

Le marché australien

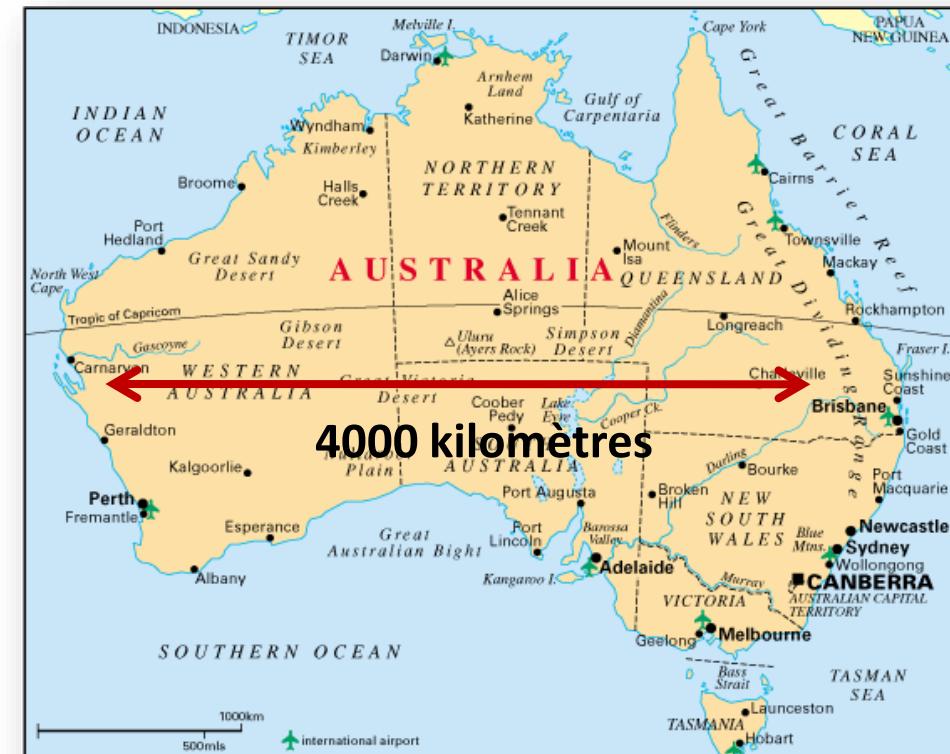
Etat des lieux – Septembre 2025



Données Géographiques

Population australienne 2025 : 27.5 millions

14 fois la France



Source

ABS

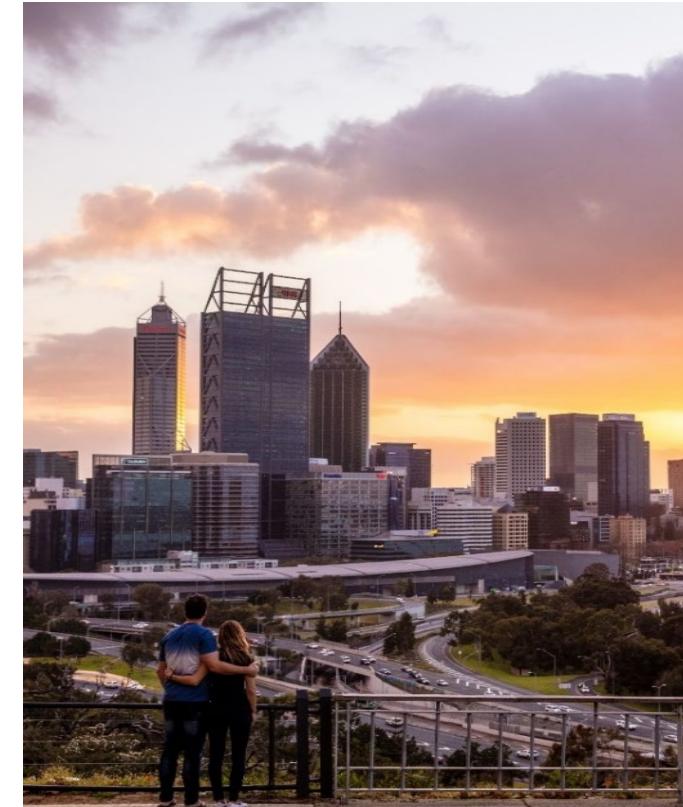
Contexte économique

Une économie résiliente dans un climat économique, géopolitique et financier tendu

- Prévision Taux de croissance 2025 : **+ 1.8%** (+1.1 % en 2024)
- Économie notée **AAA**
- **12ème** économie mondiale
- PIB/habitant : **67.980 USD\$** (49.530 USD\$ en France)
- Taux de chômage : **4.2%** (Juillet 2025)
- **Stabilité** du dollar AUD (AUD\$)
- Inflation à **2.1%** en 2025 (3.3% en 2024)
- Tarifs douaniers américains à **10%**

MAIS :

Ralentissement de l'économie dû à une **baisse de la consommation**, à **l'endettement** des ménages suite aux **hausses consécutives** des taux d'intérêt directeurs, la hausse des coûts de la vie et de l'inflation.



Copyright : Tourism Australia

Sources

KPMG, Deloitte, FMI, ABS, SMH, FitchRating, RBA, Reuters

Tourisme à l'export

- **11.6 millions** de départs internationaux en 2024 (11.3 millions en 2019)
- Prévision de **12.3 millions** en 2025
- **14 millions** de passeports
- **6.2 millions** d'Australiens en Europe
- Motivation de voyage: **57%** pour vacances / **6.4 Millions** de Séjours
- **Profils vers l'étrangers:**
 - **28%** des 18-35 ans, puis **23%** des 35-50 ans
 - **35%** en couple, 20% en famille et 17% en solo
- Durée de séjour : **14 jours**
- Dépenses: **30 milliards EUR** de dépenses à l'étranger (40 milliards EUR en 2019)
- Bassins émetteurs principaux:
 - Nouvelle Galles du Sud NSW – Sydney (34%)
 - Victoria – Melbourne (28%)
 - Queensland – Brisbane (18%)

Source

ABS, TRA, Euromonitor, ETC, Budget Direct



- **Classement destinations concurrentes en volume:**
 - Indonésie (Bali)
 - Nouvelle-Zélande
 - Japon
 - Thaïlande
 - USA

Évolution des retours des Australiens de l'étranger 2014-2024

Niveaux supérieurs en période prépandémie



Source : ABS <https://www.abs.gov.au/statistics/industry/tourism-and-transport/overseas-arrivals-and-departures-australia/jun-2025>

- **Taux de départ en général:**

- **78%** Australiens prendront 3 périodes de vacances ou plus en 2025, selon Amex
- **34%** des Australiens iront à l'étranger pour leurs vacances, en hausse de +5% par rapport a 2024, selon Amex
- Pour l'été 2025, Intérêt accru pour les voyages long-courriers cet été, passant de 59 % en 2024 **à 65 %** aujourd'hui, selon ETC.
- **+15%** des Australiens ont pris des vacances a l'étrangers en ce début 2025 par rapport a 2024, selon CATO, la Fédération des tour-opérateurs Australiens.
- **-6%** vers les US en avril pour les Australiens, selon travelandtourworld.com

- **Taux de départ vers l'Europe:**

- L'Europe domine **le top 10** des destinations les plus populaires pour les intentions de voyage des Australiens cette année.
- **40%** ont l'intention de voyager en Europe cette année selon une étude ETC, soit +3% par rapport à 2024 et un des seuls marchés intention de voyager en Europe cette année selon une étude ETC, **soit +3%** par rapport a 2024 et un des seuls marchés majeurs avec la Chine.
- **1 à 2 semaines** de séjours en Europe pour la majorité des voyageurs (59 %).
- **Intérêt pour les voyages pré-saison** en mai et juin en Europe, passant de 24 % en 2024 à 34 % en 2025.

- **Baromètres France:**

- **France en Top 4** des destinations les plus populaires en 2025 a 16% d'intention, après les USA (23%), Canada (19%), Japon (18%) et suivi de l'Italie (15%).

- **Reservation des séjours:**

- **62%** réservent plus de 6 mois en avance pour les vacances d' été et les vacances de Ski
- Housse d' **env. 30%** en Moyenne des séjours hors saison selon Deloitte

- **Les dépenses:**

- **+27%** d'augmentation du cout moyen d'un séjour à l' étranger, à près de 6000 AUD (env. 4000 €)
- Les voyages ont une priorité absolue pour les dépenses non-essentielles selon une étude de Tourism & Transport Forum (TTF)
- **43 %** des Australiens prévoient de dépenser davantage en voyages en 2025

- **Nouvelles motivations de voyages:**

- Engouement pour les croisières: **1.25 Million** d'Australiens ont fait une croisière
- **20%** voyagent pour des événements sportifs ou grands concerts, selon Amex
- Voyage solo en hausse
- 58% recherchent des voyages gastronomiques et des nouvelles expériences
- Selon Skyscanner, les Australiens sont influencés par une destination via ces facteurs:
 - La météo (66 %)
 - Les attractions (65 %),
 - La gastronomie (63 %)
 - La culture (59 %)

- **75 %** des Australiens souhaitent voyager de manière plus durable au cours des 12 prochains mois
- **57%** des Australiens sont plus conscients des questions de durabilité et communautés locales lors de leur voyage, selon une étude booking.com
- **37 %** des voyageurs australiens en 2024 ont déclaré avoir payé un supplément pour des compensations carbone ou avoir choisi des hébergements éco-certifiés (contre 18% en 2019)
- **28%** des Australiens veulent voyager avec un but personnel intentionnel
- **16%** ont l'intention de voyager dans des endroits inconnus peu fréquentés

Sources : Travel Bulletin, Pure Profile, booking.com,
TTF

Données générales

Les Atouts du marché vs les freins du marché

Les Atouts du marché

- Saisonnalité linéaire
- Longue durée de séjour
- 4 semaines de congés payés
- Panier moyen/jour
- Image et attractivité forte de la France
- Paris, capitale préférée des Australiens
- Bonne répartition dans l'espace
- Forte appétence gastronomie et vin
- Tourisme de mémoire
- Ligne directe avec Qantas
- Marché fortement intermédiaisé
- 14 millions de Passeports

Les freins du marché

- Situation géopolitique mondiale
- Voyage cher, même si baisse des couts de l'aérien
- Les finances des ménages
- L'impact du long voyage et l'empreinte carbone
- Parité dollar légèrement affaiblie
- La perception de couts élevés

Pres de 7 millions de touristes australiens en 2024, avec prévision de croissance de pres de 7% / 2023

Australia market share summary

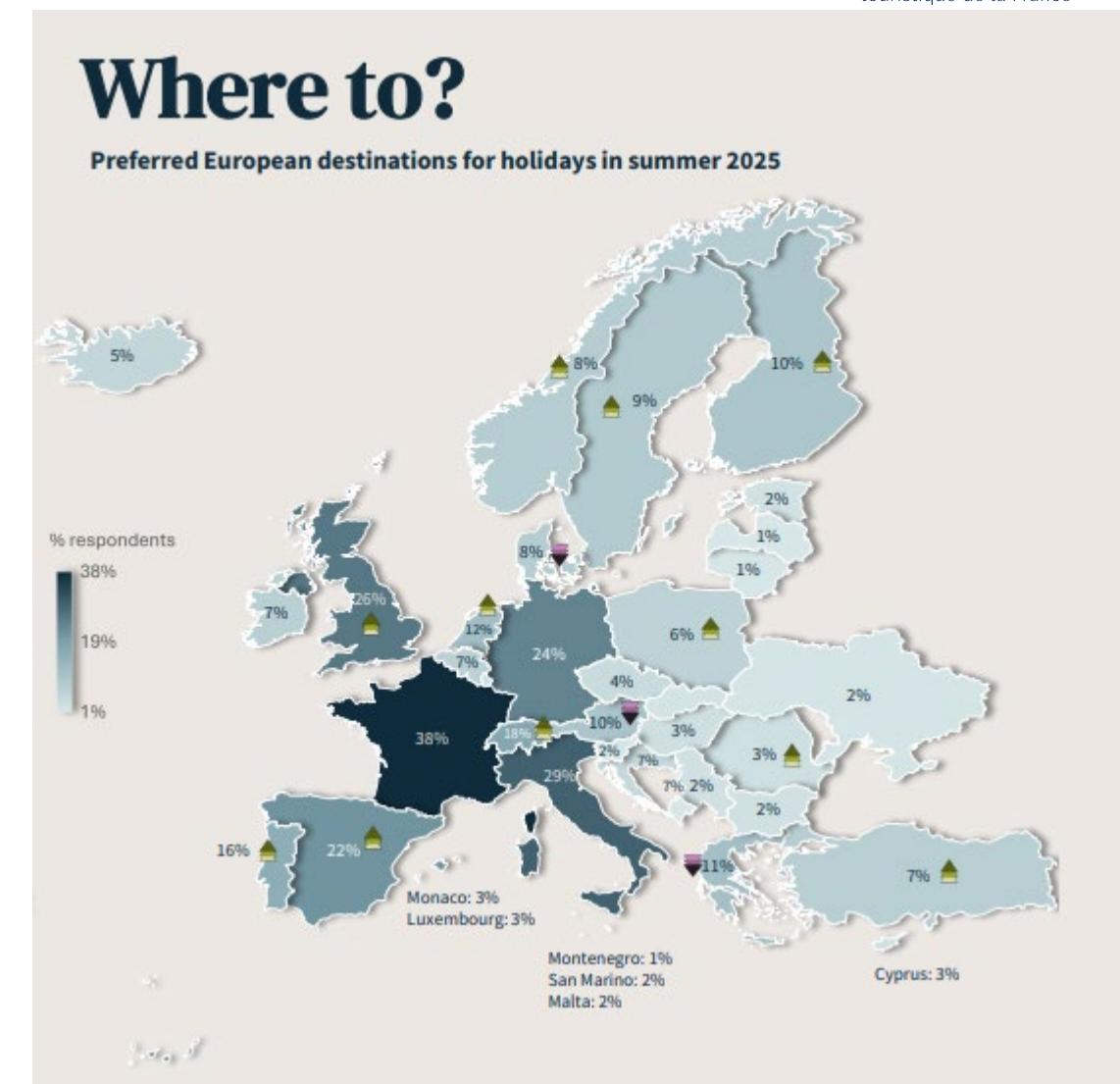
	2024		Growth (2024-29)			Growth (2019-24)	
	000s	Share**	Annual average	Cumulative growth*	Share 2029**	Cumulative growth*	Share 2019**
Total outbound travel	20,232	-	6.7%	38.4%	-	7.6%	-
Long haul	19,416	96.0%	6.6%	37.5%	95.3%	7.0%	96.5%
Short haul	816	4.0%	9.8%	59.9%	4.7%	22.7%	3.5%
Travel to Europe	6,946	34.3%	3.8%	20.7%	30.0%	13.7%	32.5%
European Union	835	4.1%	51.4%	694.4%	23.7%	-83.3%	26.5%
Northern Europe	1,848	9.1%	1.9%	9.7%	7.2%	16.9%	8.4%
Western Europe	1,851	9.1%	3.0%	15.9%	7.7%	7.3%	9.2%
Southern Europe	2,757	13.6%	5.4%	30.1%	12.8%	19.7%	12.2%
Central/Eastern Europe	490	2.4%	5.0%	27.7%	2.2%	-1.7%	2.6%

*Shows cumulative change over the relevant time period indicated. 2019-24 includes COVID-19 pandemic related declines.

**Shares are expressed as % of total outbound travel

Source: Tourism Economics

- **3.7 pays** visités en Moyenne lors d'un séjour en Europe, avec la France comme préférence pour **38%** d'entre eux.
- **53%** de nouveaux clients contre **47%** de repeaters



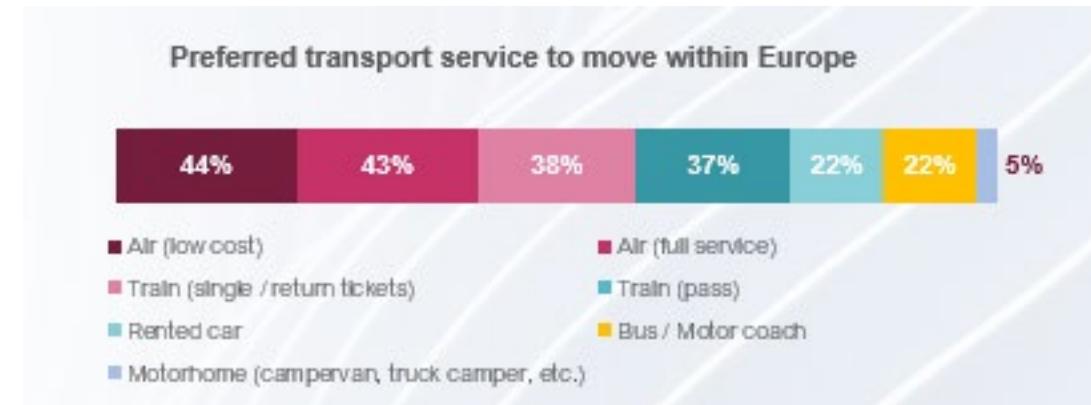
Europe: Données générales

Motivations de voyages et moyen de transport en Europe

La culture en 1ère position



Plusieurs moyens de transport privilégiés



France: Données générales

Destination France : Une place essentielle en 2024

Arrivées en France des Australiens

- 435 000 (536 000 en 2019 selon Oxfords Economics)
- Prévisions de 630 000 arrivées en 2030
- +30% de fréquentation en plus cet été
- Prévision à +15% d'arrivée en France pour toute l'année

Nuitées des Australiens

- 1 166 700 nuitées en 2024
- Prévision de 1 728 790 nuitées en 2030

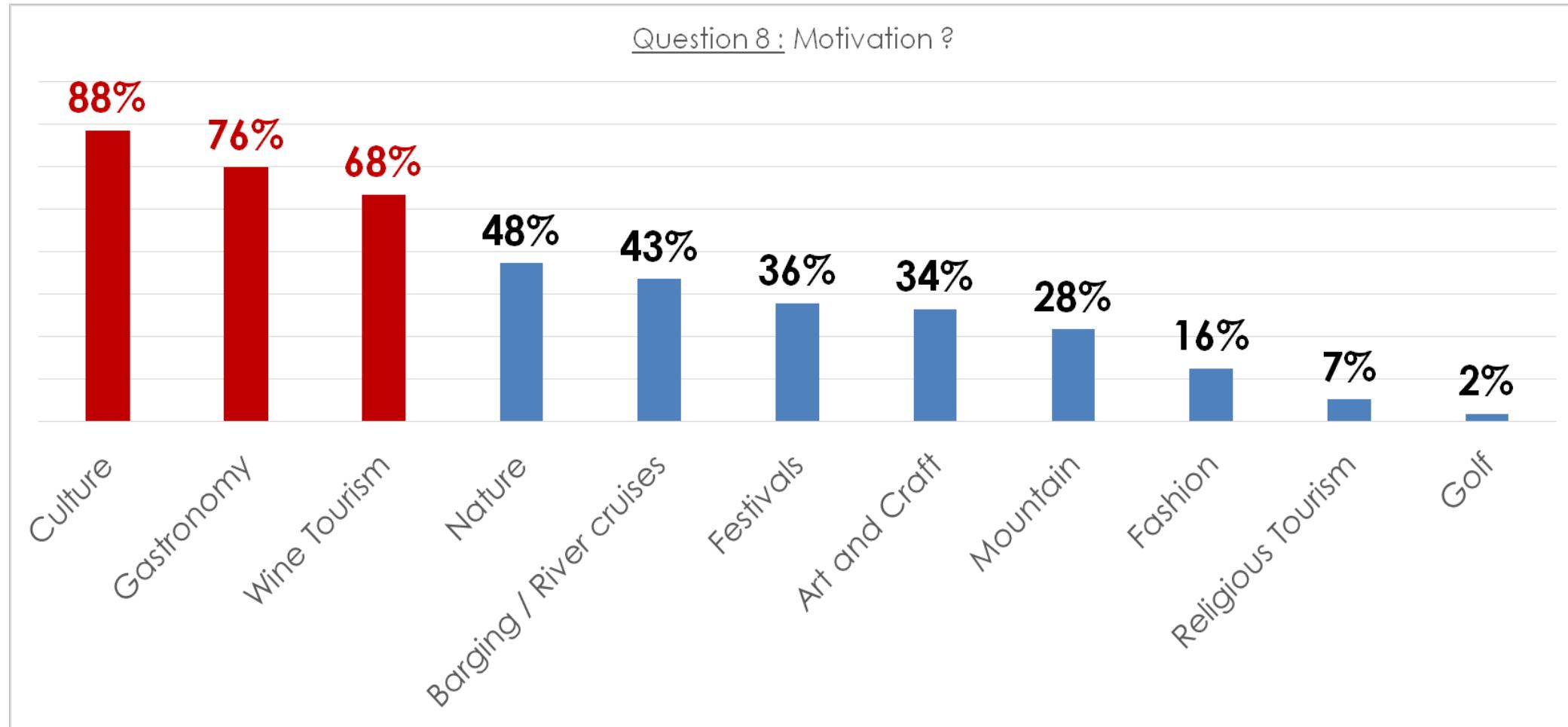
Dépenses des Australiens

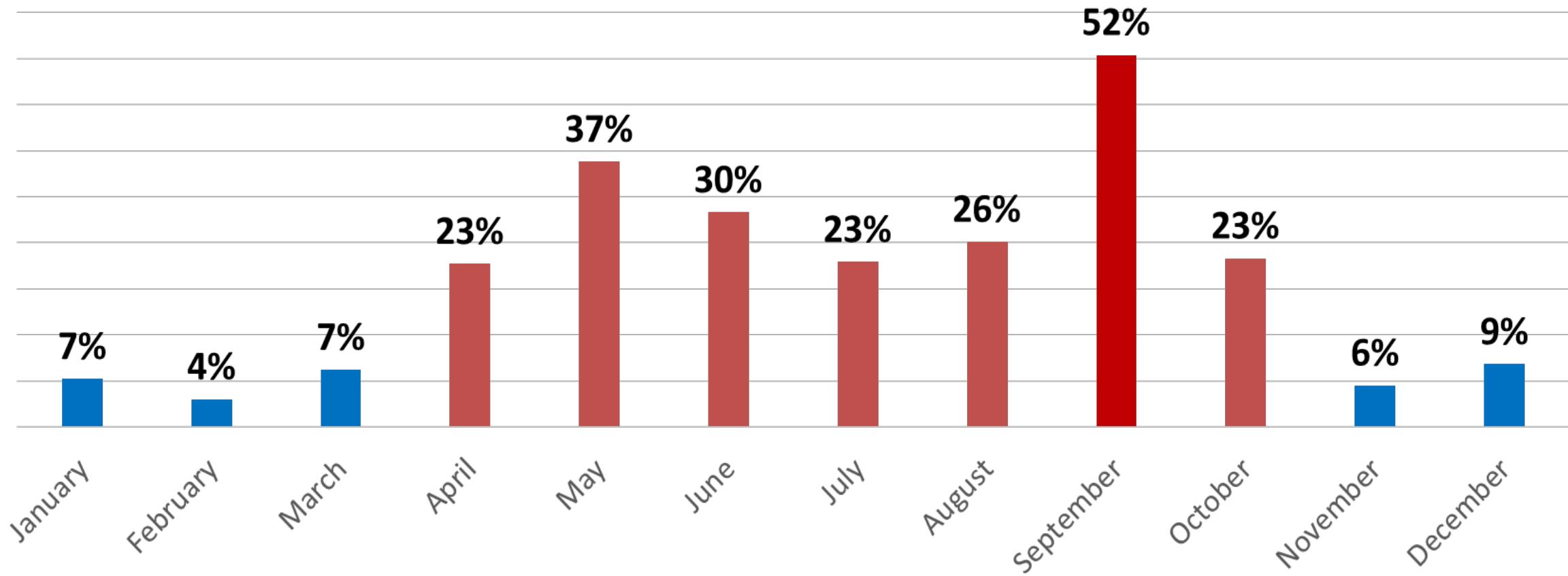
- 1 580 000 000 USD en 2024
- Prévision de 2 820 000 000 USD en 2030

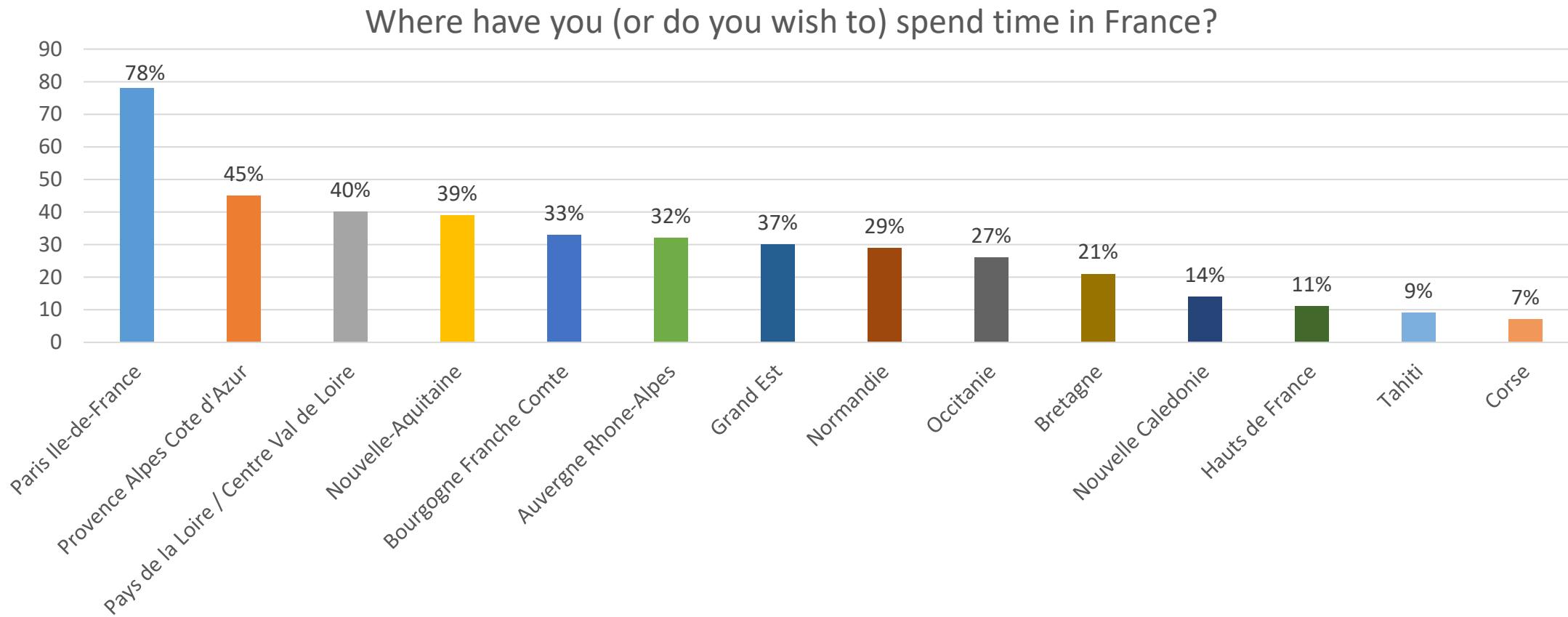


Copyright : Qantas

Source: Oxfords Economics, Forwardskeys







- Âge : Millenials, Dinks, seniors actifs
- CSP+
- Indépendants ou petits groupes
- Repeaters
- Itinéraires hors des sentiers Battus
- Réservations via agent de voyage : 70 à 80%
- Moins de clientèle affaires, plus de clientèle loisirs
- Nouveau: tendance au voyage solo ou bien voyage multi-générationnel



RAIL EUROPE

Top Destination Européenne pour les Australiens:

- France
- Grande Bretagne
- Italie
- Espagne
- Allemagne
- Suisse



Copyright : Courtesy Siemens AG

Meilleure route :

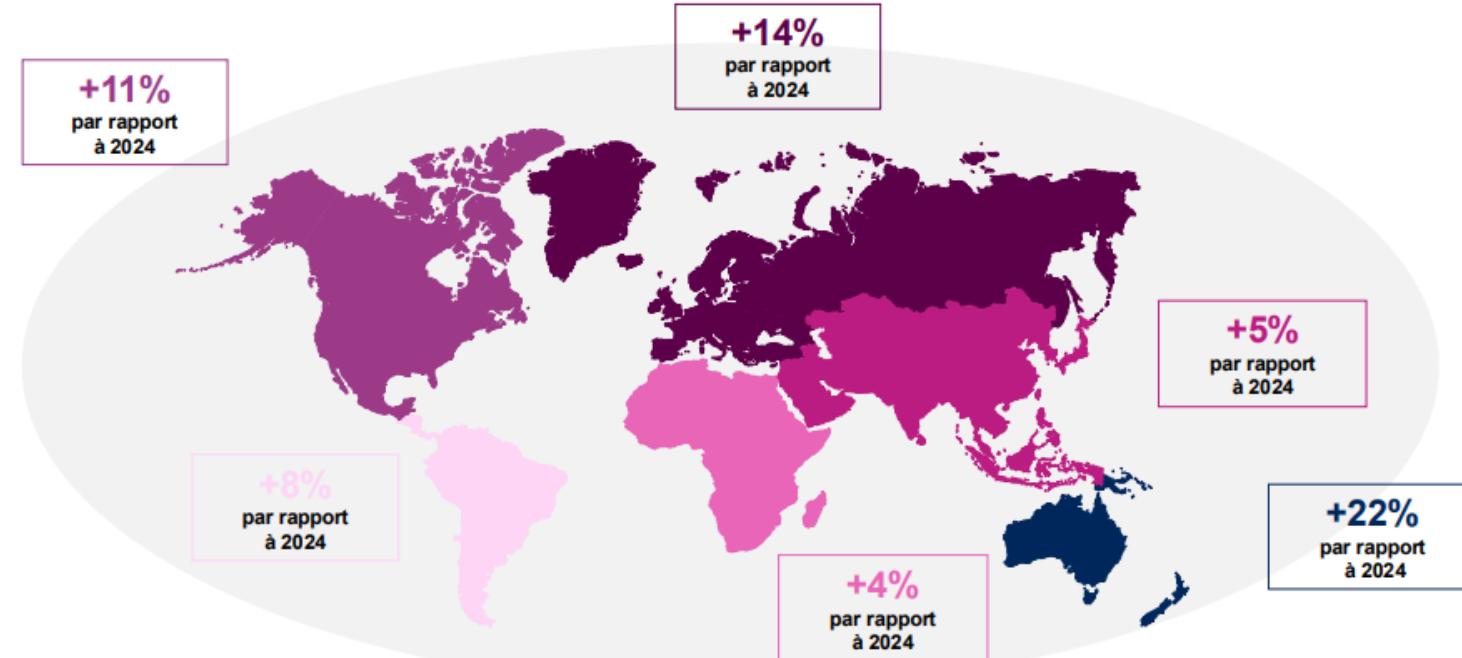
- Eurostar Londres – Paris



Paris Region

Prévisions des réservations aériennes par continent

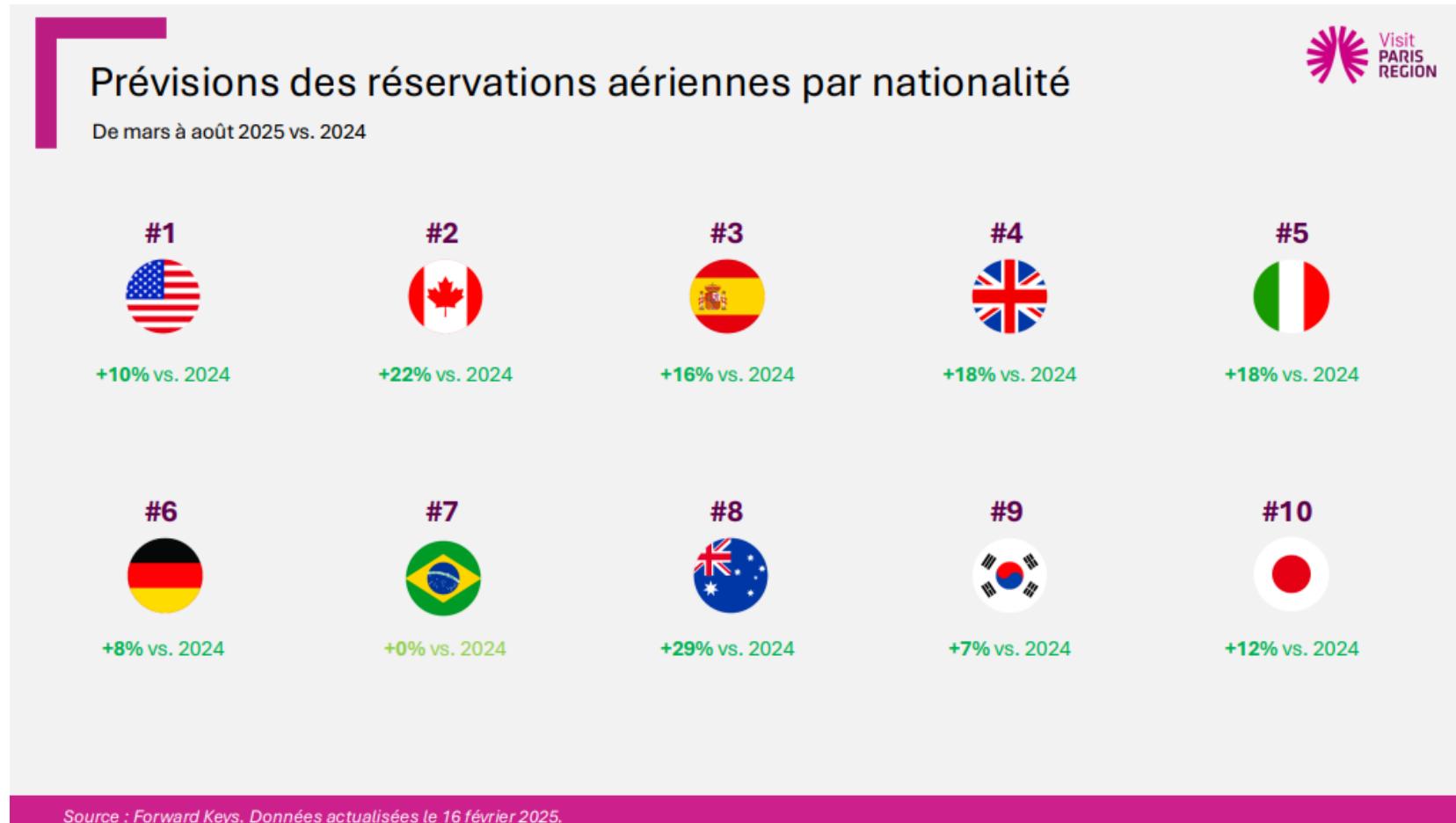
De mars à août 2025 vs. 2024



Source : Forward Keys. Données actualisées le 16 février 2025.

Source: Chiffres clés, Choose Paris

Paris Region



Source: Chiffres clés, Choose Paris

Côte d'Azur France


 CÔTE d'AZUR
FRANCE

Source: Côte d'Azur France

Principaux marchés moyenne 2023	Séjours (en milliers)	%	donc en hôtels/résid. (en milliers)	%
1 Italie	936	15,8	324	13,0
2 Grande-Bretagne/Irlande	922	15,5	387	15,6
3 États-Unis	569	9,6	321	12,9
4 Europe de l'Est hors Russie	497	8,4	212	8,5
5 Allemagne	468	7,9	175	7,0
6 Scandinavie	350	5,9	126	5,1
7 Espagne	302	5,1	114	4,6
8 Suisse	254	4,3	118	4,7
9 Belgique/Luxembourg	217	3,7	68	2,7
10 Pays-Bas	183	3,1	69	2,8
11 Afrique	183	3,1	37	1,5
12 Amérique latine	146	2,5	90	3,6
13 Russie	135	2,3	58	2,3
14 Proche et Moyen-Orient	128	2,2	72	2,9
15 Asie hors Japon/Chine	125	2,1	63	2,5
16 Canada	102	1,7	48	1,9
17 Océanie	94	1,6	54	2,2
18 Autriche	76	1,3	36	1,4
19 Chine	64	1,1	34	1,4
20 Portugal	63	1,1	26	1,0
21 Turquie	43	0,7	20	0,8
22 Japon	38	0,6	18	0,7
23 Grèce	35	0,6	15	0,6
TOTAL	5 930		2 485	

- Australie: **4 ème** pays dans le classement, meilleurs JO de l'histoire, **1er pays** per capita
- **19.5 millions** de téléspectateurs Australiens de la TV accréditée Paris 2024 Channel 9 (13.5 millions pour les jeux de Tokyo)
- **10-15%** de visiteurs en plus dans les 10 prochaines années à Paris et en France, selon **The Paris 2024 Legacy Report**
- **25%** augmentation des réservations internationales à destination de Paris pour l'année suivant les Jeux, selon Kantar Media

Enquête de l'OTA Luxury Escapes en 2024 auprès de 4000 Australiens

- 72% souhaitent entreprendre 2 voyages de luxe par an
- \$8,000 dépenses Moyenne par séjour
- 88% veulent voyage a l'étranger
- Motivations de voyage:
 - Nouvelles expériences
 - Relaxation
 - Découvertes de différentes cultures
 - Rencontres de Nouvelles personnes
 - “Revenge travel”
- Type de voyage: 58% gastronomie/ 36% wellness/ 34% multi-générationnel/23% durable



Top 5 des destinations préférées selon Virtuoso

Top Global Destinations

1. Italy
2. Greece
3. France
4. Croatia
5. England

Top 5 des villes préférées selon Virtuoso

Top Cities

1. Paris
2. Rome
3. Barcelona
4. London
5. Tokyo

Zoom sur l'aérien en Australie

Le trafic aérien vers la France

- Les principaux aéroports sont:
 - Sydney
 - Melbourne
 - Brisbane
- Les principales compagnies aériennes:
 - Qantas
 - Jetstar
 - Singapore Airlines
 - Air New Zealand
 - Emirates
 - Virgin Australia – Qatar Airways

Nouvelle ligne directe QANTAS Perth – Paris, depuis Juillet 2024, avec espoir de 75.000 voyageurs/an et codeshare avec Air France

Turkish Airline confirme 23 vols par semaine vers l'Australie, devenant ainsi la première compagnie européenne à rejoindre l'Europe en vol direct, via Istanbul.

Taux de remplissage des avions @ 80%

Codeshare entre la compagnie Virgin Australia et Qatar va booster les ventes.

Malaysia Airlines a re-ouvert sa ligne Kuala Lumpur – Paris, un grand boost pour les voyageurs en provenance d'Australie

Sources : Statistica, ABS, Travel Bulletin, the Guardian, the Australian, Finder, bitre, corporatetraveller.com.au

Zoom sur le secteur du ski

Le marché du ski en Australie

- **Le nombre de skieurs:**

- 2022: 2.594 Millions
- 2023: 1.927 Millions
- 2024: 1.686 Millions



- **Les pass/ Estimation:**

- EPIC Pass (145.000 Australiens) pour l'une des plus grande station Perisher
- IKON Pass pour l'une des plus grande station Thredbo

- **Impact climatique:**

- De 1954 à 2012 -> -30% de la surface enneigée
- Réduction des jours enneigés de 17 a 28% selon les stations

Sources <https://www.exploretravel.com.au/story/8751136/more-aussies-ski-overseas-as-local-snow-seasons-decline/>, <https://asaa.org.au/statistics/>, <https://www.comparethemarket.com.au/travel-insurance/features/best-destinations-for-a-ski-trip/>, <https://www.snowskool.com/blog/how-to-become-a-ski-instructor-in-australia>

Zoom sur le secteur du ski

Le fort potentiel des skieurs Australiens à l'étranger

- **Ranking des destinations:**

1. Japan
2. Canada
3. Europe

- **51 %** des Australiens ont déjà passé des vacances au ski, et parmi eux, 80% souhaitent se rendre à l'étranger, selon une étude Club Med

Etude Compare the Market

- **5 Australiens sur 6** sont fatigués de skier en Australie

- Les skieurs australiens sont intéressés par leurs prochains voyages à l'étranger, en **Amérique/Canada, au Japon et en Europe.**

- La tendance actuelle chez les skieurs et snowboardeurs australiens est de privilégier **des séjours plus longs à l'étranger** pour le ski, et des séjours plus courts en Australie.

- **Les tarifs moyens journaliers du pass ski, avec le pass en France un des moins cher:**



Australie/ Threbo	USA/Aspens	Japon/ Hakuba	France/ Val-d'Isère
80 euros	138 euros	20 euros	40 Euros

Sources : Compare the Market survey <https://karryon.com.au/industry-news/destination/au-top-international-snowsports-destination/>, <https://www.snowsbest.com/survey-reveals-aussies-ski-travel-habits/>

- La taille du marché australien du MICE a **14,6 milliards USD** en 2023.
- Prévision à **42,8 milliards USD** d'ici 2032, soit + de 11,50 % par an de 2024-2032.
- **8 sur 10 organisateurs d' événements (81 %)** en Australie et en Nouvelle-Zélande prévoient d'augmenter leur volume total d'événements en 2025, contre 68 % en 2024:
 - + 57% d'augmentation d' événements en présentiel
 - + 56% de webinaire
 - + 54% événements virtuels
 - + 45% d' événements hybrides
- Voyager a l' étranger:
 - 5.5% en voyage d'affaires
 - 2.2% pour une convention/ conférence
 - Durée des voyages d'affaires a l' étranger: 8 jours
 - 600.000 séjours Business / an en moyenne a l'étranger

- **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 à l'étranger:
 - Australie (1.37 million)
 - UK (265,000)
 - Asie
- Estimation entre **100.000 à 150.000 Néo-Zélandais** en France chaque année



- Distribution diversifiée, flexible et dynamique
- Mélange d'acteurs traditionnels et nouveaux acteurs numériques
- Tendance vers l'ultra personnalisation des services (croissance des acteurs indépendants « travel Designers »)
- Regulation favorisant la concurrence
- La structure du marché : complexe et multifacette
Voici une vue d'ensemble.

Mobile / Home-Based Travel Advisors in Network

Mobile / Home-Based Travel Advisors

Independent

Travel Agency Brick & mortar Multi Location

Travel Agency Brick & mortar Single Location

Hybrid Online Travel Agency

Online Travel Agency

Tour Operator – Global

Tour Operator – Sea Cruises

Tour Operator – River Cruises

Tour Operator – Specialised (destination)

Tour Operator – Specialised (client)

Tour Operator – Specialised (theme tour)

Accommodation Group / Chain

Business Events Travel Agency

Wholesaler, majoritairement B2B mais

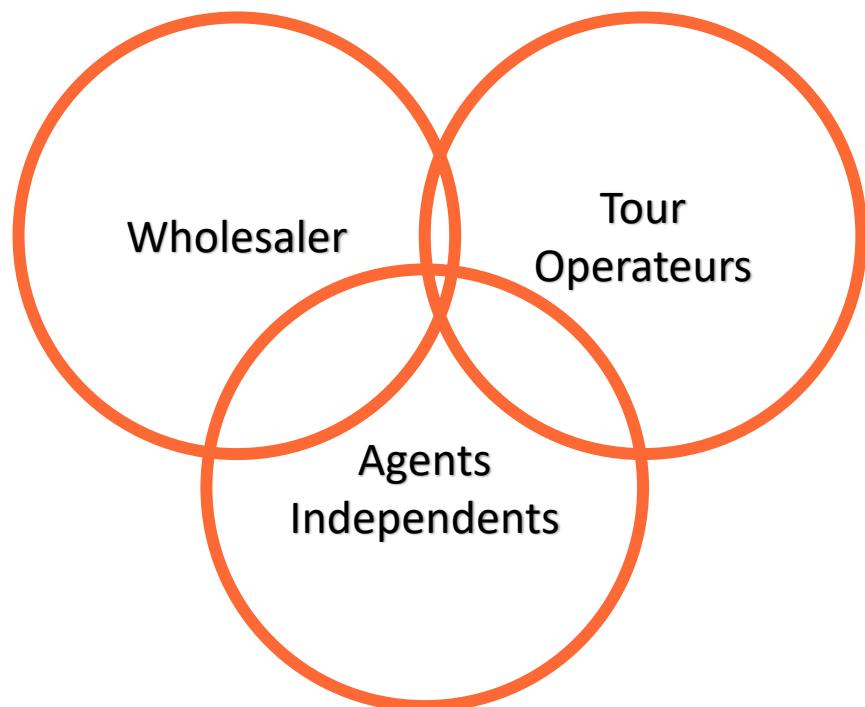
parfois B2C

Site internet metasearch

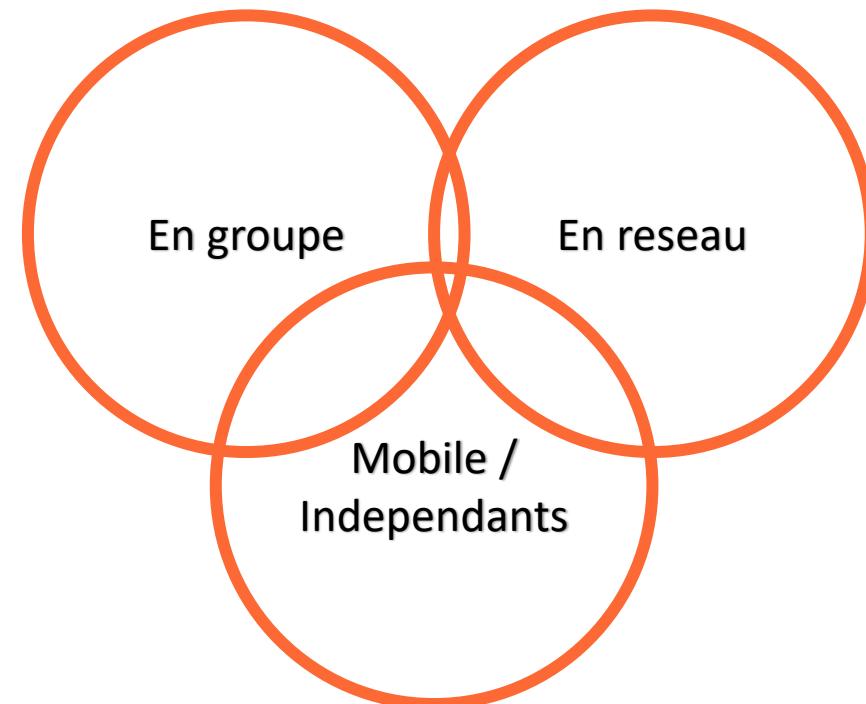
Location de propriétés de vacances en direct

- Il existe pour le consommateur pléthore de points de contact : les frontières entre les ventes B2B et B2C sont floues.
- Les frontières entre les profils acheteurs / vendeurs sont relativement floues car chacun peut vendre B2B ou B2C.
- L'avantage de ce modèle est qu'il offre aux voyageurs l'opportunité d'une personnalisation accrue de l'offre.

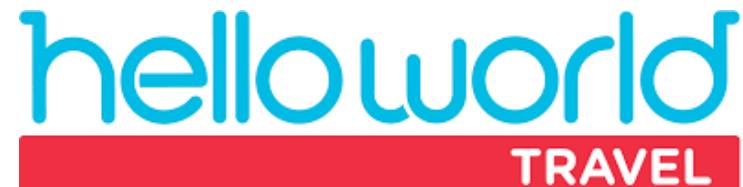
Les acteurs :



Leur organisation :



Les grands groupes et agences :



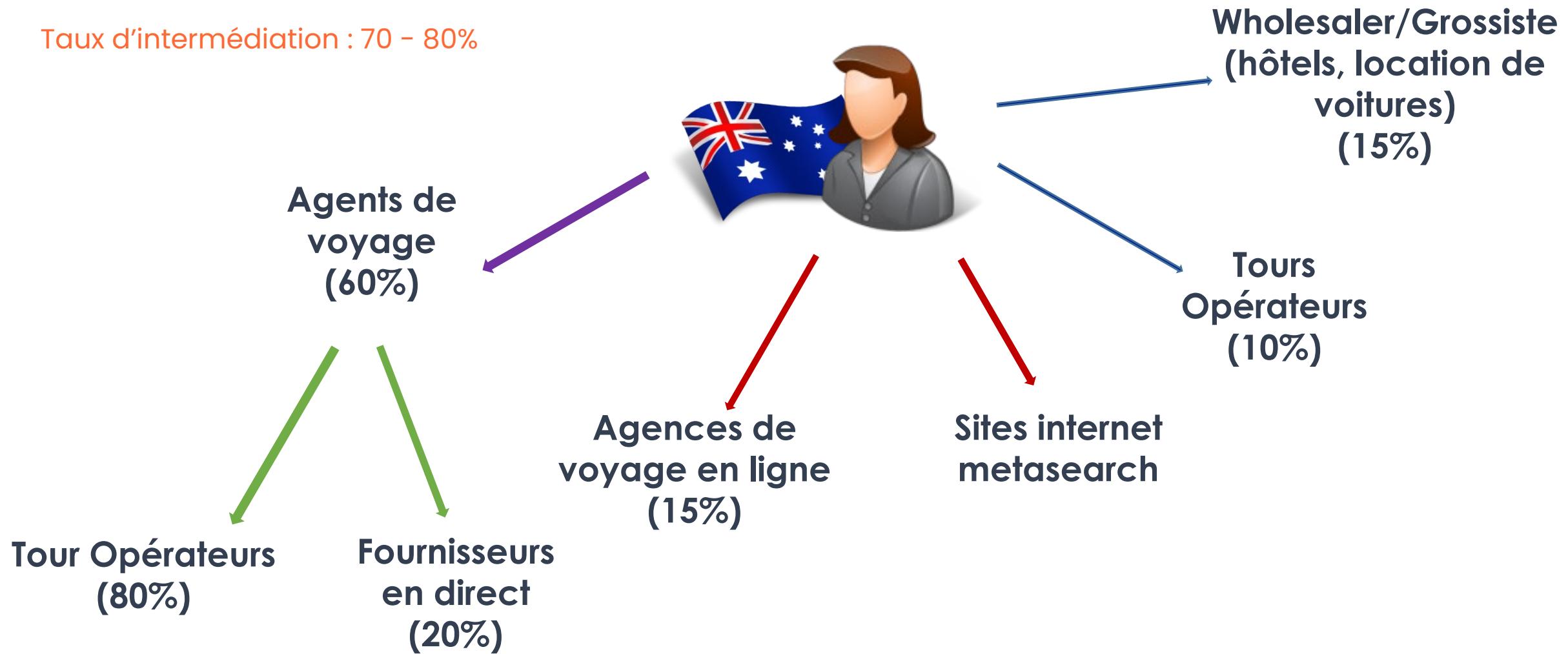
SPENCER TRAVEL
above & beyond
a Division of Spencer Group of Companies Pty Ltd



Les Réseaux



Taux d'intermédiation : 70 - 80%



La réservation en Australie

- Réservation du client est de **128 jours** en moyenne en avance
- Raisons de réserver via un agent de voyage ou un tour-opérateurs:
 - Expertise et connaissances
 - Leur service personnalisé et adapté aux besoins des voyageurs
 - L'assistance en cas de problèmes
 - Gain de temps
 - Perception des voyageurs vis à vis des agents ayant accès à des offres qu'ils n'auraient pas eux-même à disposition
 - La demande d'itinéraires complexes (les Australiens voyagent en moyenne dans 3 pays d'Europe, incluant la France) ou de niche (voyage thématique Sport, Art, Architecture etc)
 - La barrière de la langue
- Montée en puissance des OTA (Klook, Wotif, TripAdeal, etc) et des sites de réservation des agents de voyages en ligne (Flight Centre, Helloworld Travel, Inspiring Vacations, Intrepid)

Source: Atout France, Flight Centre



- \$2.0 billion de revenue en 2023
- Les 3 premières OTA en chiffre d'affaire:
 - Expedia
 - Booking
 - Webjet
- Principaux produits réservés:
 - 65% hébergements
 - 24% vols

Industry Revenue

Total value and annual change from 2011-2029. Includes 5-year outlook.



Source: IBISWorld

- Groupement d'agences la plus large en Australie / NZ
- Part de marché : 11%
- Full-year total transaction value a \$23.74 billion (plus haut que pre-pandémie)
- 460 agences de voyage brick and mortar en Australie / NZ
- 1963 consultants Flight Centre
- 320 agents « Luxury » dans leur branche « Luxury Travel Collection »
- 472 agences Envoyages Indépendants (50% home-based 50% brick and mortar)
- 80% des ventes en agences sont pour les voyages à l'international

FLIGHT CENTRE™



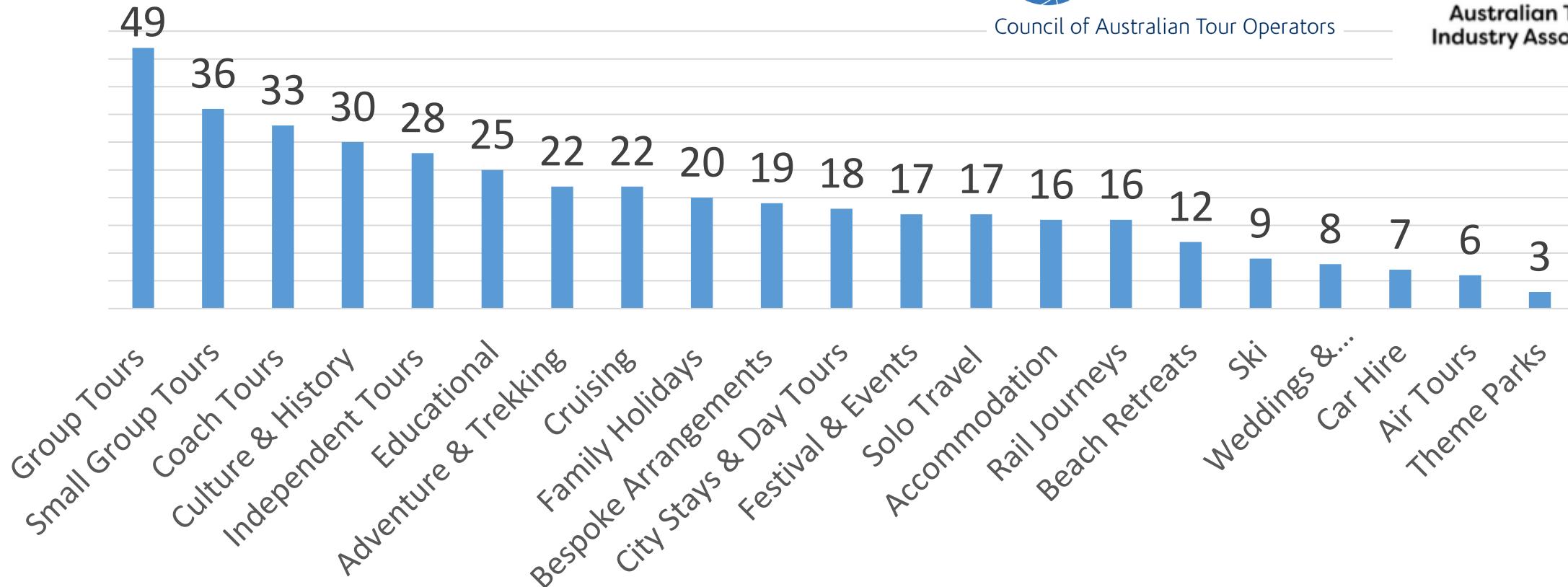
- Leader Australien et NZ en tant que groupe de distribution
- Part de marché : 5.5 %
- 2 045 agences
- Réseaux puissants, multifacettes
- Agences physiques, Agents mobiles (MTA), My Travel Group, Magellan Travel, Travel Brokers (NZ), Express Travel Group
- Autres réseaux comme Viva Holidays, Sunlovers Holidays, Territories Holidays, Asia Escapes Holidays, Skiddoo et GO Holidays (NZ)
- Air tickets et SmartTickets
- Avec branches “voyage Corpo” : QBT, APX Travel Management, AOT Hotels



- Plus grand groupement d'agences spécialisées et indépendantes
- Select Travel Group, Independant Travel Group, Creative Cruising, Italktravel & Cruise
- Prior Covid : 770 membres (dont 350 d'Independant Travel Group)
- A été racheté par Helloworld en 2023



- CATO : 79 membres vendent des produits « France »



Tour Operateurs et Agents



FRENCH WINE SCHOOL



France Tourism



Goldman
TRAVEL CORPORATION



**French
Attitude
2023**

helloworld
TRAVEL



Phil Hoffmann
travel



**WE LOVE
RUGBY**

SCENIC°
LUXURY CRUISES & TOURS

**FLIGHT
CENTRE™**

sportsnet
holidays

SLOW ☕ TOURS



ENTIRE
TRAVEL GROUP
when experience matters



**EVENTS
TRAVEL**



KP
KEITH PROWSE
TRAVEL

La programmation

Principaux thèmes de programmation



Œnotourisme & gastronomie



Culture et patrimoine



Sport



Art &
Architecture

Principales motivations



Culture et découverte



Outdoor et cyclotourisme



Croisière maritime et
fluviales



Sur-mesure

Offre vs. Coûts

Entire Travel Group

Best of Bordeaux Grands Crus Wines - 5* Hotel
3 days From AUD 5,612 Per person twin share

Discover Normandy from Bayeux
4 days From AUD 1,844 Per person twin share

Discover Strasbourg and the Alsace Wine Route
4 days From AUD 1,309 Per person twin share

SPECIAL OFFERS

- from 1,030€ BIKE & BARGE TOURS EUROPE Venice to Mantua 8-day Bike & Barge Tour (VP)
- from 790€ BIKE & BARGE TOURS EUROPE Danube Waltz 8-Day Bike and Barge Tour over 4 Countries
- from 750€ BIKE & BARGE TOURS EUROPE Passau-Vienna-Passau 8-day Bike & Barge Tour (CRS)

Slow Tours

OUTDOOR TRAVEL THE ACTIVE HOLIDAY COMPANY

EUROPEAN CYCLING HOLIDAYS 2023

FRANCE – FRENCH ALPS & LAKES FROM GENEVA TO ANNECY
6-days / 5-nights moderate inn-to-inn **SELF-GUIDED** cycling taking in three iconic French lakes

Outdoor Travel

BOOKINGS OPEN 2024 **IN 2023** **PREMIUM WINE TOURS**

SELF DRIVE CANAL CRUISES **HOSTED BY CHRISTIAN AND LISA BLONDEAU** **BORDEAUX - BURGUNDY - CHAMPAGNE**

France @Leisure

R Renaissance Tours

HOME **CALENDAR** **TOUR THEMES** **CONTACT**

A cinematic journey from Lyon to Paris

PER PERSON, TWIN-SHARE AUD 10,250 **SINGLE SUPPLEMENT AUD 2,250** **DEPOSIT PER PERSON (AT TIME OF BOOKING) AUD 2,500**

Renaissance tours

France Vacations

ABOUT US **POPULAR DESTINATIONS** **HANDPICKED TOURS**

History of Languedoc
7 days / 6 nights

Location: Languedoc (Pont du Gard, Uzès, Nîmes, Aigues Mortes, Grau du Roi, Montpellier, St Gély du Fesc, Carcassonne, Narbonne, Perpignan and Collioure)
Price: From 1,280€

Itinerary **Map** **Rates & Inclusions**

** Click right arrow in photo to continue reading the itinerary **

**France
Vacation**

Gullivers Sport Travel

ESCORTED TOURS **WEEKENDERS** **MATCH SCHEDULE** **ABOUT GULLIVERS** **CONTACT**

'Bateau sur le Rhône' Cruise Tour
Australia v Fiji, Australia v Wales
Avignon, Beaune, Lyon, Saint Etienne
11 Nights 15 - 26 SEP **\$11,410 - per person twin share**

'Voyage Deux' Escorted Tour 2A
Australia v Portugal, New Zealand v Italy, Ireland v Scotland, quarter-final 1, quarter-final 3
Avignon, Beaune, Lyon, Marseille, Nice, Paris
19 Nights 28 SEP - 7 OCT **\$10,240 - per person twin share**

**Gullivers
Sport Travel**

Small group tours in France

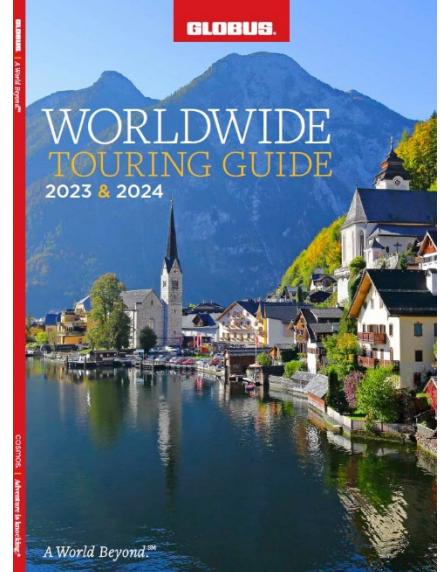
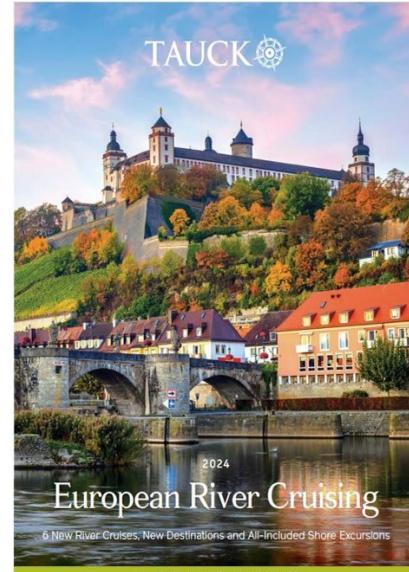
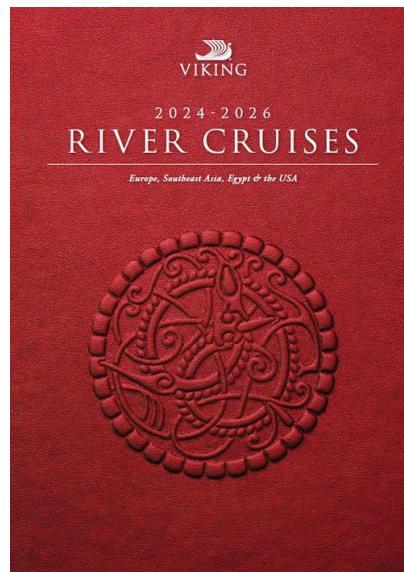
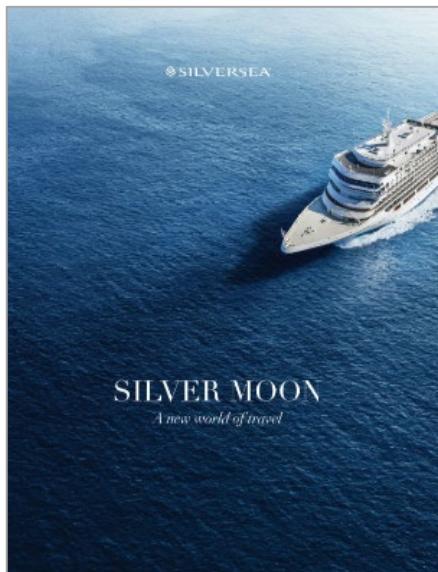
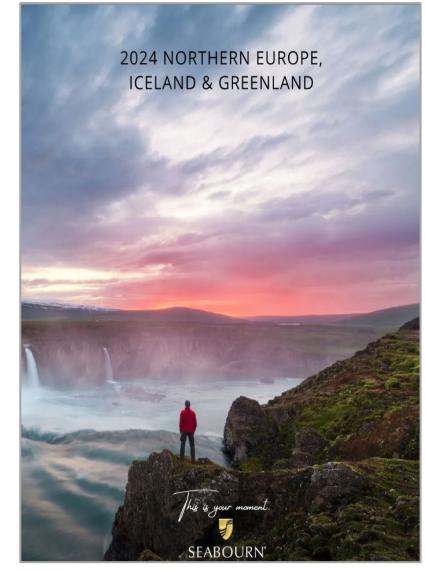
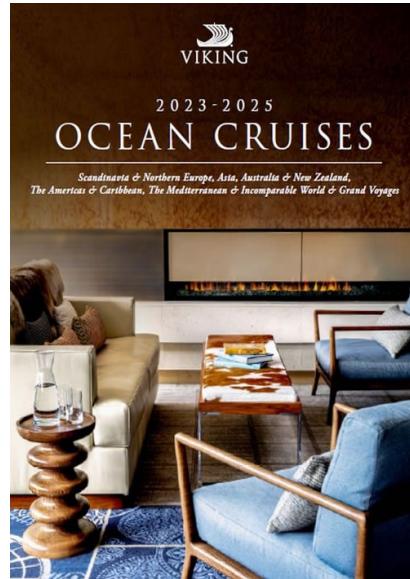
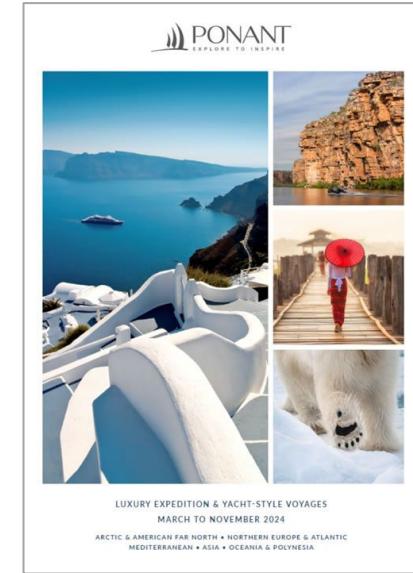
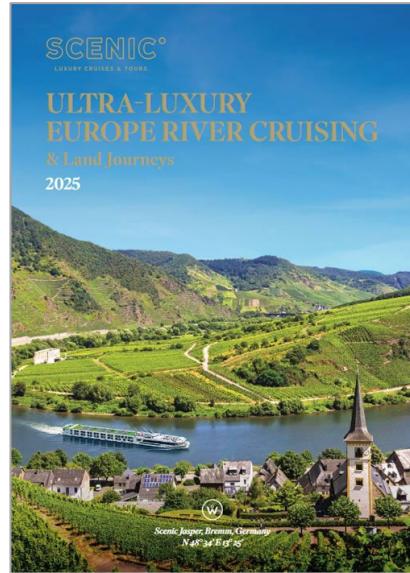
La Belle France
10 DAYS
FRANCE
View More > **From AUD 4,999.00 pp**

Jewels of Southwest France
10 DAYS
FRANCE
View More > **From AUD 5,099.00 pp**

Paris to Nice through Vineyards & Mountains
10 DAYS
Paris/Nice
View More > **From AUD 4,969.00 pp**

Back Roads Touring

Croisiéristes



Les grands groupes ou marques d'agences de voyages



- Lancement en Australie en 2004
- 60 agences de voyages membres
- Plus de 1 700 conseillers en Australie et en Nouvelle-Zélande.



- 2024 : Siège en Australie avec les US
- 443 membres spécialistes « France »

Stratégie de développement/réseaux/label de marque de luxe



Groupe Flight Centre



Groupe Travel Tour Corporation



Groupe Helloworld

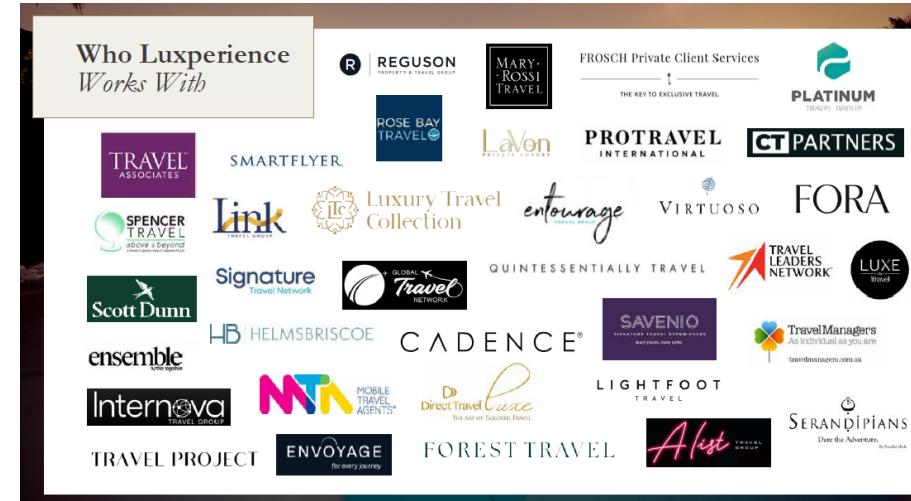
Stratégie de rachat / consolidation vers le luxe :

- Scott Dune par Flight Center
- Link, consortium sur invitation uniquement, Goldman, Spencer et Flight Centre Travel Group
- Luxe à bord par Complex Travel Group (partie de Link)



Lieu de rencontre des agents de voyages de luxe

- Luxperience racheté par Flight Center
- Les top agents :
 - Niveaux de réservation annuels de 2 millions de dollars australiens* ou plus (1,5 million d'euros)
 - Valeur moyenne de réservation de 20 000 AUD ou plus* (*12 500 €)
- Les réseaux :





Dominique Maulin
Directrice
Dominique.Maulin@atout-france.fr



Sophie Almin
Adjointe au Directeur
Responsable Marketing
Sophie.almin@atout-France.fr



Clelie Collas
Responsable Promotion
Clelie.collas@atout-France.fr



www.france.fr/en



www.france.fr/en/infos/registration-newsletter



www.instagram.com/explorefrance



www.facebook.com/EN.ExploreFrance



x.com/ExploreFranceEN

#ActivateurDeTourismes

ATOUT
FRANCE
www.atout-france.fr

