



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

Le marché australien

Etat des lieux – Février 2025



Population australienne 2025 : 27.5 millions



Source

ABS

Contexte économique

Une économie résiliente dans un climat économique, géopolitique et financier tendu

- Prevision Taux de croissance 2025 : + **1.6%** (+1.1 % en 2024)
- Économie notée **AAA**
- **12ème** économie mondiale
- PIB/habitant : **67.980 USD\$** (49.530 USD\$ en France)
- Taux de chômage : **4.1%** (2024)
- **Stabilité** du dollar AUD (AUD\$)
- Inflation à **3.3%** en 2024 (4.5% en 2023)

MAIS :

Ralentissement de l'économie dû à une **baisse de la consommation, à l'endettement** des ménages suite aux **hausse consécutives** des taux d'intérêt directs, la hausse des coûts de la vie et de l'inflation.



Copyright : Tourism Australia

Sources

KPMG, Deloitte, FMI, ABS, SMH, FitchRating, RBA

Tourisme à l'export

- **11.6 millions** de départs internationaux en 2024 (11.3 millions en 2019)
- **6.2 millions** d'Australiens en Europe
- Motivation de voyage: **57%** pour vacances
- **Profils vers l'étrangers:**
 - **28%** des 18-35 ans, puis **23%** des 35-50 ans
 - **35%** en couple, 20% en famille et 17% en solo
- Durée de séjour : **17 jours**
- Pays visites en Moyenne: **3.1 pays**
- Dépenses: 30 milliards EUR de dépenses à l'étranger (40 milliards EUR en 2019)
- Bassins émetteurs principaux:
 - Nouvelle Galles du Sud NSW – Sydney (34%)
 - Victoria – Melbourne (28%)
 - Queensland – Brisbane (18%)



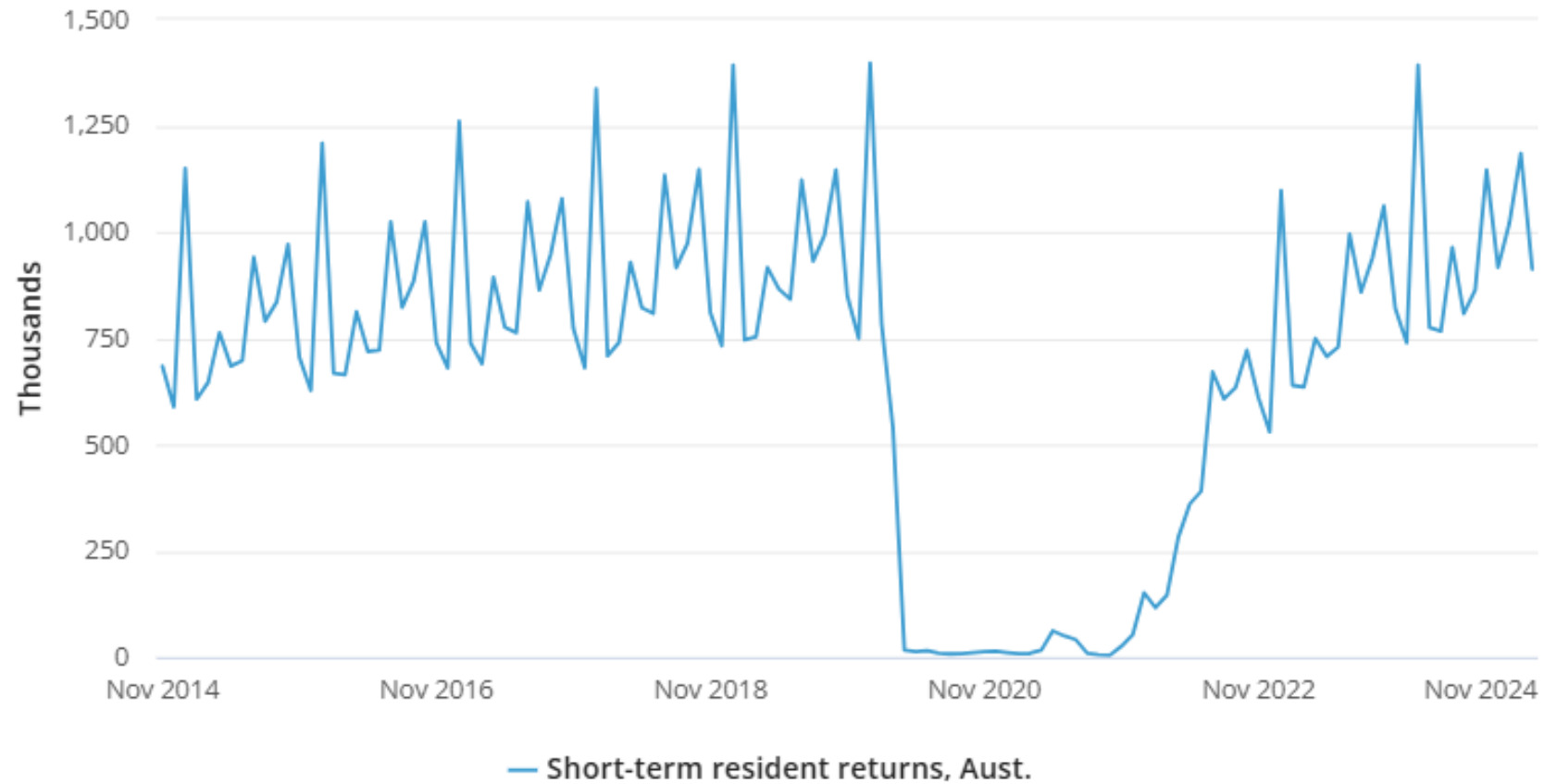
- Classement destinations concurrentes en volume:
 - Indonésie (Bali)
 - Nouvelle-Zélande
 - Japon
 - Thaïlande
 - USA

Source

ABS, TRA, Euromonitor, ETC, Budget Direct

Évolution des retours des Australiens de l'étranger 2014-2024

Niveaux superieurs en periode pre-pandémie



Source : ABS <https://www.abs.gov.au/statistics/industry/tourism-and-transport/overseas-arrivals-and-departures-australia/nov-2024>

- **Taux de depart :**
 - **76 %** des Australiens ont voyagé localement, **55 %** ont voyagé entre États Australiens et **40 %** ont voyagé à l'étranger en 2024.
 - En 2025, 1 Australien sur 2 planifie de partir à l'étranger
 - 33% ont l'intention de voyager en Europe cette année selon une étude ETC
- **Reservation des sejours:** **62%** réservent plus de 6 mois en avance
- **Le durable:** **75 %** des Australiens souhaitent voyager de manière plus durable au cours des 12 prochains mois
- **Les dépenses:**
 - Baisse des tarifs aériens de **15 à 25%** selon les destinations internationales, selon le groupe Flight Centre
 - Les voyages comme priorité absolue pour les dépenses non-essentiels selon une étude de Tourism & Transport Forum (TTF)
 - Pres de la moitié des Australiens font des voyages en économisant leur numéro une priorité, un nouveau rapport de Money.com.au.
- **Nouvelles motivations de voyages:**
 - Engouement pour les croisières: **1.25 Million** d'Australiens ont fait une croisière
 - 20% voyagent pour des événements sportifs ou grands concerts, selon Amex
 - Voyage solo en hausse
 - 58% recherchent des voyages gastronomiques et des nouvelles expériences

Les Atouts du marché vs les freins du marché

Les Atouts du marché

- Saisonnalité linéaire
- Longue durée de séjour
- 4 semaines de congés payés
- Panier moyen/jour
- Image et attractivité forte de la France
- Paris, capitale préférée des Australiens
- Bonne répartition dans l'espace
- Forte appétence gastronomie et vin
- Tourisme de mémoire
- Ligne directe avec Qantas
- Marché fortement intermédiatisé
- 14 millions de Passeports

Les freins du marché

- Situation géopolitique mondiale
- Voyage cher, même si baisse des couts de l'aérien
- Les finances des ménages
- L'impact du long voyage et l'empreinte carbone

6.2 millions de touristes australiens en 2023, avec prévision de croissance de 4% / an

Australia market share summary

	2023		Growth (2023-28)			Growth (2018-23)	
	000s	Share**	Annual average	Cumulative growth*	Share 2028**	Cumulative growth*	Share 2018**
Total outbound travel	18,211	-	9.5%	57.4%	-	-1.7%	-
Long haul	17,399	95.5%	9.4%	56.8%	95.1%	-2.8%	96.6%
Short haul	813	4.5%	11.4%	71.4%	4.9%	28.9%	3.4%
Travel to Europe	6,286	34.5%	5.0%	27.7%	28.0%	4.4%	32.5%
European Union	835	4.6%	51.0%	685.7%	22.9%	-83.3%	26.9%
Northern Europe	1,827	10.0%	1.6%	8.4%	6.9%	17.9%	8.4%
Western Europe	1,787	9.8%	3.5%	18.9%	7.4%	1.2%	9.5%
Southern Europe	2,298	12.6%	7.5%	43.4%	11.5%	4.2%	11.9%
Central/Eastern Europe	374	2.1%	10.8%	67.2%	2.2%	-24.9%	2.7%

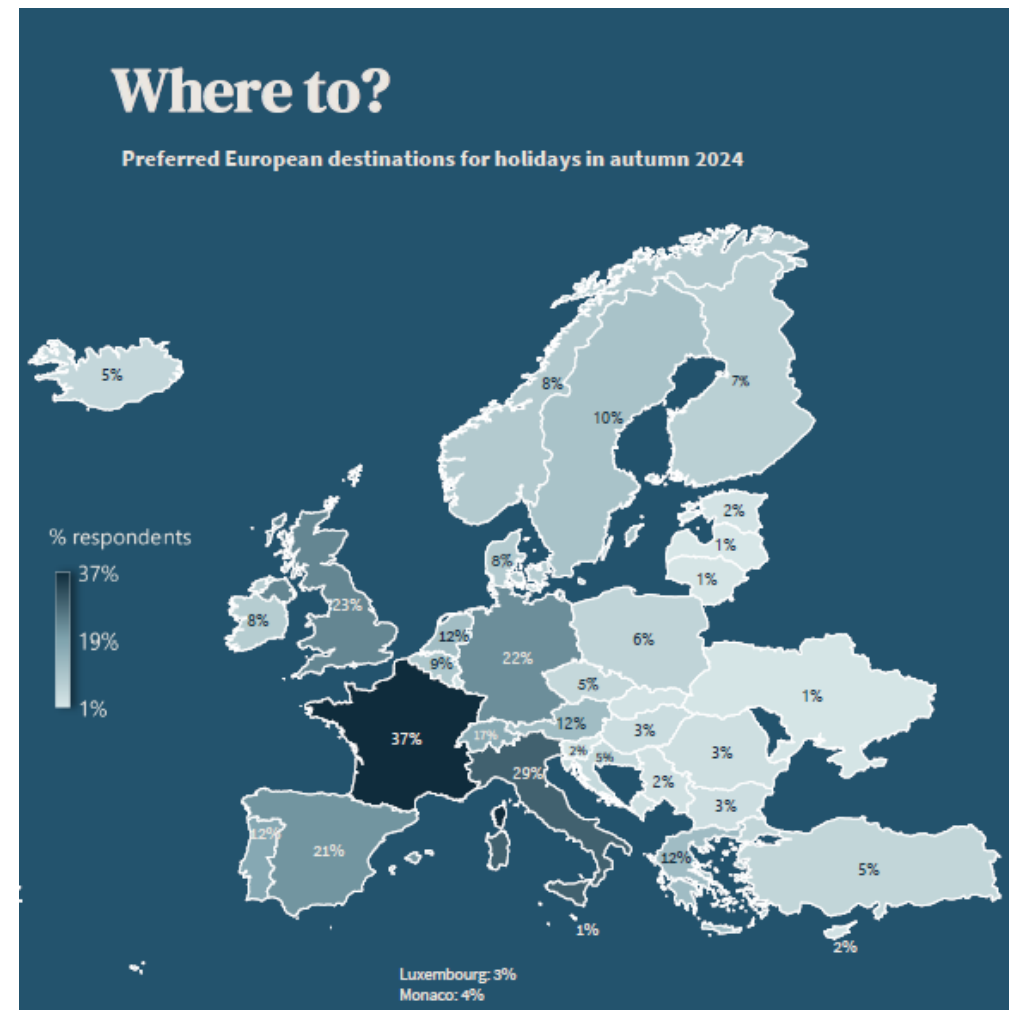
*Shows cumulative change over the relevant time period indicated. 2018-23 includes COVID-19 pandemic related declines.

**Shares are expressed as % of total outbound travel

Source: Tourism Economics

Les destinations privilégiées en Europe

- 3.7 pays visités en Moyenne lors d'un séjour en Europe, avec la France comme préférence pour 37% d'entre eux.
- 53% de nouveaux clients contre 47% de repeaters



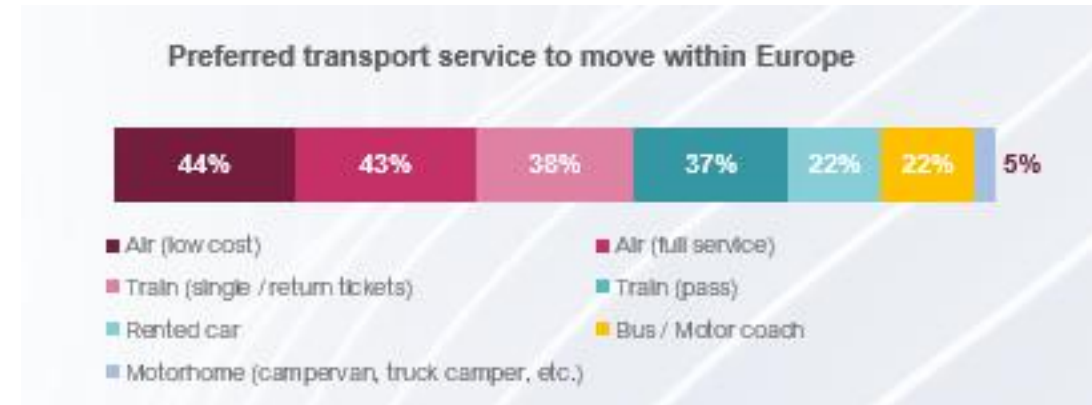
Source : European Travel Commission

Motivations de voyages et moyen de transport en Europe

La culture en 1ère position



Plusieurs moyens de transport privilégiés



Destination France : Une place essentielle en 2024

Arrivées en France des Australiens

- Estimation de 435 000 (536 000 en 2019 selon Oxfords Economics)
- Prévisions de 630 000 arrivées en 2030

