



## Plan d'actions Mexique

Une clientèle sophistiquée, fidèle aux marques et amoureuse de l'art de vivre à la française. Les voyageurs mexicains sont résilients et s'adaptent au contexte dans lequel ils vivent. On observe une constante augmentation des séjours, avec une durée plus longue et une plus grande diversité de destinations visitées dans le pays. La France est fortement concurrencée par l'Espagne qui bénéficie d'une connectivité aérienne directe plus importante avec le Mexique.

### Chiffres clés

**16**

millions de voyages à l'étranger  
en 2023

**400 000**

visiteurs en France en 2024  
(estimations)

**1**

million de nuitées en France en  
2024 (estimations)

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

- Population\* : 129 millions d'habitants en 2023
- Taux de croissance 2023\* : + 3,2%, (Prévision 2024 : entre 2 et 3 %)
- Taux d'inflation 2023\* : 4.66% (Prévision 2024 : autour de 4%)
- Taux de change favorable au séjour à l'étranger en 2023

\*Source: INEGI (Institut statistique mexicain)

### Positionnement de la destination France

TOP 3 des destinations préférées des Mexicains:

1. Etats-Unis, très largement en tête
2. Espagne
3. France

Paris et Madrid sont régulièrement citées parmi les 10 destinations les plus recherchées par les Mexicains sur les plateformes de réservation en ligne.

La France est parfois vue comme une destination onéreuse, en particulier en ce qui concerne le transport aérien et l'hébergement.

Elle est aussi reconnue pour sa gastronomie, ses vins, sa culture et son patrimoine, sans oublier ses marques de luxes et le shopping.

#### Les cibles prioritaires :

- Les clientèles à haute contribution
- Les couples et les familles
- Les voyageurs d'affaires individuels et Incentives
- Les jeunes (quinceañeras, groupe scolaire, étudiants)

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les raisons pour choisir la France sont multiples:

- 51% pour vacances et loisir
- 34% pour raisons professionnelles
- 13% pour des visites à la famille et amis
- 2% pour des séjours linguistiques ou échanges universitaires

A côté des séjours « classiques », les Mexicains expérimentent désormais des vacances que nous appellerons « **aventure chic** » qui leur permettent de vivre des **expériences authentiques, spirituelles ou sportives**, tout en gardant un certain niveau de confort et des services privatifs et personnalisés.

Les voyageurs mexicains sont souvent "last minute" et relativement peu autonomes.

- 60% des Mexicains réservent leurs séjours moins de 2 mois à l'avance
- 36% ont réservé leurs séjour en France via une agence de voyage traditionnelle. Ceci est particulièrement vrai pour les clientèles à haute-contribution et les baby-boomers
- Les Millenials reviennent vers les agences de voyage, mais avec des besoins différents et une prise de contact adaptée (utilisation de whatsapp par exemple)

## Nos recommandations pour aborder ce marché

Soyez Patients, Présents et Persévérants.

Les Mexicains prennent leur temps et font des affaires avec les gens qu'ils connaissent et qu'ils apprécient.

Facilitez le travail de la presse et des professionnels en proposant vos informations et vos outils en espagnol.

Travaillez votre programmation avec les TO espagnols qui revendent leurs circuits en Amérique Latine, puis venez en faire la promotion au Mexique.

Adaptez vos produits aux exigences de la clientèle mexicaine : service privé / avec chauffeur, hôtels 4\* et +, sans oublier le temps pour le shopping et les activités nocturnes.

Soyez flexibles et réactifs, les Mexicains réservent souvent à la dernière minute.



## Actions phares menées sur le marché mexicain

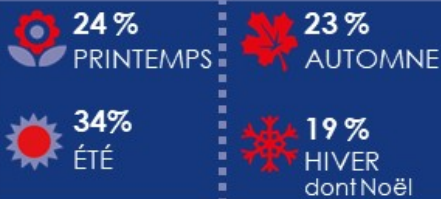
# Le marché Mexique en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

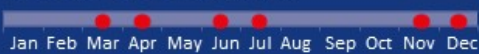
### MEXIQUE

#### Quelques données économiques

-  129 MILLIONS d'habitants
-  13 926 USD PIB/habitant
-  +3,2% CROISSANCE de l'économie en 2023



#### Période de réservation



#### Principales destinations visitées en France



#### Taux de change



1€ : 21 MXN

#### Données touristiques en 2023

- 16 MILLIONS de voyages à l'étranger
- 18% Par rapport à 2019
- 355 MILLES arrivées en France\*
- 841 MILLES nuitées en France\*
- 15 JOURS = Durée moyenne de séjour en Europe incluant la France



\*Estimations Oxford Economics

#### Principaux bassins émetteurs



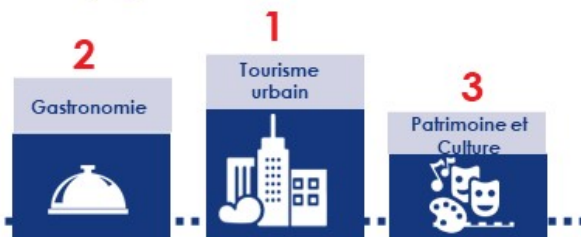
Ville de México  
Guadalajara Monterrey  
Cancun

#### Profil voyageurs



- LA FRANCE est la 2<sup>e</sup> destination des Mexicains en Europe et la 3<sup>e</sup> à l'étranger, après les US et l'Espagne
- Ils voyagent en couple (43%) ou en famille (35%).
- Age moyen 35 ans, niveau éducation supérieure

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



Contact marché Mexique | melanie.belin@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

- [Etats-Unis: France 360 à Boston \(Edition 2024\)](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Etats-Unis: France360 \(édition 2025\)](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Mission Colombie-Mexique \(étape Mexique\)](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Petit-Déjeuner Buyers Mexicains \(IMEX Las Vegas 2025\)](#) : Rencontres B2B / Organismes d'événements MICE internationaux

**Marchés d'intervention :** Canada, Etats-Unis, Mexique

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

**Cibles :** Professionnels internationaux

Ce rendez-vous réunira entre 120 et 200 professionnels du tourisme, originaires de France, des États-Unis, du Canada, du Mexique, Le dossier technique de l'opération sera disponible fin mai 2024.

## OBJECTIFS

- Permettre aux acteurs du tourisme français et des Amériques de nouer de nouveaux contacts ou d'entretenir des liens existants, tout en présentant pour les uns leurs produits, servi
- Être une plateforme éducative, et créatrice de synergies en donnant la parole à des représentants « leaders » de notre industrie
- Présenter une offre touristique renouvelée

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et Privés [Hôteliers, agences réceptives, etc....]<

### Nombre de partenaires souhaités :

60

### Visibilité partenaire :

Plusieurs options: Webinaires, Posts LinkedIn, E-news,...

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 29 Juillet 2024

### Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : A partir de \$ 4,990 HT

## FORMAT

### Liste des sessions :

*France 360-Année 2024*

Date de début	: 11 novembre 2024
Date de fin	: 13 novembre 2024
Date limite d'inscription	: 29 juillet 2024

### Lieu :

en présentiel à Boston

### Format de l'opération :

Événement de 3 jours en présentiel , 1 jours et demi de workshop (rdv pre-programés, diner de gala, ateliers de formation. Nouveauté

2024 : espace start-up , innovation.

### Indicateur de performance :

Nombre d'invités - Ration invites rendez-vous - Sondage post opération sur les demandes enregistrées par les acheteurs

### Edition précédente :

- Nombre d'acheteurs participants: 75  
- Nombre de rendez-vous commerciaux : 1986

### Profil visiteur :

Tour Opérateurs et Agents de Voyage - Espace Start Up

### Visiteur attendu :

120 - 150

### Media / Support :

E-news dédiées vers les professionnels du tourisme et Communiqués de presse vers les journalistes presse professionnelle - Réseaux sociaux: Facebook - LinkedIn

**Nathalie Poto** [nathalie.poto@atout-france.fr](mailto:nathalie.poto@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Canada, Etats-Unis, Mexique

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

**Cibles :** Professionnels internationaux

France 360, le rendez-vous incontournable B2B Loisir d'Atout France en Amérique du Nord, s'articule autour de 3 jours de rendez-vous et sessions de travail, l'occasion de créer et renforcer les liens entre les professionnels du tourisme français et les tour-opérateurs et agents de voyage nord-américains souhaitant développer leur offre de produit vers la France.

