

Singapour

La Cité-Etat de Singapour doit sa réussite à sa situation centrale en Asie du Sud-Est et à l'usage de la langue anglaise. Jeune pays de 60 ans, elle est aussi le fruit d'une politique économique dynamique, d'une grande ouverture aux échanges internationaux et des mesures visant à encourager les entreprises et faciliter la conduite des affaires.

Désormais première place financière en Asie du Sud-Est, Singapour affiche une réussite exceptionnelle, avec le niveau de vie d'un pays moderne et développé.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

- Population: 5,9 millions d'habitants en 2025
- Taux de croissance en 2024 : + 4,4% *
- PIB par habitant en 2024 : USD 90 674*
- Nécessité de visas pour venir en France : Non
- Taux d'inflation en 2024 : 2,4% *

*Source : Banque mondiale

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

La France est bien perçue par les Singapouriens et dispose d'une image très positive, autour de la créativité, de la mode, de l'art de vivre, la gastronomie et le vin.

En 2024, près de 80% des Singapouriens ont voyagé une à quatre fois à l'étranger dans le cadre des loisirs. Cela représente le taux de voyage loisirs à l'étranger le plus élevé par rapport à la Malaisie, la Thaïlande et le Vietnam*. La majorité du trafic se concentre sur l'Asie, les Etats-Unis et plus secondairement l'Europe.

Le marché singapourien a enregistré 63 800 arrivées aériennes en France en 2025, soit un niveau équivalent à celui de 2019.**

Quant au segment Haute Contribution, près des trois quarts des voyageurs (76 %) se rendent en Europe au moins une fois par an.***

*Source : Milieu Insight

**Source : ForwardKeys

***Source : Reed Exhibitions 2025

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La clientèle singapourienne est connaisseuse de l'art de vivre à la française, s'intéresse aux visites des sites touristiques majeurs, et apprécie faire du shopping.

La clientèle comprend un **segment groupes**, qui voyage sur des itinéraires en France et multi-pays en Europe, mais aussi un **segment "femmes indépendantes"** en pleine croissance. Cette clientèle féminine, de plus en plus autonome et branchée, recherche des destinations et expériences hors du commun.

La notion de tourisme durable n'est pas une priorité pendant le voyage. Cependant, les touristes apprécient la valeur des produits naturels et authentique.

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder ce marché

Les Singapouriens disposent d'un nombre important de jours de congés, d'une excellente desserte aérienne. Ils ont un goût pour le voyage et sont disposés à des dépenses élevées. Par ailleurs, ils sont sensibles aux prix, à la propreté et ils ont des attentes sophistiquées.

La France peut certainement espérer le retour des Singapouriens dans la fréquentation de nombreux hôtels de luxe parisiens et dans le top 10 des clientèles étrangères qui font appel aux services de détaxe des grands magasins.

Actions phares sur l'ASEAN

||

Le marché Singapour en un clin d'oeil

Chiffres Clefs: Singapour