

# FRANKRIG: MARKEDSPROFIL 2022



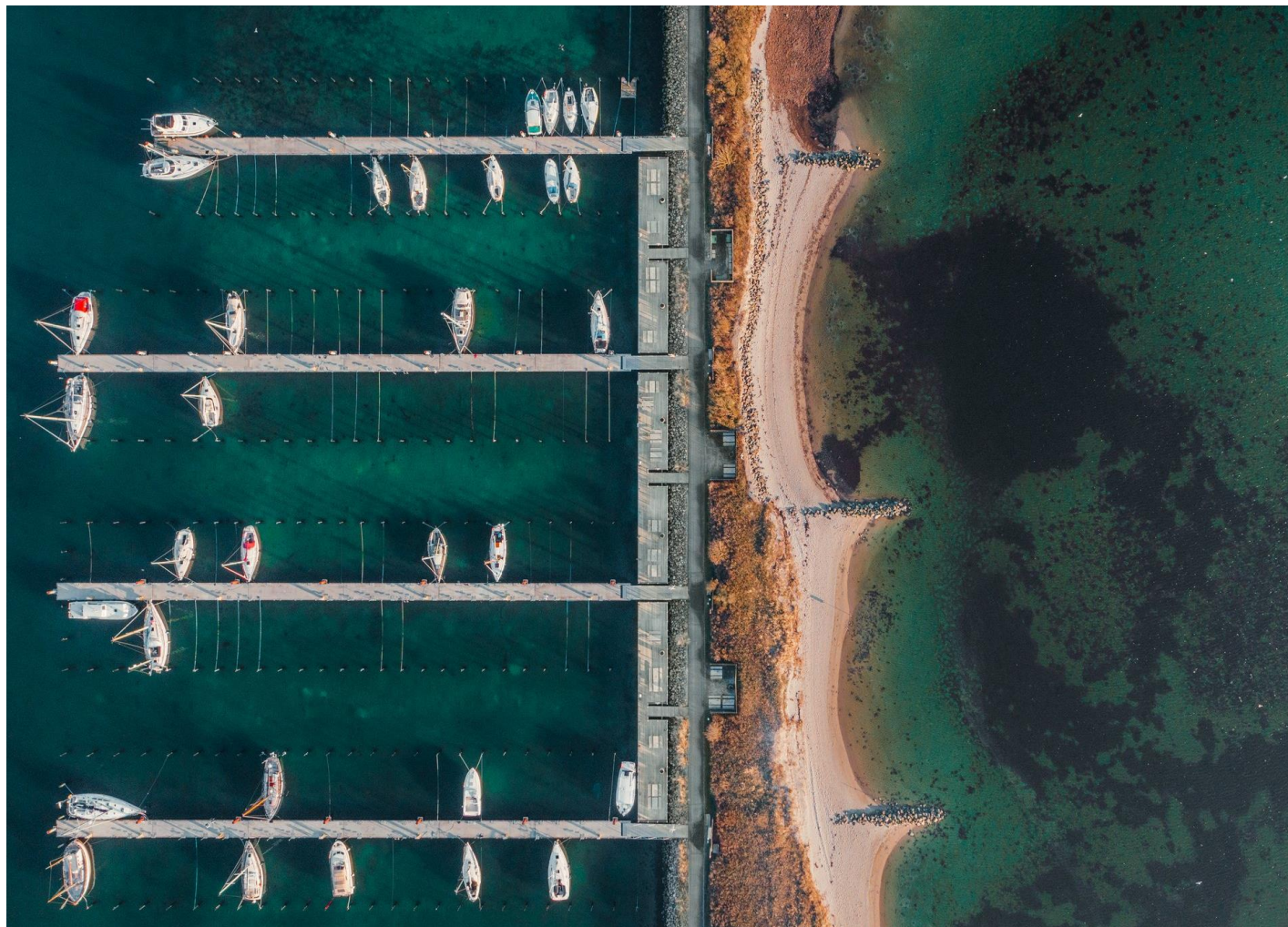
# INTRODUKTION

I 2019 var der vækst i antallet af franske overnatninger i Danmark for fjerde år i træk. I 2020 satte pandemien en stopper for den positive udvikling. I 2020 lå antallet af overnatninger 75 pct. under niveauet i 2019. Allerede i 2021 rettede det sig noget.

De første otte måneder af 2022 har budt på markant flere franske overnatninger end i 2021 og 5 pct. flere end i 2019.

Godt hver fjerde franskmænd i Paris kender noget eller meget til Danmark som feriedestination, og hver anden ser Danmark som en attraktiv feriedestination.

Danmark forbindes i særlig grad med parametre som høj livskvalitet og levevilkår, følelse af sikkerhed/tryghed og ren destination. I forhold til sidstnævnte er det et vigtigt rejsemotiv for hver fjerde franskmænd i Paris.



© MITCH WIESINGER

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

## Udgivet af

VisitDenmark

November 2022

## Kontakt

Charlotte Rømer Rassing

[crr@visitdenmark.com](mailto:crr@visitdenmark.com)

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

## Indhold

**06** [Markedsforventninger](#)

**16** [Før ferien](#)  
kendskab og inspiration

**25** [Danmark som feriedestination](#)  
ankomst, overnatninger og forbrug



# 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**  
**Sara Almonti**  
[saralm@visitdenmark.com](mailto:saralm@visitdenmark.com)  
**Barselsvikar**



# UDVALGTE KONKLUSIONER

## **Godt hver fjerde franskmand i Paris kender Danmark**

Kendskabet til Danmark som feriedestination er forholdsvis udbredt i Paris. Godt hver fjerde (26 pct.) franskmand i Paris kender noget eller meget til Danmark som feriedestination. Halvdelen af franskmændene oplever Danmark som en attraktiv feriedestination.

## **Familie-/vennebesøg og afslapning**

Flere end hver anden franskmand i Paris prioriterer familie-/vennebesøg, afslapning og/eller naturoplevelser som rejsemotiver, når de skal vælge feriedestination .

## **Franskmændene rejser bl.a. for at få madoplevelser**

Flere end hver tredje franskmand angiver 'spise på restaurant/cafe' og/eller 'lokale madoplevelser' som rejsemotiv, og tre ud af 10 fremhæver finere gastronomiske oplevelser. Interessen for madoplevelser på ferien kan også ses i øget søgevolumen efter emner relateret til gastronomi.

## **Outdoor-oplevelser er i høj kurs**

Flere end hver anden franskmand prioriterer naturoplevelser, når de vælger feriedestination. Dette giver sig bl.a. udslag i stigende søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark.

## **Danmark vinder markedsandele**

Danmark har en nordisk markedsandel af franske overnatninger på 29 pct. Antallet af franske overnatninger i Danmark er faldet markant siden 2019, men mindre i Danmark end i det øvrige nordiske lande.

## **Tour De France har øget interessen for Danmark**

Franskmændenes interesse for Danmark og lokationer i Danmark er steget markant i juni og juli 2022. 2019. Forklaringen er sandsynligvis Tour De France.

## **Franskmændene vil til København**

Når franskmændene er på ferie i Danmark, overnatter de især på hotel og besøger gerne hovedstaden. Dette kan aflæses i overnatningstallene, men også i et stigende søgevolumen efter hoteller – herunder især hoteller i København.

## **Sociale medier har betydning for mange, når der skal hentes ferieinspiration**

Hver femte franskmand i Paris henter ferieinspiration fra sociale medier og en tilsvarende andel henter inspiration fra hjemmesider med brugeranmeldelser.


## **Antallet af passagerankomster er på vej tilbage til 2019-niveau**

En stor del af flytrafikken blev sat i bero under pandemien, og antallet af passagerankomster fra Frankrig i 1. halvdel af 2021 var under niveauet i 2019.

I andet halvår 2021 nærmer niveauet sig 2019-niveauet, og i de første ni måneder af 2022 er der registreret flere passagerankomster end i 2021, men færre end i 2019.

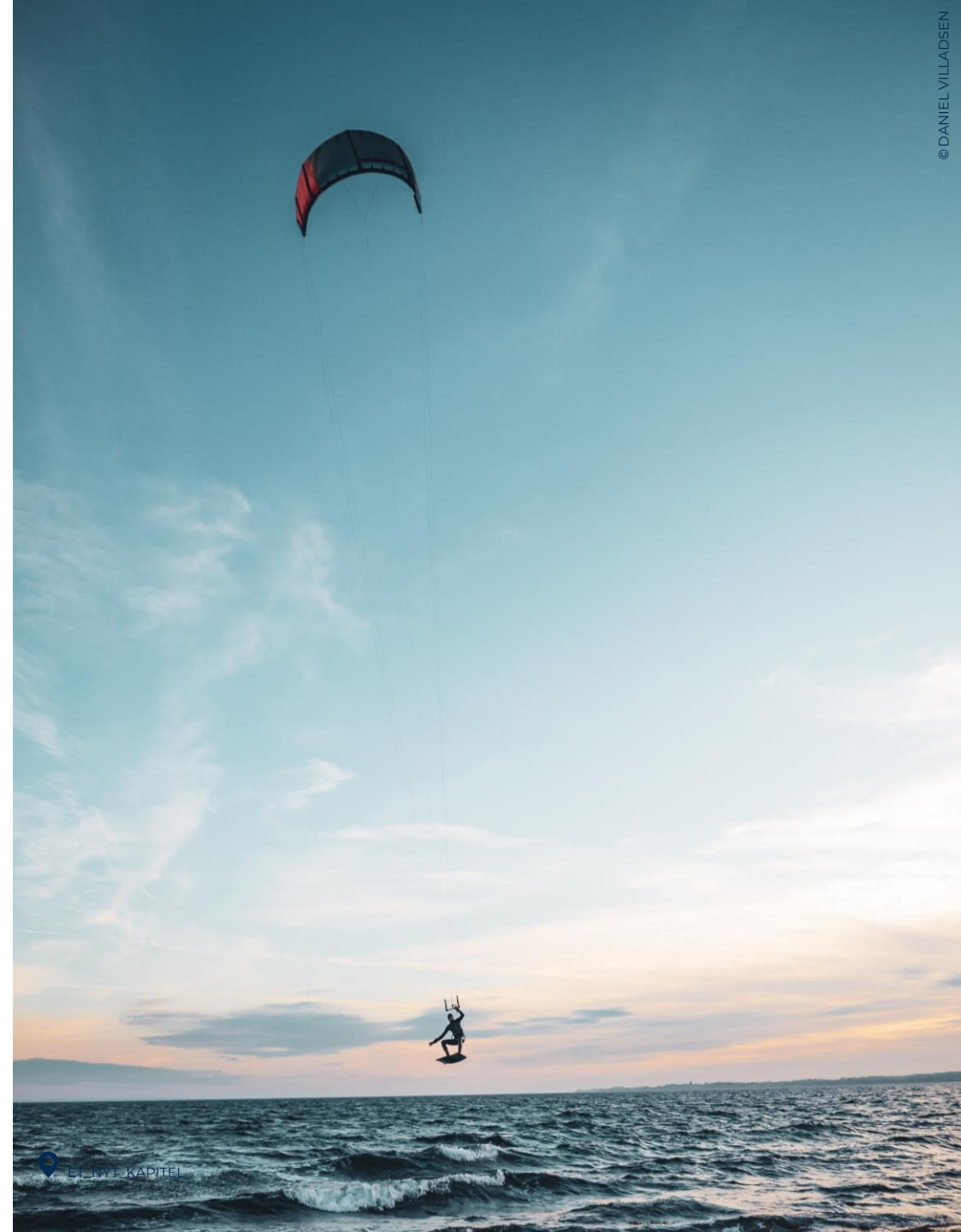


# MARKEDS- FORVENTNINGER

 ESRUM LAKE

## KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

- Bookingkanaler og brug af online-bookingplatforme
- Rejseplaner og interesse i at besøge Danmark





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

2022 har været et brag af et år for Danmark i Frankrig. Forventningerne er, at vi lander på 2019-niveau, og vi mener, at der kan høstes frugter i slipstrømmen på Le Grand Départ - også i 2023.

Flytilgængeligheden er god, og flyselskaber investerer i nye ruter i hele landet. Interessen for kyst- og naturferie er høj, og overnatningerne er stigende i det meste af landet.

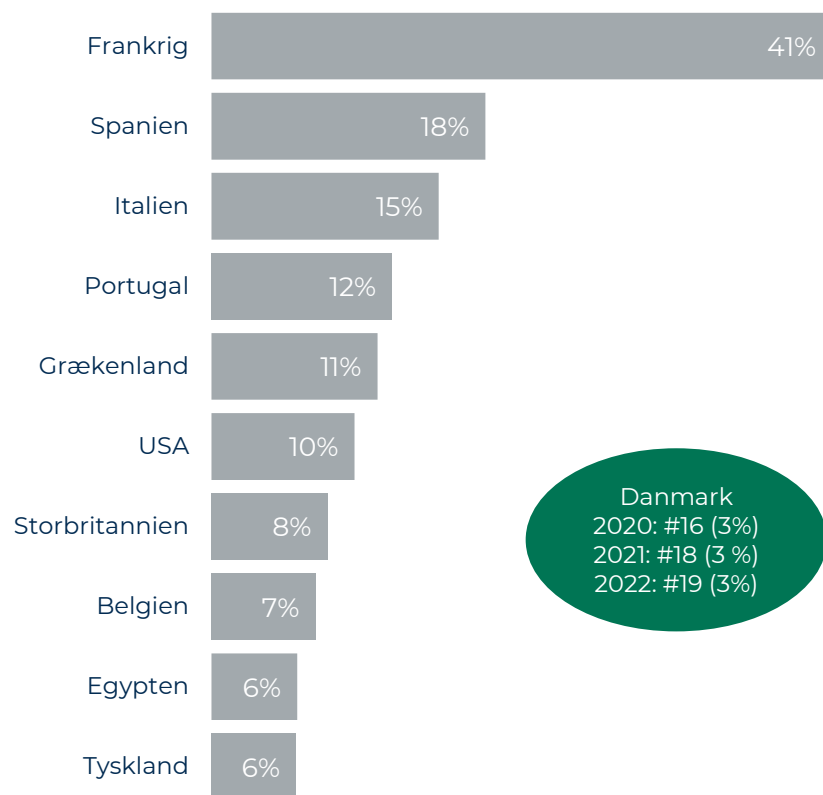
Den nye campingsatsning har vist sig at være rigtig med boomende overnatninger i 2022. Frankrig er EU's andet største campingmarked og indsatsen vil fortsætte også i 2023. Den stigende varme i Sydeuropa har vist, at det danske vejr er en ny reason-to-go, hvilket vi vil fokusere på i vores markedsføring.

