



## **Plan d'actions Pays du Golfe Persique**

Avec un nombre croissant de voyageurs dans le monde, la région du Moyen-Orient confirme une tendance au voyage à l'étranger de plus en plus ancrée dans ses habitudes de consommation.

La clientèle du Golfe représente à elle seule 75 % de la dépense des voyageurs de la région estimée à 73 milliards de dollars dans le monde en 2019 (soit une hausse de 3.5 % par rapport à 2018)

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

Depuis 2022, le Conseil de coopération du Golfe (CCG) a connu une accélération de son activité économique grâce aux cours élevés du pétrole et à l'allègement des quotas de production dans le cadre de l'OPEP+ (conflit en Ukraine et forte reprise de la demande post-covid).

L'embellie pétrolière permet à la région de souffler après deux ans de pression sur ses finances et ses comptes extérieurs.

La **croissance économique en 2022 a été de 8,8 % en moyenne pour la région du Golfe** alors que les États-Unis se situait à 2,1 % et l'Union européenne à 3,5 %.

- **Arabie Saoudite :**

Population : 36 millions

PIB par habitants en dollars : 30 500 \$

Taux de croissance : 3. 10%

- **Émirats Arabes Unis :**

Population : 9,5 millions

PIB par habitant en dollars : 53 000 \$

Taux de croissance : 7. 40 %

- **Qatar :**

Population : 2.8 millions

PIB par habitant en dollars : 87 660 \$

Taux de croissance : 6 %

- **Koweït :**

Population : 4.3 millions

PIB par habitant en dollars : 24 357 \$

Taux de croissance : 2. 70 %

- **Oman :**

Population : 5.2 millions

PIB par habitant en dollars : 16 213 \$

Taux de croissance : 2. 30 %

- **Bahreïn :**

Population : 1.5 million

PIB par habitant en dollars : 23 234

Taux de croissance : 2. 20 %

### Positionnement de la destination France

Malgré une forte concurrence internationale, l'Europe demeure le continent le plus prisé par les voyageurs du Golfe avec un intérêt marqué pour la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suisse.

Bien que naturellement attirée par Paris, la Côte d'Azur et les Alpes du Nord, bénéficiant de liaisons aériennes directes, la clientèle du Golfe tend à élargir depuis ces dernières années son panel de destinations témoignant d'un désir de nouveautés.

Cette nouvelle tendance est notamment portée par la clientèle koweïtienne, plus grands voyageurs de la région à raison de quatre voyages en moyenne par an et considérés comme les « trendsetters » du Golfe.

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

**La clientèle du Golfe représente à elle-seule 75% de la dépense des voyageurs du Moyen-Orient.** Attentifs à la qualité et au service, les voyageurs du Golfe sont à la recherche du luxe, avec des séjours personnalisés.

Il s'agit d'une clientèle à très forte contribution avec une dépense quotidienne d'environ 3000 USD par personne lors de leurs voyages.

### **Profil des voyageurs**

- 57, 1 % des voyageurs sont en couple ou en famille.
- La moyenne d'âge des voyageurs est entre 21 ans et 40 ans.
- 34 % des ressortissants des pays du Golfe voyagent plus de 5 fois par an.

### **Motivations de voyages en France**

- Shopping
- Gastronomie
- Loisirs (station de ski en été et en hiver, parcs d'attractions)

## **Nos recommandations pour aborder ce marché**

- Rôle déterminant des influenceurs dans la région (blogueurs, grandes familles locales) et des prescripteurs (grandes familles locales).
- Audience connectée et très influencée par les réseaux sociaux.
- Emergence de nouvelles destinations autres que Paris, Cannes et Nice.
- Intérêt grandissant pour certaines activités : ski, cyclotourisme.
- Jeux Olympiques 2024.

Maintenir la position de la France comme une des premières destinations loisirs des voyageurs de la région.

Promouvoir de nouvelles destinations sur les marchés prioritaires du Moyen-Orient.

Consolider la promotion de notre destination auprès de la clientèle arabophone locale et développer de nouvelles actions en direction de la clientèle expatriée présente dans les pays du Golfe.

**Cibles prioritaires** : familles locales et expatriées, couples sans enfants (DINK), milléniales.

A destination de ces cibles, sont principalement valorisées des activités de loisirs avec : le tourisme en ville, le shopping, l'hôtellerie de luxe, la gastronomie, l'offre culturelle et les loisirs en famille (parcs d'attractions...).




