



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

ATOUT  
FRANCE

L'Agence de développement  
touristique de la France

# E-WORKSHOP B2B « FRANCE JEWELS »

HONG KONG – SINGAPOUR - TAÏWAN

16 ET 17 JUIN 2026

Mise à jour en août 2025

## Vous êtes...

- Un professionnel du tourisme français (CRT, CDT, OT, DMC, hôtelier, site culturel, château, caviste, musée, entreprise de savoir-faire...) désireux de faire connaître votre marque et vos offres commerciales auprès des professionnels du tourisme et journalistes Hongkongais, Singapouriens et Taïwanais.

## Vous souhaitez...

- Evaluer l'attrait de votre offre et étendre votre prospection sur des marchés asiatiques matures et structurés (HK, Singapour, Taïwan)
- Prospecter et identifier de nouveaux partenaires (tour-opérateurs/agences de voyage/OTA) lors de RDVs programmés.

**ATOUT  
FRANCE**  
France Tourism Development Agency

Save the date

**FRANCE JEWELS**

24-25 June 2025

A BOTTLE OF FRENCH WINE TO WIN!!!

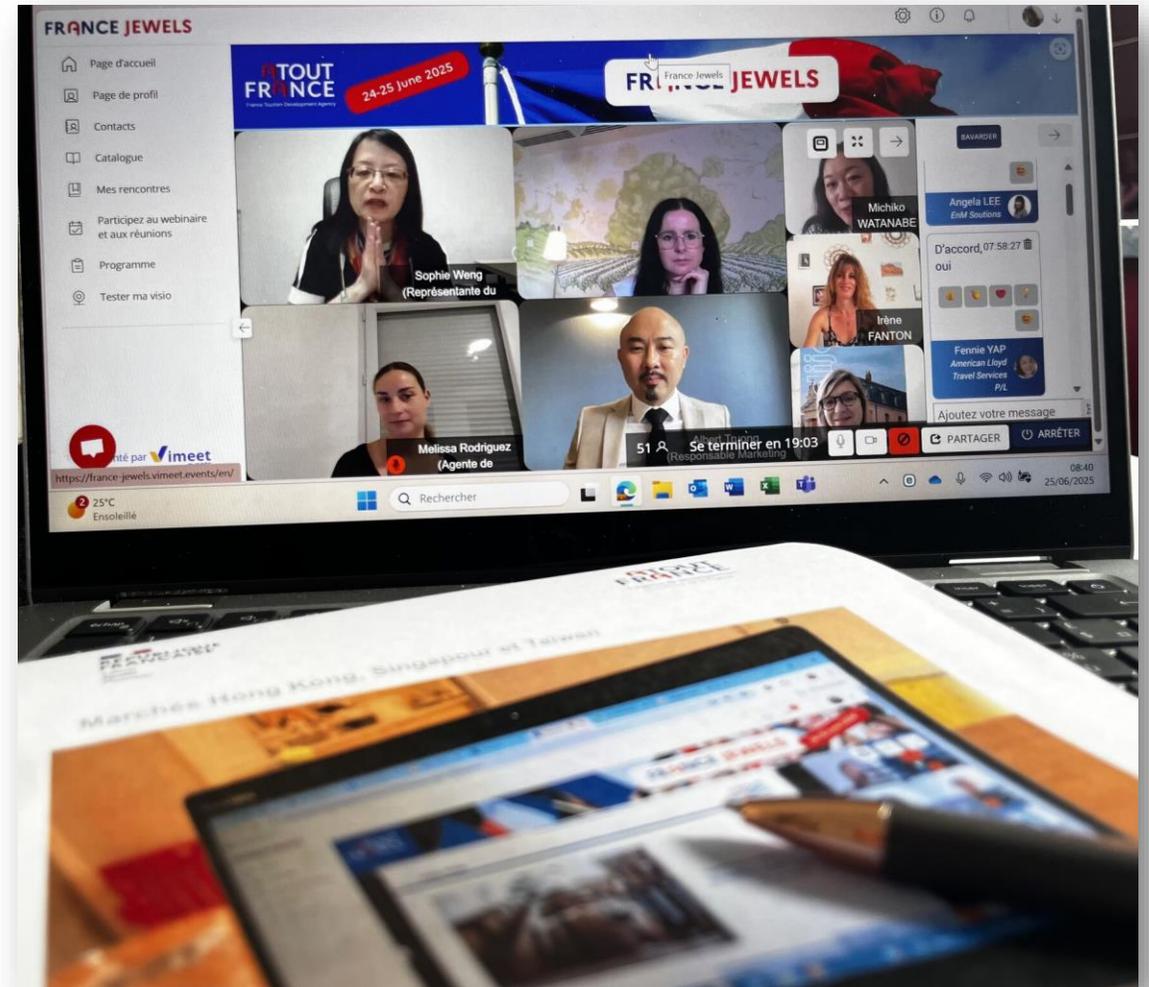
credit: istock.com/famberg

VILLE DE MARSEILLE | OFFICE DE TOURISME DE MARSEILLE | SICAT | NÎMES TOURISME CONGRÈS | dijon | BELEVIGNE | GRANDES ALPES | Découvertes | KER HOSPITALITY

- Retour sur l'édition 2025
- Récapitulatif des marchés
  - Hong Kong
  - Singapour
  - Taiwan
- Notre offre et nos services

- La 5e édition de France Jewels s'est déroulée du 24 au 25 juin 2025 sur la plateforme Vimeet.
- **Environ 50 Buyers** (tour-opérateurs et agences de voyage) se sont connectés durant les deux jours de l'événement.
- 8 rendez-vous individuels ont également été organisés entre eux et partenaires français, favorisant les échanges et l'élaboration de plans d'actions personnalisés.
- L'enquête remplie lors de l'inscription révèle que 38 % proposent déjà des itinéraires mono-France, et 68 % recherchent des séjours de plus de 4 jours en France. En général, leurs clients prennent entre 3 mois et un an pour réfléchir avant de réserver (60 %). Cela montre que les actions marketing doivent s'inscrire dans la durée – la récolte ne se fera pas du jour au lendemain !

**Partenaires en 2025 :** Destination Dijon, Office de tourisme de la Ciotat, Office de Tourisme de Marseille, Office de Tourisme et des Congrès de Nîmes, Bellevigne Bourgogne, Grandes Alpes Private Hotel & Spa, KER Hospitality, DMC Découverts.





## Connectivité aérienne

- 1 vol quotidien Hong Kong - Paris (Air France et Cathay Pacific) pour un taux d'occupation de 95%
- **Les Hongkongais n'ont pas besoin de visa pour aller en France**
- Aéroport de Hong Kong élu "Asia Leading Airport 2023" et "China's Leading Airport 2023"



## Conjoncture économique

- PIB: 383,5 Milliards USD (2024) *source HKTDC Research*
- PIB/hab : 50 889 USD (2024) *source HKTDC Research*
- Taux de croissance en 2024 : +3.2 (HKTDC research)
- Opportunités de la **Greater Bay Area** : 11 villes dont Hong Kong, Canton, Shenzhen, etc. 85M hab. 12<sup>e</sup> économie mondiale avec PIB de 2000 Mds USD (= Italie)
- **631 860 millionnaires** (15<sup>e</sup> place mondiale) et 1,25 millions attendus en 2026 (*source : crédit Suisse 2022*).
- **71 milliardaires** en \$ résidents à Hong Kong en 2022 – 6<sup>e</sup> place mondiale (*source : World Population review*)



## Le marché touristique hongkongais

- **7,5 millions d'habitants** en 2024 (Source : Banque mondiale)
- **13 millions de départs aériens.**
- 25 milliards USD de dépenses à l'international
- 220k arrivées de voyageurs hongkongais en France en 2019
- Durée moyenne de séjour en EU est de 8 jours



## Profil des voyageurs

- Clientèle expérimentée (2-3 voyages par an) et exigeante, en recherche d'expériences authentiques
- Revenu personnel très élevé,ières dépenses touristiques par habitant à l'international (3580 USD/pers.)
- Clientèle majoritairement autonome à plus de 66% (38% de FIT, 28% semi-FIT et 34% de groupe Max 10 pax).
- Habitudes de réservation: 68% en ligne, 13% en agence, 19% combi. 6 hongkongais sur 10 réservent l'aérien séparément des autres prestations.

## Connectivité aérienne

- **24 vols direct** pour l'été 2025, Soit 10 vols Air France et 14 vols Singapore Airlines,
- Air France a lancé La Première sur cette ligne depuis juillet 2025. C'est la deuxième destination dans le monde à proposer cette cabine après New York.

## Conjuncture économique

- **PIB/hab** : 90 674 USD (2024), bien supérieur que celui de France 46 150 USD (source : Banque Mondiale)
- **4e ville du monde avec le plus de millionnaires** en 2024. Une augmentation de 62% dans la dernière décennie (Source : Hanley & Partners).
- **Prévision de croissance du PIB** : +1.5-2.0% en **2025**, (Source : Ministère de Statistics de Singapour)



## Le marché touristique singapourien

Touristes singapouriens: Dotés du passeport le plus puissant au monde avec un **accès « visa free » a 193 destinations** et du **meilleur aéroport dans le monde**.

