



## Plan d'actions Mexique

Une clientèle sophistiquée, fidèle aux marques et amoureuse de l'art de vivre à la française. Les voyageurs mexicains sont résilients et s'adaptent au contexte dans lequel ils vivent. On observe une constante augmentation des séjours, avec une durée plus longue et une plus grande diversité de destinations visitées dans le pays. Toutefois la France est fortement concurrencée par l'Espagne qui bénéficie d'une connectivité aérienne directe plus importante avec le Mexique.

### Chiffres clés

**18,8**

millions de voyages à l'étranger  
en 2024

**400 000**

visiteurs en France en 2024  
(estimations)

**1**

million de nuitées en France en  
2024 (estimations)

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

- Population\* : 130 millions d'habitants (estimations)
- Taux de croissance 2024\* : + 1,2%, (Prévisions 2025 : +0,1%)
- Taux d'inflation 2024\* : 4.68%, (Prévision 2025 : autour de 3,5%)
- Taux de change plutôt favorable au séjour à l'étranger. A juin 2025, 1 USD = environ 19 pesos MXN et 1 EUR = entre 21 et 22 pesos MXN

\*Source: INEGI (Institut statistique mexicain)

### Positionnement de la destination France

Si les Etats-Unis et l'Europe (principalement Espagne, France et Italie) restent les destinations favorites des Mexicains, de nouvelles destinations prennent de plus en plus d'importance:

1. En Amérique Latine, la Colombie et l'Argentine gagnent du terrain. 370 000 Mexicains ont visité la Colombie en 2024.
2. En Asie, le Japon et la Corée du Sud ont récemment ouvert des bureaux de représentation au Mexique. Le Japon a atteint le chiffre record de 151 800 touristes mexicains en 2024.
3. Les Emirats Arabes Unis et la Turquie montent en puissance et disposent d'une connectivité aérienne attractive.

Dans un contexte de forte concurrence, la France doit renforcer sa présence et sa visibilité, en s'appuyant sur ses fondamentaux : une offre culturelle et gastronomique diversifiée, des expériences inoubliables et des options de shopping incontournables (marques de luxe, grands magasins ou parapharmacies). Mais elle doit aussi réussir à se montrer plus accessible tant en termes de coût (hébergement et aérien) qu'en termes d'accueil (frein de la langue et amabilité).

En particulier, la destination France perd de son attractivité auprès des jeunes, que se soit pour des vacances ou pour étudier. Cette cible a besoin de redécouvrir le pays, au travers d'expériences plus festives, innovantes et audacieuses. Par ailleurs, la France est encore trop souvent réduite à la seule image de Paris. En ce sens le travail des TO mexicains pour développer des programmes mono-paus dédiés à la France sont à soutenir et encourager.

#### Les cibles prioritaires :

- Les clientèles à haute contribution
- Les couples et les familles (multi-générationnelle)
- Les voyageurs d'affaires individuels et Incentives
- Les jeunes (quinceañeras, groupe scolaire, étudiants)

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les raisons pour choisir la France sont multiples:

- 51% pour vacances et loisir
- 34% pour raisons professionnelles
- 13% pour des visites à la famille et amis
- 2% pour des séjours linguistiques ou échanges universitaires

A côté des séjours « classiques », les Mexicains expérimentent désormais des vacances que nous appellerons « **aventure chic** » qui leur permettent de vivre des **expériences authentiques, spirituelles ou sportives**, tout en gardant un certain niveau de confort et des services privatifs et personnalisés.

Les voyageurs mexicains sont souvent "last minute" et relativement peu autonomes.

- 60% des Mexicains réservent leurs séjours moins de 2 mois à l'avance

- 36% ont réservé leurs séjour en France via une agence de voyage traditionnelle. Ceci est particulièrement vrai pour les clientèles à haute-contribution et les baby-boomers
- Les Millenials reviennent vers les agences de voyage, mais avec des besoins différents et une prise de contact adaptée (utilisation de whatsapp par exemple)

## Nos recommandations pour aborder ce marché

Soyez Patients, Présents et Persévérants.

Les Mexicains prennent leur temps et font des affaires avec les gens qu'ils connaissent et qu'ils apprécient.

Facilitez le travail de la presse et des professionnels en proposant vos informations et vos outils en espagnol.

Soutenez les nouvelles programmations des TO mexicains qui proposent des circuits mono-pays en formant les équipes de ventes et en boostant la visibilité de ces offres avec des campagnes de communication BtoC.

Adaptez vos produits aux exigences de la clientèle mexicaine : service privé / avec chauffeur, hôtels 4\* et +, sans oublier le temps pour le shopping et les activités nocturnes.

Soyez flexibles et réactifs, les Mexicains réservent souvent à la dernière minute.

### Webinaires Atout France Live !

#### Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires. En 1h à 1h30, 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 latine](#)

## Prestations proposées sur ce marché

### Les évènements programmés

- [Petit-déjeuner Buyers mexicains \(IMEX Las Vegas 2026\)](#) : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux
- [WORKSHOP FRANCE-MEXIQUE 2026](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

# PETIT-DÉJEUNER BUYERS MEXICAINS (IMEX LAS VEGAS 2026)

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Mexique

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Organisateurs d'événements MICE internationaux

**Espaces et filières :**

Rencontrer les meeting planners, travel managers et spécialistes du MICE mexicains lors d'un petit-déjeuner en marge d'IMEX Las Vegas 2026.

## OBJECTIF

- Rencontrer les professionnels du MICE mexicains

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Hôteliers, Offices de Tourisme, DMC, etc.

**Nombre de partenaires souhaités :**

4 partenaires souhaités

**Visibilité partenaire :**

Temps de parole pendant la présentation Logo sur l'invitation

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

30 janvier 2026

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Petit-déjeuner avec buyers mexicains (IMEX 2026)*

Date de la session : 13 octobre 2026

Date limite d'inscription : 30 janvier 2026

**Lieu :**

Imex Las Vegas

**Format de l'opération :**

Petit déjeuner et présentation des sponsors

**Indicateur de performance :**

nombre d'invités

**Profil visiteur :**

Meeting Planners, Travel Managers, Agences Corporate

**Visiteur attendu :**

30 agents de voyage MICE

**Mélanie Belin** [melanie.belin@atout-france.fr](mailto:melanie.belin@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Mexique

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Dans le cadre des 200 ans des relations diplomatiques entre la France et le Mexique, et en marge de France 360, nous vous invitons à participer à notre workshop France du 12 au 14 novembre 2026 pour célébrer les voyages et l'amitié franco-mexicaine.

## OBJECTIFS

- Développer la programmation France des TO mexicains
- Valoriser votre destination, vos nouveautés ou votre produit auprès des professionnels sélectionnés
- Célébrer l'amitié franco-mexicaine

## CONDITIONS

**Précisions tarifaires :**

A partir de 3130 euros HT.

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Workshop France Mexique 2026*

Date de début : 12 novembre 2026

Date de fin : 14 novembre 2026

Date limite d'inscription : 29 mai 2026

**Lieu :**

Ville de Mexico & Monterrey

**Profil visiteur :**

Tour Opérateurs, Agences Virtuoso, Agences Serandipians, American Express, presse spécialisée, etc.

**Visiteur attendu :**

50 agents de voyage et TO attendus sur chaque journée.

**Mélanie Belin** [melanie.belin@atout-france.fr](mailto:melanie.belin@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

Les opérations à la carte

2026

- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [Mexique - Campagne BtoB digitale 2026](#) : Communication B2B

**Marchés d'intervention :** Afrique du Sud, Arabie Saoudite, Barheïn, Brésil, Canada, Egypte, Emirats Arabes Unis

**Type de rendez-vous :** Formations

**Public attendu :** Professionnels internationaux

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.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Formation à distance.

Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Mexique

**Type de rendez-vous :** Communication B2B

Atout France, en partenariat avec le media spécialisé Invertour vous propose une campagne BtoB digitale : Webinaire + newsletters + articles web + publications Facebook

## OBJECTIF

## FORMAT

**Indicateur de performance :**

Newsletters : 3500 contacts / taux d'ouverture de 25%

**Mélanie Belin** melanie.belin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)



