

ATOUT FRANCE

LIVE !

Tendances sur les marchés internationaux
et présentation des plans d'actions 2026

23 octobre |  **10h00 – 11h30**

 **Région Orient – Asie – Pacifique**
(Proche et Moyen-Orient – Turquie – Inde – Australie/Nouvelle-Zélande)



PRESENTATION DU MARCHE PROCHE, MOYEN ORIENT ET TURQUIE - 2026

ATOOUT FRANCE MIDDLE EAST & TURKEY

■ Conjecture

Région en pleine expansion

Objectif de la France : faire progresser les relations diplomatiques au Proche, Moyen-Orient et Turquie.

Evènements phares 2025:

- Événement « **Vision Golfe 2025** » à Paris : les pays du Golfe et la France visent une collaboration économique accrue, notamment pour faire évoluer la relation vers « partenaires stratégiques ».
- La session stratégique entre France et EAU, la 17^{ème} du « **Dialogue stratégique France-Émirats** », à Paris le 23 mai 2025, sur : économie, éducation, culture, nucléaire, santé.

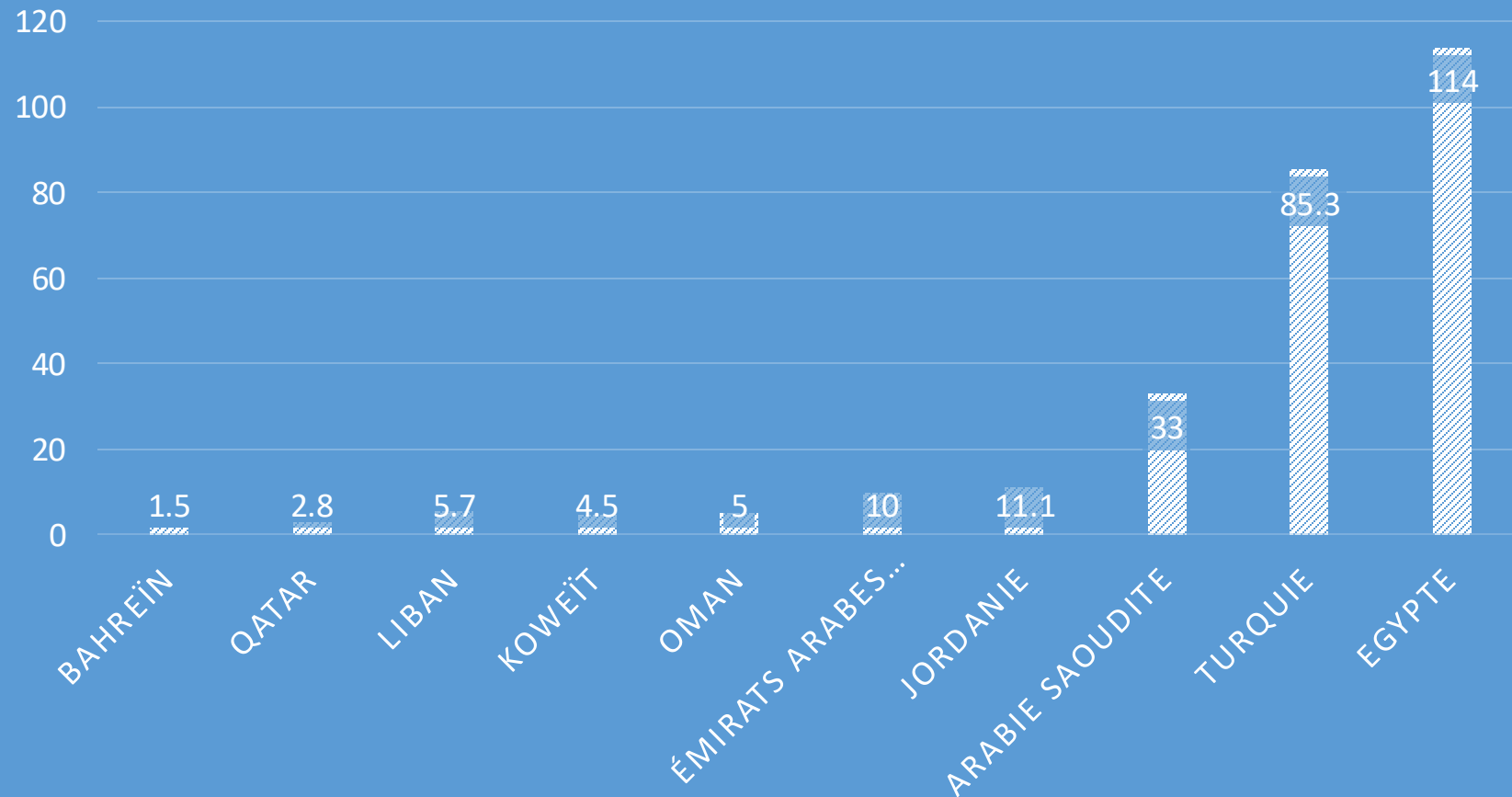
Rencontres diplomatiques en 2025 :

- Visite du Ministre du commerce aux E.A.U en février 2025
- Visite du Pdt Macron en Egypte en avril
- Accueil de l'Emir de l'Etat du Koweït par le Pdt Macron en juillet 2025
- **2026**: Visite Présidentielle prévue au Koweït

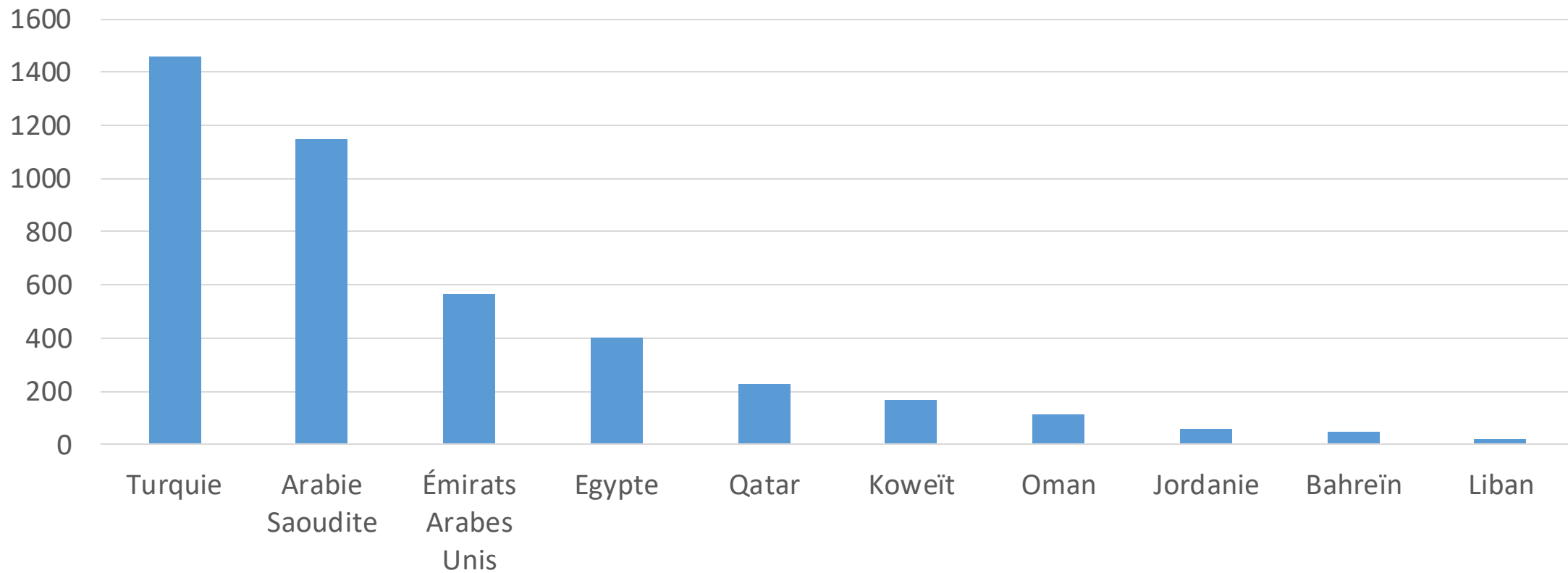


CONTEXTE ECONOMIQUE : focus sur la population

POPULATION (2023) MILLIONS

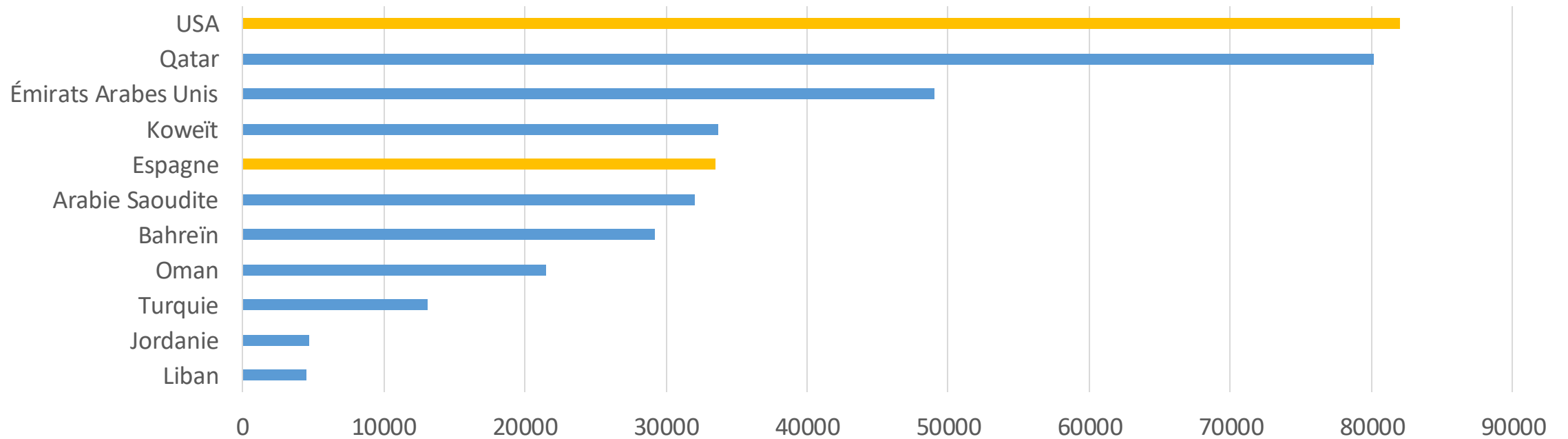


PIB total (2023) milliard USD FMI

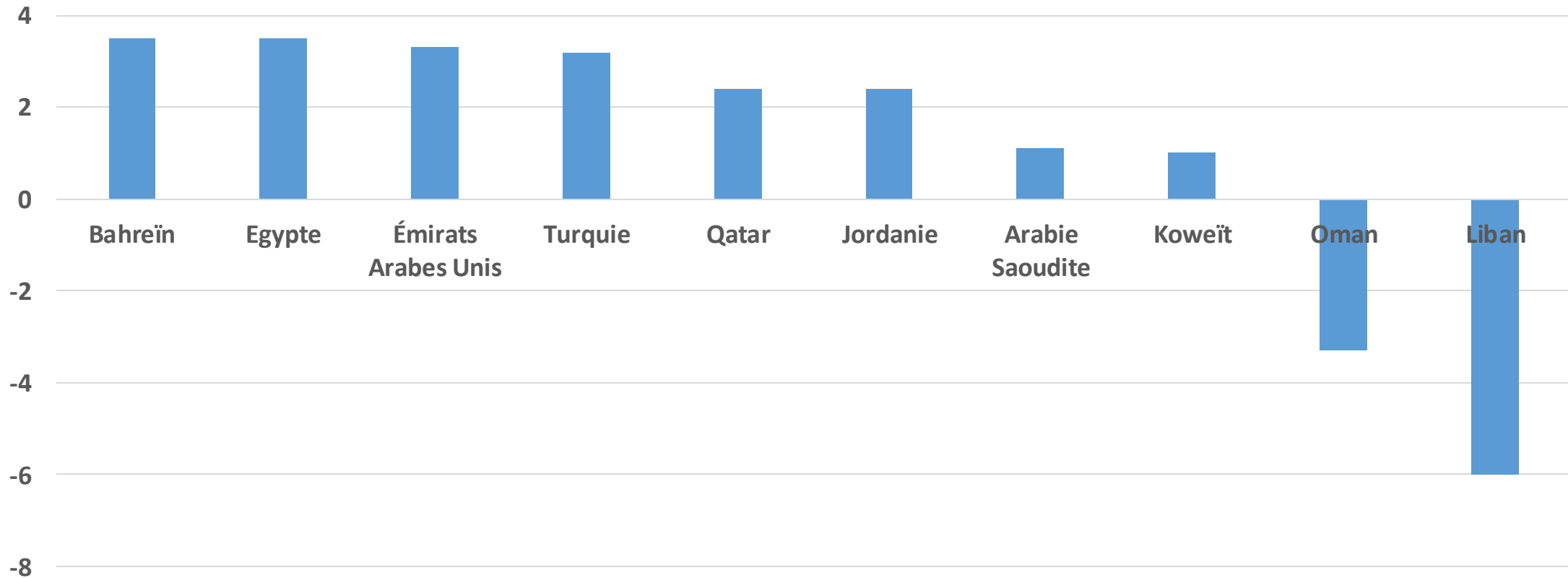


CONTEXTE ECONOMIQUE : focus sur le PIB par habitant

PIB par habitant (2023) USD



Croissance PIB 2024



Les tendances de la zone

Informations Clés

La France se classe **troisième** parmi les destinations lointaines les plus visitées de la zone

France : **première place des destinations estivales** les plus réservées par les voyageurs des **Émirats arabes unis**.

Sur les 5 pays avec le plus de millionnaires, deux sont du Moyen Orient : les Emirats Arabes Unis et l'Arabie Saoudite

La clientèle du Moyen-Orient est majoritairement **haut de gamme**, avec un fort pouvoir d'achat.

Les touristes recherchent surtout luxe, culture, shopping et gastronomie et privilégient les **expériences sur-mesure**.



■ Tendances & Évolutions

ÉVOLUTION ET PROJECTION DU NOMBRE D'ARRIVÉES

FRÉQUENTATION PAR ZONE GÉOGRAPHIE

Pays du Golfe



Marchés matures, avec une longue tradition de voyage.

Environ 800 000 visiteurs en France chaque année.

Turquie



Marché émergent.

Environ 300 000 visiteurs en France chaque année.

Levant et Egypte



Marchés émergents.

Cas particulier du Liban : la France représente à un marché naturel pour les libanais, proximité linguistique et historique.

Environ 160 000 visiteurs chaque année pour le Liban, Egypte 60 000 et Jordanie 40 000.



- Environ **800 000 visiteurs** en provenance du Golfe séjournent en France chaque année.
- Leur dépense moyenne atteint 3 000 USD par personne, représentant à eux seuls 20 % de la clientèle de certains palaces parisiens et 75 % de la dépense totale des voyageurs du Moyen-Orient. Il s'agit d'un segment de marché souvent très haut de gamme.
- Leur durée moyenne de séjour est de 3,6 jours, souvent combinée à d'autres destinations européennes, et 34 % d'entre eux voyagent plus de 5 fois par an.
- **Internet est un vecteur de choix** essentiel. Ils utilisent internet et les réseaux sociaux pour choisir, comparer les prix, se renseigner sur les destinations touristiques, dans un contexte concurrentiel mondial. La présence sur internet est déterminante.
- Bien que les femmes des Etats du Golfe voyagent rarement seules, elles jouent un rôle essentiel dans le choix de la destination de vacances, du lieu d'hébergement et des activités, d'autant plus s'il s'agit d'une famille avec enfants.
- **45% de taux d'intermédiation** avec les agences de voyages traditionnelles, d'où l'importance d'échanger avec elles.

■ Desserte aérienne

Pays / Région	Compagnies aériennes principales	Vols directs hebdomadaires (été 2025)
Émirats Arabes Unis	Emirates, Etihad Airways, Air Arabia	Plus d'une cinquantaine de vols directs hebdomadaires vers la France. Emirates: 21 vols hebdomadaires depuis Dubaï Etihad Airways : 18 vols hebdomadaires depuis Abu Dhabi Air France : 16 vols hebdomadaires depuis Dubaï
Arabie Saoudite	Saudia, Air France, Flynas, Flyadeal, Riyadh Air	11 vols directs hebdomadaires Paris-CDG ↔ Riyadh (Air France & Saudia) 8 vols directs Paris-CDG ↔ Jeddah (Saudia) 5 vols directs Paris-CDG ↔ Riyadh (Air France à partir de mai 2025)
Turquie	Turkish Airlines, Pegasus Airlines, Transavia, Air France	52 vols hebdomadaires Paris-CDG ↔ Istanbul, environ 5 directs par jour 21 vols hebdomadaires Paris-Orly ↔ Istanbul, environ 3 directs par jour
Qatar	Qatar Airways	12 vols hebdomadaires entre Doha et Paris.
Koweït	Kuwait Airways	3 vols directs hebdomadaires vers Paris
Liban	Middle East Airlines, Air France	Air France : 7 vols directs hebdomadaires Paris-CDG ↔ Beyrouth
Oman	Oman Air, Air France	Air France : 3 vols hebdomadaires depuis Mascate vers la France
Egypte	Egypt Air	Jusqu'à 10 vols directs hebdomadaires entre Le Caire et Paris
Bahreïn	Gulf Air	7 vols directs hebdomadaires + ajout de vols saisonniers pour Paris et Nice pendant l'été 2025

■ Actions 2026

BtoB

OPULENCE – 13 AU 16 JANVIER 2026, SALALAH OMAN

Atout France Moyen-Orient invite les professionnels du tourisme du luxe français à saisir une opportunité unique de développement sur les marchés des pays du Golfe Persique : Sultanat d'Oman, Qatar, Arabie Saoudite, Bahreïn, Emirats Arabes Unis et Koweït.

Le workshop organisé par Ahlan Arabia se tiendra à Salalah, dans le sultanat d'Oman. Il propose un programme ciblé pour accélérer votre développement et créer la préférence :

- 3 jours de rendez-vous d'affaires avec les acheteurs haute contribution de la zone
- Des soirées de networking pour renforcer les liens avec les décideurs du tourisme du Golfe.

DATES: du 13 au 16 janvier 2026

LIEU: Salalah à Oman



COÛT DE PARTICIPATION: 26 807 AED HT pour la participation d'une société ou organisme

BtoB

DETS meets MARHABA – 1 & 2 MAI 2026, DUBAI



DETS meets



- Fort de ses dix éditions, cet événement offre une occasion de présenter l'excellence et la diversité de l'offre montagne française à une clientèle à la recherche d'expériences luxueuses.
- Co-organisé avec les offices de tourisme d'Espagne, du Portugal, d'Allemagne et d'Autriche, Marhaba fédère une large communauté de décideurs influents.
- Sur deux jours à Dubaï, 150 acheteurs issus de neuf pays de la région bénéficient de 32 rendez-vous préprogrammés, sélectionnés via une plateforme dédiée. Ces échanges permettent de renforcer l'attractivité des stations de montagne françaises, tout en nouant des relations commerciales durables. En 2025, c'est plus de 2 000 rendez-vous qui ont été programmés sur seulement deux jours !
- L'événement comprend une soirée de gala et de clôture, de quoi consolider les relations commerciales grâce à des échanges plus informels. Il est à noter que les 3 nuits dans un hôtel 5 étoiles, les repas et les transferts pour les soirées sont pris en charge dans le coût initial.

LIEU: Dubai, Hotel One & Only Zabeel

COÛT DE PARTICIPATION: 5700€ HT pour la participation d'une société ou organisme

BtoB

WORKSHOP EXPLORE FRANCE – 10 SEPTEMBRE 2026, TURQUIE 2026



COÛT DE PARTICIPATION: 6 200 AED HT pour la participation d'une société ou organisme

- Rassemblant une cinquantaine de professionnels triés sur le volet, parmi les agences de voyages, tour-opérateurs et agences MICE , l'événement met en relation directe les partenaires français avec les principaux prescripteurs du tourisme haut de gamme en Turquie.
- Pour les exposants, c'est l'occasion idéale de valoriser l'offre française, auprès d'un marché en quête de nouvelles destinations de prestige. Les régions, services d'hébergement, restauration, transport, conciergerie, loisirs et divertissements et bien d'autres sont les bienvenus pour présenter leur offre. Les rendez-vous individuels sont préprogrammés afin que chaque exposant puisse échanger avec les distributeurs les plus sensibles à leur offre.
- La soirée de networking qui prolonge la journée permet pour les professionnels de la montagne de tisser des liens plus informels avec des acteurs-clés de la distribution turque.

BtoB



ROADSHOW SKI & MOUNTAIN – 13 AU 17 SEPTEMBRE 2026, KUWAIT, RIYADH, DUBAI

Après le succès de la première édition du **Ski & Mountain Roadshow** à Doha, Riyadh et Dubaï, Dnata Représentation Services prépare déjà la prochaine édition de cet événement, entièrement dédié à la promotion des destinations de ski et de montagne auprès des professionnels du voyage du Moyen-Orient.

Pendant plusieurs jours, le Roadshow permet des rencontres privilégiées entre :

Des exposants internationaux : stations de ski, offices du tourisme, hôtels, DMC, compagnies aériennes, etc.

Des partenaires locaux du voyage : agences, tour-opérateurs, OTA et influenceurs spécialisés.

L'objectif est de former, inspirer et donner confiance aux professionnels du tourisme du GCC pour vendre des séjours à la montagne, été comme hiver.

Lors de l'édition 2025, les participants ont pu découvrir la neige grâce à une session exclusive à Ski Dubaï : essai de matériel, initiation au ski et découverte sensorielle d'un univers encore méconnu dans la région !

“Lancer notre premier Ski & Mountain Roadshow a été une étape passionnante. Ensemble avec nos partenaires du monde entier, nous avons permis aux agents de vivre la montagne et de mieux la vendre. Notre ambition : en faire un rendez-vous annuel incontournable à travers le GCC.” — *Rakhi Purohit, Head of Dnata Representation Services*

COÛT DE PARTICIPATION: 6 200 U.S dollars + VAT

BtoC

CAMPAGNE D'INFLUENCE – PAYS DU GOLFE 2026



- Rendez votre destination visible auprès du grand public international en participant à une campagne digitale ciblée sur les Pays du Golfe. L'opération est menée en partenariat avec une plateforme de réservation incontournable de la région.
- Grâce à des formats publicitaires créés sur mesure et une diffusion multicanale (site de l'OTA, réseaux sociaux, radio online, médias externes), vous toucherez une audience à fort potentiel. Les actions incluent des leviers inkind et sponsorisés, optimisés pour la notoriété (impressions, vidéos vues, reach) et la performance (clics, ventes, CPC, taux de conversion).
- Une exclusivité est garantie pour le partenaire engagé : votre destination sera la seule mise en avant sur l'ensemble des supports pendant toute la durée de l'opération. Le partenariat est ouvert aux privés et institutionnels du tourisme français (CRT, CDT, métropoles).

COÛT DE PARTICIPATION: à partir de 20 000€ HT

BtoB



DEMARCHAGE PERSONALISE

- Les professionnels du Moyen-Orient attendent des échanges directs et personnalisés. En allant à leur rencontre, vous posez les bases de partenariats solides.
- Le dispositif est flexible et s'adapte à vos priorités : vous choisissez les destinations parmi une sélection couvrant l'ensemble de la région, de Riyad à Istanbul en passant par Dubaï, Doha ou Amman. . Un accompagnement par un représentant d'Atout France peut être prévu, tout comme une assistance logistique sur place.

Format au choix

- Démarchage personnalisé sur 2 ou 3 jours
- Dîner ou déjeuner d'affaire en annexe d'évènements ou démarchage
- Date et lieu à définir, selon votre agenda

COÛT DE PARTICIPATION: à partir de 1 900€ HT

 Vos Contacts

Mme . Dominique MAULIN

Directrice-Atout France Régionale Proche
et Moyen-Orient et Turquie
Directrice Dubai
Directrice Australie (Interim)

Dominique.maulin@atout-france.fr

Mme. Zamira Ismatova

Travel Trade Manager

Zamira.ismatova@atout-france.fr

Mme. Sally SABELLA

E-marketing and Social Networks Executive

sally.sabella@atout-france.fr

Présentation du marché Australien

ATOUT FRANCE AUSTRALIE

■ Conjoncture

L'Australie en chiffres



27 Millions d'habitants



Inflation prévisionnel prévue pour 2025 = 2.1 %.



12ème économie mondiale



Taux de croissance prévu pour 2025 = 1.8%



Près de 14 millions de détenteurs de passeports



11.6 millions de départs à l'étranger en 2024



Dépenses à l'étranger : \$30 billions AUD en 2024



Env. 10 aéroports internationaux dans le pays

Environnement - Contexte géopolitique

-2022: **Déclaration conjointe bilatérale fondée sur 3 piliers:**

- défense et sécurité
- résilience et action pour le climat
- éducation et culture

-2023: **Initiatives ambitieuses** comme :

- Centre franco-australien pour la transition énergétique (**FACET**)
- Fondation pour les échanges culturels Franco-Australiens en Australie (**FACEF**)

- Présence proche de la France avec ses 3 collectivités: **Nouvelle-Calédonie, Polynésie Française et Wallis-et-Futuna**, membres du Forum des Iles du Pacifique (FIP) -> élément fort de stabilité régionale



© X / Anthony Albanese @AlboMP

Le tourisme Australien à l'étranger

- Prévion de **12.3 millions** en 2025
- **6.2 millions** d'Australiens en Europe
- Motivation de voyage: **57%** pour
- / **6.4 Millions** de Sejours
- **Profils vers l'étrangers:**
 - **28%** des 18-35 ans, puis **23%** des 35-50 ans
 - **35%** en couple, 20% en famille et 17% en solo
- Durée de séjour : **14 jours**
- Bassins émetteurs principaux:
 - Nouvelle Galles du Sud NSW – Sydney (34%)
 - Victoria – Melbourne (28%)
 - Queensland – Brisbane (18%)



- **Classement destinations concurrentes en volume:**
 - Indonésie (Bali)
 - Nouvelle-Zélande
 - Japon
 - Thaïlande
 - USA

Source

ABS, TRA, Euromonitor, ETC, Budget Direct

Destination France : Une place essentielle en 2024

Arrivées en France des Australiens

- 435 000 (536 000 en 2019 selon Oxfords Economics)
- Prévisions de 630 000 arrivées en 2030
- +30% de fréquentation en plus cet été
- Prévision à +15% d'arrivée en France pour toute l'année

Nuitées des Australiens

- 1 166 700 nuitées en 2024
- Prévision de 1 728 790 nuitées en 2030

Dépenses des Australiens

- 1 580 000 000 USD en 2024
- Prévision de 2 820 000 000 USD en 2030

Source: Oxfords Economics, Forwardkeys



Copyright : Qantas

■ Tendances & Évolutions

- **Taux de départ en général:**

- Pour l'été 2025, Intérêt accru pour les voyages long-courriers cet été, passant de 59 % en 2024 à **65 %** aujourd'hui, selon ETC.
- **+15%** des Australiens ont pris des vacances à l'étrangers en ce début 2025 par rapport à 2024, selon CATO, la Fédération des tour-opérateurs Australiens.
- **-6%** vers les US en avril pour les Australiens, selon travelandtourworld.com

- **Taux de départ vers l'Europe:**

- L'Europe domine **le top 10** des destinations les plus populaires pour les intentions de voyage des Australiens cette année.
- **40%** ont l'intention de voyager en Europe cette année selon une étude ETC, soit +3% par rapport à 2024 et un des seuls marchés intention de voyager en Europe cette année selon une étude ETC, **soit +3%** par rapport à 2024 et un des seuls marchés majeurs avec la Chine.
- **1 à 2 semaines** de séjours en Europe pour la majorité des voyageurs (59 %).
- **Intérêt pour les voyages pré-saison** en mai et juin en Europe, passant de 24 % en 2024 à 34 % en 2025.

- **Reservation des séjours:**

- **62%** réservent plus de 6 mois en avance pour les vacances d' été et les vacances de Ski
- Hausse d' **env. 30%** en Moyenne des séjours hors saison selon Deloitte

- **Les dépenses:**

- **+27%** d'augmentation du cout moyen d'un séjour à l' étranger, à près de 6000 AUD (env. 4000 €)
- Les voyages ont une priorité absolue pour les dépenses non-essentiels selon une étude de Tourism & Transport Forum (TTF)
- **43 %** des Australiens prévoient de dépenser davantage en voyages en 2025

- **Nouvelles motivations de voyages:**

- Engouement pour les croisières: **1.25 Million** d'Australiens ont fait une croisière
- **20%** voyagent pour des événements sportifs ou grands concerts, selon Amex
- Voyage solo en hausse
- **58%** recherchent des voyages gastronomiques et des nouvelles expériences
- **75 %** des Australiens souhaitent voyager de manière plus durable au cours des 12 prochains mois
- Selon Skyscanner, les Australiens sont influencés par une destination via ces facteurs:
 - La météo (66 %)
 - Les attractions (65 %),
 - La gastronomie (63 %)
 - La culture (59 %)

Les Atouts du marché vs les freins du marché

Les Atouts du marché

- Saisonnalité linéaire
- Longue durée de séjour
- 4 semaines de congés payés
- Panier moyen/jour
- Image et attractivité forte de la France
- Paris, capitale préférée des Australiens
- Bonne répartition dans l'espace
- Forte appétence gastronomie et vin
- Tourisme de mémoire
- Ligne directe avec Qantas
- Marché fortement intermédiatisé
- 14 millions de Passeports

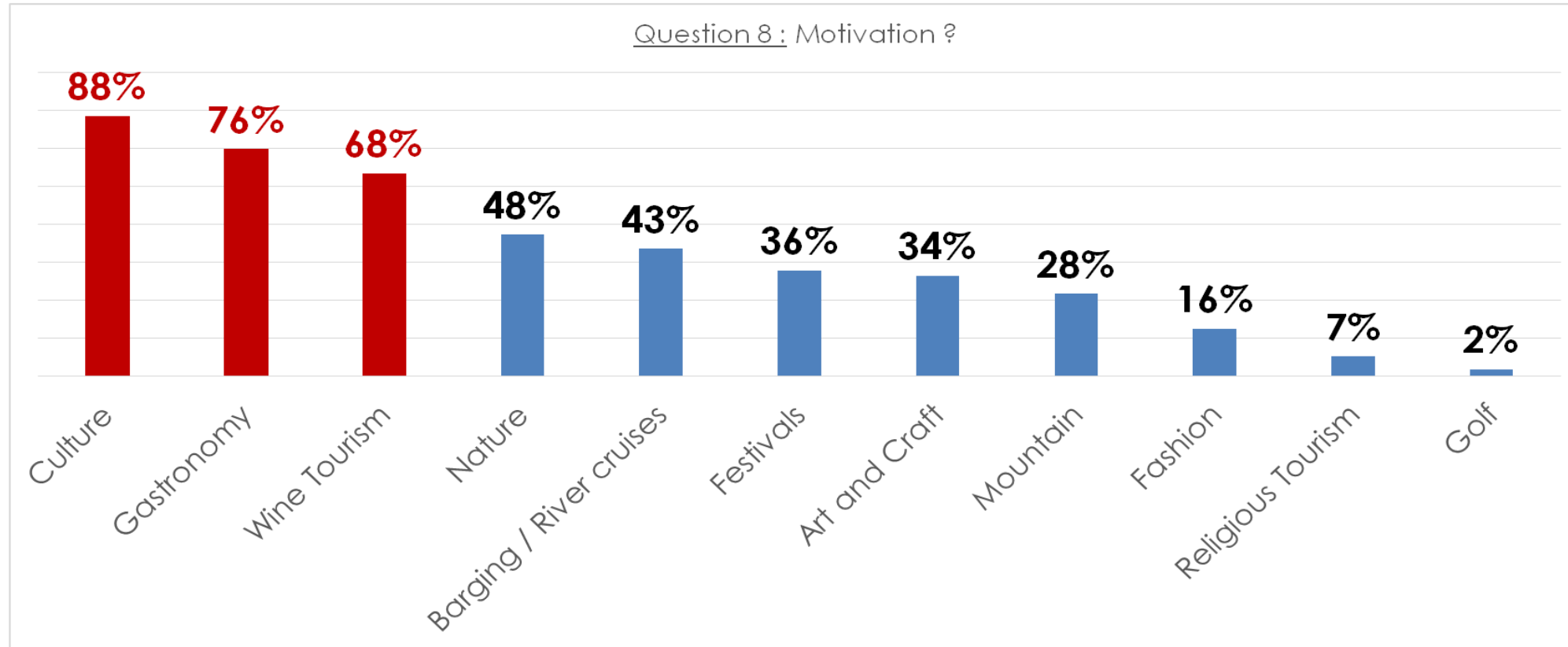
Les freins du marché

- Situation géopolitique mondiale
- Voyage cher, même si baisse des couts de l'aérien
- Les finances des ménages
- L'impact du long voyage et l'empreinte carbone
- Parité dollar légèrement affaiblie
- La perception de couts élevés

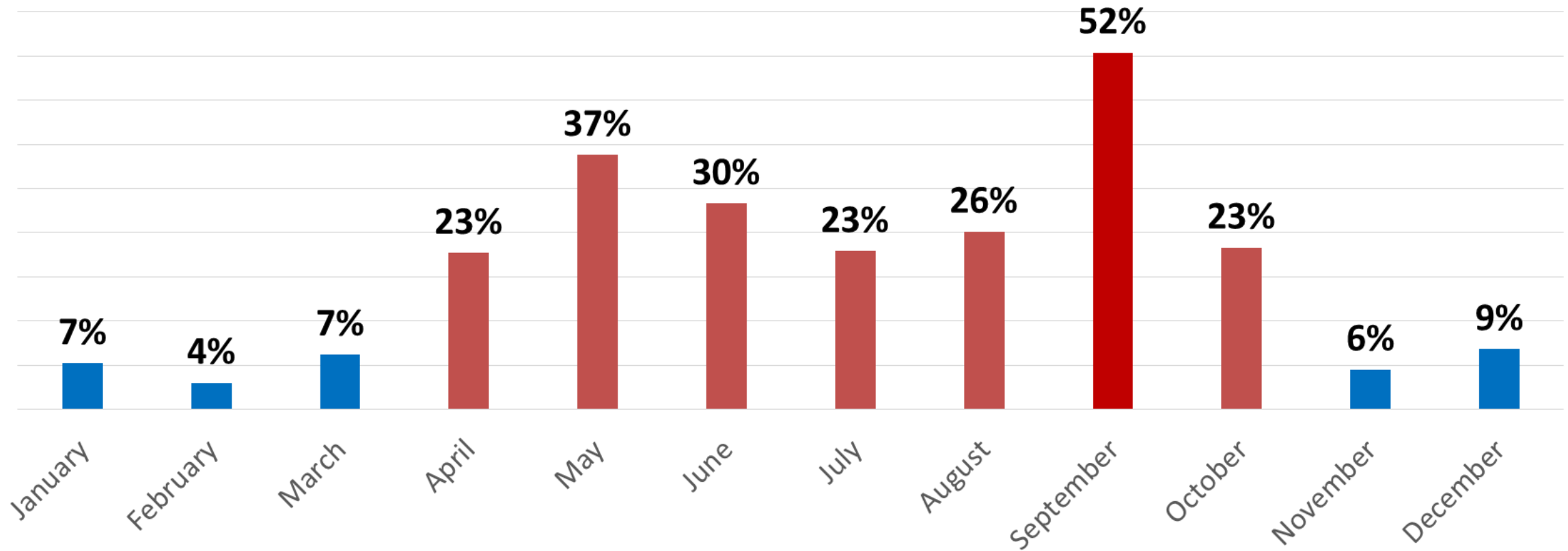
Source: Atout France

Thématiques

Motivations de voyage en France

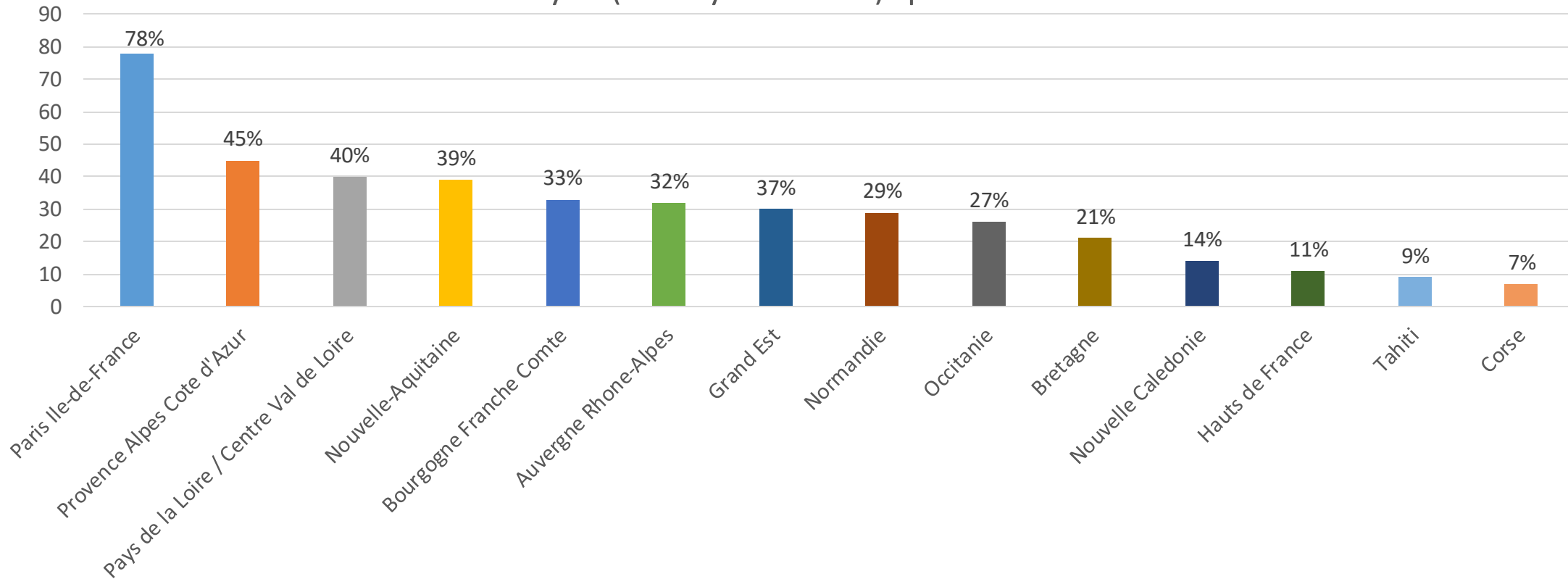


Source: Enquete BDD Atout France Bastille Pay



Source: Enquete BDD Atout France Bastille Pay

Where have you (or do you wish to) spend time in France?



Source: Enquete BDD Atout France Bastille Pay

 Desserte aérienne

Principaux vols au départ de L'Australie

- Les principaux aéroports sont:
 - Sydney
 - Melbourne
 - Brisbane
- Les principales compagnies aériennes:
 - Qantas
 - Jetstar
 - Singapore Airlines
 - Air New Zealand
 - Emirates
 - Virgin Australia - Qatar Airways

Sources : Statistica, ABS, Travel Bulletin, the Guardian, the Australian , Finder, BITRE, corporatetraveller.com.au

Nouvelle ligne directe QANTAS Perth – Paris, depuis Juillet 2024, avec ajout de 75.000 voyageurs/an et

Codeshare Qantas avec Air France

Turkish Airline confirme 23 vols par semaine vers l'Australie, devenant ainsi la première compagnie européenne à rejoindre l'Europe en vol direct, via Istanbul.

Taux de remplissage des avions @ 80%

Codeshare entre la compagnie Virgin Australie et Qatar va booster les ventes

Malaysia Airlines a re-ouvert sa ligne Kuala Lumpur vers Paris, un grand boost pour les voyageurs en provenance d'Australie



ZOOM SUR LA NOUVELLE-ZELANDE

INFOS GENERALES

- **5,3 millions** habitants
- **+1.4%** prévision de croissance en 2024
- **5.1%** de chômage (Mars 2025)
- PIB à **48162.86 US dollars**
- **3.5 millions** de voyages à l'étranger en 2024
- **5 milliards €** de dépenses touristiques à l' étranger en 2024
- Destinations a l' étranger:
 - Australie (1.37 million)
 - UK (265,000)
 - Asie
- Estimation entre **100.000 à 150.000 Néo-Zélandais** , « **Kiwis** » en France chaque année





■ Actions 2026

B2B



DATES: du 02 au 06 février 2026

France ROADSHOW Week 360 AUSTRALIA

- Une semaine d'événements professionnels, auprès des tour-opérateurs, agents de voyages australiens et les journalistes, avec 3 volets :
 1. le Workshop Tour-opérateurs et Wholesalers
 2. L'évènement Presse
 3. le Roadshow avec le tour-opérateur Entire Travel Group (ETG) sur 3 villes
 4. En options: 2 démarchages et formations des professionnels

VISIBILITE PARTENAIRE:

- Chaque partenaire adhérent inscrit aura une table au workshop TO de Melbourne, un stand aux événements avec ETG et des rendez-vous préprogrammés avec les tour-opérateurs lors du workshop tour-opérateurs et une visibilité sur l'action presse.

LIEU: Melbourne, Sydney et Brisbane

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 15 novembre 2025

COÛT DE PARTICIPATION: 16.450\$ AUD +10% TVA Australienne
(env. 9.676€ HT pour la participation d'une société ou organisme)



B2C/ B2B

DATES: 17 au 24 Mai 2026

OPÉRATION SKI EN FRANCE

- Participation à une semaine d'événements exclusifs et d'actions digitales pour mettre en lumière votre destination MONTAGNE auprès d'un public B2C et B2B stratégique et bénéficiez de la synergie entre des actions B2C et B2B pour maximiser vos retombées.
 - Salons Snow Travel Expo: le 17 Mai à Melbourne et le 24 mai à Sydney
 - Événement B2B: le mercredi 20 Mai à Sydney
 - Webinaire Agents de voyage: le Jeudi 21 Mai pour l'Australie et la Nouvelle Zélande

VISIBILITE PARTENAIRE:

- Salons: Espace sur le Pavillon France lors des 2 salons Grand Public et visibilité sur les collatéraux et communications sur le salon, dont podcast Snow Travel Talk
- Événements B2B et Webinaire en ligne: Présentations vers env. 130 tour-opérateurs et buyers et agents de voyage



DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 30 janvier 2026

COÛT DE PARTICIPATION À CONFIRMER: 12.500 AUD (+ 10% TVA Australienne) (soit env. à partir de 7.350 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 8 partenaires minimum))

B2C/ B2B



DATES: Juillet 2026

ACTIVATION B2C ET MEDIA BRISBANE FRENCH FESTIVAL

- Participation en tant que Sponsor au French Festival en Australie au choix a Brisbane, Sydney ou Melbourne, les principaux bassins émetteurs vers la France, vers un public Famille CSP+, très francophiles, avec:
 - Rencontre presse et tour-opérateurs sur le festival (env. 20 invités)
 - Sponsoring du festival avec visibilité sur écran et collatéraux, communication des organisateurs
 - Campagne sur l'écosystème digital du Festival (RS, website, Emailing etc.)
 - Temps de parole sur scène
 - Stand du partenaire sur le festival "Instagram Booth"

VISIBILITE PARTENAIRE:

- Festival: Promotion de votre destination ou produit vers une cible Famille, via les contenus visuels, les discours et les collatéraux. Stand du partenaire sur le festival.
- Petit Déjeuner: Promotion vers une cible tour-opérateurs/ agences de voyage et média pour accroître la programmation et la contrevaletur média.

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 30 janvier 2026

COÛT DE PARTICIPATION À CONFIRMER: Sponsoring à partir de 3.700 AUD HT et aménagement du stand en plus (+ 10% TVA Australienne) (soit env. à partir de 2.200 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 2 partenaires minimum)

B2B



TRAVEL Inc Memo 5 September 2025

France Digital Roadshow

[Register now](#)

Atout France and 14 tourism partners invite you to an **exclusive webinar**, taking you on a journey from north to south through unique destinations, trusted DMCs, and inspiring experiences. Participate for your chance to **win one of TEN \$100 Le Creuset Gift Cards!**

Côte d'Azur France tourisme South of France	Cannes Visitors Bureau South of France	Antibes Juan-Les-Pins South of France
Nice Côte d'Azur Tourisme South of France	Marseille Tourism Office South of France	Les 2 Alpes Auvergne-Rhône-Alpes
Amiens Northern France	Disneyland Paris Paris Region	L'Alpe d'Huez Auvergne-Rhône-Alpes
DMC Ophorus	Hotels Orea Hotels Management	CroisiEurope River Cruises
DMC Li-Colibri	Rail Europe	

Explore France
Powered by Atout France

DATES : du 14 au 17 Septembre 2026 inclus – ONLINE

WORKSHOP DIGITAL ET WEBINAIRE

- Événement B2B en digital vers les tour-opérateurs et agents de voyage Australiens et Néo-Zélandais, pour renouer et créer de nouvelles relations, sans nécessité de déplacement, avec:
 - Workshop 1:1 en ligne avec 10 à 15 Tour-Opérateurs Australiens et Néo-Zélandais
 - Webinaire agents de voyage en ligne vers les agents Néo-Zélandais et Australiens(env. 80 agents de voyage)

VISIBILITE PARTENAIRE:

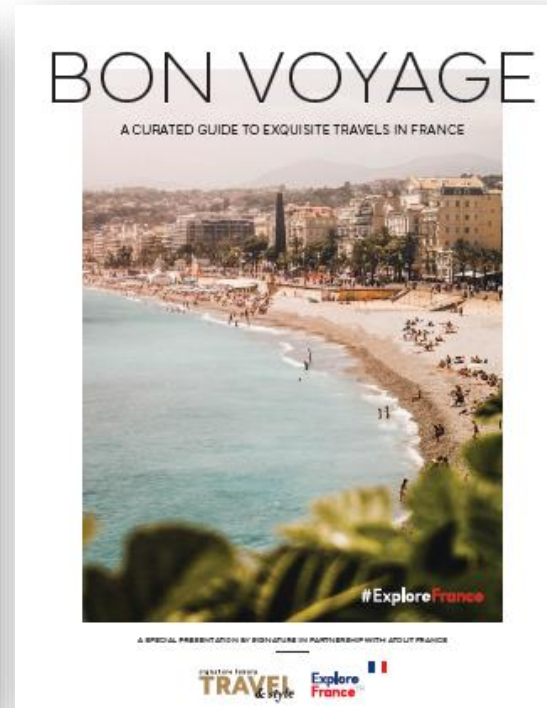
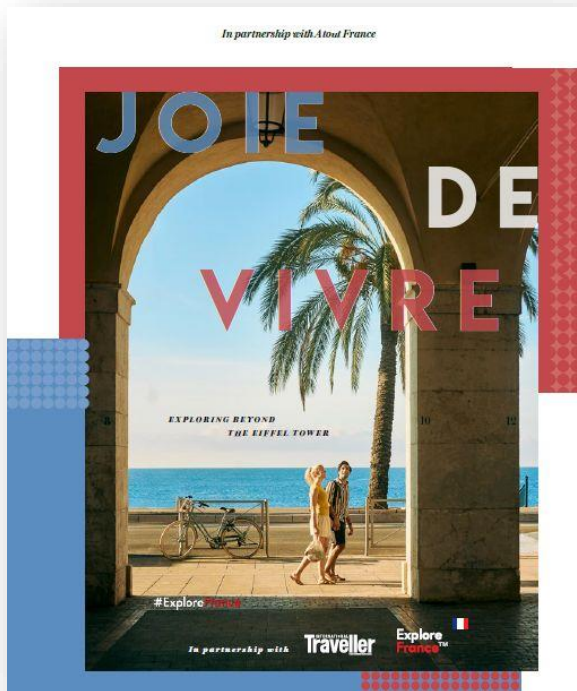
- Workshop 1:1: un meeting diary, 10 minutes pour chaque RDV avec les tour-opérateurs
- Webinaire: 3 minutes de présentation et visibilité lors des tirages au sort et temps des questions/réponses, récupération des emails inscrits (env. 80 agents)
- Présence logo sur la campagne de communication et les collatéraux (invitations ...)

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 15 Avril 2026

COÛT DE PARTICIPATION À CONFIRMER: : 3.750 \$ AUD HT +10% TVA

Australienne (soit env. 2.200 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 10 partenaires minimum)

B2C



Parution: Septembre 2026

MAGAZINE EXPLORE FRANCE

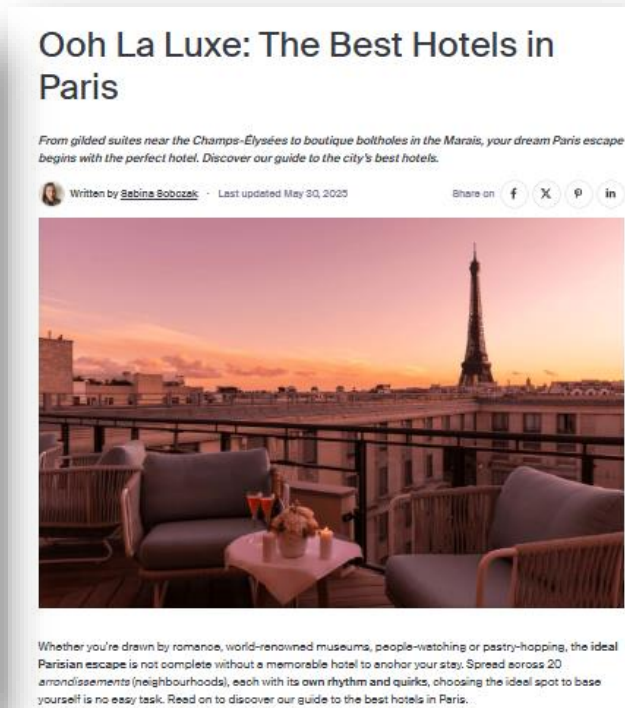
- Création d'un supplément de 30 à 40 pages dans un magazine de luxe de voyage australien et sa version en ligne sur France.fr ou sur le site du média
- **Support:** Magazine Luxe Australien (2025 Signature Luxury & Style)
- **Distribution:**
 - Impression: un magazine voyage luxe imprimé à env. 30.000 exemplaires, avec env. 400.000 contacts toutes plateformes confondues.
 - Digital: vers les bases de données du média et Atout France, env. 100.000 contacts

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 30 MARS 2026

COÛT DE PARTICIPATION À CONFIRMER: :

- **1 page ou 1 double page de publi-redactionnel – de 3.950 AUD HT à 5.750 AUD (+ 10% TVA Australienne)** (soit env. à partir de 2.350 € HT à 3.400 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 10 partenaires minimum))
- **1 page ou 1 double page de publicité – de 5.400 AUD HT à 9.500 AUD HT (+ 10% TVA Australienne)** (soit env. à partir de 3.200 € HT à 5.600€ HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 10 partenaires minimum))

B2C



DATES: Septembre/ Octobre 2026 - 1 mois

CAMPAGNE AVEC OTA LUXURY ESCAPES

- Campagne digitale de conversion avec offres tactiques de séjour sur le site internet de l'OTA auprès des clientèles FIT Australiennes et relais avec une page de campagne sur france.fr, en Australie et Nouvelle-Zélande.
- Un page partenaire avec offre de séjour (nuitées, packages...)

SUPPORT: Luxury Escapes, OTA Australienne avec plus de 8 millions de membres

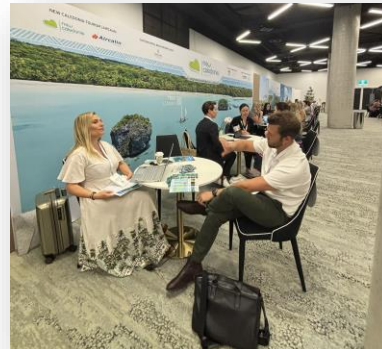
VISIBILITE PARTENAIRE:

- Chaque partenaire disposera d'un article d'une page sur la destination incluant les produits Luxury Escapes à convertir choisis par Luxury Escapes.
- Présence sur la campagne d'achat media
- Relais sur le site internet Atout France France.fr/en

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 30 MARS 2026

COÛT DE PARTICIPATION À CONFIRMER: 1 participation avec une page – 10.000 AUD (+ 10% TVA Australienne) (soit env. à partir de 5.900 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 4 partenaires minimum))

B2B



DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 15 avril 2026

COÛT DE PARTICIPATION A LA CARTE À CONFIRMER: à partir de 11.900

AUD HT à 15.990 AUD HT (+ 10% TVA Australienne) (soit env. à partir de 7.000 € HT à 9.405 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 10 partenaires minimum))

DATES : Novembre 2026 inclus – SYDNEY

ACTIONS LUXE: WORKSHOP TOUR-OPERATEURS ET SALON LUXPERIENCE

- Participation au salon professionnel du voyage de Luxe Luxperience à Sydney, lieu de rencontre avec près de 50 agents de voyage et acheteurs australiens ayant excédé un chiffre d'affaires de 2 Millions de \$ AUD et possibilité de networker avec 200 acheteurs. Participation en amont à un workshop tour-opérateurs et une action presse voyage de loisir haut de gamme. Fort succès des 3 éditions précédentes.

VISIBILITE PARTENAIRE:

- Salon Luxperience: au choix une table dans le pavillon multi-partenaires ou stand individuel, avec planning de 50 RDV et accès aux événements networking
- Workshop Tour-opérateur: 1 table avec 10 à 15 RDV de plus de 10 minutes par tour-opérateur
- Action média: présentation 3 minutes et networking auprès de 10/15 journalistes

B2C



Parution: November 2026

SUPPLEMENT CROISIERES CRUISE France IN STYLE

- Création d'un supplément de 32 pages encarté dans un magazine de luxe de voyage australien et sa version en ligne sur France.fr
- **Support:** Magazine Luxe Australien (2025 Gourmet Traveller)
- **Distribution:**
 - Impression: supplément imprimé à 10.000 exemplaires, avec env. 400.000 contacts toutes plateformes confondues.
 - Encartage à 9.000 exemplaires dans le magazine de luxe et 1.000 exemplaires sur les événements Atout France (agents de voyage et grand public)
 - Digital: vers les bases de données du média et Atout France, env. 100.000 contacts

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 30 MARS 2026

COÛT DE PARTICIPATION À CONFIRMER: :

- 1 page de publicité ou 1 page de publi-redactionnel – 3.000 AUD HT (+ 10% TVA Australienne) (soit env. 1.800 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 10 partenaires minimum))
- 1 page ou 1 double page de publicité – de 5.000 AUD HT (+ 10% TVA Australienne) (soit env. à partir de 2.950 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 10 partenaires minimum))

 Vos Contacts

Vos Contacts



Dominique Maulin
Directrice
Dominique.Maulin@atout-france.fr



Sophie Almin
Adjointe au Directeur
Responsable Marketing
Sophie.almin@atout-France.fr



Clelie Collas
Responsable Promotion
Clelie.collas@atout-France.fr



www.france.fr/en



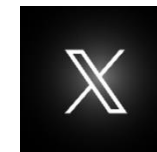
www.france.fr/en/infos/registration-newsletter



www.instagram.com/explorefrance



www.facebook.com/EN.ExploreFrance



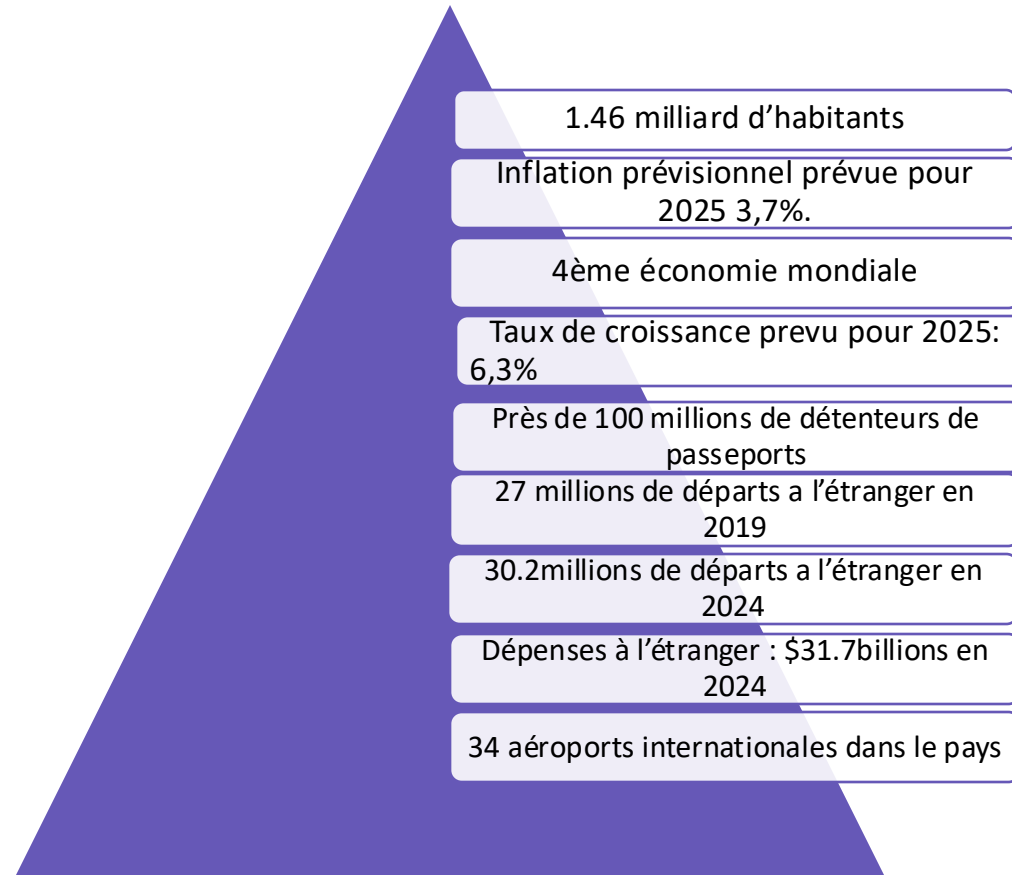
x.com/ExploreFranceEN

Présentation du marché indien

ATOUT FRANCE INDE

■ Conjoncture

L'Inde en chiffres



Environnement - Contexte géopolitique favorable

Objectif de la France : faire progresser et élargir le partenariat stratégique franco-indien.

Forte relation bilatérale avec des partenariats privilégiés dans les domaines de :

- la défense
- l'investissement
- la santé
- le développement durable

2026: Année de l'innovation Franco-Indienne

Février 2026: Visite Présidentielle prévue en Inde

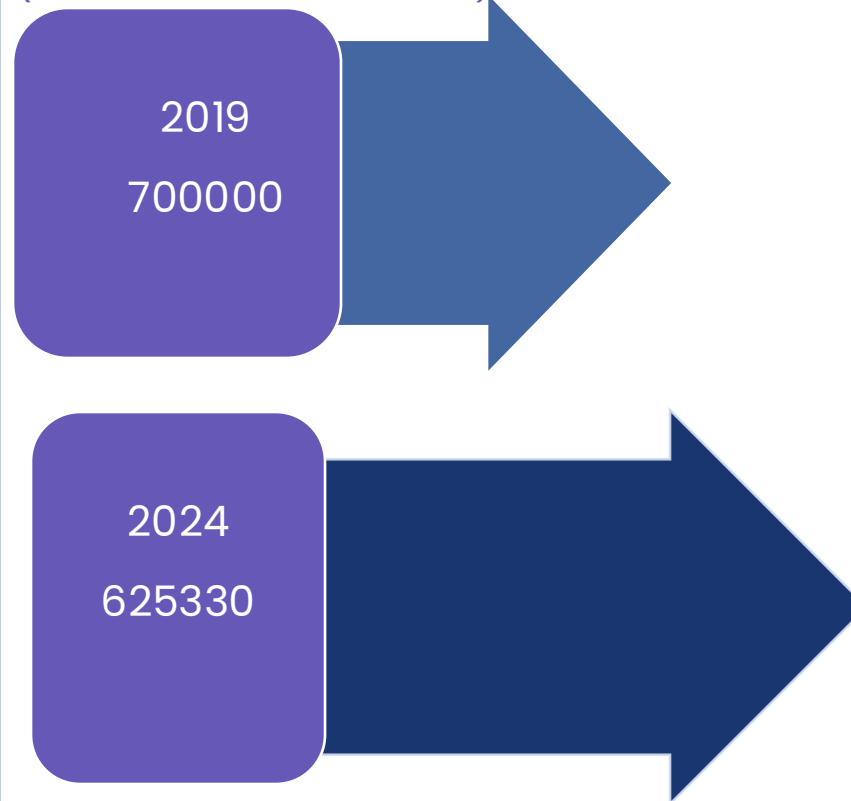


Le Boom du tourisme indien à l'étranger

Chiffres Clés

- Hausse de 18,85 % des voyages vers les pays Schengen au premier trimestre 2025 par rapport à 2024. L'Allemagne représente 20 % des voyages, suivie par la France (17,57 %) et par la Suisse (10,67 %).
- Le rapport « **Skyscanners Smart Summer Report** » publié en juin indique qu'il y a une demande croissante pour des voyages calmes. 52 % des voyageurs indiens préférant des destinations plus tranquilles aux lieux touristiques traditionnels.

Estimation des flux vers la France
(source Oxford Economics)



L'Inde est placée au 17e rang en termes d'arrivées pour 2024, devant le Japon (25e) et la Corée du Sud (28e).
Source - Oxford Economics

Sources: <https://www.businesstoday.in/nri/visa/story/germany-leads-as-top-pick-as-indian-schengen-travel-grows-nearly-19-in-early-2025-472978-2025-04-22>, <https://travel.economictimes.indiatimes.com/news/travel-agents/outbound/indian-summer-travel-trends-seeking-cooler-climates-and-quieter-destinations/121616888>

La croissance des voyages de luxe

Le marché indien du tourisme de luxe se développe fortement, avec un taux de croissance annuel prévu de 10 à 12 %.

Cette croissance ne se limite pas aux métropoles, mais s'étend également aux villes de niveau II et III, grâce à l'amélioration des liaisons aériennes et à l'augmentation des revenus annuels et une classe moyenne supérieure en pleine croissance.

Le segment de mariage

Avec une valorisation de 130 milliards de dollars, l'industrie indienne du mariage est l'une des plus importantes au monde.

En 2024, l'industriel Ambani a dépensé 714 millions de dollars US pour le mariage de son fils

La France a accueilli 7 mariages d'envergure post COVID-19 à Paris et sur Cannes.

No de
milliardaires:
185 en 2024

No. de
millionnaires:
8,71,700*

Augmentation de 90 % par rapport à 2021.
La plus forte concentration se trouve dans
l'État du Maharashtra, avec Mumbai en
première position.

*Mercedes Hurun Wealth Report



■ Tendances & Évolutions



- Selon une étude SKIFT l'Inde va progresser du 10^{ème} plus gros marché émetteur de tourisme à l'étranger sur le rang mondial au 5^{ème} d'ici 2027.
- Le marché indien des voyages à l'étranger est prêt à connaître une croissance extraordinaire, avec un nombre de passagers qui devrait atteindre 39 millions d'ici 2028, selon Travelport
- Selon Future Market Insights, le marché indien du tourisme émetteur devrait atteindre 55 milliards USD d'ici 2034. avec un taux de croissance annuel composé
- Une récente étude de Deloitte en collaboration avec Google met en évidence la croissance du marché indien du voyage, qui devrait augmenter de 5 fois d'ici 2040, grâce à l'augmentation du nombre de détenteurs de passeports et à l'assouplissement des politiques en matière de visas. Selon cette étude, l'Inde enregistrera 145 millions de départs à l'étranger d'ici 2040.
- Selon l'étude Harris, les Indiens sont classifiés comme les «Arpenteurs » Attentifs à la qualité des espaces naturels, les «Engagés » - Attentifs au respect de l'identité et de la culture et aussi les « d'énicheurs »- Fiers de partager leurs expériences sur les réseaux. Le taux de satisfaction des Indiens est aussi très élevé – 9.0

KEY FINDINGS

Increased Holiday Intent



Key Holiday Drivers



Traveller Intent



India Holiday Report 2025 – Thomas Cook et SOTC

Thomas Cook (India) Limited, un gros tour-opérateur et la société de son groupe, SOTC Travel, ont publié leur India Holiday Report 2025 qui reflète l'évolution des aspirations et du comportement des voyageurs indiens

Observations clés du rapport :

85% sur+ de 2500 répondants prévoient d'augmenter la fréquence de leurs vacances et un grand nombre d'entre eux ont l'intention d'augmenter leur budget jusqu'à 50% de plus.

Les voyages expérientiels et événementiels et « **Phenomenon Travel** » (aurores boréales, *Cherry Blossoms*, soleil de minuit, etc.) sont au premier plan des préférences des voyageurs indiens

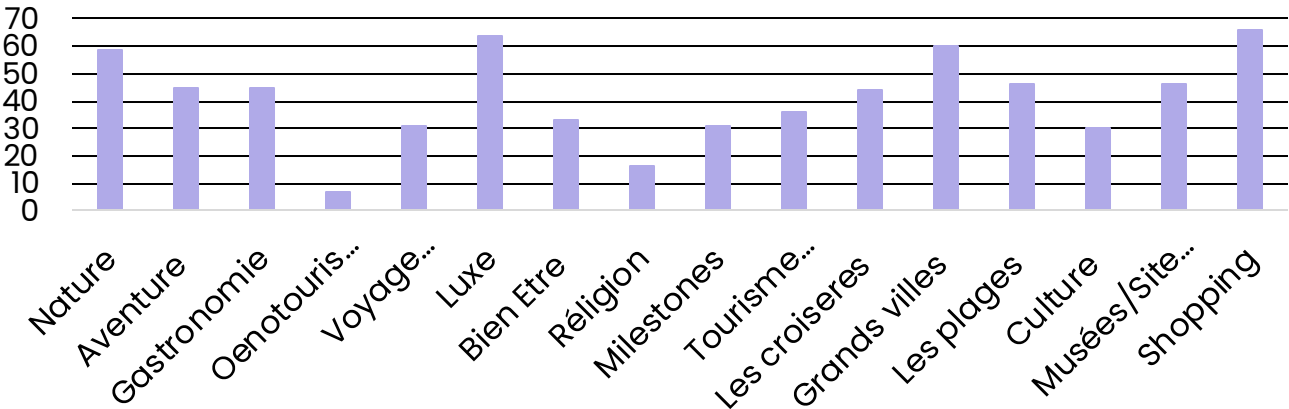
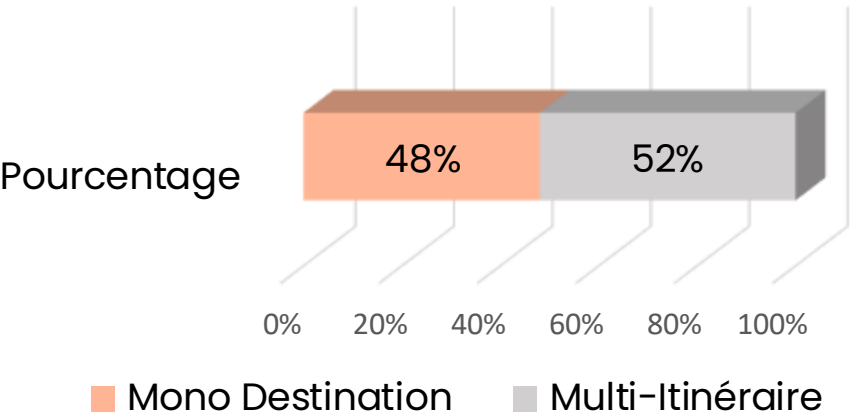
Les voyageurs montrent un net penchant pour les vacances plus longues, qu'elles soient domestiques ou internationales

Le voyageur indien d'aujourd'hui est également sensible aux hébergements originaux tels que les igloos, les cabanes dans les arbres, les chalets et les châteaux.

