanmark.

Franske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



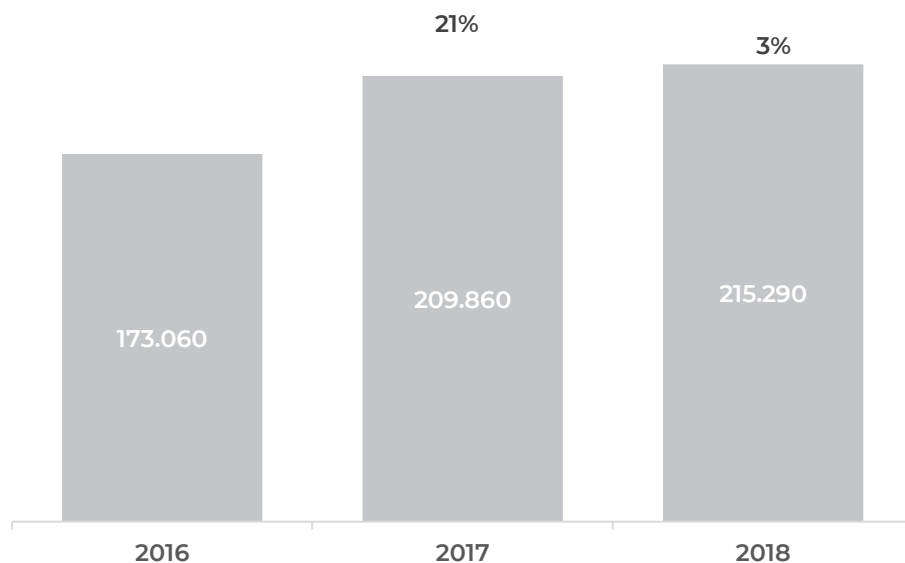
2018: Franske kyst- og storbyovernatninger (1.000)



Note: Højsæson: juli-august, skuldarsæson: marts-juni og september-oktober, lavsæson: januar-februar og november-december.

Franske overnatninger på deleøkonomiske platforme

Franske overnatninger og vækst i forhold til året før hos Airbnb



Flere end 200.000 franske overnatninger via Airbnb

Antallet af franske AirBnB overnatninger er steget fra godt 173.000 i 2016 til godt 215.000 i 2018. Det svarer til en stigning på 24 pct.

Ses nærmere på, hvordan antallet af overnatninger fordeler sig mellem storby og kyst, finder tre fjerdedele af de franske overnatninger sted i en af de fire danske storbyer.

Franske Airbnb-overnatninger i 2018 fordelt på kyst og storby samt storbyovernatninger fordelt på de fire danske storbyer

	Kyst	Storby	København	Aarhus	Aalborg	Odense
2018	53.603	161.687	149.493	7.531	2.050	2.613
Andel	25 pct.	75 pct.	92 pct.	5 pct.	1 pct.	2 pct.

Franskmændenes overnatninger i hjem- og udland

	Franske overnatninger 2018 (1.000)	Andel af europæiske overnatninger	Udvikling fra 2017 til 2018
Frankrig	307.489		4%
Europa	97.756		2%
Øvrige udland	142.060		14%
I alt	547.305		6%
Spanien	26.507	28%	5%
Storbritannien	18.368	19%	-12%
Italien	14.819	15%	9%
Irland	5.298	6%	5%
Grækenland	5.171	5%	3%
Portugal	5.158	5%	-2%
Tyskland	3.666	4%	4%
Belgien	2.787	3%	10%
Kroatien	2.074	2%	5%
Østrig	1.797	2%	0%
Holland	1.728	2%	4%
Malta	1.665	2%	19%
Schweiz	1.274	1%	2%
Tyrkiet	941	1%	25%
Tjekkiet	697	1%	-3%
Polen	528	1%	0%
Ungarn	447	0%	-2%
Bulgarien	444	0%	14%
Norge	422	0%	10%

Turismeomsætning 2017

Marked	Turismeomsætning 2017 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turismeomsætning 2017
I alt	128.037	
Danmark	73.241	
Udland	54.796	
Tyskland	15.206	28%
Norge	8.106	15%
Sverige	7.407	14%
Storbritannien	3.619	7%
USA	3.403	6%
Holland	1.662	3%
Frankrig	1.457	3%
Italien	1.161	2%
Kina	855	2%
Spanien	759	1%
Schweiz	560	1%
Belgien og Luxembourg	482	1%
Finland	434	1%
Polen	423	1%
Canada	264	1%
Japan	257	1%
Indien	236	0,4%
Australien	226	0,4%
Østrig	202	0,4%
Rusland	183	0,3%
Irland	142	0,3%
Portugal	120	0,2%
Brasilien	118	0,2%
Sydkorea	110	0,2%
Grækenland	76	0,1%
Øvrige lande	7.329	13%

Frankrig	Omsætning 2017 (mio. kr.)	Andel
Besøg m. betalt overnatning		
Hotel – ferie	341	31%
Hotel – forretning	215	19%
Feriecenter	6	1%
Camping	74	7%
Vandrerhjem	50	5%
Lejet feriehus	0	0%
Lystbåd	2	0%
Deleøkonomiske platforme	410	28%
Andre*	6	1%
I alt	1.103	76%
Besøg u. betalt overnatning		
I alt	354	24%

Note: Besøg u. betalt overnatning indeholder ferie med overnatning i eget eller lånt sommerhus eller hos familie/venner. Desuden indgår endagsturisme.

