

# FRANKRIG

## Markedsprofil 2020

21/07/2020

# Introduktion

I VisitDenmarks markedsprofiler præsenteres centrale indsigter for de vigtigste markeder i dansk turisme. Formålet er at give turismeaktører og andre interessenter et indblik i en række markeders betydning for turismen i Danmark.

Efter en opsummering af nogle centrale nøgletal og en kort præsentation af Danmarks målgrupper på de respektive markeder, ses der i rapporterne på bl.a. **overnatninger**, **turismeomsætning** og **sæson** samt **inspirationsøgning** og **kendskab** til Danmark som feriedestination. Efterfølgende ses på bl.a. **ferierelaterede online-søgninger**, **fly/-passagertrafik** samt turisternes **rejsemotiver**. Afslutningsvis ses på nogle overordnede **markedsforventninger**, som de så ud **før covid-19-pandemiens udbrud**.

Se alle markedsprofiler her:

[www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler](http://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler)

## Udgivet af

VisitDenmark

August 2020

[www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter](http://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter)

## Indhold

- 04** [Nøgletal og målgrupper](#)
- 10** [Overnatninger, omsætning og sæson](#)
- 20** [Kendskab og inspiration](#)
- 23** [Ferierelaterede online-søgninger](#)
- 25** [Passagerer og flytrafik](#)
- 29** [Kyst- og storbyturisterne i Danmark](#)
- 33** [Markedsforventninger](#)

# VisitDenmarks markedskontor i Milano

For det franske og italienske marked



**Markedschef**  
**Ghita Scharling Sorensen**  
[gss@visitdenmark.com](mailto:gss@visitdenmark.com)



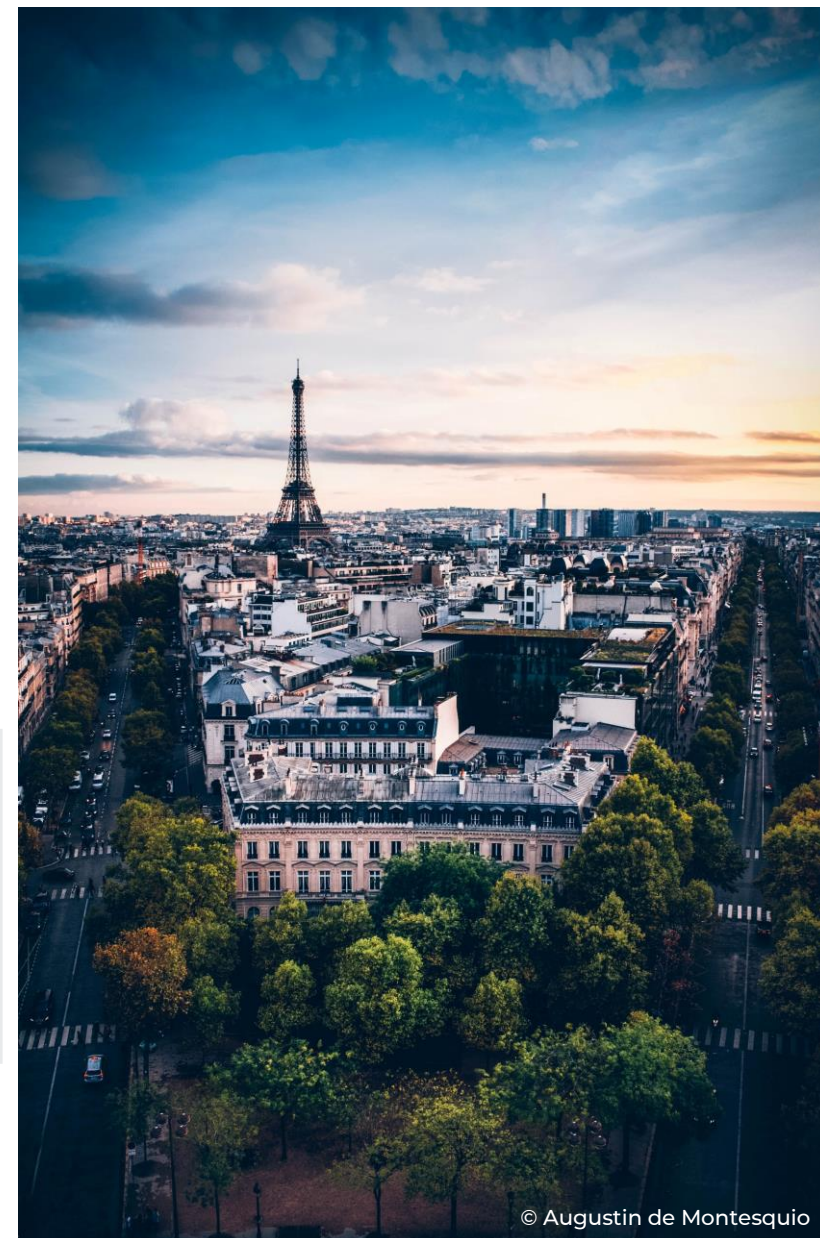
**PR & Press Manager**  
**Anna Orlando**  
[aor@visitdenmark.com](mailto:aor@visitdenmark.com)



**Marketing Manager**  
**Annalisa Ferraresi**  
[af@visitdenmark.com](mailto:af@visitdenmark.com)



**Marketing & Press Coordinator**  
**Giulia Ciceri**  
[gc@visitdenmark.com](mailto:gc@visitdenmark.com)



An aerial photograph of a coastal town during sunset. The town is situated on a narrow strip of land between a large body of water on the left and a larger landmass on the right. The water is a deep blue, and the sky is a mix of orange, pink, and purple. The land is covered in a mix of green and brown vegetation, with a winding road and a small stream visible. The overall scene is peaceful and scenic.

# Nøgletal og målgrupper

## Markedspotentiale

I 2019 var der vækst i antallet af franske overnatninger i Danmark for fjerde år i træk.

Franskmændene efterspørger især de danske storbyer, men den relative vækst i antal overnatninger var udtalt i 2019 i både storbyerne (+17,7 pct.) og Kyst- og naturdanmark (+10,0 pct.).

Tre ud af 10 (28 pct.) franskmænd i Paris kender noget eller meget til Danmark som feriedestination. Godt halvdelen (52 pct.) ser Danmark som en attraktiv feriedestination.

Når franskmændene tænker på Danmark, er det ord som natur og flotte landskaber, strande og ro, der associeres med landet. Disse associationer stemmer godt overens med franskmændenes rejsemotiver i forbindelse med en ferie. Der synes således at være potentiale for endnu flere franske overnatninger i Danmark – ikke kun i storbyerne, men også i Kyst- og naturdanmark.



# Udvalgte konklusioner

## **Franskmændene i Paris synes, at Danmark er attraktiv som feriedestination**

Flere end hver anden franskmand bedømmer Danmark til at være en attraktiv feriedestination.

## **Danmark, Norge og Sverige er lige kendte som feriedestinationer**

28 pct. af franskmændene i Paris kender noget eller meget til Danmark som feriedestination. Kendskabet til Norge og Sverige er lige så udbredt, mens flere kender Storbritannien (67 pct.), Tyskland (56 pct.) og Holland (50 pct.) som feriedestinationer.

## **Vækst i antal overnatninger**

Antallet af franske overnatninger i Danmark steg med 16,2 pct. fra 2018 til 2019. I absolutte tal svarer det til en vækst på 50.000 overnatninger.

Franskmændene benytter især de danske hoteller som overnatningsform, og her var antallet af overnatninger i 2019 markant (+19,9 pct.) over niveauet i 2018. Målt i antal overnatninger oplevede hotellerne den højeste vækst, mens feriecentrene havde en negativ vækst på 14,9 pct.

## **Franskmændene søger især information om København**

Når franskmændene søger information om ferie i Danmark, anvender de oftest søgetermer relateret til København. Både søgetermerne Copenhagen, Aarhus, Aalborg og Odense havde i 2019 flere søgninger end i 2018

Søgetermen Copenhagen lå antalsmæssigt højere end Danmark i 2019.

## **Størstedelen af de danske destinationer havde glæde af det stigende antal franske overnatninger**

Hovedparten af de 18 destinationsselskaber i Danmark oplevede flere franske overnatninger i 2019 end tilfældet var i 2018. Den største absolutte vækst fandt sted i Wonderful Copenhagen, og den højeste relative vækst fandt sted i Destination Sjælland.

## **Vækst i antallet af franske turister, der booker via Airbnb**

Antallet af franskmænd, der bookede overnatninger via Airbnb, steg med 10,5 pct. i 2019 i forhold til 2018.

Det er tredje år i træk, at antallet af franske turister, der booker via Airbnb, udviser positiv vækst.

# Perspektiver på det franske rejsemarked

v/ Ghita Scharling Sørensen, markedschef:

"På det franske marked bearbejdes både B2C, travel trade samt presse og influencers i tæt samarbejde med danske og lokale turisme- og non-turisme- partnere samt med vores nordiske søsterorganisationer.

