

L'IFTM Top Resa 2011

Paris- Aboubaz

Malgré une conjoncture incertaine, le salon IFTM Top Résa, (Paris), l'un des plus importants salons de voyage dans le monde, a enregistré une fréquentation en hausse de 2,4 %, une présence de qualité (14 ministres des quatre coins du monde) et des innovations intéressantes.

Arc de triomphe - Paris



Avec 27 752 visiteurs, soit une hausse globale de 2,4%, et 1 150 exposants, la 33ème édition du	Marché international français du voyage - IFTM Top Résa, qui s'est déroulé pour la 4ème année
---	---

consécutive à Paris du 18 au 21 septembre, a été globalement satisfaisante, avec un bon niveau de fréquentation et une intensité de travail quasi comparable à celle des grands rendez-vous européens.

Sur le contenu, le directeur du salon semble satisfait : « Nous avons créé du lien et de la valeur pour nos exposants, » poursuit-il, et le salon n'est plus seulement un événement de la distribution

loisirs, il devient aussi un salon d'acheteurs. »

IFTM Top Resa est ainsi le salon professionnel du tourisme loisirs et du tourisme d'affaires, mais aussi le salon des agents de voyages, le salon des producteurs, le salon des tours opérateurs, le salon des autocaristes, le salon « MICE » français, le salon du voyage d'affaires, le salon des meetings planners, le salon de l'incentive, le salon des agences

Chateau de Chantilly



événementielles...

Développement durable et tourisme responsable

A l'occasion du Salon Top Resa, s'est tenu un forum sur le développement durable et le tourisme responsable organisé en partenariat avec Ecorismo. Le développement durable est un sujet clé des 5 dernières années, mais concrètement comment cela se traduit dans l'entreprise ? Des processus en amont, avec les fournisseurs, à la commercialisation des produits, avec les clients, en passant par les processus internes, avec les salariés, quels sont les impacts du développement durable sur l'entreprise ? Et finalement est-ce qu'une entreprise « Eco-responsable » génère du business ? Pour répondre à ces questions, les intervenants dans ce forum sont partis du constat suivant : ces dernières années, les dispositions réglementaires liées ne cessent d'augmenter en France afin de moraliser le fonctionnement des entreprises.

Dernier exemple en date : Le 11 juillet dernier, un décret est sorti obligeant les entreprises de 500 salariés à réaliser un bilan carbone au courant de l'année 2011. De

fait, les grandes entreprises sont de plus en plus volontaristes dans leur volonté de lier « bonnes pratiques » et business.

Le Tourisme en ligne

En 2010, 16,7 millions de Français ont préparé leurs séjours en ligne, soit 53% des Français partis.

Internet, fixe et mobile, s'affirme toujours plus incontournable, source d'informations en temps réel et de services à valeur ajoutée. Ainsi, l'e-tourisme est le 1er poste du e-commerce. Pour l'année 2010 en France, le montant des ventes entièrement réalisées sur internet en e-tourisme représente 9,5 milliards d'euros, tous acteurs confondus. On estime à 13 milliards d'euros les ventes « générées » par la recherche en ligne (dont les 9,5 millions de réservations).

Très majoritairement les Français qui préparent leurs séjours en ligne « transforment » tout ou partie de ceux-ci en réservations en ligne.

La confiance est établie et l'ergonomie des sites s'est considérablement améliorée avec une meilleure lisibilité & visibilité des contenus. On constate parallèlement que près des deux

Dans les allées
du salon

TOPBBVA
international french
travel market

Entrée
France

international french
travel market

Photo: Jean-Michel LANGEVIN

tiers des réservants en ligne tiennent compte de la «marque» de l'acteur auprès de qui ils réservent.

Les visiteurs de France : essentiellement européens

Hors l'Allemagne et la Russie, et en général l'ensemble des pays d'Europe centrale, dont les arrivées sont en progression, les arrivées des autres clientèles européennes reculent de -2% ainsi que les nuitées -1,9%.

Les clientèles européennes constituent toujours l'essentiel des arrivées de touristes internationaux

en France (85% en 2010).

Le continent américain conserve la 2ème position, malgré un recul de -5% (-150 000) de touristes en provenance des États-Unis, compensé par la croissance des arrivées de touristes canadiens +7,2% et surtout de Brésiliens.

Le continent asiatique, en troisième position, se caractérise par une situation particulière en fonction des pays :

- recul de la clientèle japonaise: -14,1% soit 100,000 arrivées de moins
- croissance très forte de la clientèle chinoise : +23,4%

Dans les allées du salon



L'auteur à l'Arc de triomphe



- arrivée massive des indiens : +71,6% (soit 300 000 arrivées supplémentaires)

Les arrivées en provenance du continent africain sont en recul de -7,5%.

Les touristes internationaux ont légèrement rallongé leur séjour et généré 514,9 millions de nuitées en France en 2010, soit une légère hausse de +0,5%.

Mais, uniquement 68,2% de touristes internationaux résident dans un hébergement marchand.

Alors que la fréquentation des clientèles étrangères a renoué avec la croissance, l'hébergement marchand reste en recul avec la perte de 2,4 millions de nuitées par rapport à 2009.

Pour l'ensemble des touristes étrangers en France, la dépense journalière a légèrement reculé, passant de 59,8 € à 59,1 €, soit une baisse de -1,1%.

La dépense totale des touristes étrangers atteint 30,4 milliards € en 2010, contre 30,6 milliards € en



Musée Louvre- Paris

Ouverture du salon



2009 (-06%). Il s'agit néanmoins d'une stabilisation après 2 années de forte baisse (+10% entre 2007 et 2009).

A noter que le Maroc, pour qui les touristes français sont de loin la première clientèle, a mis le paquet à ce salon pour essayer de faire face à la situation morose qui prévaut. Piloté par l'Office national marocain du Tourisme (ONMT), le stand marocain connaît la participation d'une trentaine d'exposants dont la compagnie aérienne nationale Royal Air Maroc, l'ensemble

des Conseils régionaux du tourisme et plusieurs hôteliers, agents de voyages et promoteurs touristiques, tous mobilisés à converger, négocier, gérer et comprendre les évolutions du marché.

Chiffres clés du Salon

- 300 évènements
- 160 destinations
- 27 752 professionnels
- 27 200m² d'exposition
- 15.8% de visiteurs internationaux
- Près de 1 200 exposants et marques
- 900 journalistes & médias présents