



## Salon Mondial du Tourisme 2018

### Un salon de porteurs de projets : 89 % des visiteurs venus concrétiser leur voyage

*La 43<sup>e</sup> édition du Salon Mondial du tourisme, qui s'est tenue du 15 au 18 mars 2018, a enregistré 99 800 visites. A l'instar des salons du tourisme en province, le Salon Mondial du Tourisme a séduit un nombre plus important de visiteurs acheteurs (22 % vs 17 % en 2017)*

*Avec 406 exposants (vs 390 en 2017) sur 11 000 m<sup>2</sup> d'exposition, le salon proposait une offre exhaustive vers les 5 continents, des conseils et bons plans, sans oublier des idées de séjours ou d'activités.*

*Ce rendez-vous était aussi l'occasion d'aborder le tourisme via les outils numériques aidant aux choix de sa destination ou des sorties à réaliser pendant ses vacances. Certains exposants proposaient ainsi des expériences de réalité virtuelle et le salon avait mis en place un nouvel espace Sensoriel destiné à user de ses sens pour débiter son évasion future.*

*Enfin, le Mondial du tourisme se tenait conjointement au salon Destinations nature, véritable manne pour les visiteurs en quête de destinations et de loisirs outdoor.*

#### LE MONDIAL DU TOURISME : TREMPLIN DES OFFRES A DESTINATION DU GRAND PUBLIC

Véritable tremplin pour des destinations ou des offres touristiques souhaitant se valoriser auprès du grand public, le salon accueillait cette année de nouveaux exposants :

- des **offices de tourisme** : Braga, Cameroun, Italie - avec l'Ombrie, le Latium, les Abruzzes et les Marches -, Iran, Kazan, Kerala, Laos, Malte, Sri Lanka, Vienne,...
- un **nouveau distributeur sur le marché** : Lidl Voyages, disponible uniquement en ligne, offrait pour la première fois sur le salon l'opportunité de rencontrer ses agents de voyage,
- **des agences et réceptifs** : Eldorado Voyages, Faré Voyages, La Palanche Voyages, Mékong Villages, Partir au Pérou, Slavdom, Taiga Euro Baltika, Voyages en Papouasie, les Maisons du voyage...
- **de nouveaux acteurs touristiques ou de service** : Alistair, Carlili, Connect Smart Drive, Ditto Bank, E-Lostbag, Ir Oui Come, Onboard Voyages, Oui Reward, Séjour Au Pays, The Bar Corner, Tictactrip, Wikicampers...
- sans oublier un pôle **croisières** renforcé, avec Globe Sailor et Croisières d'exception.
- sur l'espace **Tourisme et Handicap**, l'association Tourisme & Handicaps réunissait les lauréats des Trophées du Tourisme Accessible 2017,
- tous les lauréats des Palmes du **Tourisme Durable** 2017 faisant stand commun,
- l'espace **Tourisme de mémoire**, doté d'une scénographie exceptionnelle avec deux répliques d'avions (le Morane Saulnier et le Fokker DR1), accueillait de nouveaux acteurs incontournables en cette année des commémorations de l'armistice (Ardenne Tourisme, Centre Sir John Monash, Châteaux et Musées du Loiret, Cite Souterraine de Naours, Mémorial Alsace Moselle, Moselle Sans Limite, Office de Tourisme Amiens Métropole, Oise Tourisme, Somme Tourisme, Wagon de l'armistice et ligne de front).

## LE VISITORAT DU MONDIAL DU TOURISME 2018

Avec une offre toujours plus en adéquation avec les attentes de ses visiteurs, le salon Mondial du Tourisme a su fédérer en un même lieu un public :

- **de voyageurs, venus pour 89 % d'entre eux avec un projet de voyage** : 57 % vers l'étranger, 9% en France ou 23 % pour les deux à la fois. Les périodes recherchées étaient plus particulièrement le mois de septembre (30 %), mai (22 %), juin (26 %) et août (22 %)
- **d'acheteurs**, puisque **22 % des visiteurs ont déclaré acheter leur voyage sur le salon ou dans les 15 jours** qui suivent leur venue (vs 17 % en 2017)
- **avec un pouvoir d'achat plus important** : la part de visiteurs dépensant plus de 3000 € pour leurs vacances est passée de 33 % en 2017 à **43 % en 2018**.

Avec la neige tombée le samedi 17 mars, le salon Mondial du tourisme a enregistré une légère baisse de sa fréquentation avec 99 800 visites (vs 105 000 en 2017). Sur les quatre jours, le visitorat se répartissait comme suit : 35 % le jeudi, 25 % le vendredi, 19 % le samedi et 21 % le dimanche.

Le visitorat groupes (comités d'entreprise, clubs, associations) a fortement augmenté (+57 %) passant à 1 024 (vs 652, en 2017). La part des professionnels venus sur le salon a également augmenté de 12 % passant à 2 687 vs 2 407 en 2017.

## S'EVADER, S'INFORMER, TROUVER, VOYAGER !

Nouvelle animation du salon, **l'Espace Sensoriel** proposait un avant-goût du voyage à travers les 5 sens. Au cœur de cette parenthèse enchantée, les visiteurs pouvaient, le temps d'un instant, se plonger dans un état d'évasion grâce aux activités de nos partenaires : Augmenteo, le P'tit Sniff®, Loisirs Loire Valley, São Tomé et Principe, Silence Events, Urban Massage, Virtual Adventure, Yogi Tea®.

Espace de conseil, le Mondial proposait de s'informer et de préparer ses futurs séjours. Pour ce faire, **l'Espace des conseillers** (avec Les Maisons du Voyage et le Figaro) apportait son aide pour organiser son séjour lors de rendez-vous de 30 minutes, le nouvel espace **Le Café de l'Inspiration** (parrainé par Liligo.com) était un lieu d'échanges et d'informations et **le Coin des blogueurs** prodiguait tous les conseils et astuces d'une dizaine de blogueurs voyageurs.

L'opération **1 Jour / 1 Destination** complétait la connaissance vers certains pays mis à l'honneur sur une journée. L'occasion de mieux connaître les cultures de la **Lituanie**, du **Pérou**, des **Etats-Unis** et de la **Thaïlande** qui ont animé quotidiennement le salon.

Les **ateliers pratiques** et la **Grande Scène** participaient aussi à renseigner les voyageurs sur les nouvelles destinations ou façons de voyager, sans oublier l'aspect festif à base de musique et de danse du monde. Plus de 800 visiteurs ont ainsi participé aux ateliers pratiques et bénéficié des conseils d'experts et de grands voyageurs.

Côté conférences, workshops et débats, ce ne sont pas moins de 300 professionnels et journalistes qui ont assisté aux rendez-vous qui leur étaient dédiés.

Enfin, les **trois espaces dédiés aux bonnes affaires** (France, Etranger et Croisières) ont affiché 176 bons plans.

## LES FUTURS ACTEURS DU TOURISME

Les futurs acteurs du tourisme n'étaient pas oubliés avec un choix de conférences dédiées aux formations

dans le secteur, mais aussi des propositions de stages et d'emplois réunies par la FFTST.

Deux concours valorisaient aussi les actions des étudiants :

Le concours **Don't Look Away!**, organisé par l'ACPE, l'ECPAT et la FFTST, a pour vocation de les sensibiliser à la lutte contre le "tourisme sexuel" des enfants. Il a récompensé : l'IEFT de Lyon (1<sup>er</sup> prix); le Lycée Bellevue à Saintes (2<sup>e</sup> prix) et le Lycée Bahuet à Brive (3<sup>e</sup> prix).

L'association des CFA des métiers du Tourisme organisait un concours vidéo réservé aux apprentis de la filière tourisme pour qu'ils racontent leur "**story d'apprenti**". Les films primés sont ceux du CFA Stephenson et de la Faculté des Métiers de l'Essonne. (vidéos visibles sur : [www.cfa-tourisme.org](http://www.cfa-tourisme.org)).

**La prochaine édition du Salon Mondial du tourisme  
se tiendra du 14 au 17 mars 2019,  
à Paris Expo, Porte de Versailles (Pavillon 4)**

**[www.salons-du-tourisme.com/Paris](http://www.salons-du-tourisme.com/Paris)**

salons-du-tourisme.com

#salonsdutourisme  
#Paris



**CONTACTS PRESSE : AB3C**

Stéphane Barthélémi - T.01 53 30 74 04 - [stephane@ab3c.com](mailto:stephane@ab3c.com)

Fabienne Frédal - T.01 53 30 74 07 - [fabienne@ab3c.com](mailto:fabienne@ab3c.com)

Le salon Mondial du tourisme est un événement co-organisé par :

**COMEXPOSIUM**

Le groupe COMEXPOSIUM, l'un des leaders mondiaux de l'organisation d'événements, est impliqué dans **plus de 170 manifestations BtoC et BtoB**, couvrant **11 secteurs d'activité** aussi variés que l'agroalimentaire, l'agriculture, la mode, le digital, la sécurité, la construction, le high-tech, l'optique et les transports. COMEXPOSIUM accueille **45 000 exposants** et plus de **3 millions de visiteurs** dans **23 pays à travers le monde entier**. Comexposium se développe mondialement avec une présence dans une trentaine de pays : Algérie, Allemagne, Argentine, Australie, Belgique, Canada, Chine, Espagne, Inde, Indonésie, Italie, Japon, Corée, Monaco, Pays-Bas, Nouvelle-Zélande, Philippines, Qatar, Russie, Singapour, Thaïlande, Turquie, Émirats arabes unis, Royaume-Uni, États-Unis.



ASSOCIATION POUR  
LE SALON MONDIAL DU TOURISME

Créée en 1973, l'ASMT - **Association pour le Salon Mondial du Tourisme**, fondatrice de la Semaine Mondiale du Tourisme devenue Mondial du Tourisme - MAP, a pour objet de promouvoir, par tous moyens et sous toutes ses formes, "Le Salon Mondial du Tourisme" et toutes autres manifestations concernant les vacances, la culture, les affaires et les congrès, ainsi que l'organisation et l'animation des loisirs et du tourisme. Les fondateurs sont l'Adonet, la FFTST et les Entreprises du Voyage et ont pour partenaires : Air France - APST - SETO - SYNHORCAT - SNET - SNCF - UNAT.

Le Salon Mondial du tourisme était organisé en partenariat avec

**ANOUS PARIS**

**C NEWS**

**LE FIGARO  
magazine**



LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE

**RMC  
DÉCOUVERTE**

