

PLAN PROMOTION COMMERCIALE B2B LOISIRS

1^{er} semestre 2022

Projection 2^{ème} semestre 2022

CONDITIONS GÉNÉRALES*

Ces opérations 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 contexte sanitaire permettant l'opération en présentiel ou en virtuel
- Le nombre minimum de participants pré-inscrits permettant de rendre l'opération réalisable et donc viable
- Les dates proposées peuvent être modifiées selon le contexte et l'actualité, la disponibilité des organisateurs (Atout France...) et des prescripteurs...

Nous vous remercions de bien vouloir renseigner le formulaire de pré-inscription qui nous permettra de pouvoir valider les opérations ; 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.

Renforcement de la Stratégie Commerciale



B2B : une stratégie basée sur le Marketing Mix

Une approche personnalisée en fonction des profils des marchés géographiques, des cibles, de nos filières.

1

Définir nos marchés

- prioritaires

- *marchés de proximité* : Allemagne, Belgique - Luxembourg, Italie, Pays-Bas

Les valeurs sûres, nos marchés d'entretien, notre fonds de commerce : facilité d'accès, flexibilité...

- *marchés lointains* : Etats-Unis, Chine, Japon

Clientèle à haute contribution, à forte valeur ajoutée, les repeaters : les plus enclin à revenir rapidement

- secondaires

- *marchés de proximité* : Espagne, Scandinavie (Danemark, Suède)

- *marchés lointains* : ASEAN, Inde, Russie - Ukraine, Israël et Moyen Orient, Australie

B2B : une stratégie basée sur le Marketing Mix

Une approche personnalisée en fonction des profils des marchés géographiques, des cibles, de nos filières.

2

Définir nos cibles de clientèles

LOISIRS

Tour-opérateurs,
Agents de voyages,
Autocaristes...

B2B

TOURISME D'AFFAIRES

Décideurs d'entreprises, Agences événementielles, Organismes d'événements, de conférences, incentives, séminaires et conventions, événements d'entreprise...

B2B : une stratégie basée sur le Marketing Mix



CIBLE #1 :
Les Couples actifs
30 - 50 ans
CSP +

CIBLE #2 :
Les Couples Best Agers
+ de 50 ans
CSP + voire CSP ++



B2B2C



CIBLE #3 :
Les Familles
Familles avec enfants 0-6 ans
Familles avec enfants 6-14 ans
Classe moyenne et CSP +

CIBLE #4 :
Couples LUXE
40 - 60 ans
+ de 60 / 80 ans
CSP ++



B2B : une stratégie basée sur le Marketing Mix

Qualifier les offres et structurer les packages produits

- Conseiller et assister les prestataires dans le montage de modules et de packages selon nos différentes filières
- Adapter les offres à la demande et aux nouvelles tendances
- Développer et favoriser le travail collaboratif entre prestataires et sur tout le territoire du Grand Est

Développer nos opérations de promotion et de commercialisation

Objectifs :

- Reprendre et intensifier les relations commerciales déjà existantes avec les prescripteurs et générer de nouveaux contacts
- Développer la programmation de séjours avec la vente de packages d'agences réceptives ou des prestataires en direct
- Rassurer quant au potentiel de voyager en Grand Est

Marchés de Proximité



Opérations 2022

Marchés de proximité prioritaires

Allemagne

Belgique/Luxembourg

Italie

Pays-Bas

Opérations 2022

Marchés de proximité :

Objectifs :

- **Reprendre et intensifier** les relations commerciales déjà existantes avec les prescripteurs et **générer** de nouveaux contacts
- **Développer** la programmation court-séjours avec la vente de packages d'agences réceptives ou des prestataires en direct
- **Rassurer** quant au potentiel de voyager en Grand Est

Allemagne



Tendances France 2019

Données ATF

ALLEMAGNE



Quelques données économiques

83 MILLIONS d'habitants

44.329€ PIB / habitant

1,1% CROISSANCE de l'économie en 2020

27% PRINTEMPS

18% AUTOMNE

52% ÉTÉ

6% HIVER dont Noël

Période de réservation

Jan Fev Mar Avr Mai Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France



Données touristiques en 2019

115,3 MILLIONS de voyages à l'étranger des Allemands

12,4 MILLIONS d'arrivées d'Allemands en France

6 MILLIARDS de recettes touristiques en France issu du tourisme allemand

Données touristiques en 2020

52,7 MILLIONS de voyages à l'étranger des Allemands

5,1 MILLIONS d'arrivées d'Allemands en France

3,4 MILLIARDS de recettes touristiques en France issu du tourisme allemand

Principaux bassins émetteurs



Baden-Wurtemberg
Rhénanie du Nord-Westphalie
Hesse

Profil voyageurs



- LA FRANCE est la 6^{ème} destination des Allemands à l'étranger et la 3^{ème} pour les courts séjours
- Ils privilégient les voyages en voiture
- Ils sont sensibles à l'accueil, la propreté
- Ils recherchent en France : Les grands espaces, l'art de vivre, les événements culturels

TOP 3 des motivations de voyages en France



GRAND EST



1.634.000 NUITÉES EN 2019



+3 % / 2018

Principales tendances du marché :

Malgré la crise et les restrictions de voyage, les Allemands sont restés fidèles à la France en 2020. Avec 5,4 Millions d'arrivées en France, soit près de 40 % des arrivées enregistrées en 2019, ils se positionnent comme la première clientèle étrangère. Dans un pays où les départs en voiture sont rois (75 % des séjours loisirs), les destinations proches - dont la France - pourraient encore bénéficier en 2021 et 2022 d'un report partiel des clientèles longs et moyens courriers, d'autant que l'Allemagne, pays émetteur de touristes, ne dispose pas de la capacité d'hébergement nécessaire pour répondre à la demande loisir.

Thématiques mises en avant :

- Le tourisme durable, éco-responsable, le slow tourisme, l'un des enjeux majeurs de la prochaine décennie.
- Oenotourisme et gastronomie en mettant l'accent sur les circuits courts, les produits bio.
- Le retour aux sources, aux valeurs portées par la crise du Covid-19 : famille, amis, nature intacte.

Cibles :

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

WORKSHOP GRAND EST



Période : 2-6/5/2022 sur une journée



Filières :

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



Action :

Rencontres professionnelles avec workshop et soirée networking
30 prescripteurs allemands - 20 prestataires Grand Est



Partenaires : les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques



Lieu : Munich ou Hambourg ou Cologne ou Francfort



Participation des prestataires : 700 € TTC*

*tarif TTC comprenant uniquement l'inscription hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

WORKSHOP FRANCE Atout France



Période : 24-28/10/2022



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



Action :

Rencontres professionnelles avec workshop et networking
30 prescripteurs allemands - 15 exposants français



Partenaires : **non ouvert à partenariat / inscription directe ATF**



Lieu : à définir



Budget : 2 600 € TTC

EDUCTOUR GRAND EST ATF



Période : 5-9/9/2022



Filières :

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



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



Partenaires : les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques



Prescripteurs : 10 professionnels allemands

Belgique / Luxembourg



Tendances France 2019

Données ATF

BELGIQUE



Taux de change

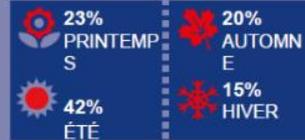


Quelques données économiques

11,46 MILLIONS d'habitants

35 900 € PIB / habitant

1,3% CROISSANCE de l'économie en 2019



Période de réservation



Période de réservation (été)



Principales destinations visitées en France



Données touristiques en 2018

11,27 MILLIONS d'arrivées en France

+9,6% Par rapport à l'année précédente

68,21 MILLIONS de nuitées en France

6.460 MILLIONS d'EUROS

1er marché en termes de recettes pour la France

Principaux bassins émetteurs



Bruxelles – La région de Liège – Flandres occidentale et orientale (Anvers)

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 1^{re} destination des Belges à l'étranger ;
- Ils voyagent en couple majoritairement et en famille avec de jeunes enfants
- Ils privilégient les voyages en voiture à plus de 70%.

TOP 3 des motivations de voyages en France



GRAND EST



980 000 NUITÉES EN 2019



- 2 % / 2018

Principales tendances du marché 2021 :

Ce marché se caractérise par sa fidélité à notre destination quel que soit le contexte (sécuritaire, économique et tout récemment sanitaire) et sa capacité à fréquenter notre territoire tant dans l'intégralité de son espace (les Belges sont parmi les 3 marchés prioritaires étrangers de toutes les régions françaises y compris l'outremer) que dans le temps (25 % des Belges visitant la France y font chaque année 4 séjours et plus).

Curieux par nature, épicuriens par tradition, les Belges aiment dans la France la diversité de ses paysages, l'étendue de ses espaces, son art de vivre et la qualité de sa cuisine et de ses vins, son histoire et son patrimoine culturel, son potentiel récréatif (parcs d'attractions...).

Accessible, de nature conviviale, le touriste belge aime les rencontres et partager ses expériences. La qualité de ces rencontres contribue fortement à la réussite de ses vacances.

Grace au chômage partiel et à la fermeture des restaurants, lieux de spectacles, absence de voyages, réduction des loisirs ... l'épargne des ménages n'a jamais été aussi élevée.

Thématiques mises en avant :

- courts séjours de proximité (en ville ou à la campagne),
- séjours urbains, culture, patrimoine,
- gastronomie, oenotourisme,
- bien-être,
- nature et outdoor (golf, loisirs de plein air, campagne)
- tourisme d'affaires

Cibles :

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

WORKSHOP GRAND EST



Période : 14-18/2 ou 4-8/4/2022 sur une journée



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

Action :



Rencontres professionnelles avec workshop et avec soirée networking
30 prescripteurs belges - 20 prestataires Grand Est



Partenaires : les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques



Lieu : Bruxelles



Participation des prestataires : 700 € TTC*

* tarif TTC comprenant uniquement l'inscription hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

EXPLORE FRANCE ATOUT FRANCE - DESTINATIONS URBAINES



Période : à définir (février-mai)



Filières : Oenotourisme, Patrimoine et Culture, bien-être, tourisme urbain, Nature et Itinérance



Action :

Rencontres professionnelles avec soirée workshop et networking
40 prescripteurs belges et 12 prestataires français



Partenaires : **non ouvert à partenariat / inscription directe ATF**



Lieu : à définir



Budget : 1 920 € TTC

EDUCTOUR GRAND EST



Période : 22-25/6 ou 10-15/10/2022



Filières :

Oenotourisme, bien-être, tourisme urbain, Nature et Itinérance



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



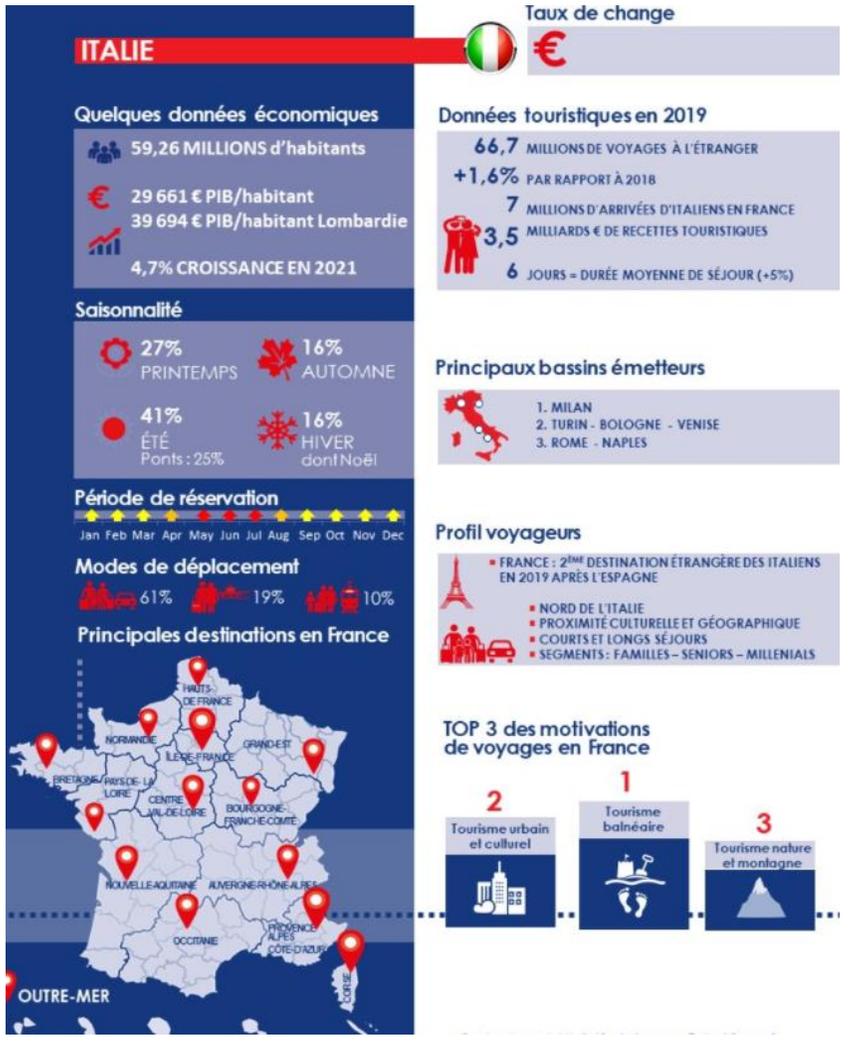
Prescripteurs : 10 professionnels belges

Italie



Tendances France 2019

Données ATF



GRAND EST



258 000 NUITÉES EN 2019



-3 % / 2018

Principales tendances du marché 2021 :

- Une envie de voyager réelle des Italiens avec des intentions qui se sont fortement accrues entre mai et juillet 2021.
- La sécurité sanitaire et les conditions de mobilité à l'aller et au retour pays sont déterminantes.
- Une conscience collective de sécurité sanitaire, mais un comportement plus individuel se dessine, avec l'utilisation plus marquée de la voiture, la demande de locations de maisons individuelles.
- Le tourisme durable et responsable, les grands espaces, le ressourcement se renforcent dans les besoins et les choix des consommateurs
- L'utilisation accrue de solutions digitales dans l'ensemble du process : pour préparer son séjour (prise d'information, réservation), sur place pour éviter la foule, les attentes les bouchons et dans le retour d'expérience (commentaires témoignages).
- Pour certaines cibles, les intermédiaires prennent rôle refuge.
- Un besoin des professionnels d'être informés, d'être soutenus.

Thématiques mises en avant :

- Oenotourisme et gastronomie,
- Patrimoine et Culture,
- tourisme urbain,
- Luxe et shopping

Cibles :

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

ROADSHOW FRANCIA ATOUT FRANCE



Période : 20-21/4/2022



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

Action :



Workshop et soirée networking

120 prescripteurs italiens et 25 prestataires français



Partenaires : **non ouvert à partenariat / inscription directe ATF**



Lieu : Milan et Rome



Budget : 2 640 € TTC

WORKSHOP GRAND EST



Période : 7-10/6/2022 sur une journée



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

Action :



Rencontres professionnelles avec workshop et soirée networking
30 prescripteurs italiens - 20 prestataires Grand Est



Partenaires : les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques



Lieu : Turin



Participation des prestataires : 700 € TTC*

* tarif TTC comprenant uniquement l'inscription hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

EDUCTOUR GRAND EST



Période : 26-30/9/2022



Filières :

Oenotourisme & gastronomie, tourisme urbain, culture et patrimoine



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 : 10 professionnels italiens

Pays-Bas



Tendances France 2019

Données ATF

PAYS-BAS



Taux de change



Quelques données économiques

- 17,52 MILLIONS d'habitants
- \$60.460 PIB / habitant
- 3,8% BAISSA CROISSANCE de l'économie en 2020, prévision +4% en 2021



Périodes de réservation (2019)

(hors sports d'hiver)
Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France



Données touristiques en 2018 (données arrêtées décembre)

- 22,2 MILLIONS de voyages à l'étranger des Néerlandais **stable** Par rapport à 2017
- 4,7 MILLIONS d'arrivées de Néerlandais en France
- 1,9 MILLIARD de recettes touristiques en France issues du tourisme néerlandais
- 6,9 JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs

- Randstad (Amsterdam, Rotterdam, La Haye) – Hollandes Sud & Nord – Brabant Nord – Utrecht – Gueldre

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 2^e destination des Néerlandais à l'étranger (1^{re} destination estivale)
- Ils voyagent en famille à 47% et en couple à 38% ; 31% ont entre 35-54 ans, 22% moins de 17 ans et 20% entre 18-34 ans.
- Ils privilégient les voyages en voiture.

TOP 3 des motivations de voyages en France



GRAND EST



1 070 000 NUITÉES EN 2019



+2 % / 2018

Principales tendances du marché 2021 :

- La France, destination de proximité, a ainsi pu compter sur la résilience de sa clientèle néerlandaise :
 - Légère augmentation de la part de marché (13 % v. 12 % en 2019), toujours 2e destination sur l'année (1ère sur l'été) derrière l'Allemagne et devant la Belgique et l'Autriche.
 - 50 % de réservation de l'hébergement via un intermédiaire et 36 % en direct (effet de last minute voire last second)
 - 51 % de départs en été, ont privilégié l'ouest de la France (32 %), puis le sud (21 %) et l'est (19 %).
 - Intérêt pour 1/ le patrimoine/villes, 2/ les espaces campagne et nature ; 2/ le littoral (NBTC/NIPO 2021)
- La France reste une destination prioritaire pour les Néerlandais, en revanche la clientèle est sensible au rapport qualité/prix des prestations, à la qualité et aux nouveautés en matière d'hébergements, et depuis mars 2020, aux mesures de réassurances sanitaires.

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+

DÉMARCHAGE FIETS EN WANDELSBEURS 2022 ATOUT FRANCE



Période : 23-24/2/2022



Filières : Nature et Itinérance, oenotourisme



Action :

Démarchage et rencontres professionnelles

10 prescripteurs néerlandais - 5 prestataires Grand Est



Partenaires : les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques



Lieu : Utrecht



Participation des prestataires : 300 € TTC*

* tarif TTC comprenant uniquement l'inscription hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

WORKSHOP GRAND EST



Période : 11-15/4/2022 sur une journée



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

Action :



Rencontres professionnelles avec workshop et soirée networking
30 prescripteurs néerlandais - 15 prestataires Grand Est



Partenaires : les agences réceptives, offices de tourisme et sites touristiques



Lieu : Amsterdam



Participation des prestataires : 700€ TTC*

* tarif TTC comprenant uniquement l'inscription hors frais personnels (hébergement, repas, déplacement...)

EDUCTOUR GRAND EST



Période : 12-16/9/2022



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



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 : 10 professionnels

Multimarchés





SALON ATOUT FRANCE

Rendez-vous en France

 Nantes

 22-23 Mars 2022

SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE



Période : 22-23/3/2022



Filières : TOUTES



Action :

Rencontres professionnelles sous forme de workshop

1 200 prescripteurs internationaux - 750 prestataires France

Potentiel de 48 espaces pour les partenaires Grand Est



Partenaires : tous



Lieu : Nantes



Budget : éléments transmis par Atout France pour inscription

Subventions par l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est



RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Eductours

2 PRE-TOURS EN REGION

 Marchés de proximité
et lointains

 17-21 Mars 2022



RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Eductours

POSSIBILITE POST-TOURS EN REGION



Marché USA



24-27 Mars 2022



DESTINATION VIGNOBLES

Workshop



Aix-en-Provence



4-5 Octobre 2022

DESTINATION VIGNOBLE



Période : 4-5/10/2022



Filières : Œnotourisme

Action :



Rencontres professionnelles sous forme de workshop
185 prescripteurs internationaux - 150 prestataires France



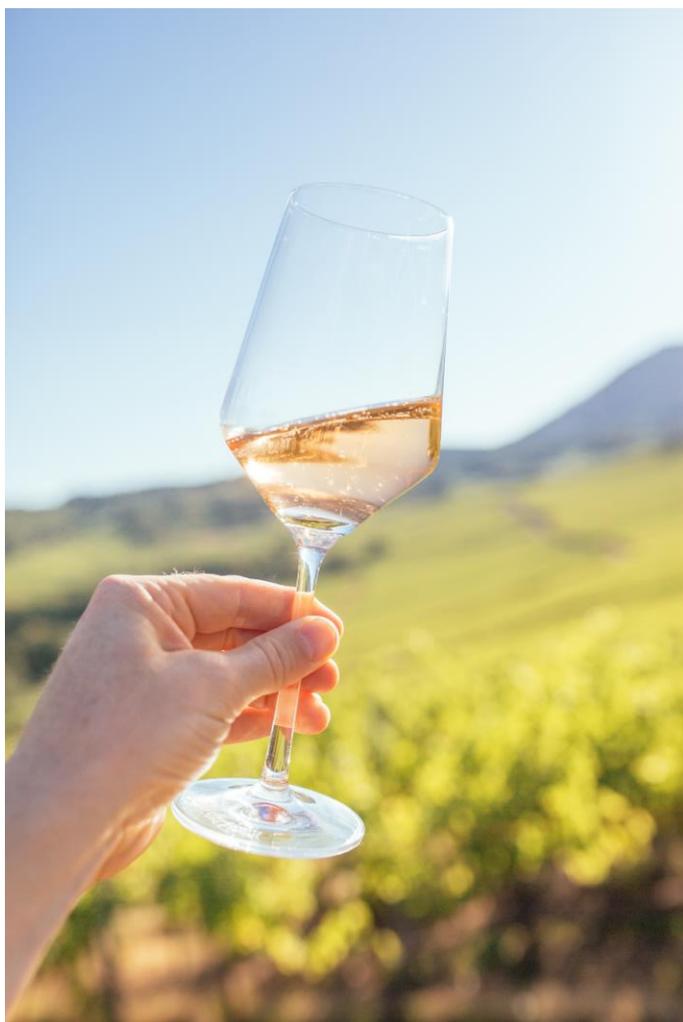
Partenaires : maisons de Champagne, vigneronns Alsace,
agences réceptives, hôtels



Lieu : Aix-en-Provence



Budget : les éléments seront transmis par Atout France



DESTINATION VIGNOBLES

Eductours

PRE-TOURS



Marchés à définir



1-3 Octobre 2022

Marchés lointains



Marchés lointains

Etats-Unis

Japon/Corée du Sud

Chine / Hong-Kong / Taiwan

Clientèle à haute contribution, à forte valeur ajoutée, composée de repeaters : la plus enclin à revenir rapidement.

Marchés lointains

Objectifs :

- **Reprendre contact et réengager** les relations commerciales déjà existantes avec les prescripteurs
- **Permettre de développer** la mise en relation avec les prestataires et la vente de packages d'agences réceptives
- **Rassurer** quant au potentiel de voyager en Grand Est
- **Réaffirmer** les fondamentaux : art de vivre, l'excellence, culture et patrimoine, Œnotourisme et gastronomie

États-Unis



Tendances France 2019

Données ATF

ETATS-UNIS



Taux de change



1.18 USD

Quelques données économiques

332.6 MILLIONS d'habitants

65,297 PIB / habitant

6,4% CROISSANCE prévue de l'économie en 2021.

25% PRINTEMPS

24% AUTOMNE

35% ÉTÉ

15% HIVER dont Noël

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France



Données touristiques en 2019

99.73 MILLIONS de voyages à l'étranger des Américains

+7.7% Par rapport à 2018

4,5 MILLIONS d'arrivées d'Américains en France

3.6 MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme Américain

7,7 JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



Californie New-York Tri state
Florida Massachusetts -
Grand Lacs

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 2eme destination des Américains en Europe
- Ils voyagent seuls ou en couple pour 85 % et pour les 2/3 ont plus de 40 ans.
- Ils viennent en avion et sont amateurs de train pour leurs déplacements en France

TOP 3 des motivations de voyages en France



GRAND EST



230 000 NUITÉES EN 2019



+3 % / 2018

Principales tendances du marché 2021 :

- Avec 4,7 millions* d'Américains accueillis en France en 2019, les États-Unis constituent le premier marché émetteur « long courrier ». Avec 4 années consécutives d'augmentation du nombre d'arrivées depuis (+11 % 2019 vs 2016), la France demeure une destination prisée des Américains. L'interruption des départs imposée par la crise sanitaire n'a fait que renforcer le désir d'y revenir : en date du 20 Août , la France se place au 2ème rang des destinations européennes les plus demandées dans les derniers 30 jours au départ des Etats Unis.(Google Travel Insights) .
Par ailleurs, selon ForwardKeys la France est dans le top 3 des destinations leaders en terme d'arrivées pour juillet 2021. Des tendances encore plus positives se dessinent pour 2022 et certains opérateurs annoncent avoir déjà fait le plein de réservations pour certaines dates. A moyen et long terme les Etats-Unis restent un marché stable et porteur les dans un contexte économique très favorable : l'épargne supplémentaire accumulée par les Américains s'élève à USD 2,6 trillions (Avril 2020 - Mars 2021)
- Le pass sanitaire mis en place par le Gouvernement a été plutôt bien accepté. Les fondamentaux du marché restent inchangés soit, une intermédiation élevée (pour les départs vers la France, en particulier pour les clientèles à haute contribution faisant appel à des agents de voyage appartenant à des consortia type Virtuoso.

Thématiques mises en avant :

- Culture-Patrimoine-Mémoire,
- Oenotourisme et Gastronomie,
- Luxe et Shopping,
- Fluvial et croisières.

Cibles :

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

WORKSHOP ATOUT FRANCE FRANCE 360



Période : 17-21/10/2022



Filières : Culture-patrimoine-mémoire, oenotourisme et gastronomie, luxe et shopping, fluvial et croisières



Action :

Workshop avec rdv pré-programmés, et soirée networking

Participation ARTGE : présentation de la destination, échanges sur les tendances et les besoins des prescripteurs



Partenaires : **non ouvert à partenariat / inscription directe ATF**



Lieu : New York



Budget : 2 600€ TTC

DÉMARCHAGE GRAND EST



Période : 3-9 avril 2022



Filières : Culture-patrimoine-mémoire, oenotourisme et gastronomie, luxe et shopping, fluvial et croisières



Action :

Démarchage avec rdv pré-programmés

Participation ARTGE : présentation de la destination, échanges sur les tendances et les besoins des prescripteurs

30 prescripteurs nord-américains - 20 prestataires Grand Est



Partenaires : agences réceptives, hôtels, sites touristiques avec présentation des offres et packages Grand Est pour commercialisation en direct



Lieu : New-York City



Participation des prestataires : 2500 € TTC*

* tarif TTC comprenant l'inscription et les frais d'hébergement, hors frais personnels (repas, déplacement...)

EDUCTOUR ATF GRAND EST (Rendez-Vous en France)



Période : 24-27/03/2022



Filières :

Culture-patrimoine-mémoire, oenotourisme et gastronomie, luxe et shopping, fluvial et croisières



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 : 10 professionnels nord-américains

Japon / Corée du Sud



Tendances France 2019

Données ATF

JAPON

Quelques données économiques

125,9 MILLIONS d'habitants

35 790€ PIB / habitant

0,7% CROISSANCE de l'économie en 2019



Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France



Taux de change

1 EUR = 130 JPY (07/2021)

Données touristiques en 2019

20,1 MILLIONS de voyages à l'étranger des Japonais

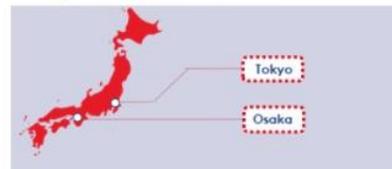
+5,9% Par rapport à 2018

0,6 MILLIONS d'arrivées de Japonais en France en 2019

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

6 JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



Profil voyageurs

- La France est la 1^{re} destination en Europe
- La majorité voyage en groupe mais les FIT progressent : l'utilisation d'agences de voyages est très fréquente
- Les principaux segments sont les seniors et la clientèle féminine
- Ils apprécient les prestations de haut niveau et les séjours thématiques

TOP 3 des motivations de voyages en France



GRAND EST

44 000 NUITÉES EN 2019

-6 % / 2018

Principales tendances du marché 2021 :

- Avec 20,1 millions de départs à l'étranger en 2019 (+5,9%), le marché japonais a atteint en 2019 une taille record. Les arrivées en France ont progressé pour la 3eme année consécutive (+7%), pour atteindre environ 600 000 séjours d'une durée moyenne de 6 à 7 nuitées, avec une répartition diversifiée sur tout le territoire et un développement des produits mono-destinations. La diversification concerne aussi les modes de voyage, avec un développement progressif de la clientèle individuelle.
- Fondamentalement, l'offre Grand Est intègre tout ce que recherchent les voyageurs japonais : patrimoine historique et naturel, art et culture, vin et gastronomie, mais aussi des activités de niches très qualitatives, comme le golf.

Un contexte de réassurance sanitaire très important, avec plusieurs tendances :

- Développement renforcé de la clientèle individuelle (ou en petits groupes)
- Réduction de la taille moyenne des groupes (agences de voyage s'adaptant à la distance sociale)
- Progression de la proportion de repeaters (habituellement autour de 50%) car les voyageurs les plus expérimentés et habitués à la destination seront les premiers à voyager à nouveau
- Augmentation du coût des voyages et donc montée en gamme
- Dans tous les cas, la tendance des Japonais à faire appel à des agences de voyage va se maintenir car les professionnels sont perçus comme un facteur de sécurité supplémentaire.

Thématiques mises en avant :

- Culture-Patrimoine,
- Oenotourisme et Gastronomie,
- Luxe et Shopping,
- Tourisme Urbain
- Selfdrive,
- Honeymooners.

Cibles :

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

DÉMARCHAGE GRAND EST



Période : samedi 7/5/2022 - samedi 14/05/2022



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



Action :

Démarchage avec rdv pré-programmés

Participation ARTGE : présentation de la destination, échanges sur les tendances et les besoins des prescripteurs

30 prescripteurs japonais - 10 prestataires Grand Est



Partenaires : agences réceptives, hôtels, sites touristiques avec présentation des offres et packages Grand Est pour commercialisation en direct



Lieu : Tokyo & Osaka



Participation des prestataires : 2500 € TTC*

* tarif TTC comprenant l'inscription et les frais d'hébergement, hors frais personnels (repas, déplacement...)

+ COMBINE CORÉE DU SUD DÉMARCHAGE GRAND EST ATF



Période : samedi 14/05/2022 - jeudi 19/05/2022



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



Action :

Démarchage avec rdv pré-programmés

Participation ARTGE : présentation de la destination, échanges sur les tendances et les besoins des prescripteurs

20 prescripteurs - 5 prestataires Grand Est



Partenaires : agences réceptives, hôtels, sites touristiques avec présentation des offres et packages Grand Est pour commercialisation en direct



Lieu : Séoul



Participation des prestataires : 1 000 € TTC*

* tarif TTC comprenant l'inscription et les frais d'hébergement, hors frais personnels (repas, déplacement...)

EDUCTOUR ATF GRAND EST (Rendez-Vous en France)



Période : 17-21/3/2022



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



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 : 10 professionnels japonais et coréens

Chine / Hong-Kong / Taiwan



Tendances France 2019

Données ATF

CHINE

Quelques données économiques

- 1.4 MILLIARDS d'habitants
- 13 900€ PIB / habitant
- 6% Croissance éco en 2019
+2.3% 2020, prév +8.2% 2021



Périodes de réservation principales

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France



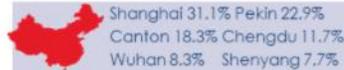
Taux de change aout 2021

7,70 RMB

Données touristiques en 2018-2019

170	MILLIONS de voyages des Chinois à l'étranger 2019
+6%	Par rapport à 2018
2	MILLIONS d'arrivées de Chinois en France en 2019 (estimation) soit 3% des séjours
3,4	Milliards d'euros de recettes touristiques en France issues du tourisme Chinois soit pres 7% des recettes
5,4	JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs 2019



Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 1^{re} destination des Chinois en Europe :
- Ils voyagent en couple, en famille ou entre amis. Millénials 60% des voyageurs
- Ils privilégient les voyages en avion.

TOP 3 des motivations de voyages NB nouvelles tendances : nature, aventure



GRAND EST



165 000 NUITÉES EN 2019



+20 % / 2018

Principales tendances du marché 2021 :

- Avec près de 2 millions de visiteurs chinois, environ 700 000 visas délivrés en 2019 (1er pays Schengen) et 3,5 milliards d'euros de recettes, les dépenses des touristes chinois représentaient 6 % des recettes totales générées par les touristes internationaux en France, soit notre premier marché hors Europe.
- Les prévisions les plus réalistes pour une réouverture graduée des destinations long courrier, s'échelonnent entre le printemps et l'été 2022.
Les activités de pleine nature devraient remporter un vif succès. Avec une sensibilisation croissante sur le sujet de la pollution (neutralité carbone annoncée pour 2060), les clients Chinois s'éveillent d'ores et déjà à la nécessité d'un tourisme durable.
Rassurer les touristes chinois en communiquant sur les mesures sanitaires et les bonnes pratiques mises en place, garantir la sécurité et l'accueil des chinois dans les lieux touristiques, privilégier les offres voyage en autotour ou avec chauffeur privé afin d'assurer la distanciation sociale, faciliter l'accueil et l'expérience « voyageur » en France (géolocalisation, paiement mobile, accès au WIFI), valoriser les actions de promotion destinés à une clientèle ciblée haut de gamme.

Thématiques mises en avant :

- Culture et Patrimoine,
- Métiers d'art et Savoir-Faire,
- Oenotourisme et Gastronomie,
- Luxe et Shopping,
- Nature,
- Aventures et expériences uniques,
- Auto-tours.

Cibles :

Les familles, les petits groupes constitués de 5 à 10 personnes (famille, amis), les couples best agers, Luxe

DÉMARCHAGE GRAND EST



Période : 13/9 - 25/9/2022



Filières : Oenotourisme et gastronomie, Culture et Patrimoine, Luxe



Action :

Démarchage avec rdv pré-programmés

Participation ARTGE : présentation de la destination, échanges sur les tendances et les besoins des prescripteurs



Partenaires : agences réceptives, hôtels, sites touristiques avec présentation des offres et packages Grand Est pour commercialisation en direct

30 prescripteurs chinois - 10 prestataires Grand Est



Lieu : 4 villes : Chengdu, Shenzhen, Beijing, Guanzhou + Hong-Kong



Participation des prestataires : 2 500 € TTC*

* tarif TTC comprenant l'inscription et les frais d'hébergement, hors frais personnels (repas, déplacement...)

WORKSHOP TOURISME FRANCE CHINE ATOUT FRANCE



Période : 27/11 - 4/12/2022



Filières : Oenotourisme et gastronomie, Culture et Patrimoine, Luxe



Action :

Workshop avec rdv pré-programmés



Participation ARTGE : présentation de la destination, échanges sur les tendances et les besoins des prescripteurs



Partenaires : **non ouvert à partenariat / inscription directe ATF**



Lieu : à définir

CONDITIONS GÉNÉRALES*

Ces opérations 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 contexte sanitaire permettant l'opération en présentiel ou en virtuel
- Le nombre minimum de participants pré-inscrits permettant de rendre l'opération réalisable et donc viable
- Les dates proposées peuvent être modifiées selon le contexte et l'actualité, la disponibilité des organisateurs (Atout France...) et des prescripteurs...

Nous vous remercions de bien vouloir renseigner le formulaire de pré-inscription qui nous permettra de pouvoir valider les opérations ; 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.

NOTRE ÉQUIPE



Alexandre WILLMANN
Directeur Marketing & Commercial
alexandre.willmann@art-grandest.fr



Kerstin SCHWEITZER
Business Partner Manager MICE
kerstin.schweitzer@art-grandest.fr



Olga FROLOVA
Business Partner Manager
olga.frologa@art-grandest.fr