En 2024, le nombre total de passagers singapouriens à l'aéroport CDG était d'environ 93 500, soit une augmentation de 2,2% par rapport à 2019. (Source : ADP).

Le marché englobe une large tranche d'âge, avec des jeunes représentant environ 15% du total et une majorité de voyageurs entre 40 et 70 ans. (Source : NATAS)



## Profil des voyageurs

• Les touristes singapouriens voyagent souvent en **haute saison** : Nouvel An Chinois, juin et fin d'année (1,5 mois de vacances scolaires).

En plus du shopping, l'activité préférée des Singapouriens à l'étranger, les expériences authentiques comme les croisières fluviales, les bains de forêt ou les rencontres avec les locaux gagnent aussi en popularité.

Trois quarts des Singapouriens soit 76% aisés voyagent en Europe au moins une fois par an. (Source : Reed Exhibitions, 2025).

La durée de réflexion est d'environ 6 mois. (Source : Expédia)



## Connectivité aérienne

- Air France, 7 vols par semaine via HKG ; KLM, 5 vols directs par semaine
- Beaucoup de choix : surtout avec EVA Air, 7 vols non-stop directs CDG/TPE, en complémentaire avec Emirates, Turkish Airlines, Singapore Airlines, Cathay Pacific, Lufthansa ...



## Conjoncture économique

- PIB de 756.59 milliards \$ US, soit la **22<sup>ème</sup> économie mondiale** (2023)
- PPA/hab = 76 860 USD en 2024, 14<sup>ème</sup> mondiale (*sources : IMF*)
- Croissance du PIB en 2025 : +3,14% (prév.)
- Le pays compte 52 milliardaires
- Taipei est la **9<sup>ème</sup> ville au monde qui abrite le plus d'ultra-riches**. (*Sources : Knight Frank*).



## Le marché touristique Taiwanais

- **23,5 millions d'habitants, avec** une fréquence moyenne de séjour à l'étranger : **2 à 4 voyages par an**. Plus de 16.85 millions de voyages étrangers ont été effectués en 2024.
- Voyage vers l'Europe : les 4 pays les plus visités post-pandémie dont la France étant la **1<sup>ème</sup>** destination en Europe, suivie par l'Italie, la Suisse et l'Europe de l'Est

Renforcer la communication sur « **Made in France** » & « **Qualité Tourisme** » et sur la marque « **Explore France** » auprès des TO/AGV, presse, influenceurs et KOL.



## Profil des voyageurs

- Un marché mature pour la destination France dont la moitié voyage en groupe (grâce à une grande expertise des TO/AGV) et l'autre moitié en individuel.
- Une **clientèle mature**, expérimentée et exigeante qui **apprécie la diversité de la France** dont les villes, les villages et les sites connus (ex : Unesco). Gastronomie, art de vivre, culture, luxe et shopping restent les thématiques les plus appréciées (dans le top 3 des **clientèles shopping** dans certaines grandes enseignes).
- Une clientèle de haute contribution cherchant l'hébergement de confort et de luxe, souvent 4\* et 5\* voir les hôtels palais; les restaurants étoilés souvent inclus.
- Cible : une clientèle aisée CSP++, office-ladies, jeunes, DINKS, hommes d'affaires, MICE.

# Notre offre et nos services

Notre offre : coût de participation **1 400 € HT\*** pour les marchés Hong Kong, Singapour et Taiwan (**présentation + 8 RDVs**)

**\*6 partenaires sont requis pour mener ce projet.**

## Programme

**16 et 17 juin  
2026**

Heure de Paris

### Webinaire

07h30-09h00

**20 mins** par exposant

### RDVs

09h10-10h10

**8 RDVs** totaux par partenaires sur toute la durée de l'évènement; soit **4 /jours**.

## Nos services comprennent

- **Assistance technique** pour l'inscription à la plateforme Vimeet et prises de RDVs avec des participants
- **Création d'animations lors des webinaires** (préparation de quizz pour faire gagner des nuitées, pass tourisme ou expériences).
- **E-mailing de promotion des webinaires** à destination des professionnels via les associations des agences de voyages
- **Rendez-vous individuels TO/AV (8 créneaux de RDVs disponibles/partenaire)**
- **Remise du fichier des agences qui auront participé au workshop**



**#ActivateurDeTourismes**

**A**TOUT  
**FR**ANCE  
[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

