



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE






*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

Belgique

2026

-  MARCHÉ BELGE
Chiffres 2025
-  CIBLE PRESSE
-  MARCHÉ DU VOYAGE ORGANISÉ LOISIRS
-  TOURISME D'AFFAIRES
-  GRAND PUBLIC & ETUDES

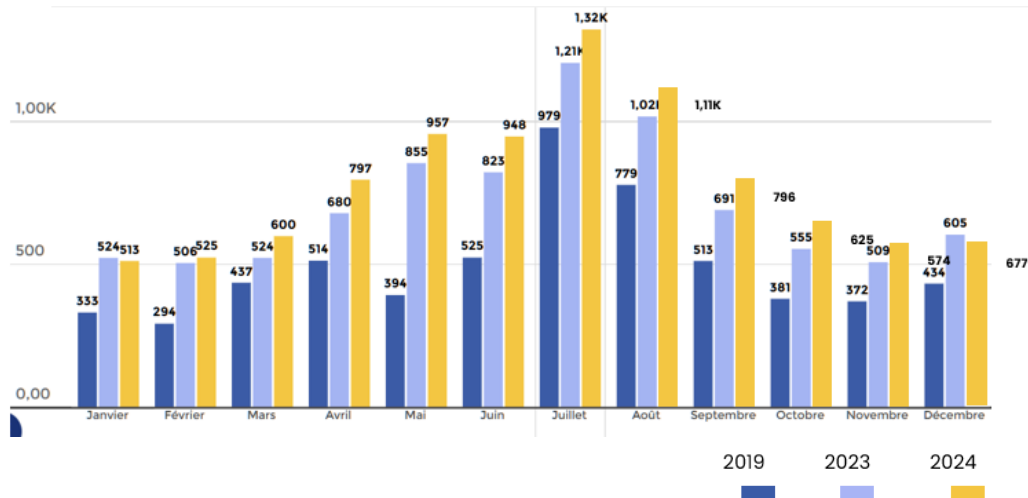
■ MARCHÉ BELGE

RECETTES TOURISTIQUES

1

9,91 milliards

les Belges représentent les recettes touristiques étrangères les plus importantes en 2024, et ce devant le Royaume-Uni (8 milliards de recettes) et l'Allemagne (7,74 milliards)

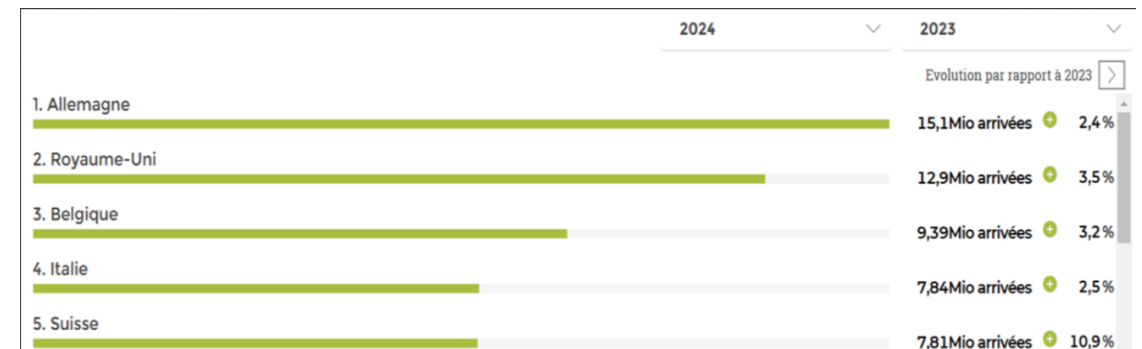


ARRIVEES

3

9,39 millions

3ème en départ pour la France avec 9,39 millions de départs en 2024, soit +3,2% comparé à 2023





CROISSANCE PIB

+1,1% DU PIB EN 2024

PROJECTION À +1,3% EN 2025

+ 0,9% SUPÉRIEUR À LA MOYENNE

EUROPÉENNE

INFLATION

INFLATION ANNUELLE

+4,3% EN 2024

+2,3% EN 2023

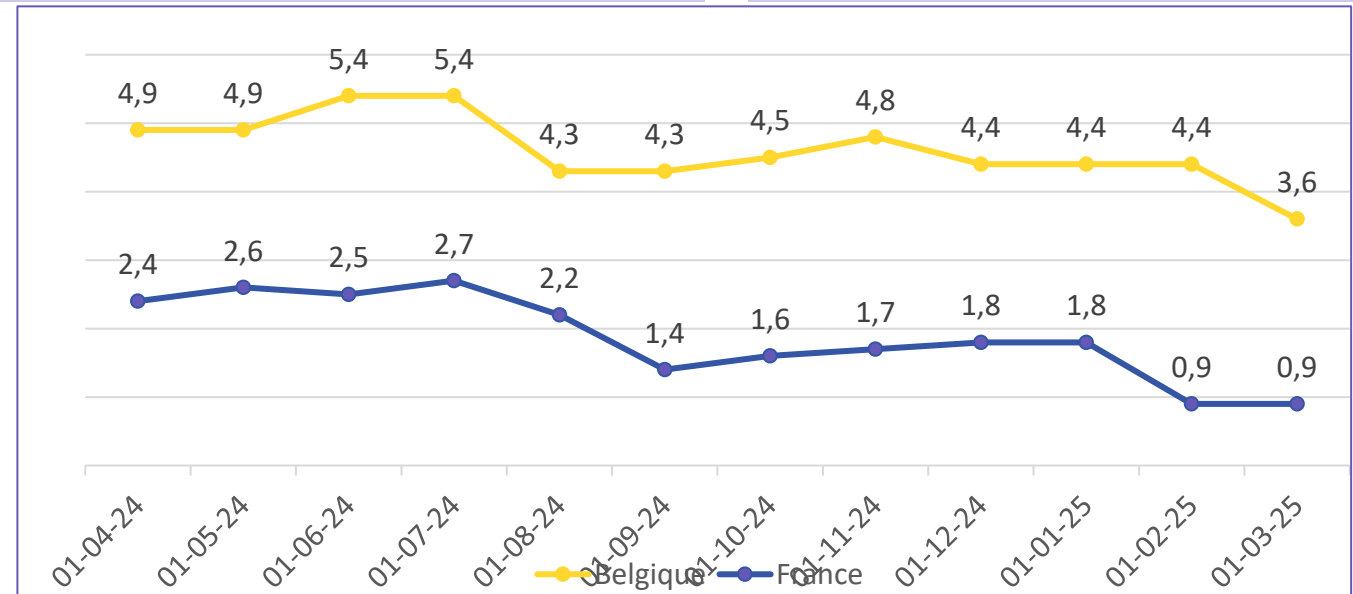
INDEXATION DES SALAIRES

DEFICIT BUDGETAIRE

GOUVERNEMENT ARIZONA

ECONOMIE DE 28 MILLIARDS

REFORMES SOCIALES





RESERVATIONS

10%

Last-minute
(maximum un mois
avant le départ)

DÉPARTS

**Impact du
calendrier
scolaire**

Avril
6% en 2024
17% en 2019

DESAISONNALISATION

**Meilleure
répartition
sur l'année**

Léger recul
Juillet (21%) et Août
(15%)

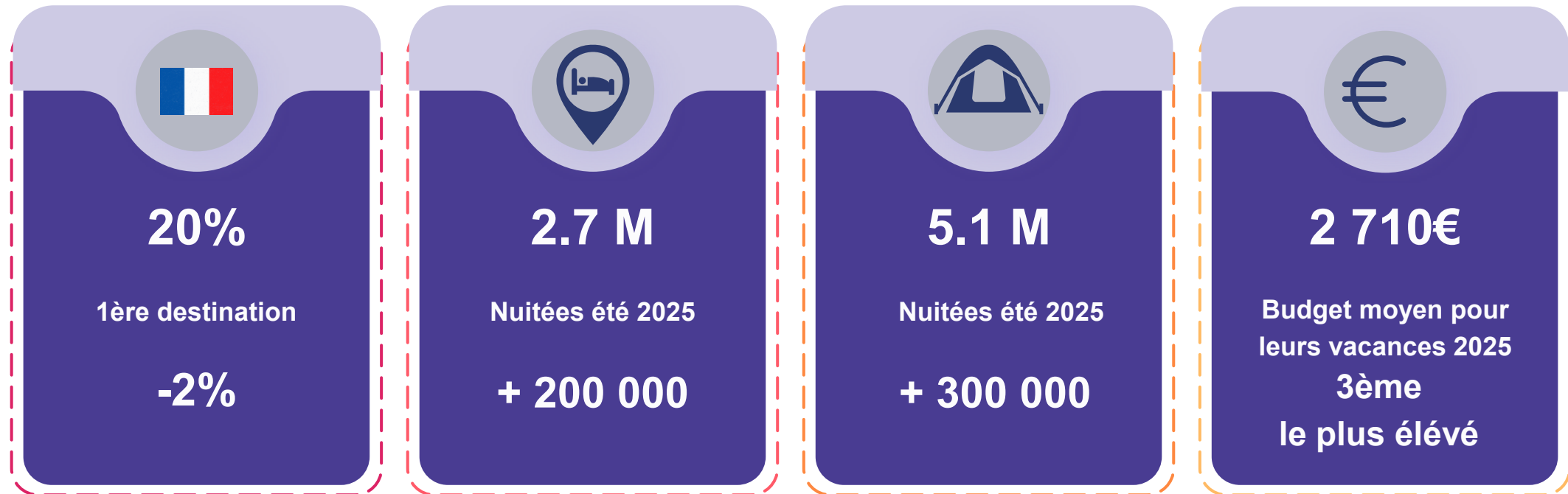
Augmentation
septembre (16%)

MOBILITE

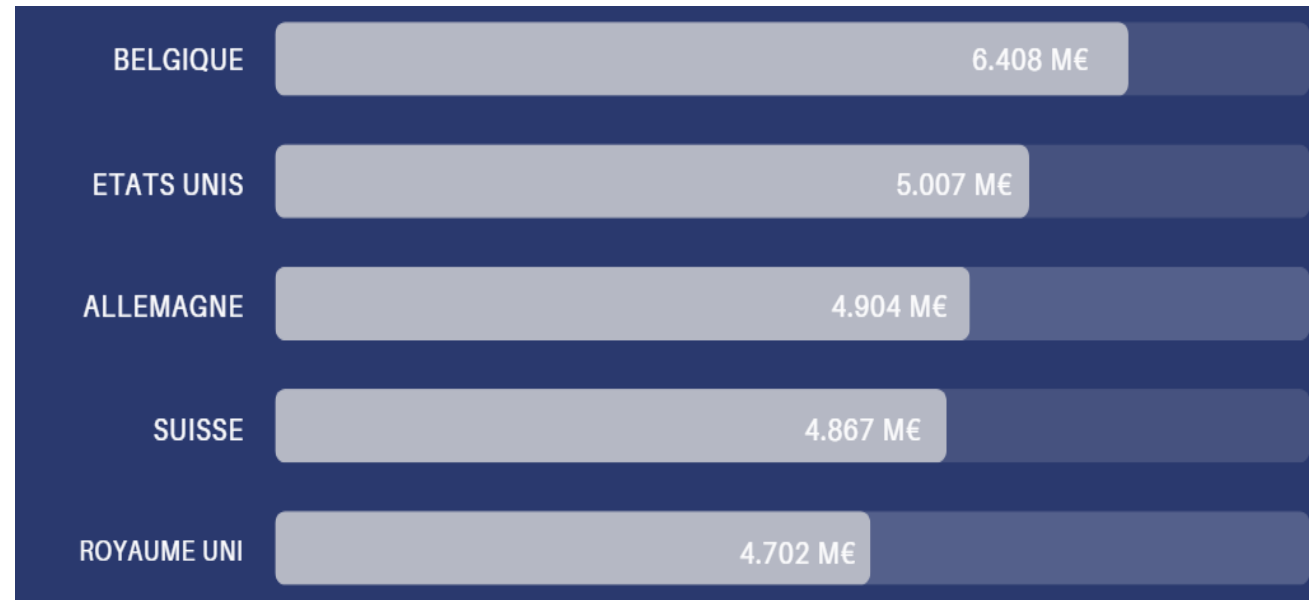
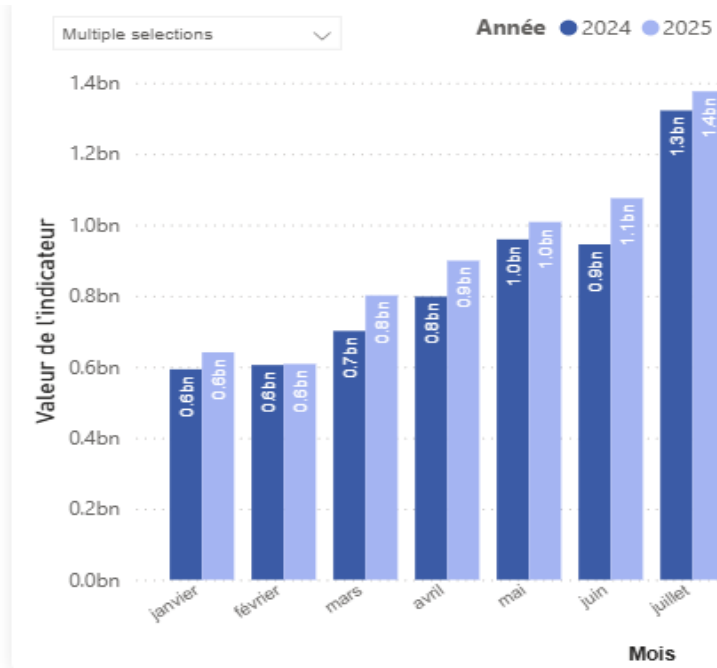


Moyen de
transport le
plus populaire
(69%) pour
partir en
vacances en
France

1er Janvier 2026 :
Voitures 100%
électriques
deductibles
fiscalement



JANVIER_JUILLET 2025





PLAN DACTIONS 2026

PRESSE



CIBLE PRESSE



CIBLE PRESSE

Objectifs

Valoriser l'offre montagne française hiver et été.

Cible

Journalistes et Influenceurs
Quotidiens, magazines, TV

Concept

Conférence et Workshop
Presse
Nombre par evenements : 20
journalistes/influenceurs



Lieu et date

Bruxelles
ETE : 26 mars
HIVER : 4 septembre

Visibilité

Espace de travail, dossier de
presse, invitation et
présentation des nouveautés

Participation

1 550 €

CIBLE PRESSE

Objectifs

présenter une offre durable

Cible

Journalistes (12)
Presse écrite majoritaire

Concept

Déjeuner durable dans un
étoilé michelin vert



Lieu et date

Bruxelles : 8 Octobre

Visibilité

Dossier de presse, invitation

Participation

1 500€

CIBLE PRESSE

Objectifs

Valoriser une destination auprès d'un large public.
Découverte sous un angle différent à velo avec un influenceur

Cible

Famille, couple

Concept

Emission TV : faire découvrir la France par Adrien, le présentateur, accompagné de personnalités/artistes belges



Lieu et date

Diffusion : juin

Visibilité

Episode 26 minutes
émission de radio 1h +
articles quotidiens

Participation

14 000 € + prise en charge
de l'équipe

► **Communiqués de presse**

450 contats néerlandophones
et 485 contacts francophones

► **Influence**

Voyage d'influence



Voyages de presse ◀

3-4 journalistes ou
individuels

**Analyse et veille
digitale de votre
destination/produits/
marque** ◀

Analyser le marché avec
précision.

PLANS D'ACTION 2026

BTB LOISIRS

LOISIRS



LOISIRS

Objectifs

Présenter une offre durable
Présentation de l'offre France en train

Cible

Agences et TO.
PARTENAIRE SNCB

Concept

RDVs fin de journée avec
walking dinner et networking
en continu du workshop



Lieu et date

Bruxelles 4 juin

Visibilité

1 espace dédié -
communication via la SNCB

Participation

à partir de 1 950 €

PLANS D' ACTIONS 2026

TOURISME D'AFFAIRES

TOURISME D'AFFAIRES

Objectifs

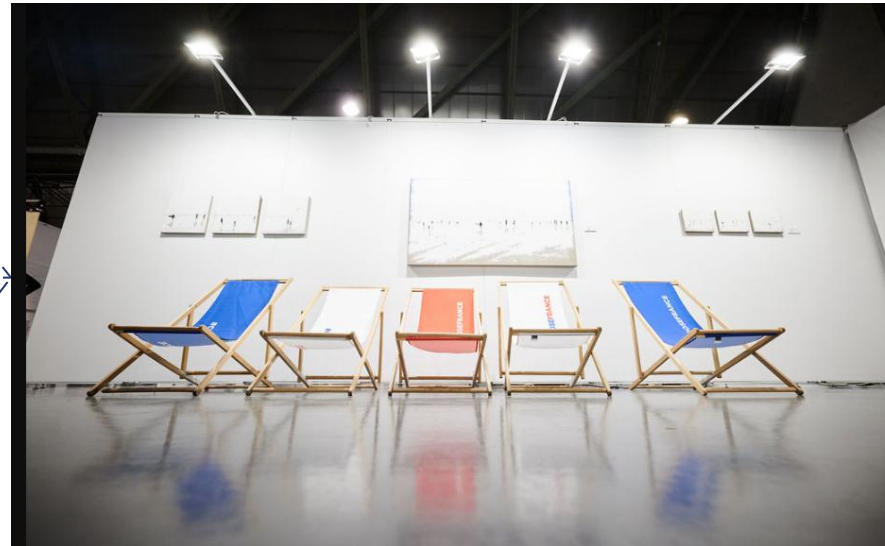
Inspirer les congrès, meetings et
incentives planners

Cible

Séminaires & incentives et
Congrès

Concept

RDVs fin de journée avec
walking dinner et networking
en continu du workshop



Lieu et date

Bruxelles CONGRES : 16 mars
Séminaires et incentives : 17 mars
Luxembourg : 18 mars

Visibilité

Table dans l'espace networking,
invitations personnalisées -
communiqué de presse et
catalogue des exposants

Participation

À partir de 2 000€

► **Enewsletter MICE**

930 séminaires et incentives
410 : congrès

► **EDUCTOUR, learning expedition, Démarchages**



Enewsletter LOISIRS ◀

921 agences Tos et
autocaristes

Analyse de la programmation ◀

Analyser le marché de loisirs
sur 984 organisateurs de
voyages

Objectifs

Promouvoir l'offre haut de gamme française auprès d'un public exclusif belge

CIBLE

Clients premium, agences haut de gamme et journalistes lifestyle

Concept

Soirée professionnelle et Walking dinner : 120 personnes (30 agences haut de gamme et 10 journalistes)



Lieu

Bruxelles

Date

23 Novembre 2026

Participation

à partir de 4000€



PLANS D' ACTIONS 2026

Grand Public

ETUDES

SITE EXPLORE FRANCE

3ème en terme d'utilisateurs actifs
d'octobre 2024 à Octobre 2025



**+1,2 M d'utilisateurs
actifs belges**

RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK - octobre 2025



**19044 belges NL et 17535
belges FR followers**

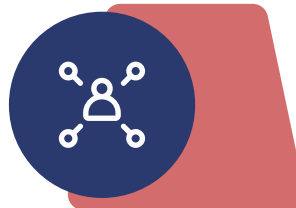
**BASE DE DONNÉES
NEWSLETTER**

33% en moyenne de taux d'ouverture



60K
envois

Campagnes de
notoriété ▶



◀ Campagnes
thématiques



Campagnes par
communauté ▶



◀ Campagnes de conversion



▶ **ANALYSE 360**

Mieux comprendre pour mieux accompagner le développement d'une destination ou d'une thématique, afin de rendre nos actions plus efficaces.

Besoins et attentes des acteurs professionnels locaux (B2B & presse)

▶ **POST TEST DE CAMPAGNES**

ETUDES sur les visuels, la tagline, les medias...

▶ **ETUDE DE POSITIONNEMENT**

Etudes qualitatives ou quantitatives sur les cibles belges Fr ou NL



PLAN D' ACTIONS 2026

CONTACTS





Fabienne Javault
Directrice régionale
BENELUX



Daniela Jorge Rouault
Directrice adjointe
BELUX



Annemie Decommer
Responsable presse et RP



Gisèle Jamin
Responsable Promotion
BtoB Loisirs & MICE et
Événementiels

