

Communiqué de presse  
Paris, le 23 novembre 2020



## « Interface Tourism Insights » : Interface Tourism structure son activité consulting autour du lancement d'une marque européenne



Interface Tourism Group, agence leader en marketing et communication touristique, présente sur quatre marchés européens, lance sa nouvelle marque **Interface Insights** afin de structurer et continuer de développer son activité consulting. A cet effet, le groupe européen s'est notamment doté de son propre outil de data, le **European Traveller Intelligence Monitor**, qui rassemble des données en provenance des 13 marchés émetteurs européens les plus importants.

### **Interface Insights, une expertise au cœur des problématiques touristiques :**

Depuis la création de sa première agence en France il y a 20 ans, Interface Tourism Group s'attache à **décrypter la complexité des comportements des voyageurs** et à mettre ces données au service de ses clients afin de toujours rester pertinent dans un monde en constante évolution.

Au cours des années, l'agence a pu s'atteler à **de nombreuses missions de recherche et d'analyse touristique** touchant à ses quatre principaux domaines d'expertise – le marketing, les relations presse et publiques, le MICE et le digital : analyse du profil type des voyageurs d'une destination, étude pré et post test lors de campagnes marketing, analyse du potentiel d'un segment de voyageurs, étude d'image presse ou grand public, enquête sur le potentiel MICE d'une destination, social listening et analyse des conversations en ligne, étude sur le potentiel de développement touristique d'un nouveau produit, etc.

Ces années d'expériences ont renforcé la conviction d'Interface Tourism que **la data doit être au cœur des stratégies des acteurs du tourisme**, aujourd'hui encore plus que jamais. C'est dans cet esprit que le Groupe a décidé de véritablement structurer son activité d'analyse et de consulting, afin de pouvoir **fournir de nouveaux services clairement identifiés** à ses clients en France, en Espagne, en Italie et aux Pays-Bas.

Ces nouvelles offres seront **disponibles non seulement de manière couplée avec d'autres services** déjà proposés par le Groupe (communication, représentation, etc.), mais **aussi de manière parfaitement indépendante** pour les clients exclusivement intéressés par cette expertise.

### « European Traveller Intelligence Monitor » : Une nouvelle plateforme de data développée par Interface Tourism Group

Dans le secteur touristique, la connaissance de ses clients et de ses cibles est bien souvent la clé de toute amélioration ou personnalisation des offres disponibles. Les acteurs du tourisme, de la compagnie aérienne à l'office de tourisme, ont besoin de connaître les habitudes, les préférences de voyages et les aspirations des futurs voyageurs. Une analyse de données fine permet ainsi aux acteurs du tourisme d'améliorer leur perception du marché et d'anticiper les attentes des voyageurs.

Pour répondre à ces besoins croissants de data, Interface Tourism a décidé de déployer son propre outil, le **European Traveler Intelligence Monitor (ETIM)**. Cette **plateforme d'analyse de données innovante** utilise un système unique d'algorithmes pour combiner des données propriétaires sur la perception, les intérêts et le comportement de réservation des voyageurs de France, d'Espagne, d'Italie, des Pays-Bas, des pays nordiques, d'Allemagne et du Royaume-Uni.

Avec **20 000 personnes interrogées**, ce sont au total plus de **5,7 millions d'entrées de données** en provenance de **13 pays** qui peuvent être combinées et présentées dans des tableaux de bord clairs et intuitifs, disponibles directement sur la plateforme ou bien dans des rapports détaillés sur le profil des voyageurs ciblés ou sur l'image et la notoriété d'une marque.



Les données extraites peuvent faire l'objet de **multiples combinaisons** pour répondre au plus près à la problématique étudiée et pour en tirer des informations utiles et des recommandations stratégiques immédiatement exploitables :



- **Etude d'image** : que pensent les touristes de différents marchés de telle destination ? L'algorithme permet de dresser un portrait complet de l'image d'une destination à travers différents pays.
- **Analyse concurrentielle** : Comment une destination se compare-t-elle avec ses concurrents directs ? La plateforme offre l'accès à un benchmark de plus de 100 destinations à travers le monde, analysant notoriété, image, perception et expériences pour chacune.
- **Habitudes de consommation et parcours de réservation** : Comment les futurs touristes recherchent, choisissent, planifient et réservent leurs voyages ? L'outil est en mesure de fournir des études complètes sur le comportement des voyageurs, leurs habitudes, leurs préoccupations, leurs motivations, le tout croisé avec leurs profils démographiques. Ces enquêtes segmentaires sont menées sur des sections transversales représentatives de l'échantillon global allant de 1000 à 3000 personnes selon la taille des marchés interrogés.

- **Impact de la Covid-19 sur les intentions de voyage** : à travers des questions spécifiques, la plateforme propose une analyse des effets de la crise sur les perceptions de nombreuses destinations étrangères et les intentions de voyage dans chaque marché européen.

### Un lancement réussi lors de WTM London :

Lors de l'édition 2020 de WTM London qui a eu lieu virtuellement un peu plus tôt ce mois-ci, Chris Pomeroy, PDG d'Interface Tourism Espagne, a pris la parole lors d'une table-ronde intitulée « *Using data and intelligent PR to drive sales in the current climate* » pour discuter des nouvelles manières d'utiliser la data (big & small data) dans la conception de stratégies de relations publiques efficaces dans un contexte commercial en constante transformation. Nick Cooper, du groupe HolidayPirates, lui donnait la réplique lors de cet événement de la London Travel Week.

Ce fut l'occasion pour Interface Tourism de présenter pour la première fois à un public de professionnels du tourisme cette nouvelle orientation prise par le groupe et de détailler à travers des exemples concrets les nombreuses possibilités et ressources apportées par la plateforme ETIM.

\*\*\*

#### 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, espagnol et néerlandais.

Forte d'une équipe de plus de 80 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 en France, Italie, Espagne et aux Pays-Bas, l'agence dispose d'un réseau solide de partenaires sur l'ensemble des marchés mondiaux.

Plus d'informations sur [www.interfacetourismgroup.com](http://www.interfacetourismgroup.com)

Suivez notre actualité et informez-vous des dernières tendances touristiques en vous abonnant à notre page [LinkedIn](#), [Facebook](#) ou nos comptes [Instagram](#) et [Twitter](#).

[www.interfacetourism.fr](http://www.interfacetourism.fr)

Contact Presse – Interface Tourism France :

[communication@interfacetourism.com](mailto:communication@interfacetourism.com)

01 53 25 11 11