

L'agence Interface Tourism acquiert de nouveaux clients et dresse un bilan positif pour le 1er semestre 2016

Après une année 2015 marquée par une montée en puissance de ses expertises, une intensification de ses activités et le gain de nouveaux clients, l'agence de communication, marketing et relations publiques spécialisée dans le secteur du tourisme fait le point sur son activité à mi-année.

Un portefeuille clients renforcé

Au cours des six derniers mois, **Interface Tourism a consolidé sa position d'acteur incontournable dans le secteur de la communication touristique** en France avec le gain de deux nouveaux contrats de représentation : **l'office de tourisme d'Hawai'i** et celui des **Maldives**. **L'office de tourisme de Chine** à Paris a également mandaté l'agence pour une mission ponctuelle en juin.

Dans cette même lignée, **la société a remporté différents appels d'offres** émis au premier semestre, conservant ainsi la représentation des offices de tourisme du **Chili** et du **Qatar** ainsi que la promotion MICE du **Comité Régional du Tourisme Centre-Val de Loire**.

Forte de son professionnalisme, l'agence a su pérenniser la confiance accordée par les offices de tourisme de **Lisbonne** et de la **province chinoise du Sichuan** qui ont reconduit leurs contrats pour 2016.

Une agence en évolution... et en actions !

Pour ses 16 ans, Interface Tourism s'est dotée d'une nouvelle image visuelle et a consolidé un nouveau modèle d'organisation : une gestion des comptes par expertises qui a su faire ses preuves lors des actions menées par les 25 collaborateurs afin de promouvoir leurs clients.



"Travel is the only thing you buy that makes you richer"

Des statistiques de fréquentation en hausse

Dans l'ensemble, les clients de l'agence affichent des performances très positives et s'affirment clairement parmi les destinations montantes et immanquables du moment.

Avec près de 5 420 personnes accueillies au cours du 1^{er} trimestre, le **Kenya** a su rebondir et signe la plus forte progression : +29 % comparé à la même période l'année passée.

Les destinations asiatiques ne sont pas en reste au 1^{er} trimestre : les **Philippines** ont accueilli 18 420 Français, représentant une hausse de +23 % sur notre marché par rapport à la même époque en 2015. **Singapour**, quant à elle, affiche une belle évolution de +16 % avec plus de 59 000 Français accueillis sur le sol de la cité état.

D'autre part, **Abu Dhabi** conclut un début d'année très positif. Avec une croissance de 16 %, l'émirat a déjà reçu près de 21 000 Français au 1^{er} trimestre 2016.

Enfin, à l'image de l'année 2015, **Lisbonne** conforte sa place de destination européenne leader. En effet, la capitale portugaise a commencé l'année en beauté avec une progression de 9,5% sur les deux premiers mois de l'année 2016.

A propos d'Interface Tourism

Interface Tourism est une agence de relations [avec des] publics et marketing dans le secteur du tourisme. Forte d'une équipe de 25 collaborateurs, ces derniers élaborent des stratégies et mettent en place des activités en concordance avec les besoins de leurs clients que ce soit en Marketing BtoB, BtoC, Relations Presse et Médias Sociaux. Polyvalente, elle représente en France des destinations et des acteurs privés majeurs de l'industrie touristique, pour un accompagnement permanent ou des opérations ponctuelles.

Suivez notre actualité et informez-vous des dernières tendances touristiques en vous abonnant à notre page Facebook : Interface Tourism France & en nous suivant sur Twitter @InterfaceFrance
www.interfacetourism.fr

Outre son siège à Paris, Interface Tourism dispose de filiales en Italie et en Espagne, ainsi qu'un réseau solide de partenaires sur tous les principaux marchés européens.
Plus d'informations sur www.interfacetourismgroup.com

Contact Presse Interface Tourism France :

communication@interfacetourism.com

01 53 25 11 11