



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

WEBINAIRE

FOCUS LUXE – ACTIONS 2025



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

MEXIQUE

PRESENTATION DE MARCHÉ 2025

MEXIQUE

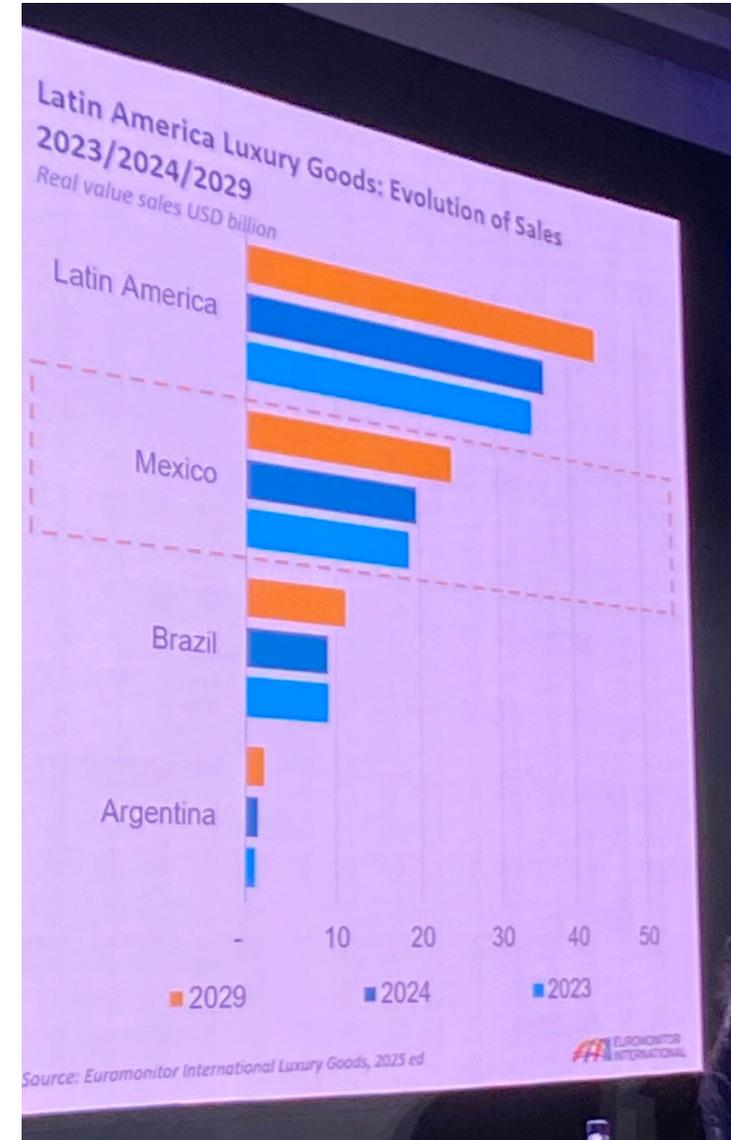
MARCHÉ DU LUXE EN PLEINE CROISSANCE

- **50% des ventes de produits de luxe en AMLAT se font au Mexique** (1^e consommateur de produits de luxe de la région)
- **2e pays avec la plus forte croissance d'adultes riches en 2024**
- **L'hospitalité de luxe est la catégorie avec la plus forte croissance prévisionnelle au Mexique (+23% sur la période 2024/2029)**

Atouts du marché mexicain du luxe

- ✓ Echanges commerciaux boostés par le nearshoring
- ✓ Augmentation de la richesse
- ✓ Résilience des voyages de luxe
- ✓ Population jeune avec des aspirations fortes

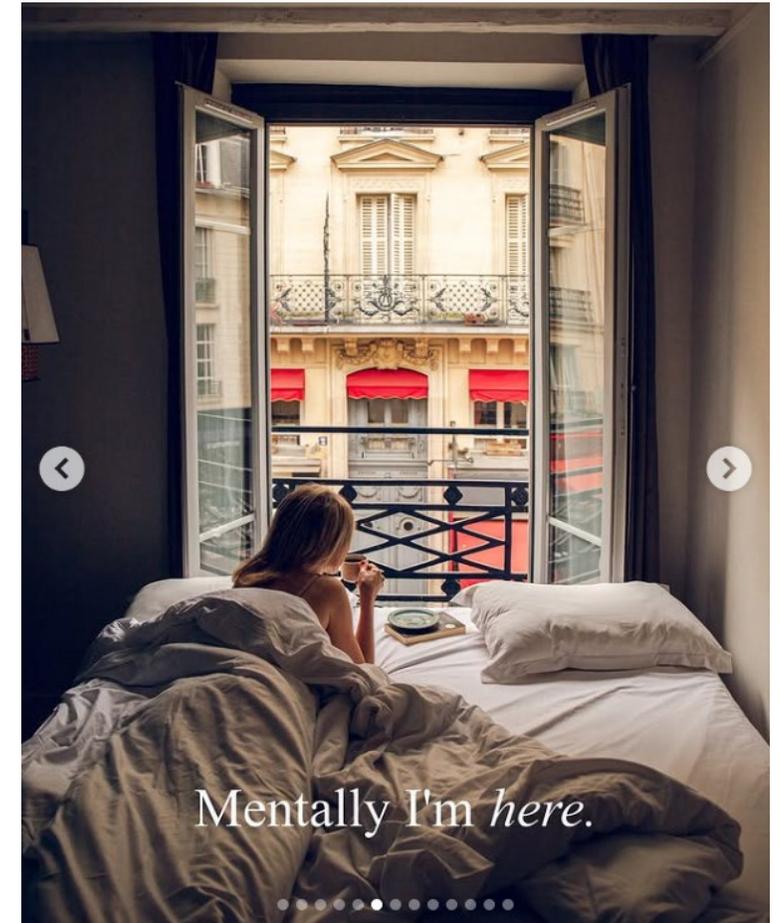
Source: Euromonitor pour Luxury Lab 2024



PROFIL DES CLIENTELES MEXICAINES LIÉES AU LUXE

- **Arpenteurs et Dénicheurs** (classification Harris Interactive)
- Plutôt jeunes (moins de 40 ans)
- Cherchent des expériences hors du commun, hors des sentiers battus
- En famille (intergénérationnelle) ou en couple
- Séjour en ville ou sur le littoral
- Voyagent toute l'année avec des pics en été et en hiver pour les activités sportives et outdoor
- Privilégient les hôtels, en particulier 4* et +
- Service et accueil: une priorité

Source: Harris Interactive x Toluna



Exemple: [@virroylola](#)

ACTIONS 2025



- American Express Showcase – début octobre (date à confirmer)
- Workshop France 360 –extension Mexique du 16 au 17 octobre 2025
- Petit-déjeuner de présentation en amont ou aval du Virtuoso on Tour Mexico City – mi-novembre

CONTACT: melanie.belin@atout-france.fr



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

BRESIL

PRESENTATION DE MARCHÉ 2025

CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE

LE BRÉSIL, UN GÉANT



Un pays continent

Superficie: 5^{ème} pays au monde (8,5 millions de km²), 1/2 de l'Amérique du Sud

Démographie: 7^{ème} population mondiale (213 millions d'habitants), 1/2 de l'Amérique du Sud, 1/3 de l'Amérique latine

Remarquable diversité: géographique, climatique, culturelle mais nationalisme partagé et latinité

PIB : 9^{ème} PIB mondial en PPA en 2023 (2,17 Billions USD ; vs 4,16 Billions FRANCE), 1/3 de l'Amérique latine.
PIB/capita : 10042 USD



Un marché stratégique

- Un marché qui pèse déjà près **d'un milliard d'Euros et 800.000** voyageurs ou 1,5 M. d'entrées (60% de repeaters)
- Une francophilie historique alliée à la **force des relations économiques**: 400.000 Brésiliens sont employés par des filiales d'entreprises françaises (tout le CAC40 est au Brésil)
- Parmi les géants – BRICS (Chine, États-Unis, Russie, **c'est le seul pays latin**)
- Un remarquable potentiel de croissance:
 - Une clientèle jeune (moyenne d'âge 29 ans)
 - Un réservoir très important de clients issus de la classe moyenne

■ Le secteur du luxe au Brésil

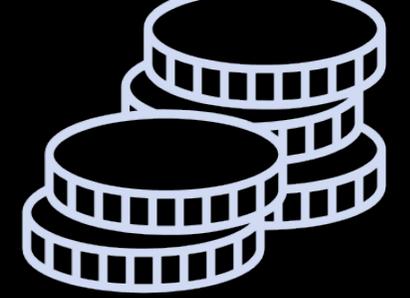
FATURAMENTO EM 2022 (em R\$ bilhões)



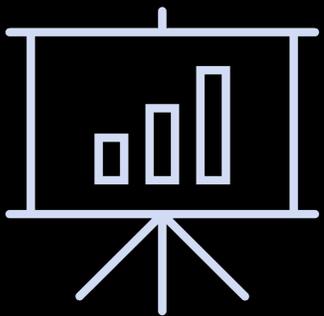
Poids du secteur

Près de 13 Mds \$ en 2022
25 Mds \$ en 2030

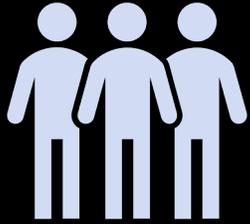
- ➔ Mode: 18 Mds BRL = + 3 Mds U\$
- ➔ Santé = 13Mds BRL = 2,25 Mds U\$
- ➔ Hôtellerie: 345 Millions U\$



La tranche des hauts revenus
représente moins de 1 %
de la population,
mais son patrimoine net
s'élève à plus de 636 Mds \$.



Les hauts revenus brésiliens



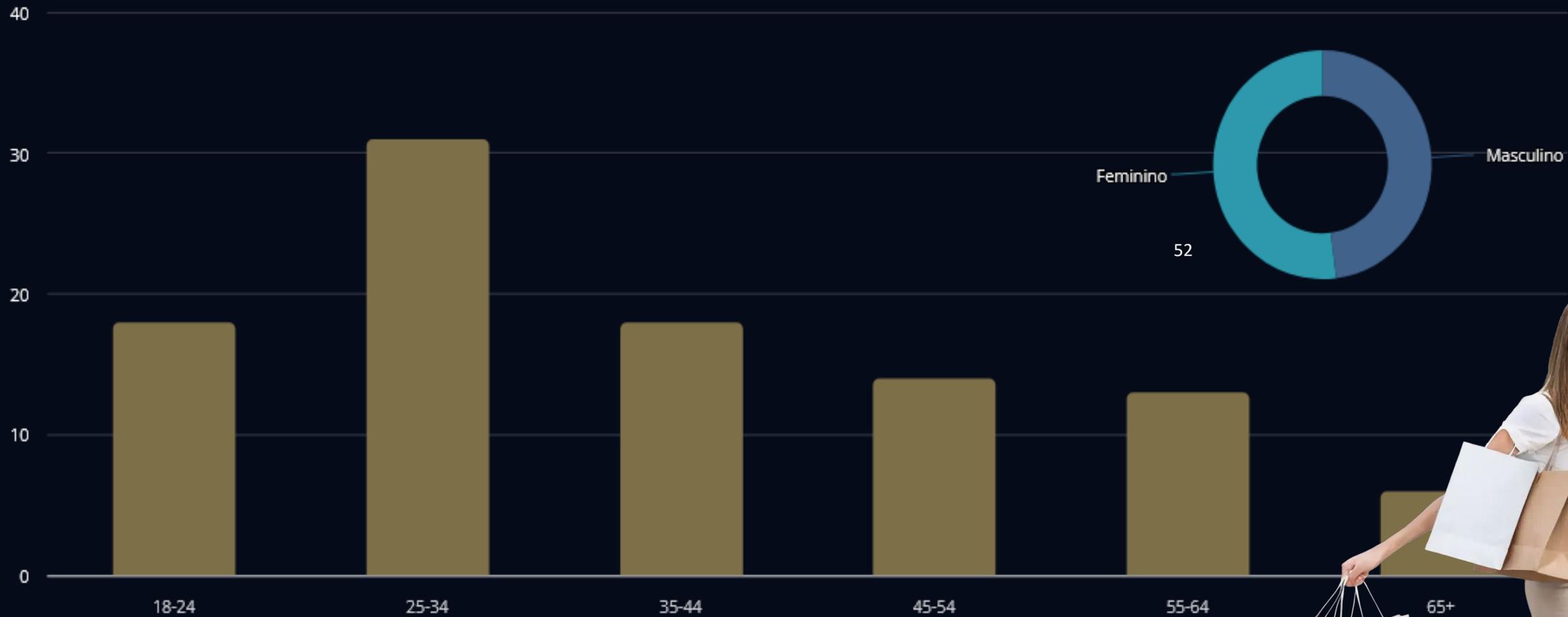
92% hommes

75% + 50 ans



80 % Sud-Est du Brésil
(Sao Paulo)





Fonte: Estudo da Bain & Company



Les femmes représentent 52 % des accès aux sites web de mode et Articles personnels et les moins de 35 ans représentent 49 % des dépenses.

Facilité de paiement et service





Service
Livraison
Sur-mesure

Les shopping mall, véritables destinations



Host agencies et regroupements d'agents – Independent Contractors



Comme sur tous les marchés long-courrier, taux d'intermédiation très important au Brésil et en Amérique latine, en particulier sur le haut-de-gamme



Avènement des Host agencies depuis la pandémie: Embark au Brésil, consolidation Teresa Perez, Primetour et TTW.



35 agences Virtuoso, 38 Serandipians. Le Brésil est la 5^e délégation en importance à ILTM Cannes.



Étalement des paiements: LA condition sine qua none pour tout entreprise touristique. Un comportement généralisé qui conditionne la consommation et la distribution.

FRANCE EXCELLENCE 2025

L'événement spécial « luxe »

Concept

France Excellence, un événement unique d'influence alliant networking et réflexion sur le luxe à la française



2025, une année franco-brésilienne



Saison France-Brésil 2025

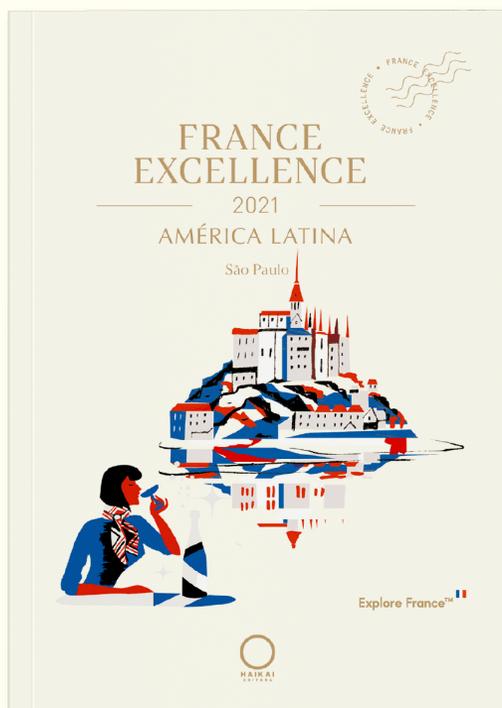
Août › Décembre 2025

200 ans de relations bilatérales

À l'issue de leur rencontre en juin 2023 à Paris, les présidents Emmanuel Macron et Luiz Inácio Lula da Silva ont décidé de l'organisation d'une Saison France-Brésil en 2025 pour donner un nouvel élan à la relation bilatérale, qui fêtera ses 200 ans en 2025, et renforcer nos actions communes face aux défis politiques, sociaux et écologiques contemporains.

Dans cet esprit, la Saison privilégiera les projets fondés sur des partenariats entre institutions et organisations françaises et brésiliennes, susceptibles de se prolonger au-delà de 2025 et de renforcer les liens entre nos sociétés. Pluridisciplinaire, innovante et engagée, la Saison comprendra un premier volet brésilien en France d'avril à septembre, avec un prélude à partir de janvier, et un second volet français au Brésil d'août à décembre 2025.

Chaque année, France Excellence présente une thématique valorisant les savoir-faire, la création, l'innovation et le développement durable dans le luxe



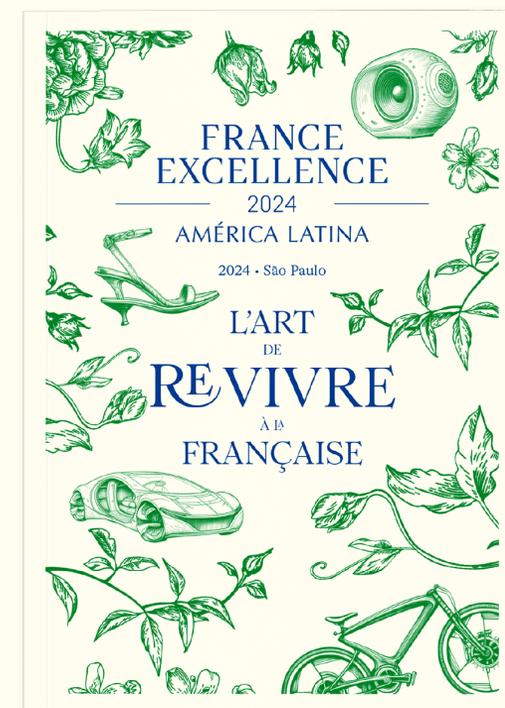
2021



2022



2023

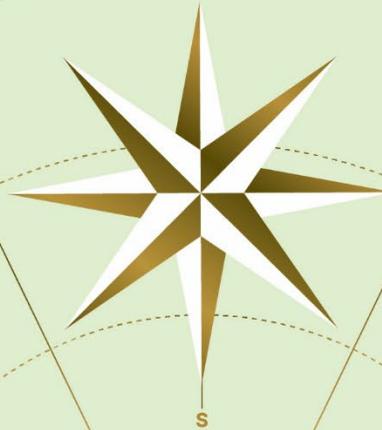


2024

FRANCE
EXCELLENCE

2025

SAISON
FRANCE - BRÉSIL



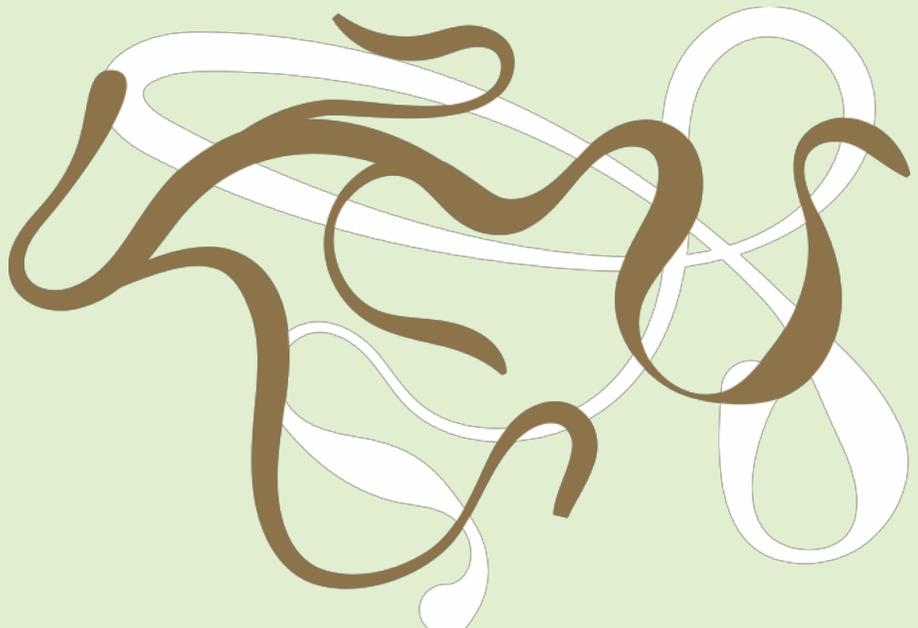
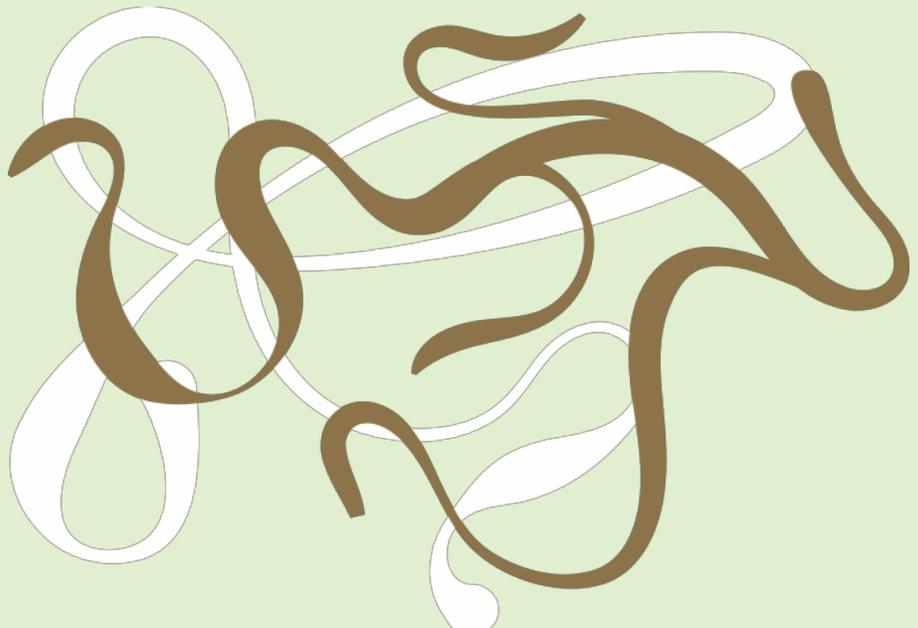
AUX
Sources
DE L'INSPIRATION

5^E ÉDITION

22 > 25 SEPTEMBRE 2025

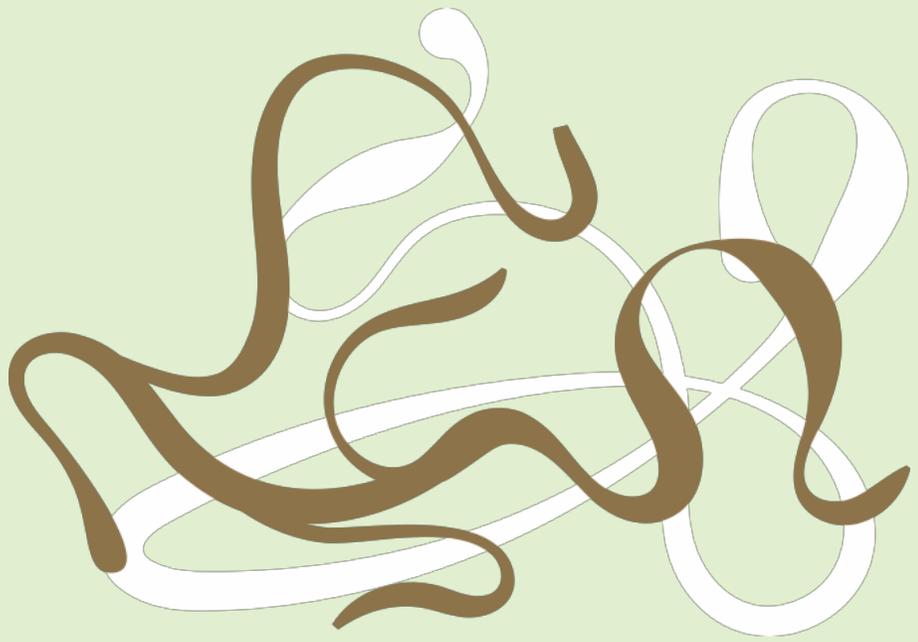
SÃO PAULO

**ATOUT
FRANCE**
L'Agence de développement
touristique de la France



AUX
Sources
DE L'INSPIRATION

“Le luxe
à la française”
est un concept
en soi.



