

MARKEDSPROFIL: FRANKRIG 2023

14. december
2023

Introduktion

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

Se alle markedsprofiler her:

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af

VisitDenmark

December 2023

Kontakt

Charlotte Rømer Rassing

crr@visitdenmark.com

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

- 08** [Markedsforventninger](#)

- 13** [Før ferien](#)
 kendskab og inspiration

- 25** [Ferien i Danmark](#)
 overnatninger, forbrug og aktiviteter

VISITDENMARKS MARKEDSKONTOR I MILANO

FOR DET FRANSEKE OG ITALIENSKE MARKED



Markedschef
Ghita Scharling Sorensen
gss@visitdenmark.com



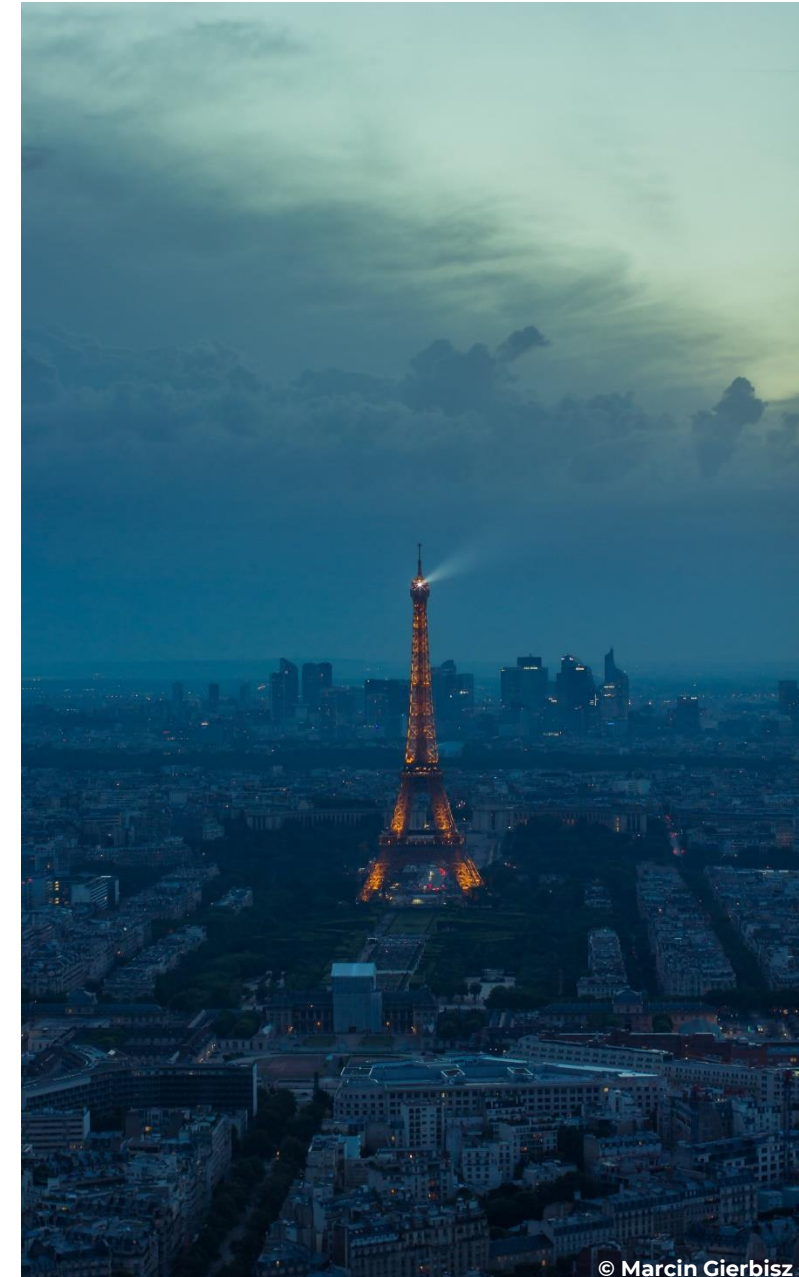
PR & Press Manager
Anna Orlando
aor@visitdenmark.com



Marketing Manager
Annalisa Ferraresi
af@visitdenmark.com



**Marketing &
Press Coordinator**
Giulia Ciceri
gc@visitdenmark.com



UDVALGTE KONKLUSIONER

Uændret rejselyst fra franskmændene

I alt 3 pct. af franskmændene bosiddende i Paris tilkendegiver, at de planlægger eller overvejer at tage til Danmark på en ferie i 2023. Andelen er den samme som i 2020, 2021 og 2022.

Efterspørgsel efter ferie ved kysten eller uden for de større byer

Franskmændene fra Paris vil gerne på kystferie eller en ferie uden for de større byer. De efterspørger både ferier som par og familieferier med børn.

Godt hver fjerde franskmand i Paris kender Danmark som feriedestination, og over halvdelen opfatter landet som attraktivt

I Paris er kendskabet til Danmark forholdsvis udtalt. 27 pct. siger, at de kender noget eller meget til Danmark som feriedestination.

Danmarks opfattes som et attraktivt ferieland af 52 pct. af franskmændene i Paris.

Ferien skal byde på afslapning og naturoplevelser

Rejsemotiverne 'slappe af og lade op' og 'natur, strand, kyst og hav' er vigtige for flest franskmænd fra Paris, når de skal afholde ferie. Også tryghed på ferien og forskellige former for kulturoplevelser rangerer højt blandt mange.

Interessen for naturoplevelser kan også ses i franskmændenes søgevolumen, når det gælder outdoor-relaterede søgetermer om Danmark. I første halvdel af 2023 ligger antallet af googlesøgninger efter outdooroplevelser over niveauerne i både 2019, 2020, 2021 og 2022.

Danmark står for ca. 1/3 af de franske overnatninger i Skandinavien

Danmark tegner sig for 32 pct. af de franske overnatninger i Skandinavien, mens Norge tegner sig for 39 pct. og Sverige for 29 pct.

NØGLETAL: OVERNATNINGER, FORBRUG OG OMSÆTNING

FRANSKMÆND I DANMARK

370.000

overnatninger i 2022*

12.000

flere overnatninger end i 2019

+3,0 pct.

vækst i antal overnatninger
ift. 2019

1,6 mia. kr. (824 mio. kr. i 2021)

Foreløbig turismeomsætning i 2022

7 pct.

af franskmændene kender meget til Danmark
som feriemål

FRANSKE KYST- OG NATURTURISTER I DANMARK

77.000

overnatninger*

17,4 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019

FRANSKE STORBYTURISTER I DANMARK

293.000

overnatninger*

0,2 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019



PERSPEKTIVER PÅ DET FRANSKE MARKED V. GHITA SCHARLING SØRENSEN, MARKEDSCHEF

2022 var et brag for fransk turisme i Danmark. Forventningerne er, at vi lander på et rekord 2023 med en to-cifret stigning i antallet af overnatninger ift. 2019.

Årsagen er ikke kun Le Grand Départ, men også ekstra kampagneindsats, et optimeret mediemiks, systematisk presse & PR bearbejdning, øget partneropbakning og gode flyforbindelser.

Danmark står godt blandt konsumenter og journalister og travel trade ønsker i stigende grad at sælge Danmark.

Klimaforandringer kan bidrage til at vækste fransk turisme i Danmark og endda øge opholdslængden, da der er mulighed for at tiltrække endnu flere franskmænd i deres lange sommerferie.

Overnatningstallene viser en tendens til en efterspørgsel efter ikke blot at opleve København, men også de mere endnu ukendte egne af Danmark.

Franskmændene er generelt aktive turister, hvilket betyder, at der bruges penge på at spise ude og lokalt, besøge museer og attraktioner og berige sig med dansk historie og kultur.

Der er optimisme på trods af, at Danmark forbliver en dyr destination!

MARKEDS- FORVENTNINGER

 PORT OF COPENHAGEN
HØVEDSTADEN

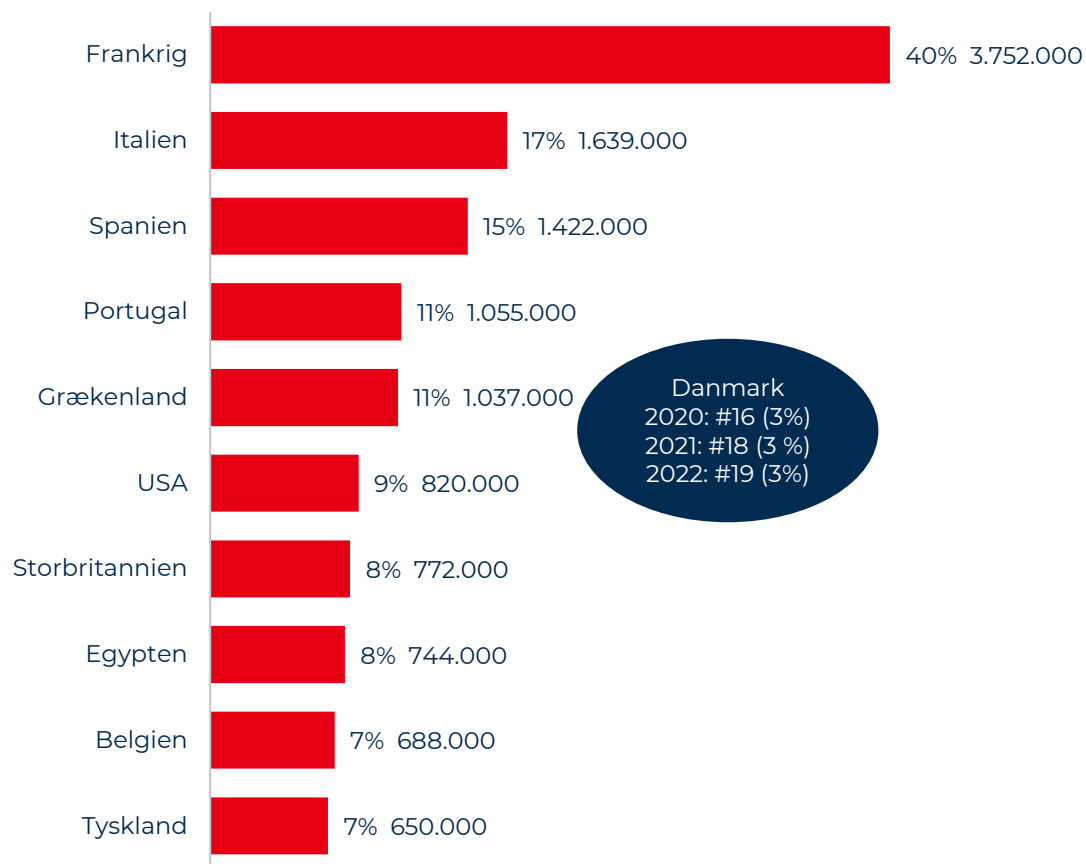
KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

- Rejseplaner
- Interesse i at besøge Danmark



40 PCT. FORVENTER AT HOLDE FERIE I HJEMLANDET

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2023? Top 10



Franskmændenes forventede feriemål i 2023

3 pct. af franskmændene fra Île-de-France forventer at besøge Danmark på en ferie i 2023. Andelen er uændret i forhold til de sidste tre år.

I 2023 optræder Danmark på en 19. plads på listen over forventede feriemål, med 3 pct. eller et potentiale på 320.000 franskmænd. Det er lidt længere nede af listen end i 2021 og 2022, hvor Danmark lå på hhv. 16.- og 18.-pladsen, men stadig højere end Sverige og Norge (hhv. 207.000 og 273.000).

Det foretrukne rejsemål blandt franskmænd fra Île-de-France er hjemlandet (40 pct.) efterfulgt af de sydeuropæiske lande.

KYST- OG NATURFERIER ER POPULÆRE



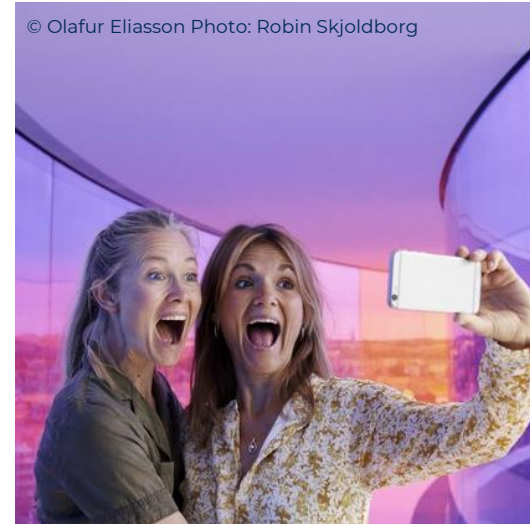
FERIE UDEN BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

36 pct. af den franske befolkning i Paris vil på kyst-/naturferie uden børn.



FERIE MED BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

32 pct. af den franske befolkning i Paris vil på kyst-/naturferie med børn.



STORBYFERIE UDEN BØRN

16 pct. af den franske befolkning i Paris vil på storbyferie uden børn.



STORBYFERIE MED BØRN

9 pct. af den franske befolkning i Paris vil på storbyferie med børn.

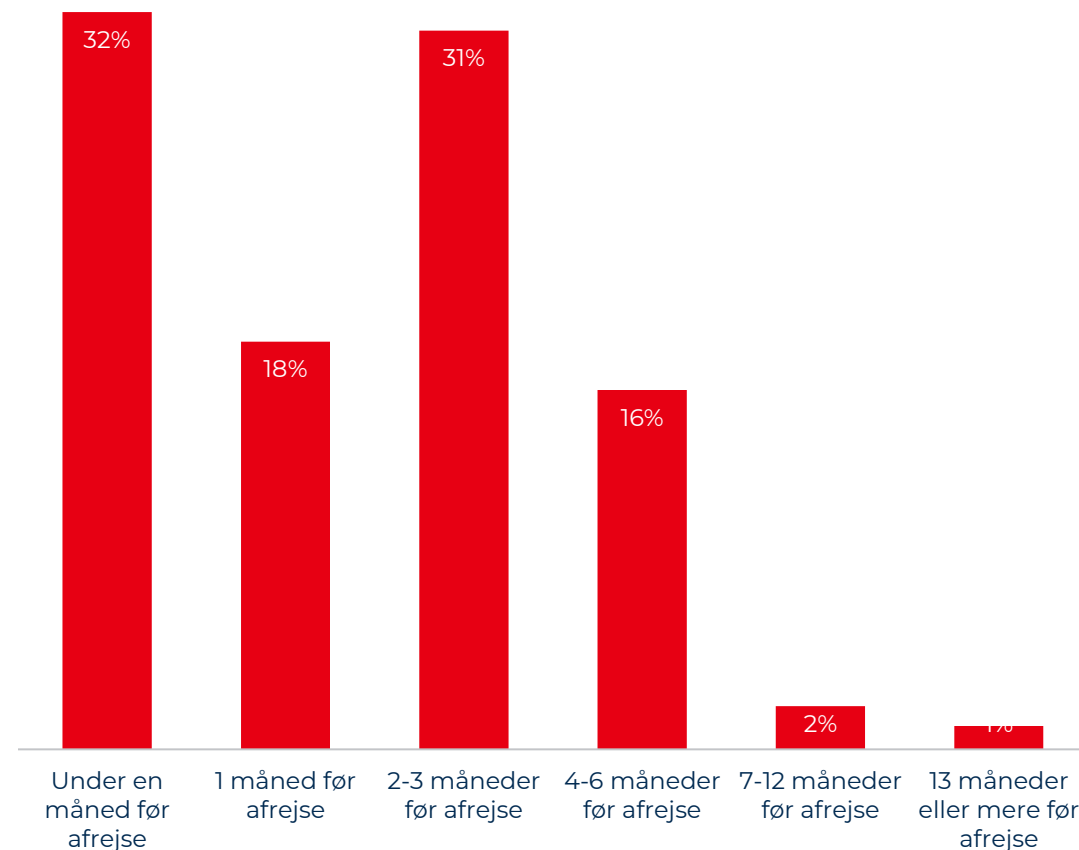
EN UD AF TRE FRANSKMÆND BOOKER UNDER EN MÅNED FØR AFREJSE

Bookinghorisont

En ud af tre franskmænd har bestilt deres ferie til Danmark under en måned før afrejse (32 pct.). Der er også en stor andel, som har bestilt deres ferie 2-3 måneder før afrejsen til Danmark.

Der er få franskmænd, der bestiller deres ferie til Danmark mere end et halvt år før afrejse.

Tidspunkt for første booking



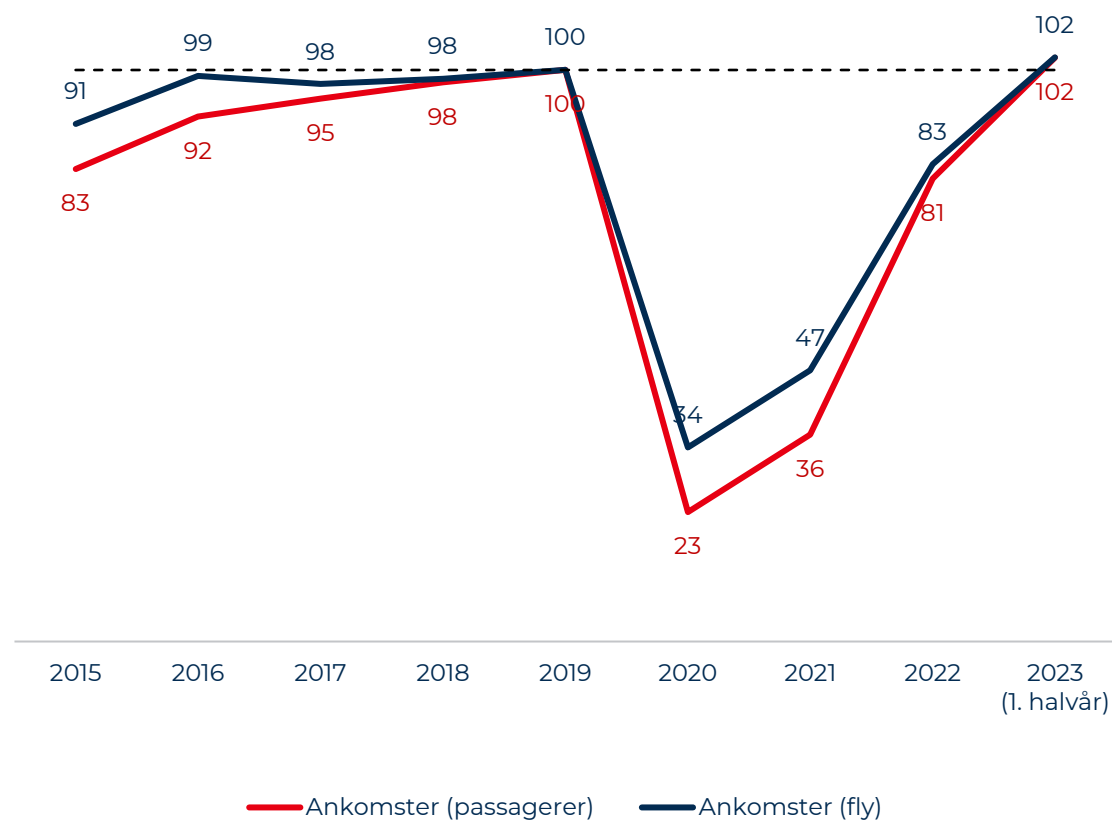
FLYANKOMSTER FRA FRANKRIG ER IGEN OVER 2019-NIVEAUET

Flyankomster


Antallet af flyankomster har været ret konstant fra 2015 til og med 2019. På grund af pandemien var antallet af flyankomster markant lavere i 2020 og 2021, men allerede i 2022 var antallet igen godt på vej opad. I det første halvår i 2023 var antallet af flyankomster over niveauet for det første halvår i 2019.

Udviklingen i antallet af passagerer følger udviklingen i flyankomster og er i det første halvår 2023 også over 2019-niveauet.

Antal flyankomster fra Frankrig (indeks 2019=100)



FØR FERIE

 LYNGVIG LIGHTHOUSE

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

- Kendskab til Danmark
- Bookinghorisont
- Danmarks attraktivitet som ferieland
- Rejsemotiver
- Inspirationskilder og -søgning med fokus på gastro og outdoor, der er to af VisitDenmarks strategiske fokusområder

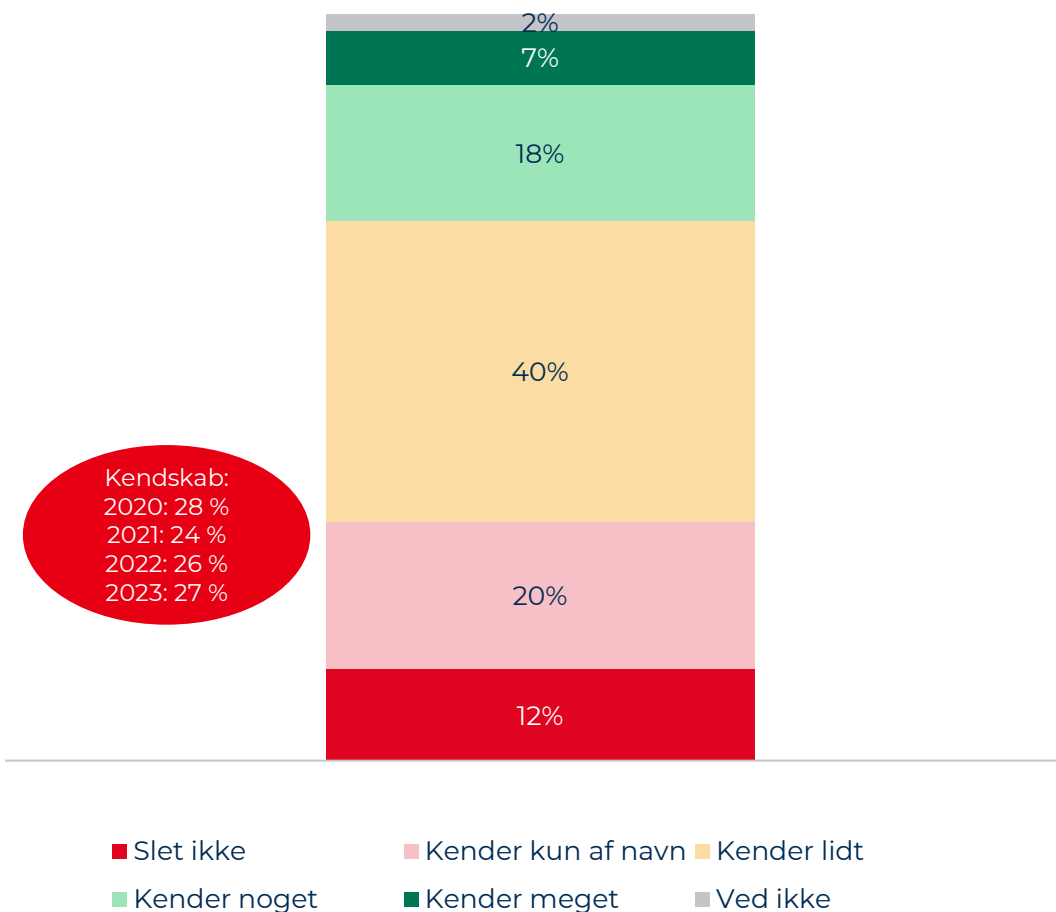


HVER FJERDE KENDER TIL DANMARK SOM FERIEDESTINATION

Kendskab til Danmark som feriedestination

Lidt flere end hver fjerde franskmænd fra Île-de-France kender noget eller meget til Danmark som feriedestination (27 pct.). Der er yderligere 20 pct., som kender lidt til Danmark som feriedestination.

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?



