



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

Rapport d'activité

RETOUR SUR L'ACTION D'ATOUT FRANCE EN 2025



SOMMAIRE

4 AVANT-PROPOS

- Serge Papin, Ministre des Petites et moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat

5 ÉDITO

- Christian Mantei, Président du Conseil d'administration, et Adam Oubuih, Directeur général

6 01 ATOUT FRANCE

- 6 ▸ L'Agence de développement touristique de la France
- 7 ▸ Temps forts 2025
- 8 ▸ Orientations stratégiques
- 9 ▸ 2026–2030 | Une transformation ambitieuse au service du tourisme français
- 11 ▸ Un collectif en action

12 02 CONTEXTE TOURISTIQUE

- 13 ▸ Le tourisme dans le monde
- 14 ▸ Le tourisme en France
- 15 ▸ Chiffres clés

16 03 ÉCLAIRER

- 17 ▸ Des données pour anticiper, piloter et mesurer la performance

19 04 TRANSFORMER

- 20 ▸ Vers un tourisme plus durable
- 23 ▸ Innover pour rester compétitifs et attractifs
- 24 ▸ Optimiser la satisfaction des voyageurs

26 05 FILIÈRES ET TERRITOIRES

- 27 ▸ Soutenir le développement des filières et territoires

30 06 PROMOUVOIR

- 31 ▸ Faire rayonner la destination France
- 32 ▸ Renforcer l'attractivité internationale des destinations
- 33 ▸ Connecter l'offre française aux réseaux internationaux de distribution
- 34 ▸ Des actions ciblées sur les marchés stratégiques
- 35 ▸ Explore France : une stratégie digitale au service de la visibilité internationale

36 07 S'ADAPTER ET SE TRANSFORMER

AVANT-PROPOS



Serge Papin,
Ministre des Petites et moyennes entreprises, du Commerce,
de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat

Le tourisme n'est pas une rente. C'est un secteur concurrentiel, exigeant, qui se gagne chaque année face à des destinations toujours plus offensives. Et c'est précisément parce que la France a compris cela depuis longtemps qu'elle reste, en 2025, la première destination touristique mondiale.

102 millions de visiteurs internationaux. 77,5 milliards d'euros de recettes – un record historique, en hausse de 9% sur un an. Un excédent de 20 milliards d'euros sur notre balance des paiements. Ces chiffres ne tombent pas du ciel. Ils sont le fruit d'un travail collectif patient, structuré, conduit par des professionnels engagés dans nos territoires et Atout France avec la détermination, l'expertise que lui reconnaissent ses partenaires du monde entier.

Ces résultats, ce sont ceux de toute une filière. Collectivités, hébergeurs, restaurateurs, guides, opérateurs, agences, fédérations – des milliers de femmes et d'hommes qui, chaque jour, font vivre l'expérience France. Ce rapport d'activité est aussi le leur.

Pour autant, je ne crois pas à l'autosatisfaction. Elle conduit à ne rien faire, et ne rien faire dans un secteur aussi concurrentiel, c'est reculer. La France a su capitaliser sur l'élan exceptionnel des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Elle a su transformer la réouverture de Notre-Dame en motif de visite durable. Elle a su engager la désaisonnalisation de ses flux et la montée en gamme de son offre. Mais la concurrence mondiale, elle, ne s'arrête pas. Des destinations investissent massivement. Les comportements des voyageurs évoluent vite, sous l'effet du numérique, de l'intelligence artificielle, d'une exigence croissante de qualité et de durabilité.

C'est dans ce contexte que nous nous sommes fixé un cap pour 2030 : 100 milliards d'euros de recettes touristiques internationales, et faire de la France la première destination du tourisme durable. Ces deux ambitions ne sont pas contradictoires. Elles sont complémentaires. Un tourisme plus responsable, mieux réparti sur les territoires et toutes les saisons, plus attentif aux ressources naturelles et à l'accessibilité, c'est aussi un tourisme plus solide, plus fidèle, plus générateur de valeur.

Atout France est au cœur de cette trajectoire. Son rôle stratégique a été pleinement réaffirmé lors du Conseil interministériel du tourisme de juillet 2025. Et je me réjouis que l'Agence aborde avec conviction la transformation profonde qu'elle engage à l'horizon 2026-2030 : moderniser ses outils d'observation, renforcer son ancrage partenarial, redéployer son réseau international vers les marchés à fort potentiel, piloter par la donnée. Ce n'est pas un retrait – c'est une adaptation, nécessaire et ambitieuse, pour rester un opérateur utile, agile et performant au service des acteurs de la filière.

Ce rapport d'activité témoigne de la richesse et de la densité du travail accompli en 2025 : 560 campagnes de communication, 1 060 influenceurs et journalistes accueillis en France, 6 950 agents et tour-opérateurs formés, 25 projets structurants accompagnés sur les territoires, 35 sites patrimoniaux soutenus dans leur réhabilitation, une feuille de route pour la rénovation de l'immobilier touristique en station de montagne. Autant d'actions concrètes, au service d'un tourisme plus compétitif, plus durable et plus inclusif.

La France a les atouts. Elle a la filière. Elle a l'opérateur. Elle a désormais le cap. À nous de le tenir ensemble.

ÉDITO.



Christian Mantei,
Président du Conseil d'administration



Adam Oubuih,
Directeur général

2025 restera comme une année marquante pour le tourisme français et pour Atout France.

Dans un contexte international toujours plus concurrentiel, la destination France a confirmé son attractivité exceptionnelle et la solidité de son modèle touristique. Avec 102 millions de voyageurs internationaux accueillis et 77 milliards d'euros de recettes générées, des niveaux records ont été atteints, traduisant la capacité de notre pays à répondre aux attentes des voyageurs du monde entier, en quête d'expériences toujours plus authentiques, durables et qualitatives.

Ces résultats illustrent la force du modèle touristique français et la mobilisation de l'ensemble des acteurs du secteur. Collectivités, entreprises, filières professionnelles, institutions et partenaires œuvrent chaque jour, partout sur les territoires, pour faire de la France une destination de référence, reconnue pour la diversité de son offre, la richesse de son patrimoine et la qualité de son accueil.

2025 a également marqué une étape importante pour Atout France. À l'occasion du Conseil interministériel du tourisme de juillet 2025, l'État a confirmé le rôle stratégique de l'Agence au service de la compétitivité et du rayonnement de la destination France. Son rôle fédérateur, sa capacité à mobiliser l'ensemble de l'écosystème touristique ainsi que l'expertise reconnue de ses équipes ont ainsi été pleinement consacrés. Cette reconnaissance traduit aussi l'attachement des professionnels à disposer d'un opérateur spécifiquement dédié à un secteur majeur pour l'économie française, créateur d'emplois, d'activité et d'attractivité pour nos territoires.

Cette confiance renouvelée s'accompagne toutefois d'une exigence claire : celle de faire évoluer Atout France pour lui permettre de répondre pleinement aux profondes mutations que connaît aujourd'hui le secteur touristique. Transition environnementale, révolution numérique, montée en puissance de l'intelligence artificielle, nouvelles attentes sociétales, évolution des mobilités et des usages redessinent durablement les équilibres du tourisme mondial et imposent d'adapter en permanence nos modèles d'action.

Dans ce contexte, Atout France a engagé dès 2025 une évolution importante de son organisation, de ses méthodes et de ses outils afin de devenir un opérateur toujours plus performant, agile et utile aux professionnels. Cette transformation poursuit un objectif clair : renforcer notre capacité d'accompagnement au service des territoires et des entreprises touristiques.

- Mieux partager l'intelligence des marchés ;
- Proposer des dispositifs plus lisibles et plus efficaces ;
- Accélérer l'innovation ;
- Amplifier l'impact de nos actions de promotion et de développement ;
- Renforcer les coopérations et les synergies.

Autant d'ambitions qui guideront notre action dans les années à venir.

Dans un monde en mouvement, le tourisme français dispose d'atouts uniques. Plus que jamais, Atout France sera au rendez-vous pour accompagner les professionnels, valoriser les territoires et contribuer au rayonnement économique, culturel et touristique de la France.

01 ATOUT FRANCE

L'AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA FRANCE ■

Atout France contribue à renforcer l'attractivité et la compétitivité de la destination France et se mobilise pour en faire une référence mondiale en matière de tourisme durable d'ici 2030.

Au coeur de l'écosystème touristique, Atout France, l'opérateur de l'État pour le développement touristique, contribue à cultiver et valoriser la qualité et la diversité touristique de la destination France afin d'être en mesure d'offrir à chaque voyageur, une expérience de séjour unique, répondant à ses besoins et aspirations propres. Grâce à son fonctionnement partenarial unique fédérant plus de 1 200 acteurs du tourisme, à la fois publics et privés, à l'engagement de ses équipes présentes en France et à l'international, c'est tout un collectif qu'Atout France mobilise autour d'une feuille de route ambitieuse pour le secteur : accélérer la transformation du tourisme français vers des modèles plus qualitatifs, durables, innovants et inclusifs.

Pour ce faire, Atout France développe différents champs d'expertise qu'elle met au service des professionnels français et des voyageurs :

OBSERVATION

Des dispositifs de veille, d'observation et de prospective permettant aux acteurs du tourisme français d'anticiper les tendances et d'adapter leur offre et leur stratégie de développement ;

INNOVATION

Une assistance au développement de solutions innovantes venant renforcer la qualité des offres touristiques françaises pour une expérience client réussie ;

PROFESSIONNALISATION

Des formations, conférences et outils permettant aux professionnels de renforcer leurs connaissances et compétences ;

INGÉNIERIE

Un accompagnement expert, avec les partenaires de l'Agence, pour concrétiser les projets de créations d'offres touristiques durables ou de transformations / réhabilitations ;

QUALITÉ

Classement des hébergements touristiques, immatriculation des opérateurs de voyages, labels qualité, autant de dispositifs visant à optimiser la satisfaction des voyageurs ;

PROMOTION

Élaboration de stratégies marketing avec les partenaires de l'Agence, actions de communication et d'influence ciblées, conseils experts et connaissance des marchés pour renforcer le rayonnement et la commercialisation de l'offre touristique des destinations françaises à l'international.

L'ACTIVITÉ D'ATOUT FRANCE EN 2025 ■

560 campagnes de communication

160 événements et conférences de presse

1 060 influenceurs et journalistes accueillis en France

34 salons en France et à l'international [participation ou organisation]

240 événements professionnels [démarchage, workshops]

6 950 agents / tour-opérateurs formés

2 750 professionnels accueillis en France

300 utilisateurs de la plateforme France Tourisme Observation sur 150 territoires

1 600 campings participant au Baromètre de l'hôtellerie de plein air de France Tourisme Observation

21 300 hébergements collectifs marchands classés au total

6 655 opérateurs de voyage immatriculés

3 750 acteurs labellisés « Tourisme & Handicap »

TEMPS FORTS 2025

Retour sur les dispositifs phares de l'année



Salon Rendez-vous en France, les 1^{er} et 2 avril 2025 à Lyon



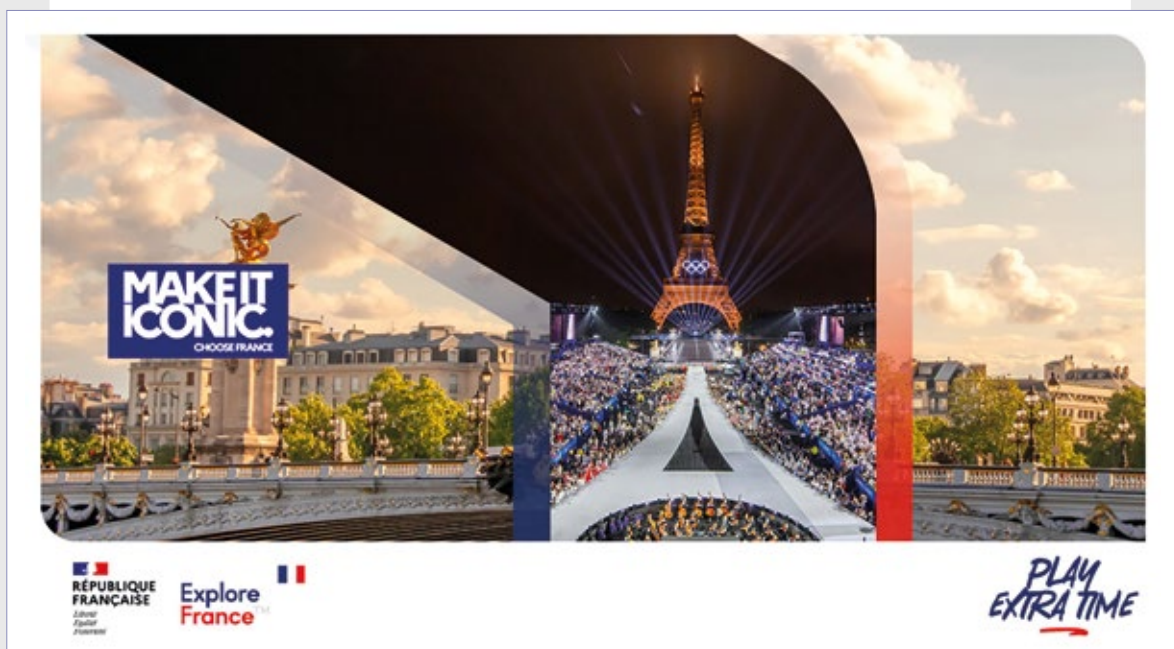
Conseil interministériel du tourisme, Angers, le 24 juillet 2025



Lancement du programme Territoires d'Histoire(s) de la Banque des Territoires à Charleville-Mézières



Pavillon France à IMEX Las Vegas



Campagne Héritage des Jeux de Paris 2024 - Play extra time

Orientations stratégiques

En 2025, Atout France a vu son rôle stratégique réaffirmé par l'État.

Lors du Conseil interministériel du tourisme du 24 juillet, présidé par le Premier ministre, l'Agence a été confortée comme opérateur essentiel de la politique touristique française, au service de l'attractivité de la destination France, de la compétitivité des filières et de la transformation durable du secteur.

Le rôle stratégique d'Atout France confirmé par l'État en 2025

En 2025, l'État a réaffirmé le rôle central d'Atout France comme opérateur essentiel de la politique touristique française. Lors du Conseil interministériel du tourisme du 24 juillet 2025, présidé par le Premier ministre au château d'Angers, l'Agence a été explicitement désignée comme pilier de la stratégie nationale, aux côtés des professionnels et des territoires, pour soutenir l'attractivité de la destination France, renforcer la compétitivité des filières et accélérer la transformation durable du secteur. Cette reconnaissance s'inscrit dans un contexte exigeant. Entre 2022 et 2024, Atout France a activement contribué à la relance post-Covid et à la mise en œuvre du plan Destination France, en déployant des outils et dispositifs innovants pour accompagner les acteurs touristiques. En 2025, malgré les contraintes budgétaires, l'État a choisi de confirmer l'ensemble des missions de l'Agence, soulignant son caractère indispensable pour la mise en œuvre de la politique publique du tourisme.

Feuille de route 2025–2030 :

5 axes pour un tourisme français plus performant

Lors de ce Conseil interministériel, le Premier ministre a fixé un objectif ambitieux : faire du tourisme un levier de croissance majeur pour l'économie française, avec 100 milliards d'euros de recettes touristiques internationales d'ici 2030 [contre 71 milliards en 2024]. Pour y parvenir, la stratégie repose sur une transformation accélérée de l'offre touristique, centrée sur :

- La diversification [attractivité renforcée] ;
- La durabilité [transition environnementale et inclusive] ;
- L'innovation [modernisation des outils et des méthodes] ;
- L'attractivité économique [investissements et influence].

Atout France incarne cette ambition. L'Agence joue un rôle clé dans la feuille de route déclinée en cinq axes stratégiques :

1. Moderniser les outils de la politique publique pour une action plus efficace.
2. Renforcer la politique d'attractivité et d'influence à l'international ;

3. Libérer les leviers de croissance et attirer de nouveaux investissements ;
4. Accompagner les transitions [environnementale, inclusive et numérique] ;
5. Diversifier l'offre touristique en structurant de nouvelles filières.

Un opérateur reconnu pour son expertise et son agilité

Cette orientation stratégique conforte Atout France dans son positionnement d'ensemblier, capable de fédérer les acteurs publics et privés, de mobiliser les territoires et de proposer des solutions adaptées aux mutations du secteur. L'Agence démontre ainsi sa résilience et sa capacité à innover, en alignant ses actions sur les priorités nationales et les attentes des voyageurs.

Plus que jamais, Atout France sera au cœur de la réalisation de ces objectifs, en tant que levier d'attractivité, de croissance et de transformation pour l'économie touristique française.

NOMINATION D'ADAM OUBUIH À LA TÊTE D'ATOUT FRANCE ■

Le Conseil interministériel du tourisme a été l'occasion d'annoncer l'arrivée d'Adam Oubuih en tant que nouveau Directeur général d'Atout France, à compter de septembre 2025.

Fort d'un parcours alliant secteur public et privé, Adam Oubuih a exercé des fonctions de direction dans des environnements complexes, en France et à l'international. Il a piloté des stratégies d'investissement et de transformation pour des institutions majeures comme la Caisse des Dépôts ou BNP Paribas, et dirigé des entités économiques dédiées aux services. Son action a toujours été tournée vers la compétitivité des territoires, l'innovation et les transitions écologique et numérique.

Ancien élève de l'ENA, diplômé de l'ESSEC et du Cycle des hautes études du service public, il porte une vision stratégique et partenariale du développement touristique et a à cœur de faire rayonner la destination France.

2026–2030

Une transformation ambitieuse au service du tourisme français

Dans un contexte de concurrence internationale accrue et de mutations profondes du secteur touristique, la France doit se doter d'un opérateur toujours plus performant, à même de répondre aux objectifs fixés par le Comité interministériel du tourisme de juillet 2025. C'est dans cette optique qu'Atout France engage une réforme structurante à l'horizon 2026–2030.

À l'ère d'une compétitivité internationale croissante dans le tourisme, marquée par des investissements massifs de nombreuses destinations concurrentes et par une transformation profonde des usages sous l'effet du numérique, de la data et de l'intelligence artificielle, la France doit disposer d'un opérateur touristique toujours plus innovant et puissant.

C'est dans ce contexte qu'Atout France engage une réforme ambitieuse et structurante à l'horizon 2026–2030. Objectif : Consolider Atout France comme opérateur clé, en adaptant ses actions aux nouvelles réalités du secteur, en maximisant son impact pour les acteurs locaux et économiques, et en assurant une trajectoire financière équilibrée et durable.

Redéploiement stratégique des équipes

Le redéploiement du réseau international est un axe central de la réforme, fondé sur une approche équilibrée et ciblée. Il s'agit d'optimiser la présence d'Atout France en concentrant les ressources sur les marchés où les opportunités et les enjeux stratégiques sont les plus marquants, tout en adaptant son action aux réalités économiques et diplomatiques de la France.

Cette évolution s'inscrit dans une logique de mutualisation et de renforcement : elle implique, d'une part, une optimisation de la présence sur les marchés matures, notamment en Europe, et, d'autre part, un renforcement potentiel des moyens alloués aux zones à fort potentiel, comme l'Amérique du Nord anglophone, les pays du Golfe ou certaines régions d'Asie.

Il ne s'agit pas d'un retrait, mais d'une adaptation stratégique, visant à améliorer l'efficacité de l'action internationale, à stimuler les partenariats et à renforcer la cohérence avec les priorités nationales.

Ce redéploiement s'accompagne par ailleurs d'une gouvernance renforcée, pour garantir une meilleure coordination, une lisibilité accrue et une synergie optimale avec l'ensemble des acteurs de la « Team France » à l'étranger.

Parallèlement, l'organisation du siège d'Atout France sera repensée courant 2026, afin d'optimiser son excellence opérationnelle et accompagner cette transformation globale.

Une refonte des métiers autour de la data et de la performance

La réforme d'Atout France s'accompagne d'une transformation de ses métiers, en phase avec les mutations du tourisme mondial marquées par l'essor de la data, la révolution des canaux de distribution et de promotion, et l'intégration croissante de l'intelligence artificielle.

Pour s'adapter à ces changements, Atout France engage une modernisation ambitieuse de ses outils d'observation et de promotion. L'objectif est de renforcer la capacité de collecte, d'analyse et d'exploitation des données issues des partenaires publics et privés, afin d'améliorer le ciblage de ses actions, la mesure de leur impact et la valeur délivrée aux territoires et aux entreprises.

Une modernisation au service des partenariats publics, privés et internationaux

La transformation d'Atout France s'appuie sur le renforcement de son modèle partenarial. L'opérateur amplifiera ses collaborations avec les entreprises, via des contrats pluriannuels de promotion durables au service des territoires.

Sur le plan international, Atout France va intensifier ses coopérations bilatérales avec plusieurs pays, afin de mettre en avant l'expertise française en ingénierie touristique, transition numérique et écologique, ainsi qu'en structuration des destinations. Ces partenariats doivent renforcer le rayonnement de la France tout en diversifiant les ressources de l'opérateur.

Enfin, la réforme marque une nouvelle étape dans la mobilisation des financements européens. En collaboration avec les Régions, les ministères et les institutions européennes, Atout France souhaite développer son accès aux fonds dédiés à la numérisation, à la décarbonation du tourisme et à l'ingénierie territoriale. L'objectif ? Mieux intégrer le tourisme dans les politiques européennes et faire profiter les territoires français de ces opportunités.

Une trajectoire financière responsable et soutenable

Enfin, la réforme d'Atout France s'inscrit dans une démarche de responsabilité budgétaire. Après avoir absorbé une réduction significative de ses financements publics ces dernières années, l'opérateur vise un retour

à l'équilibre structurel dès 2027, tout en développant ses recettes propres. La trajectoire adoptée repose sur une transition progressive et maîtrisée : maintenir temporairement les moyens publics pour financer la transformation, puis réduire progressivement la contribution de l'État au fur et à mesure que les nouvelles recettes se consolident. Cette approche permet de préserver la capacité d'action d'Atout France tout en renforçant son autonomie financière et sa contribution à l'effort budgétaire national.

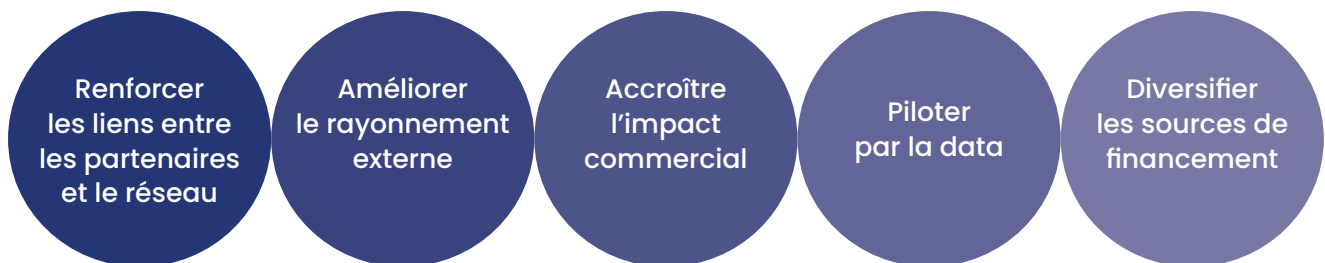
Un Atout France transformé, au service des territoires et du rayonnement de la France

La réforme d'Atout France est une réforme de projection, de modernisation et d'ouverture. Elle dote la France d'un opérateur touristique plus agile, plus data-driven, plus partenarial et plus européen.

En redéployant son réseau international, en transformant ses métiers, en renforçant ses partenariats publics, privés et internationaux, et en inscrivant son action dans une trajectoire financière responsable, Atout France se met en capacité de répondre aux défis du tourisme mondial et de mieux servir les territoires, les entreprises et la politique touristique de la France à long terme.

Pour déployer son plan de transformation, Atout France doit aligner ses activités opérationnelles avec les ambitions stratégiques et dans le cadre de ses missions.

La nouvelle organisation est conduite sur la base de cinq principes directeurs :



Un collectif en action

En fédérant les professionnels du secteur autour de collectifs de travail et d'objectifs partagés, Atout France a pleinement affirmé son rôle fédérateur et structurant pour le tourisme français. Les dispositifs déployés ont permis de structurer les dynamiques collectives au service d'un tourisme français toujours plus attractif et compétitif.

Plus de 1 200 acteurs du tourisme partenaires

En 2025, 1 215 professionnels du tourisme ont fait le choix de s'appuyer sur Atout France pour accompagner le développement de leur activité. La diversité de leur profil est à l'image de la richesse du secteur : hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de destinations, sites patrimoniaux, culturels ou de loisirs, transporteurs... Ils sont à 67% des acteurs privés du tourisme et à 33% des acteurs institutionnels et publics.

ExploreFrance 2025 : une mobilisation collective pour un impact optimisé

Atout France a pleinement joué son rôle d'ensemblier en fédérant les acteurs du tourisme autour d'une campagne globale #ExploreFrance, illustrant ainsi sa capacité à mutualiser les efforts et à amplifier l'impact collectif. Grâce à une coordination renforcée, plus de 197 campagnes de notoriété ou de conversion ont été déployées sur le marché domestique, les marchés européens et hors Europe, pour un investissement total de 9 millions d'euros [dont 10% apportés par Atout France]. Cette dynamique a mobilisé 20 partenaires régionaux et 35 partenaires privés [transporteurs, OTAs, tour-opérateurs, agences, etc.], couvrant 22 marchés d'intervention directe. Cette approche collaborative a permis de renforcer la visibilité de la destination France tout en optimisant les ressources et en développant une forte synergie entre les acteurs publics et privés.



Signature d'un Contrat Cadre entre la Région Normandie et Atout France

UN PARTENARIAT STRATÉGIQUE AU SERVICE DU PATRIMOINE ■

En septembre 2025, la Banque des Territoires a annoncé le lancement du programme "Territoires d'Histoire[s]", qui vise à renforcer son engagement en faveur de la valorisation du patrimoine et de l'attractivité touristique et culturelle des territoires. Cette nouvelle dynamique vise à accompagner 50 projets de réhabilitation d'ici 2030 pour un investissement cible global d'un milliard d'euros. Atout France poursuivra donc sa mission d'accompagnement des projets éligibles au dispositif dans le cadre du programme d'ingénierie « Réinventer le Patrimoine », en coopération avec l'ANCT, le ministère de la Culture et la Direction générale des Entreprises.

Fin 2025, 35 projets étaient accompagnés.

Renforcer l'efficacité collective par la contractualisation avec les territoires

En 2025, la Région Normandie et Atout France ont officialisé le partenariat qui les unit avec la signature d'un Contrat Cadre. Objectif : mutualiser leurs forces pour développer la notoriété de la destination sur les marchés touristiques internationaux, en valorisant ses atouts, son identité et ses temps forts à venir. Trois grands sujets pour la Normandie sont au cœur de ce partenariat : le tourisme de mémoire, le tourisme 4 saisons, le tourisme durable, sans oublier l'événement d'envergure internationale le Millenium des Normands en 2027. Il s'agit également de capitaliser sur le contrat de destination « Destination impressionnisme » qui unit les acteurs du tourisme normands et franciliens autour de l'offre culturelle et touristique de ce courant artistique.

Ce sont au total 43 marques de destination à forte lisibilité internationale ou valorisant des filières à fort enjeu stratégique qui sont identifiées. 24 marques métropolitaines ont fait l'objet de dispositifs de promotion en 2025 tandis que 12 campagnes ont permis de valoriser les destinations ultramarines.



02 CONTEXTE TOURISTIQUE.

Le tourisme dans le monde

Après une progression de 11% entre 2023 et 2024, le volume des arrivées touristiques internationales dans le monde a de nouveau augmenté de 4% entre 2024 et 2025, confirmant la demande croissante de voyages à l'échelle mondiale.

Ces tendances confirment également le rattrapage et le dépassement du niveau d'activité d'avant-crise sanitaire : entre 2019 et 2025, le volume des arrivées internationales affiche ainsi une hausse de 3,7%, alors qu'il demeurait encore quasi stable entre 2019 et 2024 [-0,27%].

Au total, 1,52 milliard de touristes internationaux ont été enregistrés dans le monde en 2025, soit près de 60 millions de plus qu'en 2024.

Une croissance généralisée des arrivées touristiques à l'échelle mondiale

La croissance des volumes d'arrivées internationales est générale et bénéficie à la plupart des destinations dans le monde. Elle s'explique par une demande soutenue, la bonne performance des marchés émetteurs, ainsi que par la reprise continue des destinations d'Asie et du Pacifique. Selon ONU Tourisme, la progression de la connectivité aérienne et des dispositifs optimisés pour la délivrance des visas ont facilité les voyages internationaux.

- L'Europe a reçu 793 millions de visiteurs internationaux en 2025, en augmentation de 4% par rapport à 2024 et de 6% par rapport à 2019. L'Europe concentre 52% des arrivées mondiales.
- Les Amériques ont accueilli 218 millions de visiteurs internationaux en 2025 [+1% par rapport à 2024].
- L'Afrique a reçu 81 millions de visiteurs internationaux en 2025 [+8% par rapport à 2024], avec des bonnes performances pour les pays d'Afrique du Nord.
- Le Moyen-Orient, de son côté, a accueilli 99,8 millions de touristes internationaux en 2025 [+3% par rapport à 2024].

Les recettes internationales progressent de 23% par rapport à 2019

Les recettes globales du tourisme s'élèvent à 1 844 milliards de dollars, en croissance de 6% par rapport à l'année 2024, alors que l'inflation est estimée à 4% dans le monde. En valeur courante, les recettes du tourisme ont largement dépassé le niveau des recettes comptabilisé en 2019, avec une croissance de 23% entre 2019 et 2025.

Bonne tenue du trafic aérien pour 2025 mais une croissance plus modérée qu'en 2024

Le trafic aérien international en 2025 a augmenté de 7% par rapport à 2024 selon les données IATA. Cette croissance apparaît toutefois plus modérée qu'entre 2023 et 2024 [+14%].

L'ensemble des destinations enregistre une hausse des flux aériens internationaux par rapport à 2024, avec une performance notable de l'Asie-Pacifique [+11%], soutenue par la Chine, l'Inde et le Vietnam.

Les flux aériens dépassent désormais les niveaux de 2019 pour l'ensemble des destinations :

- L'Amérique latine ▶ +17% ;
- Le Moyen-Orient ▶ +14% ;
- L'Asie-Pacifique ▶ +11%,
- L'Amérique du Nord et l'Afrique ▶ +10% ;
- L'Europe ▶ +8%.

Parallèlement, cette croissance des flux aériens s'est accompagnée, pour 2025, d'une progression de 7% de la capacité aérienne par rapport à 2024.

Le tourisme en France en 2025

L'année 2025 a confirmé la solidité du tourisme français et s'est inscrite dans une phase de consolidation après la dynamique exceptionnelle des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

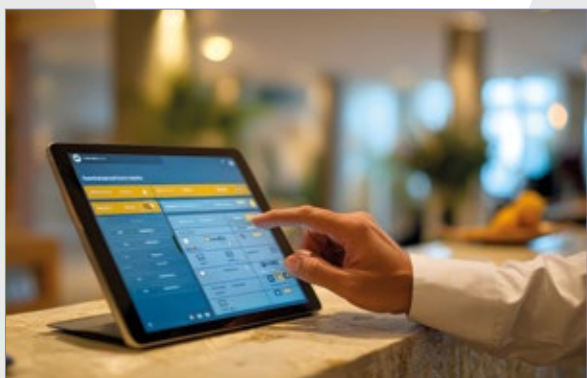
Avec 102 millions d'arrivées internationales, en hausse de +3% par rapport à 2024, la France a conservé sa position de première destination touristique mondiale.

Cette attractivité s'est traduite par des performances économiques inédites. Les recettes du tourisme international ont atteint un niveau record de 77,5 milliards d'euros [+9%], tandis que la dépense moyenne par visiteur étranger a progressé à 760 euros par séjour.

Cette croissance a principalement été portée par la clientèle internationale, dont les nuitées dans les hébergements marchands ont augmenté de +8%, soutenues par le retour des clientèles européennes et nord-américaines, ainsi que par une reprise progressive des marchés asiatiques.

Parallèlement, la saisonnalité a évolué, avec une montée en puissance des périodes de printemps et d'hiver, traduisant une désaisonnalisation progressive des flux, historiquement concentrés sur l'été.

Le tourisme domestique est resté un pilier majeur, tout en évoluant dans ses pratiques. Les nuitées des Français en métropole et dans les DROM ont reculé de 5%, à 836 millions, dans un contexte de séjours plus courts et d'un regain d'intérêt pour les voyages à l'international. Dans le même temps, les dépenses des Français à l'étranger ont progressé pour atteindre 57,4 milliards d'euros, avec une préférence marquée pour les destinations méditerranéennes, notamment l'Espagne et l'Italie.



L'offre d'hébergement a poursuivi sa transformation. Les hébergements marchands ont totalisé 747 millions de nuitées [+5%], portés en particulier par la location touristique, qui a atteint 286 millions de nuitées [+7%] et représentait 38% des nuitées marchandes, contre 26% en 2019. Après plusieurs années de forte croissance, ce segment est toutefois entré dans une phase de normalisation.

L'hôtellerie traditionnelle est restée stable, avec 216 millions de nuitées [+3%], tirée par les établissements 3 à 5 étoiles, confirmant la montée en gamme de l'offre.

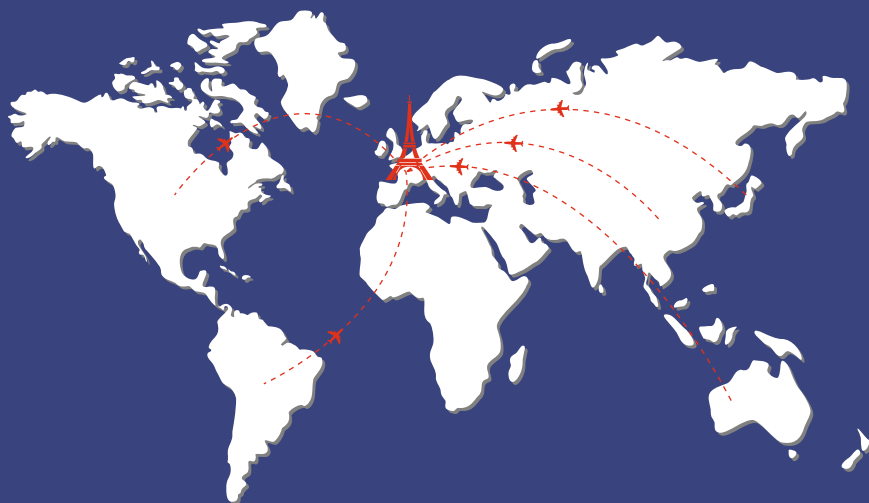
Cette tendance a été encore plus marquée dans l'hôtellerie de plein air, qui a enregistré 148 millions de nuitées [+5%] et renforce son positionnement premium : les campings 4 et 5 étoiles concentrent désormais 62% des nuitées.

Sur le plan territorial, les dynamiques apparaissent contrastées. Les littoraux sont restés les premiers bénéficiaires de la fréquentation touristique, avec 32% des nuitées marchandes. L'Île-de-France a enregistré la plus forte progression [+7%], soutenue par le retour du tourisme d'affaires et des clientèles internationales. Les espaces ruraux et de montagne ont également poursuivi leur progression, notamment grâce à la location touristique.

Au total, le tourisme a confirmé en 2025 son rôle stratégique dans l'économie française. Il a représenté 222 milliards d'euros de consommation touristique, contribué à 3,8% du PIB et généré un excédent de 20 milliards d'euros sur le poste "Voyages" de la balance des paiements. L'année 2025 a ainsi consacré un tourisme français plus internationalisé, plus qualitatif et davantage réparti sur l'ensemble de l'année.

CHIFFRES CLÉS 2025

TOURISME EN FRANCE



1^{re}

DESTINATION
TOURISTIQUE
EN VOLUME



102

MILLIONS D'ARRIVÉES
DE TOURISTES
INTERNATIONAUX

+2% par rapport à 2024

Source : Estimations Atout France

77,5

MILLIARDS D'EUROS DE RECETTES DE TOURISME INTERNATIONAL

+9% par rapport à 2024

Source : Banque de France



20

MILLIARDS D'EUROS
DE CONTRIBUTION POSITIVE
À LA BALANCE
DES PAIEMENTS

+25% par rapport à 2024

Source : Banque de France



461

MILLIONS DE NUITÉES
DANS LES HÉBERGEMENTS
COLLECTIFS
[62% DES NUITÉES
MARCHANDES]

+3,4% par rapport à 2024

32% par la clientèle
internationale

68% par les Français

Source : INSEE - Atout France



21

MILLIARDS D'EUROS
D'INVESTISSEMENTS
ANNUELS MOYENS DANS
LES FILIÈRES TOURISTIQUES
ENTRE 2022 ET 2024

Source : Tableau de bord
des investissements touristiques,
Atout France



03 ÉCLAIRER.

Des données pour anticiper, piloter et mesurer la performance

Atout France a poursuivi son activité d'observation des tendances du tourisme, notamment via le développement de France Tourisme Observation, plateforme qui centralise les principaux indicateurs de performance de la destination France.



France Tourisme Observation

France Tourisme Observation [FTO] est le data hub national de la filière touristique, créé en 2021 pour renforcer la connaissance et le pilotage du secteur. Porté par une gouvernance partenariale, il fédère aujourd'hui un large réseau d'acteurs – comités régionaux et départementaux du tourisme, offices et intercommunalités – autour d'un objectif commun : « observer pour décider ».

FTO centralise, produit et partage des données issues de sources multiples [open data, données privées, partenariats sectoriels], couvrant à la fois les dimensions conjoncturelles, structurelles et prospectives du tourisme. Ce dispositif permet d'améliorer la réactivité des politiques publiques, d'éclairer les stratégies de développement des territoires et d'anticiper les évolutions de la demande.

Ce projet collectif repose sur une logique de mutualisation et d'harmonisation : méthodologies communes, comparabilité des indicateurs et diffusion élargie des analyses. Il agit ainsi comme tiers de confiance et garant de la qualité des données, tout en permettant des économies d'échelle et un partage des expertises entre territoires. Concrètement, FTO propose un socle d'applications [conjoncture, memento du tourisme, emploi] complété par des observatoires thématiques dédiés [hôtellerie de plein air, location saisonnière, City Trends].

Le lancement en 2026 d'un site internet dédié à France Tourisme Observation constitue une avancée majeure : il offre un point d'accès unifié aux tableaux de bord interactifs, aux publications et à un large catalogue de données, tout en facilitant le partage de ressources entre partenaires.

Après une phase de structuration et d'expérimentation, FTO entre aujourd'hui dans une dynamique de montée en puissance. L'enrichissement continu des données, l'élargissement du réseau et l'intégration de nouvelles thématiques, notamment liées à la transition durable et aux flux internationaux, confirment son rôle stratégique au service d'une observation touristique plus partagée, harmonisée et opérationnelle.

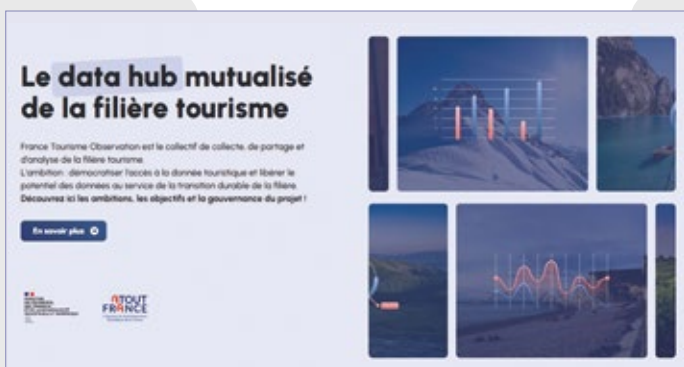
Lettre de veille et newsletter de veille internationale

Réalisées avec l'appui du réseau international d'Atout France, les *Notes de veille internationale* reposent sur une veille continue des marchés. Elles analysent les tendances, les innovations, les attentes des clientèles ainsi que les stratégies de destination observées à l'échelle internationale. Elles alimentent une newsletter mensuelle destinée aux adhérents, qui diffuse de manière synthétique les principaux enseignements et signaux faibles identifiés dans le monde.

Prospective

Dans le prolongement des travaux nationaux de prospective engagés depuis 2023 dans le cadre de la démarche Horizons#2040, des déclinaisons de scénarios adaptées aux différents types d'espaces touristiques [urbains, littoraux, ruraux] ont été présentées lors des séminaires de pôles organisés en fin d'année 2025. Ces travaux visent à renforcer les synergies et à développer davantage d'actions transversales entre les territoires.

Par ailleurs, un important travail de compilation des données de flux des marchés internationaux vers la France, ainsi que des facteurs qui les déterminent, est en cours afin de développer un dispositif de modélisation prospective, intégré à FTO.



France-tourisme-observation.fr

En complément, plusieurs études sectorielles ont été conduites en 2025.

Tableau de bord des investissements touristiques

Le *Tableau de bord des investissements touristiques* [TBIT] d'Atout France constitue un outil de référence pour analyser les dynamiques d'investissement du secteur touristique en France. Il mesure chaque année les montants investis et leur répartition territoriale afin d'éclairer les transformations de l'offre touristique. Avec une méthodologie renouvelée, l'année 2025 marque la relance de cette étude dont la précédente édition remontait à 2022. Le tableau de bord couvre l'ensemble des filières : hébergements [hôtellerie, hôtellerie de plein air, résidences, une partie des meublés touristiques], restauration, équipements de loisirs, thermalisme, congrès et infrastructures touristiques. Au-delà des volumes investis, le TBIT met en évidence les grandes mutations du secteur : transition qualitative, attractivité des territoires, durabilité et adaptation aux nouvelles attentes des clientèles, confirmant le tourisme comme un levier stratégique de développement économique territorial. En 2025, un approfondissement régional du TBIT a été par ailleurs mené avec la région Bourgogne-Franche Comté.

Baromètre de la connectivité aérienne

Le *Baromètre de la connectivité aérienne internationale*, réalisé en partenariat avec le Groupe ADP, analyse l'accessibilité de la destination France par voie aérienne et son évolution dans le temps. Il suit les capacités programmées [sièges aériens], les fréquences de vols, les ouvertures de lignes et les dynamiques par marchés émetteurs et destinations. Véritable outil d'aide à la décision, il permet d'anticiper les flux touristiques internationaux, d'identifier les marchés porteurs et d'évaluer l'attractivité des territoires français. Il éclaire ainsi les stratégies de promotion, de desserte aérienne et de développement touristique, dans un contexte marqué par l'évolution des mobilités internationales et des attentes des voyageurs. En début d'année 2025, Atout France a livré une nouvelle édition du baromètre portant sur les résultats de l'année 2023.

Baromètre de l'Œnotourisme

Le *Baromètre de l'Œnotourisme* d'Atout France, réalisé avec Rue des Vignerons, analyse les dynamiques de la filière vitivinicole touristique en France à partir des

recherches en ligne, des réservations et des dépenses des visiteurs. La dernière édition, parue en 2025, a mis en évidence une progression de +5% des recherches en ligne liées à l'œnotourisme en 2024, portée notamment par les clientèles anglophones [+7%] et dont américaines [+33%]. Les destinations les plus recherchées sont la Champagne, Bordeaux, Bourgogne, Provence et le Val de Loire. Le baromètre souligne également le poids économique du secteur, avec un panier moyen de 74,8 euros par visiteur, composé d'environ 19 euros de billetterie et 56 euros d'achats de vin, confirmant l'essor d'un tourisme expérientiel à forte valeur ajoutée.

Baromètre Montagne

Ce Baromètre multi-saisons, conduit avec les acteurs des espaces de montagne, analyse les pratiques touristiques et les attentes des clientèles, en hiver comme en été. Déployé sur 2024-2026, il combine enquêtes auprès des visiteurs et indicateurs de fréquentation pour accompagner l'adaptation de l'offre touristique. Les premiers résultats montrent une forte attractivité de la montagne. La satisfaction est particulièrement élevée [96% des séjournants estivaux satisfaits] témoignant de l'attachement des Français aux vacances d'hiver, pour la pratique du ski, comme d'été pour les activités de pleine nature et de ressourcement.

Portrait touristique de l'année

Après le *Portrait de l'année touristique 2024 en France*, Atout France propose en 2026 une analyse complète des performances et transformations du tourisme français sur l'année écoulée. À travers les principaux indicateurs de fréquentation, de consommation et d'hébergement, elle dresse un panorama des dynamiques du secteur à l'échelle nationale et territoriale. L'édition 2025 met en lumière une France leader mondial avec 102 millions de visiteurs internationaux, un record de 77,5 milliards d'euros de recettes touristiques, ainsi qu'une montée en gamme de l'offre d'hébergement et une désaisonnalisation progressive des flux. Ce nouveau mémento analyse également les évolutions des comportements touristiques, les performances par mode d'hébergement et les contrastes territoriaux.



04 TRANSFORMER.

Vers un tourisme plus durable

Dans la continuité des orientations définies par l'État, Atout France a poursuivi en 2025 son engagement en faveur d'un tourisme plus durable. L'Agence pilote différents programmes ayant permis d'accompagner les acteurs du secteur dans leur transition, afin de proposer une offre toujours plus responsable et attractive.

Rénovation de l'immobilier en station : une nouvelle étape pour la montagne

Dans le prolongement du programme *France Tourisme Ingénierie – Rénovation des stations* [2021-2024], Atout France a poursuivi son action en capitalisant sur les travaux engagés en faveur de la rénovation de l'immobilier touristique en montagne.

2025 a permis de finaliser certains livrables et de poursuivre l'accompagnement de plusieurs lauréats du programme, tout en consolidant les enseignements issus de plusieurs années d'expérimentation. Afin de valoriser et partager ces résultats, Atout France a organisé, en avril 2025 à Grenoble, le colloque *Régénération Montagnes | Rénover l'immobilier en station*, qui a réuni 260 participants issus des filières impliquées : élus, collectivités, professionnels du tourisme, du bâtiment, financeurs et experts. Les échanges ont permis de dresser le bilan des travaux menés depuis 2018 et d'ouvrir des perspectives sur la rénovation des copropriétés en montagne. Une motion a également été adoptée, appelant à la création d'un observatoire de l'immobilier en station et au renforcement des travaux sur ce sujet stratégique.

Ainsi, le plan RITHM [Rénovation de l'Immobilier Touristique et de l'Habitat en Montagne] a été lancé le 19 septembre 2025. Il mobilise désormais près

de 120 contributeurs de toutes filières autour d'une gouvernance de projet dédiée, avec pour objectif de produire d'ici l'été 2026 un plan d'actions opérationnel et partagé.

Cette nouvelle étape confirme l'engagement d'Atout France en faveur d'une transformation concrète et collective de l'immobilier en station, levier clé d'un tourisme de montagne plus durable et attractif.

25 projets structurants accompagnés en 2025

Depuis 2018, le programme *France Tourisme Ingénierie – Projets Structurants* a permis de mobiliser conjointement ingénierie publique et ingénierie privée autour de plus de 200 projets prioritaires pour les territoires. Porté financièrement par la Banque des Territoires et Atout France, le programme est déployé en partenariat avec 19 Régions, dont 6 ultra-marines, et coordonné avec les services de l'État.

En 2025, *FTI Projets Structurants* a accompagné 25 projets en phase amont. Les principaux projets retenus illustrent les grandes priorités du programme :

1. Renforcement du caractère durable de l'offre avec l'appui à la structuration des gîtes de randonnée en Corse, la valorisation d'espaces verts et d'un jardin exotique à Mayotte, le développement d'écologdes à la Réunion ou la modernisation et l'aménagement à la Pointe de la Torche en Bretagne.
2. Contribution au rééquilibrage des flux touristiques en sélectionnant des projets en rétro-littoral, moyenne montagne, villes petites et moyennes [Manosque, Digne-les-Bains, Cilaos] et par l'appui à l'offre culturelle [Fontevraud, futur musée de Montreuil-Bellay, Sucrerie de Saint-Jean du Marigot à Saint-Martin].
3. Renforcement du tourisme pour tous via un projet de village vacances dédié aux personnes en situation de handicap ou un hébergement mixant clientèle sociale et clientèle « classique ».
4. Réduction des impacts et de l'artificialisation des sols par la transformation de bâtis religieux, le repositionnement de sites thermaux et la requalification de friches touristiques.



Colloque Régénération Montagnes | Rénover l'immobilier en station, Grenoble

Réinventer le patrimoine, une dynamique confirmée en 2025

En 2025, le dispositif France Tourisme Ingénierie - *Réinventer le patrimoine* a confirmé son rôle au service des porteurs de projets publics et privés. Piloté par Atout France, la Banque des Territoires et l'ANCT, avec l'appui des ministères de la Culture [DGPA] et de l'Économie [DGE], ce dispositif poursuit une ambition claire : faciliter la transformation du patrimoine vacant en levier d'attractivité, d'activité touristique et de cohésion territoriale.

À fin 2025, 35 projets patrimoniaux étaient accompagnés partout en France, couvrant une grande diversité de sites : châteaux, friches industrielles, édifices religieux, citadelles ou encore moulins. Les projets accompagnés relèvent principalement de l'hébergement-restauration [36 %], des sites de visite et d'événementiel [36%] et des tiers-lieux patrimoniaux [28%].

L'année 2025 a été marquée par plusieurs temps forts pour le dispositif et ses lauréats :

- Intégration de 6 nouveaux lauréats ;
- Organisation de l'événement « *Réinventons nos patrimoines* » à la Cité internationale de la langue française [120 participants] ;
- Participation à l'organisation du Sommet Choose France pour la session Tourisme et Patrimoine [2 lauréats parmi les 8 sites présentés] ;
- Rencontre de 5 lauréats avec la ministre chargée du Tourisme afin de partager les freins et leviers de la filière ;

- Lancement du guide « Faire tiers-lieu dans un édifice patrimonial » [plus de 100 participants, guide édité à 3 000 exemplaires] ;
- Animation d'une nouvelle session de formation à destination de 50 chefs de projet des programmes pilotés par l'ANCT ;
- Lancement de travaux pour certains lauréats : Abbaye de Luxeuil, Auberge de la Croix Blanche, hôtel de la Place Ducale de Charleville-Mézières, Ferme Nord de Zuydcoote.

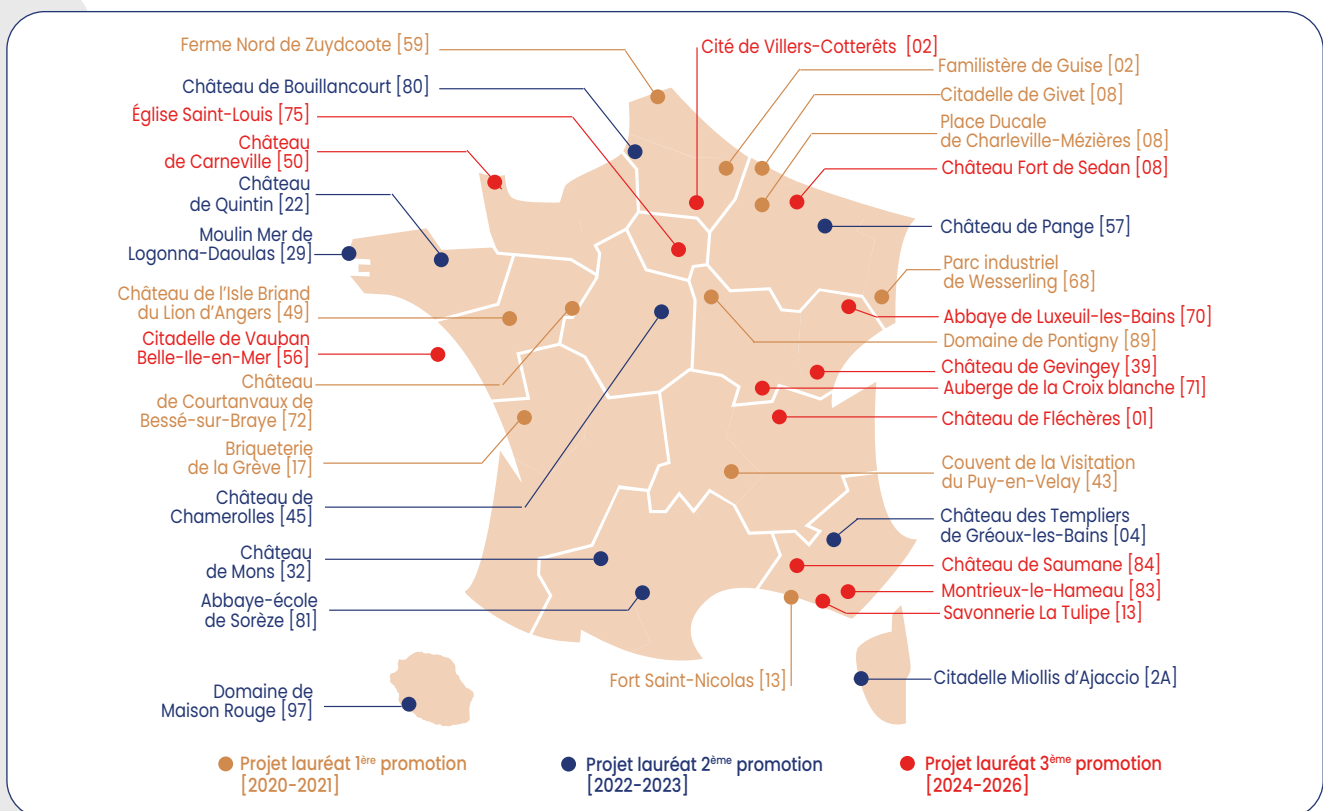
Le rôle de conseil et d'orientation du dispositif s'est également fortement développé. En 2025, plus de 50 prises de contact ont été enregistrées, émanant de collectivités et propriétaires privés souhaitant bénéficier d'un appui méthodologique.

Le centre de ressources a connu une montée en puissance avec un site internet modernisé et 24 000 utilisateurs uniques recensés. Plus de 60 ressources méthodologiques y sont désormais accessibles : guides pratiques, vidéos d'inspiration et retours d'expérience.

Enfin, la dynamique d'animation de réseau s'est consolidée grâce notamment à une communauté LinkedIn de plus de 5 000 abonnés.

En 2026, l'objectif est d'amplifier le déploiement du dispositif en s'inscrivant pleinement dans le programme Territoires d'Histoires lancé fin 2025 par la Banque des Territoires, avec l'accompagnement de 10 nouveaux projets et le lancement de nouvelles actions transversales et partenariales.

SITES LAURÉATS « RÉINVENTER LE PATRIMOINE »



Les AMI, levier d'adaptation du tourisme au changement climatique

Pour répondre à l'objectif de positionner la France comme première destination durable à l'horizon 2030, le recours aux appels à manifestation d'intérêt [AMI] permet de proposer aux territoires un appui en ingénierie soutenant des projets ambitieux dans la prise en compte des effets du changement climatique sur les pratiques et l'offre touristique.

Plusieurs AMI ont été lancés à cette fin dans le cadre du **Plan Destination France** : Transformation durable du tourisme, Gestion de la ressource en eau et Gestion des flux. Ils ont permis d'accompagner 75 lauréats [respectivement 30, 21 et 24 lauréats] qui représentent près de 150 territoires d'application partout en France [métropole et outre-mer].

FOCUS SUR L'AMI GESTION DES FLUX

À titre d'exemple, pour l'AMI Gestion des flux, 3 projets conduits en 2024-2025 sur les Grands Sites des Montagnes de Reims, des Gorges de la Vis et de la Cité de Carcassonne ont poursuivi un objectif commun : mieux comprendre, organiser et réguler les flux de visiteurs afin de concilier attractivité, préservation des paysages et respect de la biodiversité.

Les 4 phases des projets éligibles à l'AMI Gestion des flux

- 1/ Observation : mesure des flux et de leurs impacts ;
- 2/ Élaboration d'une stratégie puis déclinaison de plans d'actions adaptés au territoire ;
- 3/ Formation des acteurs pour le bon déploiement de cette stratégie ;
- 4/ Plan de communication : sensibilisation du public, des visiteurs, des habitants et socio-professionnels.

Dans les Montagnes de Reims ▶ subvention : 28 650 €

Le Parc naturel régional et le Syndicat mixte ont structuré une stratégie d'accueil durable reposant sur un diagnostic de fréquentation, la mise en place d'un observatoire et le déploiement d'outils de mesure [éco compteurs, méthodologie de collecte]. Une attention particulière a été portée à la concertation locale et à la sensibilisation des publics.

Aux Gorges de la Vis ▶ subvention : 85 000 €

Le Syndicat mixte de Navacelles a engagé une démarche approfondie intégrant l'élaboration d'un schéma d'accueil en trois phases, la création d'un observatoire et de protocoles de comptage, ainsi que le déploiement d'un dispositif d'éco volontariat en période estivale. Le recrutement d'une chargée de mission dédiée a renforcé la coordination et la diffusion des bonnes pratiques.

À Carcassonne ▶ subvention : 30 000 €

L'action a porté sur l'équilibrage des flux via l'analyse des mobilités et du stationnement. Les études réalisées ont permis d'actualiser l'organisation des accès, d'analyser les circulations et de préfigurer un observatoire des flux, en vue d'améliorer l'accueil et la gestion des pics de fréquentation.

Ces trois initiatives illustrent une montée en compétence des territoires en matière d'observation, de planification et de gouvernance des flux touristiques, avec des approches adaptées aux spécificités locales et à fort impact pour la transformation durable du tourisme.



Les Gorges de la Vis,
Cirque de Navacelles, Hérault

Francetourismedurable.gouv.fr,
la plateforme qui facilite votre
transition durable ■

www.francetourismedurable.gouv.fr, est pensé comme un point d'appui pour les professionnels du tourisme engagés dans leur transition durable. À travers des contenus, ressources et retours d'expérience, cette plateforme accompagne les acteurs du secteur dans l'évolution de leurs pratiques face aux enjeux environnementaux et climatiques. Un outil concret pour accélérer la transformation durable du tourisme français !

Innover pour rester compétitifs et attractifs

En identifiant et en accompagnant le développement de solutions innovantes, Atout France a poursuivi son action visant à renforcer la place de l'innovation

L'Agence a poursuivi l'accompagnement de plusieurs lauréats identifiés grâce aux appels à manifestation d'intérêt [AMI] initiés dans le cadre du Plan Destination France. En combinant innovation, expérimentation et accompagnement des territoires, ces dispositifs soutiennent l'émergence de solutions concrètes au service de la transition numérique des destinations françaises.

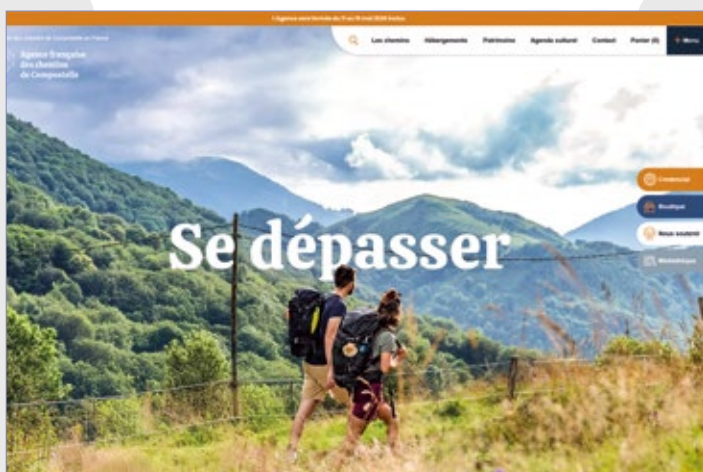
Focus sur deux programmes emblématiques...

AMI « Innovation touristique et terrains d'expérimentation »

Afin de soutenir le développement des startups du tourisme français, tout en répondant aux besoins spécifiques des destinations, entreprises ou filières du tourisme, Atout France a organisé deux appels à manifestation d'intérêt « Innovation touristique & terrains d'expérimentation ».

Le deuxième AMI a été finalisé en 2025, avec une trentaine de nouveaux projets accompagnés, portant ainsi à près d'une soixantaine le nombre total d'expérimentations soutenues depuis le lancement du dispositif en 2022.

Fort du succès de ces éditions, Atout France a lancé une troisième promotion, avec le soutien de 13 nouveaux projets d'expérimentation à déployer d'ici fin 2026, sur des enjeux aussi variés que l'accessibilité et l'inclusion, la gestion des ressources naturelles, la valorisation du patrimoine, la gestion des flux ou la data et l'intelligence artificielle.



Nouveau site internet de l'Agence française des chemins de Saint-Jacques de Compostelle



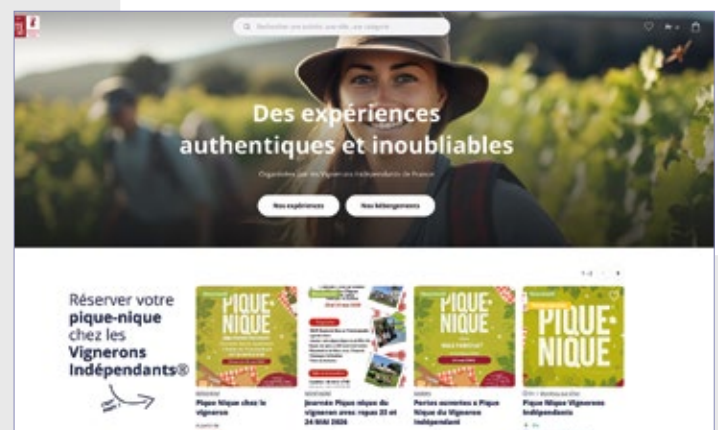
Guide de communication en ligne raisonné du Réseau des Grands Sites de France

AMI « Destinations Digitales »

Les deux éditions de l'AMI « Destinations Digitales » ont permis d'accompagner 23 réseaux territoriaux, regroupant plusieurs centaines d'adhérents, de destinations et d'offres.

Ce dispositif visait à accélérer leur transformation numérique grâce à un parcours structuré : audit, bilan et diagnostic des besoins, actions de formation, communication interne, sensibilisation des équipes, ainsi que déploiement d'actions concrètes, mesurables et reproductibles.

Les lauréats ont bénéficié, tout au long de leur projet, d'un suivi sur mesure assuré par Atout France : conseil stratégique, aide au choix des prestataires, accompagnement opérationnel et validation des livrables.



Plateforme de réservation des expériences Vignerons Indépendants

Optimiser la satisfaction des voyageurs

À travers les dispositifs de classement, d'immatriculation et désormais de labellisation, Atout France veille à garantir un tourisme à la fois attractif, accessible et respectueux des attentes des visiteurs. L'enjeu est désormais d'accompagner une montée en gamme qui intègre pleinement les exigences contemporaines de qualité de service, de durabilité et d'inclusion.

Classement des hébergements

Pilier essentiel de la structuration et de la lisibilité de l'offre française, le classement des hébergements touristiques marchands constitue aussi pour les consommateurs un repère clair sur la nature de l'offre d'hébergement proposée.

En 2025, Atout France a traité près de 4 300 demandes de classement, confirmant la vitalité du dispositif et l'engagement constant des professionnels. Le parc classé reste particulièrement solide : 88 % des chambres d'hôtel et 90% des emplacements de camping sont aujourd'hui classés, témoignant d'une appropriation très large du référentiel par les acteurs du secteur. Cette couverture élevée constitue un atout majeur pour la lisibilité de l'offre et la confiance des clientèles françaises et internationales.

Parallèlement, les travaux de la Commission de l'hébergement touristique marchand ont été relancés afin d'accompagner l'évolution des pratiques, d'anticiper les besoins des filières et de garantir l'adéquation continue des référentiels aux attentes des voyageurs. Cette dynamique collective permet de consolider un système de classement reconnu, lisible et adapté aux enjeux contemporains de qualité, de durabilité et d'attractivité.



Distinction Palace

La distinction Palace a connu ces derniers mois une phase de renouvellement particulièrement attendue, faisant suite aux arrêtés publiés en 2024 qui ont actualisé le cadre d'attribution et relancé l'ensemble du dispositif. À l'issue de ce cycle, la distinction a été octroyée à 33 Palaces, contre 31 auparavant. Certains établissements n'ont pas été reconduits, tandis que de nouvelles adresses ont obtenu la distinction, illustrant l'exigence et la sélectivité du processus. Cette évolution confirme le rôle central de la distinction Palace dans la valorisation de l'excellence hôtelière française, en reconnaissant les établissements qui offrent le plus haut niveau de service, d'élégance et d'expérience client, et en contribuant au rayonnement international de la destination France.

En 2025, Atout France a aussi contribué à la visibilité internationale de la distinction Palace grâce à un plan d'action dédié [voir page 28].



FORMATION ET PARTAGE DE BONNES PRATIQUES ■

Prestataire de formation continue certifié Qualiopi, Atout France propose aux professionnels actuels et futurs du secteur un calendrier de formations afin de renforcer leurs connaissances sur des thématiques d'actualité telles que l'intelligence artificielle, le développement durable, la qualité, la digitalisation, ou encore l'accessibilité. Animées par des experts du secteur passionnés, ces formations peuvent être prises en charge par les OPCO [opérateurs de compétences]. Organisées à distance ou en présentiel, d'une ou deux journées, elles ont été suivies en 2025 par plus de 150 représentants de destinations et d'entreprises.

Atout France pilote depuis 2024 l'animation des labels d'État Tourisme & Handicap et Destination d'excellence.

Tourisme & Handicap

L'accessibilité demeure un pilier essentiel de l'attractivité touristique, et le label Tourisme & Handicap, seule certification dédiée à l'accueil des personnes en situation de handicap, poursuit sa montée en puissance depuis sa reprise opérationnelle par Atout France en mai 2024. La dynamique nationale est solide : 3 756 établissements sont aujourd'hui labellisés, dont près de 700 ERP, avec une mobilisation particulièrement forte en Nouvelle-Aquitaine et en Occitanie. Plus de 90 % des structures répondent désormais à au moins trois types de handicap, illustrant un engagement croissant des professionnels.

Au delà de son impact sociétal, le label constitue un véritable atout économique : en garantissant un niveau d'accessibilité vérifié et reconnu par l'État, il renforce la visibilité des établissements auprès de plusieurs millions de voyageurs potentiels, améliore leur attractivité en basse et moyenne saison et favorise la fidélisation grâce à une expérience plus inclusive.

L'évolution des référentiels, l'ouverture à de nouvelles activités et la structuration du réseau d'évaluateurs confirment l'ambition de faire de Tourisme & Handicap un repère fiable, exigeant, au service d'un tourisme réellement inclusif et attentif aux besoins de tous.



Destination d'excellence

Depuis avril 2025, la procédure de labellisation Destination d'Excellence est pleinement opérationnelle et accessible à l'ensemble des filières. En un an, la dynamique s'est installée et le label compte désormais 817 établissements labellisés, répartis sur l'ensemble du territoire. Ce résultat témoigne d'une appropriation progressive du dispositif et d'un intérêt croissant pour une démarche exigeante, fondée sur la qualité de service et la transition durable.



Le potentiel de développement reste toutefois considérable. Les 3 954 établissements actuellement labellisés Qualité Tourisme devront en effet basculer vers Destination d'Excellence avant le 1^{er} janvier 2027, conformément au calendrier fixé par l'État. Cette échéance constitue un levier majeur d'accélération et mobilise fortement les équipes d'Atout France.

Immatriculation

L'immatriculation des opérateurs de voyages et de séjours constitue un outil de la régulation touristique, également essentiel pour la protection des consommateurs. Encadrée par le Code du tourisme, elle s'impose à toute structure qui conçoit ou commercialise des forfaits touristiques, vend des prestations intermédiaires ou facilite des prestations de voyage liées.

Renouvelée tous les trois ans, cette immatriculation repose sur deux obligations principales : disposer d'une garantie financière destinée au remboursement des fonds des voyageurs et souscrire une assurance de responsabilité civile professionnelle couvrant les risques liés à l'activité.

L'année passée confirme la stabilité du dispositif et la solidité du tissu professionnel. Au 31 décembre 2025, 6 654 opérateurs étaient immatriculés auprès d'Atout France, confirmant la stabilité du dispositif et la solidité du secteur. L'année a enregistré 2 388 renouvellements, 435 nouvelles immatriculations et 447 radiations ou non-renouvellements. Après une légère baisse en 2024 liée aux effets différés de la crise sanitaire et au cycle triennal des immatriculations, la situation s'est rééquilibrée en 2025.

La progression des nouvelles immatriculations traduit le dynamisme retrouvé du secteur touristique, tandis que le niveau stable des radiations depuis cinq ans témoigne de sa résilience.



LA BU



05 FILIÈRES ET TERRITOIRES.

En 2025, Atout France a poursuivi le développement et la structuration des filières touristiques prioritaires. Par l'animation des écosystèmes et le renforcement des coopérations, l'Agence contribue à améliorer la qualité et la diversité des expériences proposées aux voyageurs en France

Tourisme d'affaires

Dans un contexte de concurrence internationale accrue, le tourisme d'affaires et événementiel demeure un levier stratégique majeur pour l'attractivité économique de la France, avec près de 30 milliards d'euros de retombées annuelles et plus de 380 000 événements professionnels accueillis chaque année.

En 2025, Atout France a renforcé son action afin d'accompagner la transformation durable de l'offre, soutenir l'innovation et stimuler la demande internationale, avec plus de 50 actions menées à l'international, 4 360 rendez-vous d'affaires organisés lors des principaux salons mondiaux du secteur — notamment IMEX Francfort, IMEX America et IBTM World — ainsi que des accueils à Lille autour du Tour de France et à Paris pour le Salon International de l'Aéronautique et de l'Espace.

L'année a également été marquée par le lancement du site « Choose France » dédié au tourisme d'affaires, la publication d'études stratégiques sur les tendances du marché, le bleisure et l'impact carbone des événements, ainsi que par un programme de formation consacré à la stratégie d'héritage.

Atout France a par ailleurs renforcé ses actions en faveur de l'innovation et du développement durable à travers le programme européen BEFuture. Avec 17 projets français sélectionnés, la France figure parmi les principaux contributeurs européens de cette initiative.



Salon IBTM World 2025

Enfin, la signature du Contrat de filière « Tourisme d'affaires et événementiel » lors du Comité interministériel du Tourisme d'Angers constitue une étape structurante pour la filière à horizon 2030. Atout France y joue un rôle central avec 17 actions pilotées ou co-portées afin d'accélérer la transition durable, renforcer l'innovation et consolider le positionnement international de la France dans l'héritage des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Faire rayonner les Palaces de France



En 2025, Atout France a poursuivi son accompagnement du développement de la destination France sur le segment premium à travers le plan d'actions « Palaces de France ». Ce dispositif a renforcé la visibilité internationale de la distinction Palace grâce à une stratégie de communication 360° articulée autour de la série vidéo « A Legacy of Excellence », de campagnes éditoriales et d'actions de promotion ciblées sur les marchés prioritaires.

Deux éducteurs ont également été organisés afin de faire découvrir aux prescripteurs internationaux l'excellence de l'hôtellerie française, ses savoir-faire et l'art de vivre à la française. En parallèle, la soirée « Palaces de France », organisée à Cannes en marge du salon ILTM, a réuni près de 200 professionnels internationaux du tourisme de luxe autour d'un événement immersif valorisant les établissements distingués, tout en mettant à l'honneur les meilleurs partenaires et prescripteurs à travers une cérémonie d'awards.

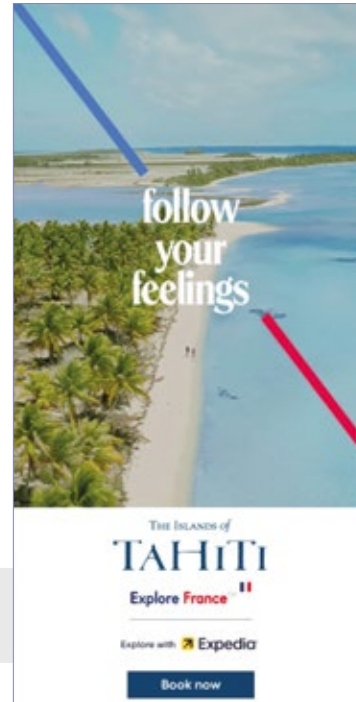
Un programme d'appui complet aux territoires ultramarins

En 2025, Atout France a poursuivi son accompagnement des destinations ultramarines à travers un programme structuré mêlant observation, ingénierie, promotion internationale et animation des réseaux professionnels. L'objectif : renforcer la compétitivité des territoires et valoriser leurs positionnements différenciants sur les marchés internationaux.

L'Agence a produit et diffusé quatre notes de conjoncture dédiées au tourisme en outre-mer, assorties d'analyses comparatives avec plusieurs destinations concurrentes. Ce dispositif d'observation a été complété par l'élaboration des chiffres clés 2024 ainsi que par la création d'un tableau de bord inédit consacré à l'hébergement. Réalisé à partir des données de la plateforme Booking, cet outil permet d'analyser l'offre locative et hôtelière des territoires ultramarins [volumes, gammes, répartition géographique, avis clients, positionnement face aux destinations concurrentes].

Atout France a également initié un laboratoire consacré au spiritourisme, afin d'explorer le potentiel touristique de cette filière. Cette première phase de travail a permis de dresser un état des lieux de l'offre, d'identifier l'intérêt des marchés hexagonal et canadien, et de formuler des recommandations de mise en tourisme adaptées à chaque territoire.

En matière de promotion, Atout France et la DGOM ont organisé, pour la deuxième année consécutive, un Workshop outre-mer, en marge du salon IFTM qui a réuni 6 destinations [Martinique, Guadeloupe, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Tahiti et La Réunion] ainsi que 38 tour-opérateurs et journalistes internationaux. Au total, 431 rendez-vous d'affaires ont permis de valoriser les offres écoresponsables des territoires ultramarins.



Les contrats de destination Outre-mer ont par ailleurs permis d'impulser le déploiement de 12 campagnes mix-marketing sur des marchés stratégiques tels que les États-Unis, le Japon ou l'Australie. Cette stratégie contribue à renforcer la visibilité internationale des destinations et leur promesse écotouristique.

Enfin, les Comités stratégiques du tourisme outre-mer [CSTOM] organisés avec la DGOM, ont confirmé leur rôle de rendez-vous structurant pour les acteurs ultramarins. Le CSTOM dédié au bassin « Océan Indien », organisé à La Réunion en juin, a rassemblé près de 80 participants autour des enjeux climatiques, aériens et prospectifs. Le CSTOM plénier, tenu à Paris, a réuni pour sa part près de 70 participants, marquant ainsi l'intérêt des destinations ultramarines pour ce rendez-vous annuel.

Les pôles territoriaux Villes, Littoraux et Campagnes

En 2025, les pôles territoriaux ont poursuivi leur rôle d'animation et d'accompagnement des acteurs du tourisme, en favorisant les échanges entre partenaires et la diffusion de bonnes pratiques. L'année a été marquée par l'organisation de webinaires thématiques, dont celui du 3 juillet 2025 consacré aux impacts de la loi Le Meur sur la location touristique [254 inscrits] et celui du 9 octobre 2025 sur les solutions innovantes pour l'accessibilité [47 participants]. Ces formats ont permis de partager des retours d'expérience et d'outiller les territoires sur des enjeux réglementaires et de transition. Plusieurs séminaires se sont tenus contribuant à renforcer la coordination des acteurs et à nourrir les dynamiques de développement territorial, en lien avec les contrats de destination. Enfin, les missions d'ingénierie se sont poursuivies dans le cadre de conventions avec plusieurs partenaires, notamment Bourgogne-Franche-Comté Tourisme et la Région Hauts-de-France, afin d'accompagner les stratégies de structuration et de promotion des destinations.

Tourisme culturel : innover et partager les bonnes pratiques dans les territoires

De nombreuses actions ont été déployées dans le cadre du Pôle Culture d'Atout France pour structurer et valoriser la filière du tourisme culturel dans les territoires, tout en favorisant l'innovation. En partenariat avec le ministère de la Culture, les webinaires « Tourism'Innov » ont permis d'explorer de nouvelles approches de l'expérience de visite et de diffuser des pratiques innovantes. Deux éditions du « Club des bonnes pratiques », organisées à la Monnaie de Paris et au CAPC de Bordeaux, ont réuni 19 experts et 81 professionnels autour de retours d'expérience, d'échanges entre acteurs publics et privés et de visites de terrain favorisant une approche concrète et opérationnelle. Une table ronde organisée lors des Rencontres d'Atout France sur « La revitalisation des monuments par l'ingénierie touristique » a complété cette dynamique. Un mapping du tourisme de savoir-faire a également permis d'identifier une quarantaine d'acteurs du secteur. Enfin, des actions de promotion à l'international ont valorisé l'offre des musées et monuments sur les marchés européens de proximité.

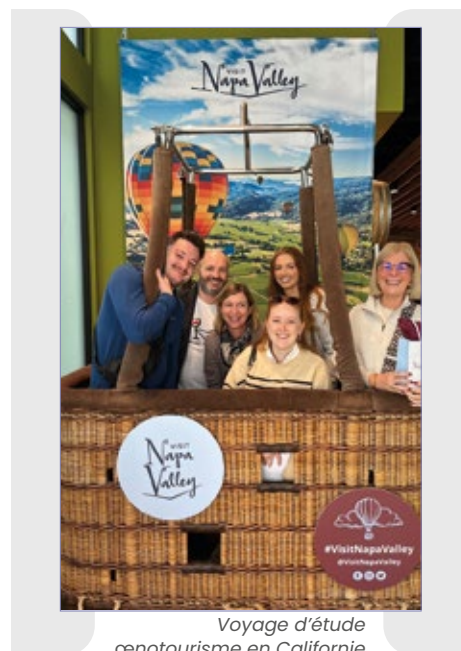


Comité stratégique du Pôle Culture au CAPC Bordeaux

Œnotourisme : structuration de la filière et montée en puissance des destinations viticoles

En 2025, le Pôle Œnotourisme d'Atout s'est appuyé sur un ensemble d'outils de pilotage et d'actions structurantes pour consolider la filière. La publication d'un baromètre dédié et le renforcement du label « Vignobles & Découvertes » [qui fédère désormais 74 destinations et enregistre une hausse de 4 % des prestataires] participent à une meilleure lisibilité de l'offre. Des actions d'animation et de développement ont également été conduites, notamment des voyages d'étude associant 5 partenaires, plus de 80 contacts tour-opérateurs et presse ainsi que la

rencontre de 8 experts, complétés par des missions de benchmark et de démarchage ciblé. Ces initiatives contribuent à structurer l'écosystème, à renforcer la professionnalisation des acteurs et à stimuler la mise en réseau. Elles participent ainsi au renforcement d'une filière à forte valeur ajoutée, porteuse de croissance et de rayonnement international pour les destinations viticoles françaises.



Voyage d'étude œnotourisme en Californie

Agritourisme : soutien au développement de la filière et partage des bonnes pratiques

Afin de répondre à une demande croissante d'expériences touristiques authentiques, locales et durables, tout en contribuant à la diversification des revenus agricoles et à la valorisation des territoires ruraux, Atout France renforce son engagement en faveur de l'émergence de l'offre agritouristique en France. Ainsi en 2025, ont été menées des actions de benchmarking, d'études, de structuration de l'offre et de partage de bonnes pratiques. L'Agence a notamment organisé un atelier pédagogique dédié à la création d'un observatoire national, réalisé un inventaire de plus de 30 offres agritouristiques innovantes et durables, et animé un atelier sur les tendances du secteur lors des Rencontres d'Atout France. Un voyage d'étude en Italie a également permis d'identifier et de partager des initiatives inspirantes. Enfin, Atout France a contribué à la rédaction d'un rapport parlementaire sur l'agritourisme en France. Ces actions ont permis de poser les bases d'une feuille de route visant à créer davantage de valeur dans les territoires et à diversifier l'offre touristique française.

06 PROMOUVOIR.

Faire rayonner la destination France

En 2025, Atout France a fait vivre l'héritage exceptionnel laissé par les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Forte de la visibilité mondiale, de l'émotion collective et de l'image renouvelée de la destination France révélées par l'événement, l'Agence a capitalisé sur cette notoriété inédite pour inviter les voyageurs du monde entier à jouer les prolongations en France.

Play Extra Time ! Jouez les prolongations !

La campagne *Play Extra Time* #ExploreFrance a capitalisé sur l'élan et les images iconiques des Jeux pour renforcer durablement l'attractivité de la destination France. Déployée autour de plusieurs objectifs stratégiques [inciter à la visite des sites mis en lumière pendant les Jeux, promouvoir le tourisme sportif et outdoor et valoriser les savoir-faire français], la campagne s'est appuyée sur un dispositif 360. Celui-ci combinait une stratégie de relations presse ambitieuse [conférences de presse à Paris avec la Ministre déléguée chargée du Tourisme Nathalie Delattre, aux États-Unis avec Clarisse Agbegnenou, voyages de presse et kits média dédiés], une présence sur les salons internationaux tels qu'IMEX Francfort auprès de buyers internationaux, ainsi qu'une campagne déployée sur 5 marchés prioritaires autour d'un film et de visuels invitant le public à « jouer les prolongations ».

L'opération a renforcé la visibilité internationale de la destination et créé de nouveaux motifs de visite contribuant à la génération de recettes et à la compétitivité de la destination.

RÉSULTATS

Grand Public ▶ 29 millions d'impressions, 193 000 clics

BtoB/Presse ▶ 56 journalistes, 17 tour-opérateurs, 36 invités institutionnels, 38 retombées presse [559 000 € de CVP et 97 millions de visiteurs uniques].

#ExploreFrance : Accélérer la promotion d'un tourisme durable et accessible

Dans la continuité des éditions précédentes, le dispositif #ExploreFrance a poursuivi un objectif clair : promouvoir une offre touristique durable, accessible et désaisonnalisée, en valorisant des expériences authentiques autour de la nature, de l'itinérance, de la gastronomie et du patrimoine.

L'édition 2025 de la campagne *Dream Big Live Slow*, #Explore France a accordé une attention particulière au tourisme en situation de handicap, afin de renforcer la visibilité des offres accessibles et inclusives. Pour cette 5^e édition, plusieurs campagnes grand public ont été déployées en partenariat avec TripAdvisor en Europe et Rail Europe en Amérique du Nord, mettant en avant des séjours écoresponsables, des destinations hors des sentiers battus et des expériences favorisant une découverte plus respectueuse des territoires. Le dispositif a également bénéficié d'un relais par la presse internationale grâce à la diffusion de trois dossiers thématiques dédiés.

Cette opération a contribué à accélérer la transition vers un tourisme plus durable et inclusif, à renforcer l'image de la France comme destination responsable et accessible, et à favoriser une meilleure répartition des flux touristiques tout en valorisant les offres à forte valeur ajoutée. Les actions déployées ont permis de générer 1,93 million d'euros de chiffre d'affaires.



Campagne Play Extra Time !

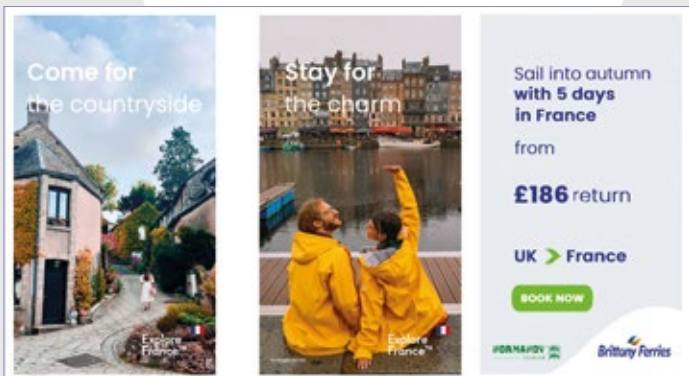
Renforcer l'attractivité internationale des destinations

Signés entre Atout France et ses partenaires régionaux, les contrats de destination visent à renforcer la visibilité internationale et la compétitivité des territoires, en structurant leur stratégie de promotion et en valorisant des offres différenciantes, notamment sur des filières à fort enjeu.

Cette ambition est illustrée par plusieurs réalisations au cours de l'exercice 2025.

NORMANDIE ■ Une campagne sur le marché britannique avec Brittany Ferries

Avec Brittany Ferries et Normandie Tourisme, Atout France a déployé une campagne multicanal valorisant une liaison maritime plus durable entre le Royaume-Uni et la Normandie grâce au nouveau bateau "Guillaume de Normandie". Diffusée en ligne, à la radio ainsi que dans la presse écrite et web, la campagne a généré plus de 4 400 réservations ferry et plus de 1,6 million d'euros de chiffre d'affaires, confirmant l'attractivité de la destination pour les clientèles britanniques et leur intérêt pour une offre de transport renouvelée et plus durable.



Campagne sur le marché britannique

VAL DE LOIRE ■ [Re]positionner la destination sur le marché allemand

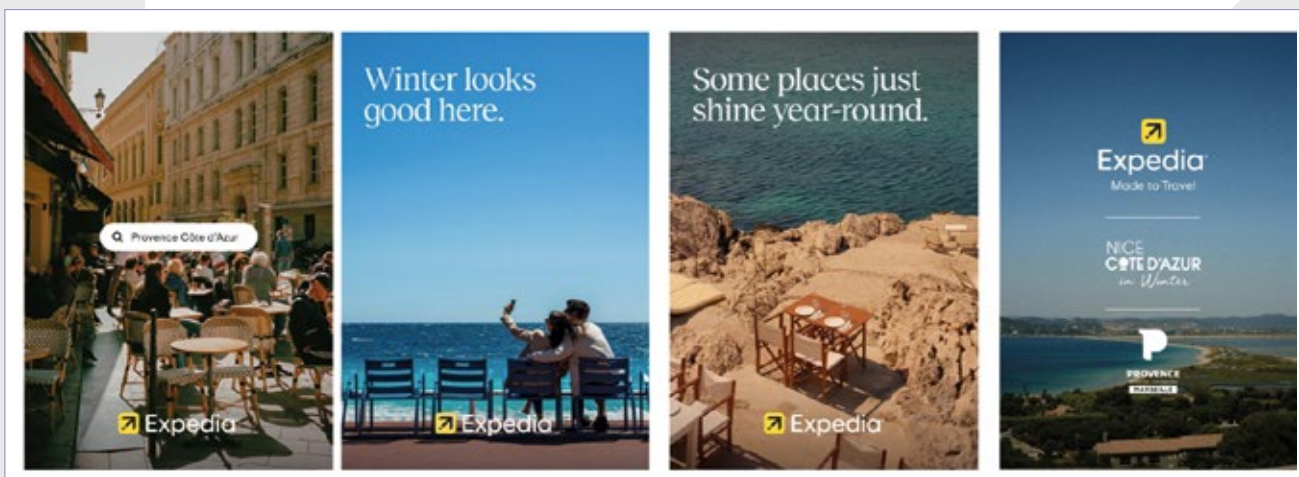
Une étude qualitative et quantitative a permis d'identifier les attentes des clientèles allemandes [motivations, freins, leviers], afin de construire un positionnement différenciant autour d'une destination authentique et apaisée. Résultat : une communication plus ciblée et performante, renforçant l'image et l'attractivité de la destination sur un marché concurrentiel.

CÔTE D'AZUR ■ Désaisonnaliser les flux touristiques

Aux côtés du Comité régional de tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur et d'Expedia Group, Atout France a déployé une campagne valorisant l'offre hivernale de la Côte d'Azur auprès des clientèles françaises et internationales prioritaires [britannique, américaine, canadienne, suédoise et norvégienne]. Résultat : 7,8 millions d'euros de réservations et 17 000 nuitées générées en basse saison, renforçant l'attractivité de la destination toute l'année et ses retombées économiques.

BRETAGNE ■ Faire découvrir la diversité de la destination pour mieux répartir les flux

Une campagne éditoriale immersive, au format road trip, a été lancée avec le Comité régional de tourisme de Bretagne afin de mettre en avant des expériences et lieux moins connus en Bretagne auprès du public belge. Les contenus créés ont généré près de 195 000 impressions et 10 400 pages vues, témoignant d'un fort intérêt pour des alternatives touristiques et contribuant à une diffusion plus équilibrée des flux sur le territoire breton.



Campagne Côte d'Azur d'Azur auprès des clientèles françaises et internationales prioritaires

Connecter l'offre française aux réseaux internationaux de distribution

Atout France multiplie les opportunités de commercialisation de l'offre touristique française auprès des acteurs internationaux de la distribution. Grâce à des opérations ciblées, innovantes et adaptées aux attentes des tour-opérateurs, agences de voyages, plateformes et prescripteurs internationaux, l'Agence renforce la visibilité des destinations françaises et facilite leur mise en marché.

Destination Montagnes

Les 28 et 29 janvier 2025 à Grenoble, Destination Montagnes a réuni 220 exposants et 426 acheteurs internationaux autour de près de 10 500 rendez-vous préprogrammés afin de promouvoir l'offre française de tourisme de montagne. L'événement a été complété par des éducteurs valorisant 21 stations et une demi-journée de rencontres professionnelles. Les résultats confirment l'impact positif de l'opération : 96% des exposants et 100% des visiteurs se déclarent satisfaits, tandis que 96% des tour-opérateurs envisagent de programmer les destinations découvertes. Six mois après l'événement, les intentions de programmations progressent de 49% en hiver et de 27% en été, avec 17% des acheteurs ouverts à de nouveaux massifs.

l'événement, l'impact réel du salon est nettement perceptible sur la programmation de la destination France : 86% des acheteurs positionnent la France comme leur première destination programmée, 68% anticipent une hausse des ventes en 2026 et 90% déclarent avoir l'intention de programmer les destinations découvertes lors des éducteurs. Enfin, 96% des participants considèrent le salon comme indispensable.

Les salons Destination Montagnes et Rendez-vous en France confirment leur rôle de leviers majeurs de mise en marché, en générant une accélération directe de la programmation internationale, avec des hausses significatives observées dès les 6 mois suivant les événements.

Ils contribuent à renforcer le leadership de la destination France, qui demeure la plus programmée et la plus demandée par les acheteurs internationaux, tout en jouant un rôle clé dans la diversification des offres et des territoires et l'effet structurant des éducteurs sur les intentions de vente.



Salon Destination Montagnes 2025, Grenoble

Rendez-vous en France

Les 1^{er} et 2 avril 2025 à Lyon, Rendez-vous en France a confirmé son statut de premier salon BtoB pour la commercialisation de l'offre touristique française à l'international. L'événement a réuni 704 exposants, 817 acheteurs et distributeurs internationaux ainsi que 26 journalistes étrangers, générant plus de 28 144 rendez-vous d'affaires. Des éducteurs organisés en amont du salon ont permis de valoriser les destinations et expériences touristiques françaises auprès des participants. Le salon enregistre un excellent niveau de satisfaction, avec 96% d'exposants satisfaits ou très satisfaits et 100% de visiteurs satisfaits. Six mois après

UNE PRÉSENCE SUR LES GRANDS SALONS INTERNATIONAUX

Grâce au déploiement du Pavillon France sur les principaux salons BtoB internationaux, Atout France renforce la visibilité collective de l'offre touristique française sur les marchés stratégiques, facilite l'accès à des acheteurs qualifiés et soutient activement la commercialisation des offres françaises à l'international. En 2025, Atout France a proposé un Pavillon France sur le WTM London, l'IBTM Barcelona, l'ITLM North America, l'ITLM Cannes, l'ITLM Asia Pacific, le FITUR Madrid, TTG Travel Experience Italie et Marhaba pour la Région PMO.

262 000 professionnels internationaux touchés

157 partenaires français accompagnés

11 500 rendez-vous générés

Des actions ciblées sur les marchés stratégiques

En 2025, Atout France a intensifié ses actions ciblées auprès des professionnels du tourisme, des médias et des prescripteurs sur plusieurs marchés stratégiques, afin de renforcer la visibilité, l'attractivité et la commercialisation de la destination France à l'international.

Ces actions ont permis de valoriser la diversité de l'offre française, du luxe au tourisme de loisirs, en passant par l'art de vivre et les expériences sur mesure. Retour sur quelques événements...

Prestige France - Londres

Prestige France a réuni à Londres les acteurs français du tourisme de luxe et les professionnels britanniques du haut de gamme afin de promouvoir l'excellence et l'art de vivre à la française. Cette première édition a permis à 17 partenaires français de valoriser leurs offres auprès de plus de 40 agences et tour-opérateurs spécialisés, ainsi que de journalistes et VIP, renforçant l'attractivité de la destination France sur le marché.



Prestige France - Londres

Infiniment France - Chine

Avec Infiniment France, Atout France a réuni à Xiamen 24 exposants français et 63 professionnels du tourisme chinois afin de renforcer la visibilité de l'offre française et développer de nouvelles opportunités commerciales sur ce marché stratégique. Plus de 1 600 rendez-vous BtoB ont été organisés, dans un contexte de forte reprise du marché et de montée en gamme des attentes autour d'expériences sur mesure, notamment en œnotourisme, ski et tourisme de plein air.

France 360 - États-Unis

Les 11 et 12 novembre à Phoenix, Atout France a organisé France 360, rendez-vous de référence du tourisme de loisirs en Amérique du Nord. L'événement a réuni plus de 160 professionnels et médias américains autour de rendez-vous d'affaires et sessions de travail dédiées, avec pour objectifs d'accompagner la nouvelle liaison Air France vers Paris-CDG et de renforcer l'attractivité de la destination France sur le marché américain.

Workshop France Excellence - Brésil

Du 22 au 24 septembre 2025, France Excellence a réuni à São Paulo 28 exposants français et 175 professionnels brésiliens autour du savoir-faire et de l'art de vivre français. Placée sous le thème « Aux Sources de l'inspiration », cette 5^e édition a généré plus de 1 000 rendez-vous d'affaires et près de 80 retombées presse, renforçant le rayonnement de la destination France et de ses marques d'excellence sur le marché brésilien.

Tournée médiatique germanophone - Allemagne et Suisse

Du 2 au 5 février, Atout France a organisé une tournée média à Cologne, Stuttgart, Zurich et Lausanne afin de promouvoir la France comme destination « toutes saisons ». L'opération a réuni 21 professionnels français et plus de 100 journalistes suisses et allemands autour des grands temps forts culturels de 2026, renforçant la visibilité de l'offre française et les opportunités de partenariats sur ces marchés stratégiques.



Infiniment France - Chine

Explore France : une stratégie digitale au service de la visibilité internationale

En 2025, l'écosystème digital B2C Explore France a poursuivi sa transformation pour renforcer la visibilité internationale de la destination France.

Porté par France.fr et les réseaux sociaux Explore France, le dispositif a combiné performance SEO/GEO, innovation IA, contenus inspirionnels et engagement communautaire afin de promouvoir les territoires et valoriser les partenaires.

Adaptation aux nouveaux usages liés à l'IA

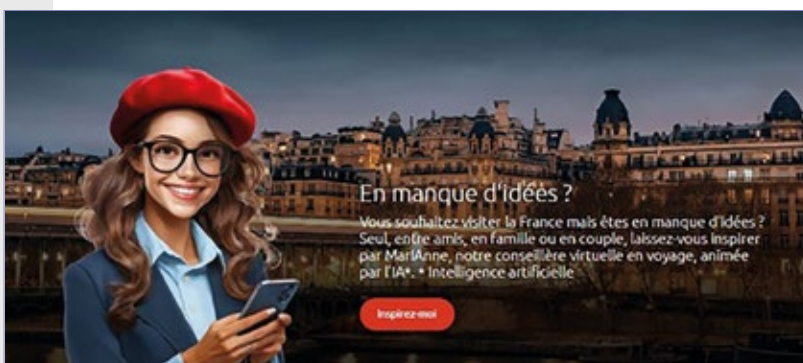
Disponible en 14 langues, France.fr a confirmé en 2025 la pertinence de sa refonte engagée avant les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024. Face à l'essor des moteurs conversationnels IA, une stratégie GEO [Generative Engine Optimization], complémentaire du SEO, a été déployée afin d'optimiser la visibilité des contenus dans les réponses générées par l'IA. Fondée sur les requêtes les plus recherchées [infos pratiques, inspirations, itinéraires, événements], elle vise à positionner la France comme référence du tourisme durable et premium. L'assistant IA Marianne a généré plus de 23 000 sessions d'utilisateurs enregistrés et valorisé 126 000 points d'intérêt.



Des communautés engagées

Les réseaux sociaux Explore France ont poursuivi leur développement en intégrant les nouveaux usages liés à la recherche conversationnelle sur Instagram et TikTok. Instagram a atteint un taux d'engagement moyen de 2,1%, supérieur aux standards du secteur du voyage, tandis que TikTok a enregistré une croissance de +16% de followers.

L'année a aussi été marquée par le lancement d'un programme d'influence en collaboration avec un pool d'ambassadeurs incarnant la destination et la création du compte Pinterest Explore France pour renforcer la visibilité des contenus inspirionnels auprès des voyageurs en phase de préparation.



Marianne », la conseillère voyage animée par l'IA de France.fr

Des formats innovants pour renforcer le storytelling

En 2025, Explore France a lancé de nouveaux concepts éditoriaux cross-canal, dont What's in my bag et Sounds of France. Ces formats courts et immersifs valorisent les destinations françaises et les thématiques prioritaires selon les territoires et les saisons. Pensés pour favoriser viralité et entertainment, ils modernisent l'image de la destination et renforcent la cohérence du storytelling sur l'ensemble de l'écosystème digital.



CAFE

CONCORD

Télé : 62-50-52



07 S'ADAPTER ET SE TRANSFORMER.

Une activité consolidée dans un contexte de baisse des crédits publics

En 2025, l'activité d'Atout France a évolué dans un contexte marqué par une baisse substantielle de la subvention pour charges de service public, mais également par l'achèvement du plan Destination France, qui avait fortement soutenu l'activité de l'Agence pour le volet promotion au cours des exercices précédents.

Les produits ont atteint près de 57,1 millions d'euros, contre 75,2 millions d'euros en 2024, dont 51,8% provenant des subventions de l'État et 46,4% issus du partenariat mobilisé par le GIE.

Les subventions consommées se sont élevées à 29,59 millions d'euros [dont près de 5 M€ financent l'intervention], tandis que le partenariat global mobilisé par Atout France et les autres produits ont représenté 27,5 M€ [22,3 millions d'euros pour la promotion, 1,7 million d'euros pour l'ingénierie et 2,2 millions d'euros au titre des cotisations des adhérents du GIE].

Les charges se sont établies à un niveau cohérent avec cette évolution de l'activité. Les charges de fonctionnement ont représenté 29,1 millions d'euros [dont 18,4 millions d'euros pour la masse salariale], tandis que les dépenses d'intervention se sont élevées à 28 millions d'euros [22,5 millions d'euros pour la promotion et 5,2 millions d'euros pour l'ingénierie].

Au terme de l'exercice 2025, Atout France présente un résultat bénéficiaire de 37 K€, confirmant sa capacité d'adaptation et de rebond afin d'ajuster son niveau d'activité dans un contexte marqué par la baisse des crédits publics.

En millions d'euros

CHARGES		PRODUITS	
Dépenses de personnel	18,4	Subventions de fonctionnement	24,6
Fonctionnement général	7,9	Subventions opérationnelles	4,9
Dépenses d'intervention	28	Partenariats	26,5
Divers	2,7	Divers	1
TOTAL	57	TOTAL	57
RÉSULTAT BÉNÉFICIAIRE	0,037		

Une politique RH mise en œuvre pour adapter l'organisation du GIE et accompagner les réflexions

Avec l'achèvement du plan Destination France, les ressources humaines recrutées en renfort dans ce cadre ont quitté le GIE fin 2024. En conséquence, les directions du GIE en France et le réseau à l'international ont dû adapter leur organisation.

En parallèle, la baisse substantielle de la subvention pour charge de service public a contraint le GIE, d'une part, à geler les recrutements et, d'autre part à n'accorder aucune augmentation générale dans le cadre des NAO. Afin de limiter la baisse du pouvoir d'achat, ont été versées des augmentations « coût vie » pour le réseau à l'international et une prime partage de la valeur en France.

L'année 2025 a également été marquée par la mission d'appui à la réforme de l'Agence et à l'élaboration d'une stratégie et d'un modèle économique adapté aux contraintes budgétaires.

En parallèle, en interne, une démarche de réflexion visant à redynamiser l'activité et à consolider le modèle économique du GIE a été conduite. Au dernier trimestre, des groupes de travail transversaux, associant des représentants de toutes les directions et tous les métiers, ont élaboré des propositions opérationnelles visant à la transformation du GIE.

En cette période de transition, le dialogue social a été renforcé et une attention particulière a été portée pour informer régulièrement les collaborateurs et les instances représentatives du personnel des changements d'organisation et des réflexions sur la transformation d'Atout France.

Dans le cadre de sa politique qualité de vie et conditions de travail, une 4^{ème} enquête du baromètre social a été menée ; une procédure d'écoute, de soutien et de signalement des risques psychosociaux a été rédigée et l'accord télétravail prorogé.

ANNEXES EN LIGNE SUR
www.atout-france.fr



- Les comptes du GIE Atout France
- Organisation / organigrammes



#ActivateurDeTourismes

**ATOUT
FRANCE**
www.atout-france.fr

