Marianne symbole République Française
Logo Atout France
Atout-2026-WTM 28.jpg

World Travel Market 2026 : Atout France mobilise ses partenaires pour promouvoir la destination France

Article

Du 3 au 5 novembre 2026, Atout France était présent au World Travel Market (WTM) de Londres, l’un des principaux rendez-vous internationaux de l’industrie du tourisme. À cette occasion, le Pavillon France a rassemblé 40 partenaires pour valoriser la diversité de l’offre touristique française, renforcer les liens avec les professionnels britanniques et porter les grandes orientations de la France face aux mutations du secteur.
triptyqueWTM

40 partenaires réunis sur le Pavillon France

Pour cette nouvelle édition, le Pavillon France a rassemblé 40 partenaires, dont plus de la moitié exposaient pour la première fois aux côtés d’Atout France. Une mobilisation collective permettant de valoriser la diversité des destinations, des expériences et des savoir-faire touristiques français auprès des acteurs internationaux.

Plusieurs animations ont également ponctué ces trois journées : un événement de networking et un espace dédié aux Îles de Guadeloupe, une mise en lumière du « Millenium » par la Normandie ou encore une activation photobooth proposée par la Compagnie des Alpes.

Renforcer la confiance sur le marché britannique

Le WTM a également été l'occasion de réaffirmer l'importance du marché britannique pour la destination France. Avec 13,1 millions de voyageurs britanniques accueillis en 2025, le Royaume-Uni demeure un marché stratégique.

À cette occasion, Adam Oubuih, directeur général d'Atout France, a notamment accordé une interview à Travel Weekly afin de partager un message de confiance et de réassurance auprès des agents de voyages et tour-opérateurs britanniques, en rappelant la résilience de la destination France.

Intelligence artificielle : accompagner les mutations du tourisme

L'intelligence artificielle figurait également parmi les grandes thématiques de cette édition. Lors du panel « Search is Over: East vs West, in the race for the AI Traveller », organisé par le Global Resilience Network, les échanges ont porté sur l'évolution des usages et des parcours de recherche des voyageurs.

L'enjeu pour les destinations est notamment de tirer parti de ces nouveaux outils pour mieux connecter les offres touristiques et rapprocher voyageurs et territoires. La confiance, l'authenticité et la fiabilité des données apparaissent comme des conditions essentielles à leur développement, sans perdre de vue le rôle central de

l'inspiration et du désir de voyage.

La position française sur ces enjeux a également été présentée dans une interview accordée à Breaking Travel News.

Une mobilisation collective au service de la destination France

Cette édition du World Travel Market a une nouvelle fois illustré l'importance de la présence française sur les grands rendez-vous internationaux du tourisme. Trois journées de rencontres, de visibilité et de partage au service de l'attractivité de la destination France.

Pour en savoir plus sur le marché britannique Royaume-Uni & Irlande | Atout France: