

DOSSIER DE PRESENTATION

**« D'une île à l'autre...
Cet hiver, (re)découvrez
les Îles de Guadeloupe »**

Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe

5, Square de la Banque
97110 Pointe-à-Pitre cedex

E-mail : m.antoINETTE@lesilesdeguaDELouPE.com



**LES ÎLES DE
GUADELOUPE**
Il y a tant d'îles en elles



Le Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe plus que jamais à vos côtés !

Chers Partenaires,

Le secteur du tourisme vit des moments particulièrement difficiles depuis le début de la crise sanitaire liée au covid-19. Les Îles de Guadeloupe, au même titre que toutes les autres ne sont pas épargnées. Les réservations sont en chute libre. Elles font place hélas aux annulations et reports. L'actualité très anxiogène, les restrictions et les mesures de santé publique renforcées justifient la frilosité des voyageurs.

Reste que tout n'est pas perdu. Les derniers indicateurs relatifs à l'évolution de l'épidémie sur notre île indiquent une amélioration de la situation. Ainsi, notre archipel, n'est pas concerné par le re-confinement décidé sur l'ensemble du territoire national. Les mesures prises en Guadeloupe depuis plusieurs semaines par les autorités s'avèrent donc efficaces. Mais la vigilance doit être maintenue. Il nous faudra malheureusement apprendre à vivre avec ce coronavirus encore quelques temps.

Le Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe est plus que jamais à vos côtés pour relever le défi de la relance tant souhaitée de l'activité. Les institutions et professionnels qui nous accompagnent sont mobilisés. Mes équipes mettent tout en œuvre pour entretenir et conforter la notoriété de la destination Guadeloupe sur les marchés cibles durant les prochains mois. Le plan de communication stratégique qui sera décliné consistera à imprimer notre marque dans l'esprit des futurs voyageurs.

C'est notre mission et nous l'assumerons, plus encore dans ce contexte difficile. Les îles de Guadeloupe demeurent une destination que l'on (re)découvre seule, en couple, en famille ou entre amis, d'une île à l'autre, d'un voyage à l'autre. Elles regorgent de nouvelles expériences à vivre.

Gardons foi et confiance en l'avenir !

Sonia TAILLEPIÈRE

Présidente du Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe (CTIG)

Un archipel pour s'évader et se ressourcer

A chacun sa plage

Les Îles de Guadeloupe sauront vous surprendre. A travers notamment leurs plages. Chacune d'entre elles est unique. **En Basse-Terre**, le sable doré de la plage de *Grande-Anse à Deshaies*, offre un contraste saisissant avec le sable noir (volcanique) de la plage de *Grande-Anse à Trois-Rivières*. Les plages de *Bois Jolan à Sainte-Anne* ou de *l'Anse du Souffleur à Port-Louis* en **Grande-Terre**, sont une invitation au farniente allongé sur le sable blanc, à l'ombre des cocotiers et des raisins de bord de mer.

A Marie-Galante, depuis la magnifique plage de *l'Anse Canot à Saint-Louis* et ses eaux turquoise, les curieux trouveront un petit sentier qui permet d'accéder à *l'Anse May*, plus intimiste. **Aux Saintes**, à la *plage du Pain de Sucre à Terre-de-Haut*, ou encore à la réserve naturelle de Petite Terre (rattachée à **La Désirade**) le snorkelling est une occasion de s'émerveiller devant une faune et flore marine exceptionnelle

Depuis le 19 octobre, les 400 km de plages, mais aussi les nombreuses rivières, cascades, chutes et plans d'eau sont de nouveau ouverts au public, de 5h00 à 19h00.



NOUVELLES EXPÉRIENCES DE SÉJOURS

5 îles pour un séjour « Grandeur Nature »

L'archipel de guadeloupéen est la parfaite échappée ensoleillée pour se mettre au vert et faire le plein de paysages à couper le souffle. Nombreux sont les sentiers et traces de randonnées encore méconnus !

Que ce soit en suivant la trace de *la Boucle du nord Grande-Terre*, qui emmène le promeneur à travers les champs de canne et le long des hautes falaises, aux noms évocateurs. Ou encore *la Trace du Dessus de l'Etang* à Terre-de-Bas (**Les Saintes**). Ce site offre une vue fantastique sur Terre-de-Haut, sur le sud la **Basse-Terre** et même parfois sur le sommet du volcan de la Soufrière. **Les randonnées dans les Îles de Guadeloupe** sont l'occasion de découvrir la richesse floristique et faunistique du territoire, classé *Réserve de Biosphère mondiale par l'UNESCO*.

Avec **Maranatha Tours**, la **balade nocturne en kayak dans la mangrove** environnante du *Grand Cul-de-Sac marin* tourne au fantastique. Au départ de Vieux-Bourg, Morne-à-l'Eau (**Grande-Terre**), dans l'enchevêtrement des racines des palétuviers. A chaque coup de pagaie, la surface obscure de l'eau s'illumine d'un bleu électrique et éphémère. Impossible de résister à l'envie d'agiter la main dans l'eau scintillante. Se retrouver au milieu du **phytoplancton bioluminescent** est un spectacle véritablement hypnotique !

« Le souvenir est le parfum de l'âme »

Participer à un **atelier de création de parfum de TEOLA TONKA**, c'est choisir parmi les senteurs connues et inconnues qui nous parlent, nous transportent, nous définissent, pour créer soi-même un parfum entièrement personnalisé. Tout commence par une initiation à l'univers du parfum, des matières premières naturelles et synthétiques qui composent ces fragrances inédites. Une séance olfactive mémorable, en compagnie de la parfumeuse Tessa Whittaker, qui permet également de se (re)découvrir.

Plongée « Bien-Être & Anti-Stress » dans la réserve Cousteau

Récifs coralliens, poissons tropicaux aux milles couleurs, tortues... Rien de tel que la plongée sous-marine dans une eau à 26°C en moyenne toute l'année, pour se libérer du stress accumulé ces derniers mois. Les plongées « *Bathysmed* » **d'Atlantis Formation** initialement réservées aux études cliniques contre le stress post-traumatique seront accessibles au grand public à partir de Décembre 2020. Rendez-vous sur *la plage de Malendure à Bouillante (Basse-Terre)* pour un baptême, une sortie ou encore un stage de plongée.

A la rencontre des baleines et des tortues

Embarquer sur un bateau adapté à l'**observation des baleines et autres cétacés** est une occasion unique d'approcher- en toute sécurité pour eux, comme pour nous - dauphins tachetés, cachalots, orques et baleines à bec. **Aventure Cétacés** est le nouveau partenaire qui propose cette activité au départ de *la plage de Malendure à Bouillante (Basse-Terre)*.

A **Marie-Galante**, l'association **Ecolambda** en partenariat avec l'office de tourisme de l'île aux 100 moulins, propose des **randonnées et sorties nocturnes pour observer la ponte des tortues marines**.



3 BONNES ADRESSES POUR TELETRAVAILLER DANS LES ÎLES DE GUADELOUPE

Adopter le télétravail, c'est aussi pouvoir changer de décor tout en poursuivant son activité principale. Au cœur de Jarry, poumon économique et industriel de l'archipel. Connection Wi-Fi, espace cafétéria, salles de formations, de réunion ou encore casiers de stockage, ces nouveaux espaces de co-working aux offres très complètes sont à la disposition des travailleurs nomades :

- **Le Spot Co-Working** : une communauté vivante et pleine de projets
- **Le Café Papier** : un lieu cosy aux couleurs douces et pastels et des gourmandises « fait-maison »
- **IRESA** : location au mois, à la journée ou à l'heure et accès aux formations professionnelles.

TERRE DE SAVEURS

La découverte des saveurs des îles de Guadeloupe fait partie intégrante de l'expérience de séjour. Un déjeuner ou dîner-découverte chez un **des 12 maîtres-restaurateurs de l'archipel** ou la dégustation d'un simple « bokit », ce sandwich, considéré comme étant l'un des marqueurs de la gastronomie populaire guadeloupéenne, sont autant d'expériences qui raviront vos papilles.

Depuis le 07 octobre, les restaurants de l'archipel ont rouvert et accueillent les clients tous les jours, jusqu'à minuit, dans le plus strict respect du protocole sanitaire renforcé (réception sur réservation, maximum de 6 convives, paiement à table privilégié, distanciation des tables, port du masque lors des déplacements,...)

« *Life is a Beach* »

En **Grande-Terre**, sur *Saint-François*, le **Onao Beach Bar & Restaurant** de l'hôtel **Manganao** vient compléter la liste des « beach bars » de l'archipel, pour profiter d'une vue panoramique sur la mer, d'une bande son « trendy », de saveurs locales et du sable fin sous les pieds, cocktails à la main.

Sont listés également, dans le **TOP 10 des Beach Bars des Îles de Guadeloupe** :

- En **Grande-Terre** :
 - La **Casa Datcha**, **Le Bliss Datcha** et **l'Om Saya** sur la plage de la Datcha au Gosier
 - **L'Angel Beach** à l'hôtel Auberge de la Vieille Tour, toujours au Gosier.
 - **Le Rhum Vié** sur la plage municipale ou encore **Le Toubana La Plage** à **Sainte-Anne**
 - **Le Kanaba Beach** sur la plage de l'Anse du Souffleur à Port-Louis
- En **Basse-Terre**, le **Karacoli Beach & Spa** sur la plage de Grande Anse à Deshaies.
- Et à **Marie-Galante**, **Le Touloulou** à Capesterre et **Chez Henri** à Saint-Louis.





NUITS ÉTOILÉES

L'année 2019, fut celle de la rénovation du **Club Med – La Caravelle**, à Sainte-Anne (**Grande-Terre**), désormais 4 tridents avec son nouvel espace « *Oasis Zen* » réservé aux adultes et de l'inauguration de **La Toubana Hotel & Spa** devenu le 1^{er} établissement, classé 5 étoiles de l'archipel.

En 2020, les Îles de Guadeloupe continuent de proposer de nouvelles adresses aux visiteurs. C'est le cas en **Grande-Terre**, à Saint-François, avec **le COCOTEL******. Un nouvel hôtel de 10 chambres tout confort et une villa de luxe (de 6 à 8 personnes) disposées autour d'une piscine dans un jardin tropical.

En plus des établissements du groupe **Des Hotels et des Îles**, **Le Relais du Moulin** et **Pierre & Vacances** à Sainte-Anne (**Grande-Terre**), **Le Rayon Vert** à Deshaies (**Basse-Terre**), **Le Soleil Levant** à Capesterre de **Marie-Galante** ou encore **Le Bois Joli** à Terre-de-Haut (**Les Saintes**) font partie de la très longue liste des hébergements qui accueillent les visiteurs, en cette fin d'année. Toujours dans le respect le plus strict, des nouveaux protocoles sanitaires.

« *Seul(e)s sur une île...* »

Qui n'a jamais rêvé de vivre sur une île au milieu des eaux turquoise des Caraïbes ? C'est l'expérience inoubliable que proposent **la Villa Riva et la Villa Sea Star**, sur l'îlet Boissard, dans le *Petit Cul-de-Sac marin*. 2 villas haut de gamme, tout confort accessible uniquement par bateau. Un nouveau lieu unique, idéal pour se ressourcer en famille ou entre amis. Chaque villa peut accueillir jusqu'à 8 personnes.

UN VOYAGE TOUT CONFORT ET EN TOUTE SECURITE

Malgré les nombreuses difficultés que connaît le secteur de l'aérien, en ces temps troublés, les Îles de Guadeloupe continuent d'être desservies régulièrement par les compagnies aériennes :

Au départ de Paris ORY et CDG :

- **Air France** : dès le **14 décembre**, la compagnie met en place des **rotations quotidiennes au départ de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle**, en complément de celles déjà en place depuis Paris-Orly.
Les passagers au départ de Paris, mais aussi des villes comme Bordeaux, Nantes, Lyon et Marseille et des **marchés européens** pourront disposer des nouvelles cabines, du nouvel IFE et du WI-FI à bord.
- Tout en maintenant ses rotations quotidiennes au départ de Paris – Orly, **Air Caraïbes offre l'assistance COVID** pour tous voyages effectués avant le 31 mars 2021. Dès le début du séjour, frais de santé, d'hébergement et de modifications de billets liés au COVID-19 sont couverts. Tous les billets d'avion sont actuellement modifiables sans frais.
- La compagnie aérienne **Corsair** a été la 1^{ère} à enrichir son offre d'assurance de la « Garantie Pandémie ». Aujourd'hui encore, elle innove en équipant les tablettes repas **d'un film spécial aux propriétés antibactériennes et antiviruses**, en partenariat avec ADHETEC, spécialiste des solutions adhésives haute qualité.

Au départ de Bruxelles-Charleroi :

- **A partir du 15 décembre 2020, avec Air Belgium** les passagers pourront rejoindre Pointe-à-Pitre, sans escales, au départ de Bruxelles – Charleroi, en seulement 9h30 de vol. Un vol qui desservira Pointe-à-Pitre et Fort-de-France. Les passagers ayant déjà réservé sont contactés individuellement et les reports de voyage sont réalisés sans frais.

Au départ de New-York et de Miami:

- **American Airlines** : Reprise des rotations prévue dès la levée du « Travel Ban »
- **Air France** : Reprise des rotations prévue dès la levée du « Travel Ban »
- **Jet Blue** : Reprise des rotations prévue début 2021

Au départ de Montréal et de Toronto:

- **Air Canada** : Reprise des rotations prévue début Décembre 2020
- **Air Transat** : Reprise des rotations prévue le 19 Décembre 2020



Les nouvelles mesures sanitaires

Les compagnies aériennes, en partenariat avec les laboratoires d'analyses accompagnent leurs clients dans la réalisation des **tests RT-PCR obligatoires, à réaliser 72h** avant le départ et mettent à disposition des voyageurs, des points de prélèvement temporaires, directement aux aéroports. **Très bientôt, les tests antigéniques** seront également disponibles en pharmacie et à l'aéroport pour permettre de désengorger les laboratoires, grâce une obtention plus rapide des résultats de tests.

A bord des avions, les procédures de nettoyage des équipements et les contrôles médicaux des équipages sont renforcés. L'air de la cabine est filtré et renouvelé toutes les 3 minutes, ce qui permet d'éliminer 99,99% des virus et bactéries pouvant être présents dans l'air. Une distanciation optimale entre chaque passager est appliquée, lorsque cela est possible, et le port du masque chirurgical demeure obligatoire pendant toute la durée du vol.

A l'arrivée et au départ, l'aéroport **Guadeloupe Pôle Caraïbes** met en œuvre un plan « vigilance covid » en partenariat avec la Croix Rouge : mesures sanitaires renforcées, nouvelle signalétique avec sens de circulation pour éviter les croisements de flux de passagers, distanciation sociale, distribution de gel hydro-alcoolique et port du masque obligatoire.

Pendant le séjour, les conditions sanitaires sont les mêmes que celles appliquées dans l'hexagone, **à l'exception du couvre-feu et du confinement, qui ne sont pas en vigueur dans l'archipel.**

- Les sites incontournables de l'archipel comme le Zoo du Parc des Mamelles, le Jardin Botanique ou encore l'Aquarium de Guadeloupe sont ouverts et reçoivent les visiteurs dans le respect des mesures sanitaires.
- Les loueurs de voitures, transports maritimes et les prestataires d'activités (plongée sous-marine, kayak, etc...) sont également prêts à accueillir les clients dans les meilleures conditions

Le port du masque obligatoire, et les gestes barrières sont à respecter pour passer de belles vacances dans les îles de Guadeloupe ! Il est également conseillé de privilégier la réservation en ligne pour les visites culturelles et touristiques.

Un plan de communication tactique et ciblé

POUR RESTER DANS LES MEMOIRES

Un dispositif TV innovant & impactant

Du 07 au 27 décembre 2020, une campagne de notoriété sera lancée durant 3 semaines, sur 24 chaînes hertziennes et de la TNT. Elles diffuseront des spots de 30 et 15 secondes

Un dispositif de campagne, hybride, qui permettra de toucher **plus de 15 millions de téléspectateurs** de façon intense durant toute la période auprès **d'une large cible de voyageurs potentiels de plus de 35 ans**. Avec une présence autour d'émissions culinaires, de voyages, de jardinage et autres découvertes pour mieux cibler les réels intentionnistes, en quête d'évasion.



Un nouveau spot de campagne : « D'une île à l'autre... D'un voyage à l'autre... »




Pour la réalisation de son **film publicitaire**, le CTIG a choisi de raconter une histoire, celle d'une petite fille qui explore l'archipel, pour la 1ère fois, avec ses parents. Adolescente elle revient et découvre d'autres îles. Elle s'y aventure et grandit un peu aussi. Puis adulte, elle y vit de nouvelles expériences, s'attache pour plus tard revenir avec son propre petit garçon.

Un film qui invite à redécouvrir l'archipel, d'une île à l'autre, d'un voyage à l'autre.



Un volet de communication digitale durant tout l'hiver

Du 18 novembre 2020 au 31 janvier 2021, un volet digital décliné sur les réseaux sociaux et via les principales régies publicitaires digitales a pour but de générer plus de **186 000 visites** sur la home page du site Internet du CTIG durant ces 3 mois de campagne.

BtoC		
Social	Programmatique	Native ads
<p>Facebook & Instagram</p>  <p>Formats vidéos pour générer de l'engagement puis retargeting des viewers de la Phase 1 avec des formats statiques pour générer du trafic</p> <p>440k vidéos vues 8 750 clics 6 040 visites estimées</p>	<p>HPH IAB</p>  <p>Mix de segments démographiques et comportementaux pour cibler les intentionnistes Human & Machine learning Environnement cross device</p> <p>36M impressions 72 000 visites estimées</p>	<p>ADYOULIKE Native Banner</p>  <p>Format non intrusif reprenant le « look and feel » des publishers</p> <p>167 163 clics 108 656 visites estimées</p>

www.lesilesdeguadeloupe.com

Du 16 novembre au 14 décembre 2020 : un dispositif dédié sur **LeBonCoin.fr** – 6^{ème} site français d'annonces commerciales – avec une présence de bannières aux couleurs de l'archipel dans la rubrique « Voyages » du site qui compte **2 millions de vues par mois**.

Une page d'accueil mise à jour, aux couleurs de la campagne, qui présentera des circuits de découverte actualisés et de nouvelles expériences de voyages. L'objectif est aussi d'informer et de rassurer en précisant les mesures sanitaires en vigueur dans l'archipel.



Le CTIG poursuit sa transformation numérique

Durant les prochains mois, le CTIG va en outre moderniser son "Écosystème Digital Touristique" et lancera une refonte du site internet. www.lesilesdeguadeloupe.com. La nouvelle mouture du site sera résolument orientée vers **une expérience client plus immersive** mettant en avant l'intégralité de l'offre touristique.

Au travers d'un design colorée et chaleureux, le visiteur pourra se projeter via une carte interactive dans les différentes ambiances que proposent nos îles. Des parcours thématiques spécifiques lui seront proposés en fonction de ses préférences et de l'état d'avancement de son voyage. La culture guadeloupéenne tient aussi une part importante dans cette version. De nouvelles rubriques emmèneront le visiteur au cœur de la vie culturelle de l'archipel.

L'ambition de cette refonte est de mieux promouvoir la destination en proposant des expériences uniques et enrichissantes grâce à une navigation immersive. La Marketplace a elle aussi été complètement revue afin de **mieux valoriser les professionnels locaux**. Réserver un hébergement, une activité, un restaurant se fera de manière encore plus intuitive.

L'objectif du CTIG est d'apporter une offre différenciée des OTA, basée sur la connaissance terrain et fondée sur des commissions plus justes, au bénéfice des prestataires locaux et des clients finaux. Afin de poursuivre sa mission de digitalisation du territoire le CTIG souhaite intégrer à terme dans sa Marketplace l'intégralité de l'offre existante pour refléter au mieux l'identité des îles de Guadeloupe, singulière et multiple à la fois

Parallèlement, le CTIG lance en interne une digitalisation des processus métier.

Sur Facebook, dès le 05 novembre, les îles de Guadeloupe lancent leur Chatbot à destination des utilisateurs francophones, aussi bien les fans que les prospects, qui obtiendront une réponse rapide et qualitative aux questions les plus fréquentes. Le Chatbot pourra également les réorienter vers le bon interlocuteur en interne pour les demandes plus ciblées, du type demandes de presse ou demandes de tour opérateur.

POUR FORMER ET INFORMER LES DISTRIBUTEURS

Le programme de certification – Nouvelle formule

Tout comme leurs clients, les agents de voyages ont de nouvelles attentes vis-à-vis de la destination. **Le programme de certification « SECRETS DES ÎLES DE GUADELOUPE », nouvelle formule** sera plus simple, plus dynamique et offrira une véritable **boîte à outils** aux agents de voyages (formations en ligne, documentation touristique, actualités, argumentaires de ventes, médiathèque, propositions de circuits et informations techniques pour les cibles loisirs et MICE).

-
- **25% des agents de voyages** confirment que le manque de formation est un frein à la vente de séjours vers les îles de Guadeloupe.
 - **30% des professionnels du tourisme** jugent **l'e-learning indispensable** pour approfondir leur connaissance de la destination.
 - **39% des distributeurs** jugent **les séminaires en ligne** comme étant les outils de formation les plus intéressants
 - **35% des agents de comptoirs, chefs d'agence et chefs de produit** jugent **les éductours** comme étape indispensable du programme de certification.

Source : Etude de marché BtoB menée par l'Agence Europe du CTIG (depuis Juillet 2020), auprès d'une centaine d'agents de voyages francophones

Des étapes repensées et modernisées

4 étapes sont à valider pour obtenir le statut d'Expert des Îles de Guadeloupe et figurer sur les outils de communication BtoC du CTIG :

- **L' E-learning** enrichi, interactif, illustré de nouveaux visuels, pour une immersion parmi les 5 îles de la destination à votre rythme
- **Le Webinaire** de 45mn régulier avec des expériences virtuelles pour des échanges plus pratiques, techniques, conviviaux, accessible aussi en replay
- **L' Eductour** à la carte, toute l'année, en petits groupes ou en individuel pour vivre la destination et mieux la partager avec ses clients et les autres professionnels.
- **Le Challenge des ventes**, rétroactif, sera activité courant 2021.



Les professionnels de la distribution ont rendez-vous sur

www.secretsdesilesdeguadeloupe.com dès le 30 novembre 2020 pour bénéficier d'un accompagnement complet et approfondi pour mieux conseiller leurs clients et mieux vendre la destination.

Rendez-vous le 08 décembre pour le webinaire des îles de Guadeloupe

Les agents de voyages seront invités à rejoindre, en ligne le CTIG et son partenaire *Défi Caraïbes* en ligne pour participer une session LIVE de 45 minutes pour faire le point sur la situation dans l'archipel et les possibilités de séjour pour leurs clients.

De l'innovation dans la campagne de communication BtoB

Publi-rédactionnels, insertions de bannières sur le site et dans les newsletters, **du 30 novembre 2020 au 25 janvier 2021** les Îles de Guadeloupe s'appuient sur les ténors de la presse professionnelle **Tourmag.com** et **l'Echo Touristique** et encouragent pas moins de 30 000 professionnels du tourisme à s'inscrire au nouveau programme de certification.



Pour la 1^{ère} fois, le CTIG mettra en place une campagne de publications sponsorisée sur **Linked In, le réseau social professionnel le plus puissant**, idéal pour un ciblage d'agents de voyages, chefs de comptoir et autres professionnels vendeurs et distributeurs, cibles du programme de certification. Linked In compte **plus de 19 millions d'utilisateurs en France, tous secteurs confondus**.

POUR GARDER LE CONTACT

Le CTIG poursuit la **diffusion de newsletters BtoB et BtoC**, tous marchés confondus, pour rester à l'esprit des voyageurs potentiels et continuer de leur permettre de s'évader grâce aux atouts de la destination.

Le taux d'ouverture moyen global de 46 %, enregistré depuis le début de l'année 2020, est largement supérieur aux moyennes du marché et les performances multi-marchés, homogènes, confirment l'intérêt de nos prospects pour les Îles de Guadeloupe, particulièrement aux Etats-Unis durant le confinement.

SUR LES MARCHÉS EXTÉRIEURS

La Belgique

Une campagne de communication tripartite avec Air Belgium et Atout France sera déployée **fin Novembre / début Décembre**, en radio (auprès de **2 687 144 auditeurs**, francophones et néerlandophones de 18 à 54 ans sur 1 semaine), en affichage avec plus de **200 écrans digitaux** à Bruxelles, Gand et Anvers et aussi sur le web avec un objectif de notoriété, de rassurance et de ventes.

L'Allemagne, l'Autriche & La Suisse

Des workshops virtuels et e-learning à destination des agents de voyages allemands, des campagnes de communication digitale, multi-marchés, **en partenariat avec Air France et Brigitte (en Allemagne)**, avec un objectif de plus de **700 000 vues** et des accueils presse pour continuer de travailler la notoriété de la destination, début 2021.



Le Canada

Une présence sur la chaîne de télévision **Québecor**, accompagnée de plans d'actions en partenariat avec **Air Canada et Air Canada Vacations**, mais aussi **le Club Med** visant à poursuivre la construction de la marque « Îles de Guadeloupe » auprès de **350 000 canadiens**. A destination des agents de voyages : e-learning et webinaires seront mis en place d'ici la fin de l'année 2020.

Les Etats-Unis

Une campagne de communication à destination de **100 000 professionnels avec Travel Weekly et TravelAgeWest** et un programme de formation accessibles aux **96 000 abonnés de TravAlliance / TravelPulse** se poursuivent pour continuer de sensibiliser les professionnels.

UN INVESTISSEMENT MODÉRÉ

Ce dispositif, travaillé de concert avec les partenaires socio-professionnels du Comité du Tourisme des Îles de Guadeloupe (CTIG), représente **un investissement de 3 Millions €** en promotion **en France et sur les marchés extérieurs, entre Juillet 2020 et Janvier 2021.**

