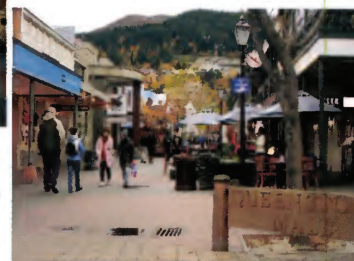


10 Actus REPORTAGE

Queenstown a accueilli
le Trenz au bord du lac
Wakatipu.



Nouvelle-Zélande : La France devient un pays émetteur « prioritaire »

La Coupe du monde de rugby a dopé en 2011 la destination sur le marché français. New Zealand Tourism prévoit d'y tripler son budget communication et marketing a annoncé l'organisme lors du Trenz, le salon professionnel du tourisme local.

Les Français n'en veulent pas aux All Blacks de les avoir battus d'un point lors de la finale de la Coupe du monde de rugby en octobre 2011. Au contraire. Depuis cette date, « la croissance du marché français est régulière », sourit Gregg Anderson, responsable des marchés internationaux (Western long haul markets) de New Zealand Tourism. Alors que l'Allemagne, marché numéro un en Europe, a plu-

tôt boudé la destination (-7% de fréquentation sur la période), jugeant les prix « trop chers pour l'événement », les Français ont répondu à l'appel. Et la tendance à la hausse se poursuit en 2012. L'Hexagone devient ainsi le deuxième marché émetteur d'Europe, passant depuis un an devant la Hollande. New Zealand Tourism veut maintenant soutenir la dynamique. Son budget marketing et communication passe à 1 million de NZ\$, contre 350 000 NZ\$ en 2011/2012 et 50 000 NZ\$ il a encore cinq ans. La sortie en décembre 2012 d'un nouveau film produit en Nouvelle Zélande, *Bilbo le Hobbit*, dans la ligne de la saga *Le seigneur des anneaux*, pourrait l'aider à encore valoriser la destination en 2013.

Au total, 2,6 millions de visiteurs sont venus en Nouvelle-Zélande en 2011 (contre 2,52 millions en 2010, soit une hausse de 3%). L'effet coupe du monde

de rugby s'est particulièrement fait sentir en septembre et octobre, période qui a coïncidé avec les matchs. Près de 220 000 visiteurs ont débarqué en septembre 2011 (contre 174 000 en 2010), dont 9 408 Français (contre 1 188 en 2010) et 216 000 visiteurs en octobre (contre 174 000 en 2010), dont 4 624 Français (contre 1 875 en 2010). Au total 36 607 Français sont venus en Nouvelle-Zélande l'an dernier, contre 24 579 en 2010, soit une belle hausse de 48,9%.

UNE CROISSANCE QUI SE POURSUIT

La France a été en 2011 l'un des marchés émetteur où la croissance a été la plus forte, juste derrière la Malaisie (+60,3%), l'Argentine (+71,5%), et l'Afrique du Sud (+51,1%). En Europe, seule l'Irlande a affiché l'an dernier un honorable +22,7%, alors que les autres pays de l'UE stagnaient,

voire régressaient (-7,5% en Espagne, -1,7% au Royaume Uni, ou encore -1,4% en Allemagne). Après « la vague » rugby, la tendance à la hausse se confirme en 2012, même si le rythme de croissance s'est ralenti. Plus de 9 000 Français sont ainsi venus au pays des kiwis de janvier à mars 2012 (contre 8 835 sur la même période en 2011, soit +2,5%), avec une hausse prometteuse de 9,6% en mars 2012 par rapport à mars 2011. Cette année devrait donc rester un bon cru. La hausse du marché français au cours des 12 derniers mois se maintient pour l'instant à deux chiffres avec +51,8%.

Globalement, cette édition 2011 de la coupe du monde de rugby a été plutôt un succès pour ce pays du bout du monde. Elle serait, selon les organisateurs, la deuxième édition la plus rentable de l'histoire de l'épreuve. Avec 1,35 million de spectateurs, la billetterie a enregistré plus de 168 M€ de revenus, dépassant ainsi les objectifs. Au total, un excédent net de plus de 108 M€ a été enregistré, soit 3% de plus que pour l'édition 2007.

Patrick Cros



Photos © Patrick Cros

TRENZ : LA NOUVELLE-ZÉLANDE DÉVOILE SES ATOUTS

● Le salon du tourisme Trenz, qui s'est tenu à Queenstown (Île du Sud), du 7 au 10 mai 2012, a rassemblé plus d'un millier de délégués, dont 308 acheteurs internationaux et 270 opérateurs touristiques néo-zélandais. L'occasion de mettre en avant une infrastructure touristique de qualité, au niveau de l'hôtellerie-restauration comme des activités nature ou culturelles. Parmi les TO français qui proposent la destination : Australie Tours, Australie à la carte, Asia, Voyageurs du Monde, Aventuria, Nouvelles Frontières, Les Ateliers du voyage, Planetveo ou encore La Maison de l'Océanie.