Nuitées des Australiens

- 1 166 700 nuitées en 2024
- Prévision de 1 728 790 nuitées en 2030

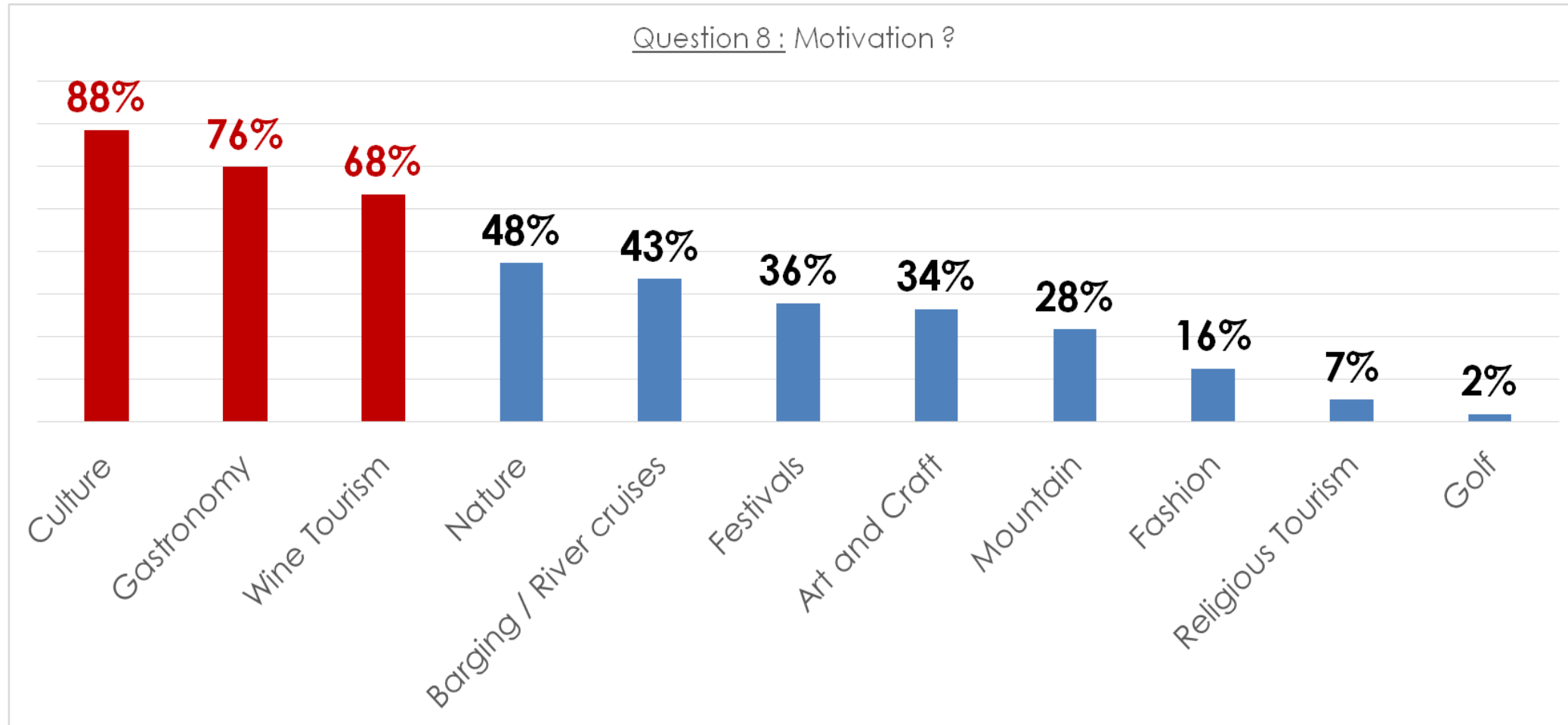
Dépenses des Australiens

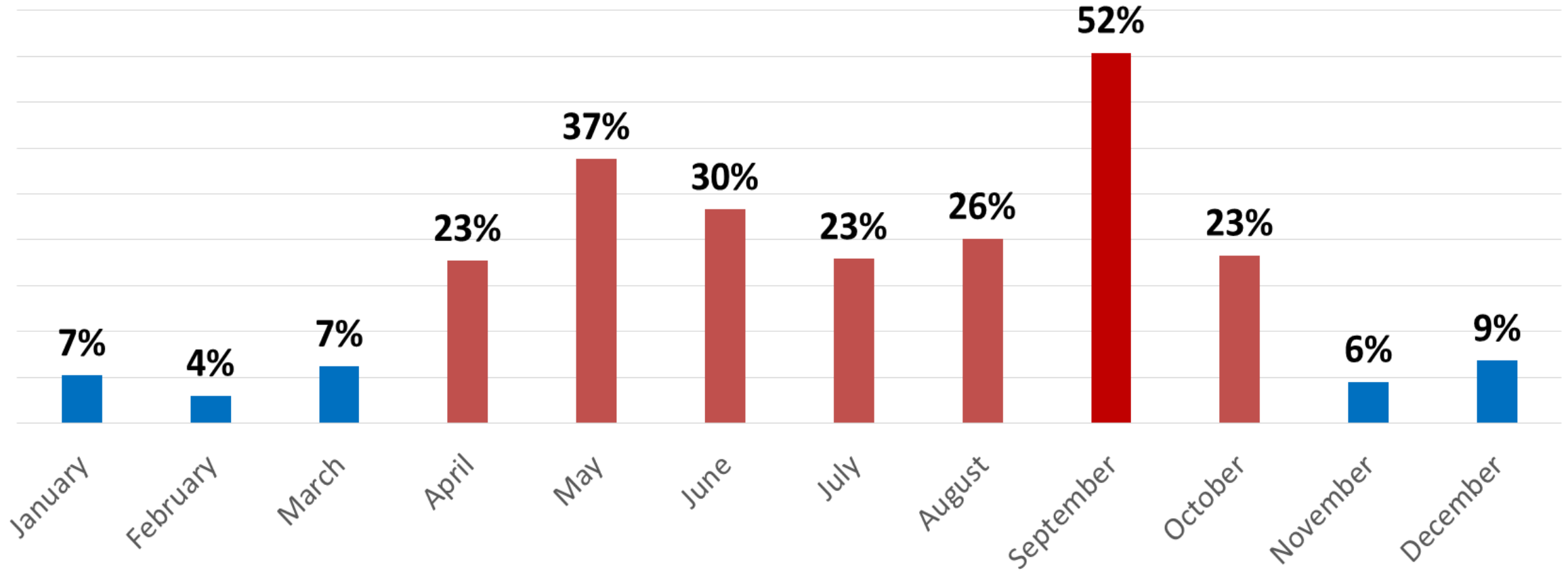
- 1 580 000 000 USD en 2024
- Prévision de 2 820 000 000 USD en 2030

Source: Oxfords Economics



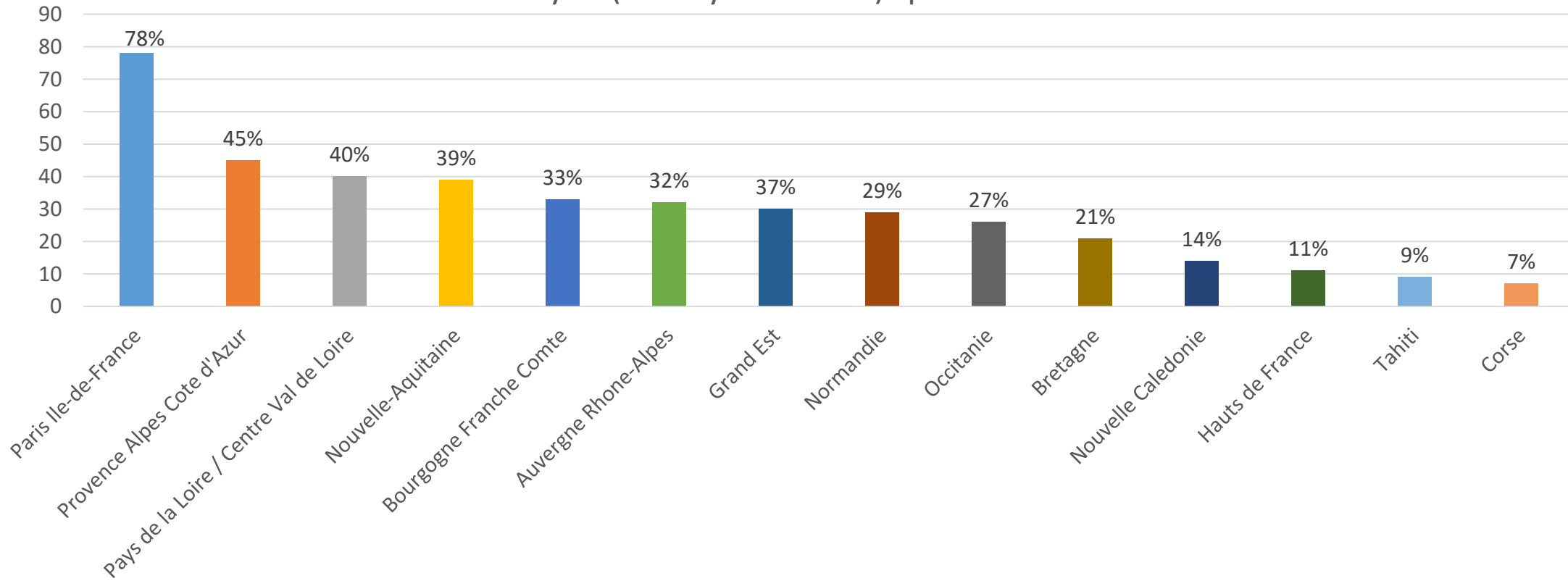
Copyright : Qantas





Source: Enquete BDD Atout France Bastille Pay

Where have you (or do you wish to) spend time in France?



Source: : Enquete BDD Atout France Bastille Pay

RAIL EUROPE

Top Destination Européenne pour les Australiens:

- France
- Grande Bretagne
- Italie
- Espagne
- Allemagne
- Suisse

Meilleure route :

- Eurostar Londres - Paris



Copyright : Courtesy Siemens AG



- Australie: **4ième** pays dans le classement, meilleurs JO de l'histoire, **1^{er} pays** per capita
- **19.5 millions** de téléspectateurs Australiens de la TV accréditée Paris 2024 Channel 9 (13.5 millions pour les jeux de Tokyo)
- Flight Centre Business a observé une hausse de **123 % des réservations d'affaires** liées aux Jeux
- **10-15%** de visiteurs en plus dans les 10 prochaines années à Paris et en France, selon **The Paris 2024 Legacy** Report
- **25%** augmentation des réservations internationales à destination de Paris pour l'année suivant les Jeux, selon Kantar Media

- Âge : Millenials, Dinks, seniors actifs
- CSP+
- Indépendants ou petits groupes
- Repeaters
- Itinéraires hors des sentiers Battus
- Réservations via agent de voyage : 70 à 80%
- Moins de clientèle affaires, plus de clientèle loisirs
- Nouveau: tendance au voyage solo ou bien voyage multi-générationnel



Enquete de l'OTA Luxury Escapes en 2024 auprès de 4000 Australiens

- 72% souhaitent entreprendre 2 voyages
- \$8,000 dépenses Moyenne par séjour
- 88% veulent voyage a l'étranger
- Motivations de voyage:
 - Nouvelles expériences
 - Relaxation
 - Découvertes de différentes cultures
 - Rencontres de Nouvelles personnes
 - "Revenge travel"
- Type de voyage: 58% gastronomie/ 36% wellness/ 34% multi-générationnel/23% durable



Flight Centre & FCM Travel et Corporate Traveller

- +14 % de voyages d'affaires en plus en juin 2024, selon FCM Travel et Corporate Traveler
- Hausse de +6% des réservations en classe affaires.
- Top 3 destinations réservées en Business Class:
 - Europe -> +9% d'augmentation
 - Amérique du Nord
 - Asie
- Top 3 des destination en premiere classe:
 - Europe/ 73%
 - Amérique du Nord/ 13%
 - Asie/13%

FCM

**FLIGHT
CENTRE**
TRAVEL GROUP™

Top 5 des destinations préférées selon Virtuoso

Top Global Destinations

1. Italy
2. Greece
3. France
4. Croatia
5. England

Top 5 des villes préférées selon Virtuoso

Top Cities

1. Paris
2. Rome
3. Barcelona
4. London
5. Tokyo

Le trafic aérien vers la France

- Les principaux aéroports sont:
 - Sydney
 - Melbourne
 - Brisbane
- Les principales compagnies aériennes:
 - Qantas
 - Jetstar
 - Singapore Airlines
 - Air New Zealand
 - Emirates
 - Qatar Airways

Nouvelle ligne directe QANTAS Perth – Paris, depuis Juillet 2024, avec espoir de 75.000 voyageurs/an

Retour a des capacités pré-covid en terme aérien

Turkish Airline confirme 23 vols par semaine vers l'Australie, devenant ainsi la première compagnie européenne a rejoindre l'Europe en vol direct, via Istanbul.

Taux de remplissage des avions @ 80%

Plan d'augmenter de 30% les capacités en siege des compagnies aériennes Australiennes, dans les 10 prochaines années.

- La taille du marché australien du MICE a 14,6 milliards USD en 2023.
- Prevision a 42,8 milliards USD d'ici 2032, soit + de 11,50 % de 2024-2032.
- 8 sur 10 organisateurs d'événements (81 %) en Australie et en Nouvelle-Zélande prévoient d'augmenter leur volume total d'événements en 2025, contre 68 % en 2024:
 - + 57% d'augmentation d'événements en présentiel
 - + 56% de webinaire
 - + 54% événements virtuels
 - + 45% d'événements hybride
- Australie: 4 Milliards de revenus des événements internationaux en Australie, selon Tourism Research Australia
- Voyager à l'étranger:
 - 5.5% en voyage d'affaires
 - 2.2% pour une convention/ conférence

Particularités du marché: Un écosystème multi-facettes

- Distribution diversifiée, flexible et dynamique
- Mélange d'acteurs traditionnels et nouveaux acteurs numériques
- Tendance vers l'ultra personnalisation des services (croissance des acteurs indépendants « travel Designers »)
- Regulation favorisant la concurrence
- La structure du marché : complexe et multifacette
Voici une vue d'ensemble.

Mobile / Home-Based Travel Advisors in Network

Mobile / Home-Based Travel Advisors

Independent

Travel Agency Brick & mortar Multi Location

Travel Agency Brick & mortar Single Location

Hybrid Online Travel Agency

Online Travel Agency

Tour Operator – Global

Tour Operator – Sea Cruises

Tour Operator – River Cruises

Tour Operator – Specialised (destination)

Tour Operator – Specialised (client)

Tour Operator – Specialised (theme tour)

Accommodation Group / Chain

Business Events Travel Agency

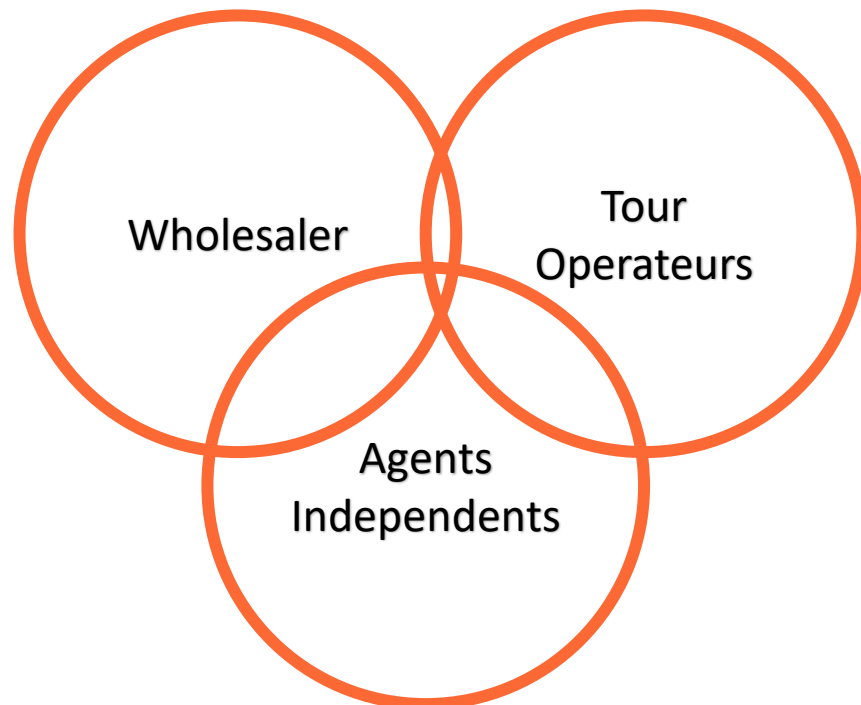
Wholesaler, majoritairement B2B mais parfois B2C)

Site internet metasearch

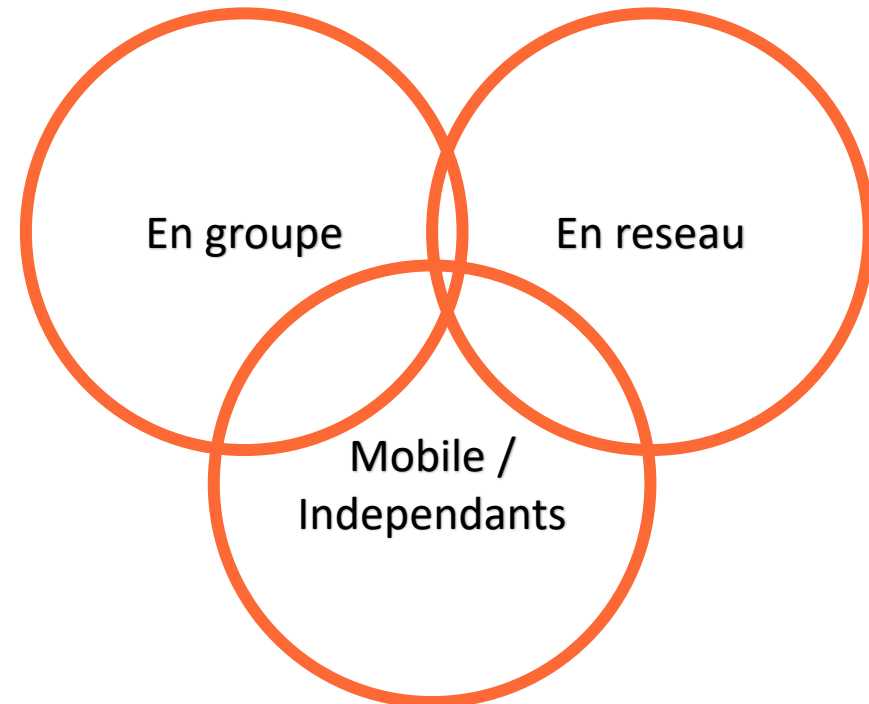
Location de propriétés de vacances en direct

- Il existe pour le consommateur pléthore de points de contact : les frontières entre les ventes B2B et B2C sont floues.
- Les frontières entre les profils acheteurs / vendeurs sont relativement floues car chacun peut vendre B2B ou B2C.
- L'avantage de ce modèle est qu'il offre aux voyageurs l'opportunité d'une personnalisation accrue de l'offre.

Les acteurs :



Leur organisation :



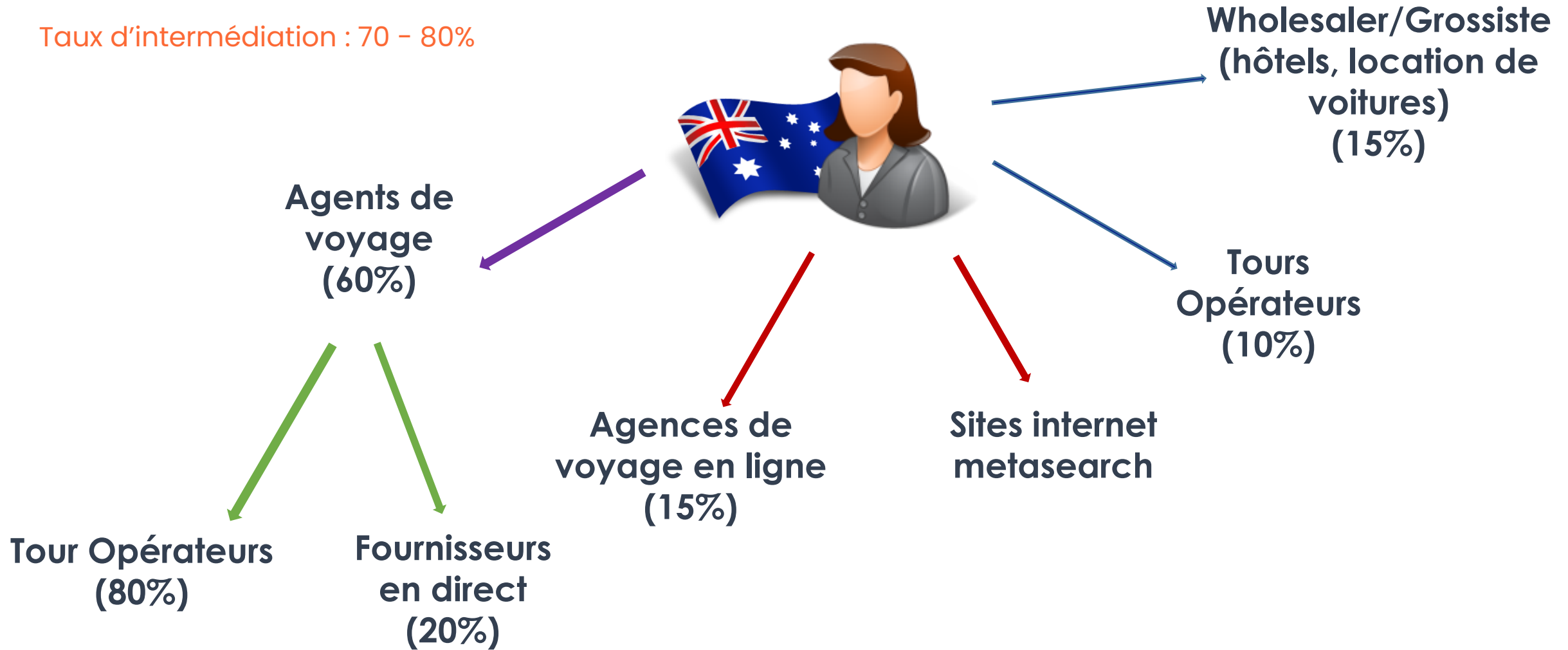
Les grands groupes et agences :



Les Réseaux



Taux d'intermédiation : 70 - 80%



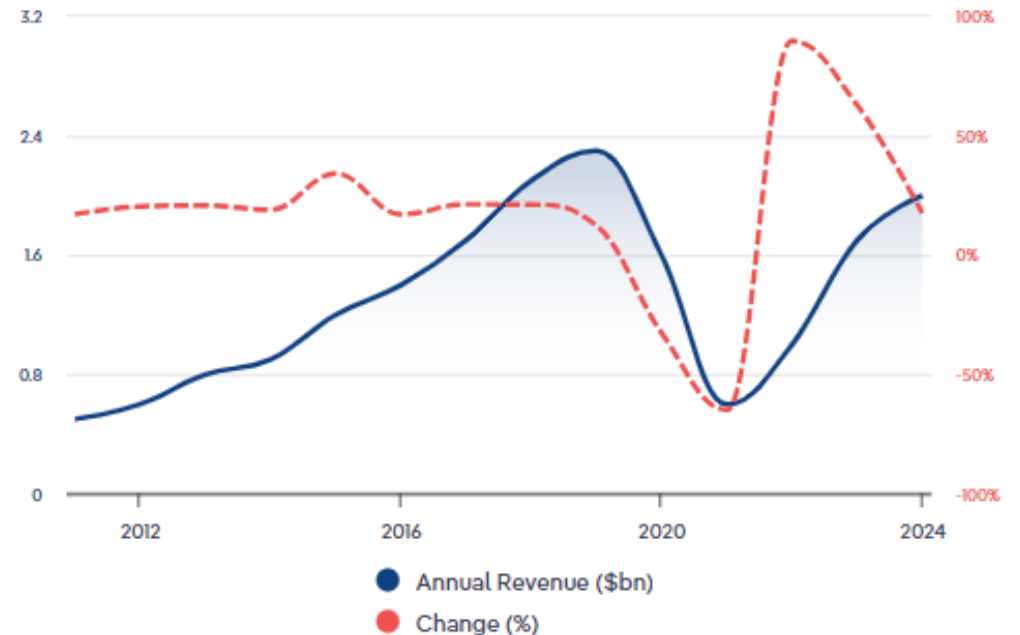
- Reservation du client est entre **128 jours** en moyenne en avance
- Raisons de réserver via un agent de voyage ou un tour-opérateurs:
 - Expertise et connaissances
 - Leur service personnalisé et adapté aux besoins des voyageurs
 - L'assistance en cas de problèmes
 - Gain de temps
 - Perception des voyageurs vis à vis des agents ayant accès à des offres qu'ils n'auraient pas eux-mêmes à disposition
 - La demande d'itinéraires complexes (les Australiens voyagent en moyenne dans 3 pays d'Europe, incluant la France) ou de niche (voyage thème Sport, Art, Architecture etc)
 - La barrière de la langue
- Montée en puissance des OTA (Klook, Wotif, TripAdeal, etc) et des sites de réservation des agents de voyages en ligne (Flight Centre, Helloworld Travel, Inspiring Vacations, Intrepid)



- \$2.0 billion de revenue en 2023
- Les 3 premières OTA en chiffre d'affaire:
 - Expedia
 - Booking
 - Webjet
- Principaux produits réservés:
 - 65% hébergement
 - 24% vols

Industry Revenue

Total value and annual change from 2011-2029. Includes 5-year outlook.



Source: IBISWorld

FLIGHT CENTRE™

- Groupement d'agences la plus large en Australie / NZ
- Part de marché : 11%
- Full-year total transaction value a \$23.74 billion (plus haut que pre-pandemie)
- 460 agences de voyage brick and mortar en australie / NZ
- 1963 consultants Flight Centre
- 320 agents « Luxury » dans leur branche « Luxury Travel Collection »
- 472 agences Envoyages Indépendants (50% home-based 50% brick and mortar)
- 80% des ventes en agences sont pour les voyages à l'international



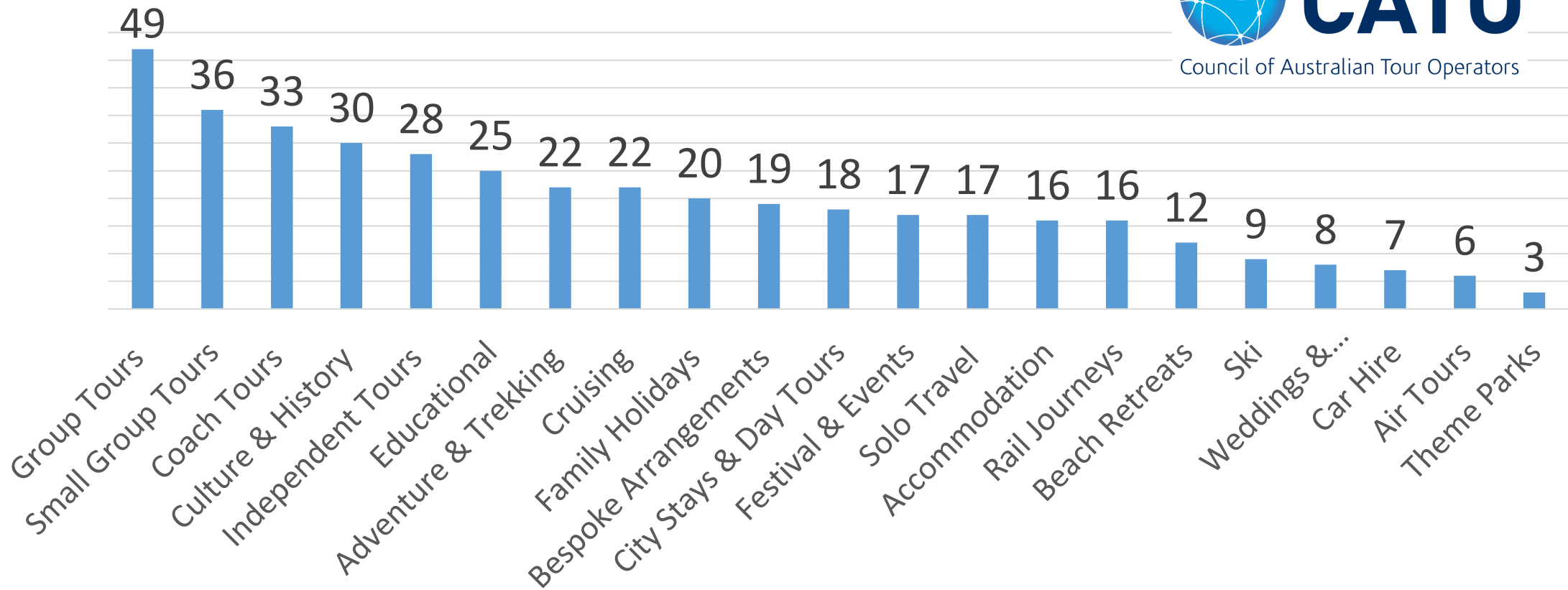
- Leader Australien et NZ en tant que groupe de distribution
- Part de marché : 5.5 %
- 2 045 agences
- Réseaux puissants, multifacettes
- Agences physiques, Agents mobiles (MTA), My Travel Group, Magellan Travel, Travel Brokers (NZ), Express Travel Group
- Autres réseaux comme Viva Holidays, Sunlovers Holidays, Territories Holidays, Asia Escapes Holidays, Skiddoo et GO Holidays (NZ)
- Air tickets et SmartTickets
- Avec branches “voyage Corpo” : QBT, APX Travel Management, AOT Hotels



- Plus grand groupement d'agences spécialisées et indépendantes
- Select Travel Group, Independant Travel Group, Creative Cruising, Italktravel & Cruise
- Prior Covid : 770 membres (dont 350 d'Independant Travel Group)
- A été racheté par Helloworld en 2023



- CATO : 79 membres vendent des produits « France »



Source: Atout France

Tour Operateurs et Agents

ATOUT FRANCE

L'Agence de développement touristique de la France



FRENCH WINE SCHOOL

France Tourism



ENTIRE
TRAVEL GROUP
when experience matters



Goldman
TRAVEL CORPORATION

LIMELIGHT
ARTS—TRAVEL

sportsnet
holidays



SLOW  TOURS



France  Leisure™
FOR THE FINEST IN FRENCH TRAVEL

RAILEUROPE

EVENTS TRAVEL

French **Attitude**
2023

helloworld
TRAVEL




KEITH PROWSE
TRAVEL



Phil Hoffmann
travel



La programmation

Principaux thèmes de programmation



œnotourisme & gastronomie



Culture et patrimoine



Sport



Art

Principales motivations



Culture et découverte



Outdoor et cyclotourisme



Croisière maritime et
fluviales



Sur-mesure

Offre vs. Coûts

FRANCE
Best of Bordeaux Grands Crus Wines - 5* Hotel
5 days | **5,612** From per person twin share

FRANCE
Discover Normandy from Bayeux
4 days | **1,844** From per person twin share

FRANCE
Discover Strasbourg and the Alsace Wine Route
4 days | **1,309** From per person twin share

Entire Travel Group

SLOW TOURS Offers New Destinations Experiences Why Slow Tours? EUR

France Experience When? Keyword Search Search Clear

SPECIAL OFFERS

- VENICE TO MANTUA 8-DAY BIKE & BARGE TOUR (VP) | from 1,030€
- DANUBE WALTZ 8-DAY BIKE AND BARGE TOUR OVER 4 COUNTRIES | from 790€
- PASSAU-VIENNA-PASSAU 8-DAY BIKE & BARGE TOUR (CRS) | from 75€

Slow Tours

OUTDOOR TRAVEL
THE ACTIVE HOLIDAY COMPANY

EUROPEAN CYCLING HOLIDAYS 2023

FRANCE – FRENCH ALPS & LAKES FROM GENEVA TO ANNECY
6-days / 5-nights moderate inn-to-inn **SELF-GUIDED** cycling taking in three iconic French lakes

Outdoor Travel

2024 LE BOAT BOOKINGS OPEN
BE YOUR OWN CAPTAIN
SELF DRIVE CANAL CRUISES

IN 2023 JUMP ON BOARD WITH US
HOSTED BY CHRISTIAN AND LISA BLONDEAU
2023 RUGBY CRUISE

PREMIUM WINE TOURS
BORDEAUX - BURGUNDY - CHAMPAGNE
WINE TOURS

France @Leisure

France vacations

ABOUT US POPULAR DESTINATIONS HANDPICKED TOURS

History of Languedoc

7 days / 6 nights

Location: Languedoc (Pont du Gard, Uzès, Nîmes, Alques Mortes, Grau du Roi, Montpellier, St Guilhem le Desert, Carcassonne, Narbonne, Perpignan and Collioure)
Price: From 1,280€

Itinerary Map Rates & Inclusions

Click right arrow in photo to continue reading the itinerary

France Vacation

Gullivers Sport Travel

ESCORTED TOURS WEEKENDERS MATCH SCHEDULE ABOUT GULLIVERS

'Bateau sur le Rhône' Cruise Tour

Australia v Fiji, Australia v Wales
Avignon, Beanois, Lyon, Saint Etienne
11 Nights | 15 - 26 SEP | **\$11,410** per person twin share

'Voyage Deux' Escorted Tour 2A

Australia v Portugal, New Zealand v Italy, Ireland v Scotland, quarter-final 1, quarter-final 3
Avignon, Beanois, Lyon, Marseille, Nice, Paris
19 Nights | 28 SEP - 17 OCT | **\$10,240** per person twin share

