

Plan
d'actions
2015

RUSSIE-UKRAINE-CEI

Marchés russophones



- PRÉSENTATION DU MARCHÉ ————— 03
- FICHE MARCHÉ ————— 05
- LES CLÉS DU MARCHÉ ————— 07
- ACTIONS PAR CIBLE ————— 09
 - GRAND PUBLIC** ————— 10
 - Campagne Médias Sociaux ————— 10
 - Fête Populaire du 14 juillet au Park Gorki ————— 11
 - Le Point Rendez vous en France ————— 12
 - PROFESSIONNELS** ————— 13
 - Tournée France de Printemps ————— 13
 - LMTT – Luxury&MICE Travel Tournée ————— 14
 - Workshop Asie Centrale ————— 15
 - PRESSE** ————— 16
 - Tournée Médiatique ————— 16
 - Gestion des relations presse ————— 17
- LES OPÉRATIONS 2014 EN UN COUP D’ŒIL ————— 18
- FICHE CONTACT ————— 19

*À changer
dans le masque
sur la 1^{re} slide*



PRÉSENTATION DU MARCHÉ

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

La croissance de la **Russie** a ralenti en 2013: le PIB a progressé de +1,3% contre +3,4% en 2012, en revanche, le niveau du chômage a baissé jusqu'à 5,6% en 2013.

La dépréciation de la monnaie locale, entamée en 2013, s'est poursuivie en 2014 sur fond de situation politique tendue autour de l'Ukraine. Néanmoins, le cours officiel du rouble s'est stabilisé en mai et devrait le rester jusqu'à la fin de l'année.

Ukraine

L'Ukraine a bénéficié du soutien de nombreuses institutions, soit le FMI, BERD et la Banque mondiale. Les autorités locales ont négocié avec le FMI une baisse des dépenses et une augmentation des recettes afin de contenir le déficit en 2014 à 5,2% du PIB. L'ajustement budgétaire se poursuivra en 2015, le déficit à moyen terme ne devant pas excéder 2% du PIB.

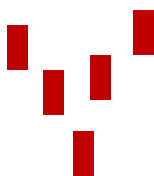
Kazakhstan

Le Kazakhstan est le plus important pays d'Asie centrale du point de vue économique. Il continue à afficher de bons indicateurs économiques (+6% de croissance en 2013 et +2,5% au premier semestre 2014). Le pays qui est 9^{ème} réserve mondiale de pétrole et 2^{ème} réserve mondiale d'uranium devrait maintenir une croissance soutenue dans les années à venir.

Azerbaïdjan

Un rebond est observé en 2013 avec une croissance de 5,8%. A moyen terme, le lancement de la phase 2 du gisement gazier de Shah Deniz devrait se traduire par une accélération de la production gazière. L'ampleur des réserves, la faible exposition générale du secteur bancaire et un endettement externe modeste avaient mis le pays à l'abri des répercussions de la crise financière qu'ont connu d'autres pays de la région.

Sources : FMI, Rosstat, Sberbank Investment Research, Mission économique





PRÉSENTATION DU MARCHÉ

CONJONCTURE TOURISTIQUE

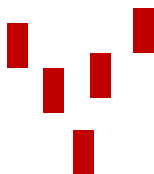
Avec une hausse de départs de 19% en 2013, la clientèle russe s'inscrit dorénavant dans le TOP 5 des clientèles émettrices et reste avec la Chine, un des marchés les plus porteurs avec une augmentation spectaculaire des dépenses touristiques de 26% en 2013.

La France a enregistré 876 000 arrivées de touristes russes en 2013, soit une hausse de 8,2%. Paris reste le leader, mais l'intérêt vers les régions est manifeste. Il est à noter que l'évolution de nuitées russes est de +5,6% en 2013, soit une des plus fortes parmi les clientèles européennes.

La baisse du rouble par rapport à l'euro reste un facteur déterminant du ralentissement du flux touristique russe vers l'Europe au premier trimestre 2014, la reprise est attendue néanmoins au deuxième semestre suite à la stabilisation du cours de rouble depuis début mai.

