

**ATOUT FRANCE**

**TENDANCES MARCHES**

**Conseil d'Administration  
26 juin 2013**



[rendezvousenfrance.com](http://rendezvousenfrance.com)

# Conjoncture économique

→ **La croissance mondiale a décéléré en 2012 : 3,2% (3,7% en 2011).**

- Pays européens hors zone euro affichent de meilleurs résultats : Norvège +3,1% (monnaie forte face à l'Euro, taux de chômage au plus bas <4%), Suisse, Suède.
- Croissance stable aux Etats-Unis +2,2%, Canada +2%.
- Ralentissement des économies émergentes, notamment chinoise, brésilienne et indienne.

→ **Une situation toujours fragile en 2013 :**

- Le FMI a revu ses prévisions de croissance mondiale à la baisse: 3,3% contre 3,5% dans ses projections de janvier.
- Les économistes tablent sur un redressement graduel de l'économie mondiale avec d'importantes disparités régionales.

# Résultats du Tourisme Mondial

2012:

INTERNATIONAL TOURISM IN 2012  
**1.035** BILLION  
INTERNATIONAL TOURISTS



→ Projection arrivées touristiques 2013 :

**+ 3.6%**

Départs **BRIC** continuent de stimuler le tourisme. Amérique du Nord et l'Europe : croissance plus modérée.

**Dépenses :** +4 % estimés soit **837 milliards d'€**

# 2012 : résultats pour la France

**Nuitées hôtelières**      **+ 0 %**

Touristes français      -1,4%

Touristes internationaux      +2,8 %

*Source : DGCI*

## **Balance des paiements pour 2012**

Dépenses de voyages des touristes internationaux en France : **+7 %**

*Source : Banque de France*

# 2013 : résultats France, janvier-mars 2013

**Nuitées hôtelières** - 0,9%

Touristes français - 3.9%

Touristes internationaux + 6,8%

Source : DGCIS

- Dans l'ensemble, les marchés sont plutôt optimistes mais restent prudents avec une visibilité encore limitée (bonne saison de ski, réservations de plus en plus tardives).
- La croissance devrait encore être tirée par les économies émergentes.
- Attractivité de la destination France grâce à une année portée par de grands événements : 100ème du Tour de France, l'Impressionnisme, Marseille capitale européenne de la Culture.

## EUROPE: résultats contrastés

PAYS	Nuitées hôtelières jan-nov 2012 (%)	Prévisions 2012
<b>Clientèles internationales</b>	2,7	
<b>EUROPE</b>	<b>0</b>	
Allemagne	1,9	→
Belgique	-1,1	→
Grande-Bretagne	3,8	↗
Italie	<b>-8,8</b>	↘
Pays-Bas	-1,5	→
Autriche	ND	→
Espagne	<b>-13,5</b>	↘
Portugal	ND	↘
Hongrie	ND	↗
Irlande	ND	→ ↘
République Tchèque	ND	→
Suisse	9,7	↗
Finlande		↗
Norvège		↗
Danemark	2,1	↗
Suède		↗
Russie	13,4	↗

→ Augmentation des nuitées pour la **Russie** et la **Suisse**

→ Stabilité pour les poids lourds: **UK, Belgique** (mais attentifs aux dépenses), **Allemagne** (+11.25% dépenses à l'étranger)

→ Difficultés pour les pays du sud: **Espagne** (mais France reste la destination France favorite), **Italie**

# EUROPE: perspectives 2013

PAYS	Nuitées hôt. jan-mars 2013 (%)	Prévision séjours 2013	Evolution panier moy. 2013/2012
<b>Clientèles INT</b>	<b>6,8</b>	<b>↗</b>	<b>↗</b>
<b>EUROPE</b>	<b>5,2</b>	<b>↗</b>	<b>→ ↓</b>
Allemagne	<b>15,9</b>	<b>→</b>	<b>↗</b>
Belgique	2,9	<b>→</b>	<b>↓</b>
Grande-Bretagne	<b>5,6</b>	<b>→</b>	<b>→ ↓</b>
Italie	<b>-4,9</b>	<b>→</b>	<b>↓</b>
Pays-Bas	<b>-6,2</b>	<b>→</b>	<b>↓</b>
Autriche	ND	<b>→</b>	<b>→</b>
Espagne	2,5	<b>→</b>	<b>↓</b>
Portugal	ND	<b>→</b>	<b>↓</b>
Hongrie	ND	<b>↗</b>	<b>→</b>
Irlande	ND	<b>→ ↓</b>	<b>↓</b>
Danemark	<b>13,1</b>	<b>↗</b>	<b>↓</b>
Suède		<b>↗</b>	<b>↗</b>
Norvège		<b>↗</b>	<b>↗</b>
Finlande		<b>↗</b>	<b>→</b>
Pologne	ND	<b>légère ↓</b>	<b>↓</b>
Rép. Tchèque	ND	<b>→</b>	<b>↗</b>
Suisse	<b>23,1</b>	<b>↗</b>	<b>→</b>
Russie	<b>10,1</b>	<b>↗</b>	<b>→</b>

→ Tendances marchés dans la continuité de 2012 avec un bémol pour les dépenses.

# Des actions innovantes et impactantes en Europe

# Campagnes France 2013

## UK : France More to Enjoy

(Lancement le 11 mars, fin le 20 juin)

- **37 destinations** françaises
- **2 transporteurs** ferry et aérien
- **10 tour-opérateurs** britanniques
  
- **1,2 millions d'euros**
  
- Plus de 4 000 affiches dans le métro, 40 publi-rédactionnels dans The Independent, 40 insertions publicitaires, 2 microsites sur le Guardian, et le Telegraph
  
- **+ de 125 000 visites** sur le site dédié et exclusif à la campagne [www.gotofrancenow.com](http://www.gotofrancenow.com)

## Allemagne : Urlaub ist Frankreich

- **22 partenaires**
  
- **341 000 d'euros**
  
- Volets print, en ligne, guerrilla marketing.
  
- Résultats sur 3 mois (Mars-avril-mai) : **190 700 visites**

# Visuels Corse et Auvergne campagne France More to enjoy

**Discover a hidden gem in Auvergne**

gofrancenow.com

**FRANCE**  
More to enjoy

If you are looking for a new world, the Auvergne region is where you'll find it! In the heart of France, amidst beautifully preserved natural landscapes, enjoy a warm welcome and activities in the great outdoors, make the most of fulfilling cultural outings and indulge in fine gastronomy.

Sail DFDS Seaways  
Dover to France from £29\*

Auvergne  
DFDS SEAWAYS  
France

**Get to the heart of the matter in Corsica**

gofrancenow.com

**FRANCE**  
More to enjoy

Unspoilt. Green. Diverse – Corsica's strong Mediterranean identity and blend of sea and mountain. Spectacular untouched coastlines, picturesque hilltop villages, Corsica is the best-kept secret for family holidays, gourmet experiences, the great outdoors and nautical pleasures. 2 hours from the UK, prepare for a unique experience on 'the island of beauty'.

The Corsica specialists  
Holidays from £399pp

CORSICA  
CORSIQUE  
France

\*Terms and conditions apply

# Campagne Urlaub ist Frankreich

Announce  
magazine -  
250.000  
exemplaires



**AVIGNON – Moderne und Gotik**

Reisen Sie nach Avignon – die „Stadt der Päpste“. Entdecken Sie die prächtige, mittelalterliche Altstadt, die imposante Befestigungsmauer, den gotischen Papstpalast, oder die berühmte Pont St Bénézet. Lassen Sie sich besuchen von diesen Sehenswürdigkeiten, die zum UNESCO-Weltkulturerbe gehören.  
– Vom 15. Jh. bis 20. Jh. findet im Ehrenhof des Papstpalasts täglich Les Ambassadeurs d’Avignon statt. Eine Überwältigende 3D-Licht- und Toninszenierung des Künstlers Bruno Sellier, die Sie Raum und Zeit vergessen lässt – Erleben Sie Moderne Kunst in der historischen Kulisse Avignons.



**GARD IM LANGUEDOC – Romanik von morgens bis abends**

Beit & Breakfast zu zweit im charmanter Chambres de Village? In einem romantischen Winzergut des 18. Jahrhunderts genüssig? Aus die probieren! Im Gard können Sie die malerischen Weinberge des Anbaubereichs Tavel entdecken, den berühmten Tavel Rosé degustieren oder bei einem Gourmet Candelight Dinner die regionalen Spezialitäten kosten. Suchen Sie jetzt Ihr Heures Wochensend zu zweit im Gard – und erleben Sie Romanik parvum morgen bis abends!



**ARDÈCHE – Urlaub mit Charme**

Sie haben französischen Charme? – In der ganzen Ardèche erwarten Sie 20 „villages de caractère“ mit landschaftlichen Hebergegend Traditionen, authentisch und charaktervoll. Immer komfortabel, gelegen inmitten traumhafter Natur, mit Alpenblick, um die die betörenden Düfte umliegenden Lavendelfelder oder nahe der jahrtausende alten Chauvet-Höhlen.  
– Gestalten Sie Tage unvergesslichen Charmes, in der Ardèche.



**LE HAVRE – eine kulinarische Versuchung**

Als einstige Küche aller Welt, gilt Le Havre als UNESCO Weltkulturerbe. – Widmen Sie ein kulinarisches Wochenende der französischen Kochkunst: Lassen Sie die Zubereitung köstlicher normandischer Spezialitäten. Probieren Sie Pastries und Paingebäck in einer typischen Teestube. Schlemmen Sie wie Gott in ... Le Havre – Im mit 2 Michelin-Sternen ausgezeichneten Patrochneckerrestaurant von Jean-Luc Tartarin. – Sie Urlaub der Gastronomie und des Hochgenusses!



Urlaub ist ...  
... Frankreich!

Urlaub ist ...  
Romantik und Abenteuer,  
Feinschmeckerei und Musikfestivals,  
Shoppin und Kultur,  
Wellness und Entspannung,  
Ganz einfach: Urlaub ist ... Frankreich!

Planen Sie Urlaub mit Genuss;  
➤ [www.urlaub-ist-frankreich.de](http://www.urlaub-ist-frankreich.de)

Finden Sie  
Ihren perfekten  
Urlaub mit unserer  
kostenlosen App.







## Opération événementielle aux Pays-Bas du 17 au 25 avril 2013 : «Etes vous plutôt ville ou mer? »

- **1 camion utilitaire décoré** d'un côté aux couleurs des villes et de l'autre aux couleurs du littoral
- **4 villes ciblées** : Utrecht, Amsterdam, Rotterdam, La Haye
- **Relai numérique**: site de campagne avec vidéo teaser, réseaux sociaux et blogueur partenaire (féminin).
- **Relai presse** : démarchage des rédactions avec le Citroen, envoi de CP  
**22 journalistes** rencontrés  
**23 retombées** presse  
**2 accueils** prévus





## Salon IMEX 2013

→ **77 partenaires**

→ **9 000 visiteurs**  
3 500 exposants.

→ **65 000 rendez-vous**  
(+33% / 2012)

→ **salon international:**  
75% des visiteurs  
européens, 25% hors  
d'Europe



## Vers la presse:

### Séries de tournées médiatiques

Approche directe de la presse locale pour la promotion annuelle des nouveautés / produits des destinations touristiques (régions, départements, villes...)

**Marchés** : Espagne-Portugal, Allemagne, Pays-Bas, UK, Danemark, Autriche et EC, Russie

**Format** : rencontres workshop et networking dans différentes villes

**863 journalistes rencontrés**



## AMERIQUES :

	Nuitées hôtelières jan-dec 2012 (%)	Séjours 2012	Nuitées hôtelières jan-mars 2013 (%)	Prévision séjours 2013	Evolution panier moyen 2013/2012
<b>Clientèles internationales</b>	<b>2,8</b>	↗	<b>6,8</b>	↗	↗
<b>AMERIQUES</b>	<b>9</b>	↗	<b>10,6</b>	↗	↗
Canada	ND	→	ND	→	↗ +3%
USA	<b>11,6</b>	↗	<b>10,8</b>	↗	légère ↗
Brésil	<b>4,6</b>	↗ +4,5%	<b>11,8</b>	↗ +8%	↗
Mexique		↗		ND	↗
Argentine		↗		↗	↗

→ 2012: bons résultats du marché US. France : 1ère destination des américains en Europe pour la 2ème année consécutive (3,5 M en France contre 2,9 M en GB en 2012).

→ Hausse des voyages vers la France au **Brésil** malgré des facteurs négatifs: baisse du Réal, concurrence américaine, manque de capacité aérienne.

# L'impact des réseaux sociaux au Brésil

## L'accès aux réseaux

**94,2 millions d'internautes au Brésil**

**90,8%** accèdent aux réseaux sociaux  
(Source: comScore)



## Profil des utilisateurs

**25 à 49 ans** (52,7% des internautes)

**+ de 10 heures par mois** en moyenne (Source: comScore)



## Quelle utilisation?

**41%** font des recherches sur les réseaux sociaux avant de faire leurs achats  
(Source: Ibope Media)

# L'impact des réseaux sociaux au Brésil

## Top 3 des réseaux sociaux\*

(Source: Experian Marketing Services mars / avril 2013)

\* Twitter en 6<sup>ème</sup> position



## Facebook : plateforme préférée des brésiliens

2<sup>ème</sup> pays avec le plus d'utilisateurs : **73 millions d'utilisateurs brésiliens** (Mars/2013) - +630% depuis Février 2011.

(Source: Facebook)

## Sur nos réseaux sociaux :

80 000 fans



# L'impact des réseaux sociaux au Brésil

## → Intégration des réseaux sociaux dans nos campagnes

- Campagne « A França é Nossa ! », chaque mois, un partenaire différent
- Campagnes Facebook et Twitter : 2 posts/tweets / semaine
- Relai e-newsletters : 230.000 contacts.
- Relai Éditions en ligne.

## → Type de contenus publiés

- Suggestions destinations
- Promotions
- Actualité
- Curiosités

The screenshot shows the Facebook profile for 'Turismo na França', a Government Organization in the Travel & Transportation sector. The cover image is a vibrant night scene of a building facade with blue light projections and a sign for 'Lafayette'. The profile picture is the 'rendezvousenfrance.com' logo. The page has 83,665 likes and 12,744 people talking about it. The main post, from 14 hours ago, is in Portuguese and celebrates the 100th anniversary of Galeries Lafayette. It includes a link to a photo gallery and a translation option. The page also features a 'Friends' section with two friends and a 'Recent Posts' section with several posts from other users.

# Tournée médiatique

Février et mars 2013

→ **8 villes :**

New York	Seattle
Philadelphia	Denver
Washington	San Francisco
Boston	Los Angeles

→ **Format :**

Conférence de presse + Cocktail

Press kit en ligne **[www.FrancePressKit.com](http://www.FrancePressKit.com)**

→ **Résultats**

- **267 journalistes sensibilisés** sur l'ensemble de la tournée  
A New York : 88 journalists and 41 partenaires
- E-newsletter spéciale « Press kit » envoyée à **5 080 journalistes**
- **74 728 impressions** sur le compte presse Twitter @FranceTourismPR



→ Press kit en ligne : [www.FrancePressKit.com](http://www.FrancePressKit.com)

**Valorisation vidéos et nouveauté en France et régions partenaires**

**RENDEZ-VOUS EN FRANCE 2013**  
**PRESS KIT**

Alsace  
Air France  
Burgundy  
What's New in France  
Martinique  
Champagne  
Accor Hotels  
Rail Europe  
Normandy  
Galeries Lafayette

AIRFRANCE RAIL EUROPE ACCOR alsace CHAMPAGNE AÉROSCÈNE BURGUNDY NORMANDY LA MARTINIQUE

**AIR FRANCE 2013**  
**PRESS KIT**

Video  
Fast Facts  
Michelin-Starred Cuisine  
Strasbourg Linked to CDG  
Top Reasons to Rendez-Vous with Air France

**Air France Fast Facts**

Over 32,000 square feet: surface area of the newest and largest business class lounge on the Air France network

**10th U.S. gateway:** Air France flights between Minneapolis-St. Paul and Paris-CDG will be operated from May 21 to September 1, 2013

**3,300 U.S. gateways:** New York-JFK, Washington D.C., Los Angeles

**Michelin starred chef:** Chef Michel Roby's signature dishes will be featured in Business Class on all long-haul flights departing from Paris-CDG as of February 2013 and for a period of 6 months

**"Tridley" Business Class seats:** available on almost 70 long-haul destinations

The Premium Economy cabin: now available on the entire long-haul fleet

**Five A la Cartemenu:** Tradition, "Une Sélection Le Noble", Ocean, Bio and Italia

**Complimentary in-flight champagne:** over 1 million bottles served yearly worldwide

**80 years of service:** Air France will celebrate its anniversary on October 7, 2013

**The highest ranking airline on the Dow Jones Sustainability Index:** earned by Air France - KLM for eight years running

## ASIE PMO A : Résultats pour la France

	Nuitées hôtelières jan-nov 2012 (%)	Prévisions séjours 2012	Nuitées hôtelières jan-mars 2013 (%)	Prévisio n séjours 2013	Evolution panier moyen 2013/20 12
<b>Clientèles INT.</b>	<b>2,8</b>	↗	<b>6,8</b>	↗	↗
<b>Asie P MO</b>	<b>10</b>	↗	<b>11,5</b>	↗	↗
Australie	ND	↗	ND	↗	↗ 15%
Chine	<b>10,1</b>	↗ +15-20%	<b>37,2</b>	↗ +15%	↗
Hong Kong	ND	↗ +0-5%	ND	↗ +5%	↗
Taiwan	ND	↗ +5-10%	ND	↗ +5%	↗
Corée du Sud	ND	↗ +5%	ND	↗ +5%	→
Inde	ND	↗ +4%	ND	↗	→
Japon	4,6	↗ +5%	0,6	↗ +3%	↘
PMO	<b>15,3</b>	↗	<b>12,4</b>	↗	↗
Israël	ND	↗	ND	↗	↗
<b>Afrique</b>	<b>12,5</b>		<b>5,8</b>		
Af. du Sud	ND	↗	ND	↗	↗



# ASIE P M O A : perspectives 2013

→ **Progression générale sur la zone... malgré certains freins connus**

- ralentissement économique **BRIC**
- délivrance des visas (**Inde, Chine**)
- sensibilité générale aux prix
- taxes aériennes

→ **Chine** : progression qualitative (produits mono-destination), mais ↘ dépenses shopping (contraction des sorties du territoire des délégations officielles liée au changement de régime).

La délivrance des visas sera un enjeu majeur et une arme dans la concurrence entre les destinations.

## Missions en Chine

→ **Mobilisation des partenaires** - 5 missions de destinations 2013:

**Rhône-Alpes** : 3 partenaires

**OTCP** : 19 partenaires

**Bordeaux** : 5 partenaires

**Rouen** : 3 partenaires

**Côte d'Azur** : 14 partenaires

→ Opérations ciblant à la fois les **relais presse/influenceurs** (rencontres et conférences, opérations VIP) et **professionnels** (démarchages, workshop, formation d'agences de voyage)



# ILTM ASIA

**3 au 6 juin 2013**  
19 partenaires





*rendezvousenfrance.com*