Gullivers Sport Travel

Renaissance Tours HOME CALENDAR TOUR THEMES CONTACT

A cinematic journey from Lyon to Paris

PER PERSON, TWIN-SHARE
AUD 10,250

SINGLE SUPPLEMENT
AUD 2,250

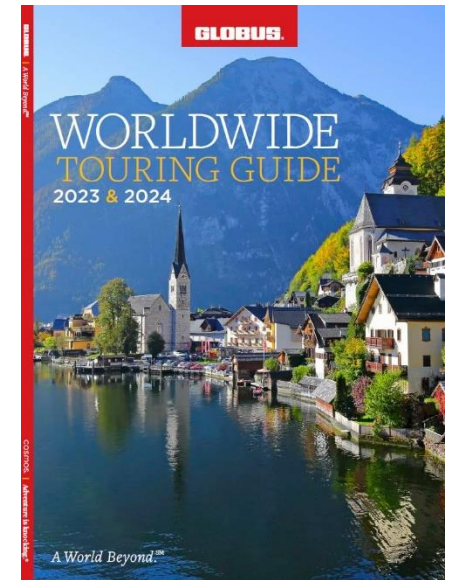
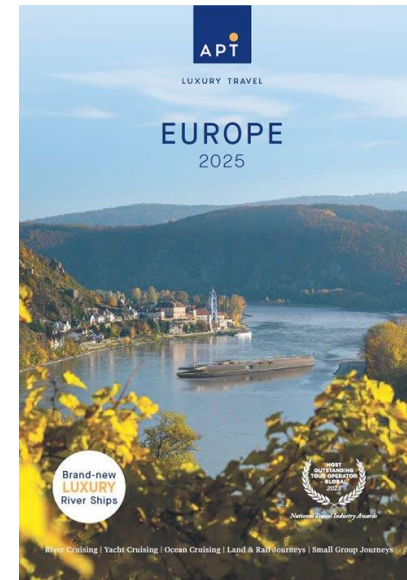
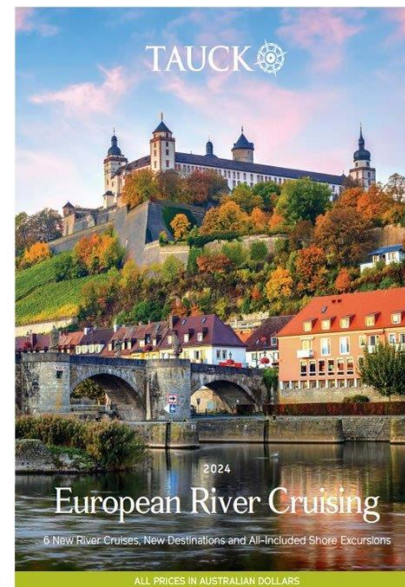
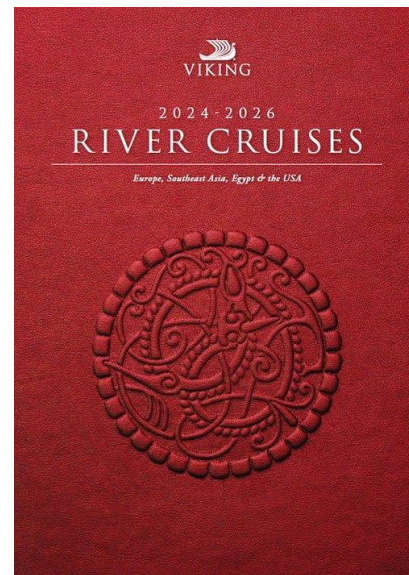
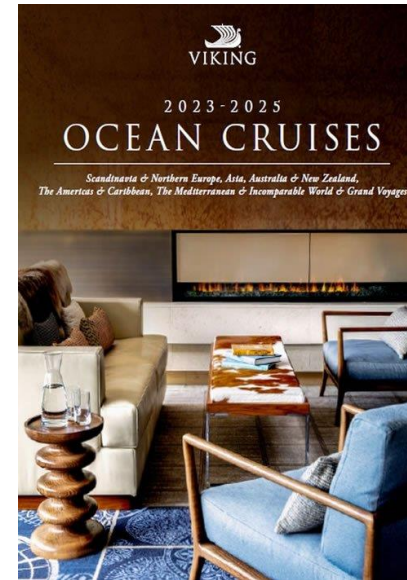
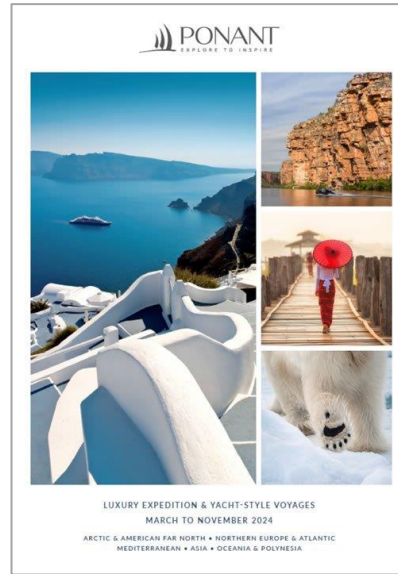
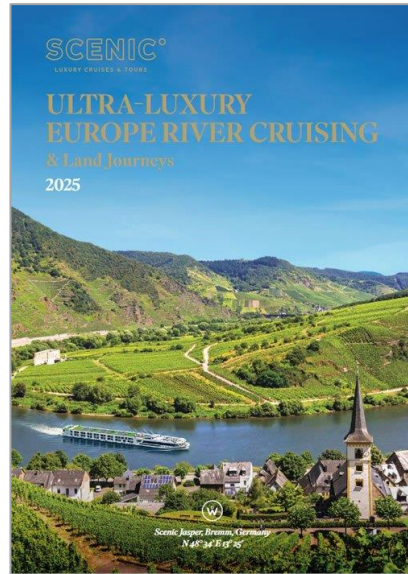
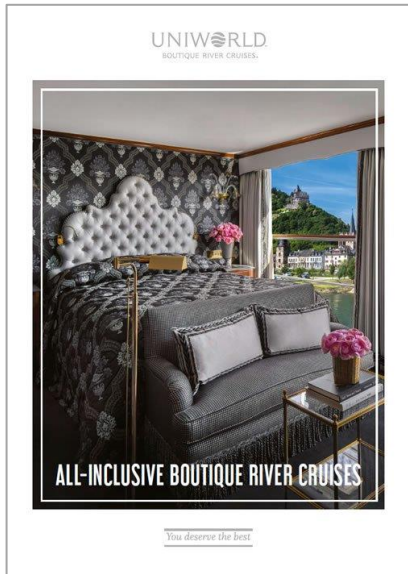
DEPOSIT PER PERSON (AT TIME OF BOOKING)
AUD 2,500

Renaissance tours

Small group tours in France

- La Belle France** | 10 DAYS | FROM **A\$4,999.00** pp
- Jewels of Southwest France** | 10 DAYS | FROM **A\$5,099.00** pp
- Paris to Nice through Vineyards & Mountains** | 10 DAYS | FROM **A\$4,969.00** pp

Back Roads Touring



Les grands groupes ou marques d'agences de voyages



- Lancement en Australie en 2004
- 60 agences de voyages membres
- Plus de 1 700 conseillers en Australie et en Nouvelle-Zélande.



- 2024 : Siège en Australie avec les US
- 443 membres spécialistes « France »

Stratégie de développement/réseaux/label de marque de luxe



Groupe Flight Centre



Groupe Travel Tour Corporation



Groupe Helloworld

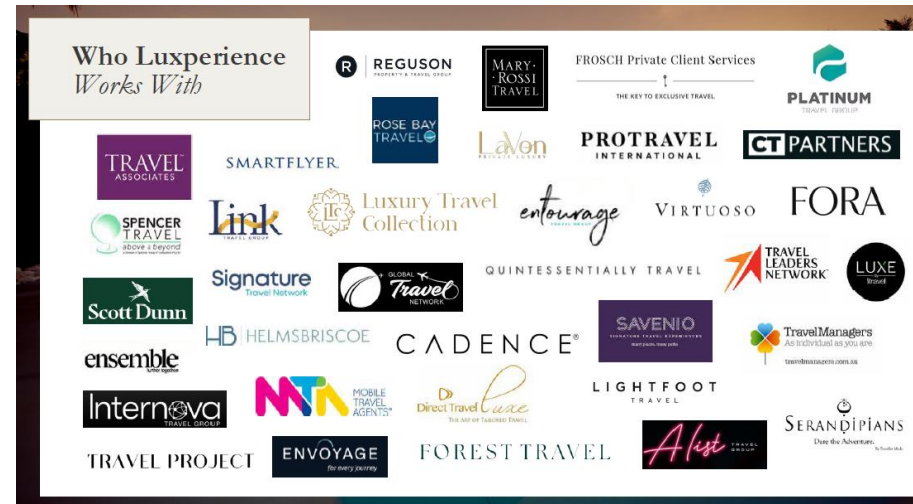
Stratégie de rachat / consolidation vers le luxe :

- Scott Dune par Flight Center
- Link, consortium sur invitation uniquement, Goldman, Spencer et Flight Centre Travel Group
- Luxe à bord par Complex Travel Group (partie de Link)



Lieu de rencontre des agents de voyages de luxe

- Luxperience racheté par Flight Center
- Les top agents :
 - Niveaux de réservation annuels de 2 millions de dollars australiens* ou plus (1,5 million d'euros)
 - Valeur moyenne de réservation de 20 000 AUD ou plus* (*12 500 €)
- Les réseaux :





Dominique Maulin
Directrice
Dominique.Maulin@atout-france.fr



Sophie Almin
Adjointe au Directeur
Responsable Marketing
Sophie.almin@atout-France.fr



Clelie Collas
Responsable Promotion
Clelie.collas@atout-France.fr



www.france.fr/en



www.france.fr/en/infos/registration-newsletter



www.instagram.com/explorefrance



www.facebook.com/EN.ExploreFrance



www.twitter.com/ExploreFranceEN

#ActivateurDeTourismes

ATOUT
FRANCE
www.atout-france.fr