Profondément ancré dans l'histoire de France et lié à l'histoire des arts décoratifs et du patrimoine, son développement est lié aux savoir-faire ancestraux.

Mais il est aussi lié à la capacité de créer des maisons françaises de luxe et aux échanges culturels et économiques depuis l'époque des grands explorateurs qui découvraient les côtes du Brésil.

Par ailleurs, le secteur du luxe est aujourd'hui une inspiration pour les autres secteurs notamment en termes de développement durable.

Lieu de France Excellence depuis 2021

Au coeur du complexe
de Cidade Matarazzo, hub de créativité,
durabilité et savoir-faire français.





Conférence

- Tables rondes & présentations
- 10 keynote speakers
- De 150 à 300 participants

- Leaders d'opinion, décideurs, médias, influenceurs, spécialistes du luxe et travel designers de luxe.



Des spécialistes du luxe et de l'excellence française

Intervenants
des éditions précédentes



Berangère
Loiseau

Groupe Bernard Loiseau



Bénédicte
Épinay

Comité Colbert



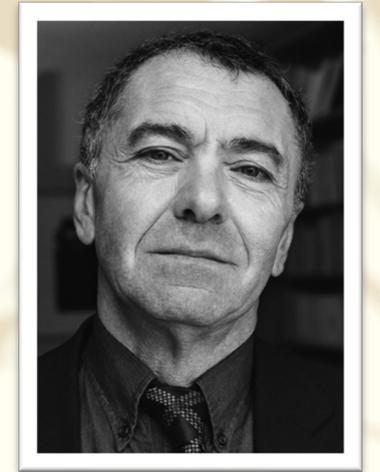
Hélène
Valade

Groupe LVMH



Loïc
Biennassis

Institut européen
d'histoire et des cultures
de l'alimentation



Gilles
Lipovetsky

Philosophe





Deux jours de business meetings pré-programmés

30

Entreprises françaises

115

Entreprises brésiliennes

40
réunions par exposant

Plus de 1500
réunions en 2 jours

Toutes les 15 minutes,
des réunions programmées





Près de **200**
articles dans la presse spécialisée
et généraliste

Près de **300 000**
comptes Instagram atteints

Près de **600 posts**
et stories
#FranceExcellenceLatam

Des retombées importantes dans les médias

200.000€

Contre-valeur publicitaire

189 articles

En 2024, dont 9 imprimés

Ils ont aimé

“Bravo pour ce bel événement !
Je suis très satisfaite et espère
pouvoir revenir.”

Bianca Ogel
Destination Luberon

“Bravo pour l'organisation,
rendez-vous extrêmement qualitatifs.
Merci et à une prochaine !”

Valérie Vanden Bossche
Saint-Tropez Tourisme

Très bel événement pour dont
nous attendons beaucoup
dans les mois à venir. Merci !

Grégoire Augé
La Tour Eiffel

“Excellente organisation !
France Excellence est devenu un must sur le marché
brésilien. Merci encore à toute l'équipe
d'Atout France Brésil.”

Joaquin Ângulo
Galeries Lafayette

“Je tiens à vous remercier pour l'organisation
de cet événement, de votre disponibilité et votre sens du
détail. Du choix du lieu au choix des buyers,
en passant par le déroulement de l'événement,
tout a été excellent.”

Paula Calviño
Five Seas

Exposants 2024



CHAPITRE SIX



HÔTELS PARIS RIVE GAUCHE



SOCIÉTÉ D'EXPLOITATION DE TOUR EIFFEL



Sponsors officiels 2024

*Galerias
Lafayette*

AIRFRANCE 

FRANCE  1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE

GUERLAIN
PARIS

ARNALDO DANEMBERG
COLLECTION

LILLET[®]
MAISON FONDÉE EN 1872



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

USA

PRESENTATION DE MARCHÉ 2025

CHIFFRES CLES

Tourisme de luxe en Croissance

Les revenus mondiaux du marché intérieur des voyages et du tourisme de luxe s'élevaient à :

1 400 milliards de dollars américains en 2023

en **hausse de 25%** par rapport à 2022.

Le marché du tourisme de luxe représente aujourd'hui 14% des revenus du secteur.



Sources: Statista,
Le journal du luxe



Estimation pour 2025

5 tendances selon virtuoso

- Escapades glacées
- Naviguer en solitaire
- Nés pour être modéré
- Voyagez à votre façon
- Le palais et le lieu

Le marché du tourisme de luxe devrait atteindre

2 161 milliards de dollars en 2025

poursuivant sa forte croissance.

Sources: Virtuoso,
Statista

Engouement pour la destination France

La France compte 31 palaces, plus de 400 hôtels 5 étoiles et près de 2 300 hôtels 4 étoiles, représentant 16 % des établissements touristiques français

En 2024, les hôtels de luxe en France ont enregistré une augmentation significative de leurs tarifs. Les prix moyens ont augmenté de

48 % par rapport à 2019 et de 9,6 % par rapport à 2022



Sources: INSEE,
Global Asset Solutions



La clientèle américaine

En 2023, la France a accueilli

4,8 millions de touristes américains

soit **une augmentation de 2 %** par rapport à 2019.

Les voyageurs américains sont parmi les plus grands consommateurs de voyages de luxe.

Source: Diplomatie.gouv

■ Communications



FRENCH SHOWCASE

The luxury edition

C'est quoi ?

Chaque année à New York, plus de **500 médias** clés découvrent les actualités et tendances de la France.

Participants presse en 2024

Forbes

TRAVEL
WEEKLY

FOX
NEWS

BBC
TRAVEL

Atout France propose :

Gestion complète de l'événement, utilisation des bases de données Atout France US, conseil sur le contenu et l'approche média, ainsi que la production d'invitations, supports visuels et rapport final.



Rencontrez, échangez, découvrez

Une opportunité unique de rencontrer les acteurs influents du tourisme, d'échanger avec des experts des médias et d'accéder à un réseau exclusif de VIP du marché américain.

En 2025 :



16 Octobre 2025



Manhattan, NY

French showcase 2025 c'est :

Un rendez-vous stratégique en fin d'année pour faire le bilan et préparer 2026.



PRESS LUXURY EDITION

Objectifs : Amener 2 groupes de 5 journalistes luxe triés sur le volet pour un voyage de presse luxueux

Dates: A partir de décembre 2025

Programme: Vol transfert avec Air France-breakfast rencontre journalistes + trade puis voyage de presse -Accueil – rencontre avec la Ministre pour la délégation Américaine

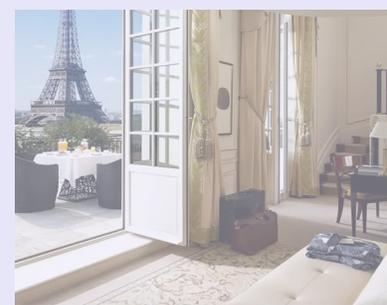
1 Voyages et découvertes à travers des destinations emblématiques.

- Exploration de régions riches en traditions et en paysages uniques
- Expérience immersive



2 Expérience d'exception dans des lieux prestigieux

- Hébergement dans des **Palaces et hôtels étoilés** pour un confort inégalé
- Dîners gastronomiques dans des **restaurants étoilés Michelin**



ILTM North America





Presentation ILTM North America 2025

L'événement ILTM, (International Luxury travel Market) est un salon professionnel de l'industrie du voyage de luxe.

Atout France accompagnera les professionnels de la filière du luxe en participant au salon ILTM prévu du 6 au 9 octobre 2025 à Baha Mar, aux Bahamas.

OBJECTIFS

- Rencontrer les plus grands décideurs internationaux du tourisme de luxe
- Optimiser les opportunités de networking grâce à des rendez-vous préprogrammés

65

PAYS DU MONDE
(EXPOSANTS)

250

VILLES NORD-AMÉRICAINES
(ACHETEURS)

10

PAYS
INTERNATIONAUX
(MÉDIAS)

54

RÉUNIONS
PRÉPROGRAMMÉES
(JUSQU'À 54)

PARTICIPATION DE 10 ENTREPRISES

**Investissement : 10 x 13 060 =
130 600 USD**

Lounge

Investissement : 18 000 USD

**Présentation de la
destination avec un
petit déjeuner léger**

Investissement : 9 495 USD

**Campagne de communication
ILTM North America + Atout
France**

**Lounge
Grouping**



**Basic
grouping**



Partenariat Atout France/
Internova



Présentation d'Internova

Internova est l'une des plus grandes entreprises de services touristiques au monde. La société exploite un large éventail de marques et réseaux d'agent de voyage.

Contexte

Internova, s'associe à Atout France dans le but d'amplifier la visibilité des destinations françaises auprès d'une clientèle américaine.

Avantages pour Atout France

- Accès direct à un réseau influent de conseillers bien formés.
- Retombées économiques mesurables pour les régions partenaires.

OBJECTIFS

Expertise de la destination

Former des agents comme experts de la destination France

Thèmes

Immersifs

Promouvoir des thématiques clés

Engagement des conseillers

Augmenter l'enthousiasme et l'implication des conseillers

Mise en valeur des régions

Promotion d'au moins cinq destinations régionales

Augmentation des visiteurs

Augmenter les réservations de séjours en France



NIVEAUX DE PARTICIPATION ET OPTIONS PROPOSES POUR LES CRT

	A partir de
Contribution du partenaire	11 000 \$
Valeur estimée	18 500 \$
Contribution supplémentaire de Travel Leaders + Atout France	15 000 \$

Options proposés

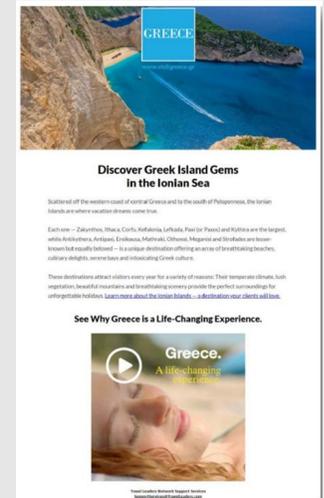
- Agent Universe Page – Portail intranet
- B2B Single Supplier Email
- B2B Multi Supplier Email
- Webinaire (partagé avec 2 partenaires français ou plus)

Travel Leaders –contribution supplémentaire

- Navigator – Magazine digital, publicités 2 pages – Multi-partenaires avec éditorial

Options complémentaires

- Webinaire individuel – +4 000 \$
- Navigator individuel – Magazine numérique
- Publicité de 1 page – +3 500 \$