Extraits d’une enquête B2B réalisée en 2024 par ATF Inde

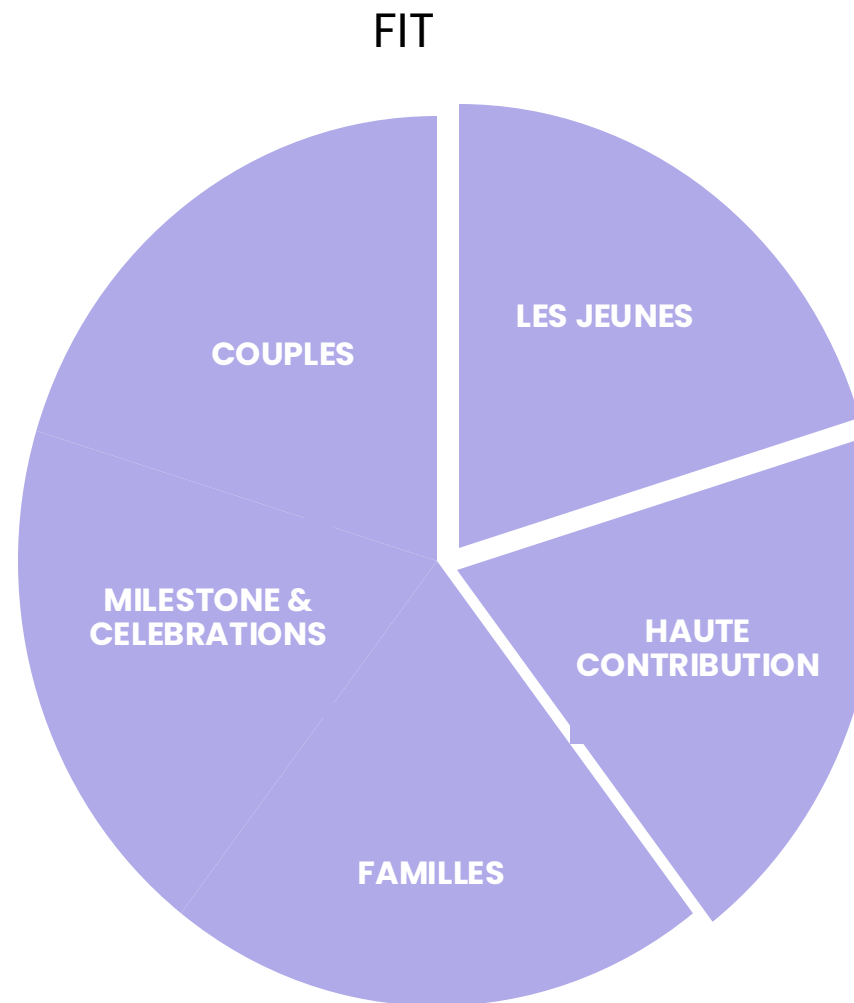
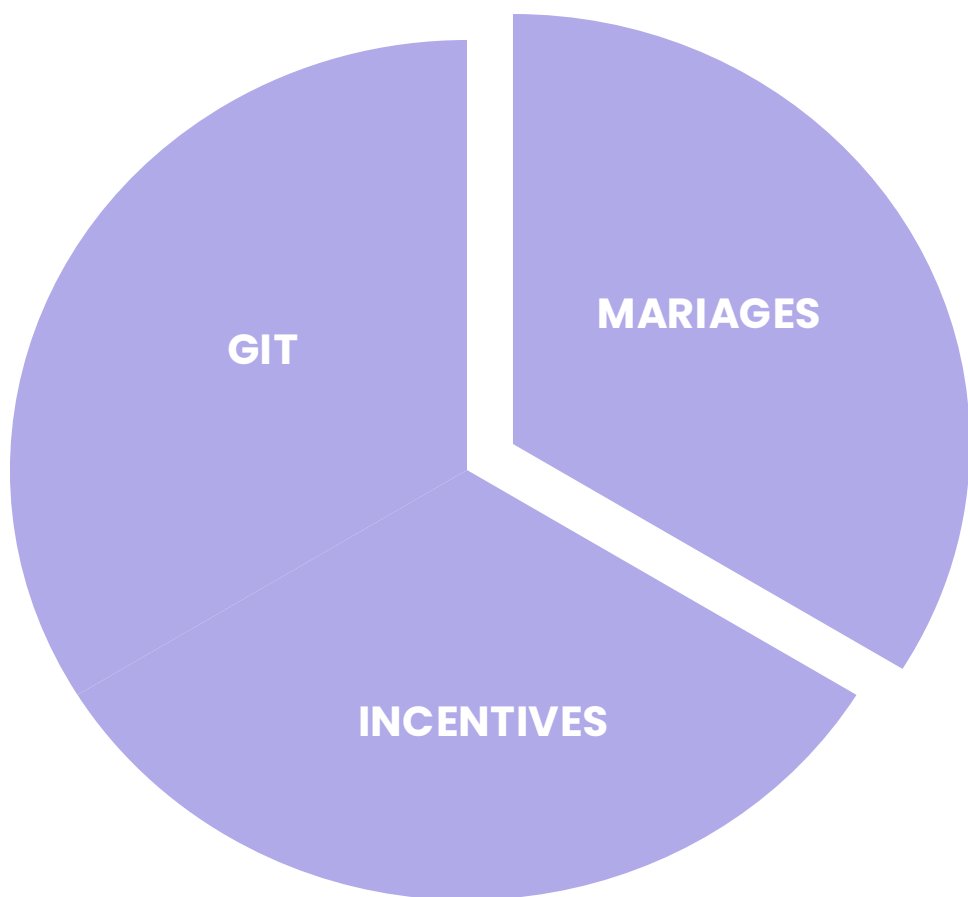
Sur un échantillon de 76 agences de voyages et tour opérateurs pan-India:

Les itinéraires pour la France



RÉGION	NO. DES NUITÉES EN MOYENNE	% DES RÉPONDANTS
PARIS	3-4	86.6%
CÔTE D'AZUR	4	78.9%
PROVENCE	3	55.2%
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	2-3	52.6%
CHAMPAGNE	1-2	43%
OCCITANIE	4	42%
NORMANDY	1-2	42%
ALSACE	1-2	34%

Répartition des segments



■ Thématiques

Les thèmes privilégiés pour les voyages vers la France :



Urbain



Shopping et Mode



Montagne



Littoral



Romance



Aventure



Spirituel



Evènements
sportifs



Gastronomie et
Oenotourisme



Bien Être



Art de Vivre



Concerts

 Desserte aérienne

Principaux vols au départ de l'Inde

Vols directs avec les compagnies AIR FRANCE et AIR INDIA soit 35 vols hebdomadaires directs depuis l'Inde vers Paris

COMPAGNIE	VILLE DE DÉPART	VILLE D'ARRIVÉE	FRÉQUENCE MOYENNE
AIR FRANCE	MUMBAI	PARIS	7 vols par semaine
AIR FRANCE	DELHI	PARIS	7 vols par semaine
AIR FRANCE	BANGALORE	PARIS	7 vols par semaine
AIR INDIA	DELHI	PARIS	14 vols par semaine

Vols avec escale: KLM, Emirates, Lufthansa, Swiss Air, Oman Air, Gulf Air, Qatar Airways, Turkish Airlines...

A NOTER

Air France élargira encore son offre hivernale 2025-2026 avec trois vols hebdomadaires supplémentaires au départ de Delhi et Mumbai.

2 vols quotidiens d'Istanbul à Nice sur Turkish Airlines (à ce jour)

1 vol quotidien de Dubaï à Nice sur Emirates (à ce jour)

La compagnie aérienne indienne IndiGo a signé un MOU avec Delta Air Lines, Air France-KLM et Virgin Atlantic pour créer un vaste partenariat reliant l'Inde à l'Europe et à l'Amérique du Nord

■ Actions 2026

Promotions



WORKSHOP EXPLORE FRANCE

- Un workshop en format off site permettant de rencontrer les acteurs clés au sein du marché touristique indien caractérisé par un fort taux d'intermédiation où la prise de contact directe est essentielle.
- Participation d'agences venant de principaux bassins émetteurs de voyageurs indiens à l'international

VISIBILITE PARTENAIRE:

- A travers les supports de promotion créés par Atout France Inde pour l'évènement destiné aux professionnels du tourisme indien : éléments d'affichage, CATALOGUE des exposants, la diffusion de présentations et vidéos des partenaires.
- Promotion de l'évènement via les réseaux sociaux d'Atout France et mention de chaque partenaire dans le communiqué de presse diffusé auprès des publications B2B et B2C

DATES: du 20 au 24 septembre

LIEU: A confirmer

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 31 mars 2026

COÛT DE PARTICIPATION: 6250€ HT pour la participation d'une société ou organisme (incluant l'hébergement)

Promotions



DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 14 novembre 2025

COÛT DE PARTICIPATION: 4500 € HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 3 partenaires minimum et 10 partenaires maximum)

OTM 2026

- OTM est un des salons les plus importants B2B en Inde dédié au tourisme qui se tiendra
- Ce salon présente l'opportunité de construire de nouveaux partenariats et renforcer les relations commerciales existantes avec les acteurs les plus importants en Inde en amont de la haute saison touristique
- Un format interactif et sur-mesure sous forme de rendez-vous préprogrammés et spontanés
- Pavillon dédié à La France

VISIBILITE PARTENAIRE:

- 1 emailer à plus de 50 000 agences de voyage et tour-opérateurs pan-india afin de promouvoir la participation du Pavillon France et mettre en avant chaque partenaire.
- 3 posts sur les réseaux sociaux de l'OTM pour Pavillon France et ses partenaires
- Un espace individuel pour chaque partenaire avec installation et branding de la société
- 1 meeting diary en ligne pour chaque partenaire

DATES

du 5 au 7 février 2026 inclus – MUMBAI

Communications



MAGAZINE FRANCE

- Création d'un supplément de 24 pages avec les objectifs suivants:
- Renforcer l'attractivité de la France en tant que destination aux facettes diverses.
- Mis en valeur des pôles d'excellences et les marques mondiales.
- Promotion des expériences exclusives à travers les domaines de l'hôtellerie, de la restauration, de l'oenotourisme, du shopping et des expériences hors de sentiers battus
- Valorisation des endroits exclusifs et moins connus

Support: Conde Nast Traveller India (diffusion de 25,000 exemplaires par trimestre)

Parution: avec l'édition de février-avril 2026

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : le 10 novembre 2025

COÛT DE PARTICIPATION:

3067€ HT pour une page

5835€ HT pour une double page

 Vos Contacts

Mme . Sheetal MUNSHAW

Directrice – Atout France Inde

sheetal.munshaw@atout-france.fr

Mme. Pusha Kothi

Chef – Communications

pusha.kothi@atout-france.fr

Mme. Amita Pawar

Responsable – Promotions

asmita.pawar@atout-france.fr

#ActivateurDeTourismes