* Indeholder festival, krydstogt og bondegård

'0' angiver værdier <0,05 mio. kr. '-' angiver værdien 0.

Turister i Danmark



Foto: Kim Hansen

Franske overnatninger i de fire danske storbyer

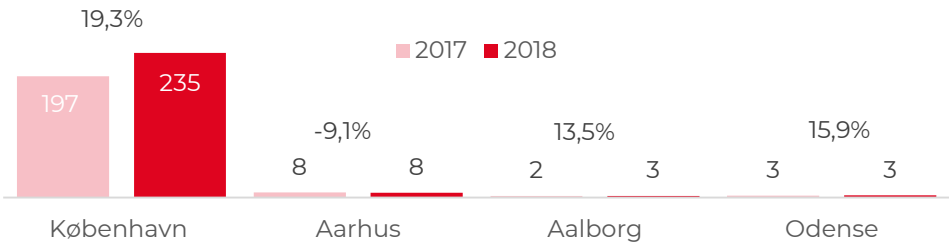
Overnatninger i alt i de fire storbyer*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.412	43%	
Udlandet	7.155	57%	
Tyskland	854	7%	12%
Sverige	744	6%	10%
Storbritannien	719	6%	10%
USA	712	6%	10%
Norge	692	6%	10%
Italien	325	3%	5%
Holland	248	2%	3%
Frankrig	248	2%	3%
Kina	182	1%	3%
Indien	92	1%	1%
Udlandet i øvrigt	2.335	19%	33%
I alt	12.564	100%	100%

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	3.621	820	594	378
Udlandet	6.276	350	388	137
USA	686	12	8	6
Sverige	670	33	25	16
Storbritannien	667	28	12	12
Tyskland	646	72	124	13
Norge	485	65	132	10
Italien	307	9	3	5
Frankrig	235	8	3	3
Holland	201	25	14	8
Kina	167	6	2	8
Indien	85	4	1,2	0,6
Udlandet i øvrigt	2.128	88	64	55
I alt	9.897	1.170	982	515

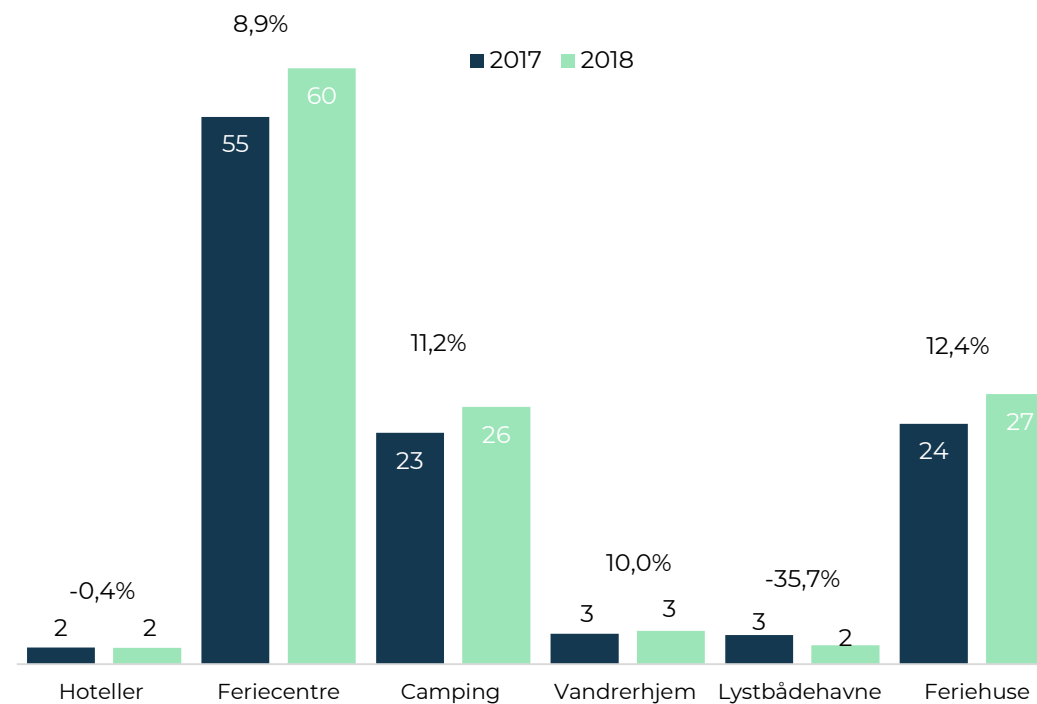
Udvikling i franske storbyovernatninger
(1.000)



