



## 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

#### 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

#### 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

### 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.