Comment préparer la reprise et le retour des voyageurs mexicains en France ?

ARTICLE MEXIQUE

Atout France Mexico a réuni l'ensemble de ses partenaires : tour-opérateurs, agences de voyages, présidents des plus importantes associations professionnelles du secteur pour une **présentation de conjoncture du tourisme en France accompagnée des résultats d'une enquête en ligne sur la perception du marché français**, à laquelle plus de 150 professionnels mexicains ont répondu.

L'intérêt pour la destination France s'avère toujours présent même si les professionnels reconnaissent des difficultés à suivre l'évolution des restrictions et des conditions d'entrée en France.

Cette rencontre a permis d'ouvrir la discussion sur les besoins et les attentes de la profession en 2022 pour préparer au mieux la reprise et le retour des voyageurs mexicains en France.

La mobilisation du bureau Atout France Mexico, sa disponibilité et sa détermination à mettre en œuvre de nombreuses actions pour conserver le lien avec les différents acteurs du tourisme locaux et ce, dès les premiers mois de confinement **ont été salués**. Les professionnels du tourisme d'affaires ont particulièrement apprécié les formats vidéos de 2 à 3 minutes ainsi que les stories sur Instagram ou Facebook.

Parmi les enseignements de cet échange :

- **Les Mexicains sont très demandeurs d'un retour aux événements présentiels** si la situation sanitaire le permet en 2022. Le contact physique et le fait de partager des moments privilégiés et conviviaux est primordial au Mexique.

- **Les évènements en ligne sont une excellente manière de continuer à toucher des agences de voyage implantées loin des principaux bassins émetteurs**. En effet, en dehors des grandes villes comme Mexico, Guadalajara et Monterrey, il existe un grand nombre d'agences qui ont un potentiel de vente non négligeable et qui ont aussi besoin d'être formées et informées pour mieux vendre.
- L'activité repart. Les agences de voyage ont moins de temps à accorder aux différentes destinations et fournisseurs. Par conséquent, elles sont intéressées par des **opérations courtes et ciblées en fonction de leurs besoins réels**.
- **Les outils dématérialisés sont plébiscités** : flyers numériques, catalogues online, newsletters et vidéos courtes. Les agences de voyage aimeraient disposer de matériel de promotion facilement partageable via whatsapp à leurs clients.

La rencontre s'est achevée avec la présentation, en vidéo, des nouveautés en France. Selon l'étude de marché menée par le bureau Atout France Mexico, **83% des voyageurs mexicains sont des *repeaters* de la destination France**. Les grands événements sportifs et nouvelles ouvertures d'hôtels et de musées sont autant de bonnes raisons pour ce public de revenir en France prochainement.