

Asie du Sud-Est

Plan d'actions Asie du sud-est

Les six marchés de l'ASEAN (Association des Nations d'Asie du Sud-Est) dans lesquels Atout France mène des actions représentent près de 95% du PIB total de ce bloc : l'Indonésie, la Malaisie, les Philippines, Singapour, la Thaïlande et le Vietnam.

Il s'agit d'une zone très diverse allant de marchés établis, comme Singapour, à de nouveaux marchés comme le Vietnam et l'Indonésie, en passant par des marchés émetteurs aux positionnements plus spécifiques comme les Philippines.

Témoignant traditionnellement d'un goût prononcé pour le shopping et le confort, la clientèle issue de l'ASEAN est également intéressée par des « expériences uniques » et par « l'authenticité », de nouveaux mots-clés à retenir, en particulier après la pandémie.

Chiffres clés

4ème

économie mondiale d'ici 2030

52

vols directs hebdomadaires cet
hiver

130 000

arrivées en moyenne en France
avant la pandémie

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Actions phare en ASEAN

Les opérations à la carte

2024

- [ASEAN E-newsletter PRO](#) :
- [ASEAN E-newsletter Presse](#) :

2025

- [ASEAN - Soirée Luxe BtoC](#) : Événement grand public / Grand public international
- [ASEAN - Achat d'espaces média](#) : Événement grand public / Grand public international
- [ASEAN - ILTM Asie-Pacifique](#) : Salons

Marchés d'intervention : Indonésie, Japon, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Vietnam

L'e-newsletter PRO est destinée à 600 professionnels du tourisme en Asie du Sud-Est.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :
E-newsletter

Indicateur de performance :
Le taux d'ouverture

Watanabe - Michiko michiko.watanabe@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention : Indonésie, Japon, Malaisie, Philippines, Singapour, Vietnam

L'e-newsletter presse est envoyée aux 20 journalistes en Asie du Sud-Est.
Les thèmes sont très variés: culture, événements, shopping, nouveautés en France...

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations

Nombre de partenaires souhaités :

Entre 3 et 6

FORMAT

Format de l'opération :

E-newsletter

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture

Watanabe - Michiko michiko.watanabe@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention : Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Vietnam

Type de rendez-vous : Événement grand public

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Luxe

Organisation de soirée BtoC dans des grandes villes en ASEAN, environs 20-50 invités en couple.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Nombre de partenaires souhaités :

Entre 1 et 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Soirée en présentiel, en format cocktail

Indicateur de performance :

Qualité de contacts

Profil visiteur :

Meilleurs clients de banques en ASEAN

Visiteur attendu :

entre 20 et 50 pax

Watanabe - Michiko michiko.watanabe@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention : Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Vietnam
Public attendu : Grand public international

Augmentez votre notoriété auprès du public ASEAN!
Nous vous proposons des médias qui couvre plusieurs marchés ASEAN en fonction de vos priorités.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Nombre de partenaires souhaités :
A partir d'un partenaire

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Campagnes différentes, selon les besoins du partenaires.
- En fin de campagne, une synthèse est préparée et envoyée au partenaire.

Indicateur de performance :

Le taux de CTR et impressions

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

Marchés d'intervention : Australie, Chine, Corée du Sud, Inde, Indonésie, Japon, Malaisie
Type de rendez-vous : Salons

ILTM (International Luxury Travel Market) est un salon professionnel annuel organisé par le groupe Reed sur le tourisme haut de gamme. La troisième édition en 2024 a accueilli environ 650 exposants du monde entier et 650 hosted buyers dont 40 % d'Australie, 22% d'Asie du Nord, 20% de l'Asie du Sud-Est, 10% de l'Inde et 6 % de Chine.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Nombre de partenaires souhaités :
8 partenaires requis

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Salon

Indicateur de performance :
Qualité de RDV

Visiteur attendu :
Le nombre maximum de rendez-vous qu'une entreprise peut avoir est de 54 hors horaires de déjeuner

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