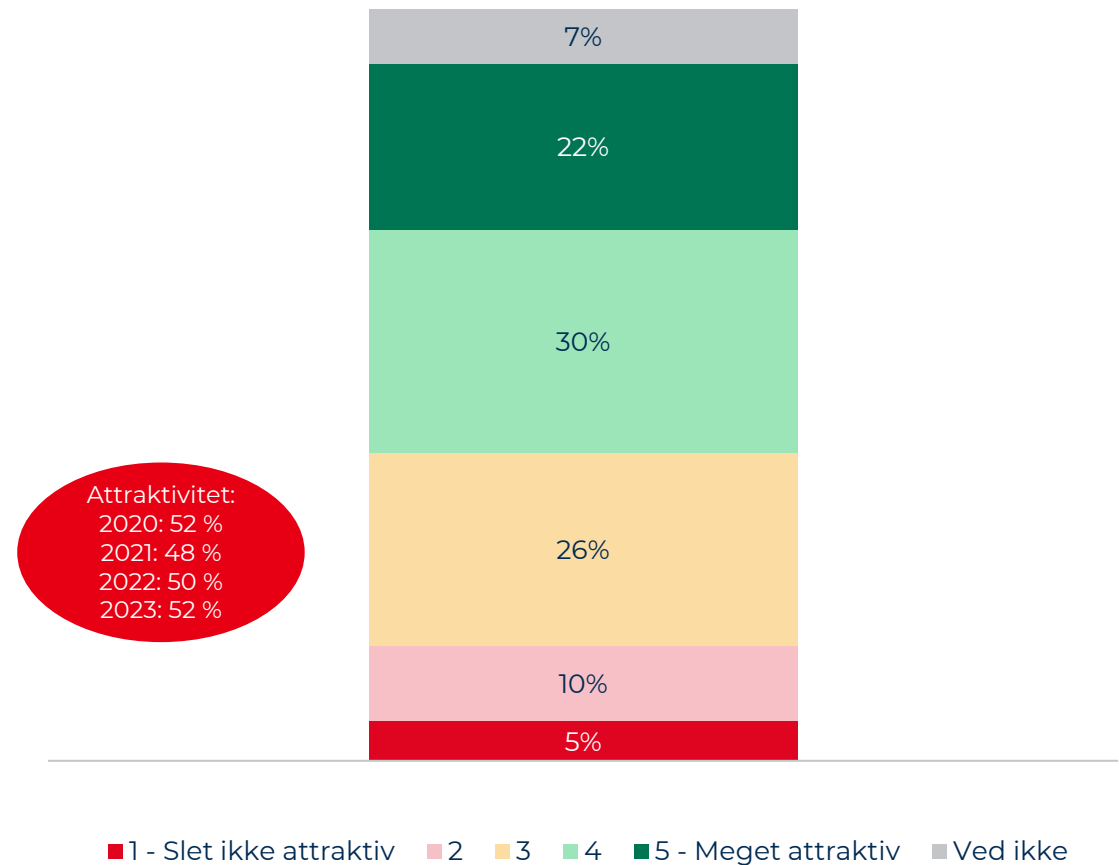
DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

Danmarks attraktivitet som feriedestination

Over halvdelen af alle franskmænd fra Île-de-France oplever Danmark som et attraktivt rejsemål (52 pct.).

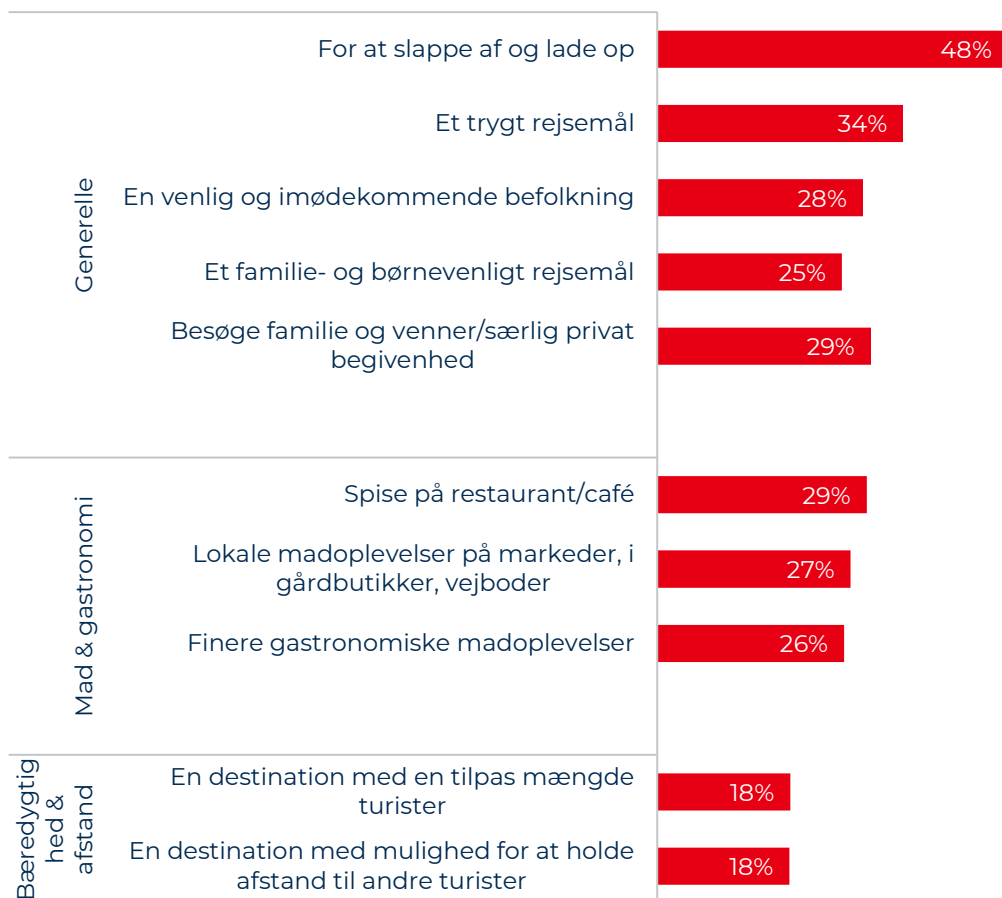
Blandt de borgere, der gerne vil på ferie i Danmark, er andelen noget højere, nemlig 63 pct.

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?



AFSLAPNING HAR HØJ PRIORITERET

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen?



Rejsemotiver: generelle, mad & gastronomi og bæredygtighed & afstand

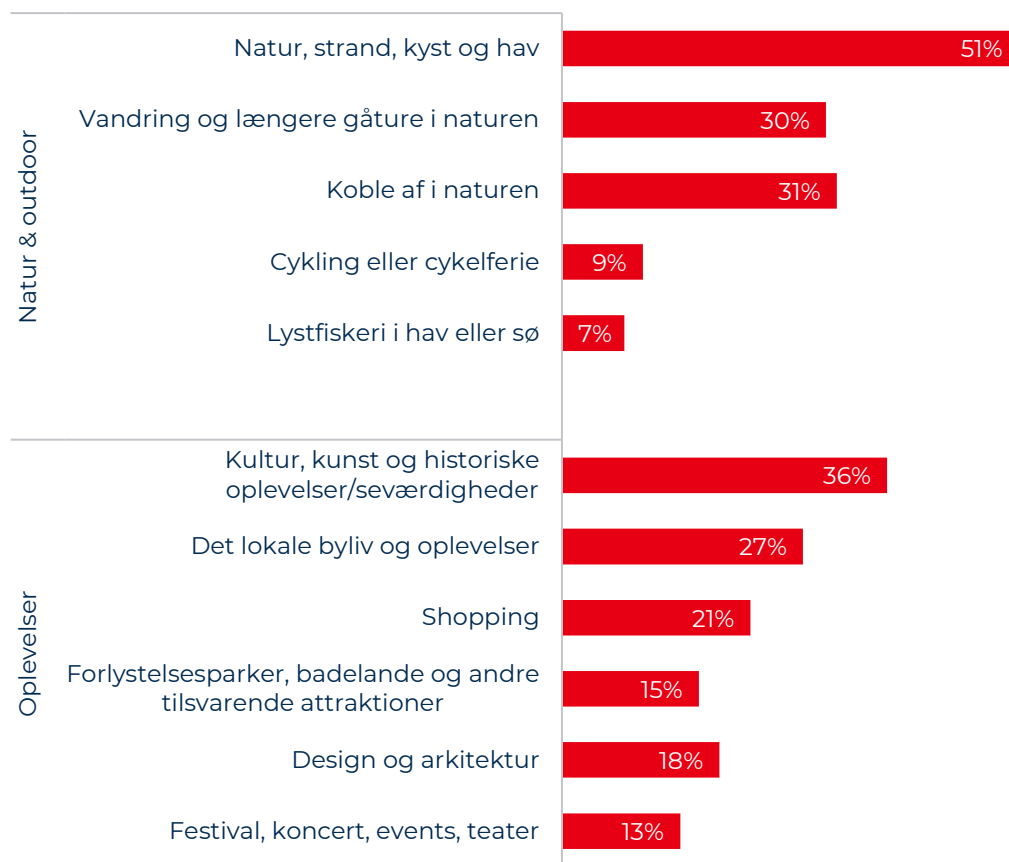
Knap hver anden franskmand fra Île-de-France, der har været på ferie det seneste år, angiver, at det var vigtigt for dem at slappe af og lade op på deres ferie (48 pct.).

Der er også relativt mange (34 pct.), der angiver at have valgt en destination, fordi det var et trygt rejsemål.

Mad og gastronomi er også vigtige rejsemotiver for mange franskmand fra Île-de-France, når de vælger feriedestination.

NATUR OG STRAND ER VIGTIGST FOR FRANSKMÆND

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen?



Rejsemotiver: natur & outdoor og oplevelser

De fleste franskmænd fra Île-de-France havde fokus på natur, strand, kyst og hav, da de valgt feriedestination (51 pct.).

Blandt oplevelser er det primært kultur, kunst og historiske oplevelser og seværdigheder, der er i fokus ved valg af feriedestination. Dette er tilfældet for lidt flere end hver tredje (36 pct.) franskmænd fra Île-de-France.

FRANSKMÆND VIL GERNE OPLEVE NOGET NYT

Årsag til ferie i Danmark

Størstedelen af de franskmænd, der valgte at holde ferie i Danmark, valgte Danmark for at opleve noget nyt og få ny inspiration (84 pct.). Afslapning er dog også en årsag, der blev fremhævet af mange (77 pct.).

Årsagerne til, at franskmænd valgte at holde ferie i Danmark, afspejler, at der er en stor anden storbyturister: Fokus har for mange været på den danske kultur og befolkning.

I hvilken grad er dette årsager til, at du har valgt at holde ferie i Danmark? Top 10

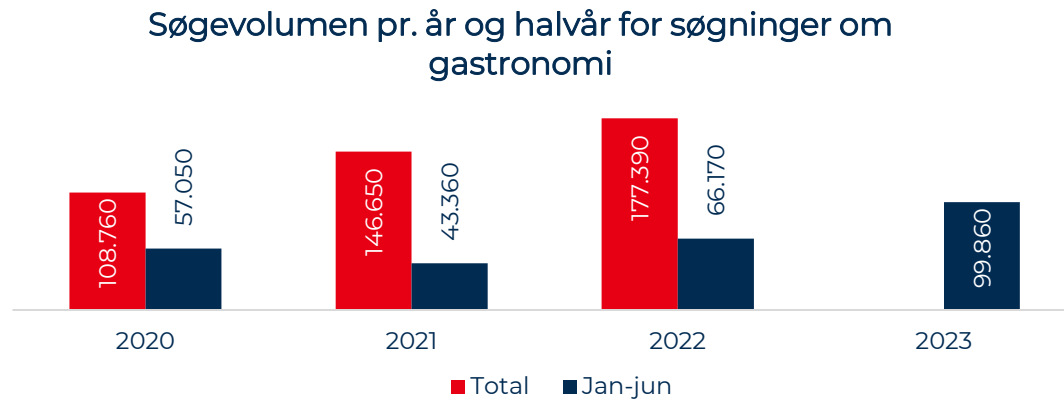


STOR INTERESSE FOR RESTAURANTER I KØBENHAVN

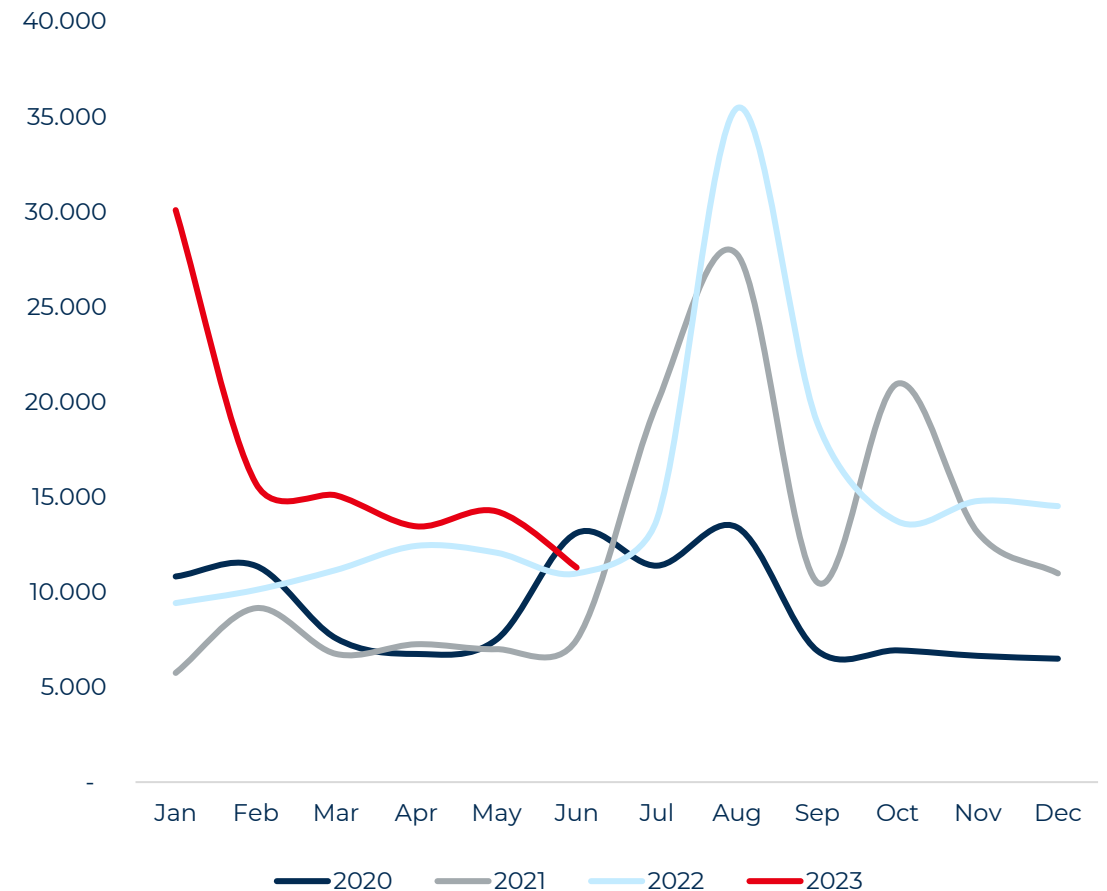
Søgevolumen efter gastronomi-relaterede søgetermer om Danmark fordeler sig jævnt over året. Størstedelen af søgningerne omhandler restauranter i København og mere specifikt Noma.

