



## COMPTE-RENDU D'OPERATION

### DESCRIPTION DE LA MANIFESTATION

**NOM** : ITB  
**LIEU** : BERLIN  
**TYPE** : SALON MIXTE (3 JOURNEES PROFESSIONNELLES / 2 JOURNEES GRAND PUBLIC)  
**DATES** : 6 AU 10 MARS 2019  
**CIBLES** : PROFESSIONNELS (TOURS OPERATEURS, AGENTS DE VOYAGES, JOURNALISTES) ET GRAND PUBLIC  
**ZONE(S) GEOGRAPHIQUE(S) CONCERNEE(S)** : L'ALLEMAGNE EN PREMIER LIEU, LE NORD ET L'EST DE L'EUROPE ET LE SUD DE L'EUROPE DANS UNE MOINDRE MESURE.

### DESCRIPTION DE L'ESPACE

**SURFACE** : ESPACE DE TRAVAIL DE 8 M2 SUR L'ESPACE ATOUT FRANCE (500M2)

**PARTENAIRES** : OLLANDINI

### EVALUATION

**EVOLUTION DE LA FREQUENTATION** : 110 000 VISITEURS PROFESSIONNELS EN PROVENANCE DE 180 PAYS AINSI QUE 60.000 VISITEURS GRAND PUBLIC. EN 2019. FREQUENTATION DU MEME ORDRE EN 2018

**NOMBRE ET QUALITE DES CONTACTS** : 70 CONTACTS QUALITATIFS AVEC POUR LA PLUPART UN POUVOIR DE DECISION EN CE QUI CONCERNE LES ACHATS DE PRODUITS TOURISTIQUES

#### **COMMENTAIRES VISITEURS A RETENIR (en particulier des professionnels rencontrés) :**

*Intérêt pour la destination notamment en raison de son positionnement différencié sur les marchés, accessibilité en raison des lignes aériennes au départ de Berlin Schonefeld, Berlin Tegel, Cologne, Stuttgart, Düsseldorf, Hambourg, Munich, Francfort, Memmingen. Accessibilité via les ports italiens notamment pour les deux principaux Lander du sud de l'Allemagne : le Baden Württemberg et la Bavière ;*

*L'ITB est aussi le premier indicateur pour les réservations de la prochaine saison.*

#### **COMMENTAIRES ET AVIS DES PARTENAIRES (VOUS APPUYER SUR LES ENQUETES DE SATISFACTION) :**



## BILAN GENERAL DE L'OPERATION:

AVEC PRES DE 10 000 EXPOSANTS ET 110 000 VISITEURS PROFESSIONNELS DONT 1000 ACHETEURS MAJEURS DE 180 PAYS ET 60 000 VISITEURS GRAND PUBLIC LE WEEK END, L'ITB BERLIN EST L'UN DES PLUS GRANDS SALONS TOURISTIQUES AU MONDE ET CONSIDERE TEL UN MARQUEUR INDENIABLE DE LA TENDANCE DE CE MARCHE FORTEMENT CONCURRENTIEL.

L'OBJECTIF RECHERCHE DANS LE CADRE DE NOTRE PARTICIPATION ETANT DE VALORISER LES POTENTIALITES OFFERTES PAR NOTRE DESTINATION NOTAMMENT SON POSITIONNEMENT DIFFERENCIE, LA TYPICITE DE SON OFFRE AUPRES DES PRESCRIPTEURS ET MEDIAS DU SECTEUR TOURISTIQUE AFIN DE MIEUX LA COMMERCIALISER.

DANS CE CADRE LORS DES RENDEZ-VOUS DEDIES AVEC LES TOUR-OPERATEURS L'ACCENT PORTAIT ESSENTIELLEMENT SUR LES THEMATIQUES A VALORISER SOUVENT SYNONYMES DE FORTE VALEUR AJOUTEE NOTAMMENT SUR LES AILES DE SAISON. AFIN D'OPTIMISER NOTRE PRESENCE LORS DE CETTE EDITION NOUS AVONS MOBILISE EN AMONT NOS PROPRES CONTACTS AFIN DE CAPITALISER SUR LES OPPORTUNITES OFFERTES PAR CETTE PLACE UNIQUE DE MARCHE.

LES JOURNEES PROFESSIONNELLES AVEC RENDEZ-VOUS PRE PROGRAMMES ONT ETE RYTHMEES PAR DES SEQUENCES DEDIEES A DES PRESENTATION SPECIFIQUES DE LA DESTINATION.

NOUS SENTONS POINDRE UN ENGOUEMENT CERTAIN POUR NOTRE DESTINATION QUI POURRAIT SE TRADUIRE A TRES COURT TERME PAR DES PERSPECTIVES D'AUGMENTATION DE LA PROGRAMMATION , DE NOUVEAUX CIRCUITS NOTAMMENT CULTURELS, GASTRONOMIE ET ART DE VIVRE ET SLOW TRAVEL. SOULIGNONS LES NOMBREUSES DEMANDES CONCERNANT LES ACTIVITES ET SPORTS DE NATURE PLUS PARTICULIEREMENT VELO, BIKING. CONFORMEMENT A NOS AXES STRATEGIQUES SUR LE MARCHE LES DEMANDES CONCERNENT EXCLUSIVEMENT L'AVANT ET L'APRES SAISON . CONCERNANT LA GAMME D'HEBERGEMENT PLEBISCITEE LES CAMPINGS ET BUNGALOWS REPRESENTENT UNE LARGE PART DE LA DEMANDE SUIVI DE L'HOTELLERIE 3 VOIRE 4 ETOILES POUR CERTAINS SEGMENTS.

DU POINT DE VUE DU MARCHE SOULIGNONS L'EMERGENCE DE NOUVELLES PLATEFORMES DE PROMOTION ET DE COMMERCIALISATION , DE BLOGGERS OFFRANT DE NOUVELLES PERSPECTIVES DE COLLABORATION NOTAMMENT EN TERME DE PARTENARIAT / MARKETING.

UNE TENDANCE QUE L'ON A PU REMARQUER DANS TOUS LES SECTEURS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE AINSI QUE DANS LES 26 HALLS DU SALON : LA NUMERISATION DU SECTEUR POURSUIT SA PROGRESSION INELUCTABLE. LE PORTFOLIO DES EXPOSANTS DE L'E TRAVEL WORLD EST DE PLUS EN PLUS INTERNATIONAL ET ATTIRE NOTAMMENT DES START UPS EN PROVENANCE DU MONDE ENTIER. LES SOLUTIONS TECHNOLOGIQUES EFFICACES SONT DESORMAIS CONSIDEREES COMME DECISIONNAIRES DANS LA REUSSITE DES MODELES COMMERCIAUX DU SECTEUR DES VOYAGES.