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

MARCHES D'EXTREME ORIENT

PRESENTATION DE MARCHÉ 2025

1

LES CIBLES

CARACTÉRISTIQUES DES MARCHES DE LA REGION EXTREME ORIENT

CHINE CONTINENTALE – HONG KONG – TAIWAN – COREE DU SUD – JAPON – ASEAN

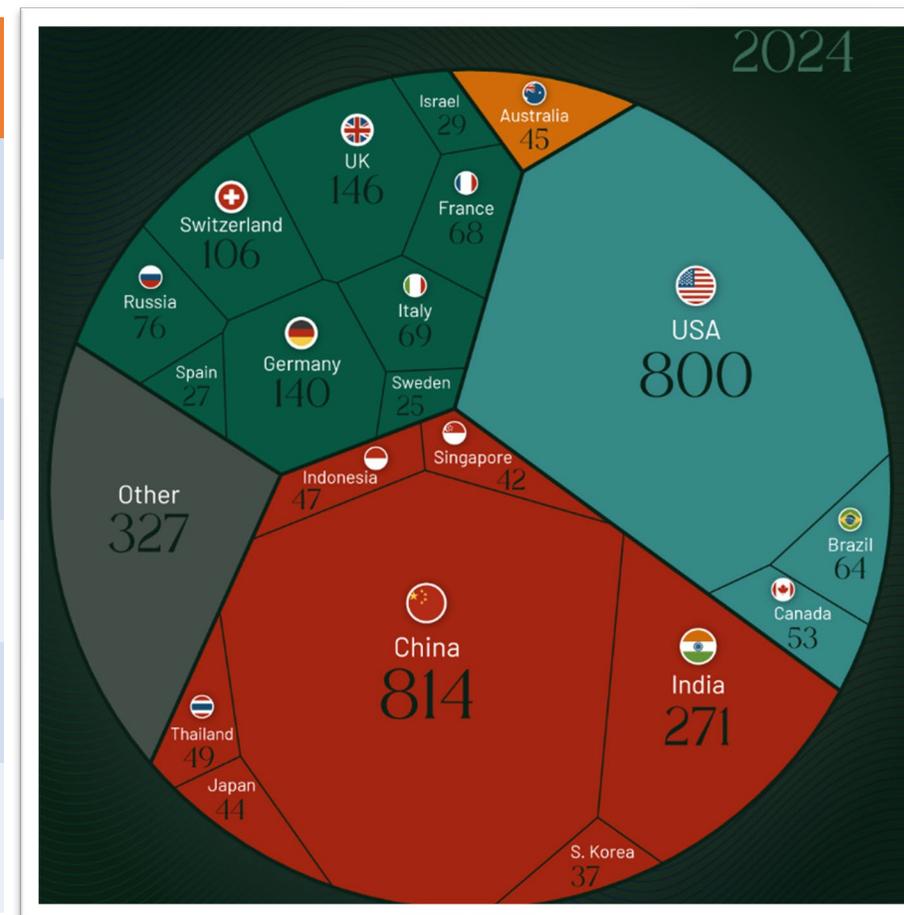
- ✓ **Dynamisme du secteur porté au sein de la région par un nombre croissant de particuliers fortunés**
- ✓ Le secteur du luxe en Asie du Sud-Est continue de faire preuve de résilience, malgré les défis économiques mondiaux.
- ✓ Des voyageurs à la recherche d'expériences exclusives, d'immersion culturelle et de voyages axés sur le bien-être, avec un fort accent sur les services personnalisés

CARACTÉRISTIQUES DES MARCHES DE LA REGION EXTREME ORIENT

CHINE CONTINENTALE – HONG KONG – TAIWAN – COREE DU SUD – JAPON – ASEAN

- ✓ **Les jeunes voyageurs** et **l'innovation numérique** transforment la manière dont les voyages de luxe sont planifiés et vécus.
- ✓ **Le luxe à proximité** : les destinations régionales comme le Japon et la Corée du Sud connaissent une demande accrue en raison de leur proximité et de leur offre haut de gamme.

	POP.	NB DE MILLIONAIRES	NB DE MILLIARDAIRES	VISA/FRANCE
CORÉE DU SUD	51.8 M	1.3 MILLIONS	37	NON
CHINE CONTINENTALE	1.4 Md	6 MILLIONS	814	OUI
JAPON	123.7 M	2.8 MILLIONS	44	NON
HONG KONG	7.4 M	631.000	71	NON
TAIWAN	23.4 M	789.000	52	NON
ASEAN (6/10 PAYS) SG – TH – VT – ML – PH – IN	503.9 M	600.000	187	OUI Sauf la Malaisie et Singapour





L'industrie du luxe explose en Corée du Sud

- **5e marché du luxe, à l'échelle mondiale.**
- **Les consommateurs sud-coréens comptent parmi les plus gros consommateurs de produits de luxe par habitant au monde.**
- Le rythme de croissance des ventes de produits de luxe a ralenti en 2023, les consommateurs dépensant davantage pour les voyages et les loisirs.
- Le marché du luxe sud-coréen est estimé à 16.8 milliards d'€ en 2022.
- **La génération MZ est devenue un groupe de consommateurs clé sur le marché du luxe** en manifestant un intérêt croissant pour les biens de luxe, les hôtels de luxe et la gastronomie.
- Croissance significative attendue en 2025 sur le segment luxe vers l'Europe, les États-Unis, et l'Asie du Sud-Est.

- **Le marché japonais du tourisme de luxe a atteint 37,1 millions USD en 2024.**
- Le marché devrait atteindre entre 64 et 84 milliards de dollars d'ici 2030.
- Croissance continue des voyages long courrier des HNWI, moins sensibles aux fluctuations monétaires



Facteurs clés :

- désir croissant d'expériences de voyage uniques et personnalisées,
- une population croissante de particuliers fortunés (HNWI), exigeante car habituée à une haute qualité de services
- une importance accrue accordée au bien-être et à la durabilité dans les offres de voyages de luxe.

*130M Chinese tourists in 2024: Are luxury brands ready?

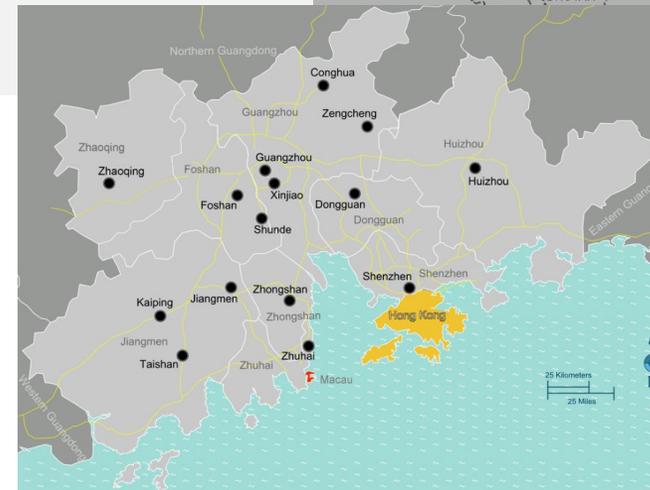
ITB China's Travel Trends survey reveals a robust recovery in China's outbound travel market, driven by the adventurous younger generations. But where are tourists heading?

- **Chine Continentale** : Des consommateurs plus âgés et aisés génèrent une croissance significative...
- ...Cependant, les préférences et les comportements **des consommateurs plus jeunes remodelent la trajectoire future du marché.**
- **Taiwan et Hong Kong**, le volume des voyages à l'étranger a quasi retrouvé son niveau de 2019
- **JOP** : visiteurs provenant de Hong Kong ont dépensé \$21 millions entre le 1 er juillet et le 11 aout 2024 représentant la clientèle d'Asie Pacifique ayant le plus dépensé.
- Selon UBS, le nombre de millionnaires **Taiwanais** pourrait augmenter de 47 % pour atteindre environ 1,16M d'ici à 2028

HAUTE CONTRIBUTION : CHINE CONTINENTALE HONG KONG TAIWAN

RÉGIONS CLÉS

- **Greater Bay Area** dont Hong Kong et Canton
- **Taiwan**
- **Le delta du Yangtsé** incl. Shanghai, Suzhou, Hangzhou
- **Pékin-Tianjin-Hebei**



HAUTE CONTRIBUTION : ASEAN

Chiffres clefs : 6 marchés phares équivalents à 95% du PIB de l'ASEAN

5^e bloc économique mondial

- Derrière USA, UE, Chine et Japon en 2024
- Exportations de matières premières en hausse depuis le début de la guerre Russie-Ukraine.

+4,2% de croissance

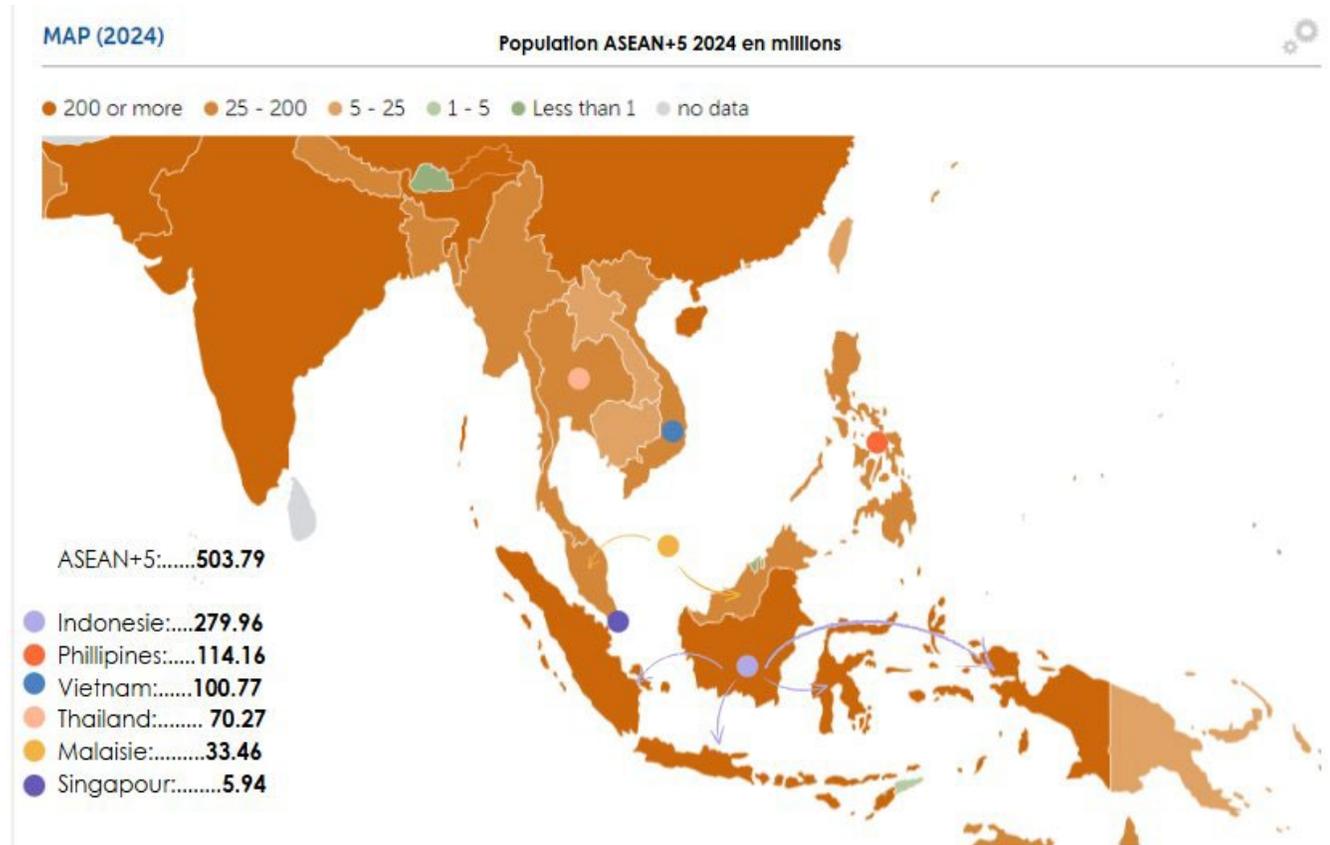
- Croissance stable dans la dernière décennie sauf la phase pandémie
- Croissance économique élevée par rapport à l'UE (0,5% en 2023).

