

**WORKSHOP MAISON DE LA FRANCE
HELSINKI / STOCKHOLM / OSLO / COPENHAGUE**

DESCRIPTION DE L'OPERATION

◀ LIEU :	Helsinki / Copenhague / Oslo / Stockholm
◀ TYPE :	Workshop classique itinérant
◀ CIBLE :	Tours opérateurs et presse scandinave intéressés par la France
◀ DATES :	3 au 6/09/2007
◀ CADRE :	Organisation : Maison de la France
◀ OBJECTIFS :	Initier un partenariat avec les tours opérateurs Présenter la destination

LE DEROULEMENT DU WORKSHOP

◀ PROGRAMME	Lundi 03/09	WORKSHOP HELSINKI
	Mardi 04/09	WORKSHOP STOCKHOLM
	Mercredi 05/09	WORKSHOP OSLO
	Jeudi 06/09	WORKSHOP COPENHAGUE

COMPOSITION DE LA DELEGATION CORSE

◀ ENTREPRISES	OLLANDINI VOYAGES DESTINATION CORSE PAESOTEL E CASELLE
---------------	--

COMMENTAIRES

◀ **WORKSHOP HELSINKI**

Quelques contacts avec des agences de voyages à la recherche de nouvelles destinations. Demandes d'informations générales sur la destination encore peu connue. Contact avec quelques journalistes.

Le plus important TO finlandais Finland Travel Bureau affrète un charter au mois de mai 2008 pour environ 230 personnes réparties dans trois groupes. Il travaille avec une agence réceptive installée à Paris. Volonté de développer la destination.

◀ **WORKSHOP STOCKHOLM**

Des contacts avec des tours opérateurs à la recherche de nouveaux produits : villas haut de gamme, tour gastronomique, route des vins, ... recherche des idées pour faire des groupes en Corse

Contact avec des agences spécialisées Tourisme d'Affaires, demandes concernant la possibilité d'envoyer des groupes incentives en Corse.

Journalistes intéressés par la possibilité d'effectuer des voyages de presse en Corse

◀ **WORKSHOP OSLO**

Contact avec un TO « Provence » spécialisé sur le sud de la France, qui souhaite développer la Corse, recherche une résidence de tourisme, pieds dans l'eau, enregistre beaucoup de demandes pour la Corse

Contact avec Korsika Férié spécialiste de la Corse en Norvège, qui a une clientèle fidèle pour la destination, toujours les mêmes soucis liés au transport vers l'île.

La Corse bénéficie d'une très bonne image de marque en Norvège

◀ **WORKSHOP COPENHAGUE**

Contact avec deux TO qui souhaitent programmer la Corse pour 2008, groupes en mai et septembre, +45 +50 ans. Une semaine en demi pension : Produits recherchés : combiné Corse + Sardaigne

Contact avec des agences de voyages qui souhaitent connaître l'offre de la Corse pour les Seniors, les circuits spécialisés dans la découverte des vins, de la gastronomie

LES PRINCIPALES DEMANDES DES VISITEURS

► **L'ACCESSIBILITE** : Comment aller en Corse depuis les pays scandinaves ? Les tarifs ? Les prix des vols ? Les bateaux à grande vitesse entre la Corse et le Continent ? Le meilleur moyen : vol low cost jusqu'à Nice + NGV
Quelques que soit le pays, l'accessibilité est le frein majeur au développement des clientèles scandinaves.

► **LES HEBERGEMENTS** : Quels types d'hébergements trouve-t-on en Corse ? Catégorie recherchée : hôtels 2 / 3* / 4* et hôtels de charme / Proche de la mer

► **LES PRODUITS RECHERCHES** : Importance du climat, du soleil, des établissements « pieds dans l'eau » / Destination potentielle pour été 2008 / Intérêt pour les plages, les randonnées / Question concernant le climat en octobre, novembre / Périodes : mai, juin, juillet, septembre pour les couples plus âgés / La Corse peut attirer des gens plus âgés : environ 40-60 ans

PROPOSITIONS

► **DEVELOPPER L'ACCESSIBILITE PAYS SCANDINAVES/CORSE VIA LES HUBS DE NICE OU MARSEILLE**

Les Scandinaves, tant professionnels que consommateurs de produits touristiques, ont unanimement déclarés que les low costs jusqu'à Nice, complétés par du transport maritime ou aérien constituaient le moyen le moins onéreux pour se rendre en Corse.

Relancer les réunions de travail avec la CCM Airlines afin de développer les rotations au départ des Hubs de Nice et de Marseille.

Des contacts ont été pris avec Sterling (compagnie Low cost) qui vole vers Nice au départ des capitales scandinaves

► **POSITIONNEMENT : CORSE = NOUVELLE DESTINATION AU SOLEIL GARANTI**

La destination bénéficie d'une très bonne image de marque sur ces zones. L'argument climatique est à mettre en exergue. Il faudrait communiquer sur notre été indien : le climat en octobre et novembre chez nous est « différent » de celui de l'Europe du Nord à ces périodes.

Cibles à conquérir : les jeunes seniors qui disposent d'un pouvoir d'achat important.

► **ACTIONS PREVUES EN 2008**

WORKSHOP CORSE au printemps : Les trois entreprises touristiques présentes souhaitent réitérer leur participation à une opération sur ces marchés. L'opération devra concerner les trois pays scandinaves : Danemark, Norvège, Suède, les villes choisies : Copenhague, Oslo, Stockholm et Göteborg

VOYAGE DE FAMILIARISATION des tours opérateurs rencontrés sur les marchés

VOYAGE DE PRESSE des journalistes

CAMPAGNE DE COMMUNICATION SUR INTERNET / PARTENARIAT AVEC LES TO

REALISATION D'UN FLYER en Suédois, Norvégien et Danois à destination du grand public

LA SCANDINAVIE EN GENERAL

24 MILLIONS D'HABITANTS, PLUS HAUT PNB D'EUROPE, PLUS BAS TAUX DE CHOMAGE

Entre 2005 et 2020, la POPULATION SCANDINAVE de plus de 55 ans, augmentera de 16,5%. Soutenu par des économies en progression forte (> 4% en moyenne) des taux de chômage bas (< 6%) LE POUVOIR D'ACHAT DES NORDIQUES est le plus élevé d'Europe. Les voyages occupent une place importante dans leurs loisirs et ce poste de dépense progresse chaque année.

INTERET POUR LES VALEURS ETHIQUES : le commerce équitable, le respect de l'environnement, le tourisme durable et respectueux des populations.

TRES FORT TAUX D'EQUIPEMENT INFORMATIQUE ET DE CONNEXION A INTERNET : 60% des ménages y ont accès. 35% des internautes ont déjà effectué des achats en ligne, d'ailleurs, le degré de confiance pour les achats en ligne est le plus élevé d'Europe : 8.41/10 (7.08 moyenne européenne). Il constitue le premier média pour la recherche d'information touristique et la réservation en ligne. Cette tendance de consommation se répercute sur les agences et les compagnies aériennes qui revoient leurs canaux de vente et orientent leur stratégie vers les internautes.

LES COMPORTEMENTS TOURISTIQUES EVOLUENT : développement des voyages hors « haute saison ». Les ventes de dernière minute s'appliquent même au tourisme d'affaires. L'impact des conditions météorologiques sur les VDM est très important. Quand la météo est désastreuse à la fin du printemps, les réservations vers les destinations ensoleillées augmentent.

Le développement des LOW COST vers le bassin méditerranéen, favorise la croissance des courts séjours. Les compagnies aériennes traditionnelles s'adaptent à l'engouement des compagnies low cost pour les Scandinaves.

Les périodes des vacances scolaires impliquent des départs en vacances avant saison :

25% des départs finlandais ont lieu en juin juillet

69% des départs norvégiens ont lieu en juin juillet

25% des départs suédois ont lieu en juin juillet

37% des départs danois ont lieu en juin juillet

L'essentiel des flux vers la Corse est réalisé par quelques tours opérateurs, véritables « spécialistes de la destination », Langley Travel pour la Suède, Ruby Reisen pour le Danemark, Korsika Férié pour la Norvège.