Franske overnatninger i Kystdanmark

	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	20.879	51%	
Udlandet	20.420	49%	
Tyskland	14.829	36%	73%
Norge	1.643	4%	8%
Holland	1.102	3%	5%
Sverige	1.084	3%	5%
Storbritannien	162	0%	1%
USA	75	0%	0%
Frankrig	60	0%	0%
Kina	53	0%	0%
Italien	52	0%	0%
Indien	12	0%	0%
Udlandet i øvrigt	1.348	3%	7%
I alt	41.299	100%	100%

Udvikling i franske overnatninger i Kystdanmark
fordelt på overnatningsformer*
(1.000)



Den digitale turist

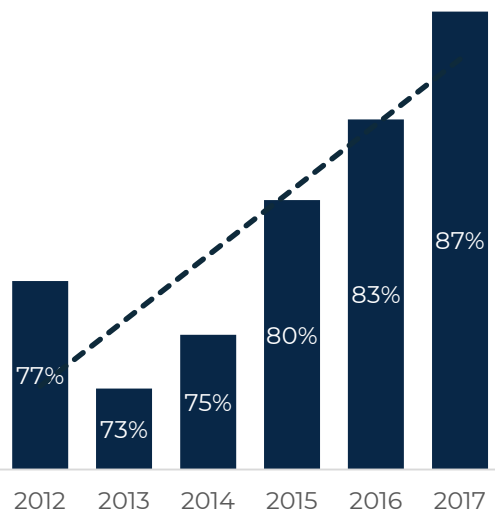


Foto: Kim Wyon

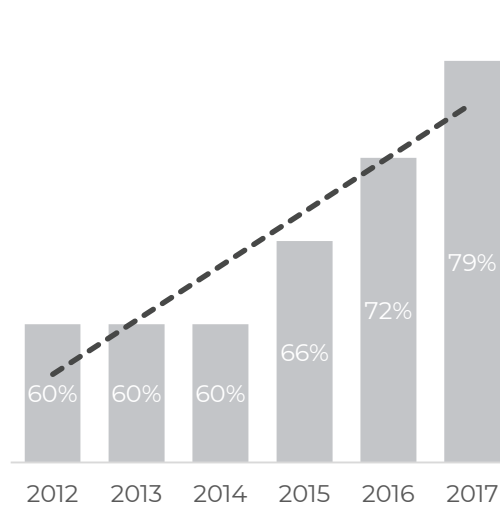
Internetbrug

Smartphone overhaler pc, når det gælder internetbrug

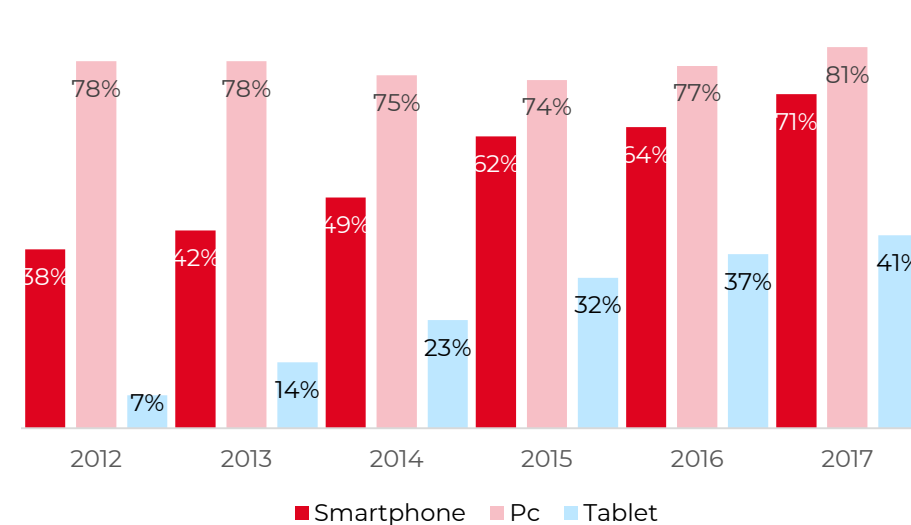
Adgang til internettet



Benytter internettet dagligt



Internetbrug fordelt på enheder



Gennemsnitligt antal forbundne enheder pr. person

2012	2013	2014	2015	2016	2017
1,8	2,3	2,2	2,5	2,8	3,0

Andel, der går på internettet mindst lige så ofte via smartphone som pc

2012	2013	2014	2015	2016	2017
19%	27%	37%	47%	50%	61%

Søgninger efter Danmark

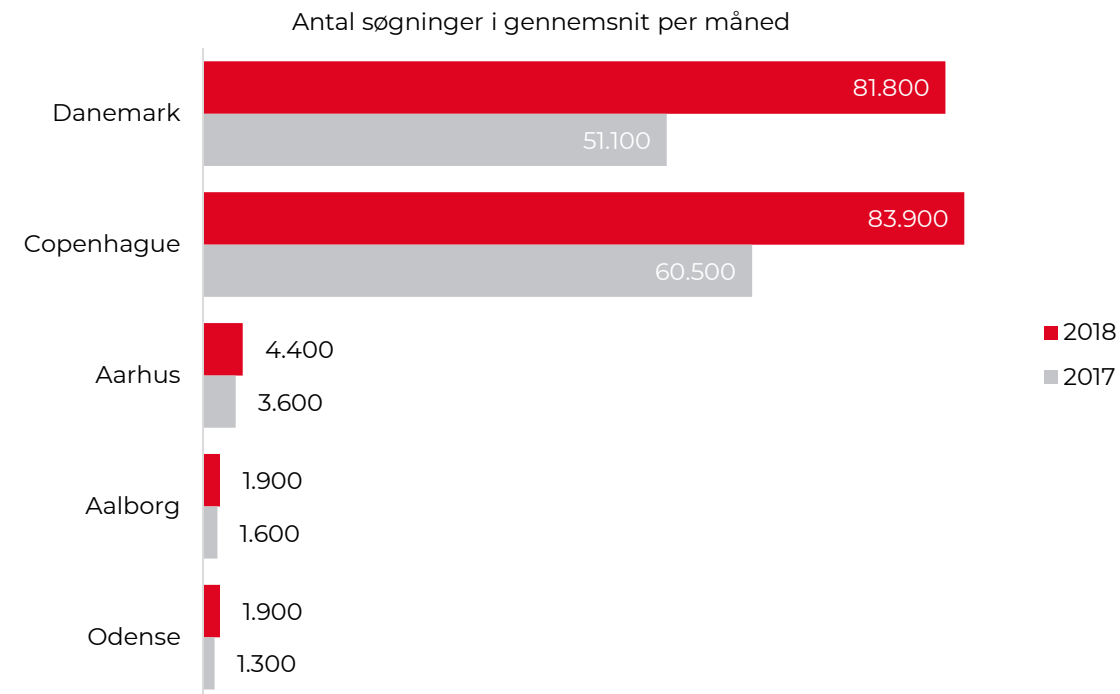
Flere søgninger efter Danmark og de fire største byer

I Frankrig er der overordnet set flere søgninger efter København og Danmark end efter Århus, Aalborg og Odense.

I 2018 havde *Danemark* og *Copenhagen* som søgetermer markant flere søgninger end i 2017. Søgetermerne *Aarhus*, *Aalborg* og *Odense* havde også flere søgninger i 2018 end i 2017.

Det fremgår ikke fra disse data, hvorvidt søgningerne er ferierelaterede, men data indikerer en stor interesse for København og Danmark.

Udvikling i søgevolumen efter Danmark og de fire største byer som søgetermer



Danmarks omtale og synlighed i medierne



Foto: Dennis Borup Jakobsen

Pressemeddelelser og nyhedsbreve i franske medier

Trends og tendenser i medielandskabet

Anna Orlando, PR og Presse Manager

//

Interessen for “The Danish Way” boomer i Frankrig. Begivenheder som Tour de France - Le Grand Départ i Danmark - i 2021, HKH Prins Joachim og HKH Prinsesse Maries flytning til Paris, dansk kunst på franske museer, Bjarke Ingels projekter i Frankrig, og det at Danmark tog guld ved Bocuse d'Or 2019 bidrager i den grad til at sætte Danmark på verdenskortet.

Det franske medielandskab er utroligt varieret og rigt på titler og specialiserede medier. De traditionelle medier anses i den grad mere troværdige, især radio efterfulgt af aviser, tv og magasiner.

Mere og mere spalteplads dedikeres Danmark - både i traditionelle og sociale medier.

Franskmænd bruger i gennemsnit 4 timer og 38 minutter hver dag online. Internetbrugere steg stadig i 2018 og tæller nu 89% af den franske befolkning.

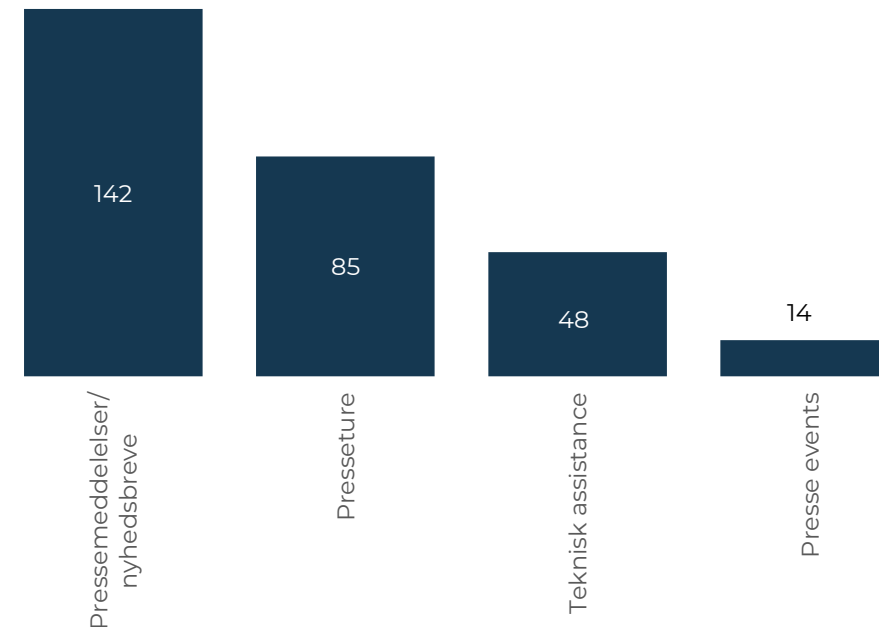
58% bruger sociale medier, hvilket er lavere end EU niveauet. De mest anvendte sociale medier er YouTube (45,1 millioner UVs hver måned), Facebook (44,9 millioner UVs hver måned) samt Instagram (25 millioner UVs hver måned)