2,9% d'inflation

- Pression inflationniste moins importante que la moyenne de l'OCDE en 2023 (4,9%).

20 à 30% du trafic maritime mondial

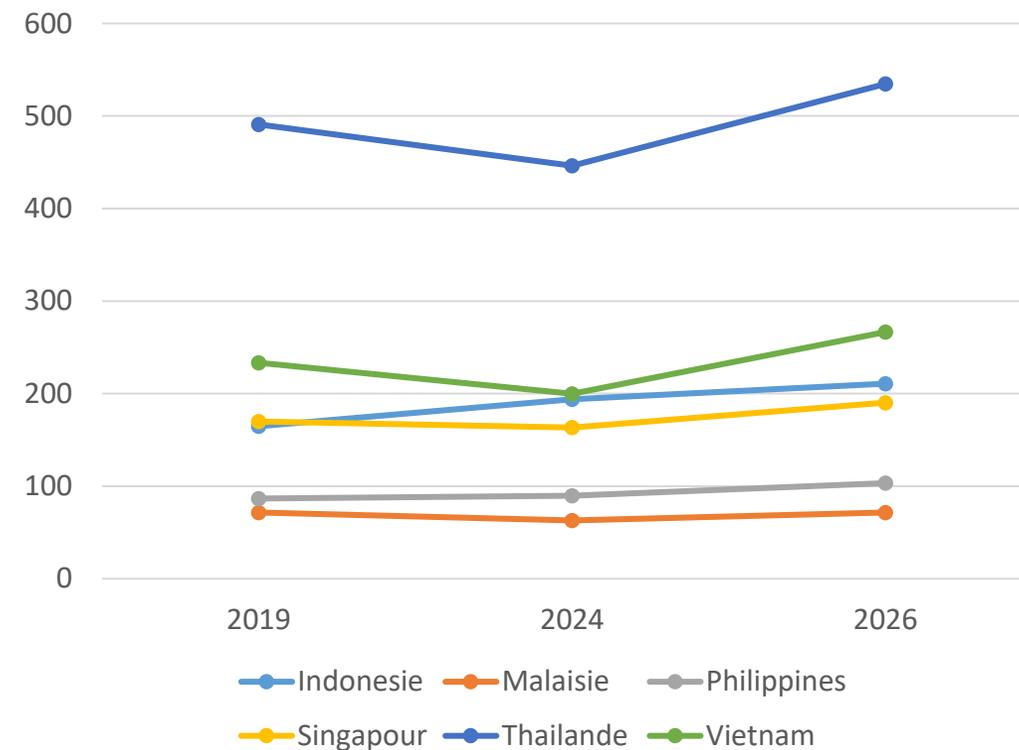
- Connexion entre océan Indien et Pacifique
- Zone maritime stratégique en termes de commerce maritime et d'énergie.



HAUTE CONTRIBUTION : ASEAN

Projection du trafic IATA : un rebond complet est attendu en 2026

Marché	2019	2024	2026
Indonésie	164,8	191,1	210,8
Malaisie	71,6	63,0	71,6
Philippines	86,7	89,8	103,3
Singapour	170,1	163,4	190,3
Thaïlande	491,0	446,3	534,7
Viêt Nam	233,3	199,9	266,6



* Selon IATA en milliers de passagers. Les données IATA, correspondant au trafic global entre la France et les pays de l'ASEAN (dernières années et projections sur 5 ans)

2

NOS ACTIONS

ILTM SINGAPOUR

Multi marchés

EVENEMENT ANNUEL PROFESSIONNELS B2B @ AMBASSADE

Japon

EDUCTOURS

Tout marché

ACTIONS CERCLES D'INFLUENCE Golf, T. équestre, ...

Hong Kong

DÉMARCHAGES

Tout Marché

PROJET EN COURS LVMH

Japon

ILTM ASIA PACIFIC

30 Juin-3 juillet 2025

Singapour

- **Créer son propre réseau** avec des tours opérateurs haut de gamme aux acheteurs issus majoritairement d'Asie Pacifique
- Mieux comprendre les attentes de la clientèle aisée et des HNWI (High Net Worth Individuals) issus d'Asie Pacifique
- **Rendez-vous pré-programmés** sur une plateforme permettant des connexions et des prises de RDV. 50 RDVs en moyenne par partenaire sur 3 jours lors de l'édition 2024.
- **Rencontrer des visiteurs sans RDVs** au salon de destination et aux cocktails dinatoires
- **Faire le benchmark des concurrents** sur le salon

ILTM ASIA PACIFIC 10 PREMIERS PAYS	
1	AUSTRALIE
2	CHINE
3	INDE
4	SINGAPOUR
5	HONG KONG
6	JAPON
7	TAIWAN
8	THAILANDE
9	COREE DU SUD
10	MALAYSIE

NOS ACTIONS

ILTM ASIA PACIFIC

30 Juin-3 juillet 2025
Singapour

PROFIL	NOMBRE
VISITEURS	1.800
ACHETEURS	650
MEDIA	+50
EXPOSANTS	650
RENDEZ-VOUS	34.000



ILTM ASIA PACIFIC

30 Juin-3 juillet 2025

Singapour

56 m² au sein des destinations européennes

8 partenaires min.

- 1 table avec une prise pour votre ordinateur, et 3 chaises
- 1 visuel pour mettre en avant votre identité
- Accès au stockage partagé
- Ecran partagé
- 1 cintre pour accrocher vos sacs cadeaux.

Coût de participation : 19 700 €HT





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

INDE

PRESENTATION DE MARCHÉ 2025

 France Excellence 360°

 Coût de participation

 **Visibilité**

 Vos Contacts

FRANCE EXCELLENCE 360 °

Le Boom du tourisme indien à l'étranger

Chiffres clés

Selon The Economist, les dépenses touristiques des indiens ont triplés entre 2010 et 2023 à la hauteur de \$33bn avec une prévision de \$45bn d'ici 2025.

Les indiens peuvent d'ailleurs effectuer des paiements avec la plateforme UPI à la Tour Eiffel et aux Galeries Lafayette

Selon une étude SKIFT l'Inde va progresser du 10 ème plus gros marché émetteur de tourisme à l'étranger sur le rang mondial au 5eme d'ici 2027

D'ici 2027, l'Inde devrait éclipser l'Australie, le Canada et la France pour devenir le cinquième marché mondial du tourisme émetteur, selon Bernstein. D'ici là, les touristes indiens représenteront 89 milliards de dollars de la valeur du marché, soit plus du double des 38 milliards de dollars enregistrés en 2019

PIB : 8.2% (2023-2024 (FY24))

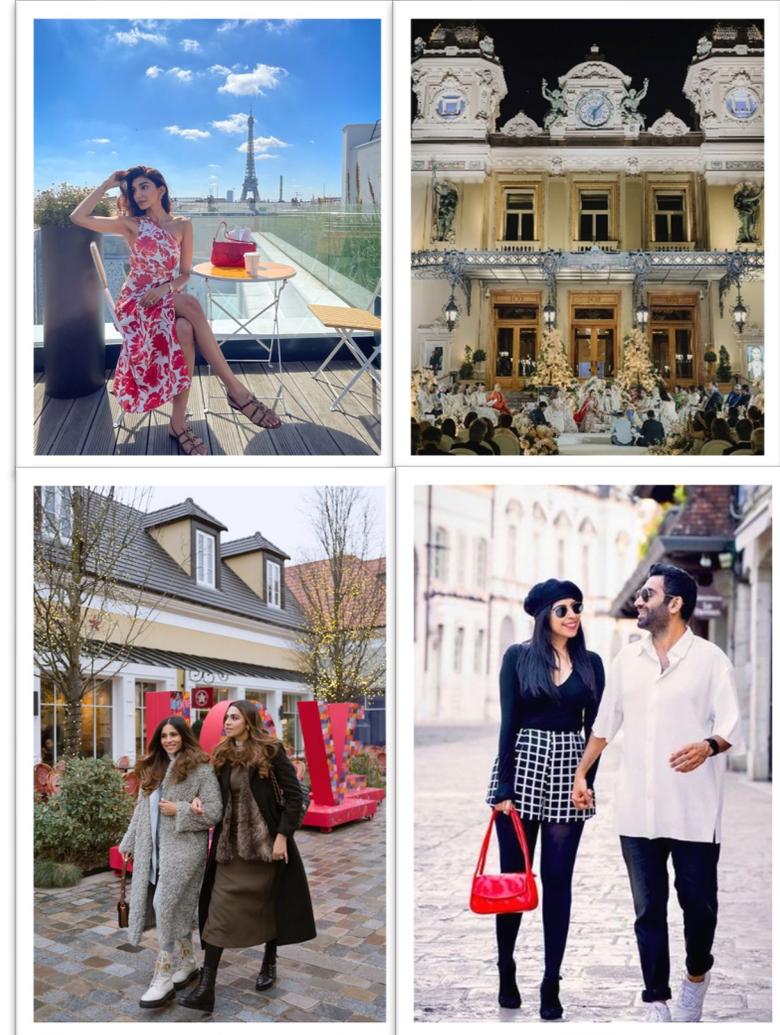
No. de milliardaires : 185 milliardaires en 2024 (Hindustan Times)

No. de millionnaires : 3,26,400 millionnaires en feb 2024 (source : Hindustan Times)

Dépenses à l'étranger : \$2 billions (jusqu'à août 2024) (source : Hindustan Times)

Nombre de détenteurs de passeports: 9,26,24,661 (Source: Ministry of External Affairs India)

Nombre des indiens qui ont voyagé à l'étranger: 15 million (premier 6 mois de 2024)



La croissance des voyages de luxe

Le marché indien du tourisme de luxe se développe fortement, avec un taux de croissance annuel prévu de 10 à 12 %.

Les voyageurs indiens sont de plus en plus à la recherche d'expériences de luxe authentiques et immersives.

Cette croissance ne se limite pas aux métropoles, mais s'étend également aux villes de niveau II et III, grâce à l'amélioration des liaisons aériennes et à l'augmentation des revenus annuels et une classe moyenne supérieure en plein croissance.

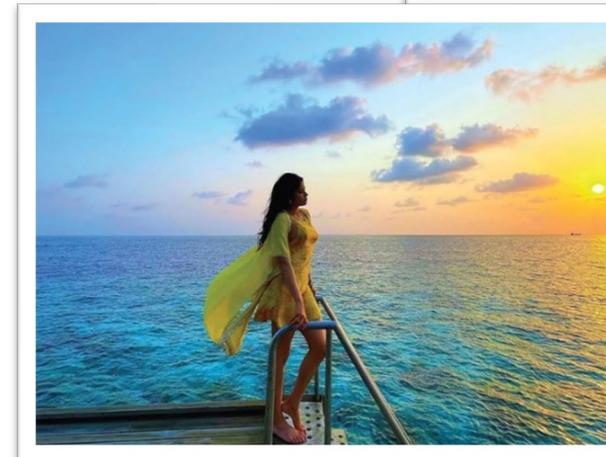
Le Segment Wedding:

Skift estime qu'en 2023, environ 10 000 mariages à destination internationale ont eu lieu, ce qui ne représente que 0,1 % de l'ensemble du marché indien des mariages. Cependant, ce 0,1 % représente 1,9 milliard de dollars en dépenses de voyages à l'étranger

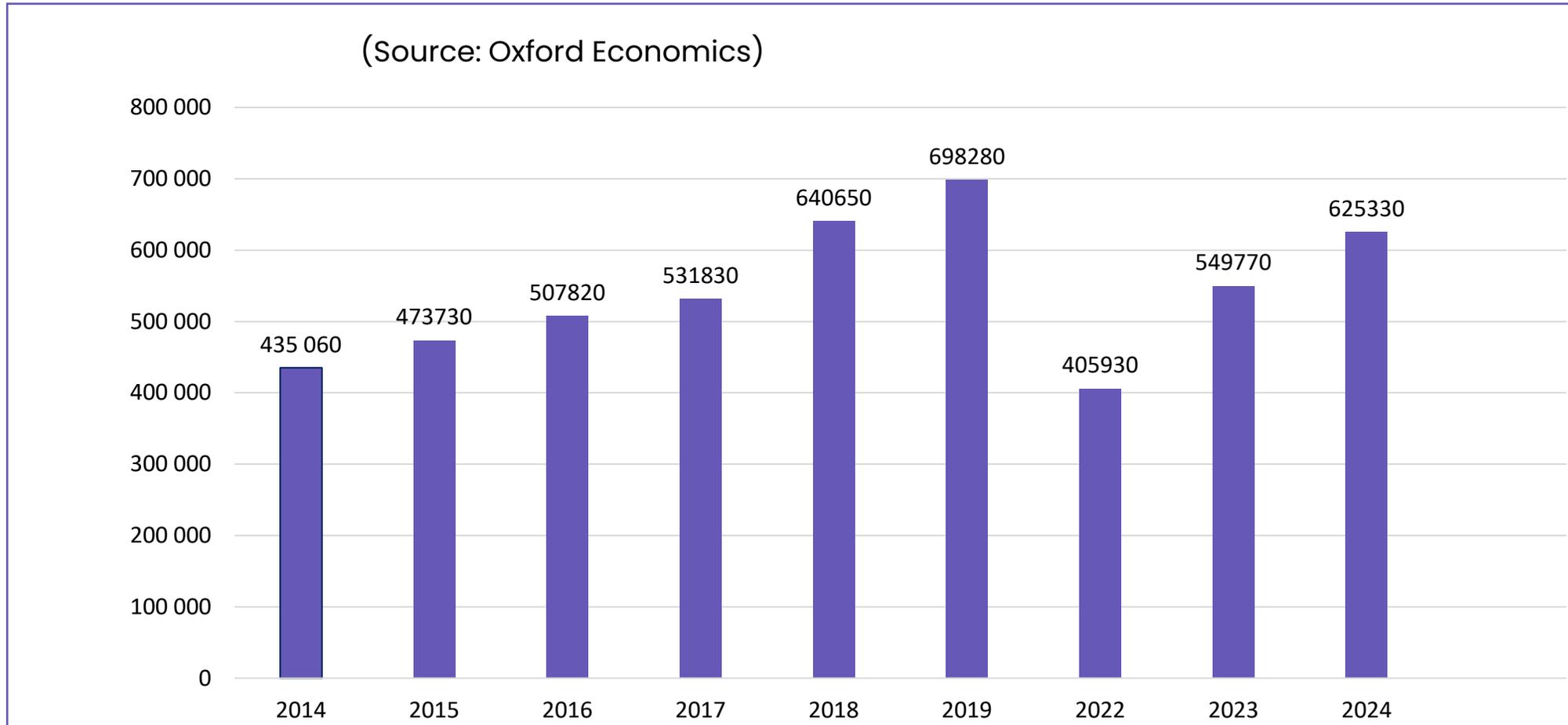
L'industriel Ambani a récemment dépensé pour le mariage de son fils en 2024714 million US dollars

La France a accueilli 6 mariages haut de gamme depuis la réouverture des frontières à Paris et sur Cannes.

Ces tendances soulignent l'importance croissante de l'Inde en tant que marché clé pour les voyages de luxe, avec des opportunités considérables pour les destinations et les marques qui cherchent à attirer les voyageurs indiens affluents



Estimation des flux vers la France: 2014-2024

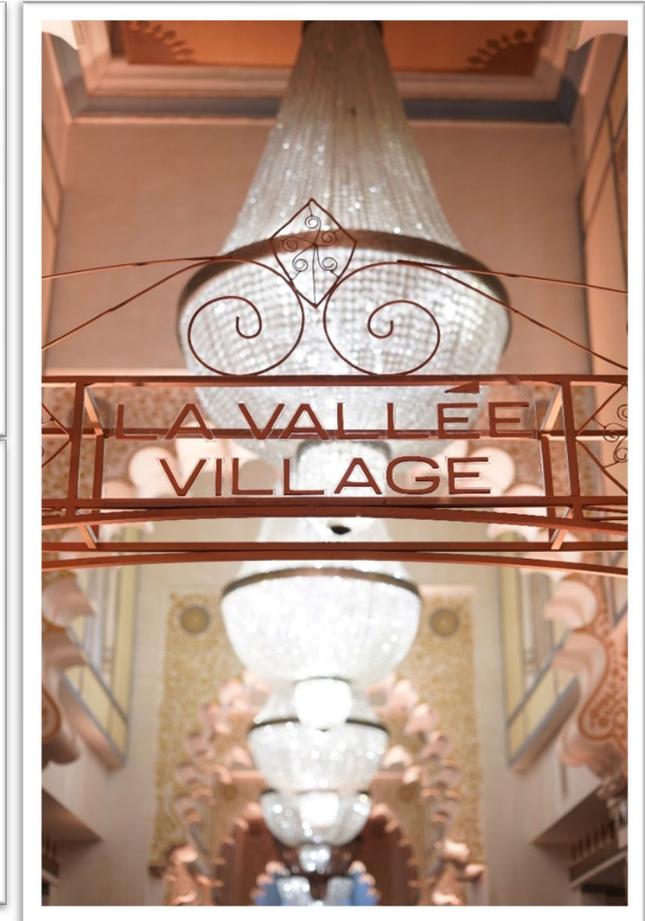


Un aperçu

- Une première édition qui sera dédiée au segment du luxe. Elle aura lieu à Mumbai du 10 au 13 novembre inclus. L'objectif est de mettre en valeur l'art de vivre et le savoir-faire français et les voyages à haute contribution.
- Un minimum de 15 exposants français clés et environ 30 agents de voyage spécialisés dans le segment du luxe participeront à cette édition.
- **DATES : DU 10 AU 13 NOVEMBRE 2025**

Profil des participants

- Les acteurs du tourisme en France, y compris les opérateurs privés et publics tels que les comités régionaux du tourisme, les attractions touristiques, les partenaires du shopping de luxe, les fournisseurs de transport, les hôtels.
- Les professionnels du voyage pan-India, incluant les globe-trotters qui ont beaucoup voyagé, les propriétaires d'agences boutiques, y compris les agents du groupe Serendipian.
- Présence de la presse B2B et B2C ainsi que des influenceurs.



Format 2025 – Points clés

- Un panel dédié au segment du luxe sera organisé avec des intervenants de marques de luxe iconiques pour les exposants et les agents de voyage. Le panel réunira des intervenants issus de secteurs tels que la mode, l'art de vivre, les marques de consommation haut de gamme, y compris des marques de luxe françaises présentes en Inde.
- Organisation d'activités de team building pour l'ensemble des participants, axées sur l'art de vivre et le savoir-faire français, telles que des cours de cuisine, d'œnologie, de parfumerie, etc.
- Un dîner exclusif sera organisé avec de membres du réseau français, d'agences de voyage, de la délégation française, de journalistes et d'influenceurs B2B et B2C.
- Présence d'un chef français invité à Mumbai pour cette occasion, qui élaborera un menu pour le dîner exclusif.



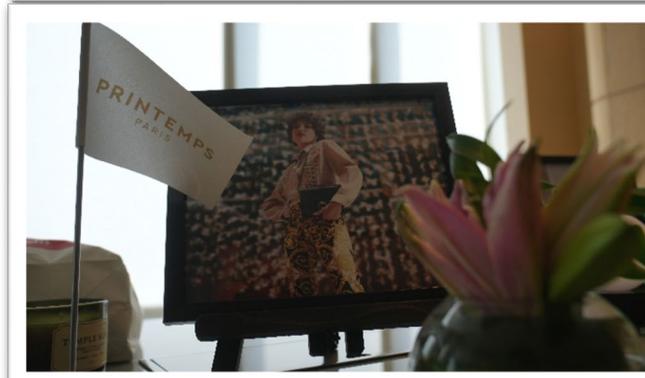
Participation à un panel sur le luxe organisé pendant le Luxury Lifestyle Weekend en 2018



Organisation d'un dîner exclusif en 2017 au Manek Chowk (Udaipur) pour une sélection de journalistes en présence de Shriji Arvind Singhji of Mewar.

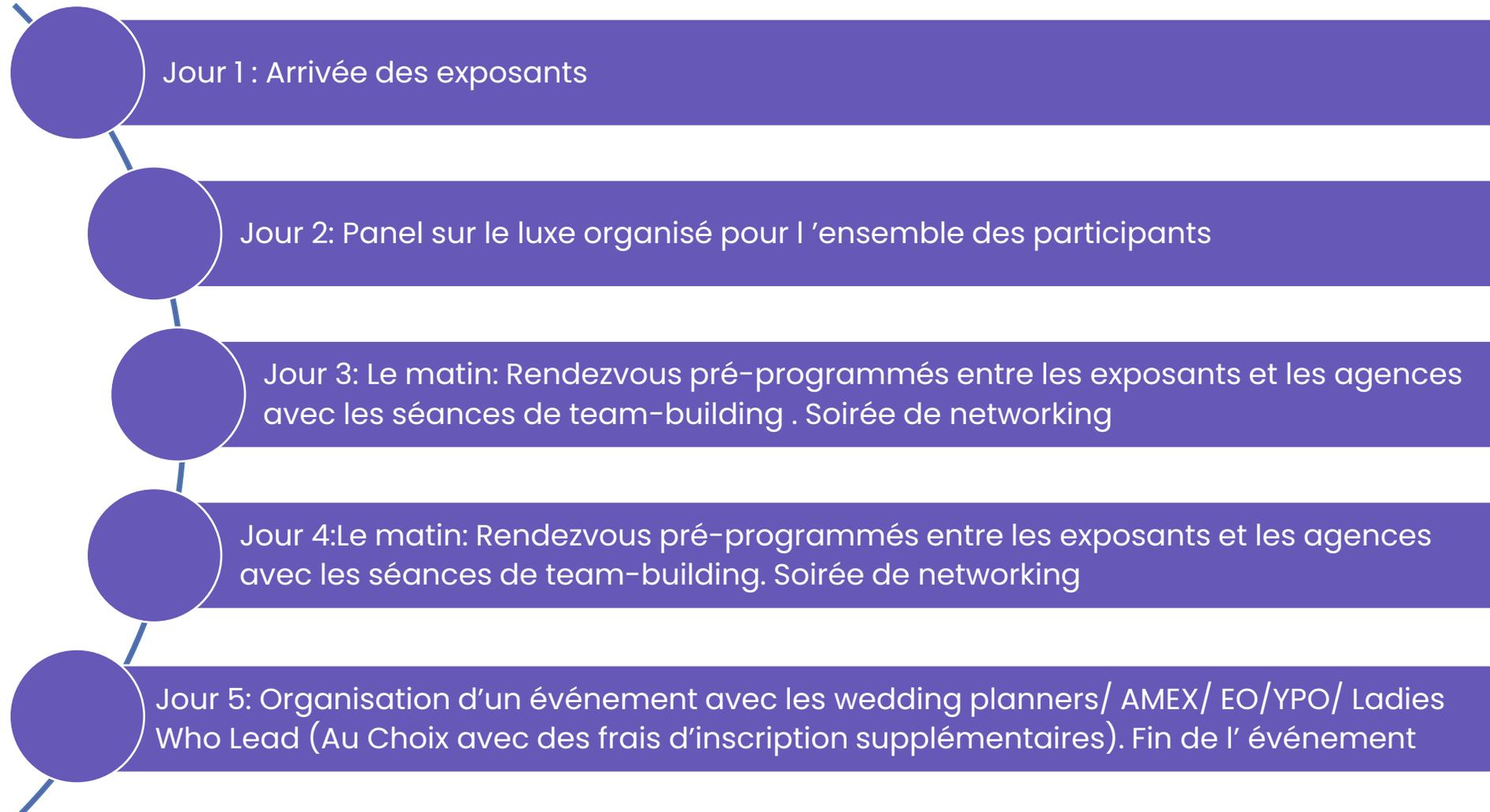
Format de l' événement France Excellence

- Edition inédite dédiée au segment luxe
- Mise en relation avec les professionnels du secteur de tourisme pan-indienne axés sur le segment du luxe
- Mieux connaître le marché, les tendances, les besoins spécifiques de la clientèle indienne de haute contribution.
- Construire de nouveaux partenariats et renforcer les relations commerciales existantes avec les acteurs clés et médias lifestyle en Inde
- **VISIBILITE PARTENAIRE**
- A travers les supports de promotion créés par Atout France Inde pour l'évènement destiné aux professionnels du tourisme indien : éléments d'affichage, CATALOGUE des exposants, la diffusion de présentations et vidéos des partenaires.
- Promotion de l'évènement via les réseaux sociaux d'Atout France et mention de chaque partenaire dans le communiqué de presse diffusé auprès des publications B2B et B2C



DATE LIMITE D'INSCRIPTION : 31 mars 2025

Programme Prévisionnel



■ Coût de participation



- **COÛT TOTAL : 6150€ HT** pour la participation d'une société ou organisme
- **1800 € HT** pour une personne supplémentaire
- **10 000 € HT** pour l'organisation d'un événement avec les wedding planners
- **3400 € HT par partenaire** (sur la base de 3 partenaires min)
-
- **LES OFFRES EARLY BIRD**
- Une réduction de 10% est offerte pour les 5 premiers adhérents inscrits au Workshop.
- **Pour bénéficier du tarif early bird, veuillez-vous inscrire avant le 17 mars 2025**
- Les réductions early bird ne se cumulent pas avec celles provenant d'autres offres promotionnelles, comme les opérations packagées

 Vos Contacts



Mme. Sheetal MUNSHAW

Directrice-Atout France Inde

Email: sheetal.munshaw@atout-france.fr

Mme Asmita PAWAR

Responsable Promotion

Email asmita.pawar@atout-france.fr;

Mlle Sonavi CHITALE

Coordinatrice Promotion

Email :sonavi.chitale@atout-france.fr;



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

AUSTRALIE PROCHE ET MOYEN-ORIENT

PRESENTATION DE MARCHÉ 2025

Introduction

La croissance des voyages de luxe en 2024 devrait continuer à être robuste, avec des prévisions indiquant une expansion soutenue. Selon plusieurs rapports du secteur, *Global data, Luxury travel market report Virtuoso, McKinsey & Company sur le luxe (2022)*, les voyageurs fortunés sont de plus en plus enclins à investir dans des expériences exclusives, notamment des séjours personnalisés et des voyages sur mesure.

La reprise post-pandémique a amplifié cette tendance, les clients recherchant des destinations plus privées et des services haut de gamme. Les croisières de luxe, le tourisme durable et les expériences immersives sont particulièrement en demande. De plus, les innovations dans les technologies de voyage et les nouvelles offres (comme le tourisme spatial ou les séjours dans des lieux reculés) devraient alimenter cette croissance.

Les clientèles particuliers fortunés des différentes catégories HNWI, VHNWI et UHNWI sont les principaux moteurs de cette croissance, à la recherche d'expériences de voyage uniques et personnalisées. Les voyageurs de luxe font des voyages fréquents, optant souvent pour plusieurs vacances haut de gamme tout au long de l'année.

Voici les éléments essentiels qui caractérisent le voyage de luxe :

- Hébergement d'exception : séjourner dans des hôtels et des resorts de renommée mondiale, pensés pour garantir une expérience de confort absolu et un sentiment d'élite.
- Activités exclusives : vivre des expériences inaccessibles au grand public, telles que des visites privées, des accès privilégiés à des sites fermés ou des événements culturels sur mesure.
- Service personnalisé : un service parfaitement adapté, comprenant des itinéraires sur mesure, des moyens de transport privés et une attention constante aux détails, en accord avec les préférences personnelles du voyageur.
- Gastronomie de haut niveau : des restaurants étoilés Michelin ou des dîners privés préparés par des chefs célèbres, pour une expérience culinaire inoubliable.
- Confort et commodité : Chaque détail du voyage, du transport aux hébergements, est conçu pour offrir une expérience fluide, alliant luxe et praticité.

1,2 Trillions \$

c'est la valeur du marché mondial
des voyages de luxe d'ici fin 2024

**Destinations luxe
populaires en France
Paris, la Côte d'Azur,
Courchevel...**



ASIE CENTRALE ET CAUCASE

Kazakhstan, Ouzbékistan, Arménie, Géorgie, Azerbaïdjan

Les économies des pays de l'Asie Centrale et du Caucase ont connu une **croissance rapide** ces dernières années, se poursuivant en 2024.

Ce sont des **marchés de niche** avec une clientèle qualitative CSP+ de 45/60 ans voyageant en couple ou en famille de 3 personnes et plus.

Un choix qui se porte sur les voyages dans un seul pays ou une combinaison de deux pays voisins avec une durée d'une semaine et avec un intérêt accru pour les nouveautés, le tourisme évènementiel et le shopping.

Le Kazakhstan concentre près de

50%

du PIB de l'Asie centrale

2,7 Mrd USD

dépensés par les touristes
kazakhstanaïis à l'étranger en 2019

[Event agences russophones à Dubai]

Événementiel B2B, B2C
27 AVRIL 2025



Deuxième édition des rencontres avec les agences russophones à Dubai. Les dates sont choisies autour de l'événement Marhaba et du salon ATM.

En 2025, les rencontres B2B seront suivies (TBC) par un événement B2C avec les clients directs.

Format :

- Séminaire (format TBC) avec un cocktail déjeunatoire
- Petit déjeuner ou cocktail avec des clients directs basés à Dubai

20 professionnels attendus
10 exposants français

Coût : à partir de 1 000€
HT

[Roadshow QazaQstyle]

Multi-action B2B

6-10 OCTOBRE 2025



Action phare sur les marchés d'Asie centrale et du Caucase qui permet aux partenaires d'avoir un regard à 360° sur ces marchés de niche grâce à un programme complet avec des workshops, démarchages, événements networking et médias ainsi que des outils de promotion digitale. L'édition 2025 aura lieu dans les deux villes les plus importantes du Kazakhstan : Almaty et Astana.

Format :

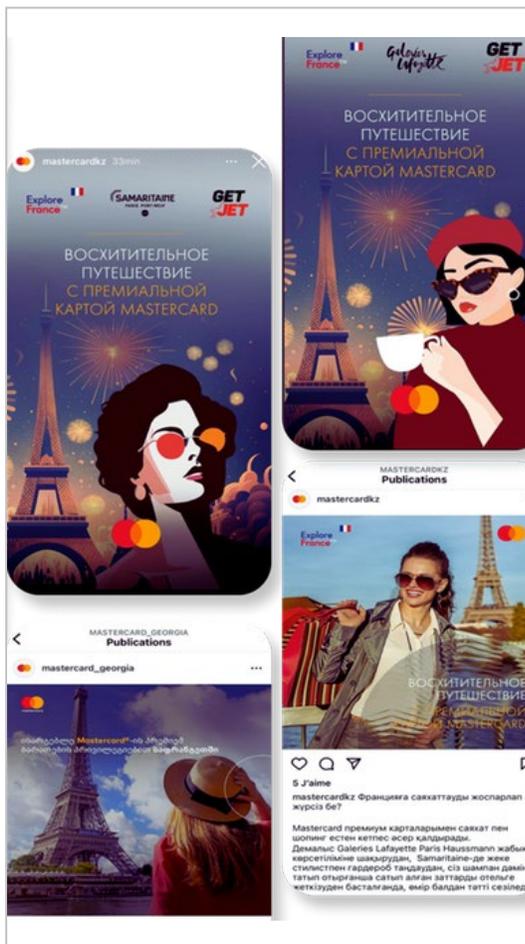
- Workshops, séminaires et démarchages dans les deux villes
- Événements networking VIP
- Point medias
- Promotion digitale : newsletters, catalogue électronique

**80 professionnels attendus
10 exposants français**

Coût : 3 800€ HT

[France Privilège]

Action B2C
Courant 2025



Une action unique sur les marchés de l'Asie centrale et du Caucase mettant en valeur l'excellence et le savoir-faire français et regroupant les acteurs majeurs du secteur du haut de gamme : destinations, hôtellerie de luxe, grands magasins, y compris des expériences exceptionnelles.

Format :

- Programme de partenariat Atout France/Mastercard en Asie centrale et au Caucase
- Offre d'expériences uniques et de privilèges des partenaires français aux titulaires des cartes Mastercard Premium et Elite
- Campagne de promotion des partenaires français et de la France auprès de la clientèle à haut pouvoir d'achat

à partir de 3 partenaires
français

Coût : 1 500€ HT

[Exemples d'action luxe
réalisées]



Média event à Almaty



Soirée VIP à Almaty

Votre contact
Asie centrale et Caucase



Elena de
Beauchamp

Directrice bureau Asie centrale - Caucase

E-mail : elena.de-beauchamp@atout-france.fr

Téléphone : +7 985 49091 01



AUSTRALIE

La taille du marché australien des voyages de luxe a atteint 37,4 milliards USD en 2023. Pour l'avenir, le groupe IMARC s'attend à ce que le marché atteigne 70 milliards USD d'ici 2032, affichant un taux de croissance (TCAC) de 6,60 % au cours de la période 2024-2032.

Avec un **nombre croissant de personnes fortunées** (HNWI) et de personnes **très fortunées** (UHNWI), il y a une demande accrue pour des expériences de voyage exclusives.

Le voyage de luxe durable ainsi que les croisières fluviales et en mer sont également l'un des segments à la croissance la plus rapide sur le marché australien du voyage de luxe.

Ce segment représente **11 millions de voyages** par an à l'international sur une période de 20 jours en moyenne, pour une dépense entre de 2 400\$ et 12 000\$ AUD par séjour

L' Australie compte

41

milliardaires

en 2024 et

234

millionnaires

en 2024

(secteur minier très prospère)

Atout France Australie / NZ

La strategie marketing du bureau de Sydney s'appuie sur la création d'événements uniques comme le Diner VIP avec la CCI franco Australienne de Melbourne, un partenariat stratégique avec une Revue de Luxe pour renforcer notre image et impacter notre segment specifique en BtoC et un partenariat BtoB avec le salon pour les agents de voyages Luxe, Luxper^{ou}ience a Sydney.

[Dîner VIP Chambre de Commerce

Évènement BtoB

6 juin 2025 | Melbourne



Participation à la soirée de la Chambre de Commerce Française lors d'une soirée d'Élégance pour promouvoir une destination vers une cible de corporate, MICE, et clients à forte contribution, auprès d'environ 200 invités.

Avantages :

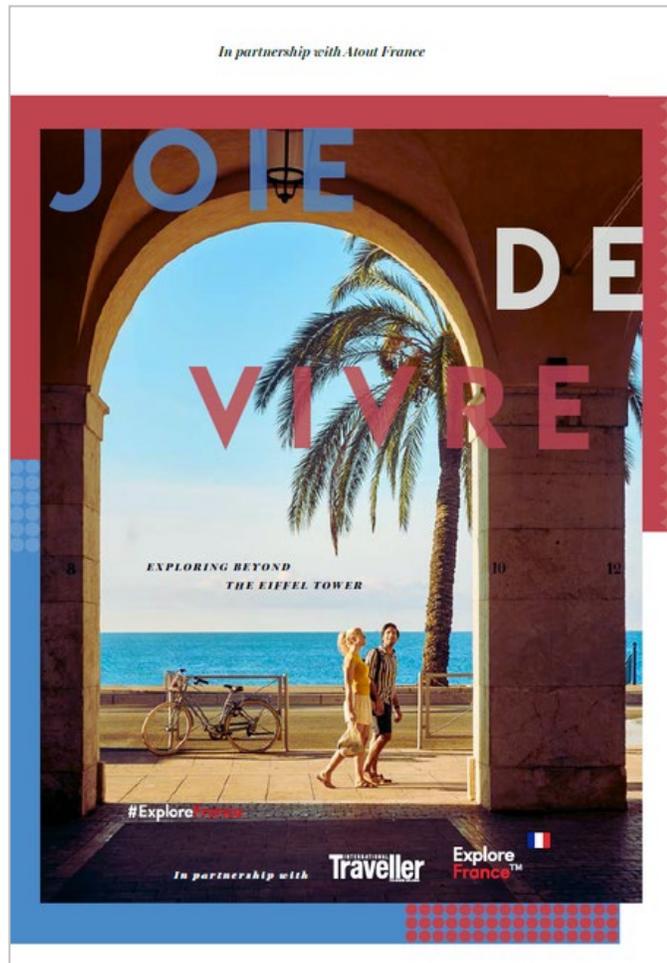
- Cibler les entreprises Australiennes et Françaises, ambassadrices et porteuses de valeurs
- Promouvoir la France, ses marques et ses destinations, en s'associant à des marques du savoir faire français
- Renforcer la position de la France auprès du MICE et de la distribution haut de gamme

**200 professionnels attendus
1 partenaire français**

Coût : 10 000 € HT

[Revue Luxe Explore France]

Revue BtoC
Octobre 2025



La revue grand Public haut de gamme format papier et digital de 28 pages, met en valeur les destinations Luxe de France, les hôtels haut de gamme, les activités liées à l'art de vivre à la française pour des clientèles aisées.

- 28.600 exemplaires imprimés
- 147 000 lecteurs
- 179.355 utilisateurs du hub numérique
- 76 % de femmes
- Tranche d'âge : 26% 35-44 ans, 25% 45-64 ans, 18% 55-65 ans.
- Une audience totale estimée à 646 000, sur tous les supports
- 68% des lecteurs dépensent plus de 20 000\$/an en voyage
- Lectorat aisé : 70 % ont un revenu de 300 000 \$

**30 000 exemplaires
distribués**

Coût :
1 Page - 3000€ HT
2 pages - 5000€ HT

[Salon Voyage de Luxe LUXPERIENCE

Évènement BtoB

Du 10 au 14 Novembre 2025 | Sydney



Le salon Luxperience à Sydney est le lieu de rencontre de l'offre de voyage haut de gamme pour les travelers australiens (HNWI). Ce salon permet à chaque exposant de rencontrer près de 50 agents de voyage et acheteurs australiens ultra-qualifiés en format rendez-vous individuels et un total de 200 acheteurs lors des événements de networking.

Les critères de sélections des agents voyages sont :

- Niveaux de réservation annuels de 2 millions de dollars* australiens ou plus (*1.5 Million €)
- Valeur de booking moyen de 20.000 AUD* ou plus (*12.500 €)
- Décisionnaires principaux et propriétaires d'entreprises
- Agences cherchant des nouvelles offres et expériences de luxe

En amont du salon, Atout France organisera un workshop 1:1 avec des tour-opérateurs et un petit-déjeuner avec 10 journalistes de magazines et parutions de luxe.

**200 professionnels attendus
10 exposants français max**

**Coût 1 stand Luxperience
+ évènement TO et
presse: 9250€ HT**

AUSTRALIE

[Exemples d'action luxe
réalisées]



Tahiti Tourisme - LUXPERIENCE 2024



Villa Cosy Hotel - LUXPERIENCE 2024

Vos contacts Australie et Nouvelle-Zélande



Sophie

Almin

Deputy Director Head of Marketing and Communications

E-mail : sophie.almin@atout-france.fr

Téléphone : +61 (0)425 076 844



PROCHE ET MOYEN-ORIENT

Emirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Koweït ,
Barheïn, Oman, Jordanie, Qatar Egypte, Turquie

Avec un niveau de dépense journalier situé autour de 3 000 \$ par personne, les voyageurs des pays du Golfe sont une **clientèle à très forte contribution**.

A titre d'exemple, ils représentent jusqu'à 20 % de la clientèle de certains palaces parisiens.

La France occupe la 3ème place des destinations lointaines et les thématiques privilégiées sont le shopping, les loisirs et la gastronomie.

Du côté des **Pays du Levant**, la dépense touristique moyenne est plus faible mais l'attrait de la France pour les **clientèles VIP** est très fort.

La clientèle du Golfe
représente à elle seule

75%

de la dépense des voyageurs
de la région estimée à

73 milliards \$

dans le monde en 2019 (soit
+3.5 % par rapport à 2018)

Atout France Dubai

La stratégie marketing du bureau de Dubaï s'appuie sur le marketing digital et les réseaux sociaux, la création de contenu adapté en langue Arabe, des partenariats avec des influenceurs voyages luxe, la création d'événements exclusif comme le Diner VIP au Caire, partenariats stratégiques sur mesure avec des marques/club de luxe locaux pour renforcer notre image et impacter notre segment spécifique en BtoC et des actions BtoB exclusives comme Marhaba et Opulence les agents de voyages Luxe et ultra luxe dans la région GCC.

[Soirée prestige au Caire]

Sponsoring évènementiel

DATE A DÉTERMINER



Distinguez-vous en sponsorisant la Soirée prestigieuse organisée au Caire auprès d'une sélection d'invités de marque composée de Directeurs d'agences de voyage haut de gamme, médias et clients VIP égyptiens et libanais.

Format :

- Présentation de votre offre
- Networking auprès d'un public finement sélectionné
- Sponsoring de la soirée

**50 participants attendus
5 exposants français**

Coût : Sur devis

[Marhaba

Workshop B2B et événementiels networking

25 & 26 AVRIL 2025, DUBAÏ



Fort de ses 9 éditions précédentes, Marhaba est l'évènement privilégié pour s'adresser à de nombreux professionnels du tourisme, parmi les plus influents, proposant une offre haut-de-gamme à une clientèle à la recherche d'une offre luxe exclusive. Evènement co-organisé avec les offices de touristes nationaux d'Espagne, du Portugal, d'Allemagne et d'Autriche.

Format :

- 2 jours de workshop à Dubaï, Emirats arabes unis
- 160 professionnels, représentant 9 pays du Moyen-Orient
- 32 rendez-vous préprogrammés de 20 minutes
- 1 plateforme en ligne Marhaba France dédiée à la prise de rendez-vous
- 1 soirée de gala et une soirée de clôture

Les buyers sont sélectionnés par Atout France en fonction de leur spécialisation dans la vente de voyages de luxe auprès des clientèles régionales dans le cadre de voyages de Loisirs ou Affaires

**160 buyers attendus
50 exposants français**

Coût : 21 520 AED

[Opulence]

Workshop BtoB et évènementiels
networking

28-31 OCTOBRE 2025



Après une première édition en 2024, saluée pour la qualité et le profil luxe des exposants et des buyers, l'évènement Opulence revient en 2025. Les buyers sont issus des pays du golfe et sont soigneusement sélectionnés pour leur offre de voyage haut-de-gamme.

Format :

- 1 jour de workshop
- Une trentaine de rendez-vous pré-programmés
- Dîners de gala et soirée de networking
- Activités de découvertes et de networking

**29 buyers luxe min. attendus
3 exposants français**

**Coût approximatif :
5 200 € HT**

PROCHE ET MOYEN-ORIENT

[Exemples d'action luxe réalisées]



EXPO Dubaï 2020 – Palaces de France, soirée et workshop pour les établissements palaces français – Novembre 2021



Marhaba – L'évènement B2B privilégié pour rencontrer des buyers du proche et moyen-orient – Mai 2024

Votre contact
Proche et Moyen-Orient



Dominique Maulin

Diabara

Regional Director United Arab Emirates / Middle
East & Turquia / Israel / South Africa

Regional Manager India, Caucase and Central Asia

Director Australia office (Interim)

E-mail : dominique.maulin@atout-france.fr

Téléphone : +971 655 3664

Calendrier

des actions luxe|2025

Mars/ Avril	France with the Family- Inde
25-26 Avril	Marhaba - Dubaï
27 Avril	Event agences russophones - Dubaï
6 Juin	Dîner VIP - Melbourne
3-4 Septembre	EPEX - Dubaï (marché Inde)
6-10 Octobre	Roadshow QazaQstyle - Kazakhstan
Octobre	Revue Luxe Explore France - Australie

28-31 Octobre	Opulence - Pays du Golfe
10-13 Novembre	France Excellence - Mumbai
10-14 Novembre	Salon Voyage de Luxe LUXPERIENCE - Sydney
Trimestre 4	Prix de l'ambassadeur - Inde
Courant 2025	Soirée VIP - Caire
Courant 2025	France privilège - Asie centrale & Caucase



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

BELGIQUE

OPERATION B2C VIP - 2025

Evenement exclusif So Chic So France - Bruxelles

Objectif : Promotion de l'offre française haut-de-gamme vers un public VIP belge à haut pouvoir d'achat lors d'un événement exclusif

100 - 150 invités des meilleurs clients des marques, + agences de voyage luxe, + journalistes lors d'une soirée avec cocktail dinatoire

6 éditions dans des lieux emblématiques

Cette offre haut-de-gamme est représentée par

- des destinations prestigieuses, une hôtellerie et des prestataires de services touristiques de luxe.
- Marques hors voyage : Ruinart, Veuve Clicquot, Pommery, Dior, Guerlain, Petit Bateau, Ambassade Biologique Recherche, Le Tanneur...
- Une gastronomie représentée par des traiteurs exclusifs
- Novembre 2025 :

Partenariat en discussion avec la société de vente aux enchères d'objets d'art Sotheby's à Bruxelles pour le lieu et les invités.



VOS QUESTIONS ?

ATOUT
FRANCE
www.atout-france.fr



#ActivateurDeTourismes

ATOUT
FRANCE
www.atout-france.fr

