



# Avis des Tour Opérateurs

Martyn Sumners

Directeur Général

**FRANCE**  
*yes, you can*



- ❖ Qu'est-ce que l'ABTOF ?
- ❖ Importance du marché britannique
- ❖ Le contexte actuel
- ❖ Attentes des consommateurs
- ❖ Avis des Tour Opérateurs
- ❖ Comment réagir ?
- ❖ L'importance de la Conférence à Reims

# QU'EST-CE QUE L'ABTOF?



## Association of British Travel Organisers to France ou Syndicat Professionnel des Voyageurs Britanniques vers la France

- ❖ Association créée en 1992 par des voyageurs britanniques
- ❖ Organisation professionnelle indépendante à but non lucratif
- ❖ Représente des voyageurs spécialistes de la France
- ❖ Profils des membres allant des PME aux multinationales

# IMPORTANCE DU MARCHE BRITANNIQUE



- ❖ Le nombre de touristes britanniques a baissé de plus de 1,100,000 de 2001 à 2006.
- ❖ Avec toutefois une augmentation de 350,000 de 2006 à 2007 (Effet de la Coupe du Monde de Rugby ?)
- ❖ En 1998, 25% des touristes britanniques ont choisi de se rendre en France, en 2007 seulement 16%
- ❖ Les dépenses des touristes britanniques ont augmenté de 4% au total et de 11% par passager de 2003 à 2007
- ❖ Les prix sont-ils plus élevés ou les touristes dépensent-ils plus?
- ❖ Si on atteignait le nombre maximum de touristes de 2001 avec les dépenses de 2006, les revenus augmenteraient de 9%

## Enquête auprès des membres de l'ABTOF 2008 et 2009

### ❖ Destinations en progression

2008 - Alpes, Charente, Aquitaine, Bourgogne, Corse

2009 – Alpes, Charente, Aquitaine, Méditerranée, Normandie

### ❖ Destinations en baisse

2008 – Bretagne, Tarn

2009 – Bretagne

### ❖ Avis mitigés

2008 – Vallée de la Loire, Vendée, Paris, Champagne, Normandie

2009 – Vendée

- ❖ Récession économique au Royaume-Uni
- ❖ Hausse du taux de chômage – menaces de licenciements
- ❖ Valeur de la Livre Sterling en baisse :
  - Aujourd'hui 1£ = 1.077€
  - Janvier 2008 1£ = 1.333€ (-20%)
  - Janvier 2007 1£ = 1.602€ (-33%)

Cependant :

- ❖ We always go on holiday in a recession...we're British!

Frank Barrett – Editor, Daily Mail

## Avant la récession

- ❖ Concurrence accrue sur le marché britannique, avec des pays 'moyen-courrier' ayant une meilleure visibilité : Espagne, Turquie, Malte, Chypre, Egypte
- ❖ Les touristes britanniques cherchent à vivre une expérience
  - Vacances Actives
  - Thèmes originaux
  - Choix multiples

## Pendant la récession

Les consommateurs cherchent la même chose...

- ❖ ...mais ont moins d'argent disponible
- ❖ Plus de protection et de garanties financières
  - Les journalistes recommandent aux consommateurs de réserver auprès des TO pour une meilleure protection
- ❖ Les TO offrent des prix attractifs car ils sont moins affectés par les fluctuations du taux de change

## Locatif / Camping

- ❖ Les déplacements en voiture sont plus populaires
- ❖ Les réservations 2009 sont satisfaisantes comparées à 2008
- ❖ La France obtient de meilleurs résultats que d'autres pays
- ❖ Les consommateurs sont à la recherche de bonnes affaires
- ❖ Choix de destinations plus proches
- ❖ La flexibilité des dates d'arrivée aident les consommateurs à obtenir de meilleurs tarifs auprès des transporteurs

## Courts Séjours

- ❖ Les offres 3 nuits pour le prix de 2 se sont bien vendues
- ❖ Les offres spéciales sur les courts séjours thématiques rencontrent un grand succès
- ❖ Lorsque certains fournisseurs ont proposé des tarifs spéciaux, ils ont vu leurs réservations augmenter
- ❖ Nous sommes en pleine préparation du programme 2010 et avons besoin de votre aide

## Transport

- ❖ Voyager en voiture s'avère plus simple et moins onéreux pour les consommateurs, tout en leur permettant de prendre plus de bagages

## En général

- ❖ La France doit comprendre que les vacances tout compris se commercialisent bien sur d'autres destinations et que ce format de séjour offre un meilleur rapport/qualité prix pour les consommateurs

## Région Champagne-Ardenne

- ❖ La plupart des TO trouvent que les Offices de Tourisme de la région proposent volontiers leur aide
- ❖ Région perçue comme une destination courts séjours ou comme un lieu d'escales
- ❖ Plus d'hôtels, de plus grosse capacité et haut de gamme
- ❖ Besoin d'améliorer les correspondances en train pour Lille, Paris et CDG
- ❖ Plus de maisons de Champagne ouvertes les week-ends et de restaurants ouverts les dimanche soirs
- ❖ Meilleure qualité de la documentation – éviter les traductions littérales mais les adapter au marché britannique

# AVANTAGES DE LA FRANCE



- ❖ Offre une grande diversité en termes d'activités et de destinations
- ❖ Sa proximité
- ❖ Bonne accessibilité depuis le Royaume-Uni
- ❖ Déplacements en voiture facilités – plus de 60% des touristes britanniques se rendent en France en voiture
- ❖ Augmentation des fréquences de vols Low Cost
- ❖ Bonne qualité des infrastructures de transport en France

# DESAVANTAGES DE LA FRANCE



- ❖ Le poids de l'Euro
- ❖ Destination que les britanniques pensent déjà connaître – alors que 95% de ce que la France peut offrir leur échappent
- ❖ Manque d'une identité forte auprès des Médias, comparé à d'autres destinations
- ❖ Nombreux stéréotypes
- ❖ Les vols Low Cost deviennent de plus en plus chers

# COMMENT REAGIT L'ABTOF ?



- ❖ Nous travaillons conjointement avec les Médias :
  - afin d'éviter les déclarations fausses ou erronées
  - pour montrer la France dans toute sa diversité
  - pour rappeler que la France représente bien plus que Paris et la Côte-d'Azur
  
- ❖ Création d'une campagne de communication à destination du marché britannique en partenariat avec:
  - Maison de la France,
  - les Tour Opérateurs et Transporteurs britanniques,
  - les régions françaises



- ❖ Événement phare de l'ABTOF
- ❖ Reims a été choisi afin de mettre l'accent sur l'attractivité de cette destination, qui outre ses 'bulles', possède un large éventail d'activités et de sites remarquables
- ❖ Pour les membres c'est l'occasion d'approfondir leurs connaissances, de trouver de nouvelles idées et de se faire de nouveaux contacts
- ❖ C'est l'opportunité de faire connaître aux TO une destination qui n'est pas assez programmée sur le marché britannique

ON A BESOIN LES UNS DES AUTRES

FRANCE  
*yes, you can*



Pouvez-vous aider à attirer  
plus de touristes britanniques  
dans votre région et en  
France ?

Champagne-Ardenne

*yes, you can*