Le flux kazakh et azerbaïdjanais vers la France a augmenté entre 5 et 10% par an ces 5 dernières années. Des marchés émetteurs d'une clientèle haut de gamme, qui commencent à s'intéresser aux différentes thématiques: shopping, ski, bien-être.

Source: INSEE, DGCIS



ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- La mise en place de la biométrie prévue en 2015 par tous les Consulats européens en Russie est un signal pour doubler nos efforts de promotion afin de continuer à profiter du dynamisme de ce marché. Accélérer la communication vers le Grand Public (classes moyennes) à travers, notamment, notre offre culturelle; poursuivre les actions vers les professionnels dont le réseau complexe est atomisé et qui restent un axe incontournable de promotion.
- Malgré une conjoncture difficile en Ukraine, il est important de maintenir le contact avec les professionnels du marché et la presse.
- Les marchés kazakhs et azerbaïdjanais sont importants par la qualité des clientèles qui commencent à s'intéresser à des thématiques différentes.

DONNÉES ÉCONOMIQUES

Russie:

Taux de croissance 2013 ▶ 1,3%
Taux de croissance prévisionnel 2014 ▶ 0,2%
PIB / habitant (PPA) 2013, en USD ▶ 18,600

Kazakhstan

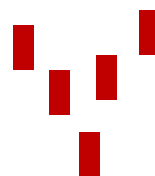
Taux de croissance 2013 ▶ 6,0%
Taux de croissance prévisionnel 2014 ▶ 4,75%
PIB / habitant (PPA) 2013, en USD ▶ 12,843

Azerbaïdjan

Taux de croissance 2013 ▶ 5,8%
Taux de croissance prévisionnel 2014 ▶ 0,2%
PIB / habitant (PPA) 2013, en USD ▶ 7,900

Ukraine

Taux de croissance 2013 ▶ 0,1%
Taux de croissance prévisionnel 2014 ▶ -5,0%
PIB / habitant (PPA) 2013, en USD ▶ 3,919



Source: FMI

DONNÉES TOURISTIQUES

RUSSIE:

Nombre de départs à l'étranger en 2013 ▶ 18,2 millions
Nombre de départs en France en 2013 ▶ 876 000 Périodes de voyages ▶ janvier, mars, mai-septembre
Périodes de réservation ▶ entre deux mois ou plus (pour des sports d'hiver) et une semaine avant le départ
Taux d'intermédiation ▶ 40-80% suivant la région
Motif des déplacements ▶ Loisirs 80 % / Affaires 10% / VFR 10%

Sources : INSEE-DGCIS, Rosstat, enquête ATFR auprès des tour opérateurs russes



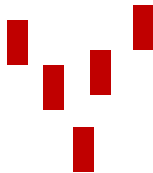
Copyright © 2006-2008, Антон Ланге, ОАО «Российские железные дороги», фотографии

FICHE MARCHÉ

Village mondial	Familles	DINKs
Bassins émetteurs		
Moscou Almaty – Astana Bakou Kiev	Moscou Saint-Pétersbourg Ekaterinbourg Rostov sur Don Kazan Almaty – Astana – Bakou- - Kiev	Moscou Saint-Pétersbourg Ekaterinbourg Rostov sur Don Kazan Almaty – Astana – Bakou- - Kiev
Principales destinations		
P/IDF - Côte d’Azur – PACA - Rhône-Alpes - Alsace – Centre Pays de la Loire – Aquitaine - Normandie		

THÉMATIQUES À FORTE VALEUR AJOUTÉE

Culture et patrimoine
Tourisme urbain et shopping
Ski , oenotourisme, bien-être



LES CLÉS DU MARCHÉ

TENDANCES ▶ ÉVOLUTIONS

marquantes 2013-2014

- Baisse du taux d'intermédiation
- Gastronomie, oenotourisme
- Départs *last-minute* (accès plus facile aux visas Schengen de circulation) et des courts séjours
- Location d'appartements, villas



LES ACTIONS PHARES DE L'ANNÉE

TOURNEES FRANCE

FESTIVAL GASTRONOMIQUE

Magazine LE POINT RENDEZ-VOUS EN FRANCE

TOURNEE MEDIATIQUE

COMMENT ABORDER LE MARCHÉ ?

