



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

ATOUT  
FRANCE

L'Agence de développement  
touristique de la France

# PRESENTATION DU MARCHÉ ISRAËL 2024-2025



### Préambule

Le plan d'action 2025 présenté tient compte de la situation géopolitique actuelle (octobre 2024). Il sera donc évolutif sur le format des opérations proposées.

Les workshops se feront sous format digital, ou en présentiel dans la mesure où la situation sécuritaire le permet.

Atout France restera ouvert à d'autres opportunités qui pourraient émerger au cours de l'année.

Une personne référente sur le marché est en lien régulier avec les différents prescripteurs et opère une veille active sur le marché.

Contact : Elise Bergerard  
[elise.Bergerard@atout-france.fr](mailto:elise.Bergerard@atout-france.fr)  
+971 52 54 96 96 4

### Sommaire

- Données économiques
- Données touristiques
- **La distribution touristique en Israël**
- Description du marché israélien
- Les actions en 2025

## ■ DONNÉES ÉCONOMIQUES

## Une économie résiliente, malgré la guerre

- A ce jour, les zones de Tel Aviv et Jérusalem sont peu impactées économiquement par le conflit
- Consommation domestique forte avec une monnaie et un pouvoir d'achat qui reste stable. La croissance reste positive
- Croissance prévisionnelle entre 0,2-2,2% pour 2024 en 2023 (+2%), en 2022 (+6,8%)
- Plus faible taux de chômage depuis 50 ans (2,8%)
- Déficit budgétaire se creuse (7,5% prév. En 2024) avec de fortes dépenses publiques liés au conflit.
- Inflation relativement maîtrisée, autour de 3,6% en glissement annuel
- La haute technologie représente 18% du PIB et 55% des exportations, un secteur qui reste stable.

## UN FORT POUVOIR D'ACHAT DES ISRAELIENS

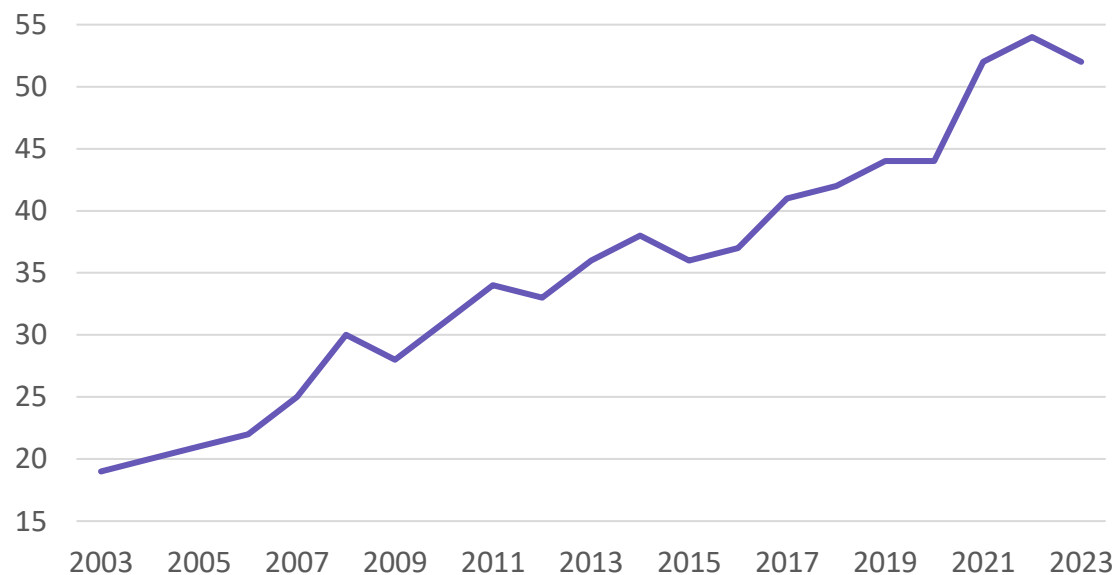
- PIB par habitant : 45 578€  
(29<sup>ème</sup> place mondiale, 40 490€ en France)
- Salaire moyen en forte progression (+7,4%)
  - Tout secteur : 13 683 ILS (environ 3 320€)
  - Dans la tech : 32 215 ILS (environ 7 770€)

## Taux de Change : 1 Euro = 4,2 Shekels

(en 2020 : 1 Euro = environ 5.45 Shekels)

Le Shekels s'est fortement renforcé par rapport aussi bien à l'Euro qu'au dollar donnant ainsi aux Israéliens encore plus de pouvoir d'achat à l'étranger

PIB/ habitant en Israël (en \$)



# ■ DONNÉES TOURISTIQUES

UNE FORTE ENVIE DE VOYAGER DANS UN  
CONTEXTE TENDU

## Un grand marché, impacté par la guerre

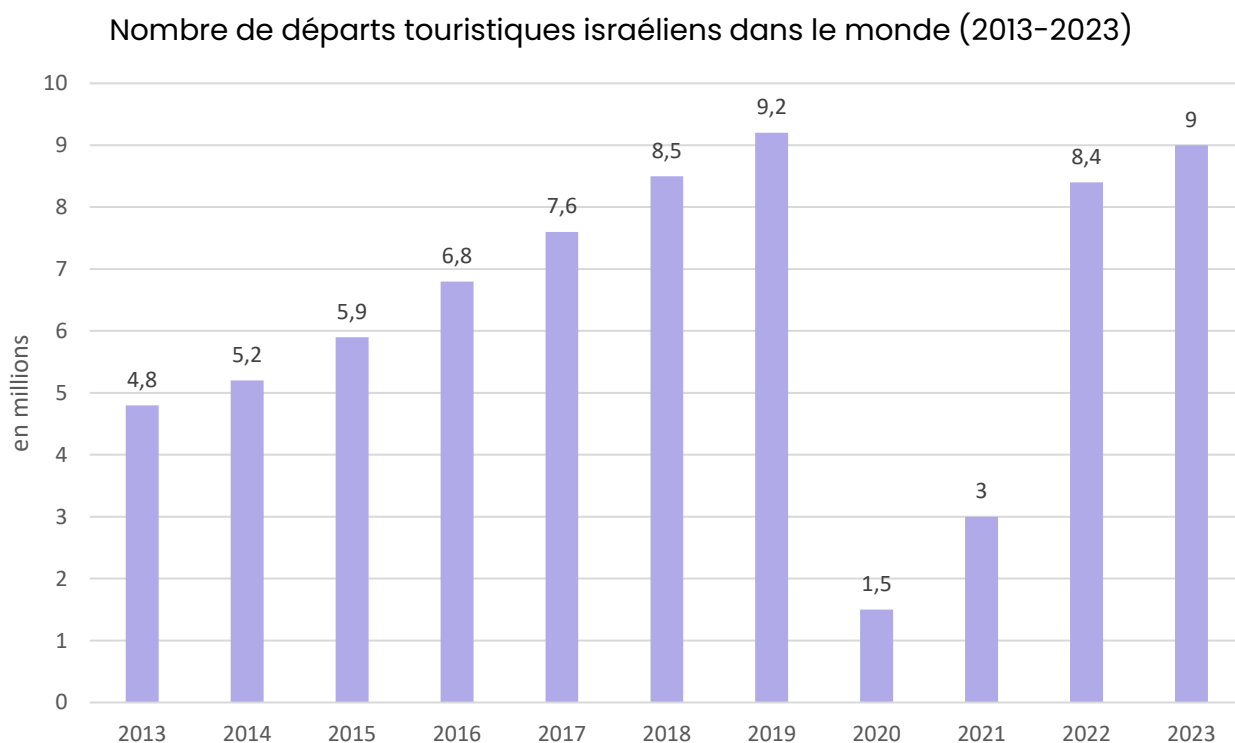


Figure 1: Aéroport international Ben Gourion

- Un marché prisé par les destinations européennes car les Israéliens voyagent de plus en plus (9 millions de touristes en 2023), avec une forte fréquence de voyage élevée (quasiment autant de voyageurs que d'habitants) et dépensent beaucoup (2 000€ par séjour en moyenne).
- Mais l'actualité politique impacte fortement les flux sortants (guerre depuis le 07 octobre 2023)
- Les Israéliens sont contraints de choisir leur destination de vacances, selon les lignes aériennes disponibles (beaucoup de compagnies américaines et européennes ayant suspendues leurs vols)
- Un fort désir d'évasion pour s'échapper du quotidien au climat tendu.
- Une appétence pour les destinations rurales, en dehors des centres urbains.