## OBJECTIFS

- Créer et renforcer les liens avec les tour-opérateurs et agents de voyage nord-américains
- Faire connaître votre produit/destination
- Informer sur les nouveautés pour votre produit/destination

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Offices du tourisme, hôtels 4 à 5 étoiles, musées et châteaux, agences réceptives et transporteurs

### Nombre de partenaires souhaités :

60

### Visibilité partenaire :

- Votre profil sur la page de l'événement France 360 - E-news dédiées vers les professionnels du tourisme présentant les participants - Communiqués de presse vers les journalistes presse professionnelle - Animation posts LinkedIn Atout France USA

## FORMAT

### Liste des sessions :

*France 360 2025*

Date de début	: 13 octobre 2025
Date de fin	: 15 octobre 2025
Date limite d'inscription	: 31 juillet 2025

### Lieu :

Lieu à définir (Denver ou Phoenix)

### Indicateur de performance :

70 à 80 acheteurs

60 à 65 exposants

2000 rendez-vous pré-programmés

Taux de satisfaction de 96%

**Nathalie Poto** [nathalie.poto@atout-france.fr](mailto:nathalie.poto@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Mexique, Colombie

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

**Cibles :** Professionnels internationaux

Dans la continuation de la Mission Colombie à Bogota, nous proposons une mission au Mexique, 2e marché émetteur en Amérique Latine, après le Brésil, et à seulement 4h30 de vol depuis Bogota. 2 jours de workshop vous attendent pour rencontrer les principaux TO et agents de voyage de Mexico et des alentours.

Option de démarchage sur Monterrey et Guadalajara (nous consulter pour devis)

## OBJECTIFS

- Rencontres avec les TO et AGV du Mexique
- Networking et RDV BtoB

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Destinations, hôteliers, Agences receptives, transporteurs, activités, etc.

### Nombre de partenaires souhaités :

8 minimum

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Tarif early bird jusqu'au 30 novembre 2024

### Précisions tarifaires :

Le cout de participation intègre: - 1 table / 1 badge par entreprise et par personne pendant 2 jours - 1 transfert aéroport-hôtel-aéroport - 2 nuitées hôtel (hotel à confirmer)  
- Visibilité du logo du partenaire sur les outils de communication de l'événement

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Workshop Mexico*

Date de début : 27 février 2025

Date de fin : 28 février 2025

Date limite d'inscription : 30 novembre 2024

### Lieu :

Mexico City (hôtel à confirmer)

### Format de l'opération :

2 journées de workshop + espaces de networking

Possibilité de poursuivre sur Guadalajara et Monterrey (3 et 4 mars 2025) en démarchage.

### Indicateur de performance :

nombre de TO et AGV rencontrés.

### Profil visiteur :

TO, Agences Loisir et MICE, qui vendent la France et l'Europe.

### Visiteur attendu :

50 TO et AGV sur les 2 jours

**Mélanie Belin** [melanie.belin@atout-france.fr](mailto:melanie.belin@atout-france.fr)

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



# PETIT-DÉJEUNER BUYERS MEXICAINS (IMEX LAS VEGAS 2025)

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Mexique

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

**Cibles :** Organismes d'événements MICE internationaux

**Espaces et filières :** MICE

Rencontrer les meeting planners, travel managers et spécialistes du MICE mexicains lors d'un petit-déjeuner en marge d'IMEX Las Vegas 2025.

## OBJECTIF

- Rencontrer les professionnels du MICE mexicains

## PARTENAIRES

**Visibilité partenaire :**

Temps de parole pendant la présentation Logo sur l'invitation

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

30 avril 2025

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Petit-déjeuner avec buyers mexicains (IMEX 2025)*

Date de la session : 07 octobre 2025

Date limite d'inscription : 30 avril 2025

**Lieu :**

Imex Las Vegas

**Format de l'opération :**

Petit déjeuner et présentation des sponsors

**Indicateur de performance :**

nombre d'invités

**Profil visiteur :**

Meeting Planners, Travel Managers, Agences Corporate

**Visiteur attendu :**

30 agents de voyage MICE

**Mélanie Belin** melanie.belin@atout-france.fr

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

## Les opérations à la carte

2022

- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux

2024

- [CAMPAGNE INTEGRALE EXPLORA FRANCIA 2024](#) : Formations
- [Démarchage Virtuel BtoB \(Mice et/ou Loisir\)](#) : Formations
- [Analyse Données ARC IATA – marchés émetteurs des Amériques](#) : Etude et publications / Professionnels français

2025

- [Campagne digitale Explora Francia 2025 - Mexique](#) : Campagnes / Grand public international, Professionnels internationaux

**Marchés d'intervention :** Afrique du Sud, Arabie Saoudite, Barheïn, Brésil, Canada, Egypte, Emirats Arabes Unis  
**Type de rendez-vous :** Formations  
**Cibles :** 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)

**Marchés d'intervention :** Mexique  
**Type de rendez-vous :** Formations

Regrouper des expériences originales et thématiques présentant le renouvellement de l'offre touristique en France, en format papier et digital.

Un guide d'itinéraires + une plateforme de ressources pour les pros + webinaire de formation

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Destinations, Hôtels, DMC, Musées, sites, école de cuisine, etc.

### Nombre de partenaires souhaités :

12

## FORMAT

### Lieu :

### Format de l'opération :

- 1 guide imprimé (2000 ex.)
- 1 webinar de formation par mois
- 1 épisode du podcast Explore France par mois
- 1 post sur le groupe Facebook PRO (+1000 abonnés)
- Newsletter B2B Loisir (2500 contacts)

### Indicateur de performance :

- Nombre de personnes connectées aux événements en ligne
- Engagement des publications Réseaux Sociaux

### Visiteur attendu :

50 par webinaire

### Media / Support :

guide imprimé, webinaire, newsletter, réseaux sociaux, podcast, centre de ressources

**Mélanie Belin** [melanie.belin@atout-france.fr](mailto:melanie.belin@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention : Mexique**

RDV en ligne avec des Professionnels mexicains (MICE et/ou Loisir) sur une semaine dédiée (dates à choisir selon disponibilité)

Utilisation de Microsoft Teams et Accompagnement par un membre de l'équipe Atout France lors des RDV

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
destination, hoteliers, DMC, activités, etc.

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

6 RDV virtuels à prendre sur une semaine (attention au décalage horaire)

Accompagnement par un membre de l'équipe Atout France

**Indicateur de performance :**

Nombre de RDV pris

**Visiteur attendu :**

6

**Mélanie Belin** [melanie.belin@atout-france.fr](mailto:melanie.belin@atout-france.fr)

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

# ANALYSE DONNÉES ARC IATA – MARCHÉS ÉMETTEURS DES AMÉRIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Brésil, Canada, Etats-Unis, Mexique

**Type de rendez-vous :** Etude et publications

**Cibles :** Professionnels français

Analyse et extraction de données de réservations aériennes intermédiées comprenant lead time, itinéraire détaillé, classe de siège, nom et adresse de l'agence émettrice, etc.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels (destinations) et aéroports

**Nombre de partenaires souhaités :**

action individuelle

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Extraction et analyse par les équipes Atout France des données sur une période convenue. Préparation d'un PPT d'analyse. Programmation d'une rencontre en ligne pour la livraison des résultats et transmission des fichiers.

Date limite d'inscription : les données sont actualisées dans la base ARC environ 3 mois après la réalisation du voyage. Deux mois de préavis pour la commande.

**Indicateur de performance :**

n.d.

**Media / Support :**

Excel, PPT et rencontre Teams

**Frédéric Mazenq** frederic.mazenq@atout-france.fr

**Emmanuel Marcinkowski** emmanuel.marcinkowski@atout-france.fr

**Mélanie Paul'Hus** melanie.paul-hus@atout-france.fr

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

# CAMPAGNE DIGITALE EXPLORA FRANCIA 2025 - MEXIQUE

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Mexique

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Cibles :** Grand public international, Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Culture & patrimoine, Gastronomie , Montagne

Campagne digitale qui comprend:

- 1 webinaire de formation du BtoB (dates à choisir selon les disponibilités)
- 1 page dans notre catalogue d'itinéraires Explora Francia
- 1 publication sur nos réseaux sociaux Facebook et Twitter

## OBJECTIF

## FORMAT

Lieu :

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