PROFESSIONNELS

- Besoin d'information, de nouveaux produits et de nouvelles destinations;
- Réseau de distribution (agences classiques) complexe et atomisé;
- Moscou, restant le principal bassin émetteur, les agences de voyage régionales sont, néanmoins, des interlocuteurs importants.

PRESSE

- Centralisation des rédactions internationales à Moscou, mais ne pas ignorer des supports *lifestyle* locaux de qualité dans les régions;
- Rôle important des bloggeurs et des sites web *lifestyle*

GRAND PUBLIC

- Cible importante compte tenu de la baisse du taux d'intermédiation;
- Besoin de personnalisation et de reconnaissance
- Rôle attractif des événements d'envergure (par ex. le 14 juillet Populaire au Park Gorki);
- Les réseaux sociaux sont la nouvelle forme de « bouche à oreille »;
- Culture et Gastronomie sont des vecteurs efficaces des messages de promotion.



L'ACTIVITE ET LES OUTILS EN CHIFFRES

27 évènements professionnels

organisés (workshops, démarchages, séminaires) avec plus de 1720 rendez-vous

96 professionnels accueillis en France

70 journalistes accueillis en France + de 10 millions CAD de contre valeur publicitaire générée

ÉDITIONS 2014

► **LE POINT Rendez-vous en France**
15 000 exemplaires diffusés avec le quotidien **KOMMERSANT**



SITE INTERNET — année 2013

129 820 visiteurs uniques

252 443 pages vues

CONTACTS (Russie-CEI) - avril 2014

- Grand public : 12 000
- Professionnels loisirs : 10 300
- Professionnels affaires : 600
- Presse : 2 900

RÉSEAUX SOCIAUX - avril 2014

Facebook RU : 2500 fans





LES CIBLES

Grand Public



Professionnels



Tourisme
d'affaires



Médias | Presse



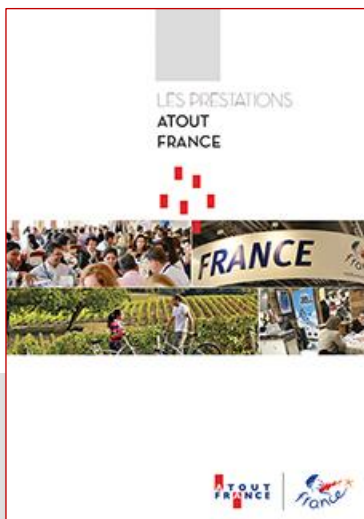
LES SEGMENTS DE CLIENTÈLE STRATÉGIQUES

Jeunes

Familles

Classes
moyennes

Village
mondial



LIVRET DES PRESTATIONS

Document à télécharger sur www.atout-france.fr

Le Livret des Prestations définit les conditions et tarifs des prestations communes à l'ensemble des marchés : organisation d'opérations sur-mesure, démarchages, e-newsletters, location de fichiers ...

N'hésitez pas à contacter le bureau qui pourra vous conseiller et vous proposer un plan d'actions adapté à vos objectifs.



Classes moyennes



Jeunes



Familles



CAMPAGNE MEDIAS SOCIAUX LUBLU FRANCE

Objectifs :

- ▶ Capturer la cible des classes moyennes, DINKs
- ▶ Passer un message séduisant et pratique, générer des réservations.

Thématiques | Filières : Villes, littoral, montagne, oenotourisme, gastronomie, culture, évènementiel, shopping.

Lieu et dates : Sur toute l'année

Format de l'opération | Descriptif :

- Mise en place d'un module interactif sur Facebook (page officielle d'Atout France en russe);
- Conception et envoi de contenus/posts sur les thématiques prédéfinies;
- Gestion des discussions;
- Organisation de jeux-concours interactifs (ex: quel type de voyageur êtes-vous)

Supports médias : Facebook (page officielle d'Atout France en russe), youtube, Instagram, blogs et forums ciblés

Profil des partenaires ciblés : Destinations (villes, régions...), hôtels, musées, etc

Visibilité partenaire :

Mini-page dédiée, envoi de 50 posts minimum dans les réseaux sociaux et blogs

Résultats de l'année 2013 : NEW

Cout de participation approximatif : à partir de 3 000 € HT

Date limite d'inscription
DÉCEMBRE 2014



Maria Verbova

Maria.verbova@atout-france.fr



Classes moyennes

Jeunes

Familles

Village mondial



ÉVÉNEMENTIEL

Fête Populaire du 14 juillet au Park Gorkiy

Objectifs :

- Donner de la visibilité aux destinations et aux produits touristiques français auprès des classes moyennes moscovites.

Thématiques | Filières : Culture, Gastronomie, Art de vivre à la française

Lieu et dates : Moscou, le 14 juillet 2015

Format de l'opération | Descriptif :

Célébration de la Fête Nationale à Moscou le 14 juillet au Parc Gorkiy (lieu, très fréquenté, populaire et branché de Moscou). Mise en place de "corners" représentant des destinations et des produits touristiques français. Possibilité de faire venir un Chef régional. Une large campagne de communication autour de l'événement (web, réseaux sociaux). En partenariat avec l'Ambassade de France à Moscou.

Supports médias : Communication dans la presse *lifestyle*, professionnelle, réseaux sociaux.

Profil des partenaires ciblés : destinations, hôtels, shopping, gastronomie (Sopexa)

Visibilité partenaire :

Sur le web, réseaux sociaux + « corner » lors de l'événement

Nombre de partenaires attendus : 10-15

Cout de participation approximatif : à partir de 2000€ HT

Date limite d'inscription
Janvier 2015



Inessa Korotkova
inessa.korotkova@atout-france.fr



ÉDITION

Le Point Rendez-vous en France

Objectifs :

► Présenter la France en tant que destination exclusive et unique, permettre aux partenaires de communiquer vers une cible de clientèle à haut pouvoir d'achat.

Thématiques | Filières : Culture, Art de vivre à la française, gastronomie et shopping, mode

Date de parution et périodicité : Avril 2015

Format de l'opération | Descriptif :

Magazine haut de gamme sur la France et son art de vivre. 68 pages.

Langue éditée et tirage par version :

En russe, 18.000 exemplaires

Plan de diffusion :

- L'édition 2015 du magazine *Le Point Rendez-Vous en France* sera encartée, comme en 2014, dans l'un des plus grands quotidiens russes KOMMERSANT (Moscou, 15 000 exemplaires)
- Centres de traitement des demandes de visas (Moscou, SPB, Rostov, Kazan), 3000 exemplaires

Profil des partenaires ciblés : Destinations, marques, shopping, hôtels, mode, etc

Visibilité partenaire :

Annonce publicitaire (différents formats disponibles)

Cout de participation approximatif : à partir de 3 600 EUR HT selon la taille et le positionnement

Date limite d'inscription
JANVIER 2014



Alena Odinskaya
alena.odinskaya@atout-france.fr



TOURNEE

Workshops FRANCE PRINTEMPS

Objectifs :

- ▶ Faciliter la programmation de nouveaux produits et les signatures de contrats.
- ▶ Favoriser les contacts directs avec les agents de voyages et tour-opérateurs

Thématiques | Filières : workshop généraliste

Segment de clientèle / thématique : Tour-opérateurs, agences, presse professionnelle.

Lieu et dates : Moscou – Saint-Pétersbourg – 3eme ville à définir
du 25 au 29 mai 2015

Format de l'opération | Descriptif :

Rencontres commerciales entre les professionnels français, les tour-opérateurs, les agents de voyages russes

Visibilité partenaires :

Réservation d'un stand/table sur plusieurs villes. Possibilité de sponsoriser des évènements : les déjeuners ou les soirées. Possibilité de remettre un prix lors de la soirée de gala et de diffuser un film (sur devis).

Profil des partenaires ciblés : Tous

Nombre de participants en 2013 : 300 dans les 3 villes

Nombre de participants attendus : 300

Nombre de partenaires souhaités mini/maxi : 25-30

Coût de participation approximatif

Participation 3 villes (hébergement inclus) : 3 700 EUR HT

Date limite d'inscription
1 avril 2015



Sofia Tourkina
sofia.tourkina@atout-france.fr



LMTT

LUXURY&MICE TRAVEL TOURNEE

Objectifs :

- ▶ Présenter la diversité de l'offre touristique française MICE&Luxury;
- ▶ Présenter aux partenaires une sélection d'agences MICE et haut de gamme ainsi que des sociétés russes;
- ▶ Faciliter la programmation de nouveaux produits et les signatures de contrats.

Thématiques | Filières : Séjours haut de gamme, MICE, shopping

Lieu et dates : Moscou- Saint-Pétersbourg

Du 13 au 17 octobre 2015

Format de l'opération | Descriptif :

Tournée de workshops:

1^{er} jour: Saint-Pétersbourg

2^{eme} jour: workshop à Moscou avec des tour opérateurs et agences moscovites

3^{ème} jour: workshop à Moscou avec des agences régionales

Soirée *networking*

Profil des partenaires ciblés : destinations, hôtels, DMC, Palais des Congres

Nombre de participants en 2013 : 80 à SPB, 120 à Moscou

Nombre de participants attendus:: 80 à SPB, 120 à Moscou

Nombre de participants souhaites mini/maxi : 20/30

Coût de participation approximatif :

3800 EURO HT (hébergement et transferts intra-villes inclus)

Date limite d'inscription
1er aout 2015



Sofia Tourkina
Sofia.tourkina@atout-france.fr



Tournée Asie Centrale Kazakhstan-Azerbaïdjan

Objectifs :

► Favoriser les contacts directs avec des tour-opérateurs et des agents de voyages à Almaty, Astana et Bakou

Thématiques | Filières : offres haut de gamme, ski, gastronomie, bien-être, shopping

Segment de clientèle / thématique : Tour-opérateurs, agences de voyage, presse professionnelle.

Lieu et dates : Astana-Almaty-Bakou, du 2 au 6 mars

Format de l'opération | Descriptif :

Rencontres commerciales entre les professionnels français, les tour-opérateurs, les agents de voyages kazakhs et azéris.

Tournée de workshops:

Astana

Almaty

Bakou

Visibilité partenaires :

Réservation d'une table sur 2 ou 3 villes. Possibilité de sponsoriser des événements : les déjeuners ou les soirées. La présentation des partenaires avant les workshops

Profil des partenaires ciblés : destinations, hôtels, stations de ski alpines, shopping

Nombre de participants attendus : 150 dans 3 villes

Nombre de partenaires souhaités mini/maxi : 10/20

Coût de participation approximatif:

2 villes (Astana et Almaty)

2800€ HT (hébergement et vols intra-villes inclus)

3 villes (Astana, Almaty, Bakou)

3100€ (hébergement et vols intra-villes inclus)

Date limite d'inscription
13 février 2015



Sofia Tourkina
sofia.tourkina@atout-france.fr



TOURNEE MEDIATIQUE

TOUR DE FRANCE: CULTURE & FUN

Objectifs :

- ▶ mettre en relations les partenaires avec une cible de journalistes et blogueurs
- ▶ fidéliser les contacts
- ▶ Générer des publications et des accueils de presse

Segment : presse lifestyle, tourisme, professionnelle, économique, blogueurs...

