



Plan d'actions Slovaquie

Un marché qui se développe

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Avec un PIB par habitant en standard de **pouvoir d'achat qui se rapproche le plus de la France** (32.000 € contre 35.700 €), la République Tchèque est incontestablement le marché incontournable d'Europe Centrale, qui affiche de surcroît depuis maintenant plusieurs années le taux de chômage le plus faible de l'Union Européenne (2,6%).

L'amélioration de l'environnement économique, quoique freinée ces derniers temps par une très forte inflation, se retrouve également dans la consommation des voyages, puisque selon la dernière étude Europ Assistance, **le budget des Tchèques consacré aux vacances a augmenté de 11% par rapport à 2022**, tout comme le pourcentage des projets de voyages à l'étranger (63% en 2023 vs 53% en 2022).

Malgré une préférence vers des pays méditerranéens (surtout pour la saison estivale) comme la Croatie, l'Italie et l'Espagne, ou de proximité comme la Slovaquie et l'Autriche, la France a cependant séduit près de **460.000 touristes tchèques en 2022** ; notre destination bénéficie en effet d'une très bonne desserte aérienne sur 7 villes françaises, toutes situées à environ 2 heures de Prague.

Grâce à un intérêt marqué pour les thématiques **Culture et Patrimoine, Oenotourisme et Activités de plein air** (notamment cyclotourisme et ski) et une demande touristique s'orientant vers des hébergements et des prestations de meilleure qualité, la République Tchèque mérite toute sa place dans la liste des marchés à prospecter.

Rappel des données du marché :

- Population : env. 11 millions d'habitants
- Taux de croissance 2022 : 2 %
- Prévision taux de croissance 2023 : 0,2%
- PIB par habitant (2022) : 25 870 €

Principales tendances du marché:

- retour à des réservations de première minute
- hausse du prix moyen des séjours liée à une demande en hébergement supérieur et en appartement
- une demande toujours aussi importante pour des activités de plein air (cyclotourisme, randonnées, ski)
- une attention particulière des voyageurs à la sécurité
- une population très connectée

Orientations stratégiques

Compte tenu de la spécificité du marché (intermédiation France active, clientèle individuelle connectée), Atout France développe une stratégie de communication grand-public axée sur les réseaux-sociaux et les prescripteurs (presse et blogueurs) en déclinant les thématiques les plus pertinentes :

- une offre renouvelée en matière d'expositions et d'événements pour développer les séjours urbains et culturels tout au long de l'année
- la diversité des destinations touristiques avec de nouvelles idées de circuits notamment pour la nature active (randonnées, vélo) en avant et arrière-saison
- la montagne hiver

Vis-à-vis de la distribution, notre préoccupation sera de mieux intégrer les Tour-opérateurs tchèques, souvent des structures de petite et moyenne taille, dans le circuit de l'offre touristique française - notamment sur la niche du Slow Tourisme (cyclotourisme, randonnées, tourisme fluvial...).

Cibles prioritaires (par ordre d'importance) :

- DINKS
- Millenials
- Seniors actifs

Thématiques :

- Nature active
- Culture
- Tourisme urbain
- Montagne Hiver
- Oenotourisme

SLOVAQUIE

Pour le marché slovaque dont la capitale Bratislava (660.000 habitants) bénéficie de sa proximité avec l'aéroport de Vienne pour les voyages à l'étranger (et donc la France), Atout France organise des actions de communication et de promotion sur mesure. Vous trouverez ci-dessous quelques chiffres clefs du marché :

- Population : 5,4 millions d'habitants
- Taux de croissance 2022 : 2,1%
- Prévision du taux de croissance 2023 : 1,7%
- PIB par habitant (2022) : 20 095 €
- Nombre de touristes slovaques en France avant la pandémie : 69.900
- Nombre de nuitées en France avant la pandémie : 717.775

Cibles prioritaires (par ordre d'importance) :

- DINKS
- Millenials
- Seniors actifs

Thématiques :

- Culture et Patrimoine
- Tourisme urbain
- Littoral
- Gastronomie

Sources : Commission Européenne, DGE, FMI, Czech Statistical Office, ACCKA, TTG Czech Republic

©Valerii Tkachenko

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Roadshow #ExploreFrance au Kazakhstan et en Géorgie](#) : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux

ROADSHOW #EXPLOREFRANCE AU KAZAKHSTAN ET EN GÉORGIE

PRESTATION

Marchés d'intervention :	Géorgie	Kazakhstan
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B	Salons
Cibles :	Médias internationaux	Professionnels internationaux

Roadshow au Kazakhstan (Almaty) et en Géorgie (Tbilissi).
B2B, médias, VIP

OBJECTIFS

- Renforcer la marque France auprès du réseau de distribution
- Lancer les ventes de la destination
- Former les professionnels aux nouveautés

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnel/ privé

Nombre de partenaires souhaités :

6 - 10

Visibilité partenaire :

Table exposant au workshop; Visibilité sur l'invitation et dans le catalogue des exposants; Intervention de chaque partenaire lors du séminaire Diners des patrons conférences de presse Possibilités de visibilité supplémentaire : Possibilité de la remise d'un bon cadeau pour une tombola;

CONDITIONS

Précisions tarifaires :

Date limite d'inscription : Avant le 20 Mars 2024 Coûts approximatif : 3800 Eur HT

FORMAT

Liste des sessions :

Roadshow #ExploreFrance au Kazakhstan et en Géorgie

Date de début

23 septembre 2024

Date de fin

27 septembre 2024

Date limite d'inscription

31 mai 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Rencontres B2B à Almaty et Tbilissi avec Conférence de presse et dîners/soirées des patrons

Format Workshop à partir de 6 partenaires sinon démarchages ciblées +séminaires

Indicateur de performance :

Nombre et qualité des agences rencontrées

Edition précédente :

Nombre de partenaires:

13 en 2022

(Kazakhstan et Azerbaïdjan)

Nombre de visiteurs:

200 en 2022

(format workshops)

Taux de satisfaction des participants:

plus de 90%

Nombre de partenaires:

5 en 2023

(Kazakhstan 2 villes)

Nombre de visiteurs:

100 en 2023

(format démarchages, séminaires, petits déjeuners)

Taux de satisfaction des participants:

plus de 85%

Profil visiteur :

Tour-opérateurs, agence de voyages, médias, influenceurs, VIP

Visiteur attendu :

60 professionnels ciblés à Almaty et Tbilissi

Kostycheva - Anastasia anastasia.kostycheva@atout-france.fr

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

Les opérations à la carte

- [Événement B2C 2024](#) :
- [France.fr : articles et e-news](#) :
- [Webinaires #ExploreFrance 2024](#) : Formations
- [Asie centrale, Caucase - France privilège 2024](#) : Campagnes / Grand public international

Marchés d'intervention :

Un événement VIP pour la clientèle directe haut de gamme au Kazakhstan

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

institutionnels et privés, compris hors tourisme

Nombre de partenaires souhaités :

1-3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Un événement à la carte destiné à séduire la clientèle directe

Indicateur de performance :

Qualité de la prestation

Qualité et quantité des invités

Profil visiteur :

clientèle directe VIP

Visiteur attendu :

25-40

Media / Support :

selon le déroulé et souhaits du partenaires

Kostycheva - Anastasia anastasia.kostycheva@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Promotion des offres des partenaires via des e-news et contenu natif sur France.fr (version en russe)

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

Article sur la versionn de France. fr en russe
E-news exclusif ou non exclusif B2B de l'Asie Centrale et
Caucase

Kostycheva - Anastasia anastasia.kostycheva@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Formations

Un programme éducatif d'Atout France destiné aux professionnels du tourisme des pays de l'Asie Centrale et du Caucase.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnel/ privé

Nombre de partenaires souhaités :

10-15

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Webinaires de formation pour les professionnels du tourisme des pays de l'Asie Centrale et du Caucase.

3 partenaires max par webinaire, intervention de chaque partenaire - 15- 20 min

Indicateur de performance :

Nombre d'agences touché (online et enregistrement)

Profil visiteur :

Tour-opérateurs, agence de voyages du Caucase et l'Asie Centrale

Visiteur attendu :

40 agences par webinaire

Media / Support :

Présentations

Vidéos enregistrées

E-news

Kostycheva - Anastasia anastasia.kostycheva@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :	
Type de rendez-vous :	Campagnes
Cibles :	Grand public international
Espaces et filières :	Luxe

Une opération en partenariat avec Mastercard en Asie Centrale et Caucase qui couvre les cibles B2B et B2C et comprend un projet commun de système de privilèges de private banking.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

institutionnels et privés, compris hors tourisme haut de gamme

Nombre de partenaires souhaités :

6 - 8 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Programme de fidélité "France Privilège" en partenariat avec Mastercard avec la campagne de communication sur l'écosystème France.fr

Indicateur de performance :

Visibilité du partenaire
Campagne de communication performante

Profil visiteur :

clients du programme premium de la banque, les CPS+

Media / Support :

France.fr, réseau Mastercard

Elena de Beauchamp elena.de-beauchamp@atout-france.fr

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