## Classement des destinations préférées des Israéliens 2023-2024

La France passe de 6<sup>ème</sup> place en 2023 à 4<sup>ème</sup> place sur les 9 premiers mois de l'année 2024

En 2023	De janvier à septembre 2024
1. Turquie	1. Grèce (-3%)
2. USA	2. USA (-40%)
3. Grèce	3. Chypre (+1%)
4. Italie	<b>4. France (-34%)</b>
5. Royaume-Uni	5. Italie (-51%)
<b>6. France</b>	6. EAU (-43%)
7. EAU	7. Géorgie (+18%)
8. Allemagne	8. Royaume-Uni(-55%)
9. Chypre	9. Allemagne (-46%)
10. Espagne	10. Espagne (-43%)

Un changement du classement dû à la situation des vols, les coûts des billets et les destinations perçues moins sûres pour les Israéliens.

## Evolution récente en France

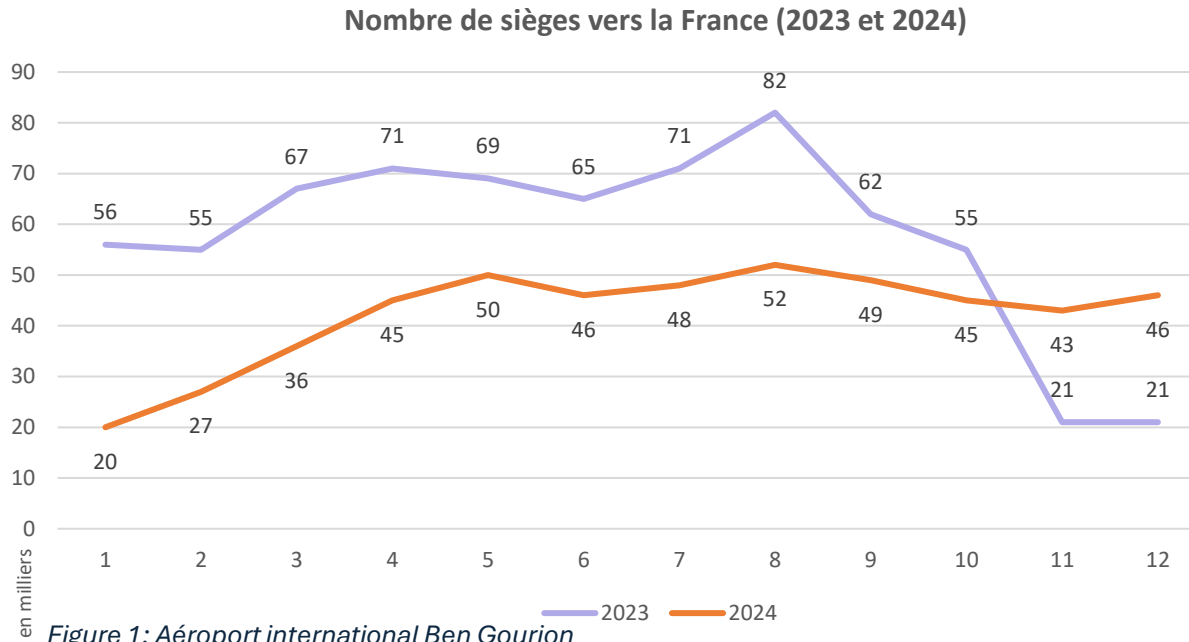


Figure 1: Aéroport international Ben Gourion

Indicateurs	2024
Aéroport avec lignes directes en Israël	(1) Aéroport Ben Gourion
Aéroports avec lignes directes en France	(5) Paris, Marseille, Nice, Lyon, Bâle-Mulhouse
Capacité de sièges hebdomadaire	14 500 en 2023 Prév. 10 500 en 2024 (-27%)

- Air France, une compagnie perçue comme loyale. Les low-costs ont stoppé leurs vols. La part de marché d'El Al est passé de 40% à 60%. La France a une fréquence de vols supérieure à Londres et New York (juillet 2024)
- Baisse des flux entre 2023 et 2024 vers la France moins forte (-30%) que vers les autres destinations européennes et les USA. En août 2024, la France est à la deuxième place européenne et maintient cette place prévisionnelle pour l'année 2024.
- Tendances : Découverte de nouvelles destinations, appétence pour les thématiques à forte valeur ajoutée (shopping, gastronomie, ski). Actuellement : destinations rurales, bien-être et ski.
- Prévisions positives pour l'hiver avec des réservations stables (charters jugés plus sûr que lignes commerciales).



# LA DISTRIBUTION TOURISTIQUE

UN MARCHÉ ULTRA CONNECTÉS ET TRÈS INTERMÉDIÉ

### Structure de la Distribution

- 5 / 6 réseaux importants
- 580 Agences de Voyages
- Développement des Conseillers en Voyages & Freelance

Actuellement :  
L'offre disponible génère la demande  
Réservations/ Annulations en last-minute

- Plus de 90% utilisent Internet pour des Recherches, 49% d'entre eux réservent sur Internet.
- **75% : Taux d'intermédiation**
- Particularités du Professionnel israélien :
  - Va très vite et Droit au But
  - Toujours optimiste
  - Cherche les nouveautés
  - Doit être relancé – régulièrement

## DESCRIPTION DU MARCHÉ

TITRE LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,  
CONSECTETUER ADIPISCING ELIT.

### Mode de consommation

#### Motivations de voyage

- Loisir: 80%
- Affaire: 12%
- VFR : 8%
- FIT: 70-80% | Group: 20-30%

#### Activités plébiscitées

- Famille, activités pour les enfants (parcs d'attractions)
- Activités sportives
- Culture, patrimoine juif
- Gastronomie, œnotourisme
- Shopping, cultures urbaines
- Hôtels 4, 5 étoiles

#### Période de voyage

- L'été : 2,5 millions de départs en juin et juillet 2023
- En fonction des dates des fêtes juives :
  - Sept-oct : Nouvel an juif 2 à 3 semaines (env. 1 millions)
  - Mars-avril 2 à 3 semaines (860k)
  - Nov-Décembre, 1 semaine (750k)
- Et quelques jours fériés permettant des week-ends prolongés

### **Forces**

Marché facile à pénétrer, proximité culturelle

Marché résilient et réactif

Thématiques à forte valeur ajoutée

Niveau de dépenses élevées

Nombreuses connexions aériennes

### **Faiblesses**

Image de destination France relativement chère

Les jeunes attirés par autres destinations

### **Opportunités**

La France garde de bonne connexions aériennes en comparaison à des destinations concurrentes

Appréciation du soutien au marché

### **Menaces**

Sentiment d'insécurité naissant dans les villes européennes

Situation sécuritaire instable

Concurrence de destinations à la mode (Dubai, Asie du Sud Est..)



# ACTIONS EN 2025

WORKSHOP FRANCE

## PLAN D'ACTION 2025 (évolutif)

### Workshop ski, online

DATE : deuxième trimestre 2025, date à confirmer

Format : 1 jour de rendez-vous individuels en ligne

Présentation du marché pour les partenaires français & « animation France » pour les professionnels israéliens

Nombre de partenaires attendus : 10 maximum

Nombre de participants attendus : 20

*Possibilité d'évolution au format en présentiel*



### Workshop Israël online ou en présentiel (suivant la situation sécuritaire)

DATE : September 2025, date à confirmer

Format : 1 jour de rendez-vous individuels avec évènement networking

Nombre de partenaires attendus : 10

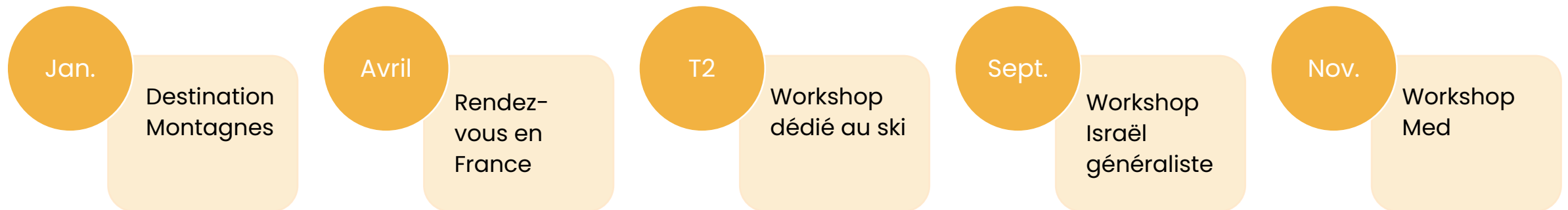
Nombre de participants attendus : 30



### Invitation aux événements France

- Rencontrer les agents de voyages, tours opérateurs et OTA leur de leur venue aux salons en France:
  - Destination montagne | 28 et 29 janvier 2025
  - Rendez-vous en France | 1<sup>er</sup> et 2 avril 2025
  - Workshop Med | Novembre 2025
- Accueillir les prescripteurs en France :  
journalistes, influenceurs et professionnels du tourisme (éductours)

### Calendrier des événements programmés





**#ActivateurDeTourismes**

**A**TOUT  
**FR**ANCE  
[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