Fokus har de seneste år været på at markedsføre autentiske oplevelser i hele Danmark uden for højsæsonen. Vores mantra har været "off track, off-season og off-road", og som denne profil viser, har det givet de ønskede resultater. Fra vores kontor i Milano dækkes både det franske og italienske marked, hvor der udnyttes mulige synergier.

Vores Image- og Potentialeanalyse fra foråret 2020 viste en tæt sammenhæng mellem kendskab til Danmark som feriedestination og vurderingen af Danmarks attraktivitet. Kendskabet er højere blandt dem, der giver Danmark en høj attraktivitetsscore, hvilket indikerer et behov for støt kommunikation af Danmark som feriedestination for at tappe ind i markedets potentiale for Danmark.

Tiden under covid-19 lock down har vi anvendt på opstart af nye projekter og samarbejder samt at styrke vores lokale netværk til turoperatører, journalister, influencers samt andre stakeholders."



# Nøgletal: overnatninger, forbrug og omsætning

358.200

overnatninger i 2019

50.000

flere overnatninger end i 2018

16,2 pct.

vækst i antal overnatninger ift. 2018

+10,5 pct.

vækst i antal turister, der booker overnatning i Danmark via Airbnb

1,6 mia. kr.

i turismeomsætning i 2018

28 pct.

af franskmændene i Paris kender noget eller meget til Danmark som feriemål



## Kyst- & naturturisme

66.100

overnatninger\*

10,0 pct.

vækst i antal overnatninger ift. 2018



## Storbyturisme

292.100

overnatninger\*

17,7 pct.

vækst i antal overnatninger ift. 2018

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



-  Storbyferie
-  Venner
-  Par
-  Vennepar

## Par: 35-55 år



-  Storbyferie
-  Venner
-  Par
-  Vennepar

## Par: 30-45 år m. børn (0-12 år)



-  Storbyferie
-  Familie

## Bopæl



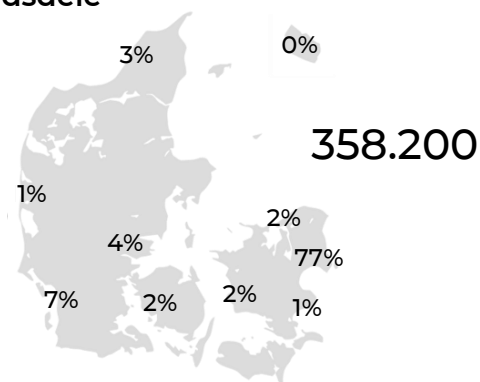
## Hustandsindkomst



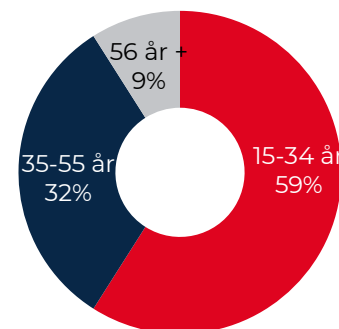
## Uddannelsesnivea



## Franske overnatninger fordelt på landsdele\*



## Franske storbyturister i Danmark



## Funktionelle behov



- Weekendtur /forlænget weekend til en storby
- Direkte fly
- Ukompliceret ferieplanlægning
- Har besøgt andre storbyer 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

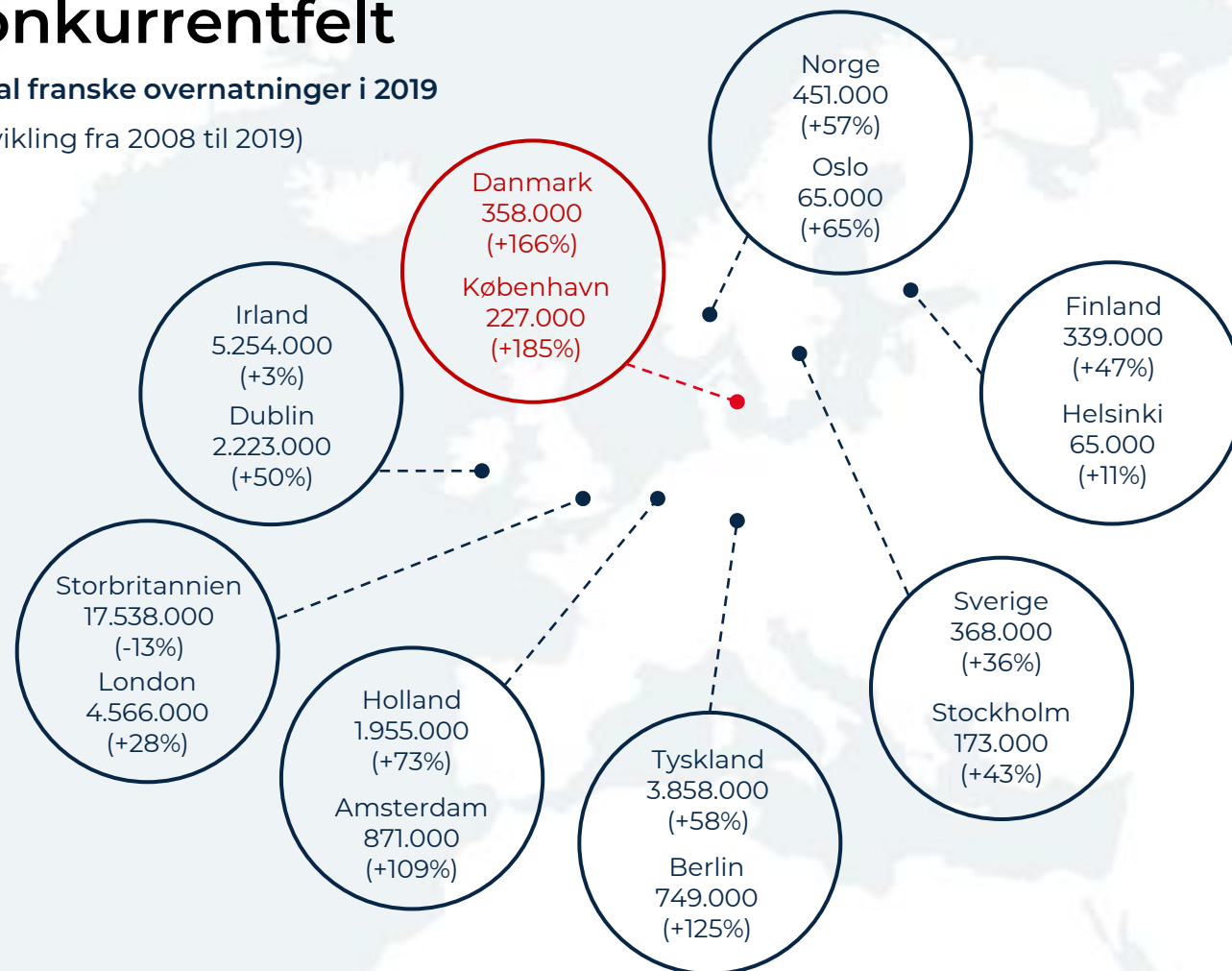
A scenic view of a lake with several boats docked along the shore. In the background, a power plant with several tall smokestacks is visible, partially obscured by lush green trees. The sky is blue with some light clouds. The water reflects the surrounding greenery and the power plant.

# Antal overnatninger, omsætning og sæson

# Franske overnatninger i det nordeuropæiske konkurrentfelt

## Antal franske overnatninger i 2019

(udvikling fra 2008 til 2019)



### Danmark vinder markedsandele

Målt på relativ vækst i antallet af franske overnatninger fra 2008 til 2019 indtager Danmark førerpositionen.

Danmark har en nordisk markedsandel af franske overnatninger på 23 pct. Antallet af franske overnatninger i Danmark er steget markant det sidste årti sammenlignet med de øvrige nordiske lande.

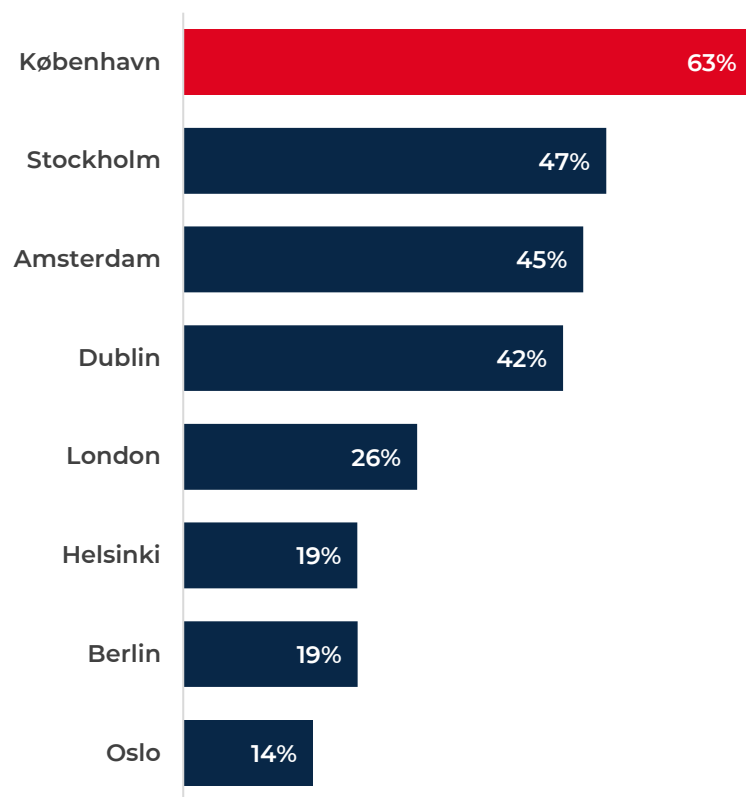
I 2019 stod København med 227.000 overnatninger for 42 pct. af alle de franske storbyovernatninger i Norden.

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

# Overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder

## Franske overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder i 2019

Andel af det samlede antal overnatninger i de respektive lande



## København står for 63 pct. af alle franske overnatninger i Danmark

I det nordeuropæiske konkurrencefelt er der stor forskel på, hvor stor en andel af de franske overnatninger, som hovedstæderne repræsenterer.

København ligger med 63 pct. helt i top. Til sammenligning er det i Sverige 47 pct. af de franske overnatninger, der foretages i Stockholm.

Tallene indikerer et betydeligt potentiale for Danmark, når det gælder franske overnatninger uden for København.

# Udvikling i antallet af franske overnatninger

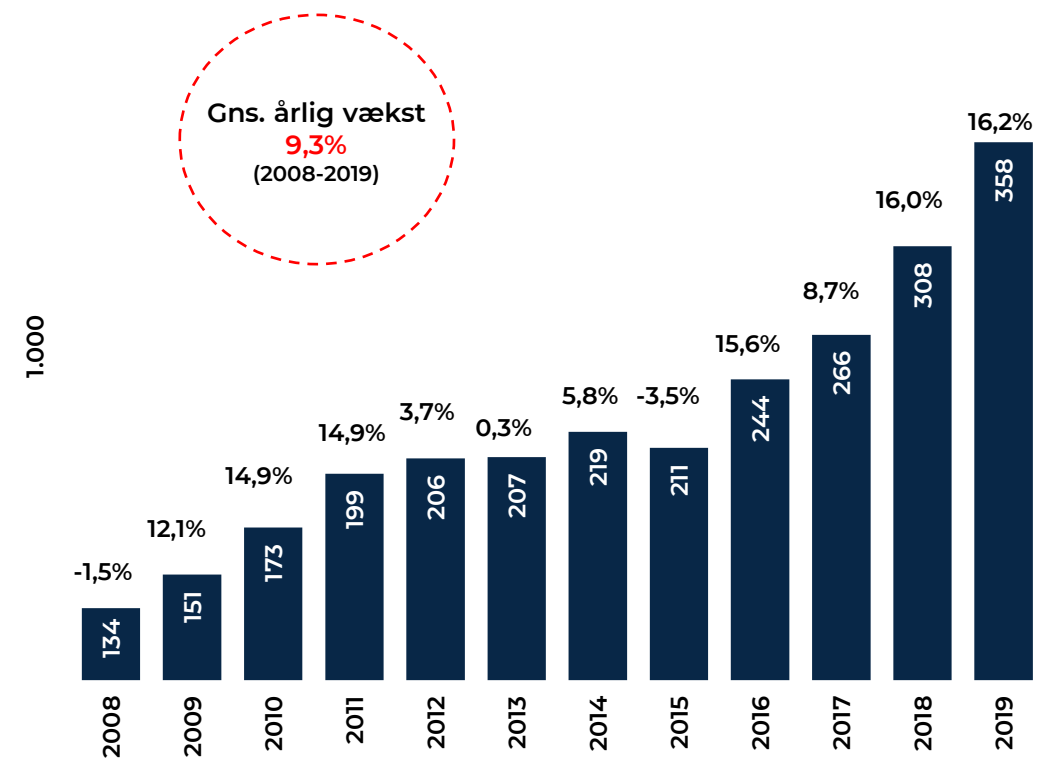
## Fortsat vækst i antal franske overnatninger i Danmark

I 2019 foretog franskmændene 358.200 overnatninger i Danmark.

Sammenlignet med 2018 steg antallet af franske overnatninger i Danmark med 16,2 pct. i 2019.

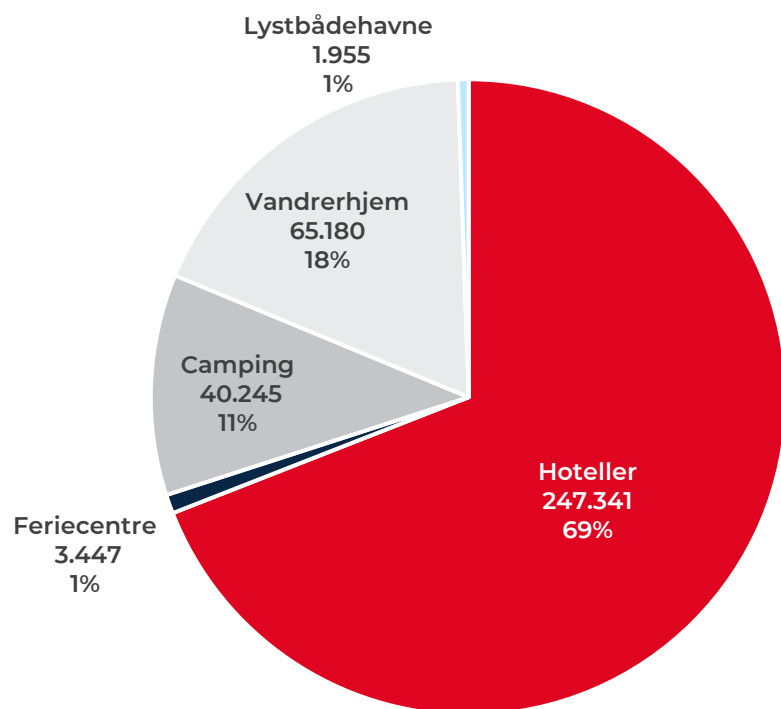
## Franske overnatninger i Danmark

Antal og udvikling ift. året før

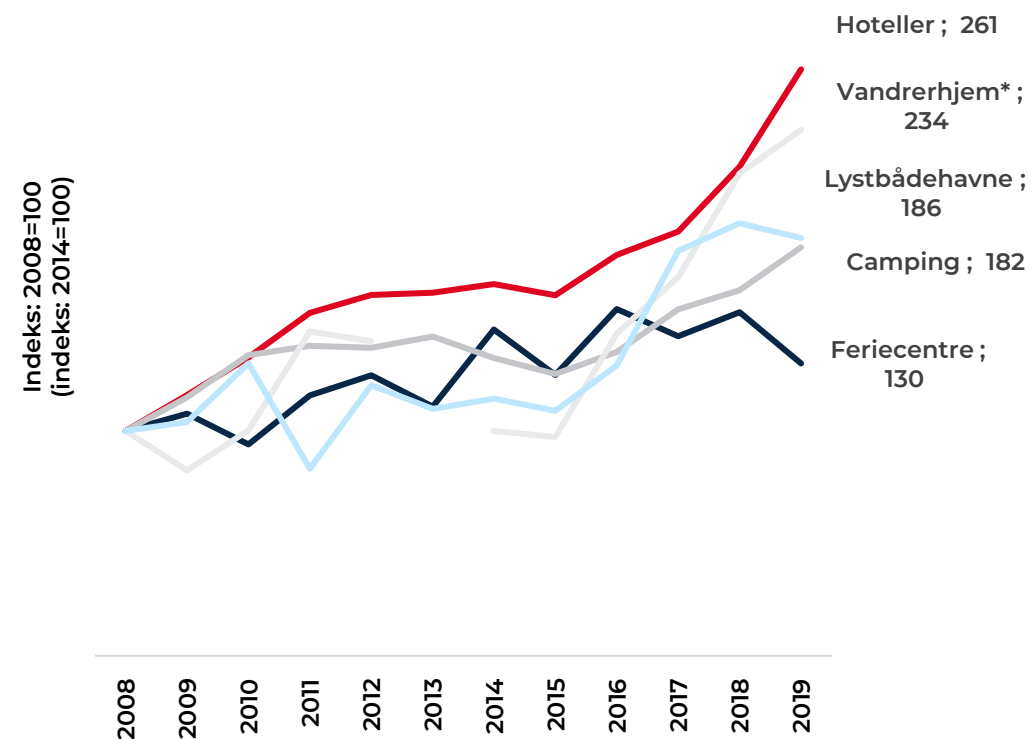


# Franske overnatninger fordelt på indkvarteringsformer

Franske overnatninger i Danmark i 2019



Udvikling i franske overnatninger i Danmark

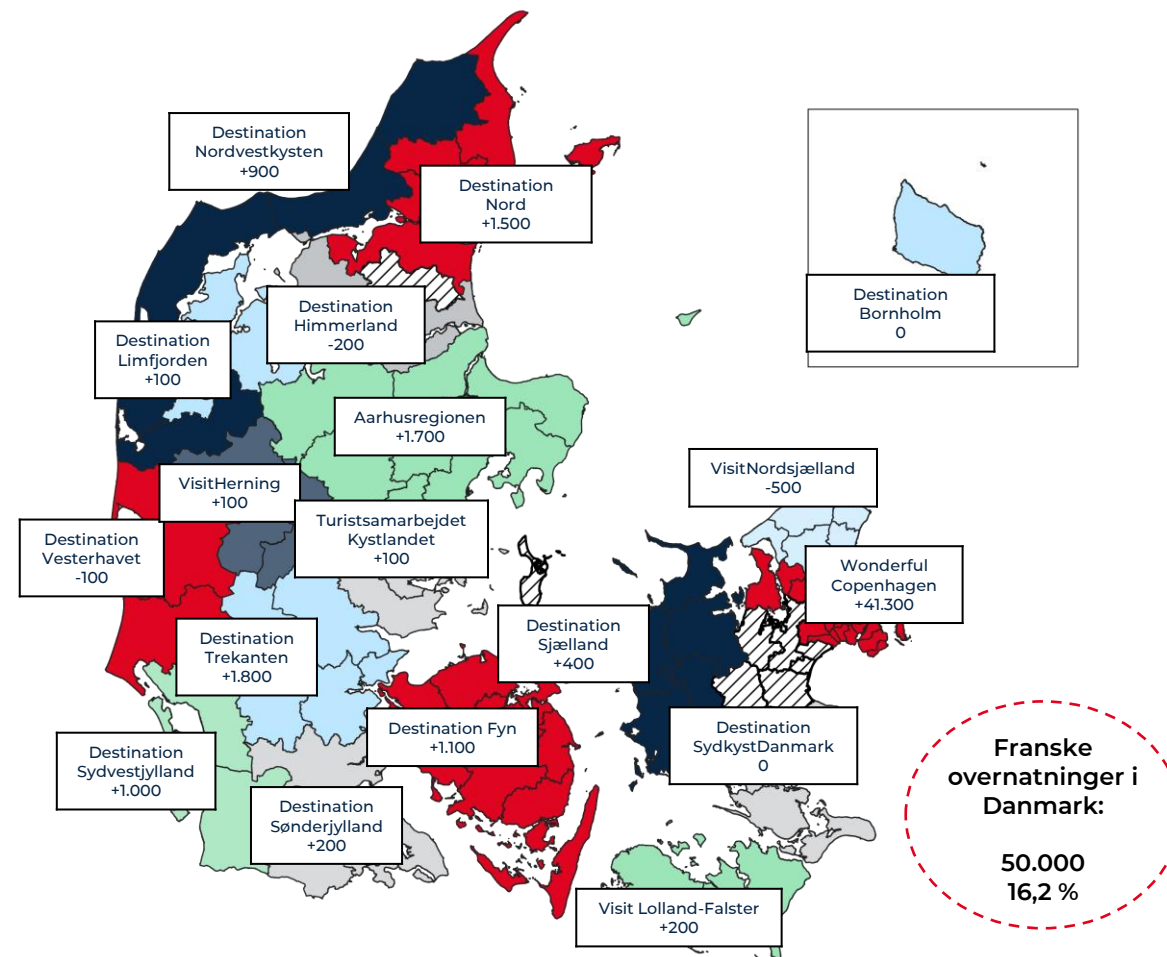


# Overnatninger fordelt på destinationsselskaber

## Franske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

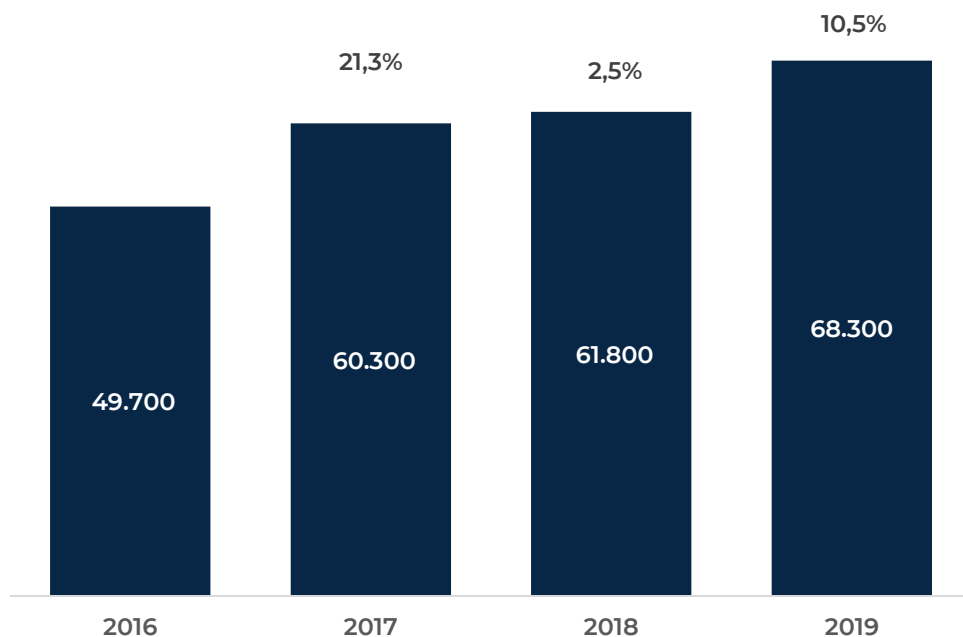
	Antal overnatninger 2019	Udvikling ift. 2018
Wonderful Copenhagen	277.841	17,4%
Destination Trekanten	15.965	12,4%
Aarhusregionen	12.825	14,9%
Destination Fyn	8.233	16,1%
Destination Nord	6.764	28,7%
Destination Sydvestjylland	6.395	19,2%
Destination NordVestkysten	4.892	23,4%
VisitNordsjælland	3.233	-13,2%
Destination Sønderjylland	2.703	6,9%
Destination SydkystDanmark	2.455	-0,7%
Turistsamarbejdet Kystlandet	2.042	3,9%
Destination Vesterhavet	1.831	-7,0%
VisitHerning	1.820	3,6%
Destination Sjælland	1.633	32,8%
VisitLolland-Falster	1.533	11,2%
Destination Bornholm	1.048	3,7%
Destination Limfjorden	766	15,7%
Destination Himmerland	230	-39,9%
Uden for destination	5.932	8,6%

## Udvikling i antal franske overnatninger fra 2018 til 2019



# Franske turister på deleøkonomiske platforme

Antal franske turister og vækst i forhold til året før inden for Airbnb



## Flere franske turister booker overnatning via Airbnb

Siden 2016 har der været vækst i antallet af franske turister i Danmark, der booker overnatning via Airbnb.

I 2016 lå antallet af turister på 49.700 mod 68.300 i 2019, svarende til en vækst på 37 pct.

Ses nærmere på, hvordan antallet af franske turister fordeler sig mellem storby og kyst, overnatter knap tre fjerdedele af de franske turister i en af de fire danske storbyer – heraf hovedparten i København.

Franske Airbnb-gæster i 2019 fordelt på kyst og storby samt storbygæster fordelt på de fire danske storbyer

	Kyst	Storby	København	Aarhus	Aalborg	Odense
<b>2019</b>	18.741	49.577	44.964	2.281	831	1.501
<b>Andel</b>	27 pct.	73 pct.	91 pct.	5 pct.	2 pct.	3 pct.



# Antal franske overnatninger i hjem- og udland

	Franske overnatninger 2019 (1.000)	Andel af europæiske overnatninger	Udvikling fra 2018 til 2019
Frankrig	307.292		3%
Europa	97.500		1%
Øvrige udland	149.572		11%
I alt	554.364		4%
Spanien	25.929	27%	0%
Storbritannien	17.538	18%	-7%
Italien	14.814	15%	4%
Grækenland	5.383	6%	6%
Irland	5.255	5%	4%
Portugal	4.615	5%	0%
Tyskland	3.858	4%	5%
Belgien	2.817	3%	0%
Kroatien	2.228	2%	7%
Holland	1.956	2%	8%
Østrig	1.804	2%	0%
Malta	1.760	2%	6%
Schweiz	1.301	1%	1%
Tyrkiet	1.139	1%	20%
Tjekkiet	829	1%	16%
Polen	540	1%	2%
Armenien	488	1%	45%
Ungarn	477	0%	6%
Norge	452	0%	9%

# Turismeomsætning 2018

Marked	Turismeomsætning 2018 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turismeomsætning 2018
I alt	132.484	
Danmark	74.809	
Udland	57.675	
Tyskland	15.901	28%
Norge	8.343	14%
Sverige	7.746	13%
USA	3.779	7%
Storbritannien	3.633	6%
Holland	1.770	3%
<b>Frankrig</b>	<b>1.592</b>	<b>3%</b>
Italien	1.263	2%
Kina	915	2%
Spanien	860	1%
Schweiz	641	1%
Finland	562	1%
Belgien og Luxembourg	548	1%
Polen	490	1%
Indien	318	1%
Canada	310	1%
Japan	283	0,5%
Australien	274	0,5%
Rusland	260	0,5%
Østrig	230	0,4%
Irland	162	0,3%
Brasilien	125	0,2%
Portugal	120	0,2%
Syd Korea	119	0,2%
Grækenland	99	0,2%
Øvrige lande	7.331	13%

Frankrig	Omsætning 2018 (mio. kr.)	Andel
<b>Besøg m. betalt overnatning</b>		
Hotel – ferie	398	32%
Hotel – forretning	271	22%
Feriecenter	6	1%
Camping	76	6%
Vandrerhjem	66	5%
Lejet feriehus	-	-
Lystbåd	2	0%
Deleøkonomiske platforme	405	33%
Andre*	8	0%
<i>I alt</i>	<i>1.229</i>	<i>77%</i>
<b>Besøg u. betalt overnatning</b>		
<i>I alt</i>	<i>363</i>	<i>23%</i>

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.

# Franske overnatninger fordelt over året

## Flere franske overnatninger både i og uden for højsæsonen

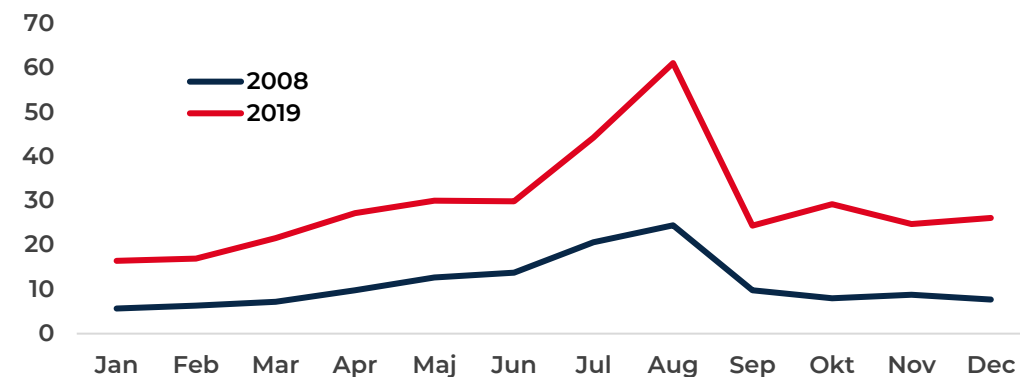
Fra 2008 til 2019 er antallet af franske overnatninger i Danmark steget med 166 pct. Stigningen har fundet sted i både høj-, skulder- og vintersæsonen.

	2008	2019	2008	2019
	Antal (1.000)		Indeks (2008=100)	
Høj	45	106	100	235
Skulder	61	166	100	272
Vinter	28	86	100	304
I alt	134	358	100	266

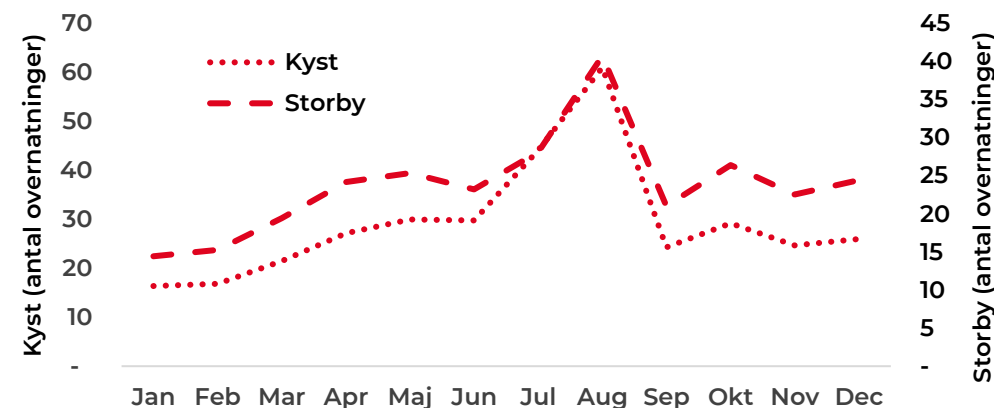
Overnatningsmønsteret blandt franskmænd på storbyferie i Danmark er lidt anderledes end blandt franske kyst- og naturturister.

Således er kurven for storbyturisternes overnatninger lidt mere flad (overnatningerne spreder sig mere jævnt over året), end tilfældet er for franskmændenes overnatninger i Kyst- og naturdanmark.

Franske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



2019: Franske kyst- og storbyovernatninger (1.000)



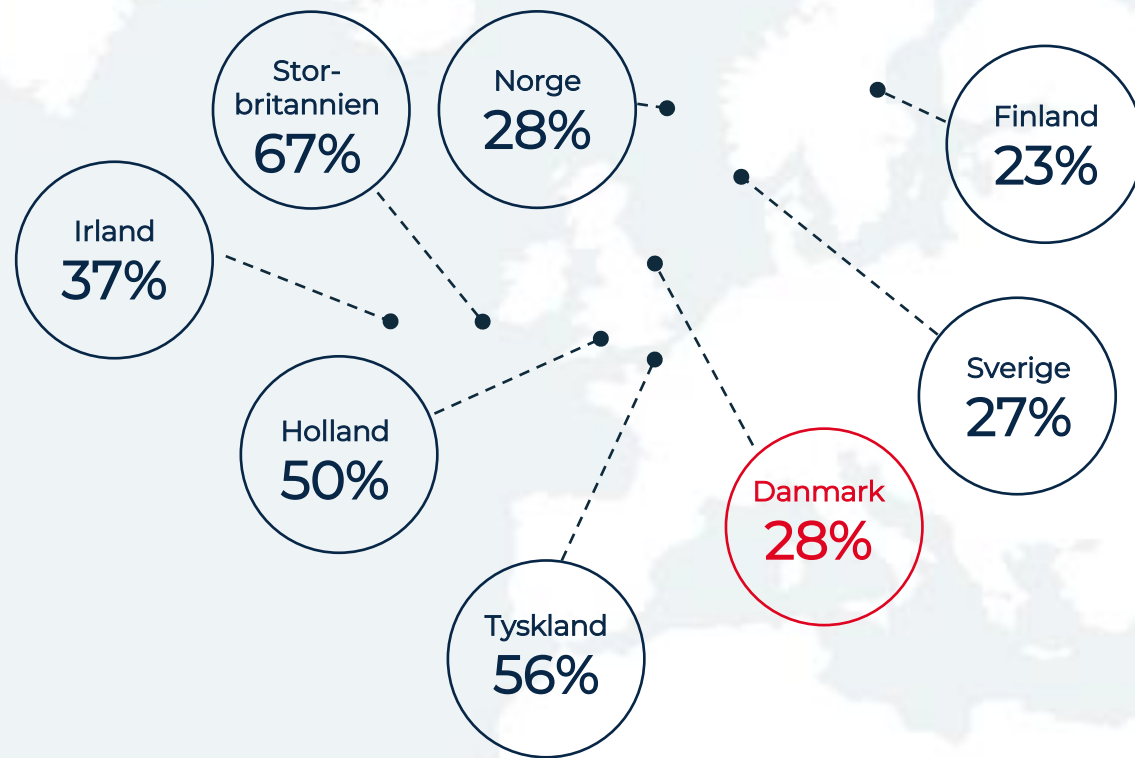
Note: Højsæson: juli-august, skuldarsæson: marts-juni og september-oktober, vintersæson: januar-februar og november-december.



# Kendskab og inspiration

# Kendskab til feriedestinationer

Andel franskmænd, der ved 'noget' eller 'meget' om landene som feriedestinationer



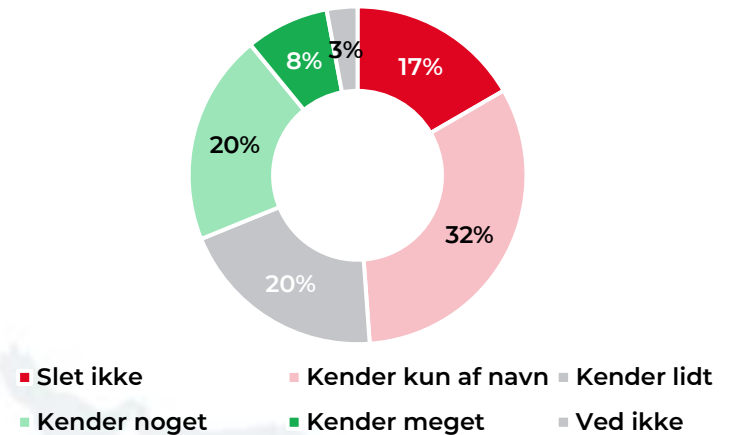
Tre ud af 10 franskmænd i Paris kender noget eller meget til Danmark som feriedestination

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

Kendskabet til Danmark ligger på niveau med kendskabet til Norge og Sverige og over niveauet for kendskabet til Finland.

