



Plan d'actions Serbie

Marché d'appoint à ne pas négliger pour la Montagne en Hiver

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Grâce à une consommation des ménages dynamique alimentée par une hausse des salaires et des retraites, une politique monétaire accommodante, l'économie serbe a connu une croissance soutenue jusqu'en 2019 (hausse du PIB à 4,2% en 2018 et 3,9% en 2019) dont a bénéficié le secteur du tourisme.

Ainsi, 2018 a été une année record avec une augmentation du nombre de séjours à l'étranger des Serbes à 1.200.000 avec bien évidemment un record pour les dépenses touristiques à l'international : 1,39 milliard d'€ contre 1,2 milliards en 2017 et seulement 900 millions en 2015.

Le marché serbe est actuellement un petit marché pour la destination France avec seulement 32.000 arrivées et 227.000 nuitées (chiffre 2017) ; notre pays se situant loin derrière la Grèce, le Monténégro, l'Italie ou bien encore la Turquie.

Mais il en est différemment pour le secteur de la Montagne en Hiver pour lequel la clientèle serbe représente un marché non négligeable. On dénombre 400.000 skieurs dans le pays dont un peu plus de 100.000 se rendent chaque année à l'étranger et environ 15 à 20.000 dans les Alpes françaises, ce qui place la France en 5ème position des destinations internationales derrière l'Autriche, l'Italie, la Slovénie et la Bulgarie.

L'amélioration de la connectivité aérienne entre les deux pays est un facteur positif pour le tourisme.

Belgrade est désormais reliée à quatre villes françaises : Paris, Mulhouse, Lyon (ligne saisonnière) et Nice, ces deux dernières destinations ayant bénéficié d'une ouverture de ligne en 2019 grâce aux compagnies Wizzair et Air Serbia.

En proposant de facto aux Serbes une plus grande diversité de destinations ainsi qu'une offre thématique correspondant à leurs attentes dans le domaine de la culture, du tourisme urbain, de la montagne hiver ou bien encore du balnéaire, nous devrions à l'avenir enregistrer une hausse sensible de la fréquentation de touristes serbes en France.

Les principales données sont les suivantes :

- Population totale du marché : 7 millions d'habitants
- Taux de croissance en 2019 : + 3,9%
- Prévision de croissance en 2020 : + 2% contre +4 % initialement
- Prévision du taux de croissance 2021 : + 4%
- PIB par habitant en US Dollar : 7.409 USD

Nombre de séjours en France : 32.000 séjours en 2017

Orientations stratégiques

Compte tenu de la spécificité du marché (clientèle influencée par la presse et les réseaux sociaux, intermédiation France encore importante), Atout France accompagne activement les professionnels du tourisme, soutient les prescripteurs (presse et blogueurs) et souhaiterait à court terme développer une stratégie de communication digitale auprès du grand public.

© *mareandmare*

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Démarchage "Slow Tourisme" Autriche, Europe centrale](#) : Rencontres B2B / Grand public international
- [Tournée médiatique / Rencontres presse Autriche-Europe centrale](#) : Rencontres médias / Médias internationaux

DÉMARCHAGE "SLOW TOURISME" AUTRICHE, EUROPE CENTRALE

PRESTATION

Marchés d'intervention :	Autriche	Croatie Hongrie	République Tchèque	Roumanie
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B			
Cibles :	Grand public international			
Espaces et filières :	Slow tourisme			

Démarchage B2B en Autriche, République Tchèque, Roumanie, et Croatie avec des spécialistes du Slow Tourisme. 1, 2 ou 3 villes au choix !

OBJECTIFS

- Augmenter la programmation France des tour-opérateurs (AT, CZ, RO, HR) spécialisés Slow Tourisme
- Développer l'attractivité des destinations françaises Slow Tourisme auprès des touristes autrichiens, tchèques, roumains et croates
- Augmenter les échanges d'affaires entre professionnels français et locaux

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations, Hébergeurs, Réceptifs, prestataires nature active, œnotourisme & gastronomie, etc.

Nombre de partenaires souhaités :

2-4

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 31 mai 2024

Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : 1 ville : 650€ HT | 2 villes : 1 100€ HT | 3 villes 1 550€ HT Prix par partenaire (hors frais de transport et d'hébergement). Hors frais d'accompagnement Atout France (250 € HT / jour + frais de déplacement) partagés par l'ensemble de la délégation

FORMAT

Liste des sessions :

Démarchage "Slow Tourisme" Sept. 2024 (1, 2 ou 3 villes au choix)

Date de début

09 septembre 2024

Date de fin

12 septembre 2024

Date limite d'inscription

31 mai 2024

Lieu :

Format de l'opération :

- Démarchage à la carte (1,2 ou 3 villes au choix) en Autriche, République Tchèque, Roumanie, et Croatie avec des spécialistes du Slow Tourisme

Possibilité d'inviter des TOs hongrois - lors du démarchage à Vienne - également sensibles à cette thématique

Indicateur de performance :

Nombre de rendez-vous programmés

Nouveaux contrats / programmations

Profil visiteur :

Slow Tourisme, gastronomie, œnotourisme

Visiteur attendu :

6-10 AT & HU ; 5-10 CZ ; 5-10 RO ; 5-7 HR

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

TOURNÉE MÉDIATIQUE / RENCONTRES PRESSE AUTRICHE-EUROPE CENTRALE

PRESTATION

Marchés d'intervention :	Autriche	Hongrie	République Tchèque	
Type de rendez-vous :	Rencontres médias			
Cibles :	Médias internationaux			
Espaces et filières :	Culture & patrimoine	Gastronomie Littoral	Slow tourisme	Ville

Tournée médiatique "Focus on France" en Autriche, République tchèque et Hongrie du 18 au 20 février 2025

OBJECTIFS

- Valorisez votre image et présenter les nouveautés 2025 de votre destination / offre
- Renforcez vos contacts avec les journalistes autrichiens, tchèques et hongrois
- Générez des accueils presse individuels/groupes et par conséquent des reportages sur votre destination / offre

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

Minimum 6

Visibilité partenaire :

> Présentation de votre offre / produit sous forme de films promotionnels conçus et réalisés par le bureau Atout France > Workshop avec entretiens individuels avec les journalistes (une table/partenaire) > Organisation d'accueils presse (groupe/individuels) suite à votre participation > Visibilité renforcée auprès du grand public avec l'option "Pack Communication" (Total AT, CZ: 55 000 contacts B2C)

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : novembre 2024

Précisions tarifaires :

Tarif comprenant les conférences de presse, frais d'hébergement, déjeuners et transferts inter-villes : 1.400€ HT pour 1 ville, 2.400€ HT pour 2 villes, 3.300€ HT pour 3 villes
Offre "Pack Communication" avec publication d'un post dédié sur les comptes Facebook France.fr (AT, CZ) : 300€ HT pour 1 marché, 450€ HT pour 2 marchés

FORMAT

Liste des sessions :

Conférences de presse à Prague, Vienne et Budapest

Date de début

18 février 2025

Date de fin

20 février 2025

Date limite d'inscription

15 novembre 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Conférences de presse suivies de workshops en présentiel avec entretiens individuels avec les journalistes et influenceurs ciblés par marché (grands quotidiens, magazines et blogueurs de renom) - organisées dans les Résidences de France respectives.

Indicateur de performance :

Nombre et qualité des journalistes / médias présents
Accueils presse organisés suite à la participation à la tournée médiatique

Edition précédente :

Février 2024 :

Dans le cadre de sa tournée médiatique annuelle „Focus on France“, le bureau Atout France de Vienne a accueilli 9 partenaires à Bucarest, Prague et Vienne en février 2024.

60 journalistes et blogueurs des trois marchés

se sont déplacés pour découvrir les grandes nouveautés en France, mises en avant via un film promotionnel spécialement conçu à cet effet par l'équipe. Un deuxième temps a permis aux invités de rencontrer les partenaires et de discuter de leurs projets concrets lors d'entretiens individuels.

Les trois conférences de presse se sont tenues dans le cadre prestigieux des

Résidences de France

en présence de l'Ambassadeur de France en Roumanie et respectivement des Premiers Conseillers à Prague et Vienne.

En 2023, les touristes venant des trois marchés (Autriche, Hongrie et République tchèque) ont effectué au total 1,22 millions de séjours en France.

Profil visiteur :

Représentants des médias - Quotidiens, magazines, radio, TV, freelances, blogueurs influents

Visiteur attendu :

25-35 pour Vienne et 15-20 pour Prague et Budapest soit 60 à 75 participants

Perrot - Ilona ilona.perrot@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Les opérations à la carte

- [Campagne destination B2C Autriche](#) : Campagnes / Grand public français
- [E-newsletter B2C & communication Facebook / marchés germanophones](#) : Campagnes
- [E-newsletter presse / marchés germanophones](#) : Campagnes
- [Campagne digitale Sport - Jeux olympiques d'été Paris 2024](#) : Campagnes

CAMPAGNE DESTINATION B2C AUTRICHE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Cibles :

Campagnes

Grand public français

L'aspect durable d'un voyage est un facteur qui joue un rôle de plus en plus important au sein de la population autrichienne. Les voyageurs cherchent davantage des lieux peu connus et des activités insolites et privilégient des visites en aile de saison afin d'éviter le tourisme de masse.

Cette évolution représente une opportunité pour des destinations françaises moins connues sur le marché autrichien ainsi que pour des destinations phares cherchant à se positionner différemment en

mettant en valeur des offres de séjours en dehors des sentiers battus.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

principalement des destinations touristiques / possibilité de version « light » pour des hôtels ou parcs de loisirs

Nombre de partenaires souhaités :

à partir de 1 partenaire

FORMAT

Format de l'opération :

Mix média en ligne et réseaux sociaux

en accord avec la ligne de communication, intégrant par exemple les thématiques Culture & événements, Gastronomie, Littoral, Oenotourisme. Nous vous recommandons de mettre l'accent sur la découverte d'une destination sous un angle original (offres novatrices, concepts originaux) et/ou promouvoir l'avant- ou l'arrière-saison.

Pour ce faire, nous sélectionnons

des réseaux Premium

d'éditeurs autrichiens

(quotidiens de qualité, plateformes de magazines féminins, plateformes voyages etc.), des supports dédiés à la thématique principale (focus nature active, gastronomie etc.) en complément des

publicités et posts organiques sur les réseaux sociaux

. Un

mailing dédié ciblant des contacts qualifiés

peut compléter les actions en ligne.

Possibilité d'intégrer au mix media un

accueil influenceur(s)

afin de

soutenir et augmenter la visibilité sur les réseaux sociaux

.

Veillez noter qu'une extension de cette campagne sur les marchés Allemagne et Suisse germanophone est possible à des coûts avantageux - n'hésitez pas à nous contacter pour des propositions sur mesure!

Indicateur de performance :

occasions de voir, clics, CTR

Profil visiteur :

DINKS, millennials, seniors actifs

Media / Support :

réseaux premium de portails web: derstandard.at, diepresse.com, kurier.at, sn.at (Salzburger Nachrichten), tripadvisor.com, holidaycheck.at, falstaff.at...

réseaux sociaux: Facebook & Instagram, YouTube et/ou TikTok si matériel vidéo approprié disponible

influenceur(s): à établir selon la destination/thématique, nous disposons d'un pool d'influenceurs avec lequel nous travaillons régulièrement

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

Insertion dans les e-newsletters B2C d'Atout France en Allemagne, Autriche et Suisse (sous forme d'articles hébergés sur france.fr.) et posts Facebook sponsorisés sur les trois marchés

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
action individuelle

FORMAT

Format de l'opération :

Envoi d'une communication dédiée aux abonnés des e-newsletters Atout France sur les marchés Allemagne, Autriche et Suisse. Le contenu sera livré par vos soins (textes, images, vidéos etc.) en amont et l'article sera co-créé par l'équipe rédactionnelle d'Atout France.

L'équipe rédactionnelle d'Atout France prévoit

4 e-newsletters "Focus" (dédiées à 1 thématique) au cours de l'année 2024

:

culture/city breaks

(février 2024),

slow tourisme/tourisme durable - "focus printemps/été"

(mars 2024),

littoral/balnéaire

(avril 2024),

slow tourisme/tourisme durable - "focus automne"

(exemples: musées, visites des vignobles etc. - septembre 2024).

Des insertions individuelles dans le cadre des e-newsletters multithématiques sont également envisageables, mais veuillez noter que l'espace publicitaire est limité.

Nous recommandons de réserver votre espace environ 2 mois avant la date d'envoi souhaitée afin de garantir la disponibilité.

Une

extension de la communication sur Facebook

est possible pour augmenter la visibilité de votre marque.

L'intégration d'un

jeu concours

est également possible (prévoir la mise à disposition d'un lot à gagner).

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture, taux de clics, nombre de clics total et par marché

Performance du post sur Facebook (en organique),
performance du sponsoring (par marché)

Media / Support :

E-Newsletters B2C des bureaux d'Atout France en
Allemagne, Autriche et Suisse

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Communiqué de presse dédié à votre offre, envoyé sous forme d'E-Newsletter à plus de 3.500 contacts presse sur les trois marchés germanophones (Allemagne, Autriche, Suisse)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

Action individuelle ou groupée sur une thématique

FORMAT

Format de l'opération :

Envoi d'un communiqué de presse présentant votre offre / destination aux bases de contacts presse germanophones des bureaux Atout France Allemagne, Autriche et Suisse. Livraison en amont des contenus : textes, liens et images par vos soins - la programmation, l'envoi et le suivi sont réalisés par Atout France.

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture des E-Newsletters
Retombées presse directes suite à l'envoi
Demandes d'accueils presse suite à l'envoi (retombées presse indirectes)

Media / Support :

tous supports: Représentants des médias - Quotidiens, magazines, radio, TV, freelances, blogueurs influents

Monika Fritsch monika.fritsch@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Espaces et filières :

Campagnes

Grands évènements

Campagne digitale dirigée à des villes hôtes des JOP pour faire la promotion de leurs activités touristiques sportives tout au long de l'année.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Villes hôtes JOP

Nombre de partenaires souhaités :
6 VILLES

FORMAT

Format de l'opération :

Campagne digitale permettant de mettre en avant les activités touristiques sportives des villes hôtes des JO (6 villes)

Indicateur de performance :

Impressions, visites, Links Clicks, vidéo vue (sur la base de ruschs des villes).

Media / Support :

- Création d'un microsite dédié aux villes partenaires sur france.fr
- 1 newsletter dédié par ville (fichier contacts Atout france)
- 1 post/1 tweet sur les profils Réseaux sociaux Atout France
- 1 petite campagne FB/IG par ville

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

