

## **Interface Tourism tire un bilan positif de l'année 2016, marquée par une croissance de 15% du nombre de clients et de ses activités**

Interface Tourism, agence de communication, marketing et relations publiques spécialisée dans le secteur du tourisme, dresse un bilan positif de son année 2016 et conforte sa position de leader sur le marché français.

### **Un bilan positif pour les clients de l'agence**

Dans un contexte géopolitique difficile, les clients de l'agence affichent, à la fin du troisième trimestre 2016, des tendances de fréquentation touristiques favorables. Grâce à une activité soutenue, les **Philippines** concluent le troisième trimestre de l'année avec une croissance de fréquentation touristique de **11%**. **Singapour**, quant à elle, affiche une belle évolution de **10%** avec plus de 132 005 Français accueillis sur le sol de la cité-Etat sur la période.

**Abu Dhabi** conforte sa place de destination prisée. En effet, l'émirat a accueilli 54 600 Français entre le début de l'année et la fin octobre 2016, soit **8%** de plus que l'année dernière sur la même période.

Outre-Atlantique, le **Québec** demeure parmi les destinations incontournables de l'année avec une évolution de **10%**, soit 357 344 touristes Français reçus dans la Belle Province.

### **Une agence en pleine croissance !**

**En début d'année 2016, Interface Tourism s'est dotée d'une nouvelle image visuelle et a consolidé un nouveau modèle d'organisation** suite à l'intégration de 5 nouveaux salariés venus consolider l'équipe de professionnels de l'agence. Ainsi, une gestion des comptes par expertise a été établie et a su faire ses preuves lors des actions menées par l'ensemble des collaborateurs de l'agence.

Le digital a pris une place toujours plus centrale dans les stratégies menées pour les clients de l'agence, aussi bien en matière de Relations Publics que de marketing. Interface Tourism a ainsi renforcé son savoir-faire et enrichi son expertise en mettant l'accent sur le **développement du social media et la production de contenu**.

Ces évolutions et cette réorganisation ont permis à l'agence française de générer un chiffre d'affaires atteignant les **5 millions d'euros** pour l'année 2016 tandis que les agences Interface Tourism Italie et Interface Tourism Espagne ont respectivement enregistré un chiffre d'affaires excédant le million d'euros.

### **Trois nouvelles destinations représentées par Interface Tourism France**

Avec trois nouvelles destinations à son actif, **Interface Tourism a consolidé sa position d'acteur**

**incontournable dans le secteur de la communication touristique** en France avec un total de 20 clients permanents. Les **offices de tourisme de Bahreïn, d'Hawai'i** et celui des **Maldives** ont confié leur représentation à l'agence de communication, marketing et relations publiques en 2016.

Dans cette même lignée, la société a accompagné des destinations de façon ponctuelle en remportant de nouveaux appels d'offres. Au cours de l'année 2016, ce ne sont pas moins de **quinze destinations** et compagnies aériennes qui ont mandaté Interface Tourism pour des missions ad hoc de courte ou moyenne durée. L'agence a ainsi su élaborer des stratégies innovantes en adéquation avec les attentes de ses nouveaux clients.

**L'année 2016 en chiffres !**



Au cours de l'année 2016, Interface Tourism a organisé et mené à bien **55 événements** dont 17 à destination de la presse. Egalement, **302 journalistes et 54 bloggeurs** ont participé à un voyage de presse afin de découvrir l'une des destinations clientes. Au cours de ces 12 derniers mois, l'agence a procédé à l'envoi de près de **270 communiqués de presse** et a organisé **90 interviews** pour ses clients générant ainsi une media value atteignant les **160 millions d'euros**.

La société a également participé à **24 salons BtoB ou BtoC** pour le compte de ses clients. Au total ce sont **4874 professionnels formés** sur les destinations représentées par Interface Tourism via des workshops, des formations ou encore des e-learning, tandis que **313 professionnels du tourisme** ont eu l'opportunité de partir en Eductours loisirs et MICE en 2016. L'ensemble des professionnels du tourisme a pu être informé en permanence des actualités des destinations à travers l'envoi de **120 newsletters** et la publication de plus **de 1 500 posts** sur les réseaux sociaux.

### **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](http://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](http://www.interfacetourismgroup.com)

**Contact Presse Interface Tourism France :**  
[communication@interfacetourism.com](mailto:communication@interfacetourism.com)  
01 53 25 11 11