Thématiques : Culture, sports d'hiver, shopping

Lieu et dates : Tournée 2 villes (Moscou + 2^{ème} ville à confirmer), du 07 au 09 septembre

Format de l'opération | Descriptif :

Présentation des partenaires/destinations suivi d'un workshop interactif et d'un cocktail déjeunatoire

Visibilité partenaires :

Visibilité dans le dossier de presse, communiqué de presse, newsletter multipartenaires, possibilité de participation à une tombola lors du cocktail

Profil des partenaires ciblés : destinations

Nombre de participants en 2013 : 60

Nombre de participants attendus : 60

Nombre de partenaires souhaités mini/maxi : 15-20

Coût de participation approximatif

Participation 2 villes : 2 400 EUR HT (hébergement et transferts intra-villes inclus)

Date limite d'inscription
01 mai 2015



Anastasia Kostycheva
Anastasia.kostycheva@atout-france.fr



GESTION DES RELATIONS PRESSE

Objectifs :

- ▶ Assurer au partenaire une visibilité continue dans les médias russes (et ukrainiens) tout au long de l'année.
- ▶ Gestion complète ou partielle des relations Presse sur les marchés de la zone
- ▶ Interlocuteur dédié au sein du Bureau d'Atout France à Moscou

Segment: Journalistes, bloggeurs, célébrités

Lieu et dates : Russie tout au long de l'année

Format de l'opération | Descriptif :

Prestations sur mesure, suivi personnalisé avec un interlocuteur dédié

Différents formats et options possibles:

Elaboration d'une stratégie – Rédaction (traduction, adaptation du contenu) des outils de communication et diffusion auprès des journalistes

Gestion des demandes quotidiennes des journalistes

Organisation des accueils de presse (groupes et individuels), suivi et analyse des retombées

Participation à la Tournée Médiatique

Veille des retombées de presse

Gestion de l'image dans la presse et de e-réputation

Rédaction d'un apport bimestriel

Coût de participation approximatif : sur devis

Date limite d'inscription
Decembre 2014

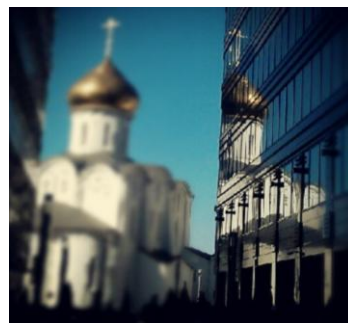


Inessa Korotkova

inessa.korotkova@atout-france.fr

LES OPÉRATIONS 2015 EN UN COUP D'OEIL

Nom de l'action	Cibles				Segments de clientèle					Date de l'opération
	GRAND PUBLIC	PRO	AFFAIRE	PRESSE	Jeunes	Séniors	Familles	Village mondial	Classes moyennes	
Campagne Medias Sociaux	X				X	X	X			Toute l'année
Coût de l'opération : 3 000 EUR HT										
Fête Populaire du 14 juillet au Park Gorki	X				X		X	X	X	Juillet
Coût de l'opération : à partir de 2000€ HT										
Magazine Le Point RDVF	X					X		X	X	Avril
Coût de l'opération : à partir de 3 600 EUR HT										
Tournée France de printemps		X								Mai
Coût de l'opération : 3 700 EUR HT										
Tournée Mice&Luxe		X								Octobre
Coût de l'opération : 3 800 EUR HT										
Workshop Kazakhstan -Azerbaïdjan		X								Mars
Coût de l'opération : à partir de 2800 EUR HT										
Tournée Médiatique				X						Septembre
Coût de l'opération : 2 400 EUR HT										
Gestion des relations presse				X						Toute l'année
Coût de l'opération : sur devis										



CONTACT **Russie**

Directeur

Inessa Korotkova

inessa.korotkova@atout-france.fr

Responsable Marketing Digital

Maria Verbova

maria.verbova@atout-france.fr

Chargée de marketing

Alena Odinkaya

alena.odinkaya@atout-france.fr

Chargée de promotion

Sofia Tourkina

sofia.tourkina@atout-france.fr

Attachée de presse

Anastasia Kostycheva

anastasia.kostycheva@atout-france.fr

ATOUT FRANCE

7, ul. Koroviy val, bat. , bureau 63

Moscou 119049 RUSSIE

Tél : 00 7 499 238-2928 - Fax : 00 7 499 238-1969

Pour toute information complémentaire sur le marché du Russie, nous vous invitons à consulter l'espace « informations sur les marchés » sur :



www.atout-france.fr

Il vous suffit de vous munir de votre login et de votre mot de passe adhérent pour accéder à ce service en ligne.