## **Les actions phares**

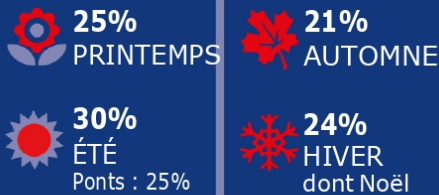
# Le marché Pays du Golfe Persique en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### PAYS DU GOLFE\*

#### Quelques données économiques\*\*

-  58 millions d'habitants
-  48 957 \$ PIB / habitant  
dont 115 000 \$ pour le Qatar
-  + 5,1% CROISSANCE  
de l'économie en moyenne pour les  
pays du Moyen - Orient en 2022



#### Période de réservation



#### Principales destinations visitées en France



**ATOUT FRANCE**  
Agence de développement  
touristique de la France

#### Taux de change



1 EUR = 4 AED

#### Données touristiques en 2019

- 1,4 Millions de touristes en France
- 279 000 Arrivées de touristes des Émirats Arabes Unis
- 4 000 \$ de dépenses par jour en moyenne
-  8,3 Jours : Durée moyenne par séjour

#### Principaux bassins émetteurs



- Émirats Arabes Unis
- Arabie Saoudite
- Qatar

#### Profil voyageurs



- 57,1 % voyagent en couple ou en famille.
- Voyageurs jeunes entre 21 et 40 ans.
- 34 % des ressortissants du CCG voyagent plus de 5 fois par an.

#### TOP 3 des motivations de voyages en France



\*Pays du Golfe couverts par Atout France : Arabie Saoudite, Émirats Arabes Unis, Koweït, Qatar, Bahreïn, Oman

\*\* Source : Direction générale du Trésor

Contact marché Moyen-Orient | Karim.Mekachera@atout-france.fr

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)

## Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Marhaba France 2025](#) : Salons / Professionnels internationaux
- [SALON EPEX 2025 - MICE ET ORGANISATEURS DE MARIAGE](#) : Salons / Organisateurs d'événements MICE internationaux

**Marchés d'intervention :** Arabie Saoudite, Bahreïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Koweït, Liban

**Type de rendez-vous :** Salons

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Shopping, Ville

Marhaba France est un workshop « hosted-buyers » réservé aux professionnels du tourisme français.

Fort de ses 9 éditions précédentes, cet événement offre l'opportunité d'aller à la rencontre de plus de 100 tour-opérateurs parmi les plus influents du Moyen-Orient : Arabie Saoudite, Bahreïn, Emirats Arabes Unis, Koweït, Oman, Qatar, Liban, Jordanie, Egypte.

## OBJECTIFS

- Présenter et mettre en valeur l'offre française à travers la promotion des régions et services
- Nouer et renforcer des liens solides avec les acteurs du tourisme local grâce à une visite locale.
- Détecter les opportunités d'affaires à travers une sélection de professionnels du Moyen-Orient

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

### Nombre de partenaires souhaités :

60 exposants

## CONDITIONS

### Précisions tarifaires :

Le tarif comprend : - 3 nuits en hotel 5 étoiles en BB - Les repas pendant les 2 jours de workshop - Les transferts pour les soirees

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Marhaba France*

Date de début : 25 avril 2025  
Date de fin : 26 avril 2025  
Date limite d'inscription : 01 mars 2025

### Lieu :

Dubai, Emirats Arabes Unis

### Format de l'opération :

- 2 jours de workshop
- 100 professionnels de la région représentant 9 pays du Moyen-Orient
- 32 rendez-vous préprogrammés de 20 minutes
- 1 plateforme en ligne Marhaba France dédiée à la prise de rdv
- 1 soirée de gala et une soirée de clôture

### Indicateur de performance :

Nombre de RDV  
Programmation post-evenement

### Edition précédente :

+ de 2000 RDV pre-programmes sur 2 jours

### Profil visiteur :

Agents de voyage, tour-operateurs et medias B2B

### Visiteur attendu :

100 professionnels

### Media / Support :

[Article TTN](#)

### Reseau social :

[https://www.linkedin.com/posts/atout-france-middle-east-turkey\\_for-its-9th-edit...](https://www.linkedin.com/posts/atout-france-middle-east-turkey_for-its-9th-edit...)

**Maud Brunet** [maud.brunet@atout-france.fr](mailto:maud.brunet@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

# SALON EPEX 2025 - MICE ET ORGANISATEURS DE MARIAGE

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Arabie Saoudite, Egypte, Emirats Arabes Unis, Qatar, Turquie

**Type de rendez-vous :** Salons

**Public attendu :** Organismes d'événements MICE internationaux

**Espaces et filières :** MICE

Participez au salon Experiential Planner Expo 2025 (EPEX), l'événement le plus influent de la région dédiée aux professionnels spécialisés dans le tourisme d'affaires et organisateurs de mariage sur les marchés à fort potentiel du Moyen-Orient et d'Inde durant deux jours de rencontres.

## OBJECTIFS

- Présenter et mettre en valeur l'offre française
- Nouer et renforcer des liens solides avec les acteurs du MICE et de l'industrie du mariage
- Détecter les opportunités d'affaires sur les marchés à fort potentiel de la région

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels & privés (hôteliers, DMC, parcs thématiques, outlets...)

### Visibilité partenaire :

Supports de communication, invitation et réseaux sociaux EPEX

## CONDITIONS

### Précisions tarifaires :

Tarif valide pour 2 participants par société Hébergement non inclus

## FORMAT

### Liste des sessions :

*EPEX 2025*

|                           |                     |
|---------------------------|---------------------|
| Date de début             | : 17 septembre 2025 |
| Date de fin               | : 18 septembre 2025 |
| Date limite d'inscription | : 15 août 2025      |

### Lieu :

Dubai, Emirats Arabes Unis

### Format de l'opération :

Salon B2B et soirée networking

### Indicateur de performance :

Nombre de rendez-vous  
Nombre de réservations

### Profil visiteur :

Tourisme d'affaires, agence MICE et organisateurs de mariage

### Visiteur attendu :

200 professionnels

### Reseau social :

<https://www.instagram.com/experientialplanner/?hl=fr>

**Maud Brunet** [maud.brunet@atout-france.fr](mailto:maud.brunet@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)



## Les opérations à la carte

2024

- [Campagne de communication 360](#) : Campagnes
- [Campagne Snapchat](#) : Campagnes
- [Campagne emailing B2B/B2C 2024](#) : Campagnes
- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [Campagne de communication B2C - Moyen-Orient & Turquie](#) : Campagnes
- [Accueil presse/influenceur](#) : Campagnes

2025

- [E-LEARNING - PROGRAMME FRANCE AU MOYEN-ORIENT & TURQUIE](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [Sponsoring evenementiel - Moyen-Orient](#) : Evénement grand public / Grand public international
- [Campagne conversion Wego - Pays du Golfe](#) : Campagnes / Grand public international
- [Démarchage B2B - Moyen-Orient & Turquie](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [CAMPAGNE D'INFLUENCE - PAYS DU GOLFE](#) : Campagnes / Grand public international

**Marchés d'intervention :** Arabie Saoudite, Barheïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Koweït, Liban

**Type de rendez-vous :** Campagnes

Promouvoir les nouveautés des partenaires, renforcer leur image de marque ou générer du trafic sur leur site marchand a des fins de vente auprès d'une cible définie (grand public, médias, professionnels de voyage) selon les canaux de communication privilégiés.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

A définir

**Nombre de partenaires souhaités :**

A définir

## FORMAT

**Format de l'opération :**

B2C :

- Réseaux sociaux : publications + publicité numérique payante, Facebook Ads, Snapchat, Ads, Instagram Guides, jeux concours, association influenceurs...
- Site internet : publication d'articles, bannières, jeux-concours, quiz

B2B :

- E-newsletter : campagne publicitaire B2B sur la base de données d'Atout France ou d'un tour-opérateur
- Site internet tour-opérateur : Packaging, offre spéciale...

**Indicateur de performance :**

Nombre de réservations en ligne

Nombre de commentaires, mentions j'aime, cliques et partages

**Profil visiteur :**

A confirmer selon le tour-opérateur

**Visiteur attendu :**

A confirmer selon le tour-opérateur

**Media / Support :**

- Réseaux sociaux : Instagram, Twitter, Facebook, Snapchat
- Site France.fr sous pertinence de la charte éditoriale - E-newsletters B2B

**Sabella - Sally** Sally.Sabella@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis, Qatar

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Espaces et filières :** Gastronomie , Shopping

La campagne Snapchat vise à inspirer, faire voyager les internautes à travers des contenus esthétiques, surprendre ou animer nos plateformes afin de créer de l'engagement auprès de notre communauté.

Avec un public très jeune et connecté et Snapchat étant une des plateformes la plus utilisée dans la région, le meilleur moyen de mettre en place des campagnes numériques efficaces est de reprendre les thématiques fortes appréciées dans la région telles que le shopping, l'hôtellerie haut de gamme, la gastronomie, les parcs d'attraction, la montagne été /hiver...

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Action accessible à tous

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Contenus créatifs: au moins 2 vidéos qui durent moins de 10 secondes + paid ads + lien qui renvoie vers le site web du partenaire

**Indicateur de performance :**

Total Paid Impressions

Paid ECPM

Total clicks

Total Video Views

**Profil visiteur :**

Un public jeune très connecté et passionné de voyages

**Media / Support :**

Toucher un maximum de personnes dans l'espace Discover et qui s'intéresse à la marque KSA: Est. Monthly Reach:

17.8m - 18.5m EAU: Est. Monthly Reach: 2.4M Qatar: Est.

Monthly Reach: 810.0k - 840.0k

**Reseau social :**

[ExploreFrance](#)

**Sabella - Sally** Sally.Sabella@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Arabie Saoudite, Barheïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Koweït, Liban  
**Type de rendez-vous :** Campagnes

Promouvoir les nouveautés des partenaires, offres spéciales et/ou communiquer sur les destinations françaises.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels & privés (hôteliers, offices de tourisme, parcs thématiques...)

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

- Contenu, vidéos, visuels avec un CTA qui renvoie vers le site web du partenaire (B2B) ou l'article dédié sur France.fr/ar (B2C)
- Jeu-concours ou quiz: CTA qui renvoie vers le lien de la plateforme sur les réseaux sociaux auquel le grand public pourrait participer (B2C)

**Indicateur de performance :**  
CTR

**Profil visiteur :**  
B2B ou B2C

**Media / Support :**  
Campagne Emailing et CRM

**Sabella - Sally** Sally.Sabella@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Afrique du Sud, Arabie Saoudite, Barheïn, Brésil, Canada, Egypte, Emirats Arabes Unis

**Type de rendez-vous :** Formations

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Depuis 2023, France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises.

L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Formation à distance.

Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

# CAMPAGNE DE COMMUNICATION B2C - MOYEN-ORIENT & TURQUIE

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Barheïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Koweït, Qatar, Sultanat d'Oman

**Type de rendez-vous :** Campagnes

Campagne de notoriété déployée sur l'écosystème de France.fr auprès de notre audience arabophone ou sur les plateformes de nos partenaires médias locaux à destination d'une audience arabophone et expatriés.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
Action individuelle ou multipartenaires

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

- Présentation d'un plan média sur-mesure en fonction de l'audience voulue.
- Production et création de contenus pour une diffusion sur le site France.fr et les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Twitter & Snapchat.
- Proposition de canaux de diffusion auprès des médias et acteurs locaux

**Indicateur de performance :**

- Reach, engagement, likes, share and comments
- Opt-in

**Profil visiteur :**

Grand Public

**Visiteur attendu :**

Dépendant du montant alloué sur la campagne et le nombre de marchés choisis

**Media / Support :**

- Ecosystème France.fr - Médias locaux - Acteurs et supports événementiels locaux

**Maud Brunet** [maud.brunet@atout-france.fr](mailto:maud.brunet@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Arabie Saoudite, Barheïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Koweït, Liban

Organisation d'un voyage de presse thématique pour une sélection de 2-4 journalistes représentant des magazines renommés ou influenceurs dans l'industrie du voyage et lifestyle.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, Privés [Hôteliers, Monuments, Attractions, Shopping...]

**Nombre de partenaires souhaités :**

1 à 5 partenaires

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Accueil de presse exclusif pour les journalistes ou influenceurs à destination d'une ou plusieurs destinations incluant des partenaires hôteliers, culturels, shopping... Prise en charge totale sur place par les partenaires.

**Indicateur de performance :**

Retombées presse

Nombre de lecteurs toutes publications confondues

Articles sur les sites web

Posts/stories sur les réseaux sociaux des publications

**Media / Support :**

Publications B2C Campagne réseaux sociaux sur l'écosystème France.fr

**Maud Brunet** [maud.brunet@atout-france.fr](mailto:maud.brunet@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Arabie Saoudite, Barheïn, Emirats Arabes Unis, Koweït, Liban, Qatar, Egypte, Sultanat d'Oman

**Type de rendez-vous :** Formations

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Culture & patrimoine, Shopping

Proposer aux agents de voyage une formation en ligne, avec la possibilité d'obtenir une certification "France Connaisseur" et/ou "France expert - (destination) specialist"

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, sites culturels, privés, etc.

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Les **Modules Experts** sont préparés par vos soins et peuvent être intégrés à France Connaisseur ou proposés sur un autre support de votre choix. Le format doit permettre aux conseillers et acteurs de l'intermédiation de gérer eux-mêmes le temps investi en formation. À l'issue de cette formation, l'agent se voit attribuer un certificat qui le valorisera et qui lui permettra d'intégrer le réseau des spécialistes France.

**Indicateur de performance :**

Nombre de participants

**Profil visiteur :**

Agents de voyage, tour-operateurs

**Sabella - Sally** Sally.Sabella@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)



**Marchés d'intervention :** Emirats Arabes Unis

**Type de rendez-vous :** Evénement grand public

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Culture & patrimoine, Littoral , Luxe, Montagne, Shopping

Distinguez-vous sur un événement B2C cle et thématique de la région. Atout France identifie pour vous les meilleures opportunités de visibilité selon les audiences de vos destinations (Ladies Club, Gala Dinner, Compétitions sportives et F1, TimeOut Market...) pour vous faire connaître et accroître votre notoriété auprès d'une clientèle haut de gamme.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Action de sponsoring sur un événement grand public VIP et qualifié.

**Indicateur de performance :**

Nombre de contacts

Visibilité sur les supports de communication/médias

**Maud Brunet** [maud.brunet@atout-france.fr](mailto:maud.brunet@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Emirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Koweït, Qatar

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Transport, Culture & patrimoine, Littoral , Luxe, Montagne, Shopping, Ville

Rendez votre destination visible sur la plateforme de réservation de référence dans la région dans le cadre d'une campagne en ligne de notoriété et de conversion. Acteur majeur et incontournable de l'industrie touristique au Moyen-Orient, Wego propose des collaborations sur mesure permettant de faire connaître votre destination ainsi que d'activer les réservations.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels (CRT - CDT - Métropoles)

**Nombre de partenaires souhaités :**

1 partenaire

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

- Campagne de notoriété et de conversion
- Création des formats publicitaires
- Plan media incluant des actions *inkind* et des actions sur des sites externes

**Indicateur de performance :**

- Impressions/Impacts - Clicks - Reach - Vidéos vues
- CPC - ventes et % augmentation vs N-1

**Media / Support :**

- Site et application Wego - Sites externes - Réseaux sociaux - Radio online - Medias

**Maud Brunet** [maud.brunet@atout-france.fr](mailto:maud.brunet@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Arabie Saoudite, Barheïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Koweït, Qatar

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Transport, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Shopping, Ville

Démarchage personnalisé incluant un accompagnement Atout France optionnel, dans les principales villes de la region Moyen-Orient et Turquie.

L'objectif est de tisser un lien fort avec les professionnels du tourisme de la region afin d'accroître la présence de la France dans leur programmation.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
1 a 4 partenaires par demarchage

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

5 RDV par jour | Demarchage de 2 a 3 jours maximum par ville

**Profil visiteur :**

Tour-opérateurs, agences de voyage et agences MICE

**Visiteur attendu :**

5 agences par jour

**Maud Brunet** [maud.brunet@atout-france.fr](mailto:maud.brunet@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Koweït, Qatar, Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Montagne, Shopping, Ville

Boostez votre visibilité et devenez LA destination tendance des clientèles du Golfe pour la prochaine saison ! Atout France vous propose une campagne alliant la notoriété des influenceurs de la région combinée à la force de conversion des OTA ou agences de voyage locales. Un 2-en-1 qui vous permettra de vous distinguer et de capter de nouvelles clientèles.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

2025 :

- Accueil influenceur
- Campagne réseaux sociaux
- Promotion du package via l'influenceur ou OTA/AGV

2026 :

- Publication "reminder"

**Indicateur de performance :**

Reach, publications et engagement

Nombre de réservations

**Profil visiteur :**

Influenceur voyage ou thématique

**Media / Support :**

- RS France.fr, influenceur et OTA/AGV
- Site France.fr et OTA/AGV

**Maud Brunet** [maud.brunet@atout-france.fr](mailto:maud.brunet@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