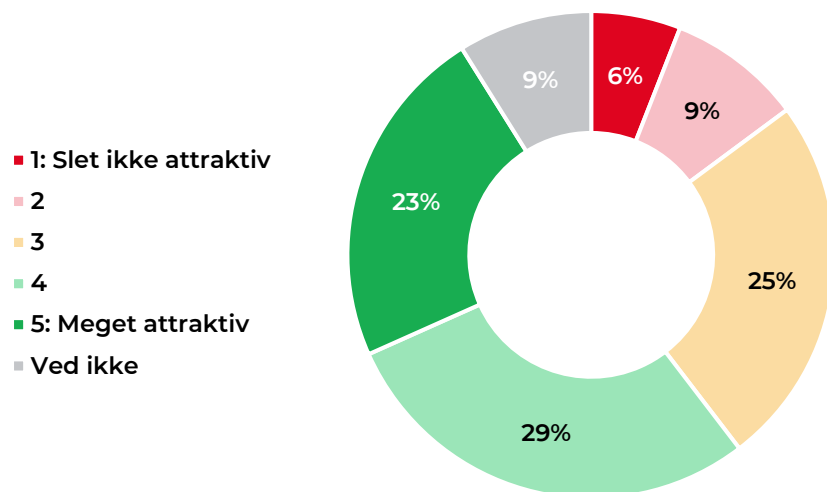
Tyskland, Holland og Storbritannien er markant mere kendte som feriedestinationer end Danmark.

## Kendskab til Danmark som feriedestination



# Danmark som attraktiv feriedestination

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?



Franskmænd har et godt indtryk af Danmark

Godt halvdelen (52 pct.) af franskmændene i Paris oplever Danmark som et attraktivt rejsemål.

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

Glade og tilfredse gæster og unikke oplevelser er forudsætninger for, at Danmark bliver anbefalet under og efter opholdet. Personlige anbefalinger spiller en rolle for mange franskmænd, når de vælger feriedestination.

A photograph of a tent pitched on a beach at sunset. The sky is a mix of orange, purple, and dark blue, with many stars visible. The tent is in the foreground, and the ocean is in the background.

# Ferierelaterede online-søgninger

# Søgninger efter Danmark

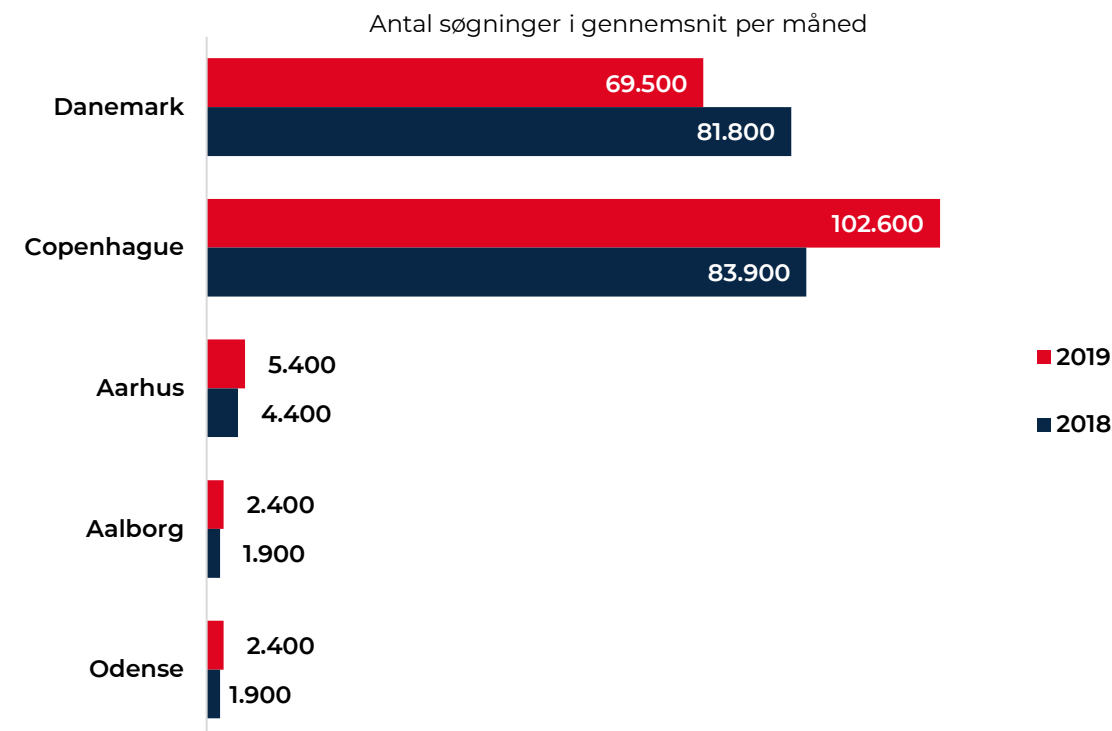
## Flere onlinesøgninger efter information om de fire storbyer i Danmark

Blandt franskmændene er der flere søgninger efter både København og Danmark end efter Aarhus, Aalborg og Odense.

I 2019 havde *Copenhagen* som søgeterm markant flere søgninger end i 2018. Søgetermerne *Aarhus*, *Aalborg* og *Odense* havde også flere søgninger i 2019 end i 2018. Til gengæld faldt antal søgninger efter *Danemark* markant fra 2018 til 2019.

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

## Søgevolumen efter Danmark og de fire største byer som søgetermer





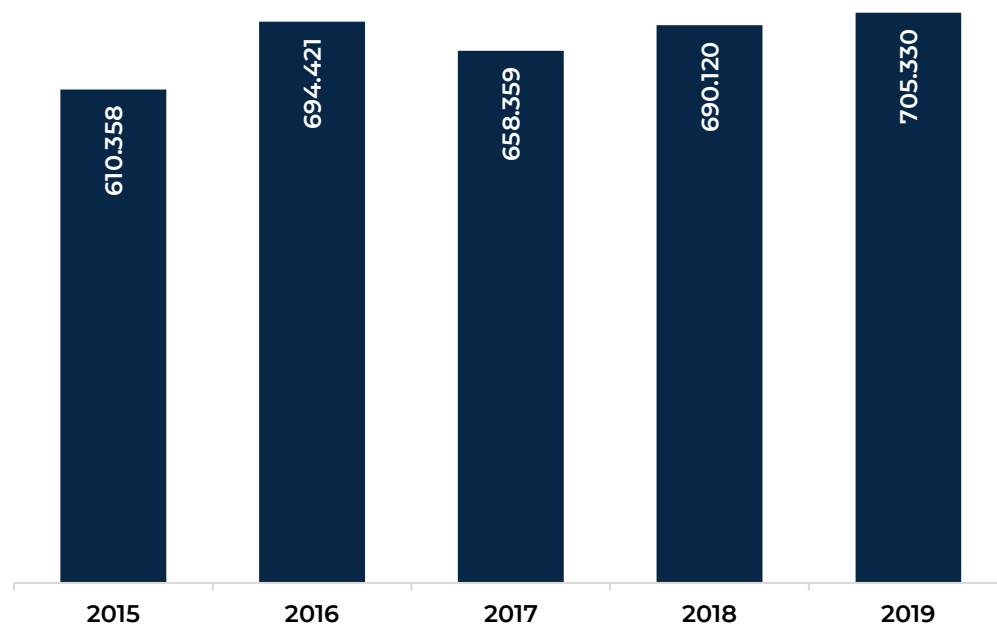


# **Passagerer og flytrafik fra Frankrig til Københavns Lufthavn**

**Kapitlet omfatter udelukkende flytrafik til og fra  
Københavns Lufthavn og er dermed ikke  
dækkende for al flytrafik til og fra Danmark**

# Sædekapacitet fra de franske lufthavne til Københavns Lufthavn

Udvikling i antal sæder  
Antal sæder



## Øget sædekapacitet

Udvikling i sædekapaciteten mellem de franske lufthavne og Københavns Lufthavn er steget siden 2017.

I 2019 var der rekordmange sæder på ruterne fra de franske lufthavne til Københavns Lufthavn. Antallet af sæder steg med 2,3 pct. fra 2018 til 2019.

I den betragtede periode er antallet af sæder steget med 3,3 pct. i gennemsnit om året.

Sammenlignes udviklingen i antallet af sæder med udviklingen i antallet af overnatninger, har udviklingen i sidstnævnte været noget større. I perioden 2015 til 2019 steg antallet af franske overnatninger i Danmark således med gennemsnitlig 14,1 pct. årligt.

