RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



Plan d'actions Vietnam

Avant la pandémie de coronavirus, le Vietnam affichait une croissance économique annuelle d'environ 7%. Malgré un ralentissement, en 2025 la croissance s'élève de nouveau à 8%, se classant parmi les grandes puissance économiques de l'ASEAN.

Cette croissance s'accompagne également d'une évolution démographique et sociale rapide. Sa population a passé le cap des 101 millions d'habitants en 2025 (contre environ 60 millions en 1986) et devrait passer à 120 millions d'ici 2050. Avec 50 % de la population âgée de moins de 35 ans, le pays reste aujourd'hui relativement jeune.

Le Vietnam entretient de bonnes relations diplomatiques et commerciales avec les États-Unis et la Chine. Alors qu'il figure parmi les dix principaux partenaires commerciaux de Chine, le Vietnam a également accueilli en 2025, près de Hanoï, un complexe comprenant un parcours de golf et un resort signé Trump International, présenté comme le plus importants projet de ce type en Asie.

Chiffres clés

1er
pays d'ASEAN en terme de croissasnce PIB en 2025

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Population : 101 millions d'habitants en 2025
Taux de croissance en 2025 : + 8%*
PIB par habitant: USD 5 066 en 2025*
Nécessité de visas pour venir en France : Oui
Taux d'inflation (2025) : 3,3%*

_____
*Source : Banque mondiale

Positionnement de la destination France

Depuis10 ans, la France est le premier pays faisant l'objet de demandes de Visa Schengen par les Vietnamiens (44 000 demandes en 2025).
C'est le seul marché en Asie du Sud-Est qui a des vols directs entre 2 villes vietnamiennes vers CDG : 17 vols hebdomadaires d'Air France et Vietnam Airlines en été 2025.
**Source : SchegenVisaInfo*

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La principale clientèle vietnamienne est composée de groupes loisirs, souvent dans le cadre de circuits européens multi-destinations. Le voyage en solo reste encore très rare sur ce marché. Les séjours exclusivement consacrés à la France existent, mais représentent encore de faibles volumes.
Le romantisme et les activités interactives sont des concepts à intégrer dans la promotion des destinations françaises.
Les Vietnamiens sont également très friands de shopping et particulièrement actifs sur les réseaux sociaux, où ils partagent volontiers leurs photos et expériences de voyage.
Si Paris demeure la destination française préférée des Vietnamiens, ceux-ci sont également de plus en plus attirés par les paysages remarquables et la diversité des expériences qu’offre la France.

Recommandations pour aborder ce marché

Le Vietnam construit actuellement le nouvel aéroport de Long Thành, situé à environ 40 km à l’est de Hô Chi Minh-Ville, dont l’ouverture est prévue en décembre 2026. À terme, l’aéroport devrait pouvoir accueillir jusqu’à 100 millions de passagers par an. Ce projet témoigne de l’ambition de Hô Chi Minh-Ville de renforcer sa position de hub aérien régional et de rivaliser avec des plateformes majeures comme Singapour et Bangkok, dont les aéroports accueillent aujourd’hui 90 et 60 millions de passagers par an respectivement.
Parmi les pays de l’ASEAN, le Vietnam est celui où le nombre de jours fériés est le moins élevé.Toutefois, les vacances du Têt (Nouvel An chinois) constituent la meilleure occasion pour organiser des vacances à l’étranger. De même, les vacances d'été au Vietnam constituent également une période de voyage à l'international, de juin à août.

Le marché Vietnam en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Viêt Nam

Quelques données économiques

- 101 MILLIONS d'habitants
- 5 066 € PIB / habitant
- 8 % CROISSANCE économique (2025)

Taux de change

10 000 Dongs vietnamiens = 0,33 EUR

Données touristiques en 2025

- 6,7 MILIONS de départs à l'étranger des Vietnamiens
- 27 400 d'arrivées aériennes de Vietnamiens

- 10% PRINTEMPS
- \- AUTOMNE
- 20% ÉTÉ
- 70% HIVER dont Tết

Principaux bassins émetteurs



Hanoi et Ho Chi Minh Ville

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Profil voyageurs



- Le shopping est toujours recherché
- Appréciation pour les dîner-spectacles et les paysage époustouflants
- La clientèle comprend surtout des familles en itinéraires multi-pays en Europe

Principales destinations visitées en France



TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché ASEAN | michiko.watanabe@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr