RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



Plan d'actions Australie & Nouvelle-Zélande

L'Australie constitue un marché émetteur stratégique pour le tourisme international. En 2025, ses 27 millions d'habitants ont réalisé 12,6 millions de séjours à l'étranger, soit une progression de 8% par rapport à 2024. La dépense moyenne par voyage (environ 4 300 € pour deux semaines) reste particulièrement élevée. Malgré l'augmentation des tarifs aériens et un coût de la vie soutenu, voyager demeure une priorité budgétaire pour les Australiens : les départs devraient atteindre 13,8 millions en 2028. Une étude Skyscanner (T3 2026) indique d'ailleurs que 77% des Australiens sont prêts à réduire certaines dépenses courantes afin de préserver un budget voyage conséquent.

L'Europe s'impose comme une destination de choix, avec plus de 7 millions d'arrivées de voyageurs australiens en 2025. Selon l'ETC, la France a accueilli 860 000 visiteurs australiens la même année. En 2026, elle se positionne en tête des intentions de voyage vers l'Europe (38%), devant le Royaume-Uni (37%).

En France, les Australiens privilégient souvent le hors-saison et voyagent tout au long de l'année, pour des séjours d'au moins deux semaines en moyenne. Dans le contexte géopolitique actuel, les Australiens continuent de voyager vers l'Europe en passant principalement par les hubs d'Asie et des US. Le transit via les hubs du Moyen Orient est maintenant facilité puisque, le gouvernement australien a de nouveau abaissé en octobre 2026, le niveau d'alerte pour le Qatar et les Émirats arabes unis, désormais classés au niveau 2, « Faire preuve d'une grande prudence », contre le niveau 3, « Reconsidérer votre besoin de voyager », précédemment. Cette évolution concerne notamment les transits par les hubs de Doha, Dubaï et Abou Dhabi. La tendance de fond reste à la hausse des voyages à l'étranger fin 2026 et en 2027, avec un impact notable mais non bloquant de la crise moyen-orientale : modification des itinéraires, des tarifs et du choix des destinations, avec moins de vols long-courriers via les hubs du Golfe, plus de trafic via l'Asie (Singapour, etc.), et une demande orientée vers des séjours parfois plus courts ou plus haut de gamme.

La réservation d'un voyage en France passe très souvent par un agent de voyage, en raison de la complexité du séjour, de son coût élevé, de la barrière linguistique et de la confiance accordée à ces experts. Le taux d'intermédiation pour la France est estimé entre 70% et 80%. Les agents de voyage et tour-opérateurs restent donc le principal levier d'influence pour les réservations vers la France et constituent une cible essentielle du plan d'actions 2027.

Chiffres clés

860 000
Touristes Australiens en France en 2025

70-80%
taux d'intermédiation

38%
intentions de voyage en Europe par les Australiens

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- 27.7 million d'habitants
- 12ème puissance économique mondiale, l'économie australienne est en pleine croissance avec:
  - Une croissance de 2.1% pour 2025
  - Estimation de croissance économique a 1.4% en 2026
  - Un taux de chômage à 4.5% (Juillet 2026), donc une situation de quasi plein emploi.
  - Une économie toujours classée AAA
  - Un PIB/habitant de 66 352 USD$ (49.986 USD$ en France)
  - Un dollar Australien stable (1 Euro = 1,65 AUD)
  - Inflation à 3.5% en juillet 2026

  Voyages du marché à l'international :
- Pres de 12.6 millions de voyages à l'étranger (2025), dépassant les années pré-covid
- 7 millions d'Australiens en Europe (2025)
- 50.4 milliards d' Euros de dépenses à l'étranger (2025)
- 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 860.000 Australiens en France (2025)
- 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 1re destination des Australiens en intention de voyage en Europe
- France Top 7 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 avec 3 vols semaine depuis juillet 2024, reroutée en Mars 2026 par 5 vols semaine avec Perth ou Sydney vers Paris, via une escale technique à Singapour
- 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.
- Annonce de vols directs de Finnair vers Melbourne, via une escale technique à Bangkok.
- Ouverture en décembre 2026 du nouvel aéroport international à Sydney, qui aura 2 aéroports internationaux pour gérer 92 millions de passagers domestiques et internationaux en 2045.
- Qantas prévoit des vols directs Sydney-Londres dès 2027, d'une durée de près de 22 h, avec en perspective le vol Sydney-Paris vers 2028/2029, capitalisant sur les avancées technologiques en matière de performance et d'efficacité environnementale des avions de nouvelle génération et en intégrant les carburants durables d'aviation (SAF). Ce seront les vols les plus longs au monde.

Réservation : 62% réservent 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, Sydney Airport

Principales motivations de séjour et profil des voyageurs

Profil des voyageurs :
- Milleniaux , séniors actifs, DINKS, solo, famille/ multi-generationnel
- Clientele Haute contribution, aspirants luxe, luxe et ultra-luxe
- 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 liés à la gastronomie, Œnotourisme
- Vacances actives : itinéraires hors des sentiers battus, randonnées, cyclotourisme
- Forte appétence pour les croisières, maritimes et fluviales
- Slow tourisme et voyage responsables, pour compenser leur empreinte carbonne
- Avides de Grands événements sportifs : Tour de France, Roland Garros ... et événements culturels et concerts

Top destinations préférées en France : Paris Ile-de-France, Provence Alpes Côte d'Azur, Nouvelle-Aquitaine, Grand Est, Auvergne Rhône-Alpes avec Lyon, Bourgogne Franche Comté, Normandie, Centre Val de Loire, Corse, Tahiti, Nouvelle-Calédonie

Sensibilité au tourisme durable:

Selon une étude Booking.com :
- 91 % des voyageurs souhaitent faire des choix de voyage plus durables.

Période de voyage: Marché déssaisonalisé, voyageant toute l'année avec un pic d'avril à octobre, et partout en France

Mode de reservation:
- **Marché intermédiatisé à 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 via un agent de voyage
- Présence d'une trentaine de tour-opérateurs sur le marché spécialisés 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, Travel Associate ...
- 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
- +1.5% prévision de croissance en 2025
- 5.3% de chômage (Mars 2026)
- PIB à 48.473 US dollars
- 3.8 millions de voyages à l'étranger en 2025
- 3.26 milliards € de dépenses touristiques à l' étranger en 2025

Destinations à l' étranger 2024/2025:
- Australie (1.37 million)
- Royaume Unis (293,000)
- Chine (167.000)
- the Cook Islands (115,000)

Estimation entre **50.000 à 100.000** 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.
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 leurs 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.
Aussi, l'Australie et la Nouvelle-Zélande sont aussi des marchés anglophones excellents pour diversifier la clientèle internationale et optimiser les ventes de séjours hors-saison, ces pays bénéficiant de stabilité politique, d'un grand pouvoir d'achat, d'une forte appétence pour l'Europe/France, de saisons inversées et d'une durée de congés de 4 semaines et plus par an.

Webinaires Atout France Live !

Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2027.
Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2027, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.
En 1h, 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 - Evénement B2B Tastin' France pour les destinations viti-vinicoles** : Rencontres médias / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Australie - Roadshow France week 360 tour-operateurs et agents de voyage Australian Week 360** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Australie - Salon Luxperience BtoB, Haut de gamme et MICE** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Australie - Salon Niche Montagne Ski Luxe hybride B2C /B2B et présentiel/en ligne** : Evénement grand public / Grand public international, Professionnels internationaux
- **Australie - Activation BtoC, B2B & Presse à l'un des French Festivals** : Evénement grand public / Grand public international
- **Australie - Salon Voyage de luxe Luxperience BtoB Haut de gamme et MICE** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Australie - Salon Voyage loisir et premium B2B This is Travel** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Professionnels internationaux

AUSTRALIE - EVÉNEMENT B2B TASTIN' FRANCE POUR LES DESTINATIONS VITI-VINICOLES

PRESTATION

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

Participation à l'événement Tastin' France, organisé en partenariat avec Business France Sydney, afin de mettre en avant votre domaine, vignoble et produits viti-vinicoles auprès des professionnels du tourisme et des importateurs de vin, champagne et spiritueux.

OBJECTIFS

- Séduire et informer les professionnels du tourisme agents et Tour-opérateurs, médias et influenceurs sur votre domaine viti-vinicole
- Présenter la diversité de l´offre touristique française sur les segments oenotourisme et agritourisme vers une cible premium et luxe
- Développer sa distribution et ses ventes vers les importateurs locaux de vin

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Domaine vignobles offrant l'export des vins et champagne et spiritueux et une offre de tourisme viti-vinicole

Nombre de partenaires souhaités :
5

Visibilité partenaire :
Une présence dans les workshops Tastin' de Business France Présentation de 5 a 8 minutes des partenaires viti-vinicoles via un film et un power point lors des déjeuners à Sydney, Melbourne et Auckland.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
20 décembre 2026

Précisions tarifaires :
1900 Euros HT pour le volet oenotourisme d'Atout France
3500 Euros HT pour le volet export de Business France

FORMAT

Liste des sessions :
Evénement Tastin' France

Date de début	: 05 avril 2027
Date de fin	: 08 avril 2027
Date limite d'inscription	: 20 décembre 2026

Lieu :
Australie

Format de l'opération :
Participation à l'événement Tastin' France à Sydney le 5 avril, à Melbourne le 7 avril et à Auckland le 8 avril 2027, avec 2 volets:

- Importateur: 1 table dans chaque ville lors des workshops importateurs et réseaux de distribution
- Tourisme: 1 petit déjeuner seominiare de presentation a Sydney, Melbourne et Auckland devant un parterre de spécialistes du tourisme viti-vinicole et médias, env. 20 a 30 personnes selon les villes ou chaque partenaire oenotourisme presentera son produit lors de la presentation.

Indicateur de performance :
-Ventes/ROI
-Programmation de votre produit par les tour-operateurs locaux

Profil visiteur :
Importateurs et réseaux de distribution Tour-opérateurs et spécialistes du tourisme viti-vinicole Journalistes et influenceurs : Quotidiens, magazines, radio, TV

Visiteur attendu :
20 -30

Media / Support :
Support de communication d'Atout France et Business France

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

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

AUSTRALIE - ROADSHOW FRANCE WEEK 360 TOUR-OPERATEURS ET AGENTS DE VOYAGE 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 01 au 05 fevrier 2027, pour une meilleure optimisation pour booster déjà 2027 et au delà.

OBJECTIFS

- Développer et valoriser la diversité de l'offre francaise et les nouveautés auprès des tour-opérateurs et agents de voyage
- Former et informer sur les nouveautés France et les produits des adhérents Atout France
- S'appuyer sur le tour-opérateur Entire Travel Group, specialiste France de grande renommée, et son réseau de distribution agents de voyage pour vendre la France

PARTENAIRES

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

Nombre de partenaires souhaités :
10

Visibilité partenaire :
Chaque partenaire adhérent inscrit aura un stand au workshop TO de Sydney et un planning de RDV, un stand aux 3 evenements avec ETG , et une place sur les démarchages/ formations.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription : 10 Décembre 2026

Précisions tarifaires :
OPTION 1 : Participation 360 avec le Workshop France TO à Sydney, les 3 Événements Travel Showcase & Soirée Entire Travel Group à Melbourne, Brisbane et Sydney et l'option démarchage Melbourne: 16.067,50 $ AUD HT* / 9.737,88 EUR HT* OPTION 2 : Participation à la carte : •01 et 02 février 2027 - Démarchage tour-opérateurs et agences de voyage programmatrice à Melbourne : 1.567,50 $ AUD* / 950 EUR HT* •3 Évènements Travel Showcase & Soirée Entire Travel Group Melbourne, Brisbane et Sydney: o Mardi 02 février 2027 à Melbourne, o Mercredi 03 février 2027 à Brisbane o Jeudi 04 février 2027à Sydney 11.850 $ AUD* / 7.181,81 EUR HT* •05 février 2027 - Workshop tour-opérateurs et agences de voyage programmatrices à Sydney : 2.650 $ AUD* / 1.606,06 EUR HT* Les hébergements, les vols vers l'Australie et internes en Australie, les transferts aéroports, les repas non mentionnés et les dépenses personnelles ne sont pas inclus dans les couts ci-dessus. Ce programme est sujet à des modifications selon le nombre de participants. Le programme définitif vous sera adressé ultérieurement. *Tarif HT soumis à 20% TVA Française, taux 2026 : 1 EUR=1,65 AUD $

FORMAT

Liste des sessions :
Roadshow France 360 en Australie

Date de début	: 01 février 2027
Date de fin	: 05 février 2027
Date limite d'inscription	: 10 décembre 2026

Lieu :
Australie

Format de l'opération :
Une semaine d'événements professionnels auprès des tour-opérateurs et agents de voyages australiens :

-Le Roadshow avec le tour-opérateur Entire Travel Group: participation aux 3 événements de Melbourne le 2 février, à Brisbane le 3 février et à Sydney le 4 février avec un workshop pour rencontrer en "free flow" environ 330 agents de voyage par ville, ciblés selon des critères de performance et vente. L'événement se poursuit en soirée avec une rencontre de networking pour chaque ville.

- le **Workshop Agents de voyage à Sydney** le vendredi 5 février : prise de contact avec des agents de voyage et tour-opérateurs clés sur un des principaux bassins émetteurs incontournables. Environ 10 à 15 RDV d'affaires individuels avec une rencontre 1 :1 de tour-opérateurs et agents de voyage.

- **Option démarchage lundi 1 février 2027 et mardi 2 février (Matinée) à Melbourne:** Démarchage d'env. 6 grands groupes ou tour-opérateurs ou agences de voyage programmatrices de Melbourne.

Indicateur de performance :
- Nombre de participants
- Taux de satisfaction
- Programmation de la France
- ROI post events

Edition précédente :
820 agents de voyage et 15 tour-operateurs en 2026

Profil visiteur :

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr
Collas - Clelie clelie.collas@atout-france.fr

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

AUSTRALIE - SALON LUXPERIENCE BTOB, HAUT DE GAMME ET MICE

PRESTATION

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

Atout France Sydney organise une série d’opérations B2B dans le cadre du salon du voyage du Luxe en Australie, Luxperience Sydney avec une participation au salon sur le Pavillon France, du 17 au 20 Novembre, qui garantit sur 3 jours, un planning de 42 à 50 RDV avec des acheteurs agents de voyage ultra-Luxe. De plus, afin d’élargir le spectre des rencontres, il est également prévu en amont un workshop 1 :1 avec 10/15 tour-opérateurs et un petit déjeuner networking média avec env. 10 top journalistes, toujours prépondérants et importants pour influencer les décisions d’achat vacances.

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 Juillet 2026

Précisions tarifaires :
Coût approximatif : À partir de 13.600 / 8.242 € 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 juillet 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 HYBRIDE B2C /B2B ET PRÉSENTIEL/EN LIGNE

PRESTATION

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

Participation à une semaine d’actions hybrides B2C/B2B en présentiel et d'actions digitales pour mettre en lumière votre destination MONTAGNE auprès d'un public B2C et B2B stratégique et bénéficiez de la synergie entre des actions B2C et B2B pour maximiser vos retombées. Une volonté de pousser ce segment montagne, suite à l’engouement de la destination France par les skieurs Australiens souhaitant découvrir la technicité et la complémentarité unique du domaine skiable français.

OBJECTIFS

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

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hôtels, école de ski, stations de ski et domaines skiables, offre montagne l'hivers

Nombre de partenaires souhaités :
Minimum 4

Visibilité partenaire :
-Salon: Espace sur le Pavillon France lors du salon Grand Public Snow Expo à Sydney et visibilité sur les collatéraux et communications sur le salon + campagne com en option -Sales calls ou mini-workshop B2B présentiel ou en ligne - Présentation webinaire: vers env. 130 tour-opérateurs et buyers et agents de voyage

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription?: 30 janvier 2027

Précisions tarifaires :
Coût approximatif? à titre indicatif de 2026 : € 7 940,00 HT pour toutes les prestations, participation à la carte possible à un seul ou plusieurs temps forts. Coût 2027 en cours de détermination.

FORMAT

Liste des sessions :
Operation Montagne 360

Date de début	: 30 mai 2027
Date de fin	: 03 juin 2027
Date limite d'inscription	: 30 janvier 2027

Lieu :
Sydney

Format de l'opération :
-Salon Snow Travel Expo B2C le 30 mai à Sydney
-Sales calls B2B en présentiel ou Mini workshop online: du Lundi 31 mai au mercredi 02 juin
-Webinaire Agents de voyage le Jeudi 03 juin pour l'Australie et la Nouvelle Zélande
-Option: Campagne en ligne B2C

Indicateur de performance :
ROI/Ventes
Nombre de contacts
Notoriété et mémorisation de la destination pour conversion future
Nombre d'impressions

Edition précédente :
12000 visiteurs des salons Snow Expo de Melbourne (17 mai 2026) et Sydney (24 Mai 2026)
28500 skieurs contactés via la campagne digitale B2C
181 agents de voyage inscrits au webinaire

Profil visiteur :
Tour-opérateurs et agents de voyage, spécialisés ski

Visiteur attendu :
B2C: 7000 skieurs enthousiastes à Sydney, 41 500 contacts cibés avec la campagne e-marketing B2B: environ 150 agents au Webinaire et 4 à 6 Rendez vous en sales calls en présentiel ou visio.

Media / Support :
Support presse professionnelle pour le B2B, relais digital sur fichier Atout France et relais Snow expo pour le B2C

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

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

AUSTRALIE - ACTIVATION BTOC, B2B & 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 l'un des French Festivals à Brisbane ou Sydney ou Melbourne selon votre cible de bassins émetteurs vers la France, vers un public Famille a hauts revenus, très francophiles.

OBJECTIFS

- Cibler une clientele famille internationale à haut revenu dans un des principaux bassins émetteurs vers la France
- Promouvoir votre destination ou produits pour capter l'attention et convertir en séjour
- 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

Précisions tarifaires :
Sur demande et sur devis

FORMAT

Liste des sessions :
French Festival Australie - Juillet 2027

Date de début	: 03 juillet 2027
Date de fin	: 18 juillet 2027
Date limite d'inscription	: 28 février 2027

Lieu :
Brisbane ou Sydney ou Melbourne

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 séjour
Rencontres pro

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

Visiteur attendu :
20.000 visiteurs par festival env. 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

AUSTRALIE - SALON VOYAGE DE LUXE LUXPERIENCE BTOB HAUT DE GAMME ET MICE

PRESTATION

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

Atout France Sydney organise une série d’opérations B2B dans le cadre du salon du voyage du Luxe en Australie, Luxperience Sydney avec une participation au salon sur le Pavillon France, du 11 au 14 Octobre 2027, qui garantit sur 3 jours, un planning de 42 à 50 RDV avec des acheteurs agents de voyage ultra-Luxe. De plus, afin d’élargir le spectre des rencontres, il est également prévu en amont un workshop 1 :1 avec 10/15 tour-opérateurs et un petit déjeuner networking média avec env. 20 top journalistes, toujours prépondérants et importants pour influencer les décisions d’achat des vacances.

OBJECTIFS

- Rencontrer et vendre aupres des agents de voyage ciblés voyage haut de gamme Australiens et Néo-Zélandais, au chiffre d'affaire de plus de pres de 2 Millions d'Euros
- Développer un fort relationnel avec les acheteurs lors des événements networking
- Présenter la diversité de l'offre haut de gamme française à Paris et en régions.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, Palaces, Shopping, sites, cabaret, offres haut de gamme, agences réceptives DMC, agences évènementielles

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 :
30 Juin 2027

Précisions tarifaires :
Coût approximatif à titre indicatif de 2026: À partir de 13.600 / 8.242 € HT - Tarif 2027 disponible à partir de Décembre 2026 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 :
Salon Voyage de Luxe LUXPERIENCE et rencontres TO / Agents de voyage/ Media

Date de début	:	11 octobre 2027
Date de fin	:	14 octobre 2027
Date limite d'inscription	:	30 juin 2027

Lieu :
Sydney, Australie

Format de l'opération :
Petit déjeuner presse (env. 10-15 invités)
Workshop Tour-opérateurs: rencontre 1:1 avec 10-15 tour-opérateurs programmateurs généralistes
Participation au salon Luxperience avec planning de rdv d'env. 50 Top agents ultra-luxe et networking avec 200 Top agents sur le Pavillon France

Indicateur de performance :
ROI/ VENTES
Nombre de contacts pour le suivi
Visibilité sur la communication

Edition précédente :
2025: 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 à 20 RDV Tour Opérateurs / Networking auprès d'env. 200 agents de voyage et 15-20 médias

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 VOYAGE LOISIR ET PREMIUM B2B THIS IS TRAVEL

PRESTATION

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

Participation au salon professionnel du voyage loisir et premium à Melbourne du 4 au 7 mai 2027,avec un planning de RDV garanti d'env. 65 agents de voyage et acheteurs australiens premium et possibilité de networker avec 200 acheteurs. Participation en amont à un workshop tour-opérateurs de loisir haut de gamme. Première édition.

OBJECTIFS

- Soyez les pioniers a participer au nouveau salon this is Travel ciblant le premium et haut de gamme des rendez-vous avec 65 rdvs face à face pré-planifiés.
- Présentez votre offre et produits a des agents de voyage ayant un turnover de 1.2 million d'euros par an
- Marquez la mémoire et construire une confiance lors d'un événement presentiel qui va devenir incontournable

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations, produits Haut de gamme, Hotellerie de luxe, DMC, réceptif luxe ...

Nombre de partenaires souhaités :
5

Visibilité partenaire :
Workshop Tour-opérateur: 1 table avec 10 à 15 RDV de plus de 20 minutes par tour-opérateurs Salon This is Travel: au choix une table dans le pavillon multi-partenaires ou stand individuel, avec planning d'env. 65 RDV

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
31 Janvier 2027

Précisions tarifaires :
Coûts participation estimatifs et indicatifs en cours de determination: 1 stand au workshop Tour operateur et un stand a This is Travel dans le Pavillon France à partir de 17.200 AUD / 10.424,24€ HT* (*+20% TVA Francaise) pour 80 RDV au total

FORMAT

Liste des sessions :
Operation Workshop et salon This is Travel

Date de début	: 03 mai 2027
Date de fin	: 07 mai 2027
Date limite d'inscription	: 31 janvier 2027

Lieu :
Melbourne, Australie

Format de l'opération :
Workshop Tour-opérateurs: rencontre 1:1 avec 10-15 tour-opérateurs programmateurs généralistes
Participation au salon This is Travel avec planning de rdv d'env. 65 Top agents loisir et networking avec 200 Top agents sur le Pavillon France

Indicateur de performance :
ROI/Ventes
Nombre de contact
Programmation et leads

Profil visiteur :
Tour-opérateurs/ agences de voyage de luxe, MICE

Visiteur attendu :
200 au salon This is Travel dont 65 RDV pre-programmes garantis 10-15 RDV avec les tour-operateurs et wholesalers

Media / Support :
Outils de communication de This is Travel et Atout France

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

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

Les opérations à la carte

2026

- **Australie-Campagne Digitale BtoB Distribution Grands Groupes** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Australie- Supplément LUXE Explore France 2026 Australie** : Campagnes / Grand public international
- **Australie - Campagne de communication seniors croisières** : Campagnes / Grand public international

2027

- **Australie - La rencontre déjeuner avec les professionnels** : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Australie-Webinar de formation agents de voyage B2B** : Formations / Professionnels internationaux
- **Australie-Campagne d'influence media** : Campagnes / Grand public international
- **Australie - Campagne Digitale Inspiration Hotels** : Campagnes / Grand public international
- **Australie - Campagne de communication croisière Cruise France in style** : Campagnes / Grand public international, Professionnels internationaux
- **Australie - Supplément voyage de luxe Explore France Australie** : Campagnes / Grand public international
- **Australie - Campagne Digitale de conversion avec une OTA des sejours premium et luxe** : Campagnes / Grand public international

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- 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 spéciales à l'intérieur du magazine dédiées 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

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 International 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 International Traveller:
https://www.internationaltraveller.com/

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 - 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-opérateur ou wholesaler local.

OBJECTIF

PARTENAIRES

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

Nombre de partenaires souhaités :
2 à 4

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Organisation d'une rencontre auprès 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 collatérals
- Expérience d'une soirée d'excellence pour construire le souvenir d'exception, la confiance et la fidélisation d'une marque

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 à 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-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

Webinaire en ligne 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 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 30 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, outils de communication Atout France

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

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 hybride en format imprimé et digital sur une thématique niche à forte valeur ajoutée

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnel, Destinations, sites, musées, hôtels design …

Nombre de partenaires souhaités :
4

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne niche sur l'architecture, les savoir-faire et le design, avec un supplément Explore France – Grand Designs, une édition spéciale d'environ 14 pages consacrée à l'art de vivre, à l'architecture, la culture et au design français, qui sera publiée dans le magazine Grand Designs Australia, référence incontournable sur les thèmes spécifiques de design et d' architecture. Cette offre est exclusive pour Atout France Australie.
L'objectif de ce supplément est de s'adresser à une audience CSP+ de niche à travers un média spécialisé, en proposant un contenu original et inattendu, capable de captiver un public d'experts autour de leur passion.: le DESIGN et l' ARCHITECTURE.

Dans un marché australien particulièrement sensible aux tendances design, à l'esthétique et à la recherche d'originalité, cette édition Grand Design constitue une opportunité idéale pour valoriser vos offres et destination sous un angle haut de gamme, inspirant et différenciant. Les magazines conservent en Australie une excellente audience, avec un lectorat fidèle et engagé, recherchant des médias de confiance et des références connues dans un paysage médiatique multi-channels. La campagne sera renforcée par une présence digitale complémentaire via le volet campagne en ligne.

Indicateur de performance :
- Nombre d 'impressions et lectorat ciblé
- Nombre de visites sur le site de campagne et de pages vues
- Taux d' engagement sur les réseaux sociaux

Profil visiteur :
Amateurs de design CSP+ aspirants luxe et ultra luxe, architectes, décorateurs d'intérieur et voyageurs fréquents (segments NEO et Hyper-NEO).

Visiteur attendu :
731.000 impressions estimees

Media / Support :
Présence dans la version magazine de Grand Designs Australia, référence incontournable en Australie
Campagne de communication sur les supports de communication digitaux du média, avec ciblage spécifique et segmenté.

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

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

AUSTRALIE - CAMPAGNE DIGITALE INSPIRATION HOTELS

OPÉRATION À LA CARTE

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

Campagne sur les hôtels et hébergements France - The hotel is the destination (France - L'hôtel est la destination), est une opération digitale destinée à sublimer un hôtel qui devient la destination et est le point de départ d'une découverte d'une ville, d'une région, d'un paysage. Privilégiant le slow tourisme, la relaxation, le wellness, l'expérience, chaque article sera un storytelling conçu pour inspirer, engager et convertir une audience de voyageurs australiens en quête d’expériences mémorables et de séjours

uniques.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Hôtels 3, 4 et 5 étoiles, Palaces de France, hébergement très original et insolites

Nombre de partenaires souhaités :
5 minimum

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Création d'un site de campagne sur France.fr/en, version anglaise, avec une page par partenaire, avec du storytelling authentique conçu pour repositionner l'hébergement comme cœur de l'expérience de voyage, particulièrement adaptée aux marchés internationaux et aux voyageurs en quête de sens, de confort et d'immersion locale. Chaque contenu mettra en avant la notion d'experience de l'hotel, les videos, les images inspirantes et stimulera la réservation directe et les séjours thématiques (gastronomie, art, terroir, slow travel). La campagne sera boostee par de l'achat media, les mots cles pour devenir visibles sur l'ensemble des outils de recherche (SEO, IA) ainsi qu'un relais viral vers la presse.

Indicateur de performance :
Reach, impressions, engagement rate, partages UGC.
Clics vers site, temps passé
Taux de réservation directe, revenu par visite, coût par acquisition.

Profil visiteur :
Repeaters, amoureux de la France et francophiles, voyageurs premium luxe et ultra luxe, millenials, séniors actifs, familles internationales à haut revenus

Visiteur attendu :
Estimation 2 millions d'impressions ultra-ciblées

Media / Support :
Achat média META et utilisation des outils de communication Atout France (enewsletter ...)
Relais presse
Travail sur les mots clés pour visibilité SEO et IA

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

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

AUSTRALIE - CAMPAGNE DE COMMUNICATION CROISIÈRE CRUISE FRANCE IN STYLE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Australie, Nouvelle-Zélande
Type de rendez-vous : Campagnes, Communication B2B
Public attendu : Grand public international, Professionnels internationaux
Espaces et filières : Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Outre-mer , Slow tourisme , Vélotourisme, Œnotourisme

Campagne France multimédias B2C/B2B 360, sur le thème des croisières fluviales et maritimes, pour encourager les prolongations de séjours pré et post croisières, vers une cible premium allant du millenials aux séniors actifs.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (CRT, CDT, OT), Tour opérateurs, croisiéristes, sites de visites, prestataires d'expérience, location de bateaux et péniches, séjours sur l'eau.

Nombre de partenaires souhaités :
10

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne multimédia digitale B2C et B2B 360 avec une présence sur France.fr/en et mise en avant des destinations du tourisme fluviales et escales maritimes pour favoriser la désaisonalisation, les prolongations de séjours premium et luxe pré et post croisières incluant la formation webinaire des agents de voyage Australiens, acteurs incontournables dans la vente des séjours croisières, très commissionnés.
Campagne 2025 ICI

Indicateur de performance :
Audience d'env. 2 millions contacts B2C
250 agents de voyage ciblés

Profil visiteur :
-Amoureux de la France, millenials aux seniors actifs, croisiéristes
-Agents de voyage premium

Visiteur attendu :
30000 visites de site de campagne/1.5 millions impressions/ 250 agents de voyage

Media / Support :
-Site de campagne sur France.fr/en avec relais via les outils de communication Atout France
-Achat média pour cibler le grand public à fort potentiel de ROI
-Campagne média B2B pour promouvoir le webinaire
-Relais presse B2C pour faire connaitre et conforter la notorieté du produit croisière

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

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

AUSTRALIE - SUPPLÉMENT VOYAGE DE LUXE EXPLORE FRANCE AUSTRALIE

OPÉRATION À LA CARTE

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

Le supplément Explore France est une insertion elegante à l'interieur d'une revue grand public haut de gamme, bénéficiant ainsi d'une circulation de près de 30.000 exemplaires et d'une audience toutes plateformes confondues de près de 350.000/ 500.000 lecteurs, CSP+ et friands de voyages haut de gamme. Les magazines ont toujours « bonne presse » en Australie, ils toujours très lus et sont une source fiable d'information qui capte l'attention du lecteur, 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 multi-plateforme.

OBJECTIF

PARTENAIRES

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 hybride avec version imprimée du magazine de luxe sur l'ensemble de la circulation et du lectorat, avec env. 40 pages spéciales dédiées à la France.
- Relais en ligne sur France.fr et sur le site du média avec un webzine

Indicateur de performance :
-env. 30.000 exemplaires
-env. 140.000 lectorat
-350.000 à 500.000 contacts au total sur l'ensemble des plateformes version physique ou en ligne du magazine
-Achat d'espace pour booster la version en ligne

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

Visiteur attendu :
1.5 million occasions de voir estimées

Media / Support :
Grand média voyage de luxe et art de vivre Australien

Reseau social :
Version du webzine de 2025

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

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

AUSTRALIE - CAMPAGNE DIGITALE DE CONVERSION AVEC UNE OTA DES SEJOURS PREMIUM ET LUXE

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 l'OTA Luxury Escapes en Australie afin de promouvoir vos offres premium auprès des clientèles FIT Australiennes et Néo-Zélandaises. 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 :
Une page de campagne sur le site de l'OTA avec descriptif et storytelling de la destinati
incluant les offres de séjours

Campagne digitale sur les réseaux sociaux avec offres tactiques de séjour sur le site internet de l'OTA et META

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 et volume de vente en nombre de séjours et chiffre d'affai

Profil visiteur :
FIT, CSP+, Familles à haut revenus, seniors, Millenials, amoureux de l'Europe et Franc
membres de l'OTA

Visiteur attendu :
NA

Media / Support :
Outils de communication de l'OTA

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

Achat média META sur la page facebook et instagram de l'OTA

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

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