

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 Presse](#) :
- [Campagne multimarchés sur facebook & instagram \(darkpost\)](#) : Campagnes / Grand public international
- [ASEAN E-newsletter PRO](#) : Campagnes
- [Campagne facebook](#) : Campagnes

2025

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

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

CAMPAGNE MULTIMARCHÉS SUR FACEBOOK & INSTAGRAM (DARKPOST)

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde, Hong-Kong, Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Taïwan

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Les réseaux sociaux jouent un rôle crucial, notamment sur les marchés en Asie, dans la promotion des attraits touristiques de la France. Ils représentent un moyen efficace pour interagir avec les internautes passionnés de voyages et les inciter à choisir la France.

L'équipe d'Atout France en Inde, en collaboration avec plusieurs bureaux de la zone, vous propose de lancer une campagne sur notre page Facebook (anglais) et notre compte Instagram global (darkpost), en ciblant les internautes en Inde, en Asie du Sud-Est (notamment en Thaïlande, au Vietnam, en Indonésie,

aux Philippines, à Singapour et en Malaisie), ainsi qu'à Taïwan et Hong Kong.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, Privés [Hôteliers, les OTs, Les CRT, des monuments, des attractions...], Shopping

Nombre de partenaires souhaités :

La proposition de campagne concerne seulement un partenaire. Cependant, nous pouvons également exécuter cette campagne pour plusieurs partenaires.

FORMAT

Format de l'opération :

Promotion de vos offres touristiques à travers des posts sur Facebook et Instagram (Darkpost). Veuillez noter que ces posts seront boostés sur les marchés ciblés (Inde, Asie du sud-est, Taïwan et Hong Kong) afin d'atteindre un public plus large et spécifique.

Publication d'un article natif sponsorisé sur France.fr/en - notre site web global en anglais - suivi de la promotion de l'article via un post sur nos réseaux sociaux (Facebook et Instagram (Darkposts)).

Fourniture du contenu brut (en anglais), y compris les images, et les vidéos. De plus, veuillez partager les liens vers votre compte Facebook, ainsi que les hashtags pertinents. Veuillez noter que nous aurions besoin d'un préavis de plus de deux mois à l'avance pour préparer tous les éléments de la campagne.

Indicateur de performance :

Voici la visibilité estimée si vous choisissez pour une campagne avec un budget de 3000 HT euros :

- Estimated Reach: entre 1,4 million et 4,3 million
- Estimated Post Engagement : entre 31K et 112K
- Estimated Link Clicks: entre 4,4K et 21

Voici la visibilité estimée si vous choisissez pour une campagne avec un budget de 5000 HT euros :

- Estimated Reach: entre 2,5 million et 7,7 million
- Estimated Post Engagement : entre 63K et 205K
- Estimated Link Clicks: entre 9.8K et 40K

Media / Support :

Page Facebook Globale (anglais) :

<https://www.facebook.com/EN.ExploreFrance> (Followers : 376K), Compte Instagram Globale :

<https://www.instagram.com/explorefrance/> (Followers : 262K), Site web global (anglais) : <https://www.france.fr/en> (Users : 487K, Sessions : 566K et Page Vues : 930K en 2022)

Hegde - Ronak ronak.hegde@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, 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 : Brunei, Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Vietnam

Type de rendez-vous : Campagnes

Notre Facebook en anglais est suivi par 230 000 personnes d'Asie du Sud-Est dont la majorité sont des Indonésiens et des Philippines. Le ratio entre Homme/Femme est 50%-50%. Le coeur de notre cible est entre 25 et 34ans.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

Un post facebook

Indicateur de performance :

Nombre d'impression ou nombre de clics

Media / Support :

Compte @EN.ExploreFrance

Reseau social :

[ExploreFrance](#)

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

Informations complémentaires et mises à jour sur 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)

