RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L' Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Australie & Nouvelle-Zélande

L'Australie est un marché incontournable et à fort potentiel, en constante augmentation, soit 11.6 millions de séjours à l'etranger, dépassant ainsi les niveaux pré-covid.
Même les tarifs élevés du transport aériens et l'augmentation des coûts de la vie n'empêcheront le touriste Australien de voyager car le Voyage fait partie de son ADN. La part de son budget consacré aux voyages est la première dépense discrétionnaire et il n'hésitera pas à dépenser plus, Skyscanner révélant que 43 % des voyageurs australiens prévoient de dépenser plus en vacances en 2025 par rapport à 2024.
Voici les prévisions des voyages outBound des résidents australiens 2025-2028, en millions de voyages, sont:
Année Voyages, millions
2025 12 206
2026 12 977
2027 13 394
2028 13 803

L'Europe est une destination très prisée qui affiche 6.9 millions d'arrivées en 2024, où nos « Aussies » visitent en moyenne 3 pays par séjour, la France se plaçant en première destination avec 37% des intentions de voyage, à environs 450.000 séjours en 2024. L'Australie est l'un des seuls marchés lointains à avoir connu une hausse de +30% des arrivées en juillet aout 2025 comparé à l'été dernier

Chiffres clés

1ère
La France est la destination préférée des Australiens en Europe

70-80%
taux d'intermédiation

450 000
Touristes Australiens en France en 2024

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- 27 million d'habitants
- 12ème puissance économique mondiale, l'économie australienne est en pleine croissance avec:
  - Une croissance de 1.1% pour 2024 et une prévision de 1.8% pour 2025
  - Un taux de chômage à 4.1% en 2024, donc une situation de quasi plein emploi.
  - Une économie toujours classée AAA
  - Un PIB/habitant de 67.980 USD$ (49.530 USD$ en France)
  - Un dollar Australien stable (1 Euro = 1,75 AUD)
  - Taux de chômage : 4.3% (Septembre 2025)
  - Inflation à 3.2% en 2025 (3.3% en 2024)

  Voyages du marché à l'international :
- Pres de 11.6 millions de voyages à l'étranger (2024), dépassant les années pré-covid
- 6.9 millions d'Australiens en Europe (2024)
- 30 milliards d' Euros de dépenses à l'étranger (2024)
- 14 millions de passeports
- **Classement destination en volume :**
- Nouvelle-Zélande
- Indonésie (Bali)
- Japon
- Thailande
- USA

Positionnement de la destination France

Voyages en France :
- pres de 450.000 Australiens en France (2024)
- TOP 10 des marchés internationaux en termes d'arrivées internationales
- Durée moyenne de séjour : Longue durée de séjour en France (14 jours)
- Motif des déplacements : Loisirs 70% / Affaires 10% / VFR 20%
- La France est la 1ere destination préférée des Australiens en Europe
- France Top 3 des destinations préférées selon une étude Virtuoso, avec Paris comme 1ere ville

Transport aérien :
- 20 routes/ Hubs principaux vers la France
- Ligne directe Perth Paris depuis juillet 2024, en +17h, avec une prévision de 75.000 touristes vers la France
- Retour à des capacités en siège quasi pré-covid pour la plupart des compagnies principales.
- Arrivée de Turkish Airlines sur le marché, seule compagnie Européenne en Australie.
- Malaysia Airlines a relancé sa liaison Kuala Lumpur - Paris, une connection clé sur le marché.

Réservation : 62% reservent plus de 6 mois en avance

Sources: Tourism Research Australia, DGE, enquête EVE/ Euromonitor, ABS, RBA, FMI, ETC, RBA, Luxury Travel Escapes, booking.com, Choose Paris Region, Flight Centre, CATO

Principales motivations de séjour et profil des voyageurs

Profil des voyageurs :

- Milleniaux , séniors actifs, DINKS, solo, famille/ multi-generationnel
- Clientele Haute contribution
- Indépendants ou petits groupes
- Repeaters
- Aiment les itinéraires hors des sentiers battus
- Moins de clientèle affaires, plus de clientèle loisirs
- Les Australiens sont une clientèle très aimable et amicale, mais exigente

Bassins émetteurs principaux :
- Nouvelle Galles du Sud NSW – Sydney (34%)
- Victoria - Melbourne(28%)
- Queensland - Brisbane(18%)

Principales motivations de séjour
- Forte consommation hôtels 3,4 et 5 étoiles
- Tourisme de mémoire Grande Guerre mais aussi Seconde Guerre Mondiale
- Culture et histoire, Expériences en ville, Voyages lies à la gastronomie, Œnotourisme
- Vacances actives : itinéraires hors des sentiers battus, randonnées, cyclotourisme
- Forte appétence pour les croisieres, maritimes et fluviales
- Slow tourisme et voyage responsables, pour compenser leur empreinte carbonne
- Avides de Grands événements sportifs : Tour de France, Roland Garros ...

Top 5 destinations préférées en France : Paris Ile-de-France, Provence Alpes Côte d'Azur, Nouvelle-Aquitaine, Grand Est, Auvergne Rhone-Alpes avec Lyon, Bourgogne Franche Comté, Normandie, Centre Val de Loire, Corse, Tahiti, Nouvelle-Calédonie
Sensibilité au tourisme durable: Selon une etude Travel Bulletin/ Booking.com :
- 77 % des Australiens interrogés ont déclarer que voyager de manière plus durable est important pour eux

Periode de voyage: Marché déssaisonalisé, voyageant toute l'année avec un pic d'avril à octobre, et partout en France
Mode de reservation:
- **Marché intermédiatisé a 70-80%**
- **Choix de réserver via un agent de voyage** dû à la réassurance face à la complexité et distance du voyage, barrière de la langue, expertise de l'agent, produits complexes et de niches, valeur du voyage et facilité de paiement
- Présence d'une trentaine de tour-operateurs sur le marché specialisés France, de 2 grands groupes et de grands groupements d'agents de voyage affiliés à des réseaux comme Travel Managers, Travellers Choice, Mobile Travel agents, Express Travel Group.
- Consolidation vers les voyages de luxe des 2 grands acteurs que sont Flight Centre et Helloworld

Autres acteurs incontournables:
- Grandes OTA présentes en Australie : Expedia - AirBnb - Booking - Webjet - Klook
- Autres agences de voyage en ligne locales, revendeurs d'hébergements et de séjours: Trip a Deal, Luxury Escapes, Ignite
- Grandes parts de marché des agrégators de voyage comme Skyscanner, TripAdvisor, Trivago

ZOOM sur la Nouvelle-Zélande
La **Nouvelle-Zélande** est un marché niche qui offre des opportunités de développement vers une cible de voyageurs très enclins à voyager a l'étranger. Voici les chiffres clés du marché:

- 5,3 millions habitants
- +1.4% prévision de croissance en 2024
- 5.1% de chômage (Mars 2025)
- PIB à 48162.86 US dollars
- 3.5 millions de voyages à l'étranger en 2024
- 5 milliards € de dépenses touristiques à l' étranger en 2024

Destinations a l’ étranger:
- Australie (1.37 million)
- UK (265,000)
- Asie

Estimation entre **100.000 à 150.000** Néo-Zélandais en France chaque année

Nos recommandations pour aborder ce marché

Marché très lointain, l’Australie a enregistré entre 500 000 et un million de touristes par an en France au fil des 15 dernières années. Très dépensiers, les Australiens aiment les hôtels 3 à 5 étoiles, apprécient voyager toute l’année et en dehors des sentiers battus et voyagent longtemps. La Coupe du Monde de Rugby et les grands événements sportifs comme Paris 2024 ont contribués à la venue des Australiens en France et ont laissé une forte intentions de voyage.
Du côté de la distribution, les tour-opérateurs, les grands groupes d’agents de voyages, la compagnie nationale aérienne Qantas et les OTA enregistrent des performances financières en hausse après covid, dû à l'engouement des voyages à l'étranger et malgré la hausse des coûts de la vie.
La tendance pour les grands groupes d’agents de voyages comme Flight Centre et Helloworld est aussi à la consolidation vers le segment luxe.
Types d’offres particulièrement adaptées
Le touriste Australien recherchera des hôtels 3 à 5 étoiles, mais aussi des offres de séjours insolites et authentiques, en dehors des sentiers battus, avec une très bonne qualité. Friands d’expériences typiques, locales et nouvelles, ils réservent le plus souvent ses séjours par tour-opérateurs ou agents de voyage et planifient le voyage à l’avance.
Selon leur motivation, les Australiens ont une appétence pour les offres :
- Offre de découverte de la culture et histoire, tourisme urbain, visite de musée et d’évènements culturels
- Offre de séjours gastronomique et d’oenotourisme, avec la découverte des vignobles et de bonnes tables de restaurants, ils aiment profiter de la cuisine française qui est exceptionnelle pour eux
- Les séjours de vacances actives : itinéraires hors des sentiers battus, randonnées, cyclotourisme
- Fort engouement pour les croisières, maritimes et surtout fluviales, avec des longs séjours sur les bateaux qui font des escales avec visite et des séjours très haut de gamme
- Séjours à tendance haut de gamme, surtout pour les seniors, les « empty nesters » qui ont du temps et l’argent pour des séjours plus en montée de gamme, et qui aiment voyager et profiter,
- Tourisme de mémoire Grande Guerre mais aussi Seconde Guerre Mondiale, dû à l'histoire du pays et les liens historiques tres forts.
- Un séjour avec des éléments durables est très apprécié, car l’Australie porte une importance à ce sujet et afin de compenser leur empreinte carbone du long voyage vers l'Europe.
- Grands fans d'événements sportifs: Tour de France, Roland Garros, le Rugby ...

Le petit conseil Atout France en plus :
Compte tenu de la complexité des voyages, de leur coût élevé ainsi que de la barrière de la langue, les clients préfèrent se reposer sur l’expertise et le conseil des agents de voyage pour leurs séjours à l’étranger, notamment en France où le taux d’intermédiation frôle les 80%. Ils sont près de 4 000 en Australie, travaillant en agences ou de la maison. Ainsi il est important de cibler ces agents lors de votre promotion sur le marché Australie, lors des opérations et évènements BtoB d’Atout France ou alors de webinaire en ligne. Les agents de voyage sont amenés à proposer des voyages "à la carte" à leur clients. Près de 550 se sont inscrits à notre programme de e-learning Atout France Australie et Nouvelle-Zélande.
Les tour-opérateurs recherchent des produits originaux, authentiques, avec une belle montée en gamme, donc il faut savoir s’adapter à ces opérateurs clés du marché, qui préparent leur programmation 8 mois a 1 an a l’avance. Ils sont les acteurs clés du marché, revendus en direct ou par les agents de voyage.

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 Orient, Pacifique, Asie

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **Australie - Roadshow TO + AGV + PRESSE France Australian Week 360** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Australie - Workshop France BtoB - format digital** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Australie-Salon Voyage de luxe Luxperience BtoB Haut de gamme et MICE du 16 au 20 Novembre 2026** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Australie - Salon Niche Montagne Ski Luxe B2C / B2B en présentiel ou en ligne** : Evénement grand public / Grand public international, Professionnels internationaux
- **Australie- Activation BtoC & Presse à l'un des French Festivals** : Evénement grand public / Grand public international

AUSTRALIE - ROADSHOW TO + AGV + PRESSE FRANCE AUSTRALIAN WEEK 360

PRESTATION

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières :

Un Roadshow France en Australie vers les tour-operateurs, agents de voyage et la presse avec son nouveau format pour renouer avec les professionnels du tourisme Australiens, pour positionner la France de l'après événements sportifs et vers le durable, du 02 au 06 fevrier 2026, pour une meilleure optimisation pour booster déjà 2026 et au delà.

OBJECTIFS

- Développer et valoriser la diversité de l'offre francaise et les nouveautés auprès des tour-opérateurs
- Former et Informer sur les nouvautés France et les produits des adhérents Atout France
- Developper un relationnel avec les médias pour accroitre les retombées de la France dans la presse Australienne

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, Hotels, transporteurs, sites, musées, cabaret, shopping, parc d' attraction, sites et monuments

Nombre de partenaires souhaités :
10

Visibilité partenaire :
Chaque partenaire adhérent inscrit aura un stand au workshop TO de Melbourne et un planning de RDV, un stand aux evenements avec ETG , une visibilite présentation lors de l'événement media et une place sur les démarchages/ formations.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription : 10 Decembre 2025 Tarifs allant de 800$ HT à 16.450 $ HT (soit env. 470 euros HT à 9676 Euros HT), ou participation a la carte, hors transport et hébergement. Demandez-nous le dossier d'inscription.

FORMAT

Liste des sessions :
Roadshow France 360

Date de début	:	02 février 2026
Date de fin	:	06 février 2026
Date limite d'inscription	:	10 décembre 2025

Lieu :
Australie

Format de l'opération :

Une semaine d'evenements professionnels auprès des tour-opérateurs, agents de voyages australiens et les journalistes avec 7 volets :

- le **Workshop Agents de voyage à Melbourne** le lundi 2 fevrier : prise de contact avec des agents de voyage et tour-opérateurs clés sur un des principaux bassins émetteur incontournables. Environ 10 à 15 RDV d'affaires individuels avec une rencontre 1 :1 de tour-opérateurs et agents de voyage.

- **L'évènement présentation vers la presse :** Environ 10 à 15 contacts presse B2C, Format soit cocktail afterwork ou diner léger, horaire à déterminer selon format, à partir de 18h, avec présentation des partenaires sous forme de « pitch » de 3 minutes

-le **Roadshow avec le tour-operateur Entire Travel Group**: participation aux 3 événements de Melbourne le 3 février, de Sydney le 4 février et de Brisbane le 5 février avec un workshop pour rencontrer en "free flow" environ 250 agents de voyage par ville, ciblés selon des critères de performance et vente et une soirée de networking pour chaque ville.

- **Option démarchage mardi 3 février 2026 à Melbourne:** Démarchage de 2 grands groupes ou tour-opérateur de Melbourne pour former le personnel de ces groupes
- **Option démarchage vendredi 6 février 2026 à Brisbane**: Démarchage de 4 tour-opérateurs de Brisbane pour vendre et convaincre

Indicateur de performance :

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE - WORKSHOP FRANCE BTOB - FORMAT DIGITAL

PRESTATION

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières :

Le Workshop Digital France en Australie, The Beauties of France, est une opération en ligne du 14 au 17 septembre 2026, sans nécessité de se déplacer, avec un workshop 1:1 avec les Tour-opérateurs et createurs de voyage Australiens et Néo-Zélandais et un webinaire agents de voyage Australiens et Néo-Zélandais.

OBJECTIFS

- Connecter avec une vingtaine de tour-opérateurs et une centaine d’agents de voyage en ligne
- Développer des relations commerciales pertinentes et personnalisées
- Promouvoir sa destination vers des professionnels qu'il est difficile de cibler face é la distance entre nos deux continents

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musées, sites, cabaret, agences réceptives

Nombre de partenaires souhaités :
5 à 10

Visibilité partenaire :
Chaque partenaire beneficiera de : - de 10 à 15 RDV avec les tour-opérateurs et grossistes lors du workshop -3 minutes de presentation "pitch" lors du webinaire et lors des discussions Q&A -visibilité sur l'ensemble de la communication et des collatéraux et des animations lors du webinaire

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription: 4 mois avant le début de l'opération

Précisions tarifaires :
Couts de participation: a partir de 3.750 $ AUD HT (soit env. 2.200 Euros HT)

FORMAT

Liste des sessions :
Australie-Workshop B2B Digital France

Date de début	:	14 septembre 2026
Date de fin	:	18 septembre 2026
Date limite d'inscription	:	31 mars 2026

Lieu :
En ligne, Australie et Nouvelle Zélande

Format de l'opération :
1. **Webinaire Agents:** présentez votre offre lors d’un webinaire passionnant
animé par une experte des webinaires et une des membres d’Atout France
Australie.

2. **Sessions de rendez-vous d'affaires individuels :** rencontrez les Tour
Opérateurs, chefs de produits et les acheteurs lors de rendez-vous
individuels en ligne. Échangez sur vos besoins spécifiques, explorez de
nouvelles collaborations et élargissez votre réseau professionnel.

3. **Présentation de marché :** découvrez les tendances, les besoins du marché
et les clés de réussite pour vos échanges commerciaux.

Inclus la campagne de communication pour promouvoir le webinaire dans la presse professionnelle.

Indicateur de performance :
Nombre de contacts

ROI/ Ventes

Edition précédente :
20 tour-opérateurs et 200 agents de voyage

Profil visiteur :
Tour-operateurs, grossistes et agents de voyage

Collas - Clelie clelie.collas@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE-SALON VOYAGE DE LUXE LUXPERIENCE BTOB HAUT DE GAMME ET MICE DU 16 AU 20 NOVEMBRE 2026

PRESTATION

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières :

OBJECTIFS

- Rencontrer et vendre aupres des agents de voyage ciblés voyage haut de gamme Australiens et Néo-Zélandais
- Développer un fort relationnel avec les acheteurs lors des événements networking
- Présenter la diversité de l’offre haut de gamme française comme rPrésenter la diversité de l’offre haut de gamme française, à Paris et en régions.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, Shopping, sites, cabaret, offres haut de gamme

Nombre de partenaires souhaités :
10 à 15

Visibilité partenaire :
Chaque partenaire adhérent inscrit aura un planning de RDV lors de la rencontres tour-opérateurs, possiblité de networker lors de l'événement presse et de présenter sa destination et produit et un stand au salon Luxperience avec un minimum de 42 rendez-vous pré-programmés avec les TOP agents de voyage luxe Australie et Nouvelle Zélande

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription : 30 Mars 2026

Précisions tarifaires :
Coût approximatif : A partir de 8 000 euros HT Participation au choix avec 1 Table dans le Group Suite ou 1 stand simple « Boutique Studio » ou stand double «Boutique Studio». Possibilité de participer en supplément à une conférence de presse et un workshop Tour-opérateurs généralistes Demandez nous le dossier d'inscription à sophie.almin@atout-france.fr

FORMAT

Liste des sessions :
Luxperience

Date de début	:	16 novembre 2026
Date de fin	:	20 novembre 2026
Date limite d'inscription	:	30 mars 2026

Lieu :
Sydney, Australie

Edition précédente :
200 hosted Buyers, env. 10/15 Tour-opérateurs, 15 journalistes et 15 exposants

Profil visiteur :
Agents de voyage haut de gamme luxe, tour-opérateurs, médias

Visiteur attendu :
42 RDV préprogrammés pendant le salon / 15 a 20 RDV Tour Opérateurs / Networking aupres de pres de 200 agents de voyage et 15 medias

Media / Support :
Support presse professionnelle, relais digital sur fichier Atout France, communication vers les réseaux agences de voyages, relais Luxperience

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE - SALON NICHE MONTAGNE SKI LUXE B2C / B2B EN PRÉSENTIEL OU EN LIGNE

PRESTATION

Marchés d'intervention : Australie
Type de rendez-vous :
Public attendu : Grand public international, Professionnels internationaux
Espaces et filières :

Six jours consacrés à l'Australie avec des actions B2B et B2C commençant par le salon Snow Travel Expo à Sydney. Ensuite, des sales calls avec les Tour operateurs et agences de voyages vendant les séjours au ski et à?la montagne pour enfin finir par un webinaire B2B pour s'adresser aux agents de voyages et leur présenter ta belle destination et augmenter votre base de données de contacts.?Le tout complété par une campagne de communication EDM auprès de 28 500 abonnés à?la newsletter B2C du Snow Travel expo et la base de données de Atout France.

OBJECTIFS

- Promouvoir le ski en France, notamment le mois de janvier lorsque les Australiens sont en vacances
- Former et convaincre les agents de voyage sur le produit ski en France
- Profiter de l'engouement du ski pour attirer les clienteles Australiennes sur les pistes Francaises

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, école de ski, offre montagne l'hivers

Nombre de partenaires souhaités :
minimum 4

Visibilité partenaire :
-Participation au salon grand public avec un stand à Sydney -Participation campagne e-marketing (newsletter sur database Atout France et Snow Travel Expo) -Présentation et rdv auprès des professionnels du tourisme tour operateurs et agents de voyage -Temps de parole pour votre présentation pendant le webinaire B2B

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d’inscription?: 30 janvier 2026 Cout approximatif?: : € 7 940,00 HT

FORMAT

Liste des sessions :
Operation Montagne 360

Date de début	:	23 mai 2026
Date de fin	:	28 mai 2026
Date limite d'inscription	:	30 janvier 2026

Lieu :
Melbourne et Sydney

Profil visiteur :
Tour-Opérateurs et agents de voyage, specialisés ski

Visiteur attendu :
7000 skieurs enthousiastes à Sydney, 41 500 occasions de voir avec la campagne e-marketing, environ 80 agents au Webinaire et 4 à 6 Rendez vous en sales calls en présentiel ou visio.

Media / Support :
Support presse professionnelle, relais digital sur fichier Atout France

Collas - Clelie clelie.collas@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE- ACTIVATION BTOC & PRESSE À L'UN DES FRENCH FESTIVALS

PRESTATION

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous :
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières :

Participation en tant que Sponsor à un des French Festivals à Brisbane ou Sydney ou Melbourne selon votre cible de bassins émetteurs vers la France, vers un public Famille CSP+, très francophiles.

OBJECTIFS

- Cibler une clientele famille CSP+ dans un des principaux bassins emetteurs vers la France
- Promouvoir votre destination ou produits pour convertir en sejour
- Cibler les professionnels du tourisme locaux TO, agents et media

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations, Regions et Office de Tourisme, Parc d'attractions, Hôtels, transporteurs, shopping, Musées, sites et monuments

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 4

Visibilité partenaire :
Festival: Promotion de votre destination ou produit vers une cible Famille, via les contenus visuels, les discours et les collatéraux. Stand du partenaire sur le festival. Petit Déjeuner: Promotion vers une cible tour-opérateurs/ agences de voyage et média pour accroitre la programmation et la contrevaleur média.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
A determiner avec une visibilité via un stand et un package de communication Demander nous le dossier d'inscription à clelie.collas@atout-france.fr

FORMAT

Liste des sessions :
French Festival Australie - Juillet 2026

Date de début	:	01 juillet 2026
Date de fin	:	19 juillet 2026
Date limite d'inscription	:	31 décembre 2025

Format de l'opération :

- Rencontre presse et tour-opérateurs sur le festival (env. 20 invités)
- Sponsoring du festival avec visibilité sur écran et collatéraux, communication des organisateurs
- Campagne sur l'écosystème digital du Festival (RS, website, Emailing etc.)
- Temps de parole sur scène
- Stand du partenaire sur le festival "Instagram Booth"

Indicateur de performance :
Nombre de visiteurs
Conversion sejour
Remcontres pro

Profil visiteur :
Grand public famille, média et tour-opérateurs/ agences de voyage

Visiteur attendu :
20.000 visiteurs par festival et 20 professionnels du tourisme TO, agents de voyage et presse

Media / Support :
Ecosystème digital du Festival (RS, website, Emailing etc.) et Atout France

Collas - Clelie clelie.collas@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

2026

- **Australie-La rencontre déjeuner avec les professionnels** : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Australie-Campagne Digitale BtoB Distribution Grands Groupes** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Australie-Campagne d'influence media** : Campagnes / Grand public international
- **Australie-Webinar de formation agents de voyage B2B** : Formations / Professionnels internationaux
- **Australie-Campagne "Festival du film Français" à Sydney** : Campagnes / Grand public international
- **Australie-Campagne Digitale produits avec une OTA** : Campagnes / Grand public international
- **Australie - Campagne de communication seniors croisières** : Campagnes / Grand public international
- **Australie- Supplément LUXE Explore France 2026 Australie** : Campagnes / Grand public international

AUSTRALIE-LA RENCONTRE DÉJEUNER AVEC LES PROFESSIONNELS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Médias internationaux, Professionnels internationaux
Espaces et filières : Tourisme durable , Activités outdoor, Culture & patrimoine, Luxe, Outre-mer , Shopping, Tourisme de mémoire , Ville

Organisation d'un déjeuner ou diner pour réunir les professionnels du tourisme autour d'un thème de voyage, de destinations et de découverte d'offres et produits diversifiés. Ce déjeuner est organisé en coopération avec un tour-operateur ou wholesaler local.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (CRT, CDT, OT), Hotels, transporteurs, musées, cabaret, shopping, parc d' attraction, sites, tour-operateurs

Nombre de partenaires souhaités :
2 a 4

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Organisation d'une rencontre aupres de 30 à 50 prescripteurs de voyage et quelques média selon la ville choisie.
- Mise en avant de destinations, des produits et offres via les contenus audiovisuels, présentations et collaterals

Indicateur de performance :
Nombre de participants
Taux de satisfaction
Programmation de la France
Ventes post-événement

Profil visiteur :
Agents de voyages, Tour Opérateurs, MICE, journalistes, influenceurs

Visiteur attendu :
30 a 50 agents de voyage, selon la ville choisie

Media / Support :
Support presse professionnelle, invitation pdf et relais digital sur fichier Atout France, partenaires, réseaux agences de voyages

Collas - Clelie clelie.collas@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE-CAMPAGNE DIGITALE BTOB DISTRIBUTION GRANDS GROUPES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Nouvelle-Zélande, Australie
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Luxe, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Campagne digitale vers les agents de voyages du réseau Infinity en Australie, grand grossiste / wholesaler, appartenant au groupe Flight Centre, avec mise en avant de produit d'une destination et boost des ventes.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret

Nombre de partenaires souhaités :
1 a 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne en ligne vers les agents de voyages du réseau Infinity en Australie, avec création d'une landing page avec des produits clefs en main d'une destination, et promotion de cette campagne via les outils de communication du groupe d'agents de voyage et les outils de communication Atout France (enewsletters).

Indicateur de performance :
Impressions et taux d'ouverture

ROI/ Ventes

Profil visiteur :
Agents de voyage

Visiteur attendu :
50

Media / Support :
Outils de communication de du grand groupe d'agents de voyage et des canaux Atout France vers les professionnels

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE-CAMPAGNE D'INFLUENCE MEDIA

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Outre-mer , Littoral , MICE, Montagne, Tourisme de mémoire , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Campagne de communication digitale sur la thématique du tourisme durable et du slow tourisme avec mise en avant de produits ciblés et d'offres de séjours durables

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnel, festivals, événements, Hotels, transporteurs, sites de visite

Nombre de partenaires souhaités :
4

FORMAT

Format de l'opération :
Choix diverse de campagne:

- **soit online touchant les milleniaux et jeunes** avec des courtes vidéos d'influenceurs connus, des contenus influenceurs sur les destinations, faisant la promotion d' une France abordable, créative et moderne.
- soit via un media niche, ciblant une cible specifique (amoureux d'architecture et de design, le wellness ...)
- **Site de campagne hébergé sur notre site internet France.fr Australie**
- **Promotion via les réseaux sociaux**

Indicateur de performance :
- Nombre de visites sur le site de campagne
- Nombre de pages vues
- Nombre de vue des vidéos des ambassadeurs
- Taux d' engagement sur les réseaux sociaux

Profil visiteur :
Toutes cibles, jeunes, niche

Visiteur attendu :
8000

Media / Support :
Achats d' espaces et communication sur les supports de communication digitaux d' Atout France, avec ciblage sur les milleniaux ou cible specifique

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE-WEBINAR DE FORMATION AGENTS DE VOYAGE B2B

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous : Formations
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Luxe, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Webinar online pour former les agents de voyages sur des destinations spécifiques, les contrats de destination et les marques mondiales avec une présentation visuelle et interactive ainsi que sur sur la plateforme de formation e-learning, avec échanges et interactivité.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (CRT, CDT, OT), entreprise privée (Hotels, Location de voiture, transport, croisières ...)

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Séminaire Webinaire online et interactif de 45 minutes, réunissant un ou des spécialistes de chaque destination française

Indicateur de performance :
Nombre de participants
Taux de satisfaction
Taux de conversion et ROI des adhérents

Profil visiteur :
Agents de voyage, tour-opérateurs, MICE, influenceurs, corporate

Visiteur attendu :
50

Media / Support :
Presse professionnelle tourisme

Collas - Clelie clelie.collas@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE-CAMPAGNE "FESTIVAL DU FILM FRANÇAIS" À SYDNEY

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine

Campagne de cinema avec diffusion d'un clip de destination lors du Festival du Film Francais de l'Alliance Francaise, un des plus grand festival au monde et un relais sur une base de donnees tres francophiles et CSP+, friandes de voyage.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (CRT, CDT, OT), transport

Nombre de partenaires souhaités :
1

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne dde cinema avec diffusion d'un clip de 30 secondes d'une region lors du Festival du Film Francais a Sydney, incluant visibilite lors de la soiree d'ouverture du festival. Relais en ligne sur les outils de communication Atout France et de l'Alliance Francaise vers une cible tres engagée et francophile.

Indicateur de performance :
Occasions de voir
Impression et visite en ligne

Profil visiteur :
Francophiles, CSP+, public Feminin, DINKS

Visiteur attendu :
56500 a Sydney

Media / Support :
Cinema et relais digital via ecosysteme France.fr et l'Alliance francaise

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE-CAMPAGNE DIGITALE PRODUITS AVEC UNE OTA

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Outre-mer , Shopping, Vélotourisme, Œnotourisme

Campagne de promotion digitale de conversion avec une OTA en Australie afin de promouvoir vos offres spéciales auprès des clientèles FIT Australiennes. Atout France Sydney fera un relais de la campagne

sur le site France.fr .

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, offres shopping, hôtels, transport

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 4

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne digitale avec offres tactiques de séjour sur le site internet de l' OTA et relais avec une page de campagne sur france.fr.

Promotion via les outils de communication Atout France Australie/ Nouvelle-Zélande: e-newsletters, réseaux sociaux

Indicateur de performance :
Nombre d'impression, visites et pages vues.
Taux de conversion en vente

Profil visiteur :
FIT, CSP+, Familles, seniors, Millenials, amoureux de l'Europe et France

Visiteur attendu :
NA

Media / Support :
Outils de communication de l'OTA

Outils de communication Atout France Australie/ Nouvelle-Zélande: e-newsletters, réseaux sociaux

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE - CAMPAGNE DE COMMUNICATION SENIORS CROISIÈRES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Outre-mer , Slow tourisme , Œnotourisme , Campagne , Vélotourisme, Ville

Campagne France multimédias sur le thème des croisières fluviales et maritimes, vers une cible de séniors actifs auprès d' un support spécialisé tourisme et Art de Vivre - Gourmet Traveller-, avec un volet

encart et en ligne.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (CRT, CDT, OT), Tour operateurs, croisiéristes

Nombre de partenaires souhaités :
10

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne multimédia avec un support croisière spécialisé vers les cibles seniors actifs, avec publication d'un encart papier encarté dans le magazine tourisme Australien Gourmet Traveller. Mise en avant des destinations du tourisme fluviales et escales maritimes.

Indicateur de performance :
9.000 exemplaires encartés dans le magazine Gourmet Traveller, distribués dans les agences de presse quartiers CSP+ de Sydney, Melbourne et Brisbane et métroplotitain.
1.000 exemplaires distribués durant les événements Atout France
env. 70.000 lectorat
Audience d'env. 500.000 contacts au total

Profil visiteur :
Amoureux de la France, seniors actifs, croisiéristes

Visiteur attendu :
10.000

Media / Support :
Support média avec ciblage seniors et croisières

Média Choisi Gourmet Traveller:
https://www.gourmettraveller.com.au/

Lien vers l'Encart Cruise France in Style:
https://www.france.fr/en/campaign/au-cruise-france-in-style/

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

AUSTRALIE- SUPPLÉMENT LUXE EXPLORE FRANCE 2026 AUSTRALIE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Littoral , Montagne, Tourisme de mémoire , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Le supplément Explore France 2026 est maintenant integré à une revue Grand Public haut de gamme, bénéfiant ainsi d'une circulation de pres de 30.000 exemplaires et d'une audience toutes plateformes confondues de près de 350.000 lecteurs, CSP+ et friands de voyages haut de gamme. Les magazines ont toujours « bonne presse » en Australie et toujours très lus, avec un secteur en constante progression, d'où le choix de continuer à communiquer sur ces médias. Le relais en ligne sur France.fr complètera votre visibilité et présence.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Profil des partenaires ciblés

CRT, CDT, OT, Institutionnels, Hotels, transporteurs, sites, musées, shopping, croisiéristes ...

Nombre de partenaires souhaités :
10

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Format papier du magazine de luxe avec env. 40 pages speciales à l'intérieur du magazine dediées à la France.
- Relais en ligne sur France.fr

Indicateur de performance :
-env. 30.000 exemplaires
-env. 140.000 lectorat
-350.000 contacts au total sur l'ensemble des plateformes du Magazine
-Achat d'espace sur les reseaux sociaux pour booster la version en ligne

Visiteur attendu :
Profil des participants ciblés Repeaters, amoureux de la France et francophiles, CSP+, séniors actifs, familles

Media / Support :
- Média choisi est Signature Travel Magazine: https://www.signatureluxurytravel.com.au/

Reseau social :
https://www.france.fr/en/campaign/au-explore-france-insert-internationaltravell…

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr