RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Pays du Golfe Persique

Avec un nombre croissant de voyageurs dans le monde, la région du Moyen-Orient confirme une tendance au voyage à l'étranger de plus en plus ancrée dans ses habitudes de consommation.

La clientèle du Golfe représente à elle seule 75 % de la dépense des voyageurs de la région estimée à 73 milliards de dollars dans le monde en 2019 (soit une hausse de 3.5 % par rapport à 2018)

Marchés d'intervention d'Atout France

Emirats Arabes Unis
Arabie Saoudite
Qatar
Barheïn
Sultanat d'Oman
Koweït

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Depuis 2022, le Conseil de coopération du Golfe (CCG) a connu une accélération de son activité économique grâce aux cours élevés du pétrole et à l'allègement des quotas de production dans le cadre de l'OPEP+ (conflit en Ukraine et forte reprise de la demande post-covid).
- L'embellie pétrolière permet à la région de souffler après deux ans de pression sur ses finances et ses comptes extérieurs.
- La **croissance économique en 2022 a été de 8,8 % en moyenne pour la région du Golfe** alors que les États-Unis se situait à 2,1 % et l'Union européenne à 3,5 %.

Arabie Saoudite :
Population : 36 millions
PIB par habitants en dollars : 30 500 $
Taux de croissance : 3. 10%

Émirats Arabes Unis :
Population : 9,5 millions
PIB par habitant en dollars : 53 000 $
Taux de croissance : 7. 40 %

Qatar :
Population : 2.8 millions
PIB par habitant en dollars : 87 660 $
Taux de croissance : 6 %

Koweït :
Population : 4.3 millions
PIB par habitant en dollars : 24 357 $
Taux de croissance : 2. 70 %

Oman :
Population : 5.2 millions
PIB par habitant en dollars : 16 213 $
Taux de croissance : 2. 30 %

Bahreïn :
Population : 1.5 million
PIB par habitant en dollars : 23 234
Taux de croissance : 2. 20 %

Positionnement de la destination France

Malgré une forte concurrence internationale, l'Europe demeure le continent le plus prisé par les voyageurs du Golfe avec un intérêt marqué pour la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suisse.

Bien que naturellement attirée par Paris, la Côte d'Azur et les Alpes du Nord, bénéficiant de liaisons aériennes directes, la clientèle du Golfe tend à élargir depuis ces dernières années son panel de destinations témoignant d'un désir de

nouveautés.

Cette nouvelle tendance est notamment portée par la clientèle koweïtienne, plus grands voyageurs de la région à raison de quatre voyages en moyenne par an et considérés comme les « trendsetters » du Golfe.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La clientèle du Golfe représente à elle-seule 75% de la dépense des voyageurs du Moyen-Orient. Attentifs à la qualité et au service, les voyageurs du Golfe sont à la recherche du luxe, avec des séjours personnalisés.

Il s'agit d'une clientèle à très forte contribution avec une dépense quotidienne d'environ 3000 USD par personne lors de leurs voyages.

Profil des voyageurs

- 57, 1 % des voyageurs sont en couple ou en famille.
- La moyenne d'âge des voyageurs est entre 21 ans et 40 ans.
- 34 % des ressortissants des pays du Golfe voyagent plus de 5 fois par an.

Motivations de voyages en France

- Shopping
- Gastronomie
- Loisirs (station de ski en été et en hiver, parcs d'attractions)

Nos recommandations pour aborder ce marché

- Rôle déterminant des influenceurs dans la région (blogueurs, grandes familles locales) et des prescripteurs (grandes familles locales).
- Audience connectée et très influencée par les réseaux sociaux.
- Emergence de nouvelles destinations autres que Paris, Cannes et Nice.
- Intérêt grandissant pour certaines activités : ski, cyclotourisme.
- Jeux Olymiques 2024.

Maintenir la position de la France comme une des premières destinations loisirs des voyageurs de la région.
Promouvoir de nouvelles destinations sur les marchés prioritaires du Moyen-Orient.
Consolider la promotion de notre destination auprès de la clientèle arabophone locale et développer de nouvelles actions en direction de la clientèle expatriée présente dans les pays du Golfe.

Cibles prioritaires : familles locales et expatriées, couples sans enfants (DINK), millénales.

A destination de ces cibles, sont principalement valorisées des activités de loisirs avec : le tourisme en ville, le shopping, l'hôtellerie de luxe, la gastronomie, l'offre culturelle et les loisirs en famille (parcs d'attractions…).

Les actions phares

Le marché Pays du Golfe Persique en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

PAYS DU GOLFE*

Taux de change

1 EUR = 4 AED

Quelques données économiques**

- 58 millions d'habitants
- 48 957 $ PIB / habitant
  dont 115 000 $ pour le Qatar
- + 5,1% CROISSANCE
  de l'économie en moyenne pour les pays du Moyen – Orient en 2022

Données touristiques en 2019

1, 4	Millions de touristes en France
279 000	Arrivées de touristes des Émirats Arabes Unis
4 000 $	de dépenses par jour en moyenne
8,3	Jours : Durée moyenne par séjour

- 25% PRINTEMPS
- 21% AUTOMNE
- 30% ÉTÉ
  Ponts : 25%
- 24% HIVER
  dont Noël

Principaux bassins émetteurs

- Émirats Arabes Unis
- Arabie Saoudite
- Qatar

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Profil voyageurs

- 57, 1 % voyagent en couple ou en famille.
- Voyageurs jeunes entre 21 et 40 ans.
- 34 % des ressortissants du CCG voyagent plus de 5 fois par an.

Principales destinations visitées en France

TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Shopping
2. Gastronomie
3. Loisirs

*Pays du Golfe couverts par Atout France :
Arabie Saoudite, Émirats Arabes Unis, Koweït, Qatar, Bahreïn, Oman

** Source : Direction générale du Trésor

Contact marché Moyen-Orient | Karim.Mekachera@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **EPEX 2024** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux

EPEX 2024 PRESTATION

Marchés d'intervention :	Arabie Saoudite	Barheïn	Emirats Arabes Unis	Koweït Liban	Sultanat d'Oman
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B				
Cibles :	Organisateurs d'événements MICE internationaux				
Espaces et filières :	MICE				

Le bureau Moyen-Orient et Turquie propose en septembre 2024 de participer au salon Experiential Planner Expo. Cet evenement B2B dedié au MICE & Wedding planners permettra aux partenaires français de renforcer les liens avec les professionels du tourisme.

OBJECTIFS

- Présenter et mettre en valeur l'offre française à travers la promotion : des régions, services d'hébergement et restauration, transport et conciergerie, loisirs et divertissements,
- Nouer et renforcer des liens solides avec les acteurs du MICE & Wedding.
- Détecter les opportunités d'affaires à travers une sélection de professionnels de la region, identifiés pour leur performance et potentiel sur le marché Français.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels & privés (hôteliers, DMC, parcs thématiques, outlets...)
Nombre de partenaires souhaités :

5 - 10 exposants
Visibilité partenaire :
Présentation de l'offre des partenaires français auprès des agences MICE, événementielles et corporate.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
2 août2024

FORMAT

Liste des sessions :
EPEX 2024
Date de début
18 septembre 2024
Date de fin
21 septembre 2024
Date limite d'inscription
02 août 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Cet evenement B2B dedié au MICE & Wedding permettra aux partenaires français de rencontrer les professionels specialisés sur le tourisme d'affaires et organisation des marriages. Des sessions de workshop seront organisées durant la journée,ainsi que des soirées networking avec les top managers des agences.

Profil visiteur :

Agences MICE, événementielles et corporate.
Visiteur attendu :
200 hosted buyers

ISMATOVA - Zamira zamira.ismatova@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

- **E-learning France Connaisseur** : Formations / Professionnels internationaux
- **Campagne de communication 360** : Campagnes
- **Campagne Snapchat** : Campagnes
- **Campagne emailing B2B/B2C 2024** : Campagnes
- **Campagne de communication B2C - Moyen-Orient & Turquie** : Campagnes
- **Accueil presse/influenceur** :
- **Moyen-Orient - Magazine Luxe & Green** : Campagnes / Grand public international

E-LEARNING FRANCE CONNAISSEUR OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Afrique du Sud	Arabie Saoudite	Barheïn Brésil Canada Egypte	Emirats Arabes Unis
Type de rendez-vous :	Formations			
Cibles :	Professionnels internationaux			

Depuis 2023, France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises.
L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

OBJECTIFS

- Promouvoir votre offre auprès des agents de voyages internationaux
- Motiver et soutenir les agents de voyages pour mieux vendre la France.
- Créer une base de contacts et un réseau d’agents spécialistes de la France.

FORMAT

Format de l'opération :

Formation à distance.
Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE DE COMMUNICATION 360 OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Arabie Saoudite Barheïn Egypte Emirats Arabes Unis Jordanie Koweït Liban

Type de rendez-vous : Campagnes

Promouvoir les nouveautés des partenaires, renforcer leur image de marque ou générer du trafic sur leur site marchand a des fins de vente auprès d'une cible définie (grand public, médias, professionnels de voyage) selon les canaux de communication privilégiés.

OBJECTIFS

- Encourager à l'achat de séjours et conquérir un segment de clientèle donnée
- Diversifier les cibles selon les canaux de diffusion sélectionnés
- Développer la fréquentation sur les destinations françaises en capitalisant sur un événement particulier ou revaloriser une destination donnée

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

A définir

Nombre de partenaires souhaités :
A définir

FORMAT

Format de l'opération :

B2C :

- Réseaux sociaux : publications + publicité numérique payante, Facebook Ads, Snapchat, Ads, Instagram Guides, jeux concours, association influenceurs…
- Site internet : publication d'articles, bannières, jeux-concours, quiz

B2B :

- E-newsletter : campagne publicitaire B2B sur la base de données d'Atout France ou d'un tour-opérateur
- Site internet tour-opérateur : Packaging, offre spéciale…

Indicateur de performance :

Nombre de reservations en ligne
Nombre de commentaires, mentions j'aime, cliques et partages

Profil visiteur :

A confirmer selon le tour-opérateur

Visiteur attendu :

A confirmer selon le tour-opérateur
Media / Support :

- Réseaux sociaux : Instagram, Twitter, Facebook, Snapchat
- Site France.fr sous pertinence de la charte éditoriale - E-newsletters B2B

Sabella - Sally Sally.Sabella@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE SNAPCHAT OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Arabie Saoudite	Emirats Arabes Unis	Qatar
Type de rendez-vous :	Campagnes		
Espaces et filières :	Gastronomie	Shopping	

La campagne Snapchat vise à inspirer, faire voyager les internautes à travers des contenus esthétiques, surprendre ou animer nos plateformes afin de créer de l'engagement auprès de notre communauté.

Avec un public très jeune et connecté et Snapchat étant une des plateformes la plus utilisée dans la région, le meilleur moyen de mettre en place des campagnes numériques efficaces est de reprendre les thématiques fortes appréciées dans la région telles que le shopping, l'hôtelerie haut de gamme, la gastronomie, les parcs d'attraction, la montagne été /hiver...

OBJECTIFS

- Communiquer auprès d'un public ciblé amateur de voyage et très actif sur les réseaux sociaux
- Générer des envies de voyages et augmenter la portée et l'exposition de votre marque pour créer de la notoriété
- Présenter de nouvelles destinations à travers un contenu adapté, innovant et récréatif

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Action accessible à tous

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Contenus créatifs: au moins 2 vidéos qui durent moins de 10 sécondes + paid ads + lien qui renvoie ver le site web du partenaire

Indicateur de performance :

Total Paid Impressions

Paid ECPM

Total clicks

Total Video Views

Profil visiteur :

Un public jeune trés connecté et passionné de voyages

Media / Support :

Toucher un maximum de personnes dans l'espace Discover et qui s'intéresse à la marque KSA: Est. Monthly Reach: 17.8m - 18.5m EAU: Est. Monthly Reach: 2.4M Qatar: Est. Monthly Reach: 810.0k - 840.0k

Reseau social :
Réseau social
ExploreFrance

Sabella - Sally Sally.Sabella@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE EMAILING B2B/B2C 2024 OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Arabie Saoudite Barheïn Egypte Emirats Arabes Unis Jordanie Koweït Liban

Type de rendez-vous : Campagnes

Promouvoir les nouveautés des partenaires, offres spéciales et/ou communiquer sur les destinations françaises.

OBJECTIFS

- Encourager à l'achat de séjours et conquérir un segment de clientèle donnée
- Promouvoir les nouveautés et offres spéciales de nos partenaires
- Générer du trafic vers le site de nos partenaires ou vers un article média sur France.fr/ar

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels & privés (hôteliers, offices de tourisme, parcs thématiques...)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Contenu, vidéos, visuels avec un CTA qui renvoie vers le site web du partenaire (B2B) ou l'article dédié sur France.fr/ar (B2C)
- Jeu-concours ou quiz: CTA qui renvoie vers le lien de la plateforme sur les réseaux sociaux auquel le grand public pourrait participer (B2C)

Indicateur de performance :

CTR

Profil visiteur :

B2B ou B2C

Media / Support :

Campagne Emailing et CRM

Sabella - Sally Sally.Sabella@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE DE COMMUNICATION B2C - MOYEN-ORIENT & TURQUIE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Barheïn	Egypte	Emirats Arabes Unis	Jordanie	Koweït	Qatar	Sultanat d'Oman
Type de rendez-vous :	Campagnes					

Campagne de notoriété deployée sur l'écosystème de France.fr auprès de notre audience arabophone ou sur les plateformes de nos partenaires médias locaux à destination d'une audience arabophone et expatriès.

OBJECTIFS

- Augmenter la couverture médiatique de votre destination et de vos produits sur les réseaux sociaux et médias locaux.
- Engager l'audience du Moyen-Orient autour de contenus cibles, intéractifs et innovants a travers un evenementiel digital ou physique.
- S'adresser a une audience tant arabophone qu'internationale (communautes expatriées aux EAU, Qatar et Arabie Saoudite)

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
Action individuelle ou multipartenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Présentation d'un plan média sur-mesure en fonction de l'audience voulue.
- Production et création de contenus pour une diffusion sur le site France.fr et les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Twitter & Snapchat.
- Proposition de canaux de diffusion auprès des médias et acteurs locaux

Indicateur de performance :

- Reach, engagement, likes, share and comments
- Opt-in

Profil visiteur :

Grand Public

Visiteur attendu :

Dépendant du montant alloué sur la campagne et le nombre de marchés choisis
Media / Support :

- Ecosystème France.fr - Medias locaux - Acteurs et supports événementiels locaux

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ACCUEIL PRESSE/INFLUENCEUR OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Arabie Saoudite | Barheïn Egypte | Emirats Arabes Unis | Jordanie Koweït Liban

Organisation d'un voyage de presse thématique pour une sélection de 2-4 journalistes représentants des magazines renommés ou influenceurs dans l'industrie du voyage et lifestyle.

OBJECTIFS

- Renforcer la notoriété de la France auprès des médias et trendsetter qui font l'actualité dans la région.
- Mettre en lumière une collection d'expériences insolites/culturelles/luxe/écotourisme à travers cet accueil
- Inciter les lecteurs des publications et internautes a planifier un voyage en France

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, Privés [Hôteliers, Monuments, Attractions, Shopping…]

Nombre de partenaires souhaités :
1 a 5 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Accueil de presse exclusif pour les journalistes ou influenceurs a destination d'une ou plusieurs destinations incluant des partenaires hoteliers, culturels, shopping... Prise en charge total sur place par les partenaires.

Indicateur de performance :

Retombées presse
Nombre de lecteurs toutes publications confondues
Articles sur les sites web
Posts/stories sur les réseaux sociaux des publications

Media / Support :

Publications B2C Campagne reseaux sociaux sur l'ecostysteme France.fr

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

MOYEN-ORIENT - MAGAZINE LUXE & GREEN OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Emirats Arabes Unis
Type de rendez-vous :	Campagnes
Cibles :	Grand public international
Espaces et filières :	Luxe

1ere édition du magazine "Luxe & Green" ciblant les clientèles à haute contribution en integrant une dimension durable.

OBJECTIFS

- Promouvoir et faire découvrir la diversité de l'offre des destinations et des produits d'excellence français
- Faire rayonner le luxe francais auprès des clientèles francophiles et Luxe.
- Reconcilier l'offre luxe a une demarche durable aupres des consommateurs a haute contribution

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (CDT, CRT, OT), Entreprise privée (Hotels, transport, musée...)

Nombre de partenaires souhaités :
A partir de 8 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Edition du magazine « Luxe & Green » en format papier / Tirage : 10 000 exemplaires et distribution numerique aux publics ciblés (online, offline)

Indicateur de performance :

- Lectorat

Media / Support :

Emailing B2C
Support papier
Support numerique
Campagne de lancement sur l'ecosysteme France.fr

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr