

Plan d'actions B2B Relations presse 2025

B2B: une stratégie basée sur le Marketing Mix

Marchés de proximité prioritaires :

Italie, Espagne, Scandinavie,
Grande Bretagne

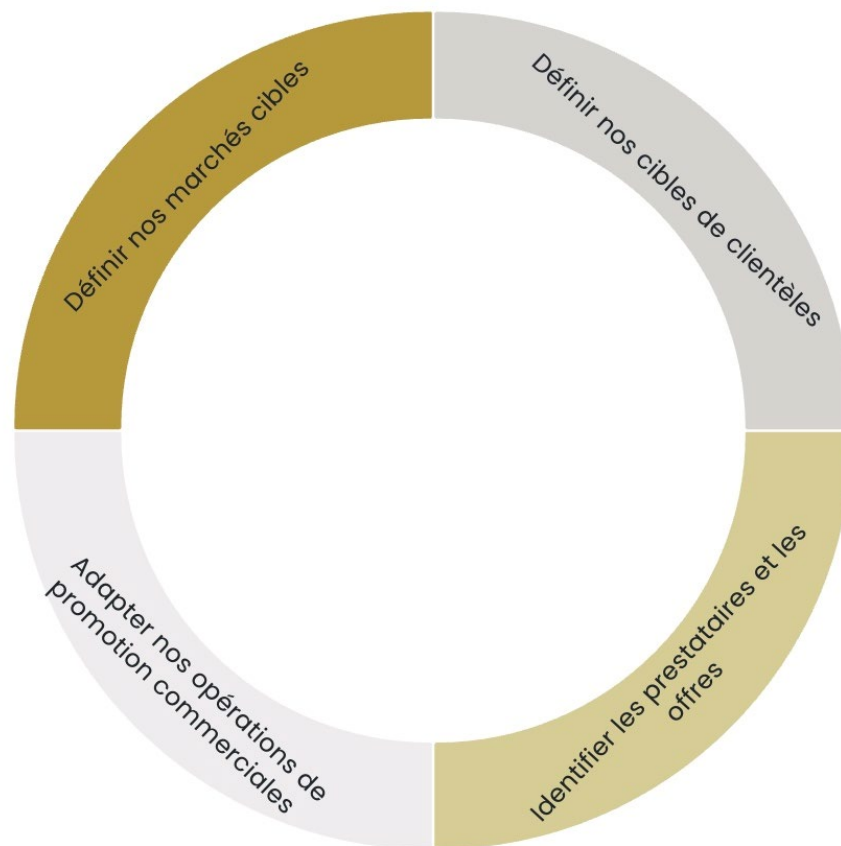
Marchés lointains prioritaires :

Etats-Unis, Canada, Japon, Chine, Taïwan,
clientèles à haute contribution et à forte
valeur ajoutée

Workshops, démarchages, roadshows,
séminaires de formation, éductours/famtrips...

Format exclusif Grand Est

ouvert à partenariat avec un volet RP et/ou
format France non ouvert à partenariat



Loisirs :

Tour-opérateurs, agents de voyages,
autocaristes...

Tourisme d'affaires :

Décideurs d'entreprises, agences
événementielles, organisateurs d'événements,
de conférences, incentives, séminaires et
conventions,
événements d'entreprise...

Marchés de proximité :

ADT / CDT, OT, sites touristiques, hôtels

Marchés lointains prioritaires :

Hôtels 4-5*, OT villes principales, sites touristiques
d'excellence, de mémoire... DMC...

Marchés lointains émergents :

Année N, N+1 : Actions de prospection exclusivement
effectuées par l'ARTGE
Année N+2, N+3 : Actions de prospection avec DMC

Objectifs B2B

Poursuivre nos relations commerciales avec les prescripteurs

Accompagner la mise en relation entre les prestataires et les prescripteurs en tant qu'apporteur d'affaires



Favoriser la vente de packages de DMC

Réaffirmer les opportunités touristiques fondamentales du Grand Est : art de vivre, excellence, œnotourisme et gastronomie, métiers d'art et savoir-faire, culture et patrimoine, mémoire, événements d'exception, tourisme urbain, activités de nature

Illustrer les opportunités et avantages de voyager en Grand Est

Mise en place de KPI quanti et quali : en N, N+1, N+2

N : satisfaction des opérations auprès des partenaires et prescripteurs

N+1 : programmation, nombre de ventes, nombre de séjours, de personnes, chiffres d'affaires (par type de prestation, par destination, multideestination...)

N+2 : programmation, nombre de ventes, nombre de séjours, de personnes, chiffres d'affaires (par type de prestation, par destination, multideestination...)



RELATIONS PRESSE

Notre objectif

Faire rayonner le Grand Est à travers une offre inattendue, nouvelle et attractive.

Stratégie selon les marchés

Maintien des relations presse et actions avec Atout France sur l'Italie, l'Allemagne, les Pays-Bas

Poursuite des relations presse nouvellement engagées sur l'Espagne et la Scandinavie avec un focus plus particulier sur le Danemark en 2025

Démarchage personnalisé de journalistes et influenceurs pour la France et la Belgique

Organisation d'opérations presse exclusive Grand Est en lien avec les actions de la promotion commerciale pour le Danemark et la Grande-Bretagne

Poursuite de la reconquête des médias internationaux pour les Etats-Unis, le Canada et le Japon avec l'organisation de conférences de presse

ET INFLUENCE

Nos outils

Réalisation et envoi de dossiers de presse

Organisation d'accueils presse et influence

Participation aux workshops presse Atout France

Organisation de workshops presse exclusifs Grand Est complémentaires aux actions de promotion commerciale

Organisation de conférences de presse sur les marchés lointains en marge des opérations de promotion commerciale

Mise en place de KPI quantitatifs et qualitatifs

Quantitatifs à travers le nombre de demandes presse, d'accueils presse et de retombées presse

Qualitatifs avec le retour satisfaction des journalistes et l'analyse des retombées presse





COMMISSION PRESSE GRAND EST

Relations presse vertueuses

Période : toute l'année 2025

Action : Synthèse des actions de réflexion menées l'année dernière sous forme d'un rapport intégrant des bonnes pratiques pour entrer dans une démarche de RP Vertueuses.





DOSSIER DE PRESSE GRAND EST

Dossiers de presse 2025

Angle art de vivre et ses actualités en Grand Est

Déclinaison du dossier de presse 2025 en IT & DE

Adaptation du DP pour nos opérations au UK & DK

Dossier spécifique anglé durable pour les Pays-Bas





ACCUEILS PRESSE GRAND EST

Période : toute l'année

Action : 60 accueils presse à l'année tous marchés confondus

80% des accueils presse réalisés par l'ART GE sollicite une prise en charge des territoires via un OT ou un ADT

80% d'accueils presse individuels
10% d'accueils presse groupe

Partenaires : OT / ADT / privés

Budget ARTGE : 45 000€ TTC





CONDITIONS GÉNÉRALES

Les opérations présentées ci-après vous sont proposées à titre de projet :
celles-ci sont soumises à certaines conditions liées au contexte et seront effectuées sous certaines réserves comme notamment :

Le nombre de participants pré-inscrits permettant de rendre l'opération réalisable et donc viable.
En cas d'un nombre insuffisant de participants, l'opération pourra être reportée ou annulée.

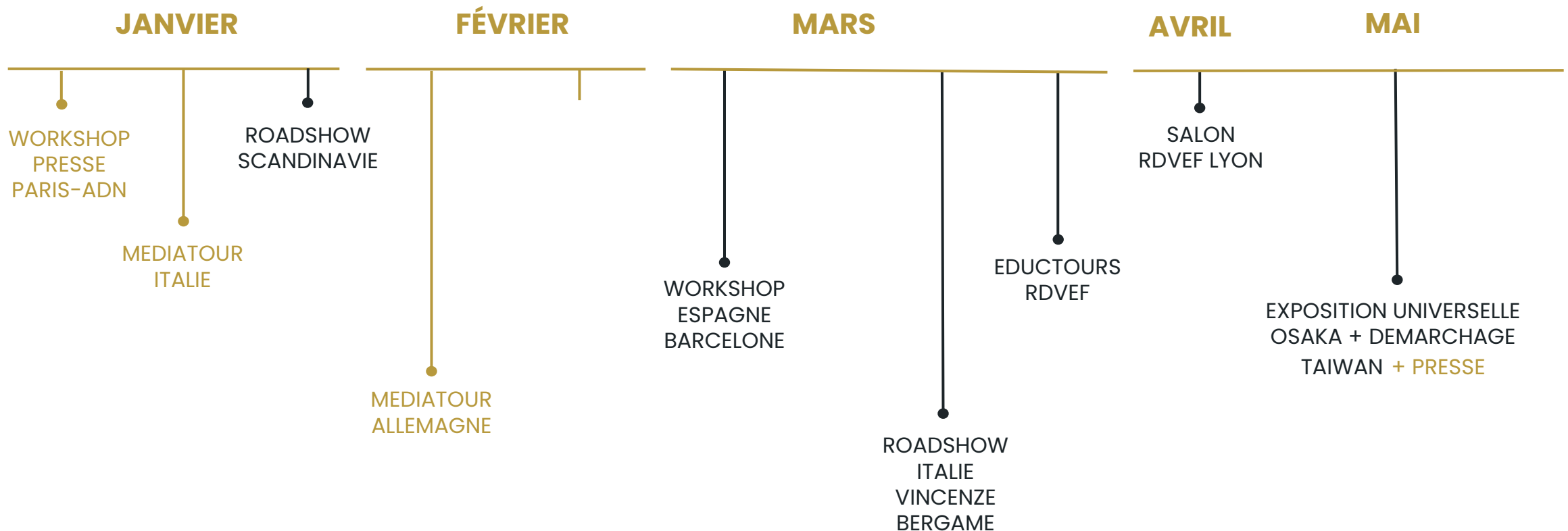
Les dates proposées peuvent être modifiées selon le contexte et l'actualité, la disponibilité des organisateurs (Atout France...) des prescripteurs et des prestataires...

Nous vous remercions de bien vouloir, par retour de mail, nous informer des opérations auxquelles vous souhaitez participer; un dossier technique vous sera transmis par la suite pour vous inscrire définitivement.

L'Agence Régionale du Tourisme se réserve le droit de reporter ou d'annuler une opération selon les conditions évoquées ci-dessus.

Calendrier des opérations promotion commerciale / RP

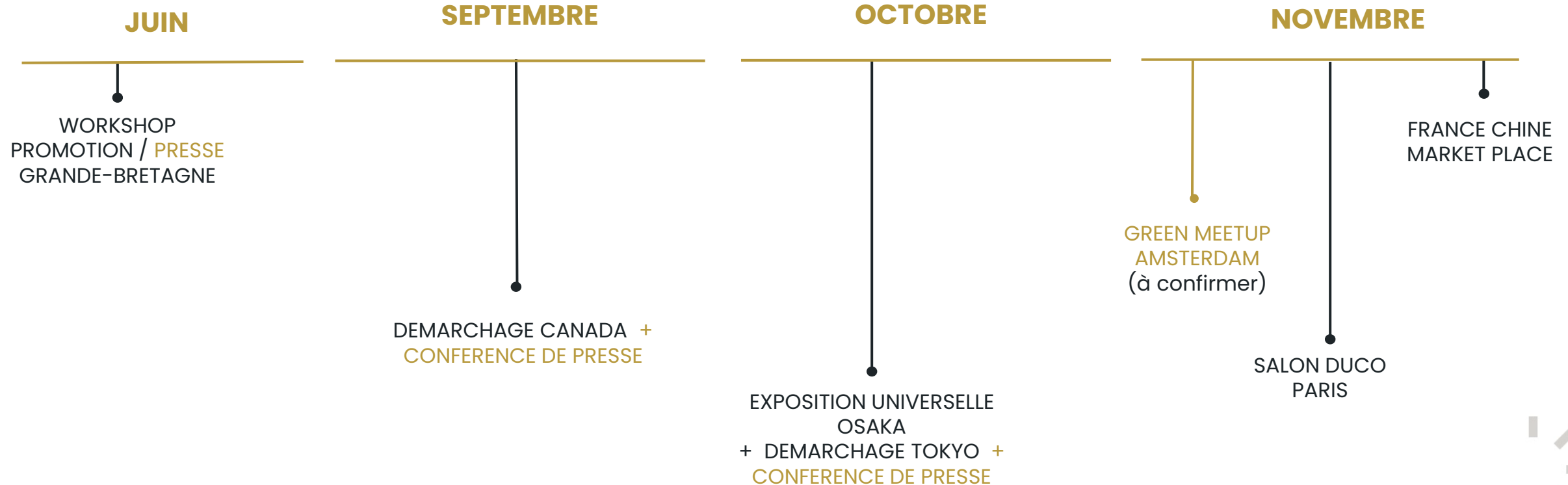
1^{er} semestre





Calendrier des opérations promotion commerciale / RP

2^{ème} semestre



Marchés de proximité

EXPLORE
EASTERN
FRANCE



Espagne



Grande
Bretagne



Scandinavie



Italie

2 millions de nuitées en
GRAND EST en 2023



Espagne

Principales tendances du marché :

En 2022, l'économie a entamé une phase de reprise qui s'est ralentie à la suite de l'invasion de l'Ukraine par la Russie.

Croissance dynamique en 2023 et continue en 2024.

S'agissant du marché du travail, l'Espagne est revenue au niveau pré-crise.

Budget des vacances à l'étranger augmenté qui s'élève en moyenne à 751€ par personne

7,2 M de voyages effectués hors d'Espagne dont 1,6 millions de voyages en France (Chiffres INSEE – 2022)

6^{ème} marché pour la France derrière le Royaume-Uni, les Etats-Unis, la Belgique/Pays Bas et l'Italie.

Thématiques mises en avant :

Courts séjours de proximité (ville ou campagne) / séjours urbains / patrimoine / gastronomie / œnotourisme / nature et outdoor (golf, loisirs de plein air, campagne)

Cibles:

Familles, couples actifs-DINKS, best agers, CSP+, individuels

Chiffres clés / Marché :

47,6 millions d'habitants / 27 870 PIB/habitant

2,8% croissance du PIB (2024) / Taux de change : €

Données touristiques en 2023 :

16,1 millions de voyages à l'étranger / 5,4 jours : Durée moyenne de séjour

7,3 millions d'arrivées d'Espagnols en France

4,4 milliards de recettes touristiques en France issues du tourisme espagnol

Principaux bassins émetteurs :

Catalogne 23% / Madrid 17% / Andalousie 16% / Valence 11% / Pays Basque 6%

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1. Tourisme urbain 2. Gastronomie 3. Visites culturelles

Profil voyageurs :

1^{ère} destination des Espagnols. Ils voyagent en couple à 72%, autour de 40 ans, voyagent en avion 56%, en voiture 33%, importance du digital dans le voyage.

Principales destinations visitées :

Reims, Metz, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

32% printemps / 46% été / 16% automne / 7% hiver

Janvier Février Mars Avril Mai Juin Juillet Août Septembre Oct Nov Dec

WORKSHOP GRAND EST

Période : 6 mars 2025

Filières : Oenotourisme, Culture et Patrimoine, tourisme urbain, Nature et Itinérance

Action : Rencontres professionnelles avec workshop et soirée networking

30 prescripteurs espagnols – 8 prestataires Grand Est

Partenaires : agences réceptives, offices de tourisme, sites touristiques, maisons de vins d'Alsace, de Champagne, hôtels 4-5*

Lieu : Barcelone

Participation des prestataires : 1 000€ TTC*

* tarif TTC comprenant uniquement l'inscription pour 1 personne par structure hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

EDUCTOUR DESTINATIONS DU GRAND EST

Période : Prétours RDVEF 27-30/3/2025 par CDT / ADT / OT

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, tourisme urbain

Action : Programmes de visites de prestataires et d'itinéraires touristiques en Grand Est en partenariat avec les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques

Prescripteurs : 1 prescripteur

ACTIONS RP ESPAGNE

Période : mars 2025

Filières : Oenotourisme, gastronomie, Culture et Patrimoine, tourisme urbain, Nature et Itinérance



Actions :

NEWSLETTER envoyée par Atout France avec un focus sur les grandes actualités 2025

Poursuite des accueils presse suite aux contacts générés par notre opération en juin 2024

1,4 million de nuitées en
GRAND EST en 2023



Italie

Principales tendances du marché :

3ème économie européenne et 8ème mondiale.

4ème clientèle internationale : 7,4 millions d'arrivées touristiques (+145,6 %/2021), générant 3,5 milliards d'euros de recettes (+76,14 %/2021).

- La France reste la 1ère destination étrangère des Italiens, toutes saisons confondues.
- Durée moyenne des séjours : 6 jours.
- Nuitées en France : Plus de 42 millions.

Professionnels du tourisme :

Le marché italien est fortement intermédié : 600 Tour-opérateurs / 6 000 Agences de voyage. Clientèles spécifiques (FIT, groupes, thématiques).

Tendances 2024 :

Forte envie de voyager en France, en hausse depuis 2023.

Montée du tourisme responsable.

Accessibilité renforcée : transports aériens et ferroviaires.

Croissance des solutions digitales dans le process touristique.

Thématiques mises en avant :

Enotourisme et gastronomie / patrimoine et culture / tourisme urbain / luxe, shopping

Cibles :

Familles, couples actifs, best agers, CSP+ / Individuels + groupes

Chiffres clés / Marché :

59,4 millions d'habitants / 33 023 PIB/habitant

0,9% croissance du PIB (2023) / Taux de change : €

Données touristiques en 2023 :

48 millions de voyages à l'étranger / 6 jours : Durée moyenne de séjour

8 millions d'arrivées d'Italiens en France

3,8 milliards de recettes touristiques en France issues du tourisme italien

Principaux bassins émetteurs :

1. Milan 2. Turin, Bologne, Venise 3. Rome, Naples

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1. Tourisme balnéaire 2. Tourisme urbain et culturel 3. Nature et montagnes

Profil voyageurs :

1ère destination des italiens. 70% viennent du nord du pays.

La proximité culturelle et géographique favorise les courts séjours (70%).

L'accessibilité progresse avec 1123 vols et 28 trains par semaine.

Principales destinations visitées :

Mulhouse, Metz, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

27% printemps / 41% été / 16% automne / 16% hiver

Avril Mai Juin Juillet Août Dec

ROADSHOW EXPLORE FRANCE

Période : 19-20 mars 2025

Filières : oenotourisme & gastronomie, Patrimoine et Culture, tourisme urbain, Luxe et shopping

Action : rencontres professionnelles avec workshop et networking
60 prescripteurs italiens

Partenaires : inscription directe auprès d'Atout France Italie
Participation ARTGE

Lieu : Bergame et Vincenze

EDUCTOUR DESTINATIONS DU GRAND EST

Période : préjours RDVEF 27-30/3/2025 par CDT / ADT / OT

Filières : culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, tourisme urbain

Action : programmes de visites de prestataires et d'itinéraires touristiques en Grand Est en partenariat avec les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques

Prescripteurs : 3 professionnels

MEDIATOUR ITALIE

Période : 22 janvier en présentiel et 29 janvier 2025 en visioconférence

Filières : Œnotourisme & gastronomie, patrimoine et culture, tourisme urbain, luxe et shopping

Action : Mediatour Atout France Italie
60 journalistes italiens attendus

Lieu : Milan + 1 journée de rdv en ligne

Budget participation ARTGE : 1920€ TTC + 15000€ TTC (visio)
non ouvert à partenariat / inscription directe ATF

WEBINAIRE ITALIE

Période : 1er semestre

Action : organisation d'un webinaire en ligne avec le bureau d'Atout France Italie pour une présentation des médias italiens et des actions possibles avec Atout France

Lieu : webinaire en ligne

Participation : gratuite

2 millions de nuitées en
GRAND EST en 2023



Grande Bretagne

Principales tendances du marché :

Marché touristique clé pour la France

- Taux de départ : 75 % des Britanniques voyagent, dont 51 % à l'étranger en 2023.
- France : 2^e destination après l'Espagne.
- Segment premium : 34 % des baby-boomers dépensent > £1500.
- Fréquentation : 11,6 millions de visiteurs en 2023.
- Dépenses : 6,1 milliards d'euros en 2023.

Connectivité :

- Reprise des fréquences aériennes proches de 2019.
- Ferrys : +45 % en juillet 2023 vs 2022.

Distribution :

- Focus sur niches (golf, œnotourisme, cyclotourisme...).
- Rôle de plateforme internationale pour les clientèles d'autres continents.

Thématiques mises en avant :

œnotourisme et gastronomie / patrimoine et culture
tourisme urbain / nature et itinérance

Cibles:

Les familles, les couples actifs, les best agers, CSP+

Chiffres clés / Marché :

67,33 millions d'habitants / 55 378 PIB/habitant
4,1% croissance du PIB (2024) / Taux de change : £

Données touristiques en 2023 :

71 millions de voyages à l'étranger / 6,5 jours : Durée moyenne de séjour
9,8 millions d'arrivées de Britanniques en France
6,1 milliards de recettes touristiques en France issues du tourisme britannique

Principaux bassins émetteurs :

Londres / Sud Est / Manchester / Edimbourg

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1. Tourisme urbain 2. Nature et campagne 3. Montagne et hiver

Profil voyageurs :

2^{ème} destination des Britanniques, et 1^{ère} pour les courts séjours et le ski.
Clientèle diversifiée.

Principales destinations visitées :

Mulhouse, Metz, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

25% printemps / 40% été / 20% automne / 15% hiver

Février Mars Avril Mai Septembre Oct Nov Dec

WORKSHOP GRAND EST PROMOTION/PRESSE

Période : 12 juin 2025

Filières : Oenotourisme, culture et patrimoine, tourisme urbain, cyclotourisme

Action : rencontres professionnelles avec workshop
30 prescripteurs – 10 prestataires Grand Est
+ Option RP : workshop presse + conférence de presse sur ½ journée

Partenaires : agences réceptives, offices de tourisme, sites touristiques, maisons de vins d'Alsace, de Champagne, hôtels 4-5*

Lieu : Londres

Participation des prestataires : 1 500€ TTC* / 800€ TTC option RP

* tarif TTC comprenant uniquement l'inscription pour 1 personne par structure hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

EDUCTOUR DESTINATIONS DU GRAND EST

Période : Prétours RDVEF 27-30/3/2025 par CDT / ADT / OT

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, tourisme urbain

Action : Programmes de visites de prestataires et d'itinéraires touristiques en Grand Est en partenariat avec les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques

Prescripteurs : 3 professionnels

WEBINAIRE PRESSE GRANDE BRETAGNE

Période : 1er semestre

Action : organisation d'un webinaire en ligne avec le bureau d'Atout France Grande Bretagne pour une présentation des médias britanniques et des actions possibles avec Atout France

Lieu : webinaire en ligne

Participation : gratuite

500 000 nuitées en
GRAND EST en 2023

Suède

Principales tendances du marché :

4^e destination préférée des Suédois, avec des voyages toute l'année.

•Durée moyenne des séjours : 6,9 jours.

•Destinations phares : Paris, Côte d'Azur, Alpes (ski), Grand-Est.

•Les Suédois apprécient particulièrement les séjours œnotouristiques.

Préférences et réservations :

•Hébergements de qualité (4-5*), notamment boutiques hôtels.

•18 % des réservations passent encore par des agences de voyages, un record parmi les Scandinaves.

Thématiques mises en avant :

Oenotourisme et gastronomie / patrimoine et culture
tourisme urbain / nature et Itinérance

Cibles:

Les familles, les couples actifs, les best agers, CSP+, individuels

Chiffres clés / Marché :

10,42 millions d'habitants / 65 209 PIB/habitant

2,6% croissance du PIB (2024) / Taux de change : SEK



Données touristiques en 2022 :

18 millions de voyages à l'étranger / 6,9 jours : Durée moyenne de séjour

606 300 arrivées en France

538 millions de recettes touristiques en France

Principaux bassins émetteurs :

Stockholm / Göteborg / Malmö

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1. Tourisme littoral 2. Tourisme urbain 3. Nature et campagne

Profil voyageurs :

1^{ère} destination des Suédois. Se logent majoritairement dans des hôtels 4 étoiles.

Préfèrent voyager en avion.

Principales destinations visitées :

Nancy, Metz, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

20% printemps / 45% été / 15% automne / 20% hiver

Février Mars Avril Mai Juin Juillet Août Septembre

400 000 nuitées en
GRAND EST en 2023

Danemark

Principales tendances du marché :

Bien-être, intimité, convivialité : partage de moments de qualité entre proches.
Les familles privilégient des expériences à vivre ensemble plutôt que des clubs enfants.

Importance accordée à la gastronomie et à la qualité des produits.
Les Danois sont les premiers consommateurs de produits « bio » au monde.

5^e destination loisirs internationale des Danois.
630 000 visiteurs en 2022, pour des séjours de 7,8 jours en moyenne.

Distribution : un marché à cibler

Marché restreint mais exigeant, avec une montée en puissance d'acteurs de niche post-crise

Thématiques mises en avant :

Oenotourisme et gastronomie / patrimoine et culture
tourisme urbain / nature et itinérance

Cibles:

Les familles, les couples actifs, les best agers, CSP+

Chiffres clés / Marché :

5,83 millions d'habitants / 74 793 PIB/habitant
3,1% croissance du PIB (2022) / Taux de change : DKK



Données touristiques en 2023 :

22,1 millions de voyages à l'étranger / 7,8 jours : Durée moyenne de séjour
1 million d'arrivées de Danois en France
373 millions de recettes touristiques en France issues du tourisme danois

Principaux bassins émetteurs :

Copenhague / Aarhus / Odense

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1. Tourisme littoral 2. Tourisme urbain 3. Nature et campagne

Profil voyageurs :

2^{ème} destination des danois. Environ 25% des nuitées se font en hôtellerie de plein air. Ils privilégient les voyages en avion mais + de 35% viennent en voiture.

Les valeurs durables les intéressent.

Principales destinations visitées :

Nancy, Metz, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

25% printemps / 35% été / 15% automne / 25% hiver

Février Mars Avril Mai Juin Juillet Août Septembre Oct

WORKSHOP EXPLORE FRANCE

Période : 20-24 janvier 2025

Filières : Oenotourisme, culture et patrimoine, tourisme urbain, nature et itinérance

Action : Rencontres professionnelles avec workshop
50 prescripteurs scandinaves

Partenaires : inscription directe auprès d'Atout France
Participation ARTGE

Lieu : Helsinki, Stockholm, Oslo, Copenhague

Participation des prestataires : 8 000€ TTC

EDUCTOUR GRAND EST

Période : Prétours RDVEF 27-30/3/2025 par CDT / ADT / OT

Action : Programmes de visites de prestataires et d'itinéraires touristiques en Grand Est en partenariat avec les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, oenotourisme et gastronomie, tourisme urbain

Prescripteurs : 3 professionnels

Actions RP

Marché FR / proximité

EXPLORE
EASTERN
FRANCE



France



Allemagne



Pays Bas



France



ACTIONS RP FRANCE

Période : PARTIR EN FRANCE (ADN) 13-14/01/2025

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, tourisme urbain

Action : Workshop presse à destination des médias français

Partenaires : OT 1 étoile adhérent ADN / ADT – coordination ARTGE

Lieu : Paris

Budget participation : 864€ TTC la demi-table - 1252€ TTC la table pour une structure et 2 pers. - 1729€ ttc la table pour deux structures (tarifs 2024) - inscription ARTGE

EVENEMENT PRESSE EXCLUSIF

Période : 20 mars 2025

Filières : culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie

Action : Événement presse très exclusif à destination de 10 à 20 journalistes français. Ce rendez-vous sera un prétexte pour parler d'art de vivre en Grand Est en s'appuyant sur quatre à cinq partenaires privés ou publics avec une actualité forte.

Partenaires : non ouvert aux partenaires – sélection par l'ARTGE

Lieu : Paris

COLLABORATIONS INFLUENCEURS

Période : toute l'année

Action : Accueils d'influenceurs avec rémunération de manière exclusive ou en collaboration avec des OT ou ADT. Nous prévoyons à minima quatre accueils cette année.

Partenaires : OT & ADT commission presse



Allemagne



ACTIONS RP ALLEMAGNE

Période : MEDIATOUR ALLEMAGNE 03-04/02 + 07/04/2025

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, tourisme urbain

Action : Workshop presse à destination des médias allemands

Lieu : Düsseldorf / Munich / Francfort

Participation : Budget participation ARTGE : 5940€ TTC
non ouvert à partenariat / inscription directe ATF

Pays-Bas



ACTIONS RP PAYS-BAS

Période : GREEN MEETUP – Nov. 2025 A CONFIRMER EN COURS D'ANNEE

Action : Workshop presse à destination des médias néerlandais sous un angle écoresponsable

Lieu : Amsterdam

Budget participation ARTGE : 2700€ TTC
non ouvert à partenariat / inscription directe auprès de Greenspin

Marchés lointains prioritaires

EXPLORE
EASTERN
FRANCE



Etats-Unis



Japon



Canada



Chine
Taiwan

1,6 million de nuitées en
GRAND EST en 2023

Etats-Unis

Principales tendances du marché :

1er marché émetteur « long courrier ».

Recettes touristiques en 2023 : 6,2 Md€, progression de +52 % par rapport à 2019. +64 % pour la période janvier- février vs 2019 (+7% vs janvier- février 2023).

4,8 millions d'arrivées (2022) la clientèle américaine est bien leader en termes de dépenses par touriste pour la destination France.

La capacité aérienne des Etats -Unis vers la France est de +3.8% par rapport à avril 2019. Les projections d'arrivées aériennes pour la période février-avril 2024 sont de +2 % par rapport à 2023.

L'image de la France, alliant mode, modernité, art de vivre, création contemporaine et cultures urbaines, offre toutes les chances de séduire une clientèle milléniale et jeune. La France dispose des atouts pour élargir ses cibles au-delà des clientèles anglo-saxonnes de la Côte Est.

Thématiques mises en avant :

Oenotourisme et gastronomie / patrimoine et culture
fluvial et croisières / nature et Itinérance / citytrips / filière excellence

Cibles :

Les couples actifs, les best agers, seniors + / luxe, CSP++
Individuels et groupes

Chiffres clés / Marché :

333 millions d'habitants / Taux de change : \$
2,8% croissance de l'économie prévue (2024)



Données touristiques en 2023 :

49 millions de voyages à l'étranger / **7,7 jours** : Durée moyenne de séjour
4,8 millions d'arrivées d'Américains en France
6,2 milliards de recettes touristiques en France issues du tourisme américain

Principaux bassins émetteurs :

New-York / Californie / Floride / Massachusetts / Texas

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1.Culture et patrimoine **2.**Tourisme urbain **3.**Art de vivre

Profil voyageurs :

3ème destination des Américains en UE. Ils voyagent en **couple** à **85%**, plus de **2/3** ont + de **40 ans**, voyagent en **avion** et en **train** pour les voyages en **France**.

Principales destinations visitées :

Reims, Verdun, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

25% printemps / **35%** été / **24%** automne / **15%** hiver

Avril Mai Juin Juillet Septembre Octobre Décembre

EDUCTOUR DESTINATIONS DU GRAND EST

Période : Prétours RDVEF 27-30/3/2025 par ARTGE

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, tourisme urbain, tourisme fluvial, filière Excellence

Action : Programmes de visites de prestataires et d'itinéraires touristiques en Grand Est en partenariat avec les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques

Prescripteurs : 4 professionnels

Actions RP

Période : janvier 2025

Filières : Oenotourisme, gastronomie, Culture et Patrimoine, tourisme urbain

Actions :

NEWSLETTER envoyée par Atout France avec un focus sur les grandes actualités 2025

Accueil presse suite aux contacts générés en 2024 et 2025

260 000 nuitées en
GRAND EST en 2023



Canada

Principales tendances du marché :

En 2022, 6,7 millions de départs internationaux (hors USA), soit 66 % des flux de 2019. En 2023, plus de 900 000 Canadiens ont visité la France, une destination phare pour les Québécois et dans le top 3 pour les Canadiens anglophones, avec des séjours longs (9,9 nuits).

Près de 8 Canadiens sur 10 voyagent pour le loisir ou rendre visite à famille et amis, attirés par l'offre patrimoniale, culturelle, la gastronomie et le vin.

Les activités plein air (ski, vélo, randonnée, golf) et les sites de mémoire sont également prisés.

Le marché pré-crise se distinguait par une clientèle variée : les Québécois, voyageurs fréquents (50 % des départs vers la France), et les anglophones, surtout les Ontariens, grands voyageurs européens. Le taux d'intermédiation (agences et OTA) est de 68 %, variant selon origine, type de séjour et budget.

Thématiques mises en avant :

Oenotourisme et gastronomie / patrimoine et culture
fluvial et croisières / nature et itinérance / citytrips / filière excellence

Cibles :

Les couples actifs, les best agers, seniors +
CSP++ / Individuels et groupes

Chiffres clés / Marché :

40 millions d'habitants / 55 085 PIB/habitant

23,4% croissance de l'économie (2022) / Taux de change : CAD

Données touristiques en 2022 :

6,1 millions de voyages à l'étranger / 900 000 arrivées en France

Principaux bassins émetteurs :

Provinces du Québec / Ontario / Colombie-Britannique

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1. Tourisme culturel 2. Tourisme urbain 3. Gastronomie

Profil voyageurs :

1ère destination UE des québécois et top 5 pour les canadiens anglophones.

Motivations loisirs 44% et familles amis pour 28%. Arrivées en avion puis locations de véhicules.

Principales destinations visitées :

Reims, Verdun, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

32% printemps / 35% été / 19% automne / 14% hiver dont Noël

Avril Mai Juin Juillet Août Septembre Oct

DEMARCHAGE GRAND EST

Période : 15 au 19 septembre 2025

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, filière Excellence, fluvial et croisières

Action : 3 workshops avec rdv pré-programmés + présence salon ACTA
150 prescripteurs – 8 prestataires Grand Est + conférence de presse

Partenaires : agences réceptives, offices de tourisme, sites touristiques, maisons de vins d'Alsace, de Champagne, hôtels 4-5*

Lieu : Québec, Montréal, Vancouver

Participation des prestataires : 3500€ TTC

* tarif TTC comprenant uniquement l'inscription pour 1 personne par structure hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

EDUCTOUR DESTINATIONS DU GRAND EST

Période : Prétours RDVEF 27-30/3/2025 par ARTGE

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, tourisme urbain, filière Excellence

Action : Programmes de visites de prestataires et d'itinéraires touristiques en Grand Est en partenariat avec les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques

Prescripteurs : 2 professionnels

WEBINAIRE PRESSE CANADA

Période : 1er semestre

Action : organisation d'un webinaire en ligne avec le bureau d'Atout France Canada pour une présentation des médias canadiens et des actions possibles avec Atout France

Lieu : webinaire en ligne

Participation : gratuite

170 000 nuitées en
GRAND EST en 2023

Japon

Principales tendances du marché :

La France est la 1ère destination des Japonais en Europe, devant l'Italie et l'Espagne. Les voyages ont repris au dernier trimestre 2022. À fin septembre 2023, 6,7 millions de Japonais ont voyagé à l'étranger (45 % de 2019). En 2019, les départs avaient atteint un record de 20,1 millions (+5,9 %).

Les arrivées en France ont progressé pour la 3e année consécutive (+7 %), atteignant environ 600 000 séjours d'une durée moyenne de 7 jours, répartis sur tout le territoire avec un développement des produits mono-destinations.

Les Japonais organisent leurs voyages via internet, réseaux sociaux, offices du tourisme, recommandations, publicités ou magazines. Ils réservent en ligne ou par agences de voyages, en tenant compte de l'hygiène et de la situation sanitaire.
La clientèle japonaise voyage toute l'année : 30 % printemps, 20 % été, 30 % automne, 20 % hiver. Intermédiation : lancements de produits 6 mois avant la saison.

Thématiques mises en avant :

Culture-Patrimoine / œnotourisme et Gastronomie
filiale Excellence & Shopping / city trips / selfdrive / honeymooners

Cibles :

Séniors, clientèle féminine, couples actifs, luxe, CSP+++

Chiffres clés / Marché :

124 millions d'habitants / 33 949 PIB/habitant

1,9% croissance du PIB (2023) / Taux de change : JPY

Données touristiques en 2019 :

20,1 millions de voyages à l'étranger / 7 jours : Durée moyenne de séjour

0,6 millions d'arrivées de Japonais en France

1,2 milliards de recettes touristiques en France issues du tourisme japonais

Principaux bassins émetteurs :

Tokyo / Osaka

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1. Tourisme urbain 2. Culture et événements 3. Gastronomie

Profil voyageurs :

1ère destination en Europe. Les voyages FIT progressent et sont aussi importants que les groupes, agences de voyages utilisées. Séniors et cibles féminines.

Prestations de haut niveau et séjours thématiques.

Principales destinations visitées :

Metz, Nancy, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

30% printemps / 20% été / 30% automne / 20% hiver

Janvier Février Mars Avril Mai Juin Juillet Août Septembre Oct Nov Dec

DEMARCHAGE GRAND EST

Période : 26 au 30 mai 2025

Filières : culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, filière Excellence & Shopping, honeymooners

Action : networking dans le cadre de **l'exposition universelle à Osaka**
Démarchage TO + conférence de presse

Partenaires : non ouvert à partenariat

Lieu : Osaka + Tokyo

DEMARCHAGE GRAND EST

Période : 6 au 10 octobre 2025

Filières : culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, filière Excellence & Shopping, honeymooners

Action : diner networking dans le cadre de l'exposition universelle à Osaka + démarchage TO
3 jours Tokyo

30 prescripteurs – 6 prestataires Grand Est + conférence de presse

Partenaires : agences réceptives, offices de tourisme, sites touristiques, maisons de vins d'Alsace, de Champagne, hôtels 4-5*

Lieu : Tokyo + Osaka

Participation des prestataires : 4000€ TTC*

* tarif TTC comprenant uniquement l'inscription pour 1 personne par structure hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

EDUCTOUR DESTINATIONS DU GRAND EST

Période : Prétours RDVEF 27-30/3/2025 par ARTGE

Filières : Culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, tourisme urbain, filière Excellence

Action : Programmes de visites de prestataires et d'itinéraires touristiques en Grand Est en partenariat avec les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques

Prescripteurs : 3 professionnels

530 000 nuitées en
GRAND EST en 2023

Chine / Taiwan

Principales tendances du marché :

En 2022, en raison des restrictions sanitaires, les touristes chinois n'étaient pas encore revenus en France, avec une baisse de 82 % des nuitées par rapport à 2019.

Depuis mars 2023, le tourisme d'affaires reprend fortement, mais le tourisme de loisirs reste limité en raison du faible nombre de vols (35 vols/semaine en juillet 2023 contre plus de 90 avant la pandémie).

Une reprise notable est constatée vers Paris, la Côte d'Azur, la Champagne et l'Alsace.

Thématiques privilégiées : slow tourisme, éco-tourisme, expériences immersives, grands événements culturels et sportifs, découverte de régions méconnues et de la nature préservée, rencontres avec les habitants, valorisation de l'art de vivre, de la gastronomie, de l'histoire et de la culture.

Thématiques mises en avant :

Culture-Patrimoine, oenotourisme et gastronomie
filière excellence et shopping, city trips

Cibles :

couples, luxe, CSP+++

Chiffres clés / Marché :

1,4 milliards d'habitants / 12 359 PIB/habitant

7,1% croissance du PIB (2021) / Taux de change : RMB



Données touristiques en 2019 :

170 millions de voyages à l'étranger / 5,4 jours : Durée moyenne de séjour

2,2 millions d'arrivées de Chinois en France

3,5 milliards de recettes touristiques en France issues du tourisme chinois

Principaux bassins émetteurs :

Shanghaï / Pékin / Canton / Chengdu / Wuhan / Shenyang

Taiwan

TOP 3 des motivations de voyage en France :

1. Tourisme urbain 2. Culture et événements 3. Shopping

Profil voyageurs :

1ère destination des chinois en UE. Ils voyagent en couple en famille ou entre amis. Ils privilégient les voyages en avion.

Principales destinations visitées :

Reims, Nancy, Strasbourg, Colmar

Période de réservation :

27,9% printemps / 34,4% été / 22,5% automne / 15,2% hiver

Février Mai Juin Juillet Août Septembre Octobre Décembre

DEMARCHAGE GRAND EST

Période : 27 au 29 mai 2025

Filières : culture-patrimoine-mémoire, œnotourisme et gastronomie, filière Excellence et shopping, honeymooners

Action : démarchage par ARTGE - 80 prescripteurs

Partenaires : non ouvert à partenariat

Lieu : Taïwan

WORKSHOP EXPLORE FRANCE

Période : 17 au 23 novembre 2025

Filières : Oenotourisme, culture et patrimoine, tourisme urbain, métiers d'art et savoir-faire, Excellence

Action : Rencontres professionnelles avec workshop - 100 prescripteurs

Partenaires : inscription directe auprès d'Atout France
Participation ARTGE

Lieu : Chine continentale & Taïwan

Participation des prestataires : 8 500€ TTC

Multimarchés



RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Eductour ARTGE Grand-Est

Lieu : Grand Est

Période : 27 au 30 mars 2025

Participation : 12 tours-opérateurs marchés lointains

4 USA, 2 Canada, 3 Japon, 2 Chine, 1 Taïwan





RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Salon Rendez-vous en France

Lieu : Lyon

Période : 1 au 2 avril 2025

Filières : toutes

Action : rencontres professionnelles sous forme de workshop

1 200 prescripteurs internationaux

Partenaires : 28 exposants du Grand Est

Budget : éléments transmis par Atout France clôture inscription 11/2024



CONDITIONS GÉNÉRALES

Les opérations présentées ci-après vous sont proposées à titre de **projet** :
celles-ci sont soumises à certaines conditions liées au contexte et seront effectuées sous certaines réserves comme notamment :

Le nombre de participants pré-inscrits permettant de rendre l'opération réalisable et donc viable.
En cas d'un nombre insuffisant de participants, l'opération pourra être **reportée** ou **annulée**.

Les dates proposées peuvent être **modifiées** selon le contexte et l'actualité, la disponibilité des organisateurs (Atout France...) des prescripteurs et des prestataires...

Nous vous remercions de bien vouloir, par retour de mail, nous informer des opérations auxquelles vous souhaitez participer; un dossier technique vous sera transmis par la suite pour vous inscrire définitivement.

L'Agence Régionale du Tourisme se réserve le droit de reporter ou d'annuler une opération selon les conditions évoquées ci-dessus.



VOS CONTACTS B2B LOISIRS



Alexandre WILLMANN
Directeur Marketing & Commercial



Lisa DAHLMANN
Chargée de Promotion



Emy VALENTIN
Assistante Business Partner Manager





VOS CONTACTS RP



Anouck SITTRE
Cheffe de projet Presse et Influence



Didier ROCHAT
Attaché de presse