//

142 pressemeddelelser og nyhedsbreve i Frankrig i 2018

I 2018 genererede VisitDenmarks presseaktiviteter 54 posts / tweets på sociale medier og opnåede et engagement på 100.156 ift. comments, shares og likes.

Antal artikler fordelt på presseaktiviteter, 2018



Instagram genererer det højeste antal posts på de sociale medier.

Emne	Antal respondenter
Dansk livsstil	122
Kultur	48
Byliv	24
Overnatning	21
Strand, hav, mm.	19
God mad	18
Design	17
Turisme generelt	10
Historie	7
Transport	3

Media Type	Count	Percentage
Web	102	58%
SoMe	54	31%
Broadcast (tv/radio)	4	2%
Print	16	9%

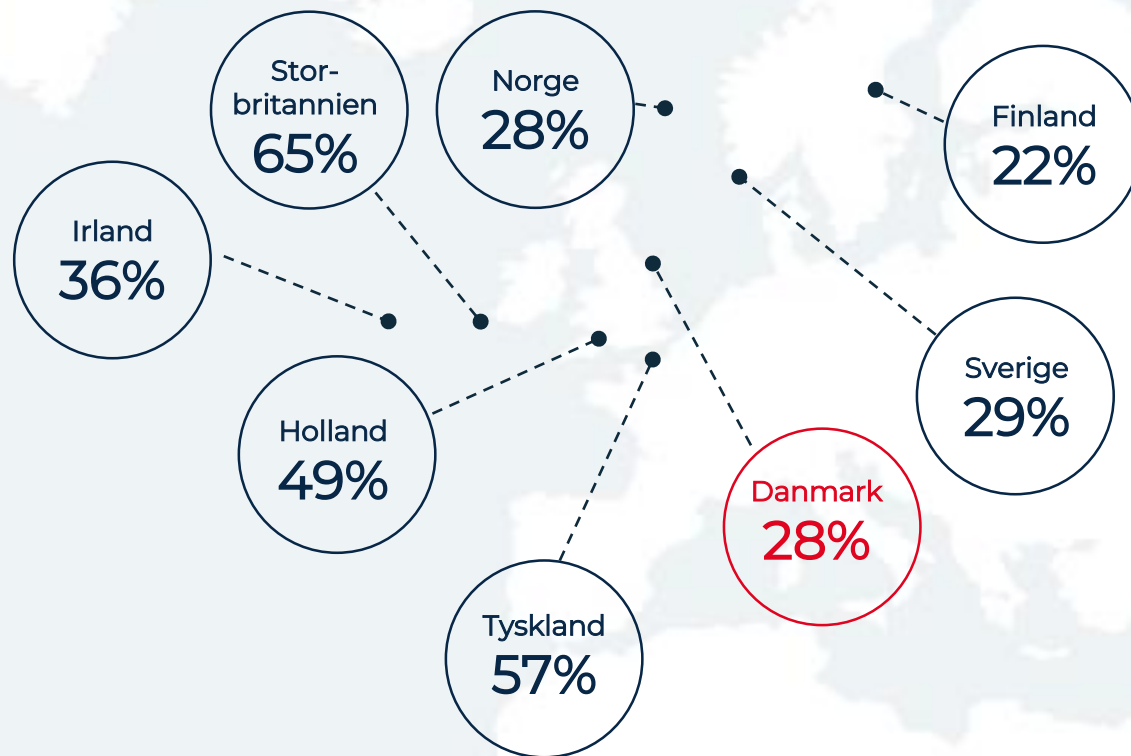


Kendskab, inspiration og bookingadfærd

Foto: Dennis Borup Jakobsen

Kendskab til feriedestinationer

Andel franskmænd, der ved 'noget' eller 'meget' om de respektive lande som rejsedestination



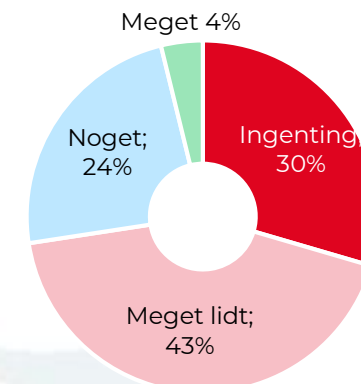
Tre ud af 10 franskmænd i Paris kender noget eller meget til Danmark som feriedestination

I alt 28 pct. siger, at de kender noget eller meget til Danmark.

Danmark ligger på niveau med Norge og er mere kendt end Finland.

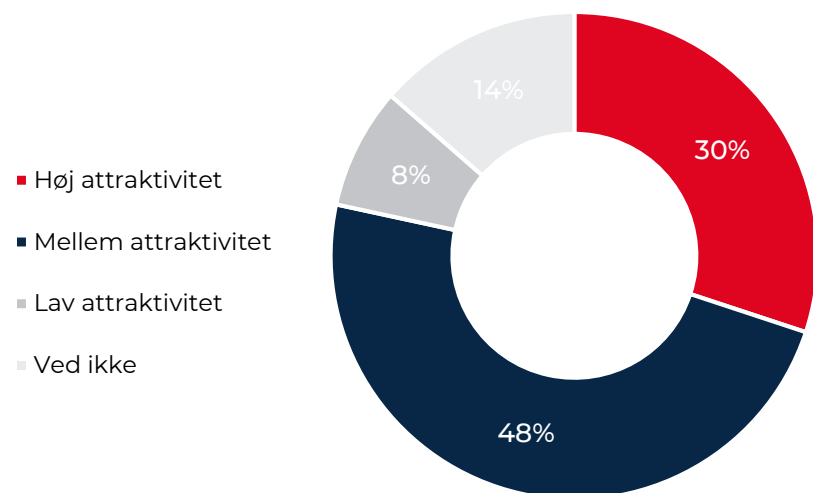
Tyskland, Holland og Storbritannien er markant mere kendte feriedestinationer end Danmark.

Kendskab til Danmark blandt franskmænd i Paris



Danmark som attraktiv feriedestination

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?



Franskmænd har et godt indtryk af Danmark

Tre ud af 10 franskmænd oplever Danmark som et attraktivt rejsemål. Således vurderer 30% af franskmændene attraktiviteten af Danmark til 6 eller 7 på en skala fra 1 – 7, hvor 1 = slet ikke attraktiv og 7 = meget attraktiv.

Tal fra VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017 viser, at flertallet af de franske turister, som besøgte Danmark i 2017, er tilfredse, og at 51 pct. aktivt vil anbefale Danmark, når de kommer hjem.

Glade gæster er forudsætningen for, at Danmark bliver anbefalet under og efter opholdet. Personlige anbefalinger spiller ofte en stor rolle, når franskmændene vælger feriedestination.

Franskmænds associationer til Danmark

Franskmændene forbinder Danmark med natur, flotte landskaber, kulde og København

For franskmændene er Danmark forbundet med natur, flotte landskaber, strande og ro.

København, kvalitet, økologi, cykler og vikinger er også blandt de associationer, som Danmark typisk frembringer hos franskmændene.

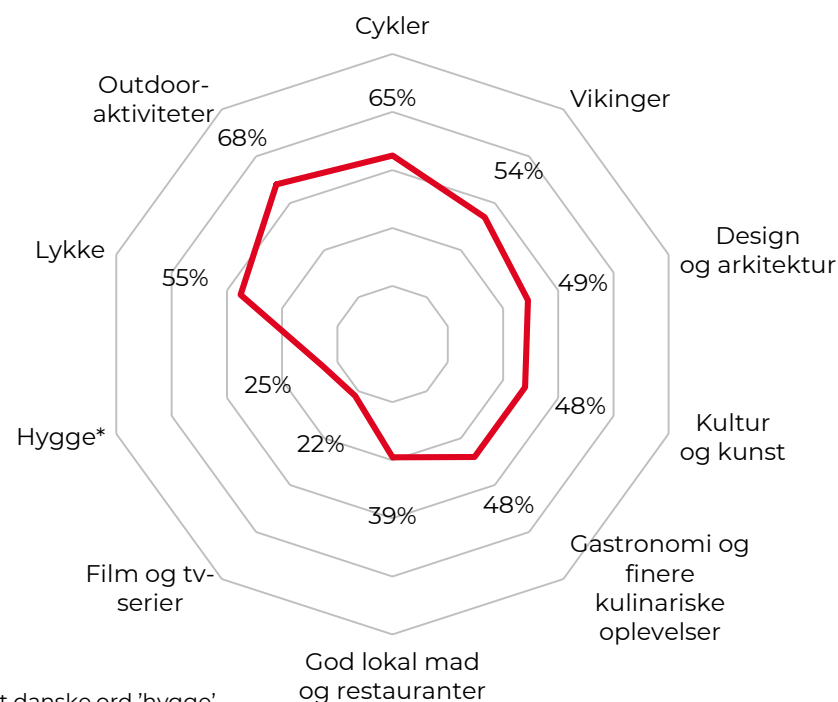
Øverst på listen træder "kulde" frem som det ord franskmændene i størst omfang forbinder med Danmark.



Franskmændenes syn på Danmark

I hvor høj grad forbinder du Danmark med det følgende?

Andelene omfatter 'i høj grad' og 'i meget høj grad'



* Der er spurgt til det danske ord 'hygge'

Direkte adspurgt forbinder parisere især Danmark med outdooraktiviteter og cykler

Henholdsvis 68 pct. og 65 pct. forbinder i høj eller meget høj grad Danmark med parametrene 'cykler' og 'natur, som er perfekt egnet til outdooraktiviteter (fx cykling, vandring eller sport)'.

Over halvdelen (55 pct.) forbinder Danmark med lykke, og hver fjerde forbinder Danmark med det danske ord 'hygge'.

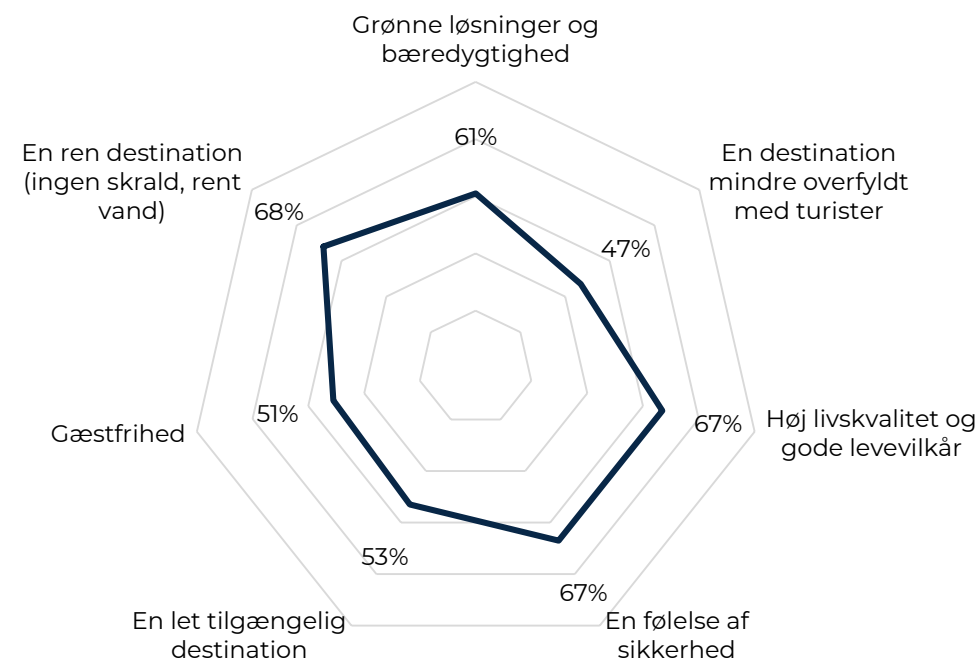
Franskmændenes syn på Danmark ifm. udvalgte bæredygtighedsparametre

Danmark forbindes især med parameteret 'en ren destination' og 'en følelse af sikkerhed'.

Franskmænd forbinder Danmark med parametrene 'en ren destination (ingen skrald, rent vand)' og 'en følelse af sikkerhed'. Begge parametre forbindes i høj eller meget høj grad med Danmark blandt knap syv ud af 10 franskmænd i Paris.

I hvor høj grad forbinder du Danmark med det følgende?

Andelene omfatter 'i høj grad' og 'i meget høj grad'



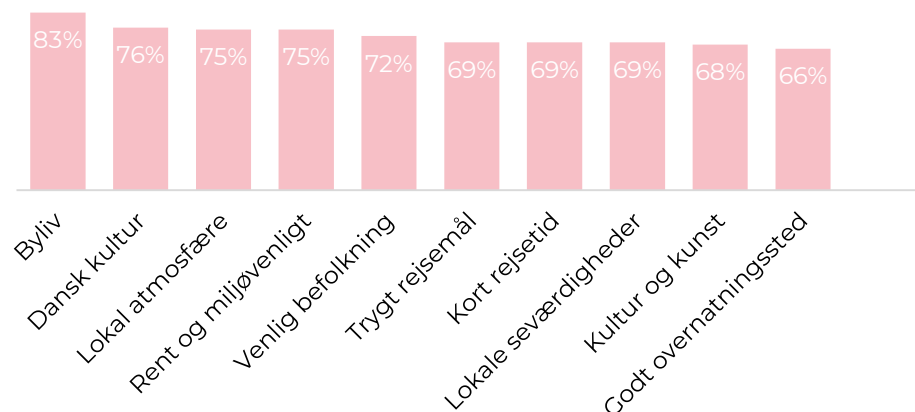
Storbyferie: inspirationskilder og rejsemotiver

Bylivet er afgørende

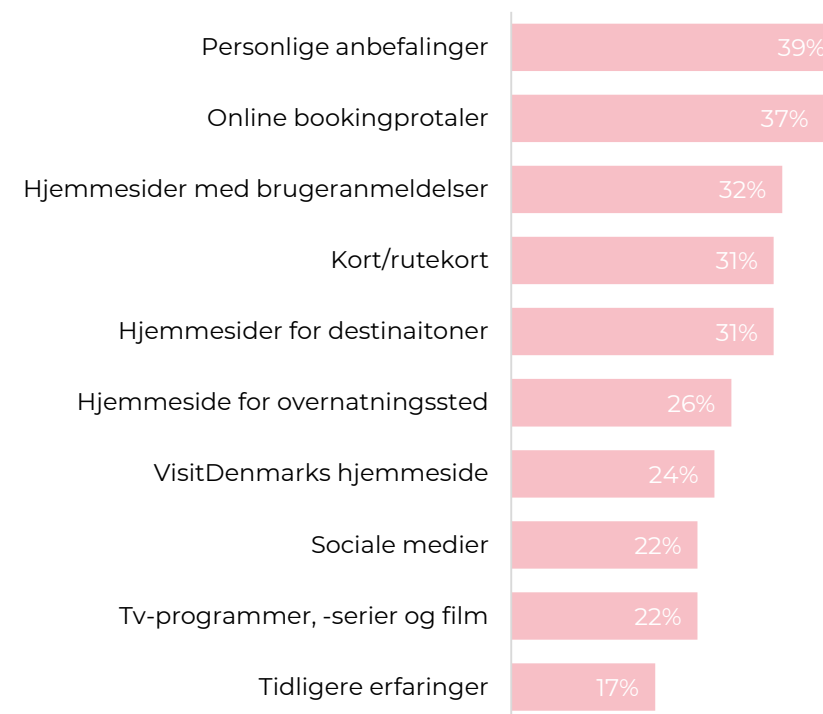
Byliv er vigtigst for franskmændene, når de vælger at rejse til Danmark. Også dansk kultur, lokal atmosfære og renhed og miljøvenlighed spiller en stor rolle.

Franskmænd bliver i høj grad inspireret til at holde ferie i Danmark gennem personlige anbefalinger og online bookingportaler.

I hvilken grad er dette årsager til,
at du har valgt at holde ferie i Danmark? Top 10
(andel, der har svaret 'i mindre grad' til 'i afgørende grad')



Har følgende inspirationskilder haft indflydelse på din beslutning om
at holde ferie i Danmark? Top 10
(flere svar mulige)



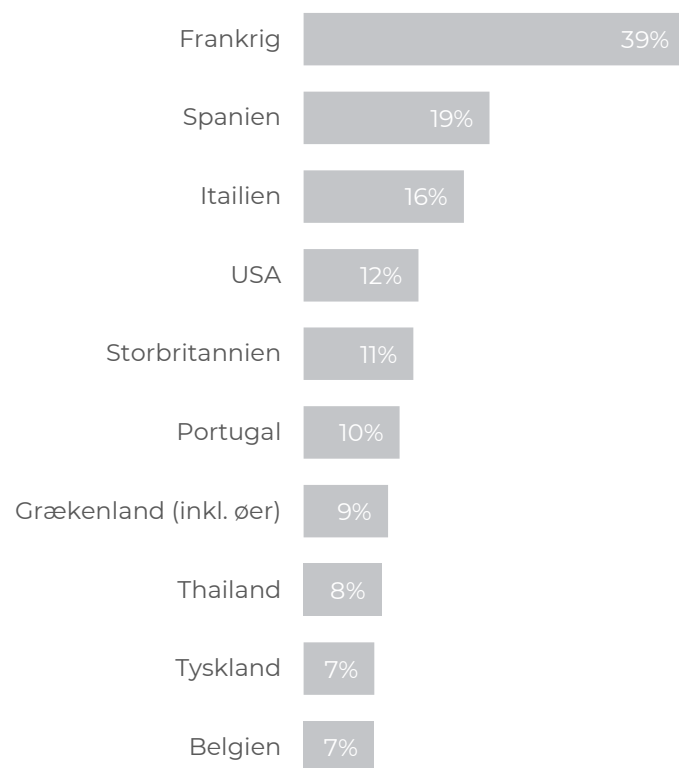
Markedsforventninger



Foto: Jesper Plambech

Franskmændenes forventede feriemål i 2019

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2019? Top 10



Op mod 360.000 flere franskmænd i 2019

4 pct. af forventer at besøge Danmark på en ferie inden for de næste 12 måneder. Det svarer til ca. 360.000 turister.

Danmark er i konkurrence med både sydeuropæiske destinationer som Spanien og Italien, men også med USA og Storbritannien.

Danmarks potentiale på forretningsområder



43%

af den franske befolkning vil på
kyst- & naturferie uden børn

Af dem overvejer:

5%

Danmark

46%

Frankrig



36%

af den franske befolkning vil på
kyst- & naturferie med børn

Af dem overvejer:

4%

Danmark

52%

Frankrig



40%

af den franske befolkning
vil på storbyferie

Af dem overvejer:

9%

København

3%

Aarhus



Videncenter om turismen i Danmark

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på **LinkedIn** – *VisitDenmark Viden & Analyse*

Foto: Jo Selsing