



ILTM : Atout France fédère les acteurs du segment luxe pour garder le lien avec les acheteurs

ARTICLE

Du 17 novembre au 3 décembre, Atout France et 34 de ses partenaires ont participé au salon ILTM, la référence dans l'industrie du voyage de luxe, proposé cette année en version digitale.

L'International Luxury Travel Market qui se décline habituellement en 6 éditions à travers les régions du monde (Cannes, Cape Town, Arabia, Latin America, Asia Pacific, North America et China) a cette année proposé un « ILTM World Tour » digital sur 3 semaines.

Les professionnels français de l'offre de luxe, désireux de rassurer et maintenir leurs liens avec les acteurs internationaux de la distribution, ont répondu présents à la proposition d'Atout France de participer à ce **rendez-vous incontournable pour leur segment**. Compte tenu du fort impact de la crise sanitaire sur leur activité et pour les accompagner dans la relance, l'Agence a pris en charge **50% de leur coût de participation** à l'événement.

- Du 17 au 19 novembre 2020 - **Semaine Asie Pacifique**

225 acteurs internationaux du voyage de luxe ont rencontré 245 dirigeants de tour-opérateurs ou agences spécialisées sur le segment luxe.

Les 6 exposants français inscrits ont enregistré 180 rendez-vous sur 3 jours.

- Du 23 au 25 novembre 2020 - **Semaine Europe, Moyen-Orient et Afrique**

Parmi les 531 exposants internationaux (pour 535 décideurs), les 28 professionnels français inscrits ont enregistré 837 rendez-vous.

- Du 1er au 3 décembre 2020 - **Semaine Amériques**

Parmi les 472 exposants internationaux (pour 507 décideurs), les 26 professionnels français inscrits ont enregistré 793 rendez-vous.

A l'issue de ces 3 semaines, **chaque partenaire a rencontré, en moyenne, 30 dirigeants d'agences de voyages de luxe.**

Grâce à un art de vivre reconnu, un savoir-faire unique et une offre d'exception, la France s'impose depuis plusieurs années comme leader mondial parmi les destinations pour les séjours de luxe. Ce type d'événement est indispensable pour maintenir la visibilité de l'offre française et dès que cela sera possible regagner des parts de marché sur le segment du luxe.