Marianne symbole République Française
Logo Atout France
Philippines

Plan d'actions Philippines

Les Philippines forment un archipel composé de 7 641 îles réparties dans les zones géographiques de Luzon, Visayas et Mindanao. La capitale est Manille, à Luzon, qui regroupe 75% de l’économie des Philippines.

Les Philippines sont le 5e pays chrétien au monde (3ème si l’on ne considère que les catholiques). Selon les estimations, 90 à 93% de la population est chrétienne, soit environ 100 millions de personnes.

Les Philippines évoluent rapidement vers un pôle majeur du numérique et des technologies en Asie du Sud-Est, au-delà des centres d’appels traditionnels. Selon Visa, les dépenses effectuées via les cartes haut de gamme ont augmenté de 49 % entre novembre 2025 et avril 2026, témoignant de l’émergence de nouveaux pôles de richesse, au-delà de l’immobilier, de la finance et de l’industrie manufacturière.

Chiffres clés

1er	1er pays
pays catholiques en ASEAN	pays asiatique en termes de hausse des dépenses effectuées via les cartes Visa haut de gamme (avril 2026).

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 116,7 millions d'habitants en 2025
- Taux de croissance en 2025 : + 4,4%*
- PIB par habitant: USD 4 170 en 2025*
- Nécessité de visas pour venir en France : Oui
- Taux d'inflation en 2025 : 1,7%*

**Source : Banque mondiale*

Positionnement de la destination France

La France bénéficie d’une image de luxe et de prestige qui fait rêver les Philippins, notamment grâce à sa gastronomie.

Les Philippins apprécient la France, comme en témoigne le nombre de demandes de visa qui, en 2025, avait atteint 108% du nombre de demandes de 2019*.

**Source : SchengenVisaInfo*

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les voyages en famille constituent le segment dominant sur le marché philippin, en raison de liens familiaux très forts.

Les circuits de pèlerinage se vendent à des tarifs plus élevés que les autres circuits et attirent un grand nombre de Philippins. Ce type de séjours est appelé "Holyland Tour" ou “Marian Pilgrimage Tour”, notamment proposé par des agences spécialisées.

Toutefois, de tels voyages ne sont généralement qu’à la portée des classes aisées citadines. Ainsi, les Philippins sont certes attirés par Paris, mais les sites de sanctuaires tels que Lourdes, Lisieux, Alençon ou encore le Mont Saint Michel sont également très attractifs.

Un élément spécifique à ce marché réside dans le poids de 4 grands grossistes locaux : Ewiner, Juan World, Tac Tours et Rajah Travel. À la différence de la Philippine Travel Agencies Association (PTAA), qui existe depuis plus de 40 ans et constitue une organisation professionnelle regroupant les agences de voyages, ces quatre acteurs fédèrent de fait de nombreuses agences autour de leurs réseaux commerciaux.

La plupart des agences de voyages de petite ou moyenne taille revendent ainsi des itinéraires déjà conçus par ces grands grossistes, en échange d’une commission. En attendant de disposer des ressources nécessaires pour créer leurs propres produits, cette pratique leur permet de proposer rapidement une offre à leurs clients tout en constituant un moyen simple et relativement sûr de générer des revenus.

Recommandations pour aborder ce marché

La grande période des départs se situe d’avril à mai, intégrant souvent la semaine de Pâques. Il s’agit de la plus longue période de vacances scolaires.

Il est aussi à noter que les Philippines sont le seul pays de l’ASEAN où les départs ne se concentrent pas autour du Nouvel An Chinois. Il est donc nécessaire de différencier le calendrier de communication et de marketing par rapport aux autres pays ASEAN.

Le marché Philippines en un clin d'oeil

Infographie - Philippines