Der er uvished om 2023! Dog tænkes, at vores målgruppe vil være mindre berørt, da vi målretter markedsføringen efter højtforbrugende parisere med høj rejsefrekvens.,



# UÆNDRET NIVEAU FOR REJSEPLANER TIL DANMARK

## Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2022? Top 10



Danmark  
2020: #16 (3%)  
2021: #18 (3%)  
2022: #19 (3%)

## Franskmændenes forventede feriemål i 2022

90 pct. af 10 franskmænd i Paris har planer om at tage på ferie med overnatning inden for de kommende 12 måneder. Da det tilsvarende spørgsmål blev stillet i 2020 og 2021 lå andelen stort set på samme niveau.

Flere end fire ud af 10 (41 pct.) vil holde ferie i hjemlandet i 2022. For et år siden lå den tilsvarende andel på 44 pct., mens den i 2020 før pandemien lå på 32 pct.

3 pct. af franskmændene i Paris overvejer eller planlægger at besøge Danmark på en ferie inden for de næste 12 måneder. Det svarer til niveauet i 2020 før pandemien og i 2021 (under pandemien).

Blandt de franskmænd, som overvejer en storbyferie, har 13 pct. København med i overvejelserne. Det svarer til niveauerne i 2020 og 2021.

# FRANSKMÆNDENE VIL PÅ KYSTFERIE U. BØRN

## KYSTFERIE MED BØRN

© Robin Skjoldborg



**29%**

AF DEN FRANSKE BEFOLKNING I PARIS VIL PÅ KYST- /NATURFERIE MED BØRN

AF DEM OVERVEJER:

**4%**  
DANMARK

**30%**  
FRANKRIG

## KYSTFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



**40%**

AF DEN FRANSKE BEFOLKNING I PARIS VIL PÅ KYST-/NATURFERIE UDEN BØRN

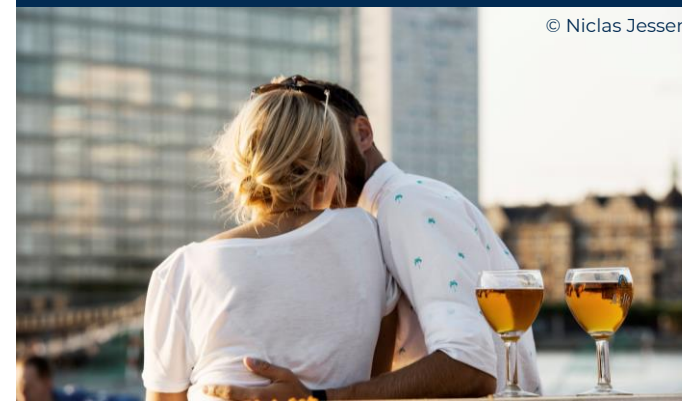
AF DEM OVERVEJER:

**4%**  
DANMARK

**31%**  
FRANKRIG

## STORBYFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



**16%**

AF DEN FRANSKE BEFOLKNING I PARIS VIL PÅ STORBYFERIE UDEN BØRN

AF DEM OVERVEJER:

**8%**  
KØBENHAVN

**12%**  
STOCKHOLM



# FØR FERIE

 MØNS KLINT



## KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

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





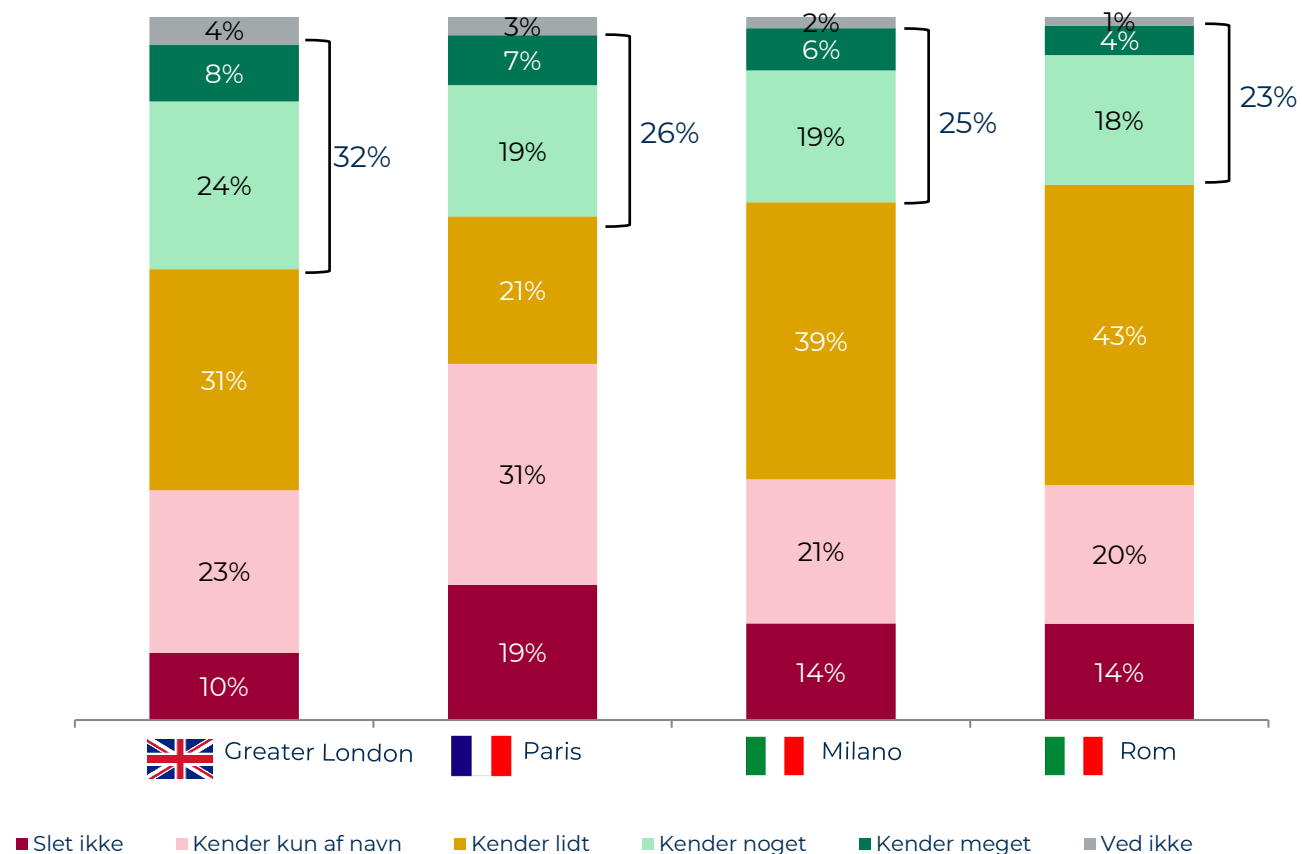
# GODT HVER FJERDE I PARIS KENDER DANMARK SOM FERIEDESTINATION

## Kendskab til Danmark som feriedestination

Blandt franskmændene i Paris kender 26 pct. noget eller meget til Danmark som feriedestination.

Ganske mange (hver anden) kender slet ikke eller kun lidt til Danmark som feriedestination.

## Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?



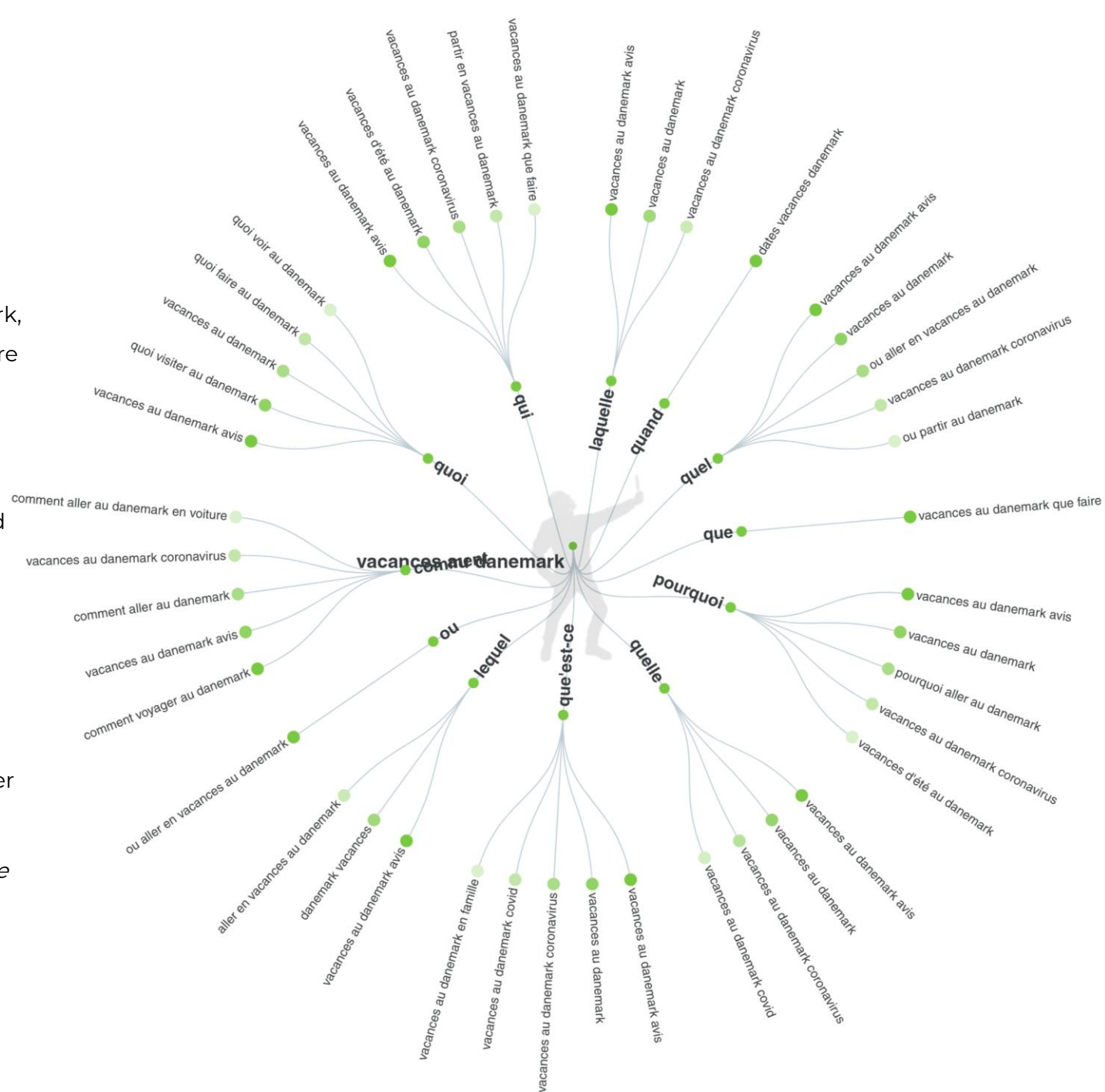
# FRANSKMÆNDENE VÆRDSÆTTER ANBEFALINGER

Franskmændene leder efter svar på, hvorfor de skal feriere i Danmark, og nogle af spørgsmålene går konkret på sommersæsonen. Ydermere søger franskmændene svar på, hvad de skal foretage sig på en ferie i Danmark.

Flere af de spørgsmål, der bliver stillet, indikerer, at franskmændene værdsætter anbefalinger fra andre og i flere af søgninger spørges ind til "reviews".

Figuren til højre visualiserer resultaterne fra søgeords-værktøjet 'Answer The Public'. Answer The Public visualiserer spørgsmålssøgninger og foreslåede søgninger fra Google og Bing. Kategorierne består af 'hv'-spørgsmål, og styrken af de grønne prikker indikerer, hvor populær søgetermen er.\*

*Figuren giver et øjebliksbillede af, hvordan folk søger efter svar online på et givet tidspunkt.*



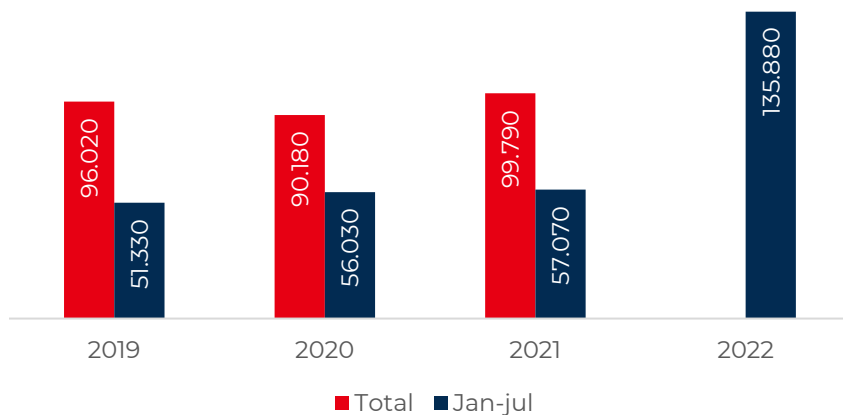


# MANGE SØGNINGER I JULI MÅNED 2022 PGA. TOUR DE FRANCE

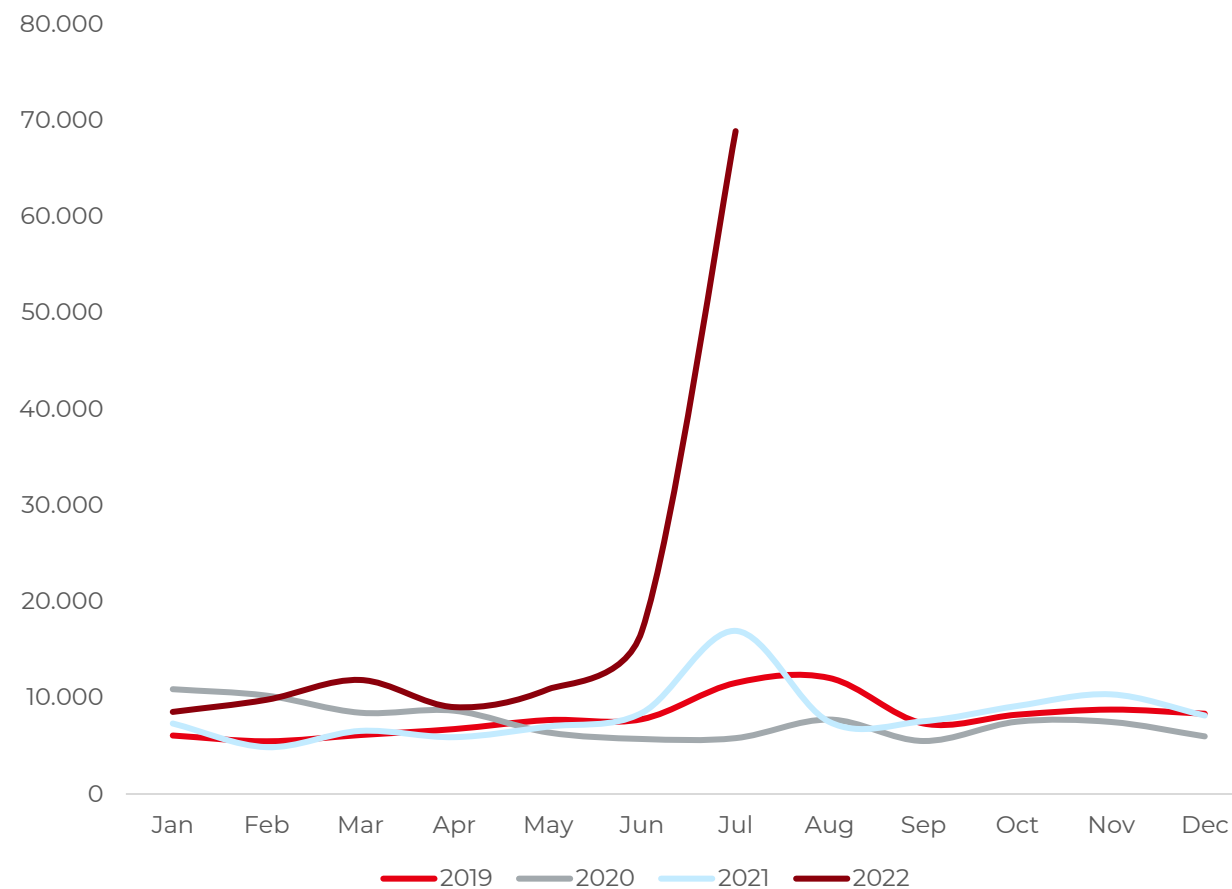
Der ses en høj søgevolumen efter kort og lokationer i Danmark i 2022 (januar til juli) sammenlignet med tidligere år. Søgevolumen er endda over niveauet for hele året 2019, 2020 og 2021.

Det høje niveau i juli 2022, skyldes en stigning i søgninger efter særligt "danemark carte". En søgning der nok skal ses i relation til Tour De France der blev afholdt i Danmark, sommeren 2022.

### Søgevolumen efter kort og lokationer i Danmark pr. år og halvår



### Månedlige søgninger efter kort og lokationer i Danmark

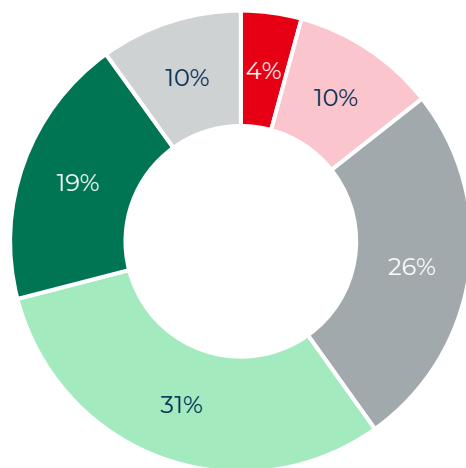


# PARIS - DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

## Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?

■ 1: Slet ikke attraktiv ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5: Meget attraktiv ■ Ved ikke

Franskmænd i Paris



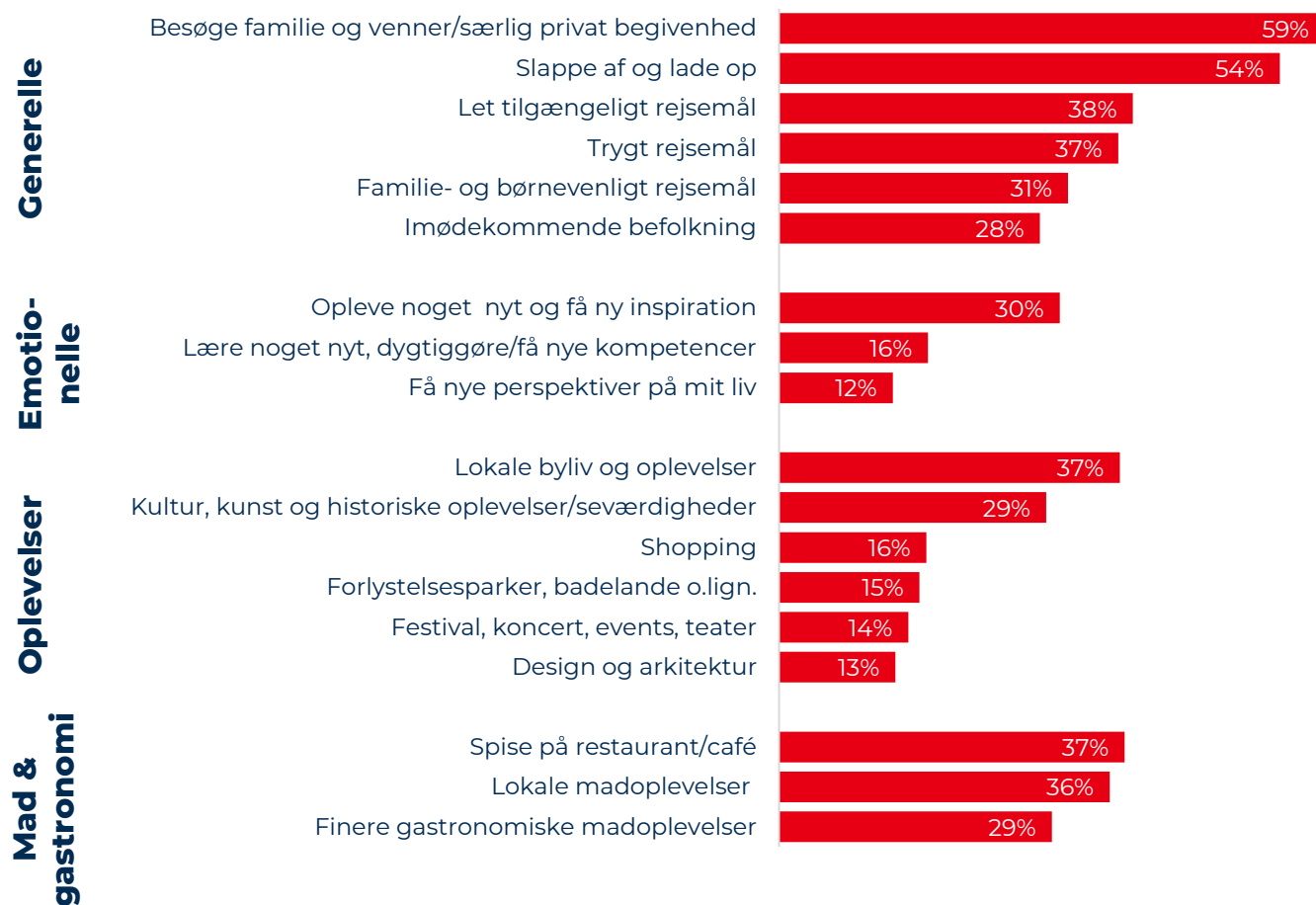
## Danmarks attraktivitet blandt franskmænd i Paris

Hver anden franskmænd i Paris, oplever Danmark som et meget attraktivt rejssemål.

Glade gæster er forudsætningen for, at Danmark bliver anbefalet under og efter opholdet. Personlige anbefalinger spiller ofte en rolle, når franskmændene vælger feriedestination. Dette fremgår af s. 24.

# MULIGHED FOR AT SLAPPE AF OG LADE OP ER VIGTIGT FOR FLEST PÅ EN FERIE

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



**Rejsemotiver: generelle, emotionelle, oplevelser og mad & gastronomi**

Besøge familie og venner er et vigtigt rejsemotiv for seks ud af 10 franskmænd i Paris.

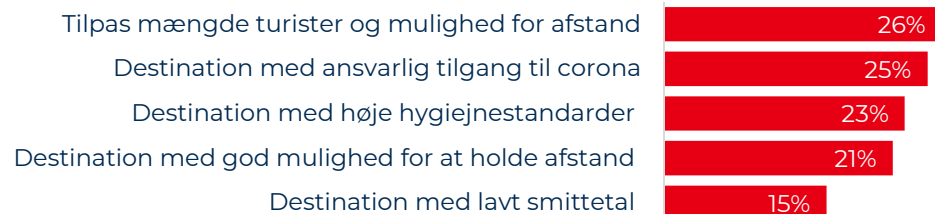
Godt hver anden franskmænd i Paris med planer om en udlandsferie, fremhæver, at det at slappe af og lade op er et vigtigt rejsemotiv.



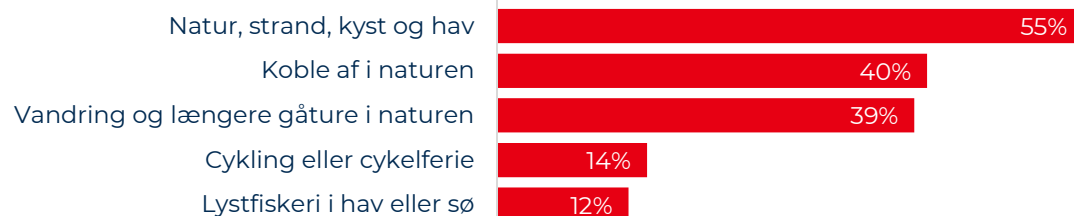
# ADGANG TIL NATUR OG AT KOBLE AF I NATUREN ER VIGTIGT FOR FLEST

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

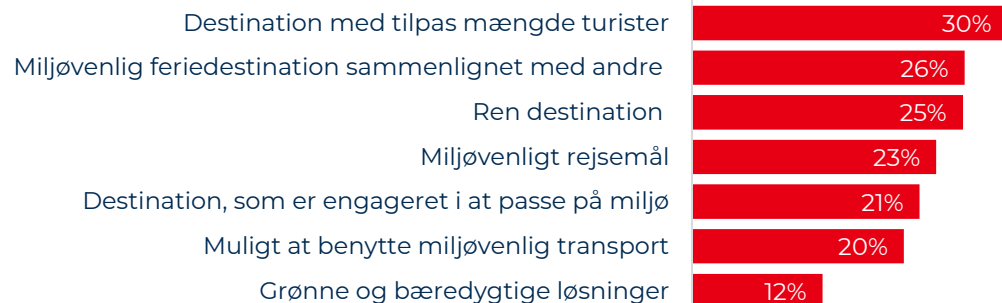
Corona & afstand



Natur & outdoor



Bæredygtighed & miljø



**Rejsemotiver: corona & afstand, natur & outdoor, bæredygtig & miljø**

Godt hver anden franskmand i Paris, der har planer om en udlandsferie, prioriterer natur, strand, kyst og hav ved valg af feriedestination.

Fire ud af 10 lægger vægt på, at de kan koble af i naturen samt vandring og længere gåture.

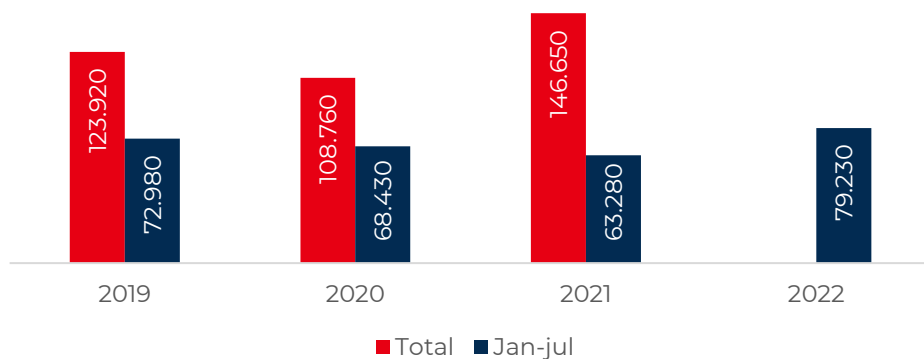
# STOR INTERESSE FOR RESTAURANTER I KØBENHAVN

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

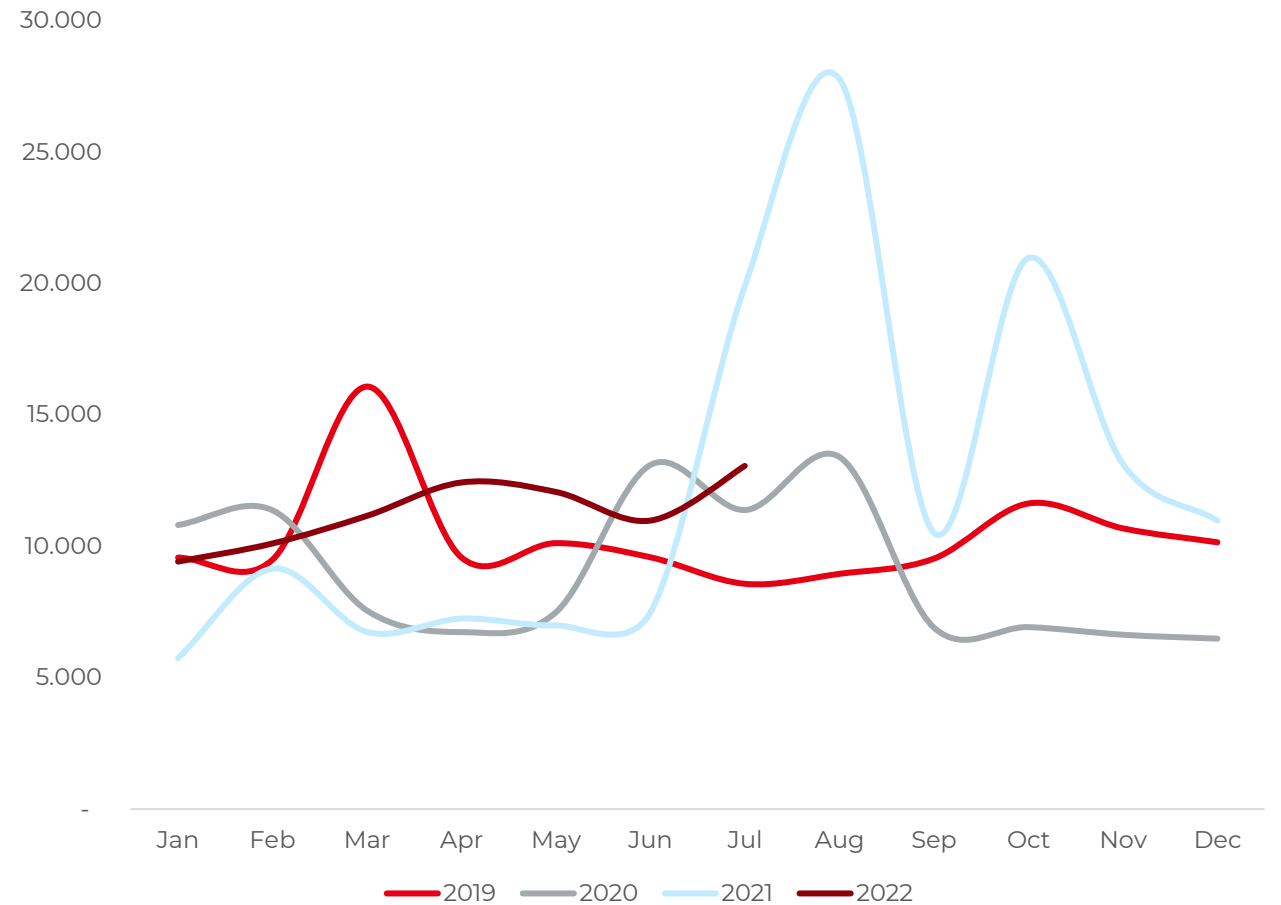
I 2021 ses der en tydelig stigning i søgevolumen henover sommeren. Stigningen skyldes især en stor interesse for Noma.

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

**Søgevolumen pr. år og halvår for søgninger om gastronomi**



**Månedlig søgevolumen om gastronomi**

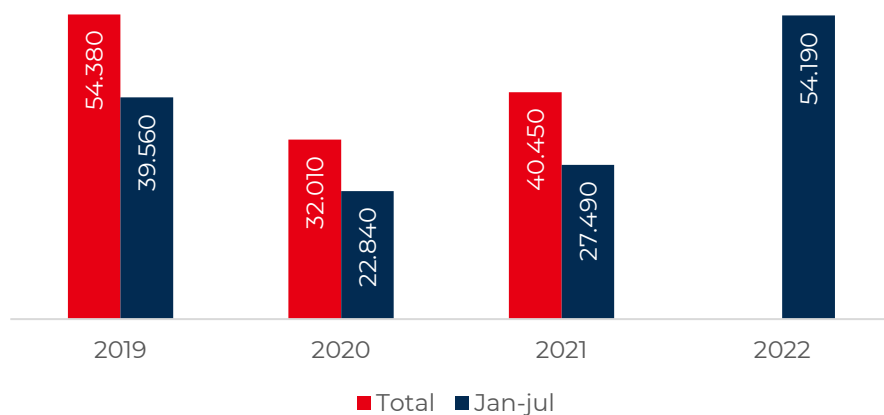


# FRANSKMÆND VISER ISÆR INTERESSE FOR CAMPING I DANMARK

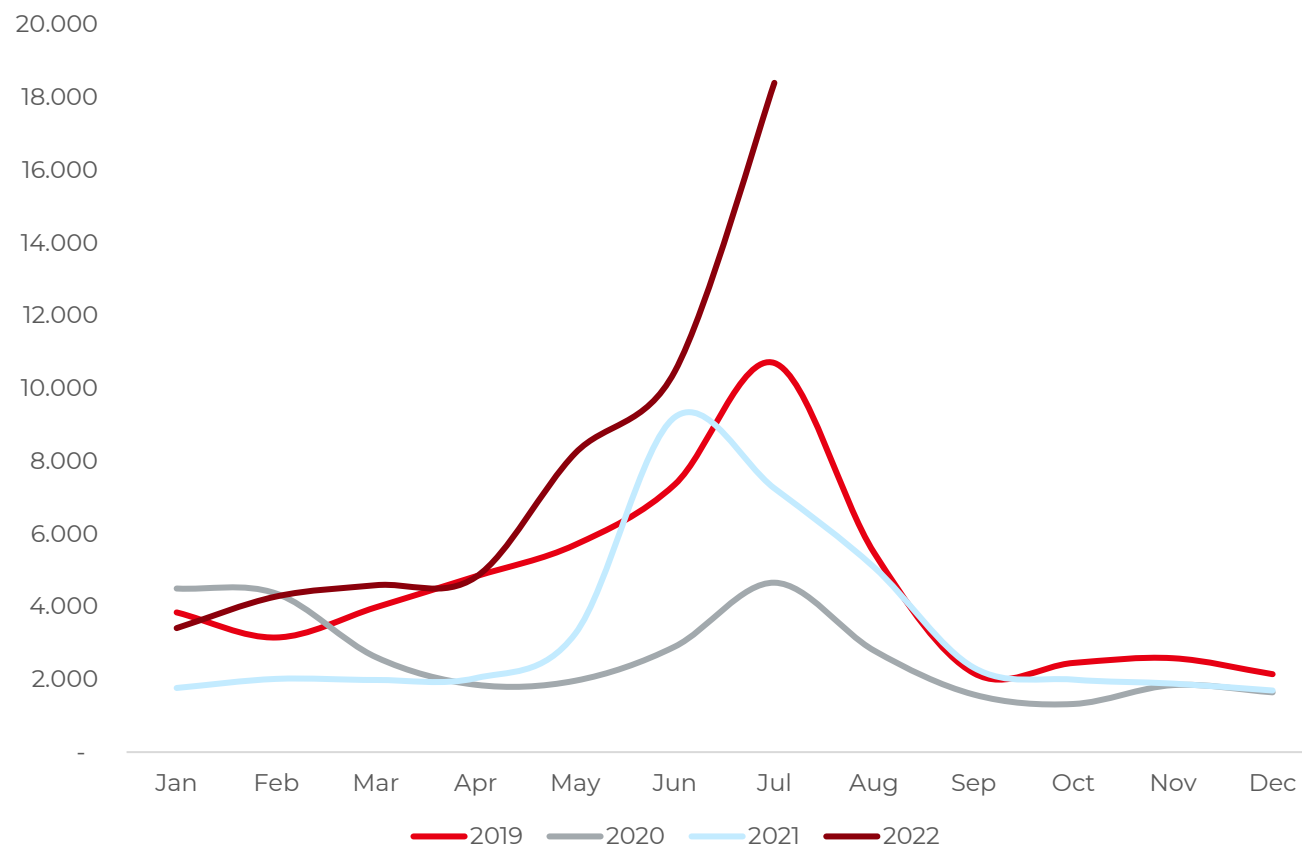
Søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark peaker om sommeren. Den tydelige stigning i søgevolumen i juli måned 2022 skyldes en stor interesse for camping i Danmark.

*Søgevolumen 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**



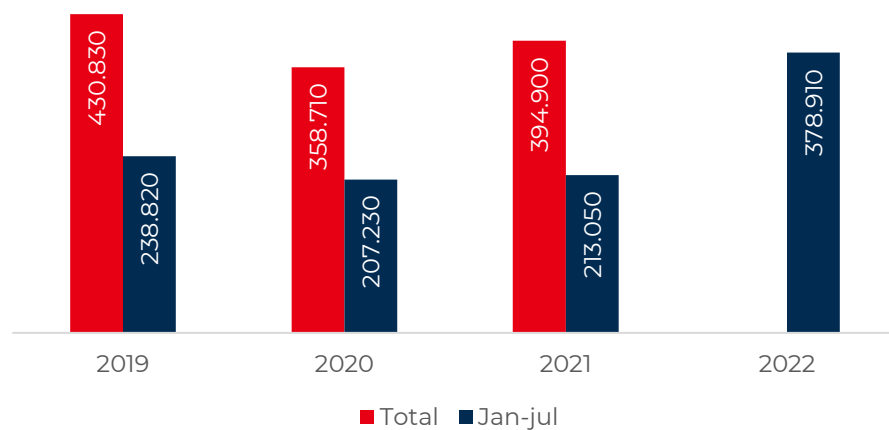


# STIGENDE INTERESSE FOR LEGOLAND

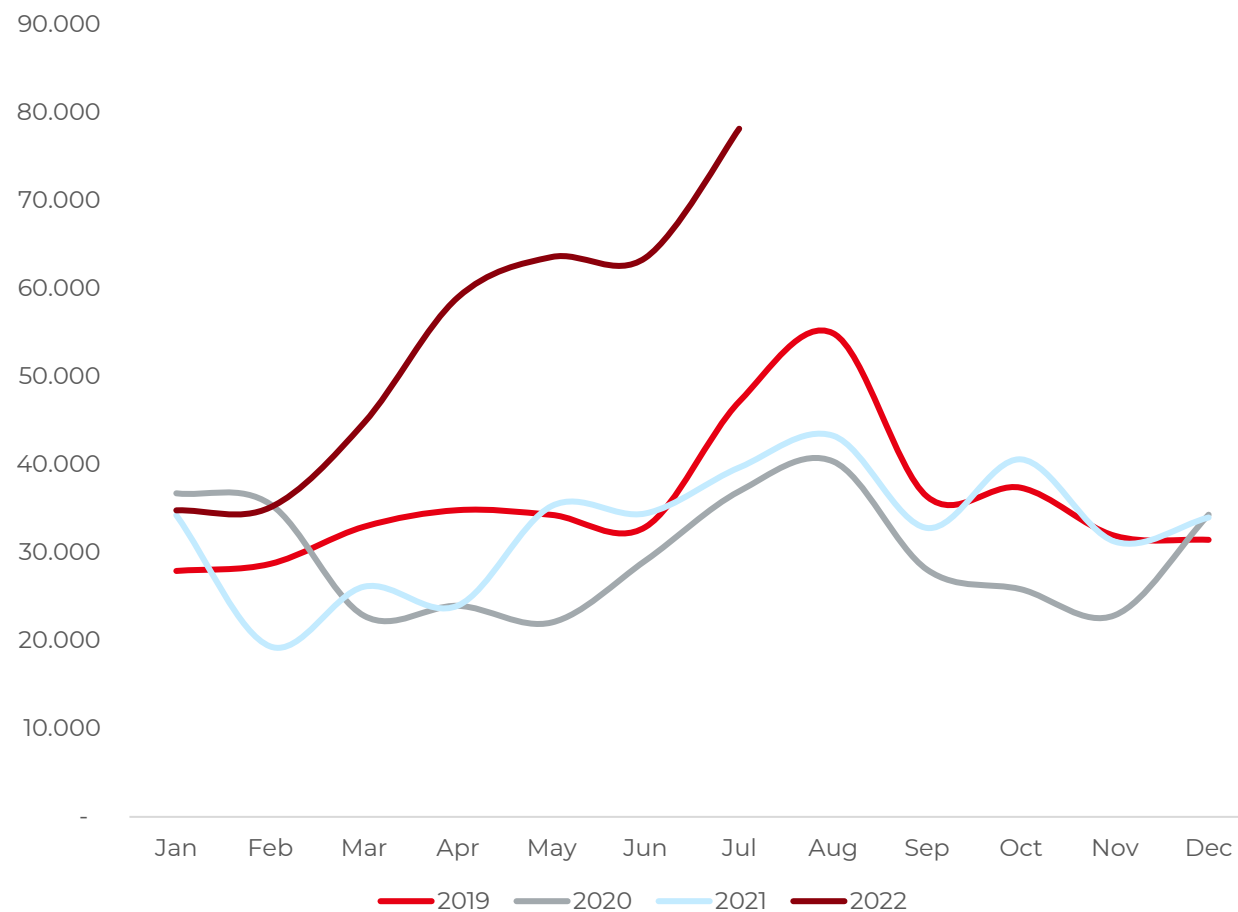
Der ses en stigende interesse efter danske attraktioner i 2022 (januar-juli), og søgevolumen er stort set på samme niveau som hele 2021.

Den store søgevolumen i 2022 skyldes især en stigende interesse for Legoland.

**Søgevolumen pr. år og halvår efter attraktioner i Danmark**

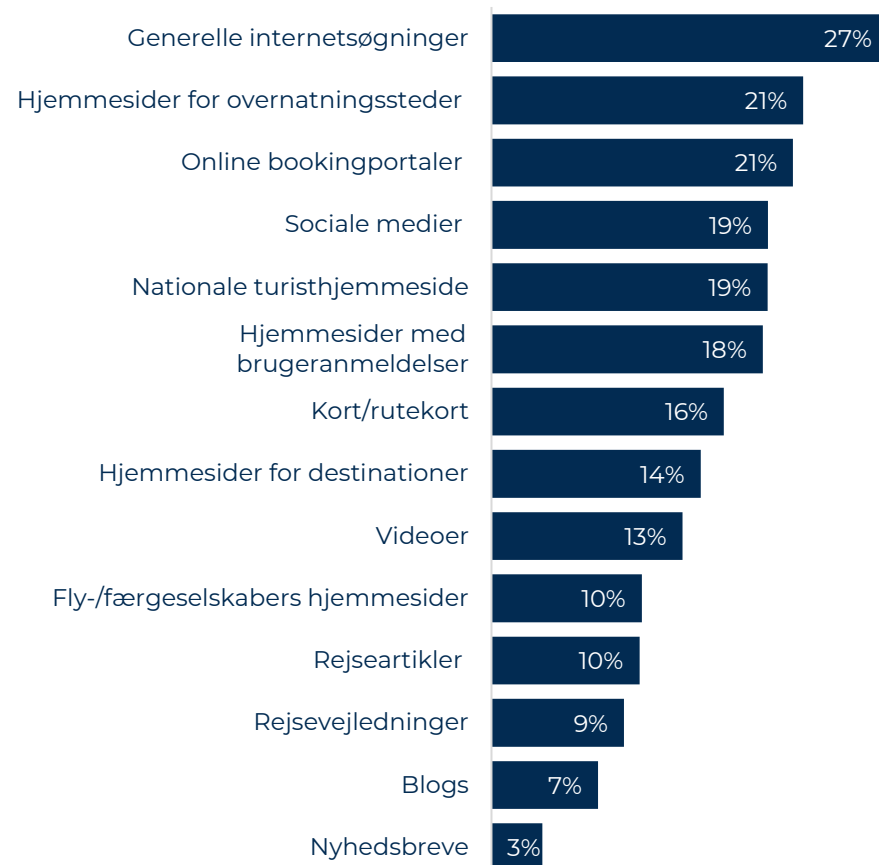


**Månedlig søgevolumen efter attraktioner i Danmark**



# SOCIALE MEDIER HAR BETYDNING FOR HVER FEMTE, NÅR DER SKAL VÆLGES FERIEDESTINATION

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



## Online inspirationskilder

Ni ud af 10 franskmænd i Paris siger, at de har benyttet en eller flere online inspirationskilder op til deres valg af feriedestination.

Knap tre ud af 10 benyttede internettet for at finde inspiration. Flere end hver femte besøgte hjemmesider for overnatningssteder og/eller bookingportaler, før de traf deres ferievalg.



# PERSONLIGE ANBEFALINGER HAR BETYDNING FOR FLERE END TRE UD AF 10 VED

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



## Øvrige inspirationskilder

Ni ud af 10 franskmand i Paris siger, at en eller flere af de listede inspirationskilder havde indflydelse på valg af feriedestination i forbindelse med den seneste ferie.

Knap fire ud af 10 fremhæver, at personlige anbefalinger fra venner og familie havde indflydelse på valg af destination for den seneste ferierejse.

Nederst på listen ligger rejsemesser med en andel på 11 pct.



# DANMARK SOM FERIEDESTINATION



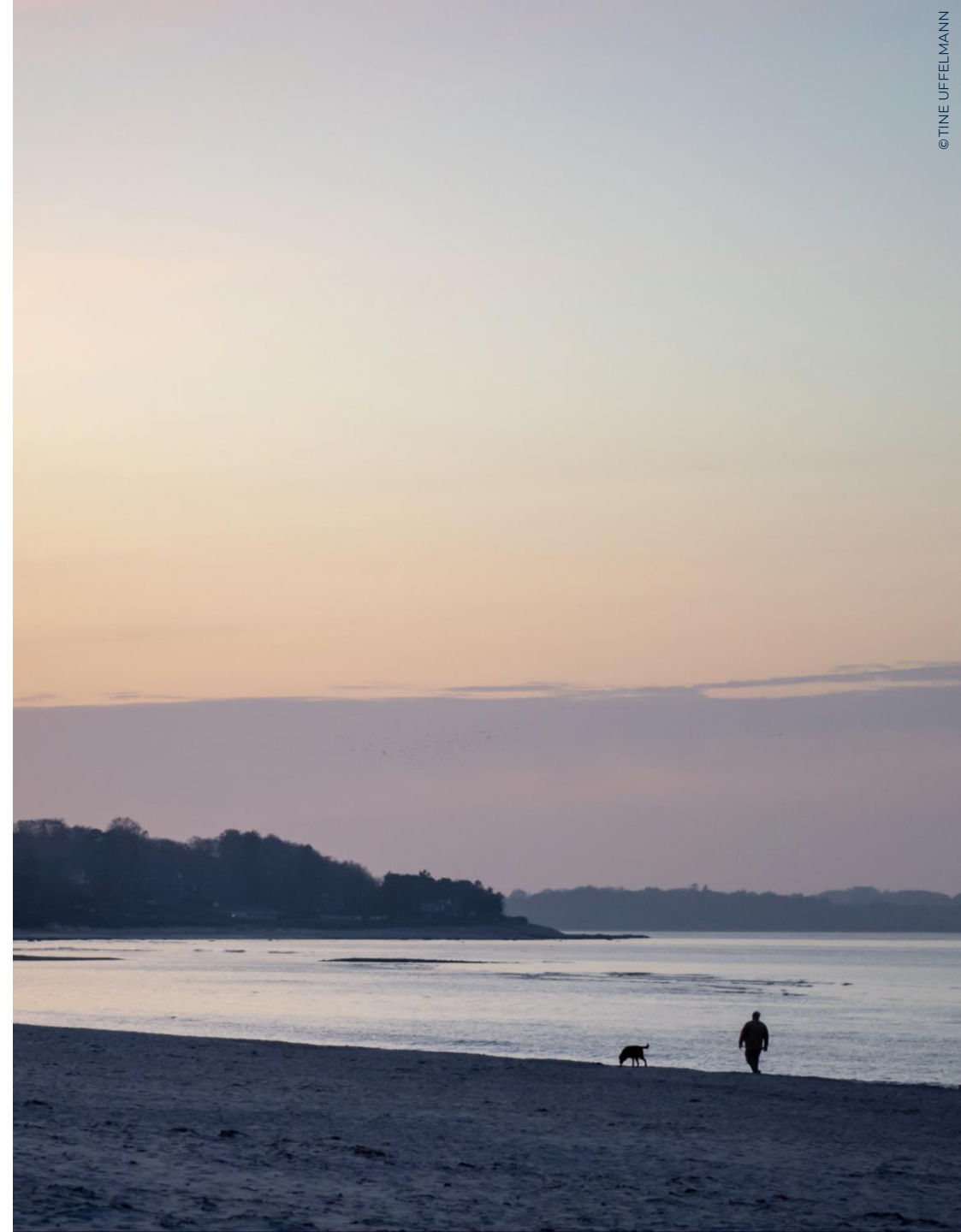
TISVILDELEJE STRAND





# KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

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

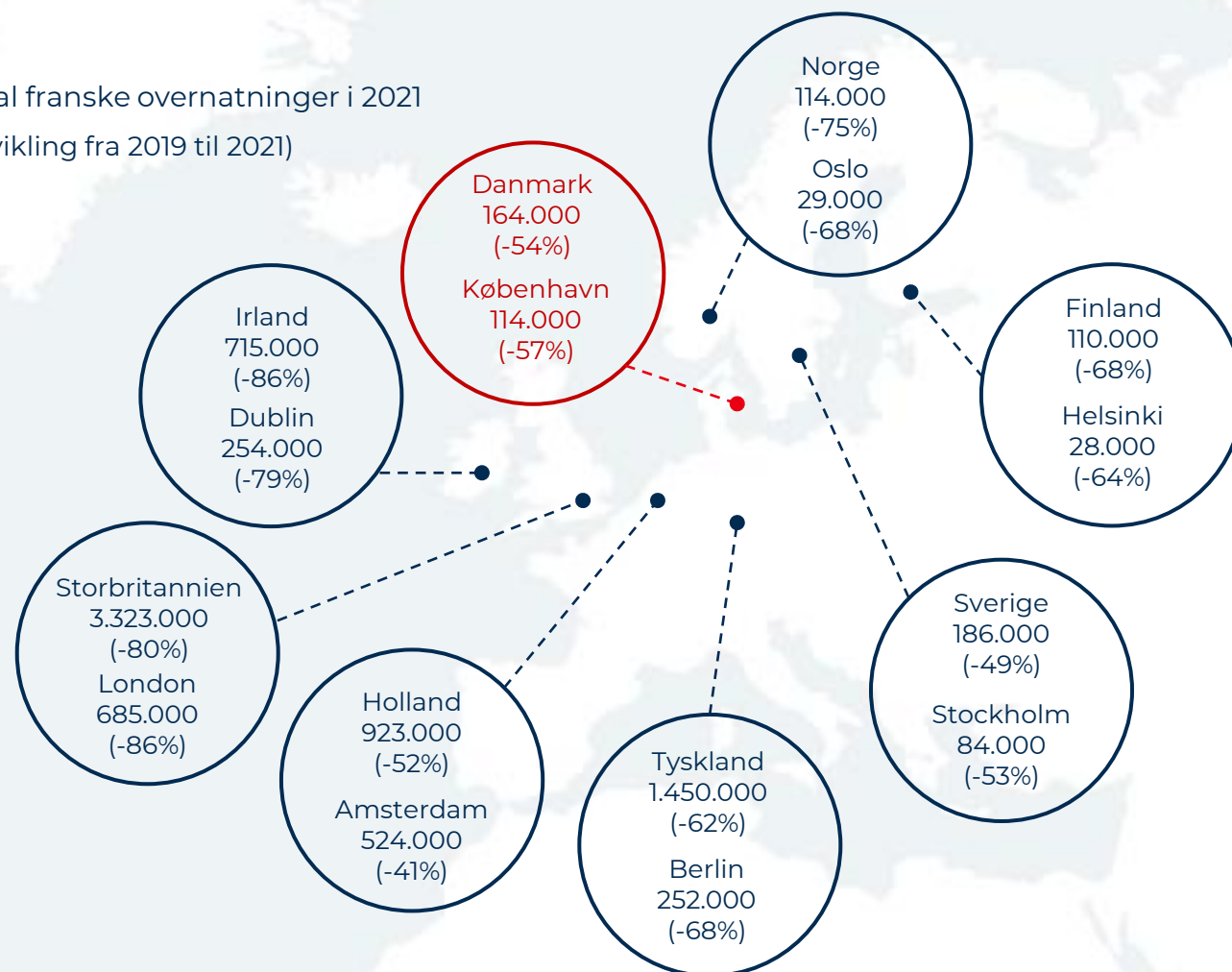




# DANMARK HAR KLARET SIG GODT

Antal franske overnatninger i 2021

(udvikling fra 2019 til 2021)



## Franske overnatninger i det nordeuropæiske konkurrencefelt

Danmark har en nordisk markedsandel af franske overnatninger på 29 pct. Kun Sverige tiltrækker flere franskmand (32 pct.). Antallet af franske overnatninger er faldet markant siden 2019, men sammenlignet med de øvrige nordiske lande er tilbagegangen i Danmark mindre.

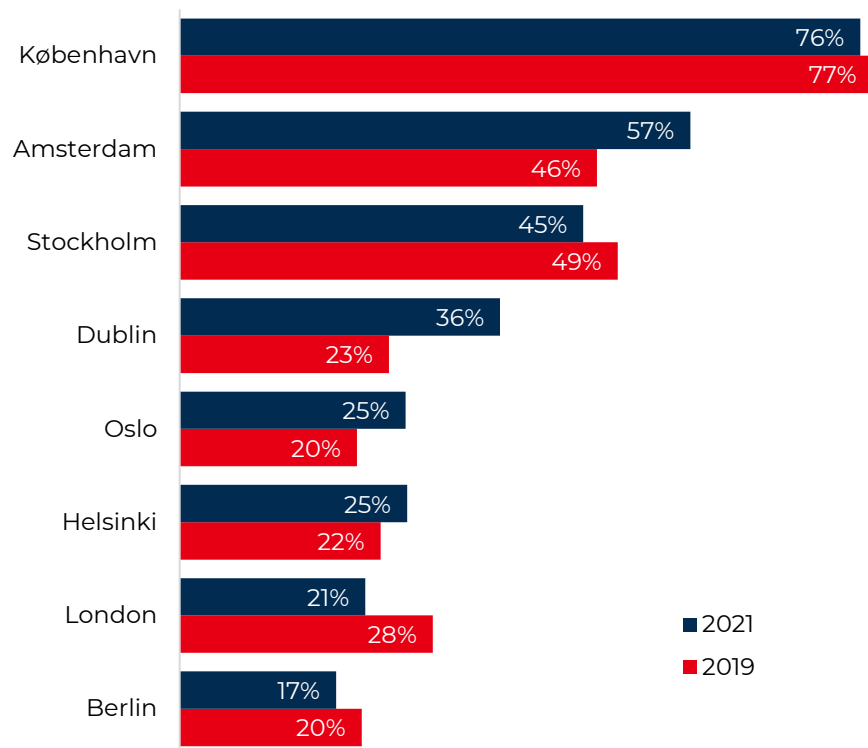
I 2021 stod København med 114.000 overnatninger for 44 pct. af alle de franske storbyovernatninger i Norden.

Ser man på hele det nordeuropæiske konkurrencefelt, har både Tyskland, Holland, Storbritannien og Irland markant flere franske overnatninger, og det samme gælder disse landes hovedstæder.

# KØBENHAVN STÅR FOR TRE FJERDEDELE AF ALLE FRANSKE OVERNATNINGER I DANMARK

## Franske overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder i 2019 og 2021

Andel af det samlede antal overnatninger i de respektive lande



## Overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder

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

København ligger med 76 pct. i 2021 og 77 pct. i 2019 helt i top. Til sammenligning er det i Sverige 45 pct. af de franske overnatninger, der i 2021 blev foretaget i Stockholm.

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

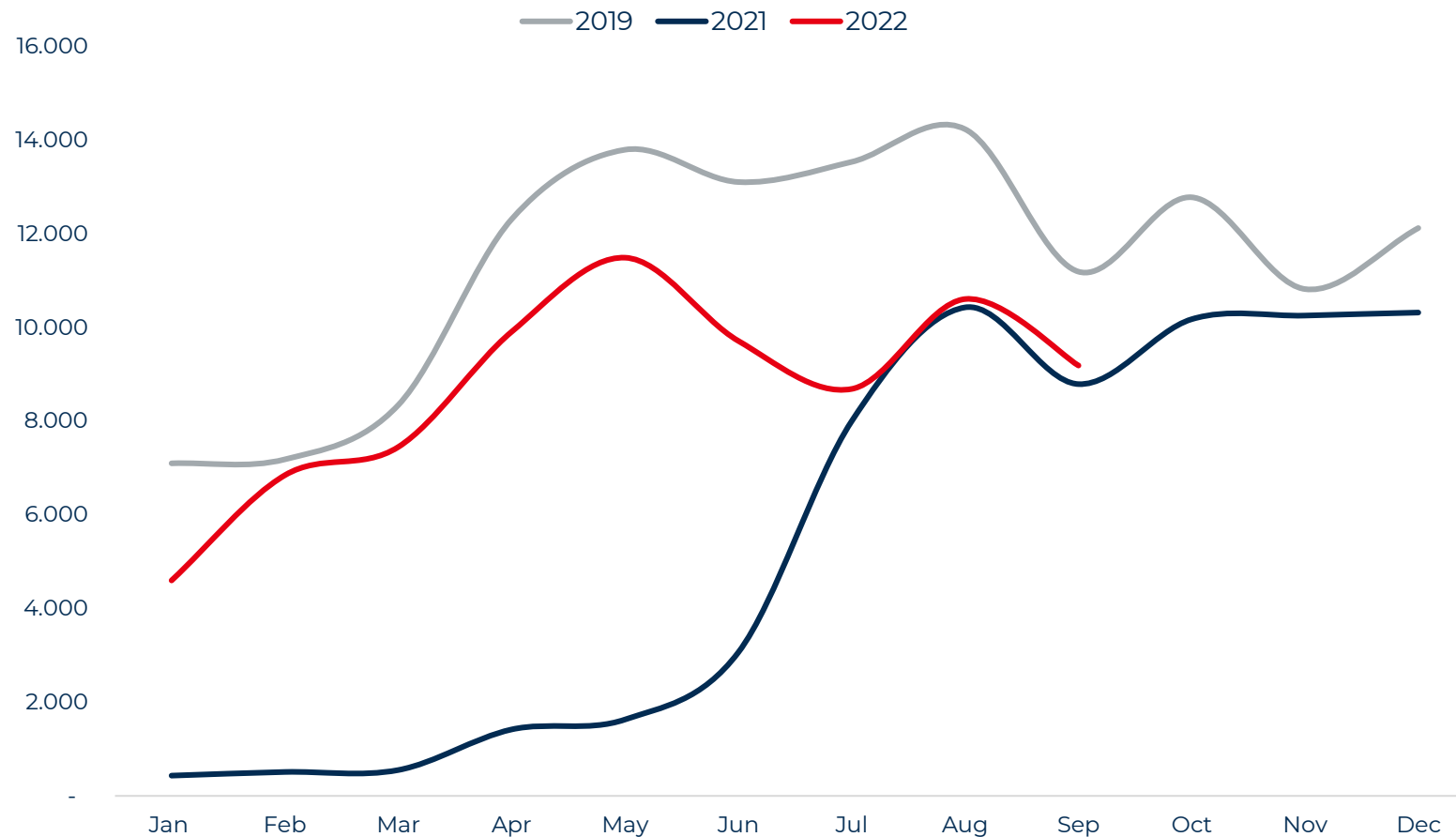
# PASSAGERANKOMSTER ER PÅ VEJ TIL NORMALT NIVEAU

Antal passagerankomster fra Frankrig til Danmark i 2021 er under niveauet i 2019.

Antallet af passagerankomster fra Frankrig steg markant i det sidste halvår af 2021 og nærmede sig 2019- niveauet.

I 2022 er antallet af ankomster stadig under niveauet for 2019.

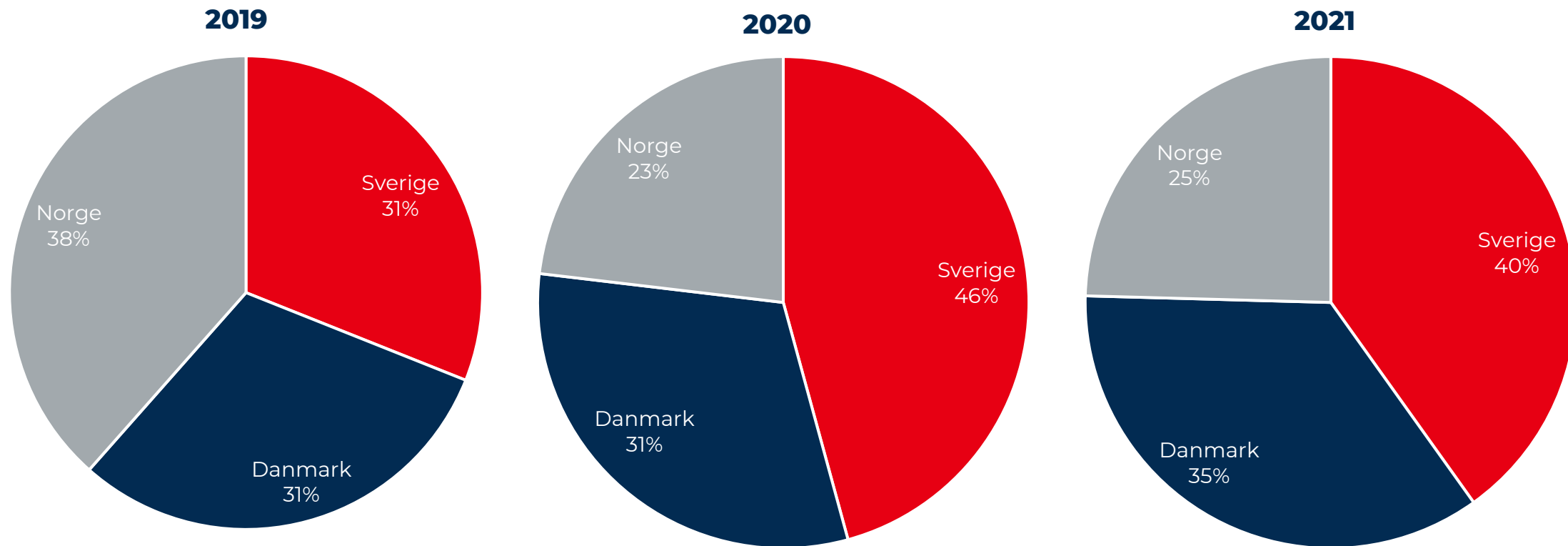
Passagerankomster fra Frankrig til Danmark





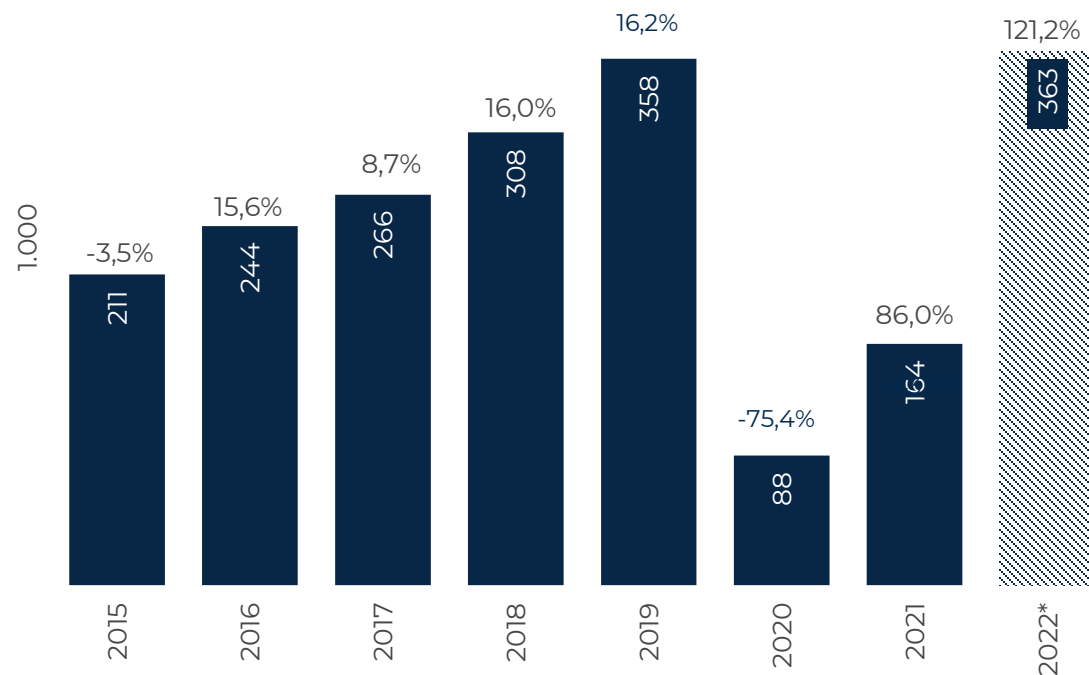
# DANMARK STÅR FOR OVER EN TREDJEDEL AF FRANSKMÆNDENES OVERNATNINGER I SKANDINAVIEN

Andelen af franske overnatninger



# FORVENTNINGER OM FLERE OVERNATNINGER I 2022

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



## Antal franske overnatninger i Danmark

Antallet af franske overnatninger lå i 2020 og 2021 markant under niveauet de tidligere år.

I 2022 forventes rekord i antallet af overnatninger.

I perioden januar til august 2022 lå antallet af franske overnatninger i Danmark 316 pct. over niveauet i den samme periode året før. Niveauet for hele 2022 forventes at nå op over niveauet i 2019.

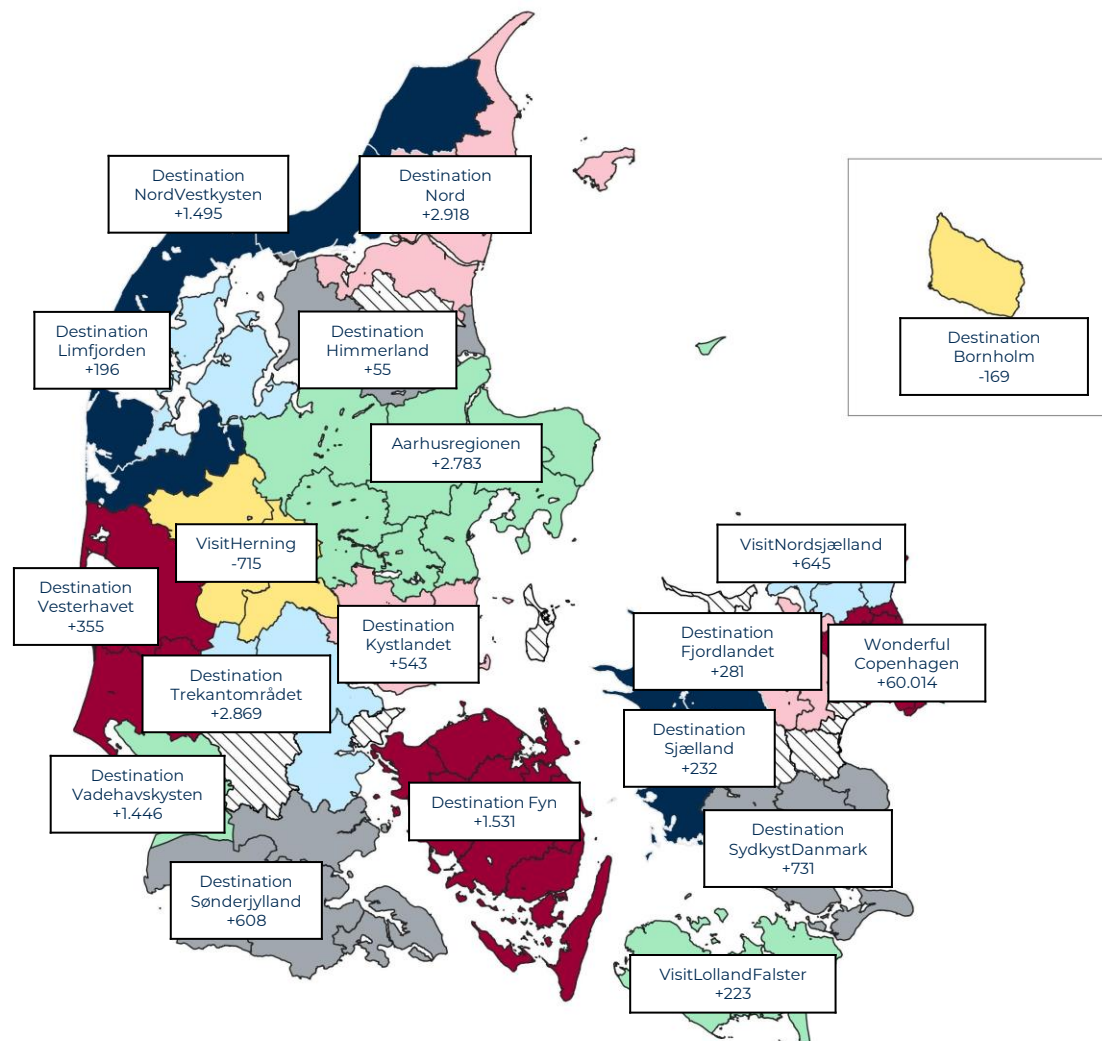
Gns. årlig vækst  
2015-2019: +14,1%  
2015-2021: -4,1%

# FLERE OVERNATNINGER I 17 UD AF 19 DANSKE DESTINATIONSSKABER

## Franske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2021	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2020
<b>Wonderful Copenhagen</b>	125.906	-54,9%	91,1%
<b>Aarhusregionen</b>	6.466	-49,7%	75,6%
<b>Destination Trekantområdet</b>	5.919	-58,9%	94,1%
<b>Destination Nord</b>	4.399	-35,0%	197,0%
<b>Destination Fyn</b>	3.821	-53,6%	66,9%
<b>Destination NordVestkysten</b>	3.491	-28,6%	74,9%
<b>Destination Vadehavskysten</b>	3.149	-28,8%	84,9%
<b>Destination Sønderjylland</b>	1.743	-62,7%	53,6%
<b>Destination Kystlandet</b>	1.401	-31,4%	63,3%
<b>Destination SydvestDanmark</b>	1.311	-46,6%	126,0%
<b>VisitNordsjælland</b>	1.162	-39,4%	124,8%
<b>VisitHerning</b>	873	-52,0%	-45,0%
<b>Destination Fjordlandet</b>	785	-75,8%	55,8%
<b>Destination Vesterhavet</b>	761	-58,4%	87,4%
<b>Destination Sjælland</b>	666	-56,8%	53,5%
<b>VisitLollandFalster</b>	493	-67,8%	82,6%
<b>Destination Limfjorden</b>	394	-48,6%	99,0%
<b>Destination Bornholm</b>	362	-65,5%	-31,8%
<b>Destination Himmerland</b>	178	-22,6%	44,7%

## Udvikling i antal franske overnatninger fra 2020 til 2021





# FRANSKMÆNDENE REJSER IGEN TIL DANMARK

## Franske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

År til dato (januar-august)	Antal overnatninger jan-aug 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
<b>Wonderful Copenhagen</b>	185.335	-0,6%	233,6%
<b>Destination Trekantområdet</b>	13.081	10,3%	216,5%
<b>Aarhusregionen</b>	10.125	-2,8%	172,5%
<b>Destination Fyn</b>	9.107	30,7%	226,1%
<b>Destination Nord</b>	8.779	53,3%	215,1%
<b>Destination NordVestkysten</b>	7.706	73,0%	168,9%
<b>Destination Vadehavskysten</b>	5.520	47,8%	204,0%
<b>Destination Sønderjylland</b>	4.178	5,6%	264,6%
<b>Destination SydkystDanmark</b>	3.140	38,8%	167,9%
<b>VisitNordsjælland</b>	2.322	35,9%	150,8%
<b>Destination Fjordlandet</b>	2.315	-18,0%	268,6%
<b>Destination Vesterhavet</b>	2.203	77,5%	285,1%
<b>VisitLollandFalster</b>	1.779	24,7%	328,7%
<b>Destination Kystlandet</b>	1.699	7,9%	116,4%
<b>VisitHerning</b>	1.649	36,2%	522,3%
<b>Destination Sjælland</b>	1.166	-4,5%	138,4%
<b>Destination Bornholm</b>	1.008	1,1%	196,5%
<b>Destination Limfjorden</b>	609	-1,0%	195,6%
<b>Destination Himmerland</b>	460	127,7%	280,2%

## Franske overnatninger ÅTD (januar-august)

Antallet af franske overnatninger i Danmark i perioden januar – august 2022 ligger 5 pct. over niveauet i den tilsvarende periode i 2019.

Der har været en positiv udvikling i 14 af 19 destinationer. Undtagelserne er Wonderful Copenhagen (-0,6 pct.), Aarhusregionen (-2,8 pct.), Destination Fjordlandet (-18,0 pct.), Destination Sjælland (-4,5 pct.) og Destination Limfjorden (-1,0 pct.).

# FLERE FRANSKE OVERNATNINGER I 2021 END I 2020, MEN UNDER NIVEAUET I 2019

	Franske overnatninger 2021 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2021	Udvikling fra 2020 til 2021
Frankrig	1.147.203	-14,4%	49,8%
Europa	43.945	-55,0%	30,0%
Øvrige udland	42.841	-69,9%	1,7%
I alt	1.233.989	-21,9%	46,6%
1. Spanien	13.775	-47,8%	50,1%
2. Italien	6.831	-50,6%	13,0%
3. Grækenland	4.597	-26,0%	122,1%
4. Storbritannien	3.323	-80,5%	-37,4%
5. Portugal	2.470	-52,2%	62,9%
6. Tyskland	1.450	-62,3%	6,7%
7. Kroatien	1.304	-41,5%	147,1%
8. Belgien	1.203	-57,3%	26,0%
9. Malta	1.103	-37,6%	72,6%
10. Østrig	1.044	-42,3%	-7,2%
11. Schweiz	989	-22,6%	24,3%
12. Holland	923	-51,9%	19,6%
13. Tyrkiet	766	-29,0%	99,4%
14. Irland	715	-86,1%	-39,5%
15. Montenegro	329	-15,4%	435,3%
16. Armenien	325	-25,8%	172,7%
17. Island	270	-39,3%	80,1%
22. Sverige	185	-49,3%	42,5%
<b>24. Danmark</b>	<b>164</b>	<b>-54,2%</b>	<b>86,0%</b>
28. Norge	114	-74,7%	74,3%

Danmark ligger #24 på listen over franskmændenes mest besøgte rejsemål

# DANMARK ER I KONKURRENCE MED EN RÆKKE EUROPÆISKE LANDE

## Danmarks europæiske konkurrentfeltet

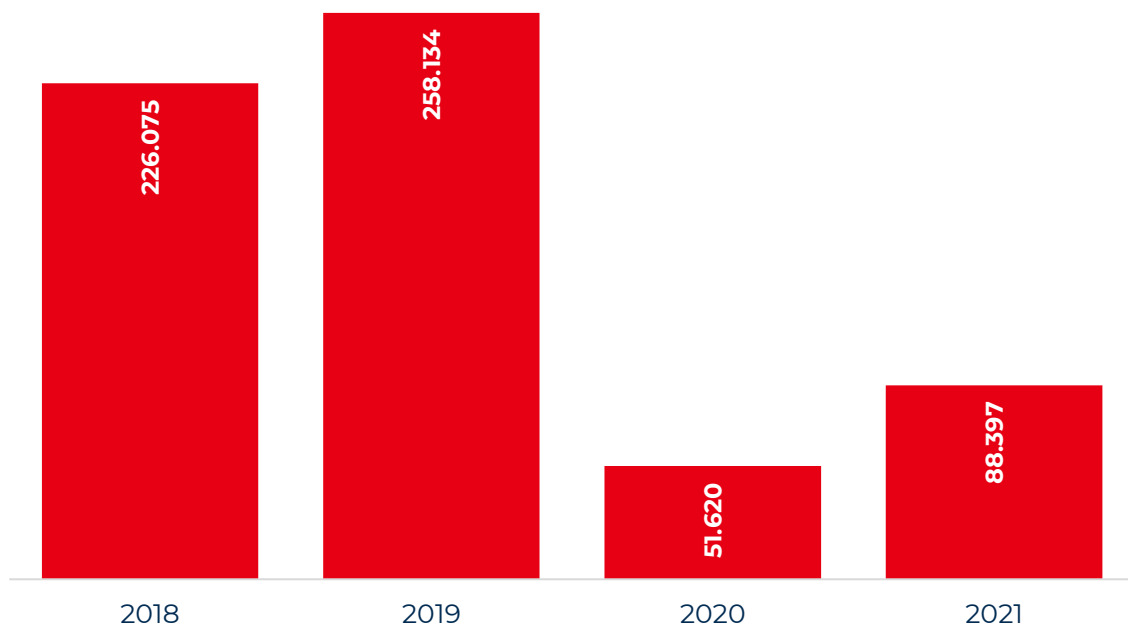
Danmarks andel af europæiske overnatninger ligger i 2021 højere end i 2020, men er på samme niveau i 2019.

	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2020	Andel af europæiske overnatninger 2021
1. Spanien	27,1%	27,1%	31,3%
2. Italien	14,2%	17,9%	15,5%
3. Grækenland	6,4%	6,1%	10,5%
4. Storbritannien	17,4%	15,7%	7,6%
5. Portugal	5,3%	4,5%	5,6%
6. Tyskland	3,9%	4,0%	3,3%
7. Kroatien	2,3%	1,6%	3,0%
8. Belgien	2,9%	2,8%	2,7%
9. Malta	1,8%	1,9%	2,5%
10. Østrig	1,9%	3,3%	2,4%
11. Schweiz	1,3%	2,4%	2,3%
12. Holland	2,0%	2,3%	2,1%
13. Tyrkiet	1,1%	1,1%	1,7%
14. Irland	5,3%	3,5%	1,6%
15. Montenegro	0,4%	0,2%	0,7%
16. Armenien	0,4%	0,4%	0,7%
17. Island	0,5%	0,4%	0,6%
22. Sverige	0,4%	0,4%	0,4%
<b>24. Danmark</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,4%</b>
28. Norge	0,5%	0,2%	0,3%



# FLERE FRANSKE OVERNATNINGER BOOKET VIA BOOKINGPLATFORME I 2021 END I 2020

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



## Franske overnatninger via bookingplatforme

Antallet af overnatninger booket via online bookingplatforme steg fra 2018 til 2019. I 2019 lå antallet af franske overnatninger booket gennem bookingplatforme på godt 258.000.

Udviklingen fra 2019 til 2020 viser et faldt på 80 pct. i antallet af overnatninger booket gennem bookingplatforme, mens antallet af overnatninger steg fra 2020 til 2021 med 71 pct. En lignende udvikling ses i de overordnede franske overnatningstal på kommercielle indkvarteringsformer.

Ses på, hvor stor en andel overnatninger booket via online bookingplatforme udgør af det samlede antal overnatninger i Danmark<sup>1</sup>, er andelen faldet fra 2019 til 2022. I 2019 lå andelen på 42 pct., i 2020 lå den på 37 pct., og i 2022 lå de på 35 pct.

# FLEST FRANSKE OVERNATNINGER I AUGUST

## Franske overnatninger fordelt over året

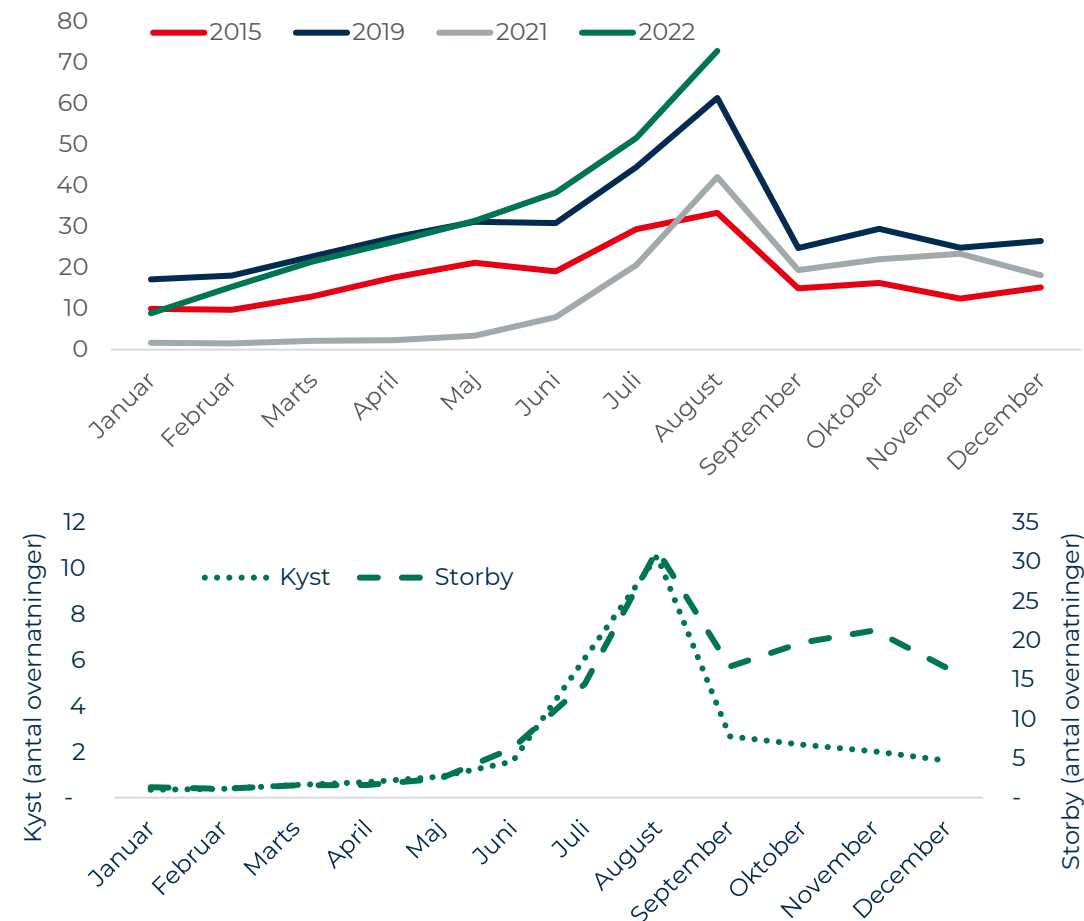
Fra 2015 til 2019 steg antallet af franske overnatninger i Danmark med 69 pct. Stigningen fandt især sted i vintersæsonen.

Fra 2019 til 2021 er antallet af franske overnatninger i Danmark mere end halveret. Fra 2020 til 2021 steg antallet dog markant med 86 pct. Sommeren 2022 overstiger niveauet de tidligere år.

	2015	2019	2021	2015	2019	2021
	Antal (1.000)			Indeks (2019=100)		
<b>Høj</b>	63	106	63	59	100	59
<b>Skulder</b>	102	166	57	61	100	34
<b>Vinter</b>	47	86	45	55	100	52
<b>I alt</b>	<b>211</b>	<b>358</b>	<b>164</b>	<b>59</b>	<b>100</b>	<b>46</b>

Overnatningsmønstret blandt franskmænd på storby- og kyst-/naturferie i Danmark er ganske ens dog mere relativt flere storbyovernatninger i efterårsmånederne.

## Franske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



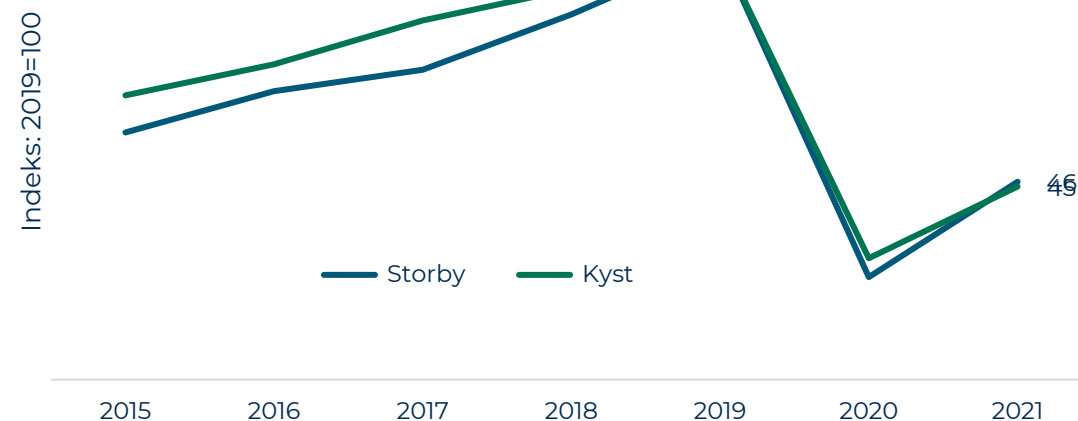
# FREMGANG I FRANSKE OVERNATNINGER I BÅDE STORBY OG KYST- OG NATURDANMARK

## Franske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Kyst-/naturdanmark*	66	19	30	-71,8%	+59,2%
De fire storbyer*	292	70	134	-76,2%	+93,2%
<b>I alt*</b>	<b>358</b>	<b>88</b>	<b>164</b>	<b>-75,4%</b>	<b>+86,0%</b>

År-til-dato (januar-august)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Kyst-/naturdanmark*	56	21	66	+17,4%	+213,7%
De fire storbyer*	196	60	199	+1,6%	+230,9%
<b>I alt*</b>	<b>253</b>	<b>81</b>	<b>266</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+226,4%</b>

## 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.

# NI UD AF 10 FRANSKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

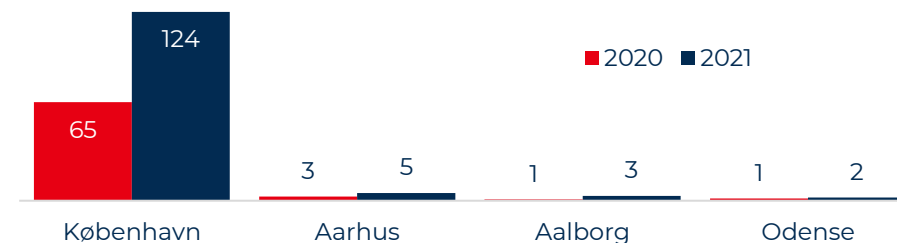
## Overnatninger i alt i de fire storbyer\*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.585	68%	
Udlandet	2.611	32%	
Tyskland	553	7%	21%
Sverige	304	4%	12%
Norge	187	2%	7%
USA	159	2%	6%
Holland	156	2%	6%
Storbritannien	145	2%	6%
<b>Frankrig</b>	<b>134</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>
Italien	129	2%	5%
Indien	15	0%	1%
Kina	13	0%	1%
Udlandet i øvrigt	815	10%	31%
I alt	8.196	100%	100%

## Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	3.612	950	683	340
Udlandet	2.161	149	231	69
Tyskland	365	51	124	12
Sverige	274	12	11	7
USA	148	6	2	3
Norge	135	12	36	4
Storbritannien	127	8	6	4
<b>Frankrig</b>	<b>124</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
Holland	121	12	12	10
Italien	119	4	3	4
Indien	13	1	0	0
Kina	12	0	0	0
Øvrige udland	723	37	33	22
Talt	5.774	1.099	915	409

## Udvikling i franske storbyovernatninger (1.000)

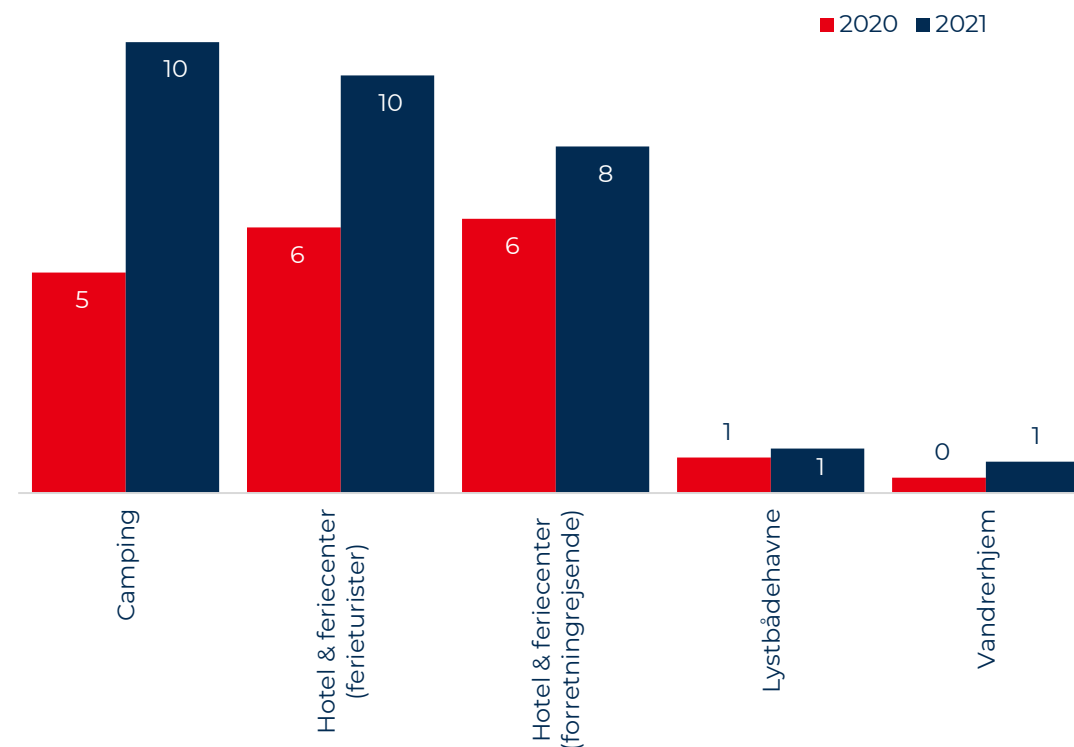




# FRANSKMÆND OVERNATTER BÅDE PÅ HOTEL OG CAMPING I KYST- OG NATURDANMARK

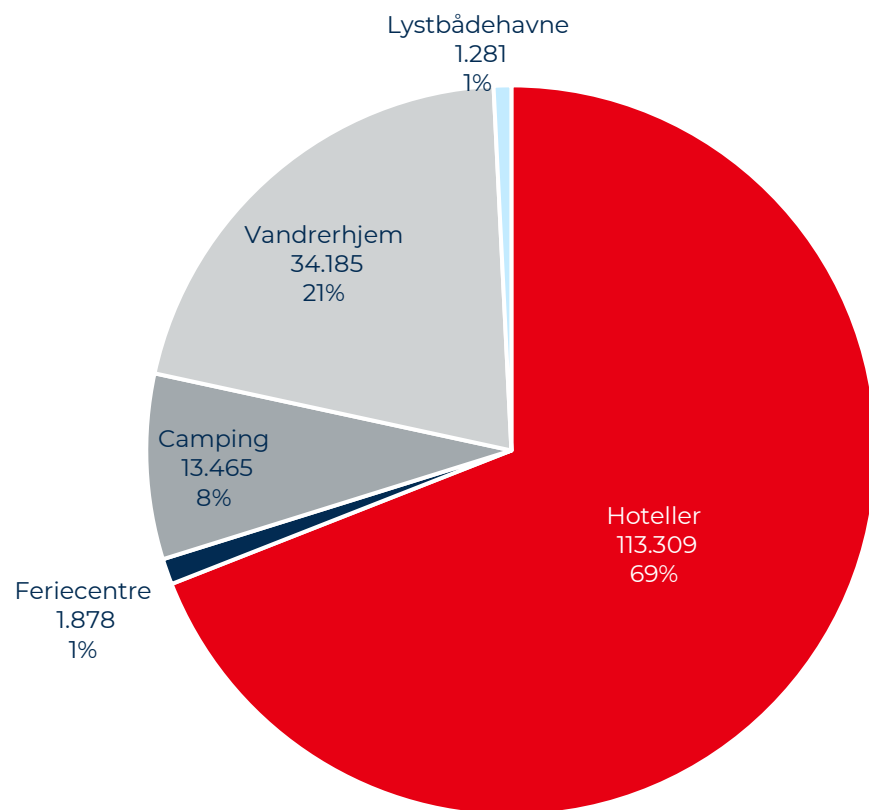
	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	28.748	66%	
Udlandet	14.534	34%	
<hr/>			
Tyskland	12.625	29%	87%
Holland	562	1%	4%
Sverige	300	1%	2%
Norge	225	1%	2%
Storbritannien	64	0%	0%
USA	40	0%	0%
Italien	32	0%	0%
<b>Frankrig</b>	<b>30</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
Indien	3	0%	0%
Kina	1	0%	0%
Udlandet i øvrigt	651	2%	4%
<hr/>			
I alt	43.282	100%	100%

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

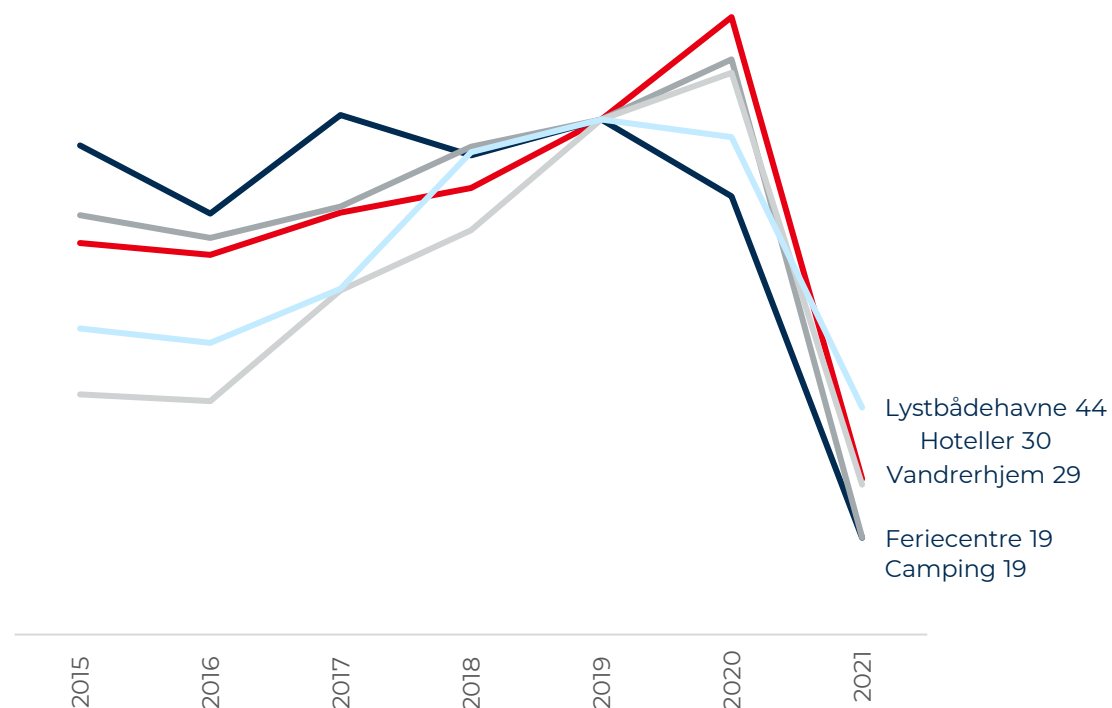


# HOVEDPARTEN AF DE FRANSKE OVERNATNINGER FINDER STED PÅ HOTEL

## Franske overnatninger i Danmark 2021



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

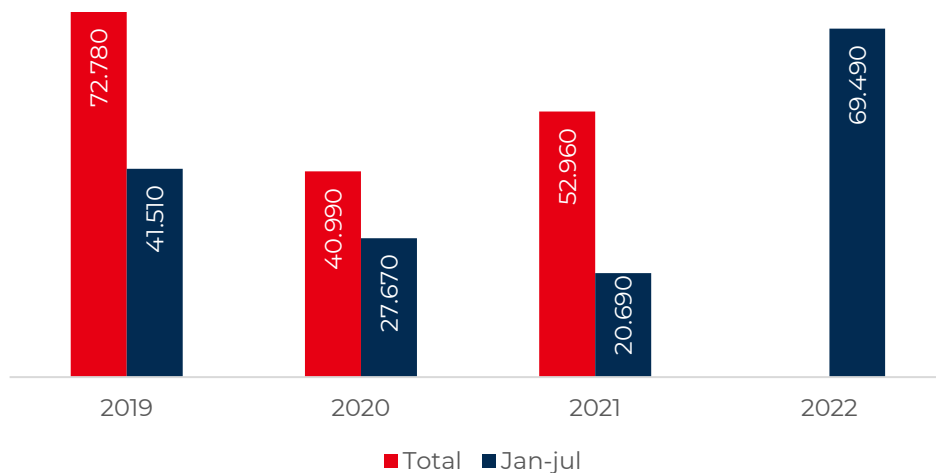


# FRANSKMÆND SØGER MOD KØBENHAVN

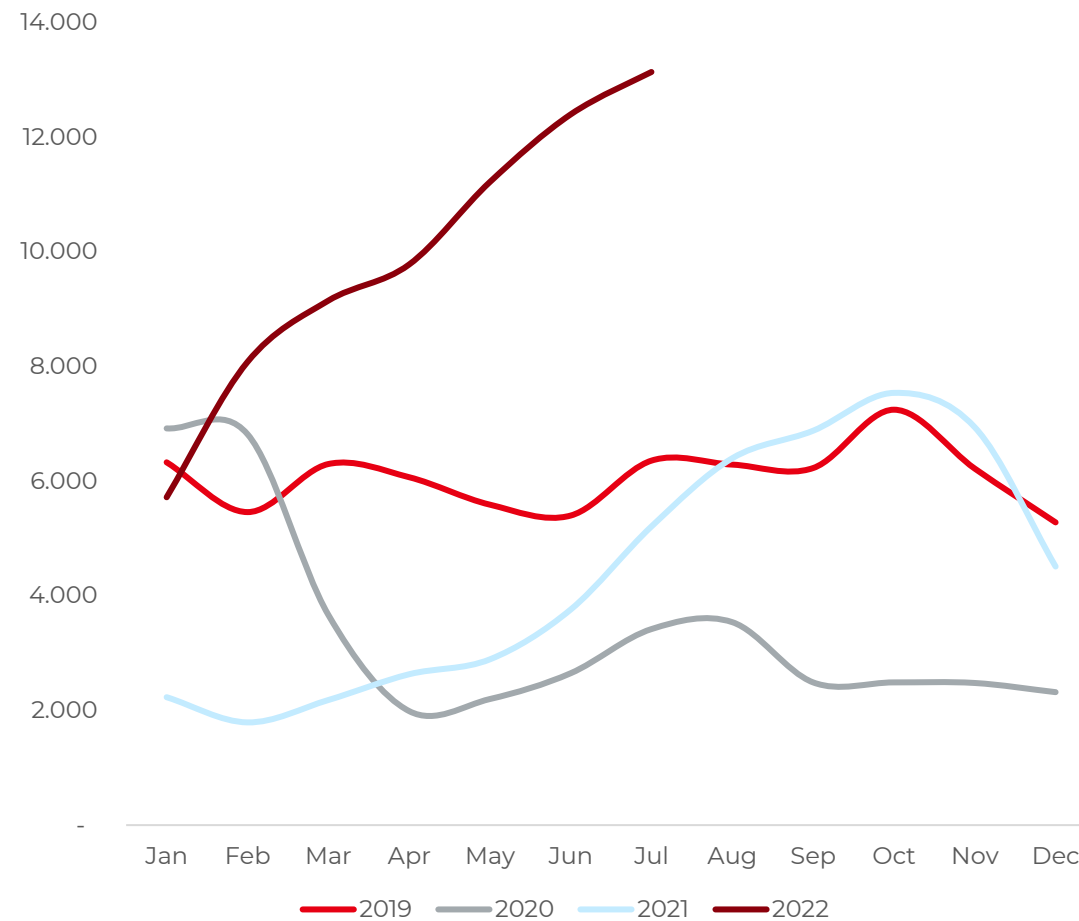
Udviklingen i søgemønsteret for franske hotel-søgninger, følger meget tydelig udviklingen i pandemien de seneste år.

Den største efterspørgsel er meget målrettet hoteller i København, både i form af generelle søgninger, men også for søgninger på konkrete hoteller.

**Søgevolumen for hoteller i Danmark  
pr. år og halvår**



**Månedlige søgninger efter hoteller i Danmark**





# 2 PCT. AF DEN UDENLANDSKE TURISME-OMSÆTNING I 2020 KOM FRA FRANSKE TURISTER

Marked	Turisme-omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme-omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2020
I alt	139.174	103.735		
Danmark	77.691	76.734		
Udland	61.483	27.001		
Tyskland	17.093	12.525	28%	46%
Sverige	7.477	3.033	12%	11%
Norge	8.373	2.670	14%	10%
Storbritannien	3.587	1.122	6%	4%
USA	4.353	855	7%	3%
Holland	2.169	766	4%	3%
<b>Frankrig</b>	<b>1.696</b>	<b>500</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>
Italien	1.155	313	2%	1%
Polen	621	312	1%	1%
Australien	721	291	1%	1%
Schweiz	848	275	1%	1%
Spanien	834	210	1%	1%
Belgien og Luxembourg	669	179	1%	1%
Kina	1.117	126	2%	0%
Østrig	247	111	0%	0%
Finland	610	110	1%	0%
Rusland	322	97	1%	0%
Indien	347	78	1%	0%
Irland	247	76	0%	0%
Grækenland	187	62	0%	0%
Canada	384	47	1%	0%
Portugal	254	45	0%	0%
Japan	426	42	1%	0%
Brasilien	257	34	0%	0%
Sydkorea	189	21	0%	0%
Øvrige markeder	1.503	3.093	11%	11%

Frankrig	Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2020
<b>Besøg m. betalt overnatning</b>				
Hotel – ferie	510	133	30%	27%
Hotel – forretning	305	96	18%	19%
Feriecenter	3	1	0%	0%
Camping	104	21	6%	4%
Vandrerhjem	72	19	4%	4%
Lejet feriehus	-	-	0%	0%
Lystbåd	2	1	0%	0%
Lejet helårsbolig	484	93	29%	19%
Andre	9	-	1%	0%
<b>I alt</b>	<b>1.489</b>	<b>364</b>	<b>88%</b>	<b>73%</b>
<b>Besøg u. betalt overnatning</b>				
<b>I alt</b>	<b>207</b>	<b>137</b>	<b>12%</b>	<b>27%</b>

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

Følg os på LinkedIn – VisitDenmarks Videncenter