RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Chili

Un tournant difficile
4e économie sud-américaine, réputée pour le sérieux de sa gestion, commençant à sortir de la crise du Covid, le Chili est un marché en croissance continue, tiré par une clientèle jeune et diversifiée.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 17,62 millions
- Taux de croissance en 2021 : + 6,7%
- Prévision du taux de croissance en 2022: + 3,8 %
- PIB par habitant en US Dollar : 15 756 USD

Positionnement de la destination France

Avant la crise, plus de **3 millions de Chiliens avaient voyagé à l'étranger**, en premier lieu vers l'Argentine.

La France représentait la 9e destination choisie par les Chiliens avec environ 40 000 voyageurs.

Grâce à la place d'Air France sur le marché, Paris est aussi une importante porte d'entrée des voyageurs en France, y compris dans les ventes de « packages » Europe incluant les grandes capitales et plus rarement les autres régions.

La clientèle chilienne qui voyage en France est jeune (38% ont entre 18 et 25 ans) et a un fort pouvoir d'achat.

Le voyageur type est un actif de 25 à 50 ans, ayant fait des études supérieures et habitant à Santiago, la capitale.

La période de voyages pour les Chiliens se concentre entre mars et octobre pour l'Europe et entre décembre et mars pour les Caraïbes.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Renforcer les liens avec les professionnels;
Augmenter la communication via la presse.
Cibles : jeunes actifs, familles, groupes d'amis de CSP+, Village mondial.
A destination de ces cibles, sont principalement valorisés le littoral , les destinations ultra-marines (Tahiti est une destination voisine), le shopping, le tourisme en ville, la culture et patrimoine.