I januar 2023 ses der en tydelig stigning i søgevolumen. Stigningen skyldes en stor efterspørgsel efter Noma, som i januar 2023 annoncerede deres lukning 2024.

Søgevolumen er en summering af forskellige termer omhandlende gastronomi i Danmark f.eks. "noma", "restaurante copenhagen", "copenhagen restaurants" mm.



Månedlig søgevolumen efter gastronomi-relaterede søgetermer om Danmark



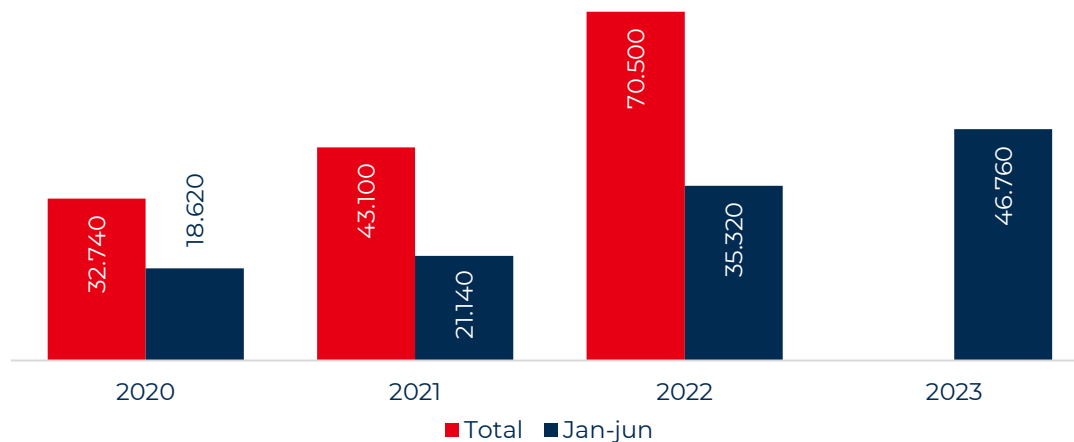
FRANSKMÆND VISER ISÆR INTERESSE FOR CAMPING I DANMARK

Søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark peaker om sommeren. Den tydelige stigning i søgevolumen i juli måned 2022 skyldes en stor interesse for camping i Danmark.

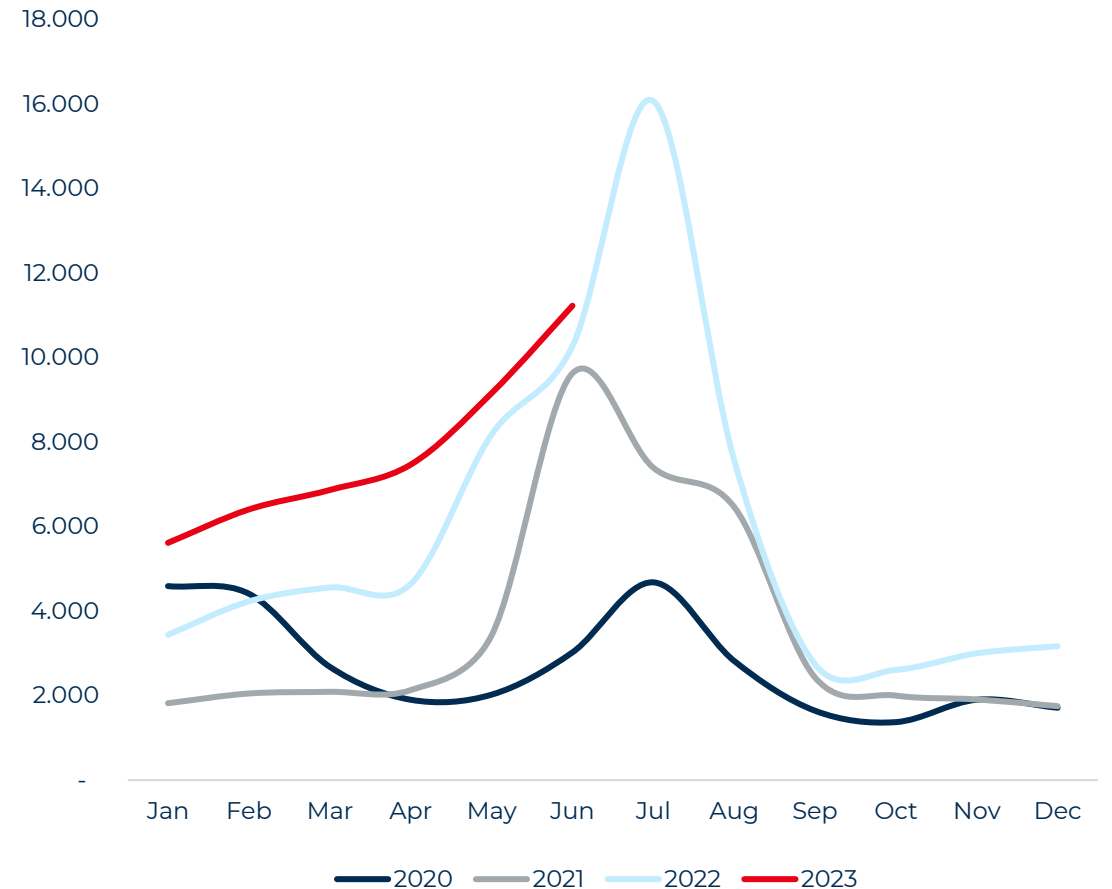
Søgevolumen i første halvår af 2023 er over niveauet i samme periode tidligere år.

Søgevolumen er en summering af forskellige termer omhandlende outdoor i Danmark f.eks.: "camping danmark", "plage danmark", "velo danmark" mm.

Søgevolumen pr. år og halvår efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark

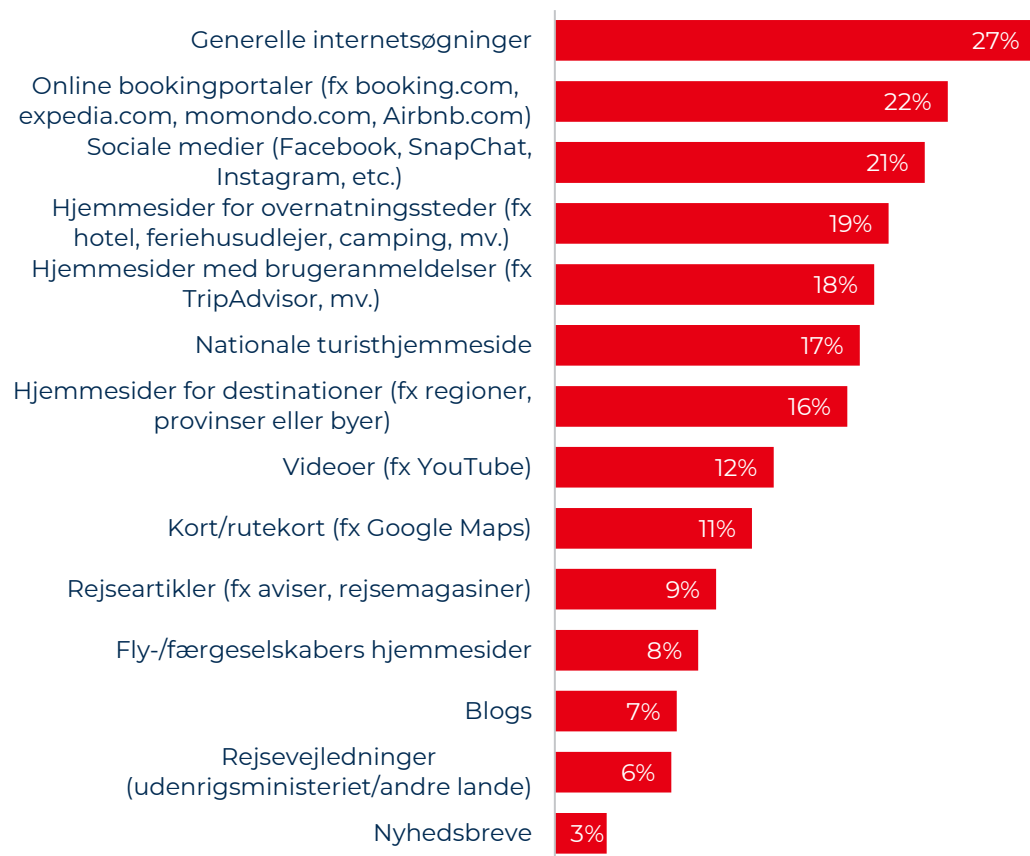


Månedlig søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark



INSPIRATIONSSØGNING VIA SØGEMASKINER

Hvilke online inspirationskilder havde indflydelse på dit valg af din seneste feriedestination?



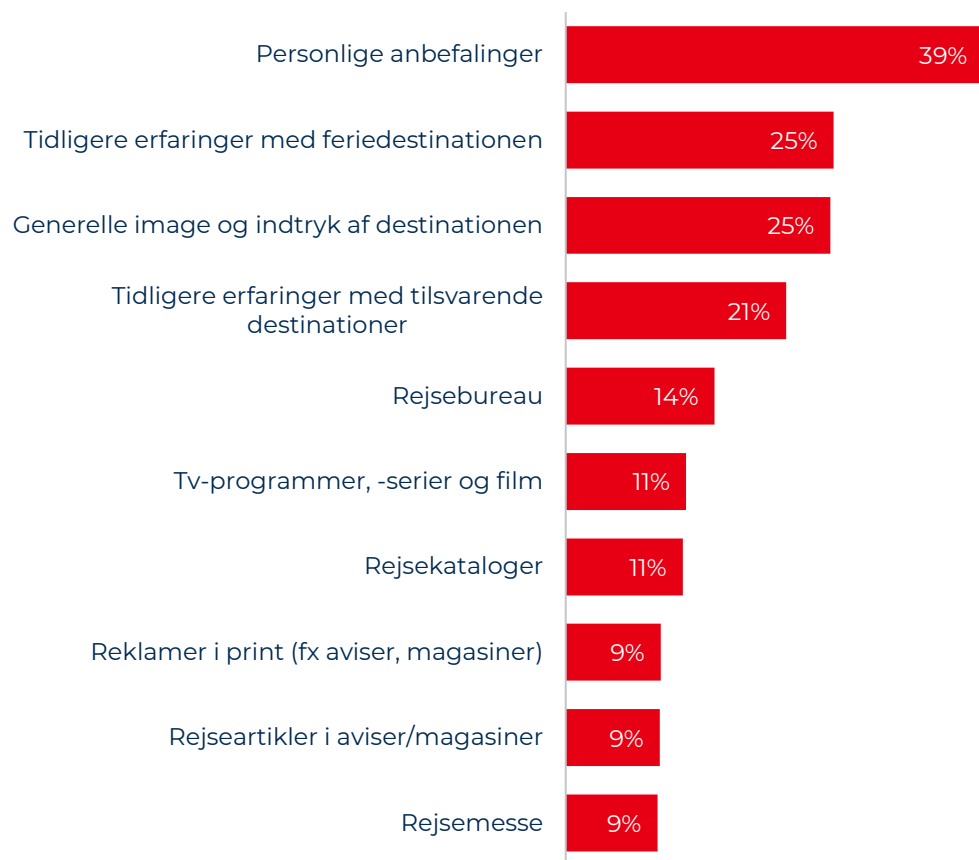
Online inspirationskilder

Lidt flere end hver fjerde franskmænd fra Île-de-France har brugt generelle internetsøgninger som inspirationskilde i forbindelse med valg af feriedestination.

