Marianne symbole République Française
Logo Atout France
pays golfe

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 8,9 milliards de dollars dans le monde en 2025 (soit une hausse de 12,2 % par rapport à 2019). On estime qu'elle atteindra 139 million en 2032, soit une croissance annuelle moyenne de 7,9%.

Marchés d'intervention d'Atout France

carte_marches_pays-du-golfe-persique

- 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

Principales données économiques du marché

La **croissance économique en 2025 est estimé par le FMI à hauteur de 3,6 %** en moyenne pour la région du Golfe et de l'Afrique du Nord, alors qu'elle est de 3,3% au niveau mondial.

- **Arabie Saoudite :**
  Population : 33 millions
  PIB par habitants en dollars : 32 000 $
  Taux de croissance : 1,1 %
- **Émirats Arabes Unis :**
  Population : 10 millions
  PIB par habitant en dollars : 49 000 $
  Taux de croissance : 3,3 %
- **Qatar :**
  Population : 2.8 millions
  PIB par habitant en dollars : 80 200 $ (USA 82 000)
  Taux de croissance : 2,4 %

- **Koweït :**
  Population : 4,5 millions
  PIB par habitant en dollars : 33 750 $
  Taux de croissance : 1 %
- **Oman :**
  Population : 5 millions
  PIB par habitant en dollars : 21 550 $
  Taux de croissance : -3,3 %
- **Bahreïn :**
  Population : 1.5 million
  PIB par habitant en dollars : 29 200 $
  Taux de croissance : 3,5 %

Positionnement de la destination France

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

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.

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

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…).

Marhaba 2025

Webinaires Atout France Live !

Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2027.

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2027, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.

En 1h, les directeur·trices d'Atout France à l'international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,

- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,

- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

Retrouver le webinaire dédié à la Région Orient, Pacifique, Asie

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

infographie