

EMBARGO JUSQU'AU 9 juin 2026 – 9 h 00

Copenhague étend CopenPay à l'année et internationalise son programme de récompenses touristiques

Le programme de récompenses touristiques de Copenhague sera lancé le 22 juin sous la forme d'une plateforme permanente, accessible toute l'année, permettant aux visiteurs de gagner des récompenses pour leurs actions positives, tandis que des destinations à travers l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Australie adoptent ce concept.



Photo Credits: Visit Copenhagen

Enfourchez un vélo pour gagner une tasse de café. Ramassez des déchets et profitez d'une balade en kayak gratuite. Arrivez en train et offrez-vous une séance de sauna. **CopenPay revient cet été, sans date de fin prévue, et ce programme de récompenses touristiques très apprécié est de retour pour changer la façon dont les touristes explorent Copenhague, en remplaçant les visites touristiques traditionnelles par des actions positives.**

« À une époque où les touristes du monde entier sont souvent la cible de critiques, CopenPay, à Copenhague, offre aux touristes une nouvelle façon de s'impliquer de manière positive dans la ville », explique Rikke Holm Petersen, directrice du

comportement chez Wonderful Copenhagen. « L'inspiration et la contribution semblent être les nouveaux souvenirs ».

Selon une enquête de Booking.com (2025), 69 % des touristes souhaitent faire quelque chose de positif pour la destination qu'ils visitent¹, et plus de 30 000 touristes ont déjà participé aux activités de CopenPay. L'initiative a reçu une **reconnaissance mondiale**, notamment en étant **désignée comme l'une des meilleures inventions au monde** par le magazine *TIME* en 2025, tandis que la **Commission européenne** l'a mise en avant comme « **une voie de transition pour le tourisme** ».

« CopenPay est un conte de fées des temps modernes », déclare Rikke Holm Petersen. « Une idée un peu folle : que les touristes consacrent une partie de leurs précieuses vacances à faire quelque chose de bien pour la ville – comme ramasser des déchets – en échange d'expériences. Et tout comme dans un conte de fées, l'idée s'est avérée ne pas être si folle que ça, après tout ».

Nouvelle étude : les touristes ne sont pas motivés par les récompenses, mais par l'expérience

Une nouvelle étude sur le comportement des visiteurs, réalisée par l'agence d'analyse Maple, révèle un constat surprenant : **les touristes sont davantage motivés par les actions positives qu'ils entreprennent que par les récompenses qu'ils reçoivent.**

Seuls 23 % déclarent être motivés par la récompense en soi. En revanche, près de la moitié (**48 %**) affirment que leur principale motivation est la possibilité de vivre une expérience unique, enrichissante et instructive. De plus, sept participants sur dix déclarent avoir changé leurs habitudes une fois rentrés chez eux.

Cette conclusion remet en question les idées reçues sur le changement de comportement dans le secteur du tourisme. Ce ne sont pas les incitations seules qui motivent l'action, mais **l'expérience elle-même qui motive véritablement les visiteurs.**

De nouvelles expériences uniques proposées dans toute la ville

Fort de ces enseignements, CopenPay **élargit son offre d'expériences**, rendant ainsi le programme encore plus attrayant et unique.

Les visiteurs peuvent participer à un nombre croissant d'**activités participatives** à travers la ville : ramasser un sac de déchets et recevoir un repas bio gratuit à BaneGaarden, recycler gratuitement des vêtements usagés au Designmuseum

¹ <https://news.booking.com/bookingcoms-2025-research-reveals-growing-traveler-awareness-of-tourism-impact-on-communities-both-at-home-and-abroad/>

Danmark, ou venir à vélo pour bénéficier d'un accès à des concerts et de réductions sur des événements culturels.

« Notre ambition est de faire en sorte que l'engagement positif envers la ville soit quelque chose que les gens recherchent activement, et d'offrir à nos visiteurs des expériences et des enseignements qu'ils peuvent ramener chez eux. L'année dernière, 7 personnes sur 10 ont déclaré avoir changé leurs habitudes après leur retour chez elles », explique Rikke Holm Petersen.

Les transports sont un pilier de CopenPay

Un voyage commence dès le départ de chez soi, tout comme CopenPay, c'est pourquoi les **transports** jouent un rôle central. L'initiative récompense les visiteurs qui choisissent de se rendre à Copenhague en train par diverses incitations, notamment la location gratuite de vélos et des cours de cyclisme, afin de leur permettre de découvrir la ville à vélo en toute simplicité et en toute sécurité. « Copenhague est la première capitale mondiale du vélo, et avec CopenPay, nous voulons offrir aux visiteurs quelque chose qu'ils pourront emporter chez eux, tout en rendant les déplacements en ville plus sûrs pour tout le monde », explique Rikke Holm Petersen.

De plus, les touristes arrivant en véhicule électrique bénéficient d'un stationnement gratuit et de réductions sur la recharge pendant leur séjour.

D'un projet pilote local à un mouvement mondial

Suite au succès de CopenPay à Copenhague, le modèle a été mis gratuitement à la disposition des destinations du monde entier en février 2026 sous le nom de **DestinationPay**, permettant ainsi à d'autres de l'adopter et de l'adapter. Depuis lors, plus de 350 destinations ont découvert ce modèle et ont bénéficié d'un accompagnement pour le mettre en œuvre localement. Plusieurs pays, dont l'Allemagne, l'Italie, la France, les États-Unis, le Canada, le Japon et l'Australie, se préparent déjà à lancer leurs propres initiatives cette année, Berlin ayant déjà lancé la sienne.

La ville de Lorient figure également parmi les destinations qui s'intéressent de près au modèle danois :

« **Lorient et Copenhague partagent une conviction forte : le tourisme peut être bien plus qu'une simple visite, il peut devenir une forme de participation. CopenPay nous a inspirés**, car il montre comment des actions positives peuvent devenir une part naturelle et gratifiante de l'expérience des visiteurs. Nous considérons ce modèle comme très pertinent pour Lorient, ainsi que comme un concept ayant le potentiel de fonctionner dans de nombreuses destinations à travers le monde », déclare Mickaël Chevrier, président de Lorient Bretagne Sud Tourisme.

« Nous partageons bon nombre des valeurs et des ambitions de Copenhague, et c'est pourquoi le programme CopenPay, qui vise à encourager les actions positives et à promouvoir un nouvel état d'esprit chez les visiteurs, présente un grand potentiel pour le parc national d'Eryri. Faire du tourisme un moteur de changement

positif est une cause à laquelle nous devrions tous adhérer, et le modèle CopenPay s'adapte facilement au parc national d'Eryri ; c'est donc un projet sur lequel nous travaillons activement », déclare Alec Young, responsable carbone du parc national d'Eryri.

« L'ambition n'est pas seulement de développer CopenPay, mais d'inspirer un changement global dans la façon dont le tourisme est vécu – où s'engager de manière positive avec une destination devient partie intégrante du voyage lui-même », conclut Rikke Holm Petersen.

Quelques informations sur CopenPay

- Lancé à Copenhague en 2024 sous forme d'initiative pilote ;
- S'est considérablement développé en 2025 ;
- Relancé en 2026 en tant qu'initiative permanente sans date de fin ;
- Modèle mis gratuitement à la disposition de toutes les destinations sous le nom de « DestinationPay » en novembre 2025 ;
- Plus de 350 destinations ont adopté le concept à travers le monde
- Plus de 30 000 participants ;
- Plus de 100 attractions participantes ;
- Augmentation de 59 % des locations de vélos parmi les participants
- 1 200 kg de déchets ramassés dans les canaux lors de la phase pilote ;
- 7 participants sur 10 déclarent avoir changé de comportement après leur retour chez eux ;
- Seuls 23 % des participants sont motivés par les récompenses, 48 % par des expériences enrichissantes ;
- 98 % recommanderaient CopenPay à d'autres personnes.

Quelques faits sur Copenhague

- **Plus de vélos que d'habitants**
Copenhague compte plus de vélos que d'habitants et près de 400 km de pistes cyclables dédiées
- **Près de la moitié des trajets se font à vélo**
Environ 45 % de tous les trajets domicile-travail ou vers les établissements scolaires s'effectuent à vélo
- **La ville la plus heureuse du monde**
Copenhague occupe la première place mondiale dans l'indice Happy City Index 2026
- **La ville la plus agréable à vivre au monde**
Classée n° 1 dans l'indice mondial de qualité de vie 2025 de l'Economist Intelligence Unit, elle a obtenu un score de 100/100 en matière de stabilité, ce qui reflète un faible taux de criminalité et un niveau de confiance élevé.

Photos et vidéos de presse de CopenPay

<https://share.crowdriff.com/01KS7FEXTG0K93cd6cf5fa7a81cec5>

Photos et vidéos de presse de Copenhague

www.copenhagenmediacenter.com

Bureau de presse VisitDenmark

<https://www.visitdenmark.fr/presse>

Anna Orlando – Senior Press & PR Manager, France, Italy and Spain

aor@visitdenmark.com

Giulia Ciceri – Press & Travel Trade Manager, France, Italy and Spain

gc@visitdenmark.com