Andre online inspirationskilder, der ofte bliver brugt, er bookingportaler og sociale medier.

PERSONLIGE ANBEFALINGER OG TIDLIGERE ERFARINGER ER VIGTIGST

Hvilke andre inspirationskilder havde indflydelse på dit valg af din seneste feriedestination?



Øvrige inspirationskilder

Den inspirationskilde, som blev brugt af flest i forbindelse med valg af feriedestination, var personlige anbefalinger (39 pct.). Personlige anbefalinger blev oftere brugt end generelle internetsøgninger (forrige slide).

Mange franskmænd fra Île-de-France har også benyttet sig af tidligere erfaringer med feriedestinationen eller deres generelle indtryk af destinationen.

FRANSKMÆND BRUGER PRIMÆRT SØGEMASKINER

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

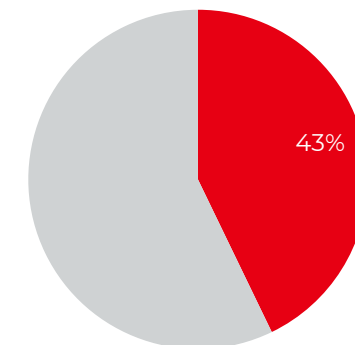


Inspirationssøgning inden og på ferien i Danmark

Næsten to tredjedele af de franskmænd, der var på ferie i Danmark i 2022, gjorde brug af generelle internetsøgninger som inspirationskilde, før de valgte feriedestination. Også online bookingportaler spillede en rolle.

43 pct. har søgt inspiration, mens de var på ferie i Danmark.

Inspirationssøgning på ferien i Danmark



■ Søger inspiration mens på ferie i Danmark

FERIEN I DANMARK



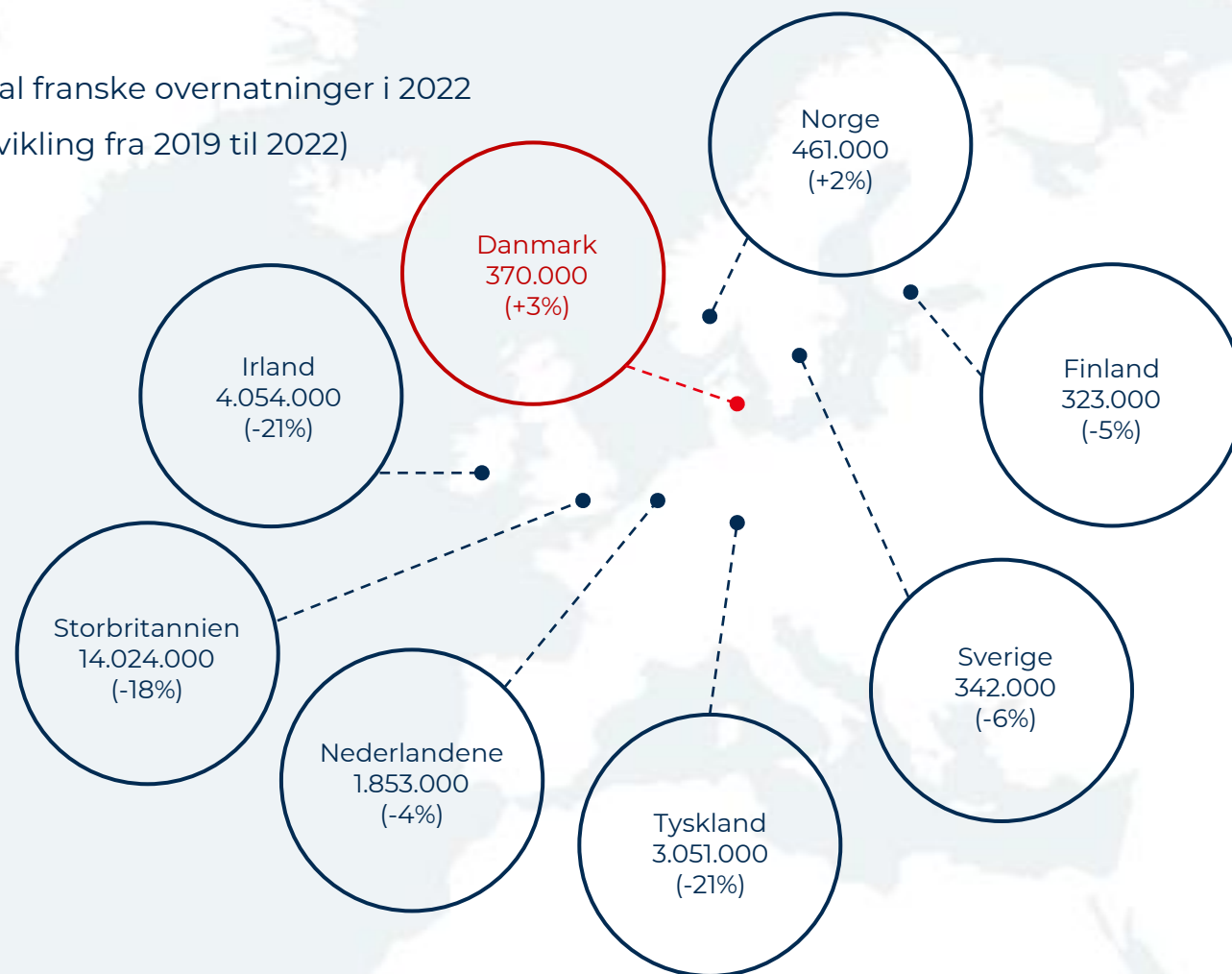
KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

- Antal overnatninger fordelt på destinationer, kyst og storby, overnatningsformer, mv.
- Konkurrentsituationen
- Sæson i kyst- og storbyovernatninger
- Turismeforbrug



DANMARK HAR KLARET SIG GODT

Antal franske overnatninger i 2022
(udvikling fra 2019 til 2022)



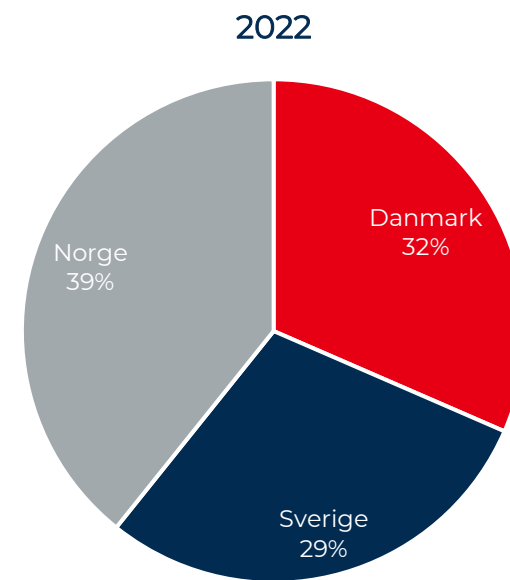
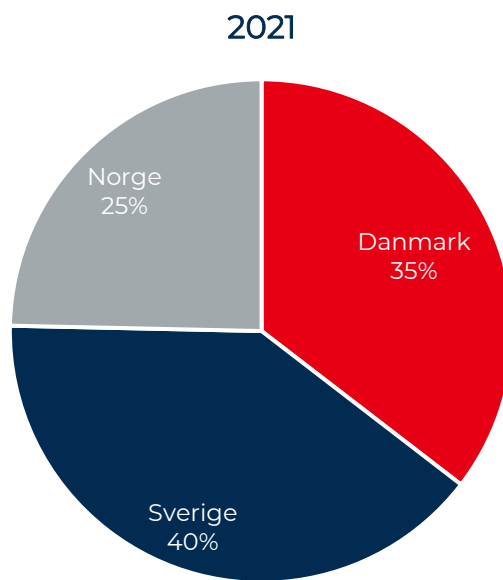
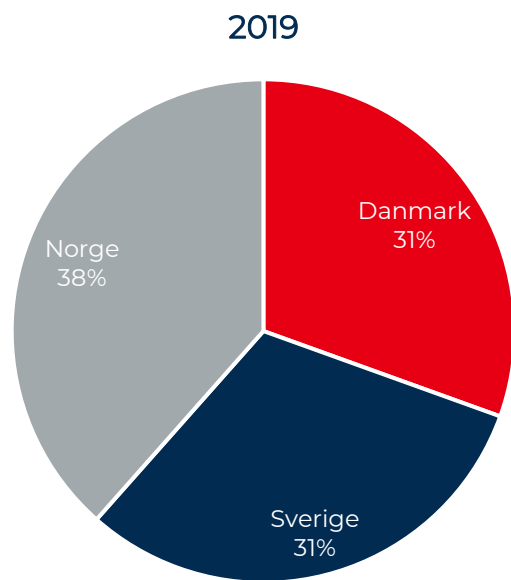
Franske overnatninger i det nordeuropæiske konkurrentfelt

Danmark har en nordisk markedsandel af franske overnatninger på 25 pct. Kun Sverige tiltrækker flere franskmænd (31 pct.). Antallet af franske overnatninger i Danmark er steget lidt siden 2019.

Sammenlignet med de øvrige nordiske har Danmark oplevet den mest positive udvikling siden 2019.

FRANSKMÆNDENE BESØGER DANMARK OMTRENT LIGE SÅ MEGET SOM DE ØVRIGE SKANDINAVISKE LANDE

Andelen af franske overnatninger



FRANSKMÆNDENE REJSER I HØJ GRAD TIL DE SYDEUROPÆISKE NÆRMARKEDER SAMT STORBRIANNIEN

Konkurrentfeltet

Danmarks andel af de franske overnatninger i Europa ligger forholdsvis lavt (0,5 pct.).

Franskmændene rejser primært til de sydeuropæiske nærmarkeder. Spanien, Italien og Grækenland står for tilsammen 47,1 pct. af de franske overnatninger i Europa

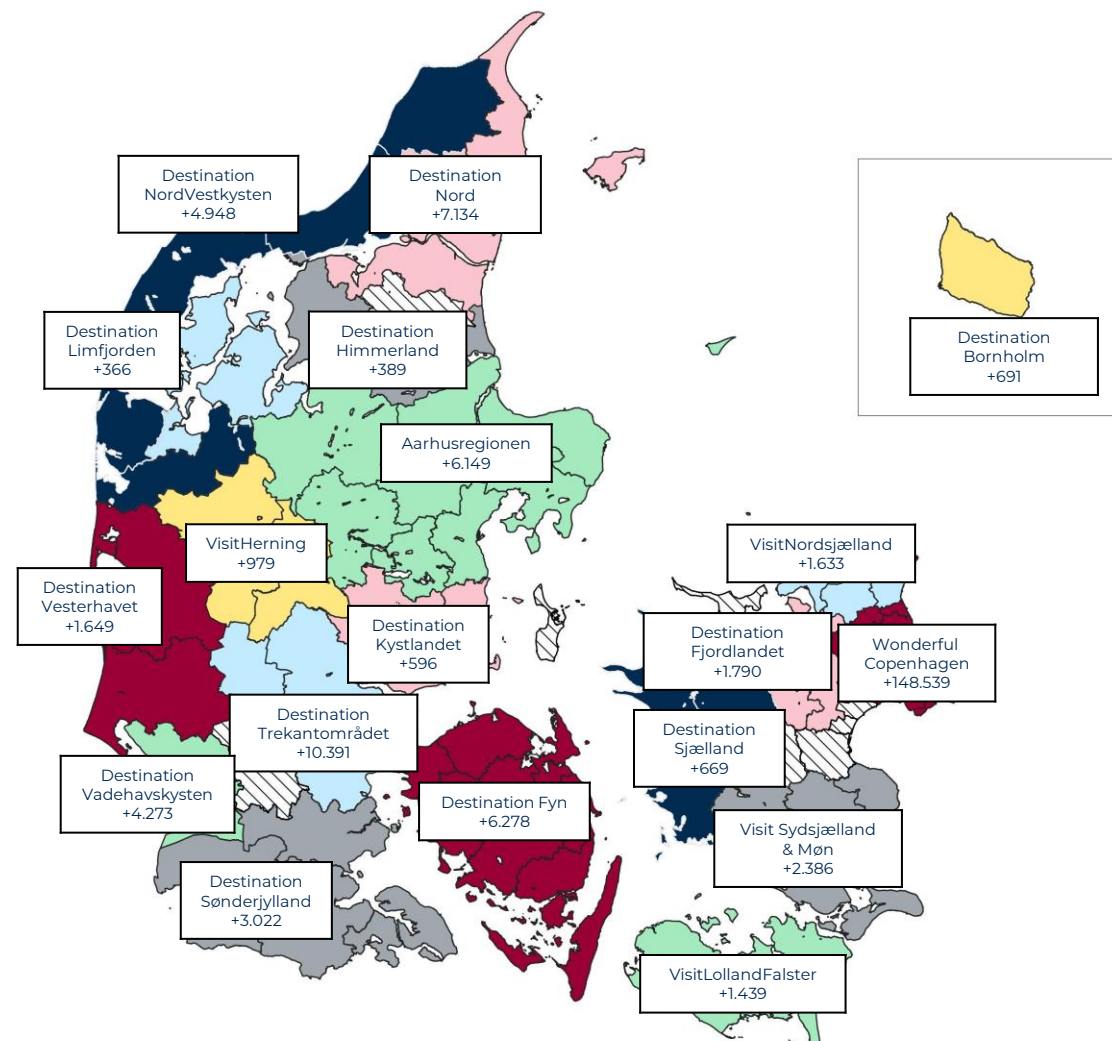
		Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2021	Andel af europæiske overnatninger 2022
1.	Spain	27,7%	26,6%	22,5%
2.	United Kingdom	17,8%	9,5%	17,1%
3.	Italy	14,5%	17,3%	16,5%
4.	Greece	6,5%	9,3%	8,1%
5.	Portugal	5,4%	6,2%	6,0%
6.	Ireland	5,4%	3,7%	4,9%
7.	Germany	4,0%	3,6%	3,7%
8.	Belgium	3,0%	3,0%	3,6%
9.	Austria	1,9%	2,5%	2,6%
10.	Malta	1,9%	2,9%	2,4%
11.	Netherlands	2,0%	2,3%	2,3%
12.	Croatia	2,3%	3,3%	2,2%
13.	Switzerland	1,3%	2,5%	1,6%
14.	Turkey	1,1%	1,8%	1,5%
15.	Iceland	0,5%	0,7%	0,7%
16.	Czech Republic	0,8%	0,7%	0,7%
17.	Norway	0,5%	0,3%	0,6%
18.	Slovenia	0,4%	0,5%	0,5%
19.	Denmark	0,4%	0,4%	0,5%
20.	Poland	0,6%	0,5%	0,4%

FLERE OVERNATNINGER I ALLE DESTINATIONSELSKABER I 2022 IFT. 2021

Franske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
Wonderful Copenhagen	274.445	-1,65%	117,98%
Destination Trekantområdet	16.588	6,01%	167,68%
Aarhusregionen	12.615	-1,84%	95,10%
Destination Nord	11.533	70,51%	162,17%
Destination Fyn	10.099	22,66%	164,30%
Destination Nordvestkysten	8.439	72,51%	141,74%
Destination Vadehavskysten	7.422	67,77%	135,69%
Destination Sønderjylland	4.765	1,95%	173,38%
Visit Sydsjælland & Møn	3.697	50,59%	182,00%
Visit Nordsjælland	2.795	45,80%	140,53%
Visit Fjordlandet	2.575	-20,77%	228,03%
Destination Vesterhavet	2.410	31,62%	216,69%
Destination Kystlandet	1.997	-2,20%	42,54%
Visit Lolland-Falster	1.932	26,03%	291,89%
Visit Herning	1.852	1,76%	112,14%
Destination Sjælland	1.335	-13,48%	100,45%
Destination Bornholm	1.053	0,48%	190,88%
Destination Limfjorden	760	-0,78%	92,89%
Destination Himmerland	567	146,52%	218,54%

Udvikling i antal franske overnatninger fra 2021 til 2022



I 1. HALVÅR 2023 ER ANTALLET AF FRANSKE OVERNATNINGER OVER 2019 I 15 DESTINATIONER

Antallet af franske overnatninger er steget fra 1. halvår 2019 til 1. halvår 2023 i 15 ud af 19 destinationsselskaber. Det samme gælder, hvis man sammenligner første halvår 2022 med 2023.

Stigningen har været særligt markant i VisitLolland-Falster og Destination Vadehavskysten.

	Antal overnatninger 1. halvår 2023	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2022
Wonderful Copenhagen	147.257	20%	30%
Destination Trekantområdet	5.714	19%	11%
Aarhusregionen	5.649	8%	65%
Destination Nord	5.268	157%	36%
Destination Vadehavskysten	4.681	358%	130%
Destination Fyn	3.404	46%	32%
Destination NordVestkysten	2.487	129%	-17%
Destination Sønderjylland	1.961	18%	94%
VisitLollandFalster	1.664	488%	437%
VisitNordsjælland	896	72%	62%
VisitHerning	873	-23%	-19%
Destination Vesterhavet	631	40%	47%
Visit Sydsjælland og Møn	614	38%	12%
Destination Kystlandet	596	-34%	-27%
Destination Fjordlandet	552	-21%	4%
Destination Sjælland	439	-15%	19%
Destination Bornholm	299	4%	17%
Destination Limfjorden	170	22%	-33%
Destination Himmerland	156	200%	42%

POSITIV UDVIKLING I ANTALLET AF OVERNATNINGER I 1. HALVÅR 2023

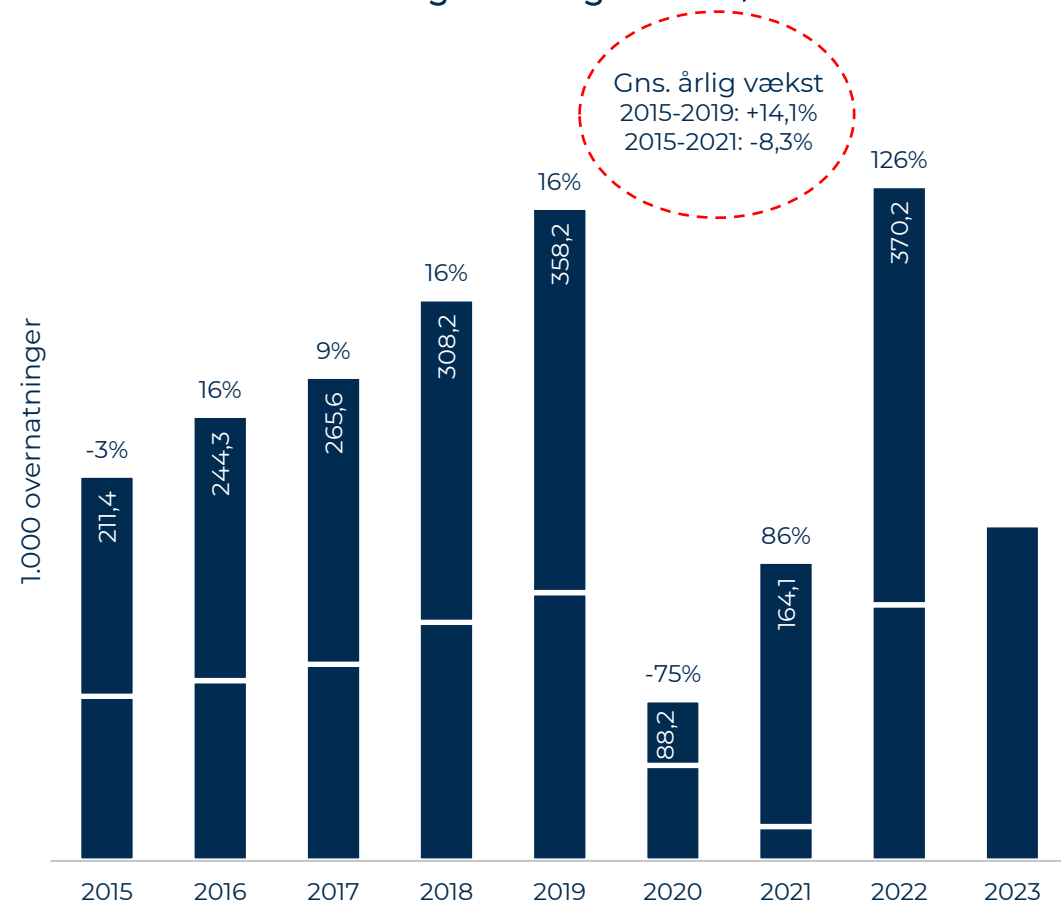
Udviklingen i franske overnatninger

I perioden 2015-2019 steg antallet af franske overnatninger fra 211.000 til 358.000, hvilket svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 14,1 pct.

Antallet af overnatninger faldt fra 2019-2020, men steg igen fra 2020-2021 med 86 pct. og yderligere med 126 pct. fra 2021-2022.

Ses alene på 1. halvår ligger antallet af franske overnatninger i Danmark i 2023 på det højeste niveau i den betragtede periode (2015 – 2023).

Franske overnatninger (1.000) i Danmark
Antal og udvikling ift. året før



Den blå bjælke under den hvide vandrette markering er overnatninger i 1. halvår, mens den blå bjælke over den hvide streg er overnatninger i 2. halvår. For 2023 er der kun vist overnatninger i 1. halvår.

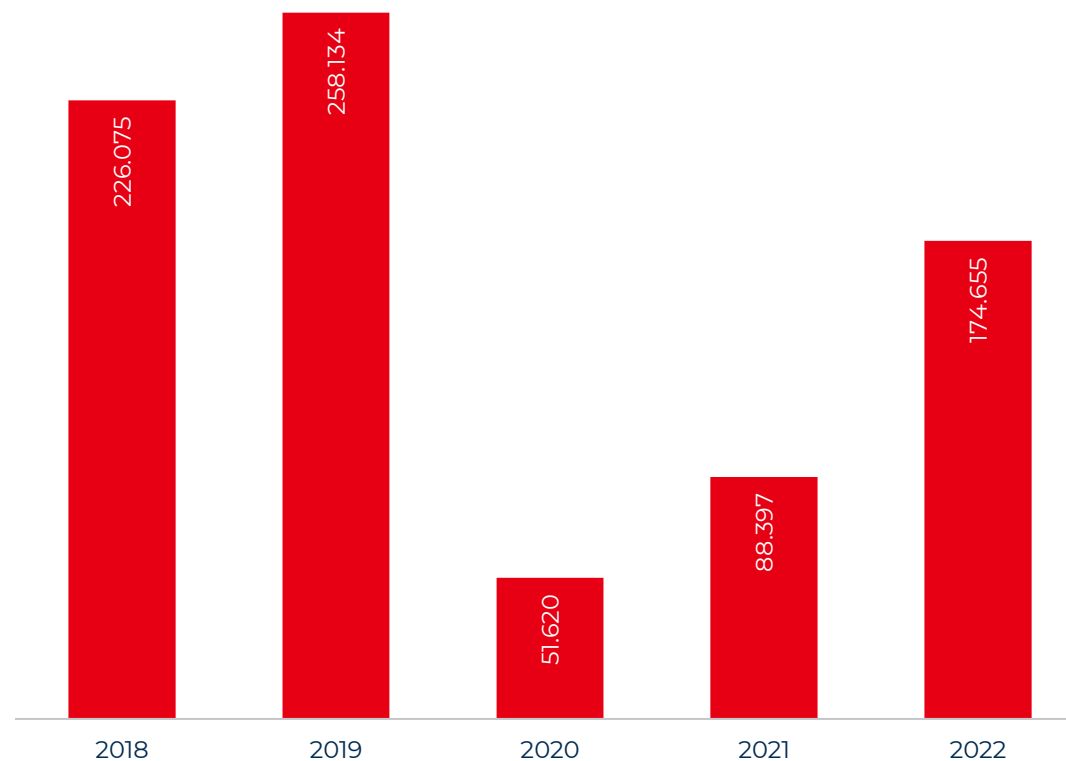
FÆRRE OVERNATNINGER BOOKET VIA ONLINE-BOOKINGPLATFORME IFT. 2019

Franske overnatninger via bookingplatforme

Antallet af franske overnatninger, som er booket via bookingplatforme (Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor), lå i 2022 på 174.655 overnatninger.

Antallet af overnatninger i 2022 er lavere end før pandemien. Fra 2019 til 2022 er antallet af overnatninger booket via onlinebookingplatforme faldet med på 32 pct. Fra 2021 til 2022 er antallet dog fordoblet

Antal franske overnatninger booket via Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor



MANGE FRANSKE OVERNATNINGER I FORÅRET 2023

Franske overnatninger fordelt over året

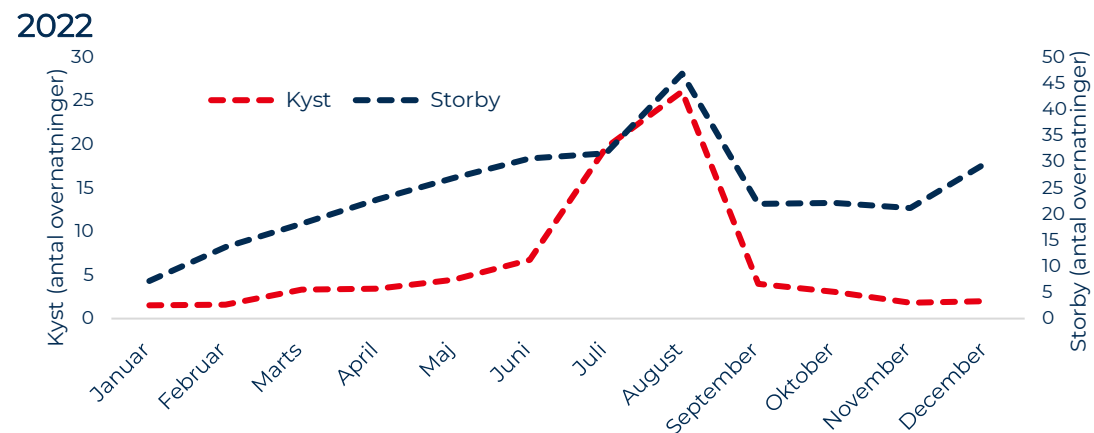
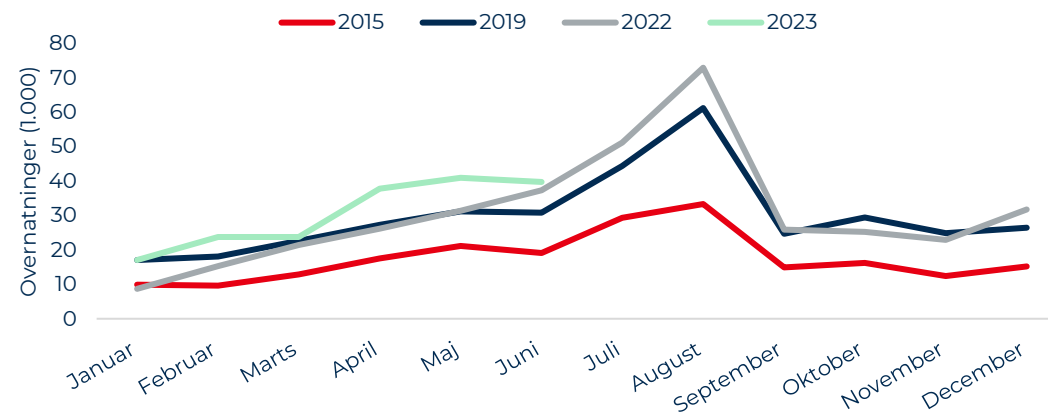
Fra 2015 til 2019 steg antallet af franske overnatninger i Danmark med 69 pct. Stigningen var forholdsvis jævnt fordelt over de tre sæsoner.

Fra 2019 til 2021 faldt antallet af franske overnatninger i Danmark med 54 pct. Fra 2021 til 2022 steg det med 126 pct. og ligger således over 2019 niveauet.

	2015	2019	2021	2022	Indeks (2019=100)			
	Antal (1.000)				2015	2019	2021	2022
Høj	63	106	63	124	59	100	59	117
Skulder	102	166	57	167	61	100	34	101
Vinter	47	86	45	79	55	100	52	91
I alt	211	358	164	370	59	100	46	103

Overnatningsmønsteret blandt franske kyst- og naturturister er meget koncentreret i højsæsonen, mens de franske storbyturister er mere jævnt fordelt over hele året.

Franske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



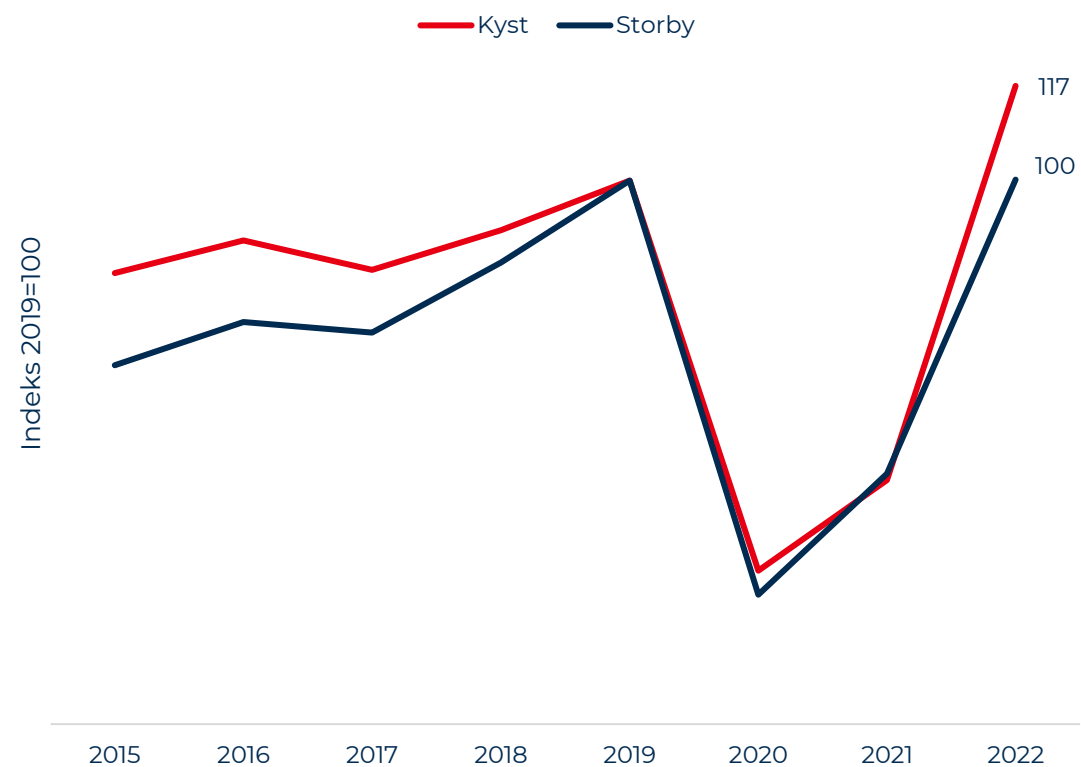
RELATIV STOR STIGNING I FRANSKE KYST-OVERNATNINGER

Franske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Kyst-/naturdanmark*	66	30	78	17%	162%
De fire storbyer*	292	134	293	0%	118%
I alt*	358	164	370	3%	126%

År-til-dato (januar-juni)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2022	2023	2019-2023	2022-2023
Kyst-/naturdanmark*	20	21	28	42%	34%
De fire storbyer*	127	119	156	23%	31%
I alt*	147	140	184	25%	31%

Udvikling i franske overnatninger* inden for kyst og storby



Anm.: Før 2017 lå alle feriehuseovernatningerne under kyst. Fra og med 2017 opgøres feriehuseovernatningerne 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.

NI UD AF TI FRANSKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

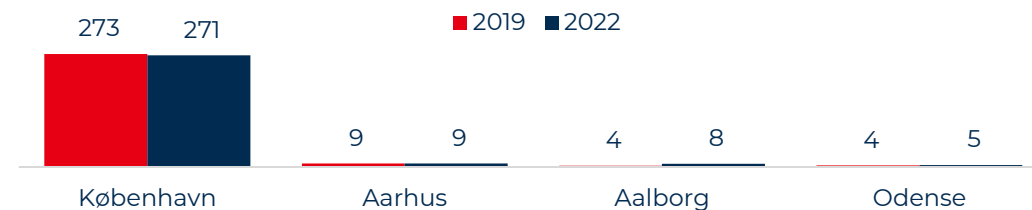
Overnatninger i de fire storbyer*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	7.398	52%	
Udlandet	6.873	48%	
Tyskland	1.106	8%	16%
Sverige	770	5%	11%
Norge	746	5%	11%
USA	625	4%	9%
Storbritannien	608	4%	9%
Nederlandene	358	3%	5%
Frankrig	293	2%	4%
Italien	262	2%	4%
Indien	43	0%	1%
Kina	34	0%	0%
Øvrige udland	2.030	14%	30%
I alt	14.271	100%	

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	5.243	1.075	651	430
Udlandet	5.951	344	430	148
Tyskland	841	96	147	21
Sverige	708	24	24	15
Norge	543	53	137	13
USA	590	16	8	12
Storbritannien	558	21	14	14
Nederlandene	297	27	19	15
Frankrig	271	9	8	5
Italien	242	9	5	6
Indien	38	2	2	0
Kina	30	1	2	0
Øvrige udland	1.833	87	65	45
I alt	11.193	1.419	1.081	577

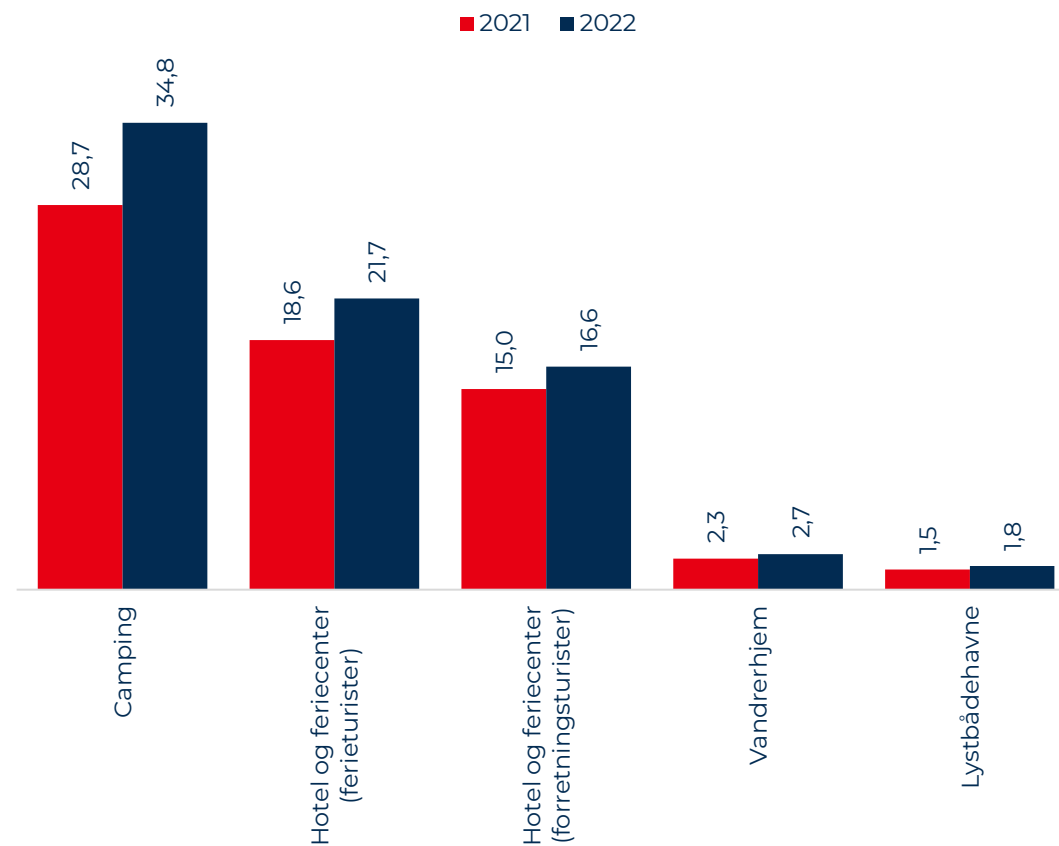
Udvikling i franske storbyovernatninger (1.000)



FRANSKE KYST- OG NATURTURISTER OVERNATTER MEST PÅ CAMPING SAMT HOTEL OG FERIECENTER

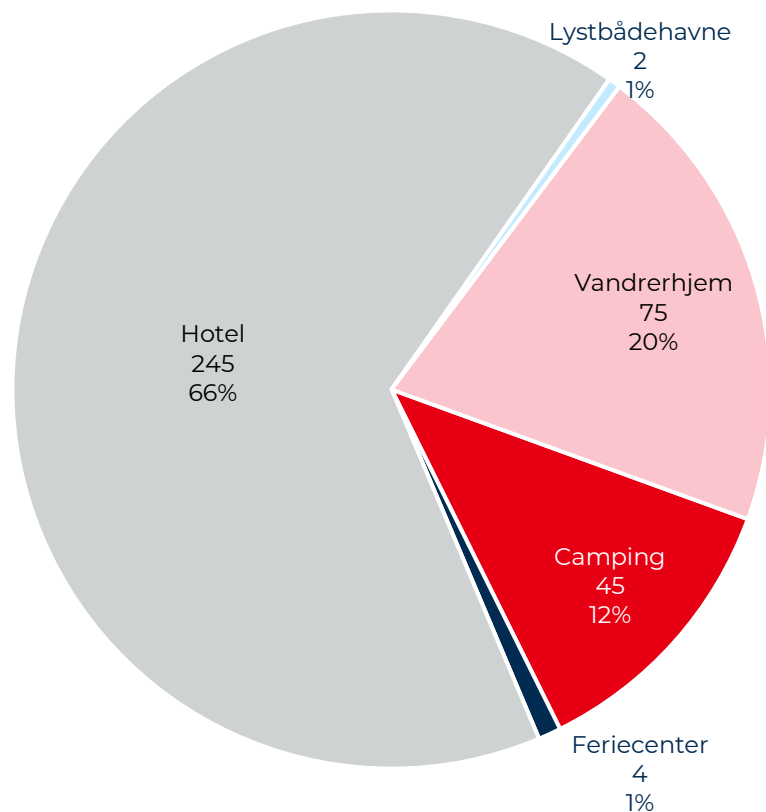
	Overnatninger (1000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	24.647	51%	
Udlandet	23.938	49%	
Tyskland	18.361	38%	77%
Norge	1.504	3%	6%
Nederlandene	1.332	3%	6%
Sverige	927	2%	4%
Storbritannien	177	0%	1%
USA	97	0%	0%
Frankrig	78	0%	0%
Italien	75	0%	0%
Indien	9	0%	0%
Kina	6	0%	0%
Øvrige udland	1.371	3%	6%
I alt	48.585	100%	100%

Udvikling i antal franske overnatninger (1.000) i Kyst-/naturdanmark fordelt på overnatningsformer

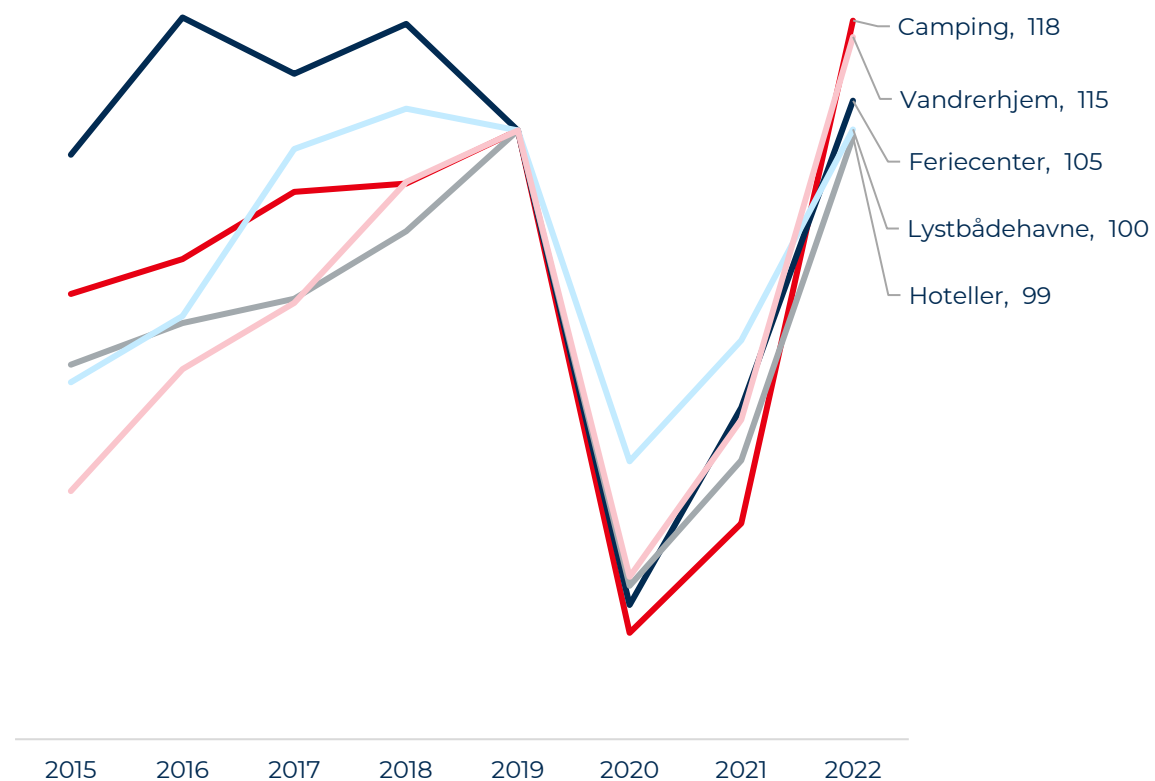


TO TREDJEDELE AF DE FRANSKE OVERNATNINGER I 2022 FINDER STED PÅ HOTEL

Franske overnatninger i Danmark 2022 (1.000)



Udvikling i franske overnatninger i Danmark (indeks: 2019=100)

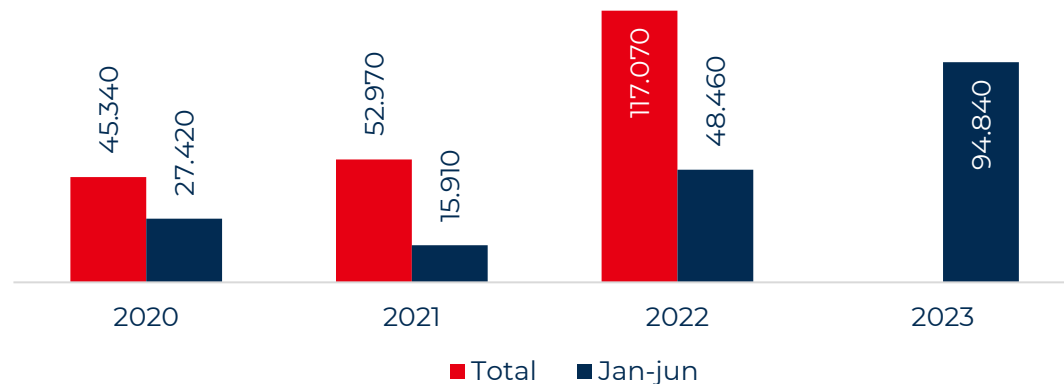


STIGENDE INTERESSE FOR HOTELLER I DANMARK

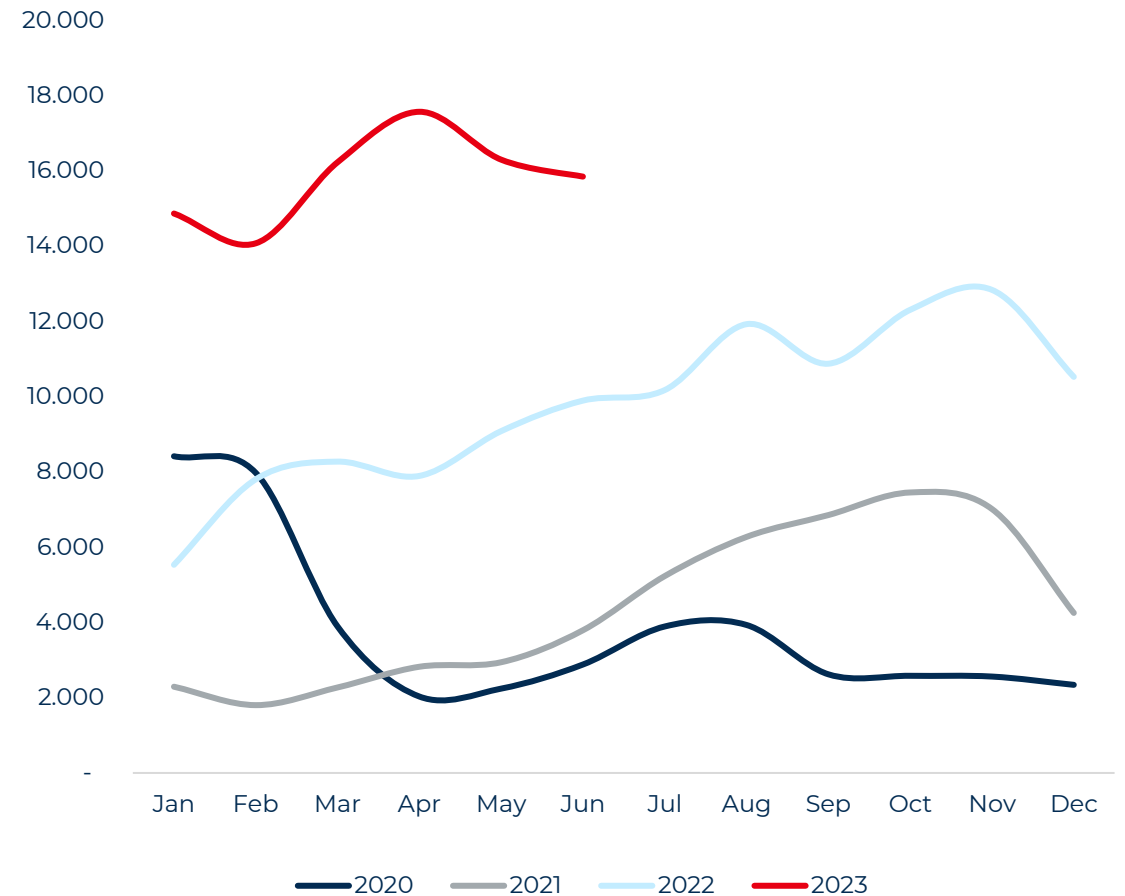
Udviklingen i søgemønstret for franske hotel-søgninger, følger meget tydelig udviklingen i pandemien de seneste år. Den største efterspørgsel er målrettet hoteller i København, både i form af generelle søgninger, men også for søgninger på konkrete hoteller.

Interessen i det første halvår af 2023 er steget markant. Stigningen skyldes især stigende interesse for søgninger om hoteller i København.

Søgevolumen for hoteller i Danmark pr. år og halvår



Månedlige søgninger efter hoteller i Danmark



AKTIVITETER ER MÅLRETTET GASTRONOMI OG KULTUR

Aktiviteter på ferie i Danmark

Franskmænd, der har været på ferie i Danmark, har i høj grad været ud og spise på restaurant eller café (90 pct.).

Også gåture på destinationen og besøg på museer, udstillinger mm. er aktiviteter, som mange franskmænd har engageret sig i på ferien i Danmark (hhv. 82 pct. og 81 pct.).

Lidt over halvdelen af de franskmænd, som var på ferie i Danmark i 2022, var på stranden eller ved kysten (54 pct.).

Aktiviteter foretaget eller planlagt på ferien i Danmark



3 PCT. AF DEN UDENLANDSKE TURISMEOMSÆTNING I 2021 KOM FRA FRANSKE TURISTER

Marked	Turisme- omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme- omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme- omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme- omsætning 2021		Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2021
I alt	136.997	118.202			Besøg m. betalt overnatning				
Danmark	76.936	87.575			Hotel - ferie	504	271	30%	33%
Udland	60.061	30.627			Hotel - forretning	297	150	18%	18%
Tyskland	16.920	13.116	28%	43%	Feriecenter	3	1	0%	0%
Sverige	7.328	3.918	12%	13%	Camping	99	25	6%	3%
Norge	8.211	2.446	14%	8%	Vandrerhjem	69	37	4%	4%
USA	4.206	1.604	7%	5%	Lejet feriehus	0	0	0%	0%
Nederlandene	2.117	1.413	4%	5%	Lystbåde	2	1	0%	0%
Storbritannien	3.431	1.083	6%	4%	Lejet helårsbolig	475	157	29%	19%
Frankrig	1.665	824	3%	3%	Andre	9	0	1%	0%
Polen	606	548	1%	2%	I alt	1.458	642	88%	78%
Italien	1.126	461	2%	2%	Besøg u. betalt overnatning				
Schweiz	806	422	1%	1%					
Belgien og Luxembourg	649	386	1%	1%	I alt	206	183	12%	22%
Spanien	811	310	1%	1%					
Finland	578	139	1%	0%					
Østrig	239	137	0%	0%					
Irland	237	103	0%	0%					
Portugal	248	102	0%	0%					
Grækenland	182	92	0%	0%					
Indien	333	64	1%	0%					
Kina	1.072	63	2%	0%					
Brasilien	248	53	0%	0%					
Australien	699	43	1%	0%					
Rusland	301	41	1%	0%					
Canada	361	40	1%	0%					
Japan	409	28	1%	0%					
Sydkorea	182	14	0%	0%					
Øvrige lande	7.099	3.179	12%	10%					

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

Videncenter om turismen i Danmark

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på LinkedIn – VisitDenmarks Videncenter

Følg os på [LinkedIn](#) – VisitDenmarks Videncenter