

Interface Tourism mise sur le développement de ses expertises MICE, digitales et consulting : +25% de volume d'activité au 1^{er} semestre 2017

Au lendemain de son afterwork estival annuel, Interface Tourism, agence de communication, marketing et relations publiques spécialisée dans le secteur du tourisme fait le point sur son activité au 1^{er} semestre 2017 et dresse un bilan positif, riche en nouveautés et en évolutions.

En plus des bons résultats affichés par ses clients, le début d'année 2017 a été ponctué par d'importantes étapes pour Interface Tourism : montée en puissance de son pôle MICE, développement de son offre digitale et renforcement de ses prestations de consulting. L'agence a ainsi enregistré pour ces différentes expertises une hausse de son volume d'activité de 25% au premier semestre 2017.

Le pôle MICE a le vent en poupe

En plein développement, le pôle MICE a multiplié les actions au premier semestre 2017 grâce à l'acquisition de nouveaux contrats. Interface MICE a été missionné par l'Office de tourisme de Corée du Sud pour toute une série d'opérations qui s'étaleront jusqu'à la fin de l'année. L'Office de tourisme des Philippines a également confié au pôle l'organisation d'un workshop pour sa promotion MICE en France, une première sur le marché français pour la destination. Déjà client de l'agence pour des missions de relations publiques, la ville de Lisbonne a également décidé de faire appel à Interface Tourism pour la mise en place d'un éductour MICE au deuxième semestre 2017.

Par ailleurs, afin de poursuivre son développement international et dans la continuité de la création d'Interface MICE au sein de l'agence parisienne, sa filiale espagnole Interface Tourism Spain ouvrira cet été son propre département MICE sur le modèle français.

Une offre digitale qui se diversifie

Au premier semestre 2017, Interface Tourism a remporté le marché public lancé par l'Office de tourisme de la Hague – Cap Cotentin pour assurer la promotion de la marque Cap Cotentin sur les canaux numériques. Ce nouveau contrat marque une étape importante dans les objectifs de développement de l'offre digitale de l'agence. Créée en 2015 pour mieux répondre aux attentes des clients en matière de réseaux sociaux, le pôle digital d'Interface Tourism renforce ainsi son expertise afin de proposer des solutions et des campagnes de promotion et de communication plus intégrées et sortant de la sphère des réseaux sociaux purs.

Le pôle a ainsi piloté ce semestre plusieurs missions de production et de diffusion de contenus pour les Offices de tourisme de Singapour et du Cap Cotentin en s'associant avec différents influenceurs : salué par les médias pour son reportage au Moyen-Orient, le vidéaste Tolt est parti capturer en image l'esprit de la Cité-Etat asiatique, tandis que le groupe d'athlètes et de producteurs vidéos de Mountains Legacy a mis à profit ses compétences sportives et créatives pour la promotion des atouts du Cap Cotentin.

Un volet consulting en plein essor

Interface Tourism vise à proposer aux acteurs du tourisme une solution globale, dépassant son activité de représentation. En tant qu'agence multi-expert, Interface Tourism se positionne donc également sur d'autres expertises, telles que le consulting sur des problématiques touristiques. L'agence a ainsi mené à bien quatre missions de consulting depuis le début de l'année.

Tirant profit du réseau international d'Interface Tourism, l'Office de tourisme du Japon a fait appel à l'agence pour conduire une étude sur le potentiel touristique de la destination sur le marché des voyages de noces en France, en Espagne et en Italie. En partenariat avec un cabinet de conseil, Interface Tourism a par ailleurs réalisé une étude européenne sur le volet marketing du schéma touristique de l'île de la Réunion, une étude d'image du Sénégal sur les marchés français et européens, ainsi qu'une étude rentrant dans le cadre de l'élaboration du schéma de développement de l'agglomération de Moulins.

Des chiffres en hausse pour les clients de l'agence

Les chiffres de fréquentation des destinations représentées par Interface Tourism affichent globalement de belles progressions. En haut du tableau, les Philippines et le Kenya poursuivent leurs envolées, enregistrant respectivement une croissance de +29% et + 20% au 1^{er} trimestre 2017. La ville de Lisbonne et l'état d'Hawaï commencent l'année sur une bonne note, avec des hausses respectives de +9,3% (de janvier à avril) et de +5% (de janvier à mars). Enfin, le Qatar, Abu Dhabi et les Maldives présentent une croissance stable de +3% sur les quatre premiers mois de l'année.

Blaise Borezée, Directeur Général d'Interface Tourism déclare : « *L'année 2017 commence sur des notes très positives pour Interface Tourism. La réorganisation générale de l'agence amorcée l'an passé afin d'affirmer ses différentes spécialités à travers des départements experts a porté ses fruits et chaque compétence continue aujourd'hui à se développer et à se renforcer pour offrir aux acteurs du tourisme une solution complète, s'adaptant à leurs besoins particuliers* ».



A propos d'Interface Tourism

Interface Tourism est une agence de communication, relations publiques, social media et marketing spécialisée dans le secteur du tourisme.

Elle représente, pour un accompagnement continu ou des opérations ponctuelles, des destinations et des acteurs privés majeurs de l'industrie touristique tels que des compagnies aériennes, des réceptifs, des hôtels... sur les marchés français, italien et espagnol.

Forte d'une équipe de 50 collaborateurs, ces derniers élaborent des stratégies et mettent en place des activités Marketing BtoB, BtoC, Relations Presse et Médias Sociaux pour le compte d'une cinquantaine de clients.

En plus de ses bureaux à Paris, Milan et Madrid, l'agence dispose d'un réseau solide de partenaires sur l'ensemble des marchés européens.

Plus d'informations sur www.interfacetourismgroup.com

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

Contact Presse Interface Tourism France :

communication@interfacetourism.com

01 53 25 11 11