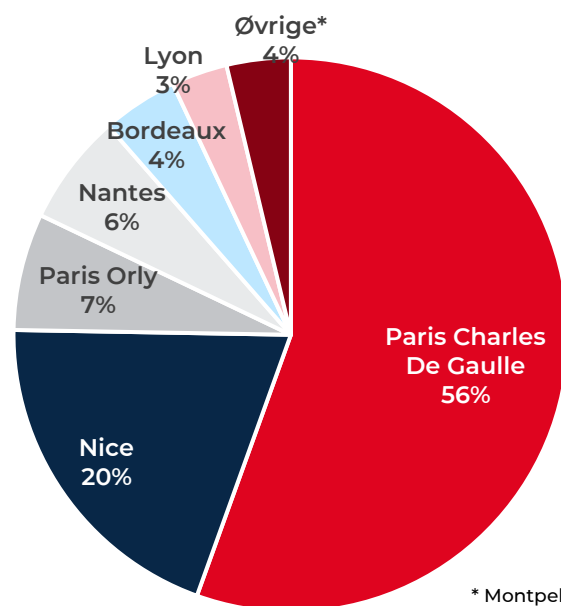
# Sædekapacitet i 2019 fordelt på lufthavne og flyselskaber

## Paris Charles De Gaulle tegner sig for over halvdelen af sædekapaciteten

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

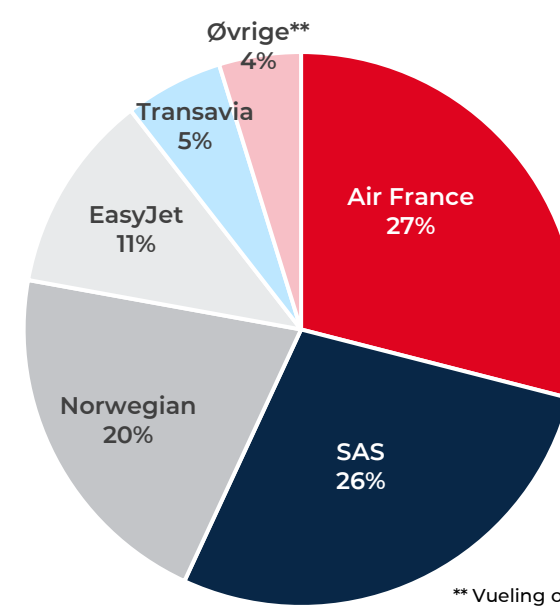
De nationale operatører Air France og SAS står for hovedparten af sæderne (53 pct.) mellem de franske lufthavne og Københavns Lufthavn. Lavprisflyselskaberne Norwegian, EasyJet, Transavia, Vueling og RyanAir står for den resterende del.

Sædekapacitet fordelt på lufthavne



\* Montpellier, Toulouse, Bastia, Biarritz og Marseille.

Sædekapacitet fordelt på flyselskaber



\*\* Vueling og RyanAir.

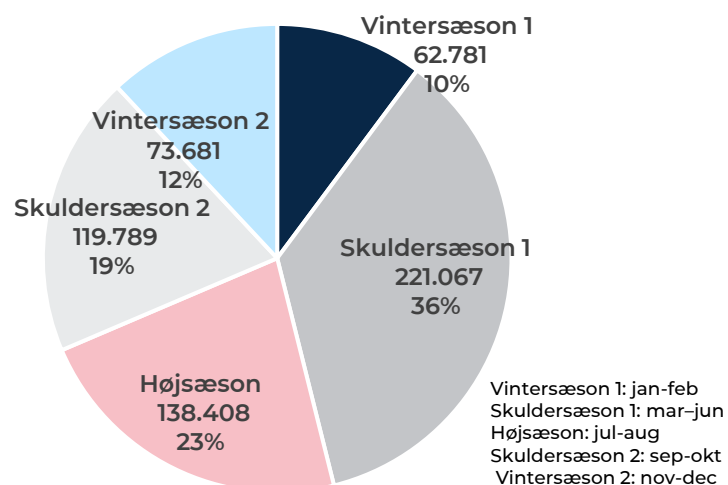
# Antal ankomne passagerer fra de franske lufthavne

## Flest flypassagerer i skuldersæsonen

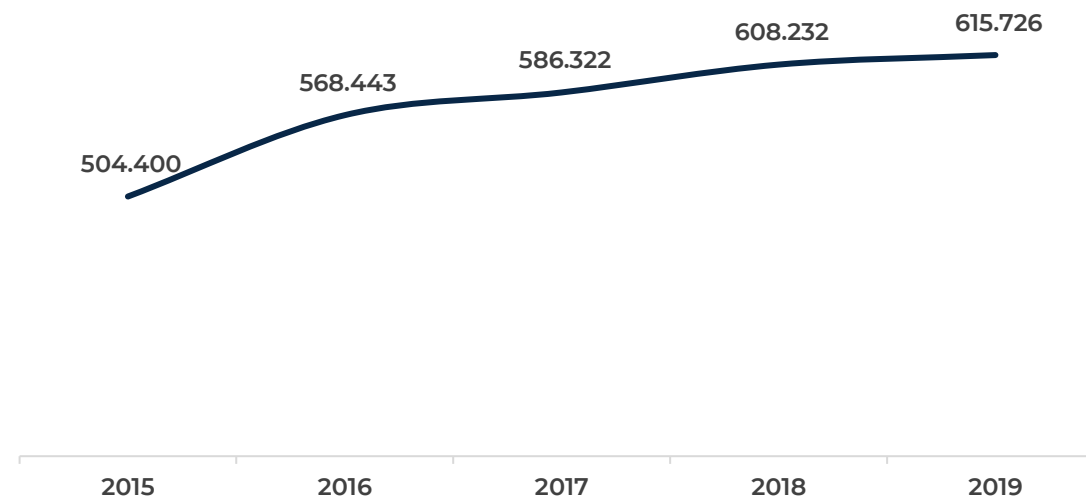
Antallet af ankomne passagerer fra de franske lufthavne til Københavns Lufthavn var i 2019 knap 616.000. Dermed nåede antal passagerer fra de franske lufthavne sit højeste niveau i den betragtede periode.

Antal passagerer dækker over såvel franskmænd som andre nationaliteter, der bruger de franske lufthavne som enten det oprindelige afrejsested eller transfer-knudepunkt.

Der er registreret flest ankomster i skuldersæsonen og færrest om vinteren. Gennemsnittet per måned er højest i højsæsonen.



## Udvikling i antal ankomne passagerer fra de franske lufthavne til Københavns Lufthavn



A scenic view of a coastal town in Denmark at sunset. The foreground shows the red-tiled roofs of buildings, with a blue windmill on the right. The background features a grassy hillside with several houses and a windmill in the distance under a cloudy sky.

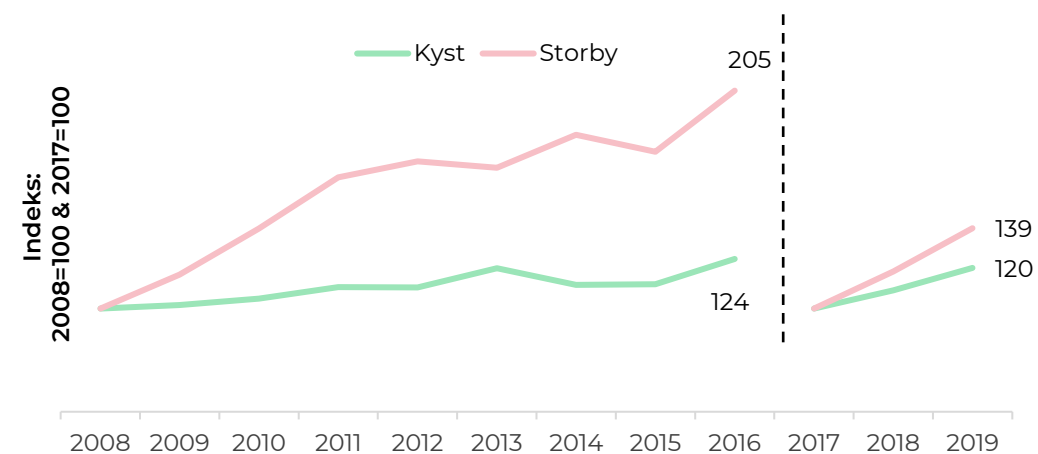
# Kyst- og storbyturister i Danmark

# Franske overnatninger i kyst og storby

Franske overnatninger i  
Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	2018 (1.000)	2019 (1.000)	Udv.
Kyst-/naturdanmark*	60	66	10,0%
De fire storbyer*	248	292	+17,7%
I alt*	308	358	+16,2%

Udvikling i franske overnatninger\* inden for  
kyst og storby



Anm.: Før 2017 lå alle feriehusovernatningerne under kyst. Fra og med 2017 opgøres feriehusovernatningerne på kommunalt niveau. Dermed er det muligt få en mere retvisende opgørelse over overnatningernes fordeling ml. Kyst og Storby. Udviklingen før 2017 kan dermed ikke sammenlignes med 2017 og frem.

# Antal franske overnatninger i de fire danske storbyer

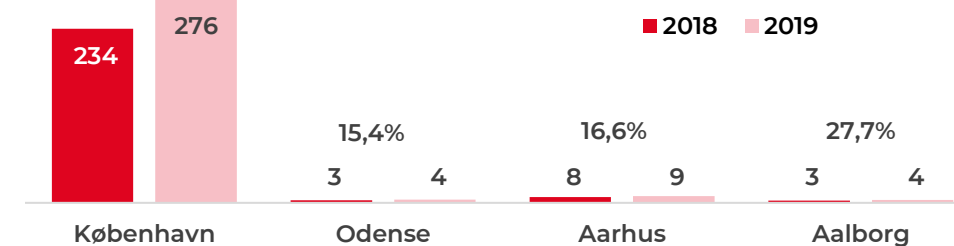
## Overnatninger i de fire storbyer\*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.898	45%	
Udlandet	7.325	55%	
<hr/>			
Tyskland	908	7%	12%
USA	755	6%	10%
Storbritannien	725	5%	10%
Sverige	699	5%	10%
Norge	682	5%	9%
Italien	336	3%	5%
Frankrig	292	2%	4%
Holland	268	2%	4%
Kina	226	2%	3%
Indien	96	1%	1%
Udlandet i øvrigt	2.338	18%	32%
I alt	13.224	100%	100%

## Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	4.057	865	605	373
Udlandet	6.542	337	409	128
<hr/>				
USA	730	14	5	6
Tyskland	686	74	131	17
Storbritannien	670	28	13	14
Sverige	631	28	27	13
Norge	475	55	141	10
Italien	320	7	4	6
Frankrig	276	9	4	4
Kina	214	7	3	10
Holland	206	24	18	12
Indien	90	4	1,1	0,7
Udlandet i øvrigt	2.153	88	61	36
I alt	10.508	1.200	1.016	501

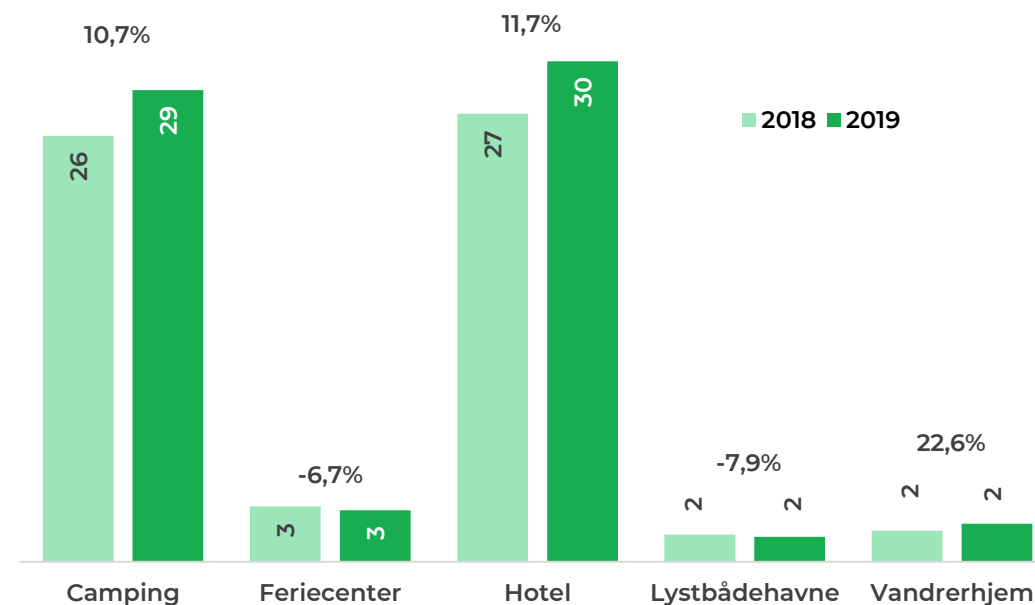
## Udvikling i franske storbyovernatninger (1.000)



# Antal franske overnatninger i Kyst- og naturdanmark

	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	21.303	50%	
Udlandet	21.532	50%	
<hr/>			
Tyskland	15.871	37%	74%
Norge	1.641	4%	8%
Holland	1.168	3%	5%
Sverige	1.014	2%	5%
Storbritannien	182	0%	1%
USA	81	0%	0%
Frankrig	66	0%	0%
Kina	49	0%	0%
Italien	50	0%	0%
Indien	12	0%	0%
Udlandet i øvrigt	1.400	3%	6%
I alt	42.836	100%	100%

Udvikling i franske overnatninger i Kyst- og naturdanmark fordelt på overnatningsformer\* (1.000)





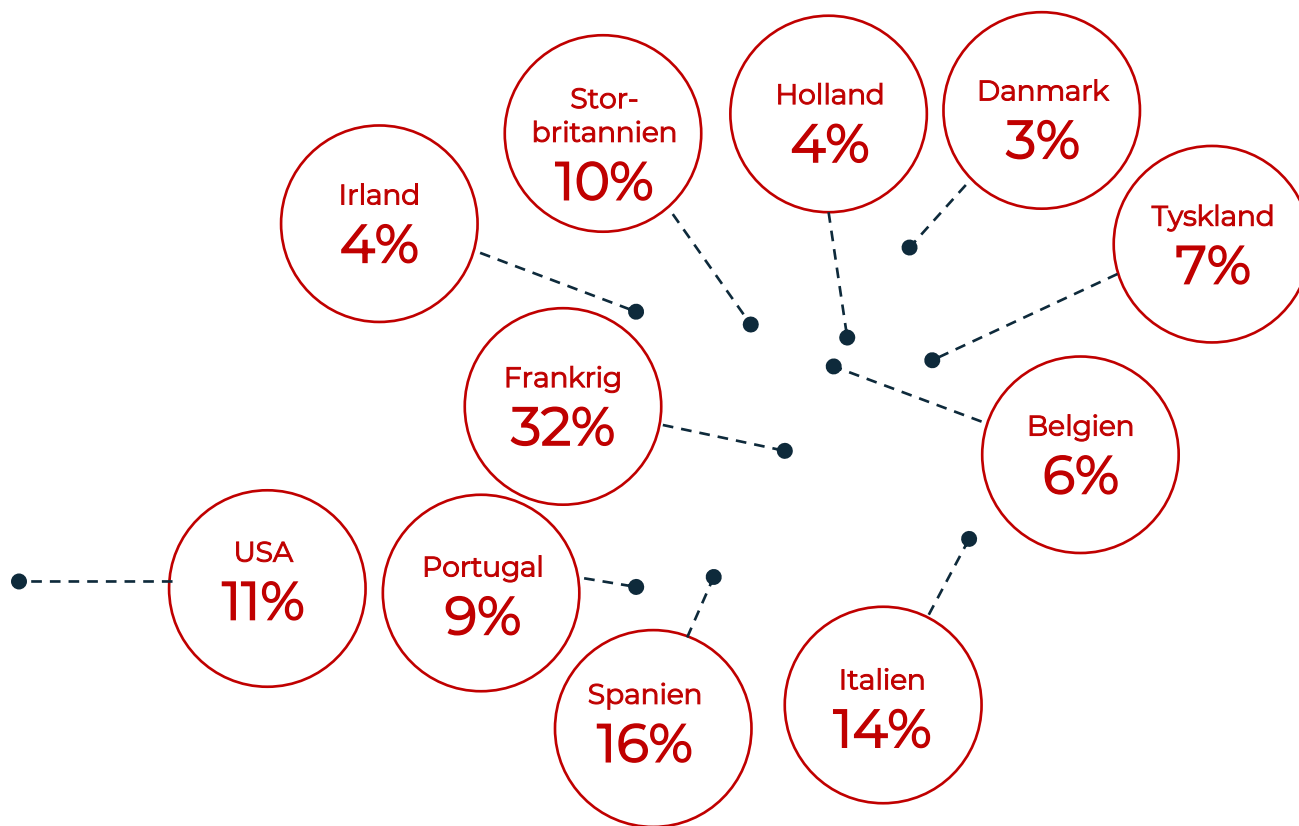
A dramatic landscape at sunset or sunrise. The sky is filled with large, dark, textured clouds, with a bright sun low on the horizon on the left, casting a golden glow. The foreground shows a wide, green valley with a winding river or stream. The overall mood is one of anticipation and uncertainty.

# Markedsforventninger før covid-19-pandemiens udbrud

# Markedsforventninger til ferierejser i 2020

Hvilke(n) destination(er) påtænker du at besøge på en ferie i 2020?

Udvalgte rejsedestinationer



**3 pct. af franskmændene forventer at besøge Danmark på en ferie i 2020**

I alt 3 pct. forventer at besøge Danmark på en ferie i 2020, mens hele 32 pct. forventer at holde ferie i Frankrig.

Franskmændenes rejseplaner til Danmark ligger på niveau med deres rejseplaner til Holland og Irland.

De mest populære udenlandske rejsedestinationer er sydeuropæiske lande som Spanien og Italien efterfulgt af USA og Storbritannien.

# Danmarks potentiale på forretningsområder - før covid-19-pandemiens udbrud



## Kystferie m. børn

**36%**

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

Af dem overvejer:

**7%**  
Danmark

**59%**  
Frankrig



## Kystferie u. børn

**32%**

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

Af dem overvejer:

**4%**  
Danmark

**58%**  
Frankrig



## Storbyferie u. børn

**18%**

af den franske befolkning vil på storbyferie uden børn

Af dem overvejer:

**14%**  
København

**2%**  
Aarhus



# Videncenter om turismen i Danmark

[www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter](http://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter)