

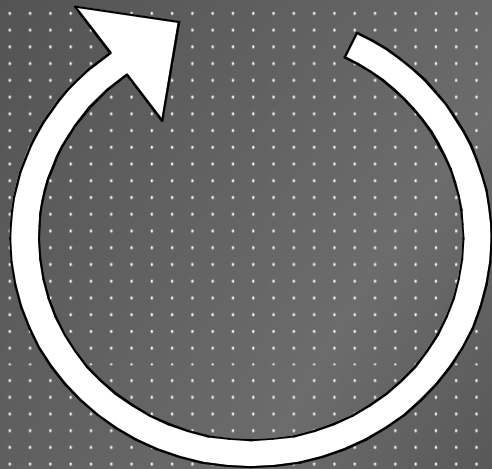
FENÊTRE SUR L'INTERNATIONAL

Nouvelles offres
touristiques des pays de
l'Est : Quelle
concurrence ?



CHRONOLOGIE DE LA PRÉSENTATION

1. L'irrésistible expansion du tourisme international
2. Les enjeux et le marché
3. Les secteurs géographiques en développement
4. Benchmark de stations



FENÊTRE SUR L'INTERNATIONAL

I - L'irrésistible expansion
du tourisme international



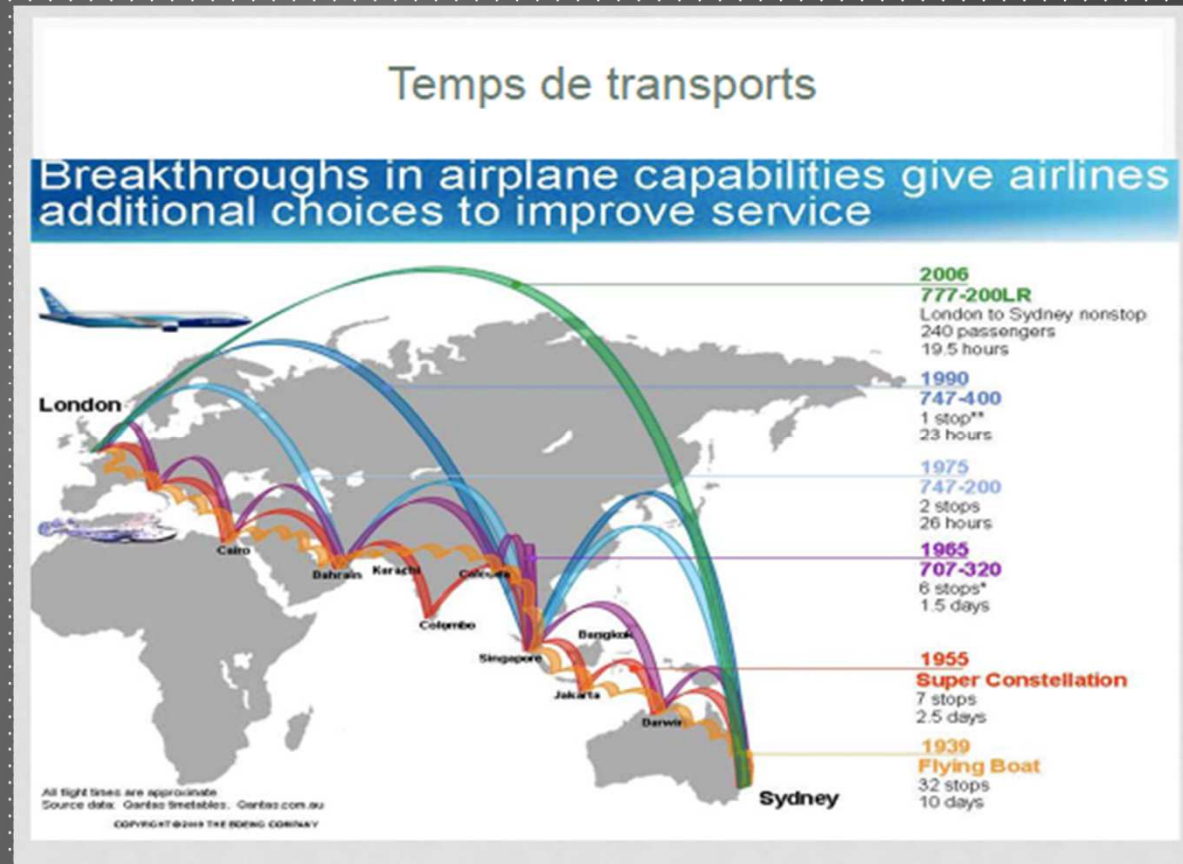
ISÈRE
TOURISME

27/03/2014

L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI À CHANGÉ EN 50 ANS

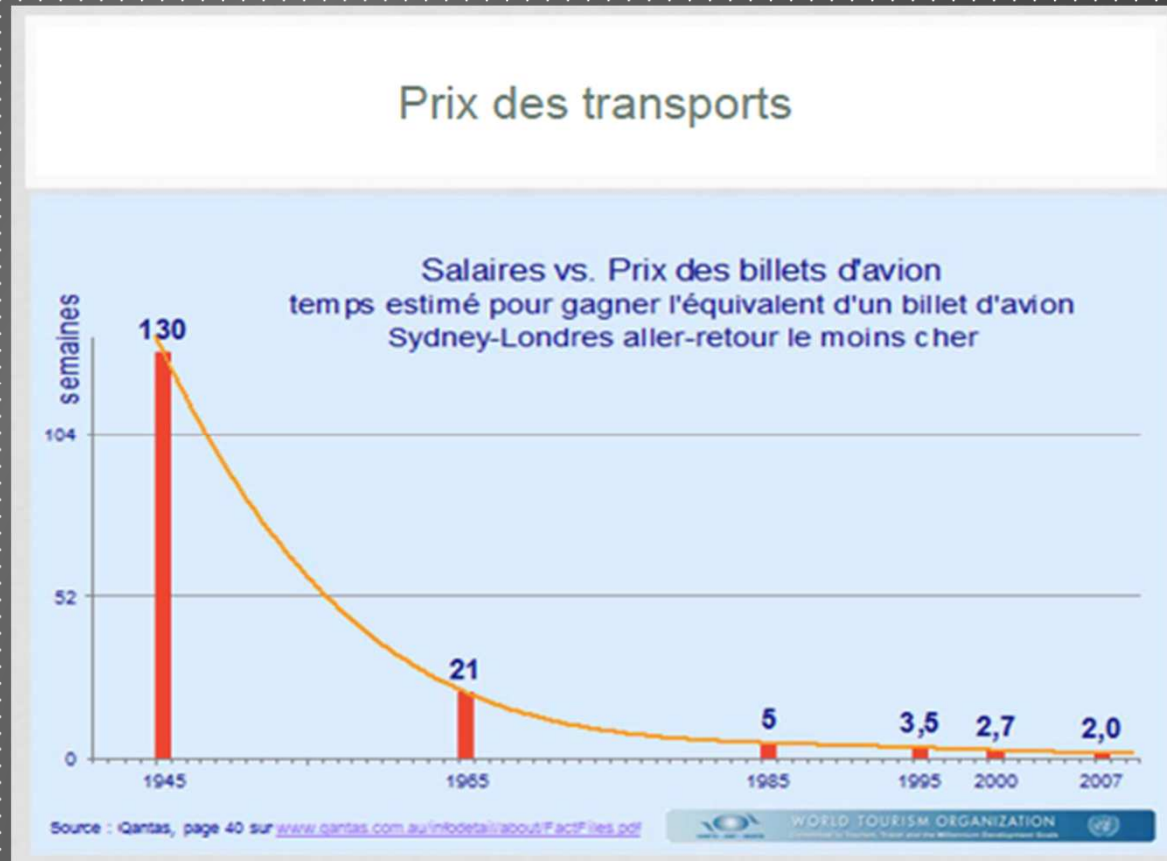
Le transport aérien change la relation temps / destination. Le lointain devient accessible



L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI À CHANGÉ EN 50 ANS

La baisse cumulée des tarifs, l'expansion de la demande et le renforcement des classes moyennes divisent par 65 le temps d'acquisition d'un billet d'avion.

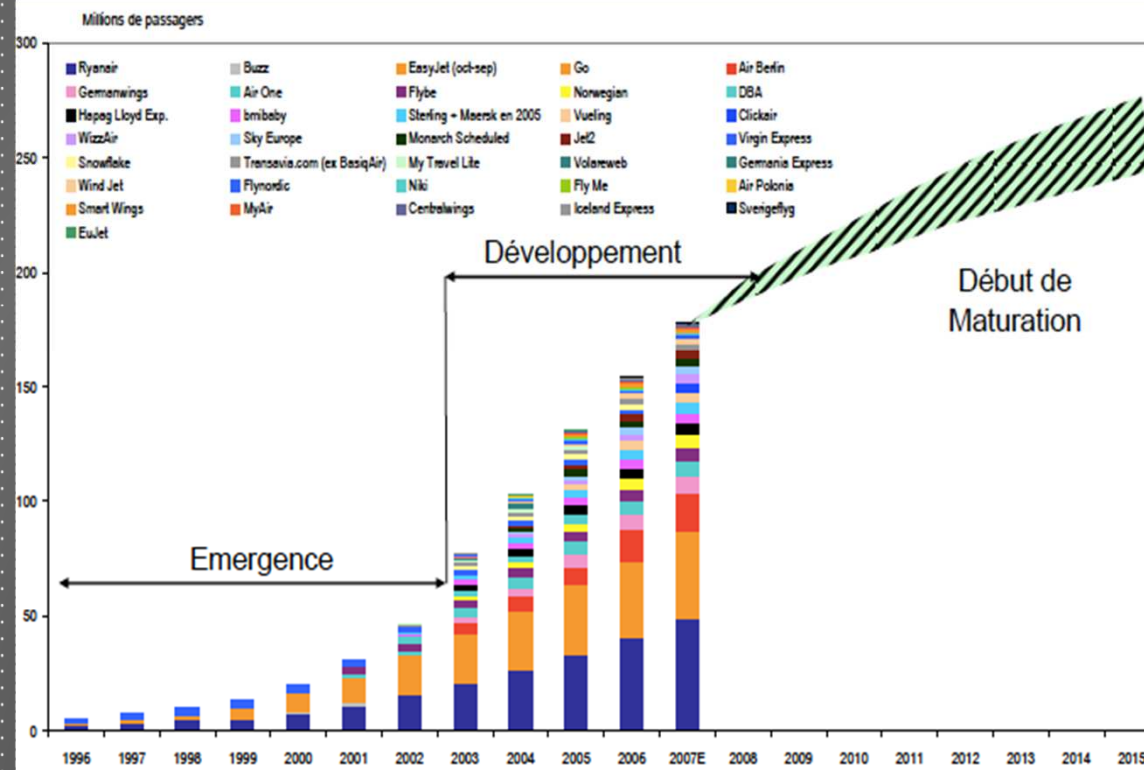


L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI À CHANGÉ EN 50 ANS

La forte demande favorise le développement des compagnies low cost, leur marché arrive progressivement à maturité

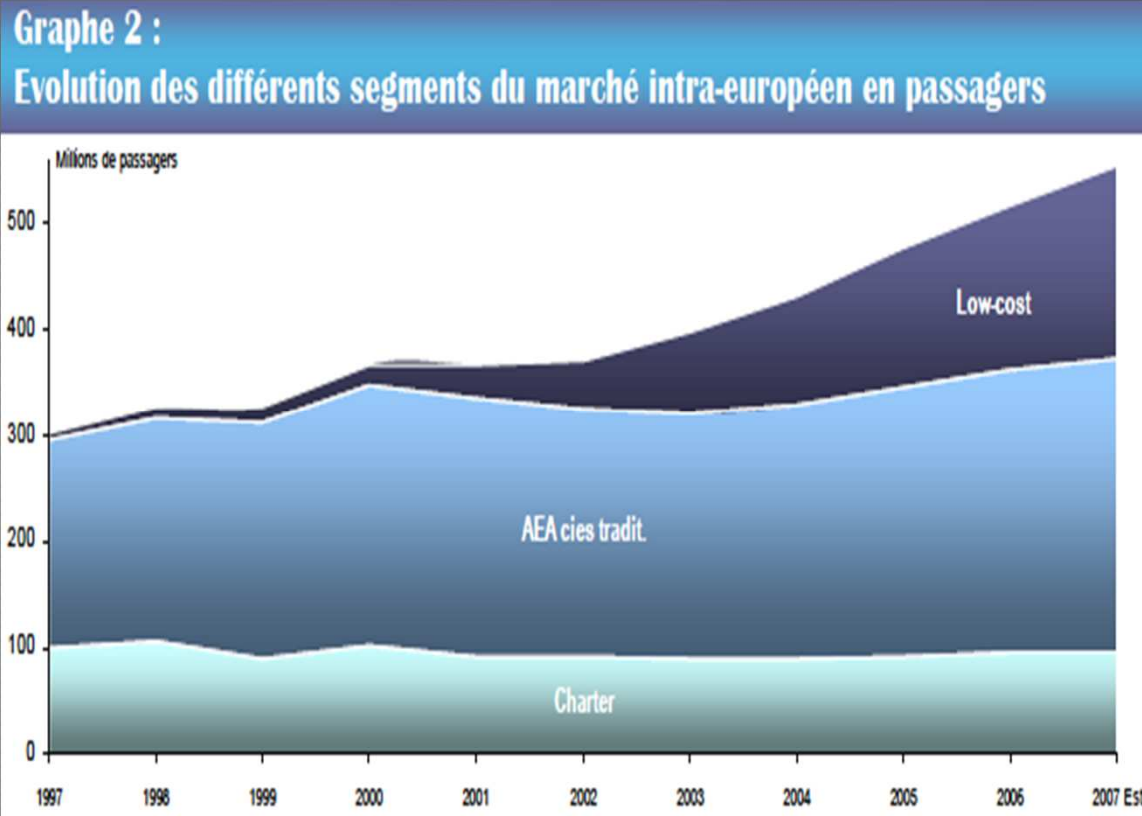
Graphe 1 : Evolution du trafic passagers des compagnies low-cost européennes



L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI A CHANGÉ EN 50 ANS

La montée en puissance des low costs répond à une plus grande mobilité des classes moyennes européennes



L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI A CHANGÉ EN 50 ANS

Les dépenses touristiques ont doublé en 15 ans. Les arrivées touristiques ont été multipliées par 2,5.

Tourisme international: volume et valeur



L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

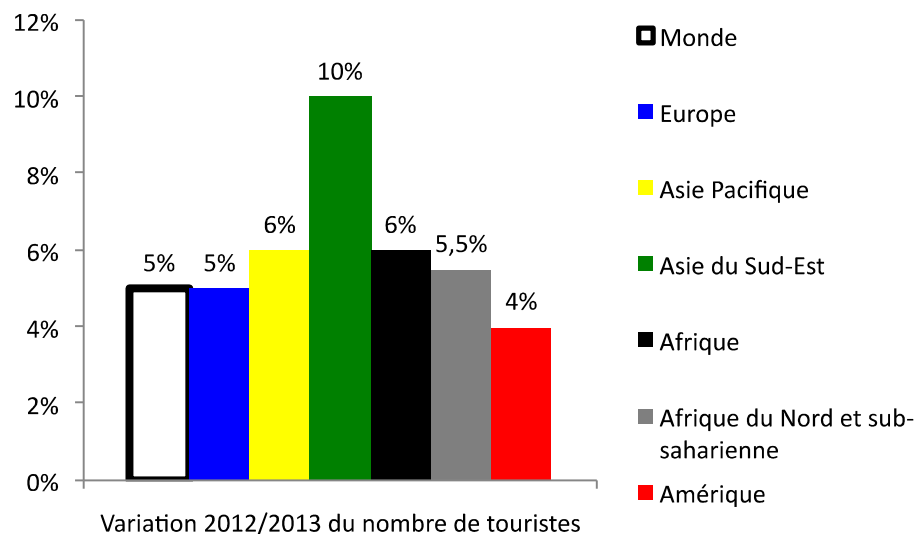
► OMT : LE BILAN DE L'ANNÉE 2013

Nombre de touristes dans le Monde en 2013 : 1 087 millions dont 563 millions en Europe (52%), 248 en Asie Pacifique (23%)

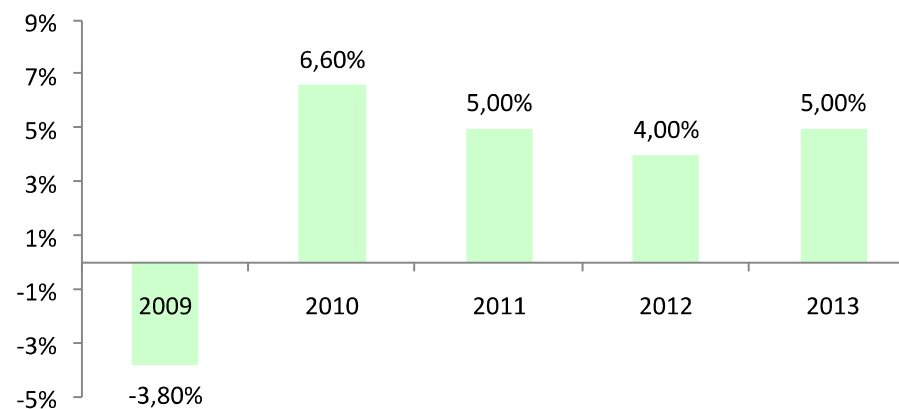
Chine : 1^{er} marché émetteur de tourisme au monde

France : 1^{ère} destination touristique au monde en nombre d'arrivées avec 83 millions de touristes en 2012

Fig. 0014 - OMT : résultats annuels de 2009 à 2013 du nombre de touristes



Evolution du marché international du tourisme



L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► OMT : CE QUI CHANGERA EN 2020

Prévisions du nombre de touristes internationaux en 2020 : 1,561 milliards soit une croissance annuelle de 4 %

En 2000 : 11,5 déplacements internationaux pour 100 habitants

En 2020 : 21 déplacements internationaux pour 100 habitants

Palmarès des dix premiers pays réceptifs du monde en 2020 :

Rang	Pays	Nombre de touristes internationaux	Rang	Pays	Nombre de touristes internationaux
1	Chine	130M	6	Grande-Bretagne	54M
2	France	114M	7	Italie	53M
3	USA	102M	8	Mexique	49M
4	Espagne	74M	9	Russie	48M
5	Hong-Kong	57M	10	République tchèque	44M

L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

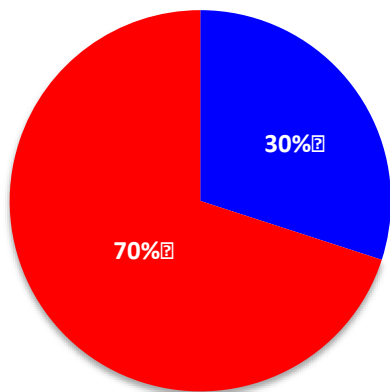
► OMT : CE QUI CHANGERA EN 2030

Prévisions du nombre de touristes internationaux en 2030 : 1,8 milliards soit une croissance annuelle de 3,3 % (hausse de 42 millions de touristes par an)

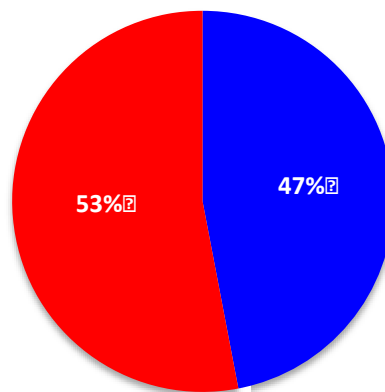
Nombre d'arrivées dans les « destinations émergentes » : + 4,4 % par an
Plus d'un milliard en 2030

Nombre d'arrivées dans les « économies avancées » : + 2,2 % par an

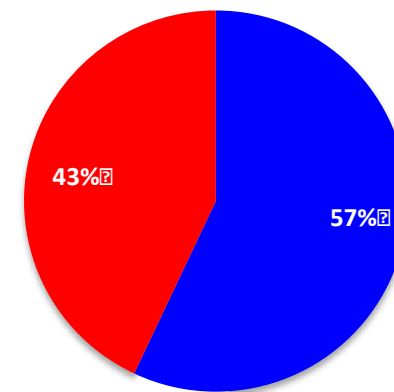
1980



2012



2030



Destinations émergentes
Destinations avancées

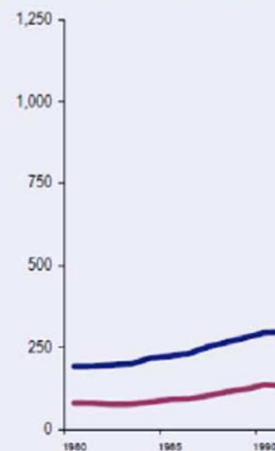
L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI CHANGERA DEMAIN

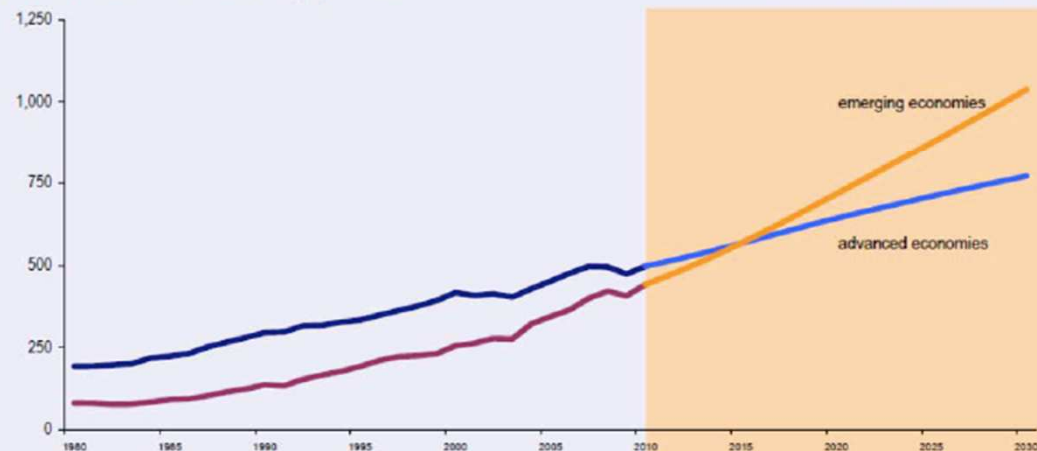
Aux alentours de 2017/2020 les émergents émettront plus de touristes que les économies avancées.

Les pays émergents vont dépasser les pays avancés en 2015

Inbound tourism, advanced and emerging economies



International Tourist Arrivals, million



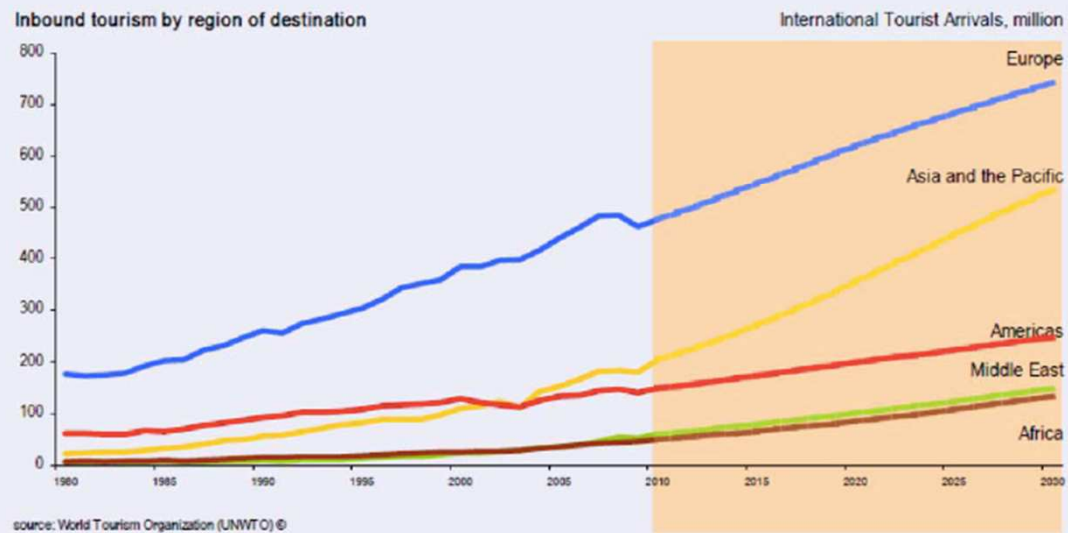
source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI CHANGERA DEMAIN

L'accroissement des arrivées dans le pacifique sera de 3,6 alors qu'il sera de 1,6 en Europe pour la même période.

L'Asie - Pacifique va capter la plus grande part de de la croissance des arrivées internationales

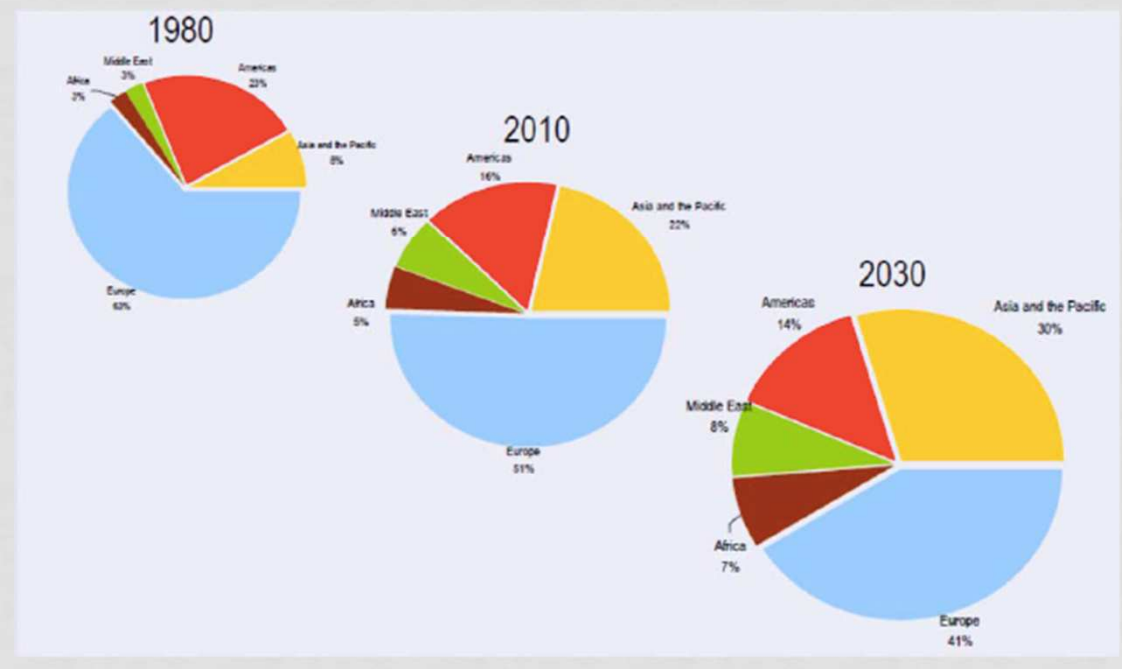


L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI CHANGERA DEMAIN

Encore leader en 2030 l'Europe perdra toutefois sa suprématie des années 80, les marchés émergents construiront des offres adaptées aux demandes des marchés intérieurs

L'Asie-Pacifique, le Moyen-Orient et l'Afrique vont augmenter leur part de marché

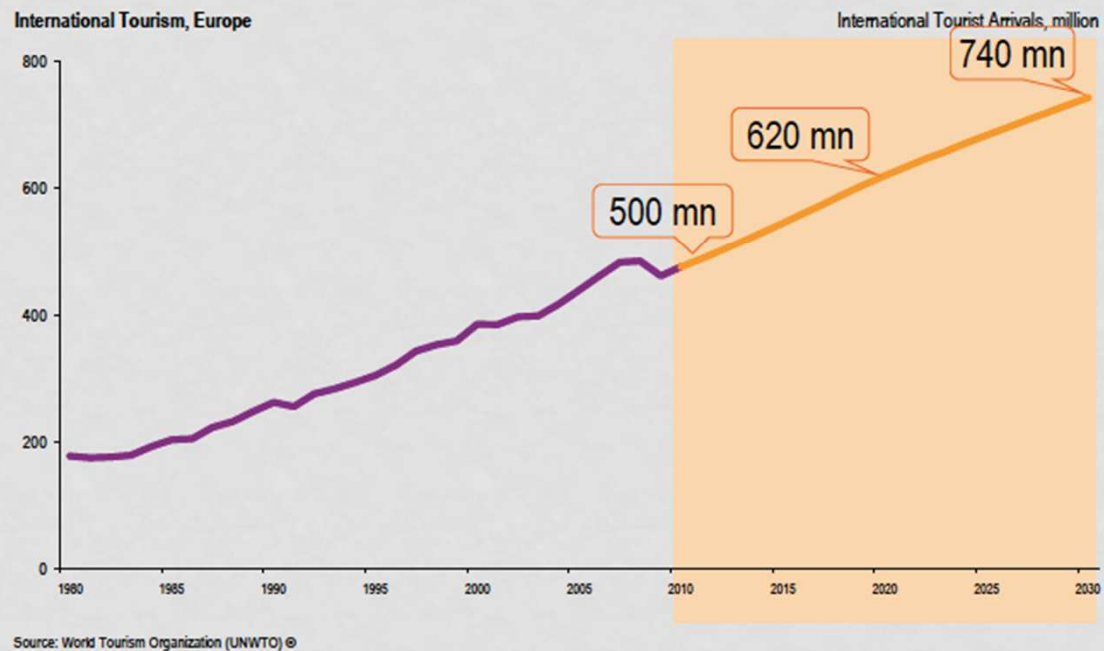


L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI CHANGERA DEMAIN

Toutefois, l'Europe maintiendra un niveau significatif d'arrivées ; sa production touristique devra évoluer en posant la question de son modèle économique.

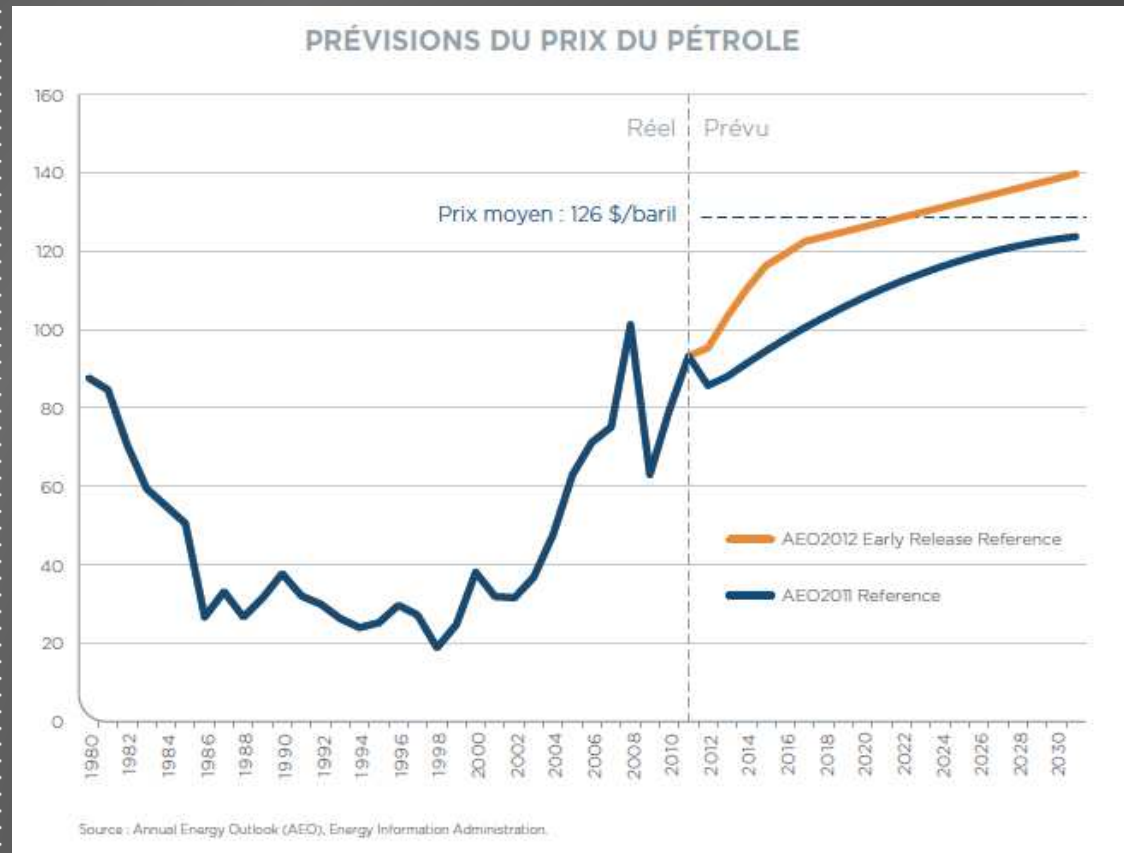
Europe: les arrivées internationales de touristes vont passer de 500M à presque 750M



L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI CHANGERA DEMAIN

Le coût de l'énergie devrait continuer sa hausse progressive sur les années à venir et donc poser de nombreux problèmes de répercussion des coûts



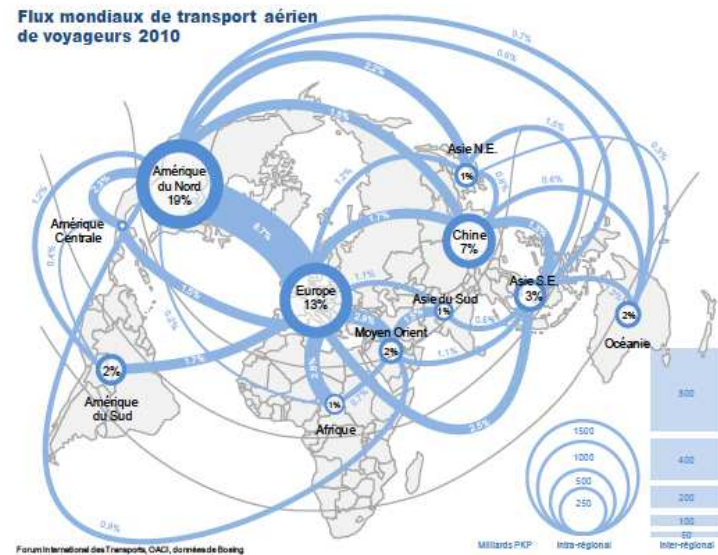
L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNETIONNAL

► CE QUI CHANGERA DEMAIN

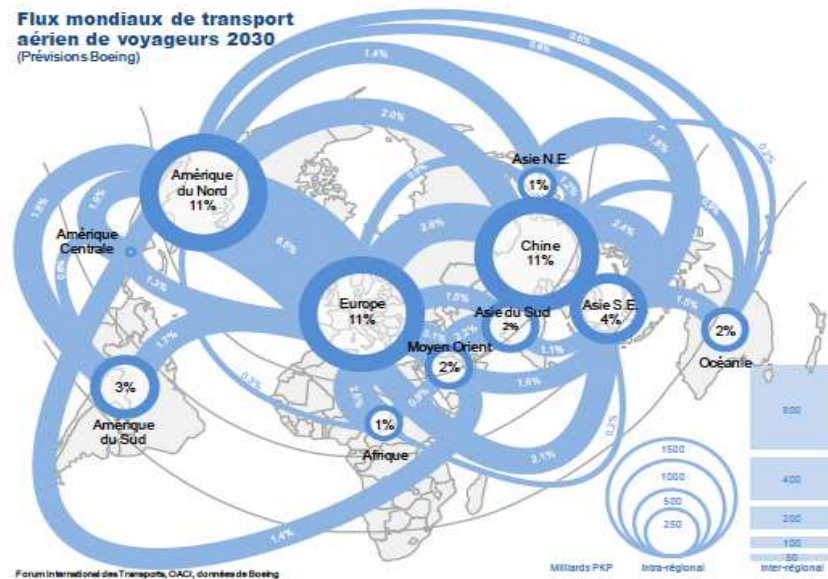
Les flux de transports aériens devraient continuer leurs croissances et leurs développements selon les prévisions

Graphique 23. Flux régionaux de transport de voyageurs en 2010 et 2030 (Boeing)

Flux mondiaux de transport aérien de voyageurs 2010



Flux mondiaux de transport aérien de voyageurs 2030 (Prévisions Boeing)

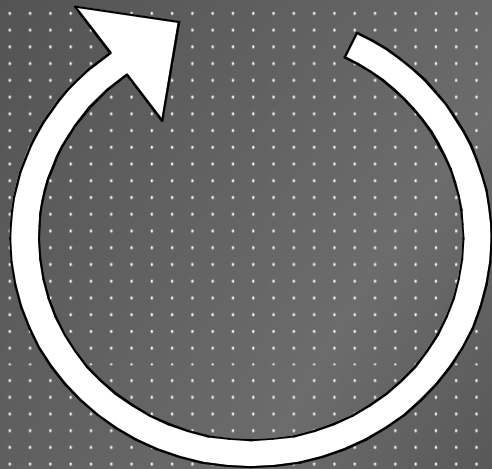


L'IRRÉSISTIBLE EXPANSION DU TOURISME INTERNATIONAL

► CE QUI CHANGERA DEMAIN

Les autres facteurs qui changeront la donne dans le tourisme de demain :

- La durée des séjours des clients
- Les modes de réservation des séjours
- Les impacts monétaires (taux de change, taux d'inflation)
- La concurrence locale et internationale
- Le niveau de vie du pays d'accueil
- ...



FENÊTRE SUR L'INTERNATIONAL

2 – Les enjeux et le marché



LA CLIENTÈLE : ÉTUDE IDÉCO MARKETING 2010

► Évolutions de la société

Vieillessement : en 2005, 20 % de la population a plus de 60 ans contre 33,33 % en 2050

Développement du « low cost » : une offre simplifiée avec moins de services

Développement du e-commerce

Evolution de la structure de budget des ménages (en %)

	1960	1975	1990	2007	Tendance
Alimentation	38	30	28	25	Baisse
Logement Equipement de la maison	17	20	18	19	Hausse
Transport	11	15	18	18	Hausse
Habillement	14	13	12	9	Baisse
Santé	2	2	3	4	Hausse
Communication – Culture et Loisirs	10	12	13	15	Hausse
Services divers	8	8	8	10	Hausse
Total	100	100	100	100	

LA CLIENTÈLE : ÉTUDE IDÉCO MARKETING 2010

► Les nouveaux crédos des consommateurs

Acheter **moins**, mais acheter **mieux**

- Consommer mieux : des produits labellisés, certifiés éthiques, ou moins polluants

Développement du « savoir d'achat » : le consommateur arbitre, hiérarchise, fait des concessions. « 61% des consommateurs sont prêts à accepter un supplément de prix de 5% pour le respect d'engagements citoyens »

Le consommateur donne du sens à ses achats : « 64,8% des français privilégient une marque qui a une véritable éthique »

- Les critères pouvant les amener à consommer plus

Les promotions en magasin (70 %) ; La présence de produits premier prix (54 %) ; Une carte de fidélité (50 %)

LA CLIENTÈLE : ÉTUDE IDÉCO MARKETING 2010

▶ LE CONSOMMATEUR ACTUEL

Le consommateur actuel :

- est impliqué par ses achats, il les prépare
- peut être fidèle mais jamais captif
- doit être trouvé par le vendeur (B2B et B2C)

Son acte d'achat doit rester simple et évacuer les contraintes

LES ENJEUX ET LE MARCHÉ

▶ LES MULTIPLES RAISONS POUR ACCÉDER À CE MARCHÉ

- Même si l'accès au marché international est encore complexe pour certaines destinations émettrices
- Même si l'intensité capitaliste est élevée
- Même si il y a une carence de gestionnaires professionnels

De plus en plus de pays émergents se développent au moins pour exploiter leur marché intérieur, pour créer de l'emploi local, pour assurer une transition économique, pour créer une économie de services et pour la ressource en devises.

Le tourisme est devenu la première source de devises pour un tiers des « pays en développement ».

LES ENJEUX ET LE MARCHÉ

► L'IMPACT SUR LE TOURISME ALPIN

Le marché des sports d'hiver et celui de la montagne d'été sont des marchés de niches (environ 8 millions de clients).

Ils ne sont pas ou peu affectés par la montée en puissance des offres concurrentes à l'Est (pour l'instant sous dimensionnées et sous qualifiées).

Ses caractéristiques géophysiques et économiques le protègent (marché de 600 millions de clients isochrone moyen courrier – contexte climatique favorable – altitude des sites – accessibilité – culture européenne de la montagne – niveau de qualité des offres (domaines skiabiles, services, ...)

Cependant, ses faiblesses structurelles, notamment son parc d'hébergement vieillissant sont ses véritables lacunes et ses pires adversaires.

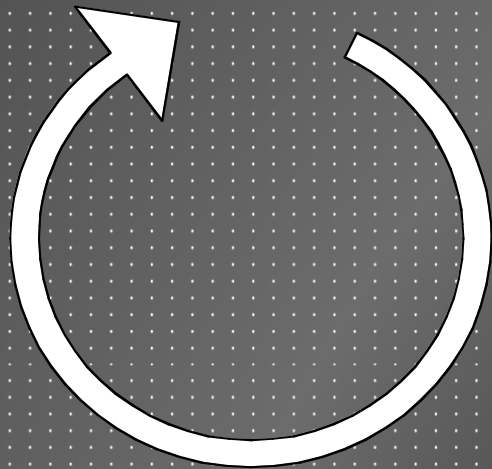
LES ENJEUX ET LE MARCHÉ

► L'IMPACT SUR LE TOURISME ALPIN

Ses faiblesses structurelles doivent être rapidement traitées pour actualiser le modèle et le maintenir à un bon niveau de compétitivité.

Les points suivants sont cruciaux :

- Rénovation du parc immobilier
- Actualisation du modèle urbain
- Renforcement et révision de la gouvernance
- Transition énergétique
- Nouveau modèle économique
- Innover dans le financement
- Nouvelle mobilité
- Nouveaux services
- Consolidation de l'été



FENÊTRE SUR L'INTERNATIONAL

3 - Les secteurs géographiques
en développement



ISÈRE
TOURISME

27/03/2014

A = Veduchi – Tchétchénie ; B = Londres – Angleterre ; C = Elancourt – France ; D = Gonesse – France ; E = Bornholm – Danemark ; F = Copenhague – Danemark ; G = Randers – Danemark ; H = Vallée de Gêla / Saux – France ; I = Shahdag – Azerbaïdjan ; J = Gaziantep – Turquie ; K = Brezovica – Kosovo

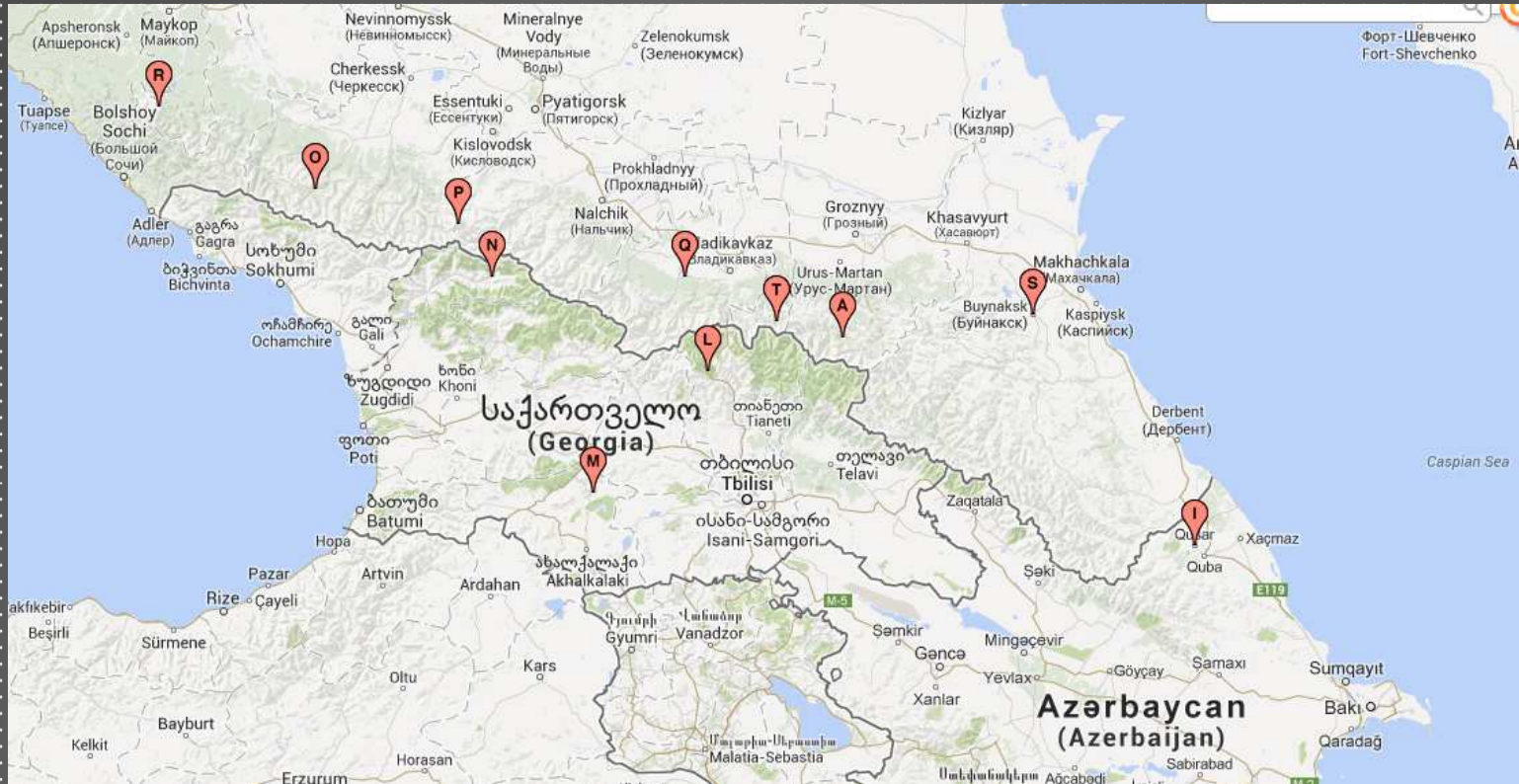
LES PROJETS DE STATIONS À VENIR




L = Gudauri – Géorgie ; M = Bakuriani – Géorgie ; N = Mestia – Géorgie ; O = Arkhyz – Russie ; P = Elbrouz – Russie ; Q = Mamison – Russie ;

R = Lago Naki – Russie ; S = Matlas – Russie ; T = Tsori – Russie ; U = Evraziya – Russie ; V = Rila – Bulgarie ; W = Golija – Serbie ; X = Tala Guilef – Algérie

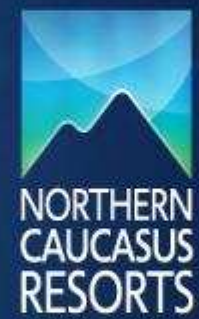
FOCUS SUR LE CAUCASE



A = Veduchi – Tchétchénie ; I = Shahdag – Azerbaïdjan ; L = Gudauri – Géorgie ; M = Bakuriani – Géorgie ; N = Mestia – Géorgie ; O = Arkhyz – Russie ; P = Elbrouz – Russie ; Q = Mamison – Russie ; R = Lago Naki – Russie ; S = Matlas – Russie ; T = Tsori – Russie



THE PROGRAM OF TOURISTIC
CLUSTER DEVELOPMENT IN NORTH
CAUCASIAN FEDERAL DISTRICT,
KRASNODAR REGION AND REPUBLIC
OF ADYGEYA





US Rocky Mountains

EU Alps

RU North Caucasus

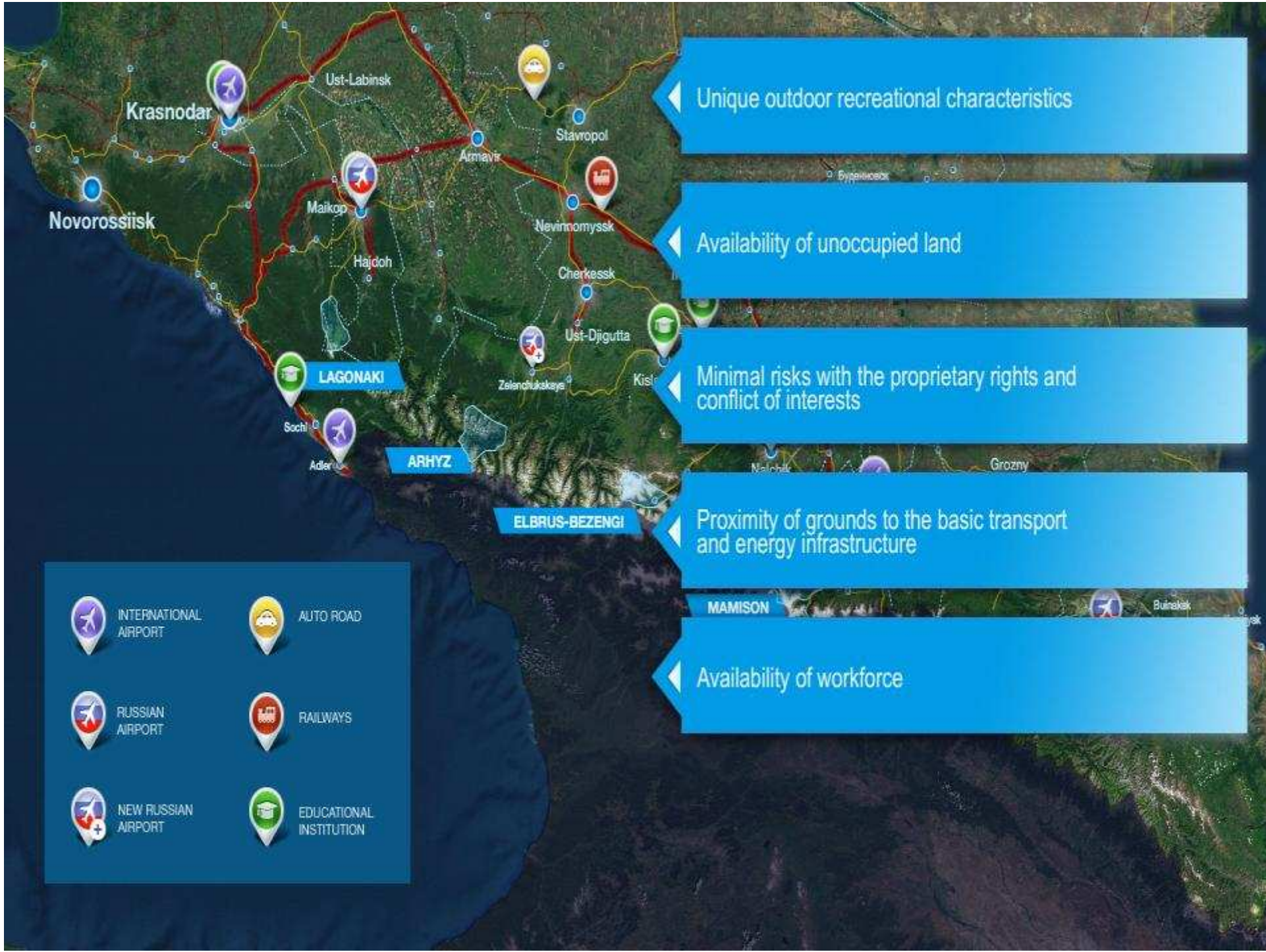
922 million
tourists all over the world

1284 billion USD
touristic spends all over the world

1.6 billion
tourists by 2020

3-5 HOURS FLIGHT TIME FOR TOURISTS FROM RUSSIA, EUROPE, MIDDLE EAST





Unique outdoor recreational characteristics

Availability of unoccupied land

Minimal risks with the proprietary rights and conflict of interests

Proximity of grounds to the basic transport and energy infrastructure

Availability of workforce

	INTERNATIONAL AIRPORT		AUTO ROAD
	RUSSIAN AIRPORT		RAILWAYS
	NEW RUSSIAN AIRPORT		EDUCATIONAL INSTITUTION

RESORTS CHARACTERISTICS

All figures are preliminary and will be defined at stage of planning / construction

Main characteristics	Resort					Total
	«Lagonaki»	«Arkhyz»	«Elbrus-Bezengi»	«Mamison»	«Matlas»	
Length of ski slopes	165Km	263Km	165Km	196Km	109Km	897Km
Number of lifts	28	54	28	50	19	179
Total capacity of resort people/day*	27.720	44.520	28.560	30.030	18.480	149.310
Total number of beds	16.674	23.760	6.980	29.540	7.000	83.954
Elevation differences	1609-2450	1453-3071	1944-4164	2017-3732	1805-2767	

*Capacity of ski slopes is 60% of the Total capacity of resorts

SPECIAL ECONOMIC ZONES (SEZ) ADVANTAGES

BASIC FIGURES (Special Acts are to be issued)

Special economic zones offer unique advantages to investors.

Special treatment includes the following advantages:

- Relations to governmental regulatory authorities become as simple and transparent as possible due to the 'One Stop Shop' system
- Investors enjoy state-built infrastructure for business development
- The free customs area status implies major customs privileges
- A number of tax benefits are offered

	SEZ	Russia
Profit tax	15,5%	20%
Property tax	0%	2,2%
Land tax	0%	1,5%
Transport tax (USD/h.p)	0	0,4 - 5,4
Social insurance tax*	14%	26%

*Limited to residents of innovation zones

ACCELERATED DEPRECIATION OPTION

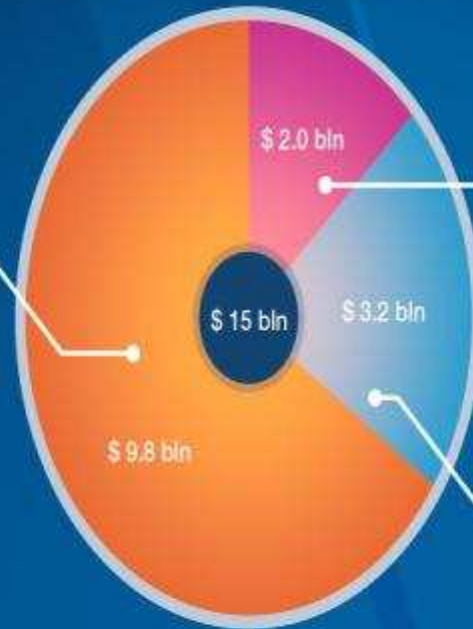
Residents of industrial SEZs and SEZs for tourism and recreation are entitled to apply accelerated depreciation of fixed assets by setting a multiplier (max. 2).

"Investor confidence is a factor of innovative development and successful upgrades to the economy in this country. Russia needs a true investment boom. Our essential objective is to create desirable conditions for investors."

Dmitry Medvedev

President of the Russian Federation
June 18, 2010

- ① Hotels and accomodation.
- ② Spa and wellness.
- ③ Food and beverage industries.
- ④ Service.
- ⑤ Retail.
- ⑥ Real estate.
- ⑦ Logistics and warehousing.



- ① Energy.
- ② Transport infrastructure.
- ③ Telecommunications.
- ④ Water supply and sewage.
- ⑤ Gas.
- ⑥ Cable cars, other.
- ⑦ Slopes infrastructure development.

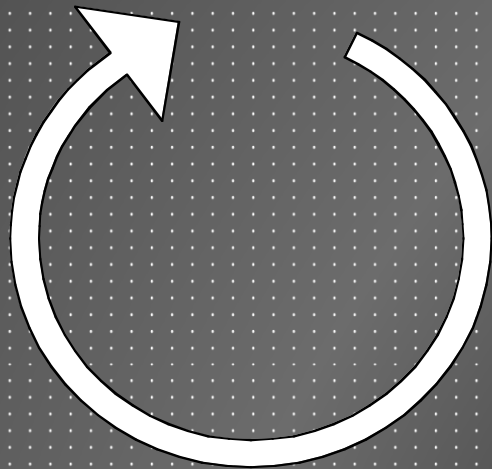
NORTHERN CAUCASUS RESORTS

- ① Land
- ② Money
- ③ State guarantee
- ④ Project documentation
- ⑤ Technical conditions

SPV

FOREIGN INVESTORS

- ① Money
- ② Equipment
- ③ Technology
- ④ Loans



FENÊTRE SUR L'INTERNATIONAL

4 - Benchmark de stations



ISÈRE
TOURISME

27/03/2014

LES 40 STATIONS DU PANEL

▶ EUROPE :

Alpe d'Huez ; Åre ; Bansko ; Borovets ; Bukovel ; Chamonix ;
Cortina d'Ampezzo ; Courchevel ; Crans Montana ; Flaine ;
Garmisch ; Innsbruck ; Kitzbühel ; Kopaonik ; Kranjska Gora ;
Krasia ; Krvavec ; La Plagne ; Les Arcs ; Megève ; Rosa Khutor ;
Saint Lary ; Serfaus Fiss Ladis ; Serre Chevalier ; Sestriere ; Saint
Moritz ; Tignes ; Val d'Isère ; Val Thorens ; Velika ; Verbier ; Zermatt

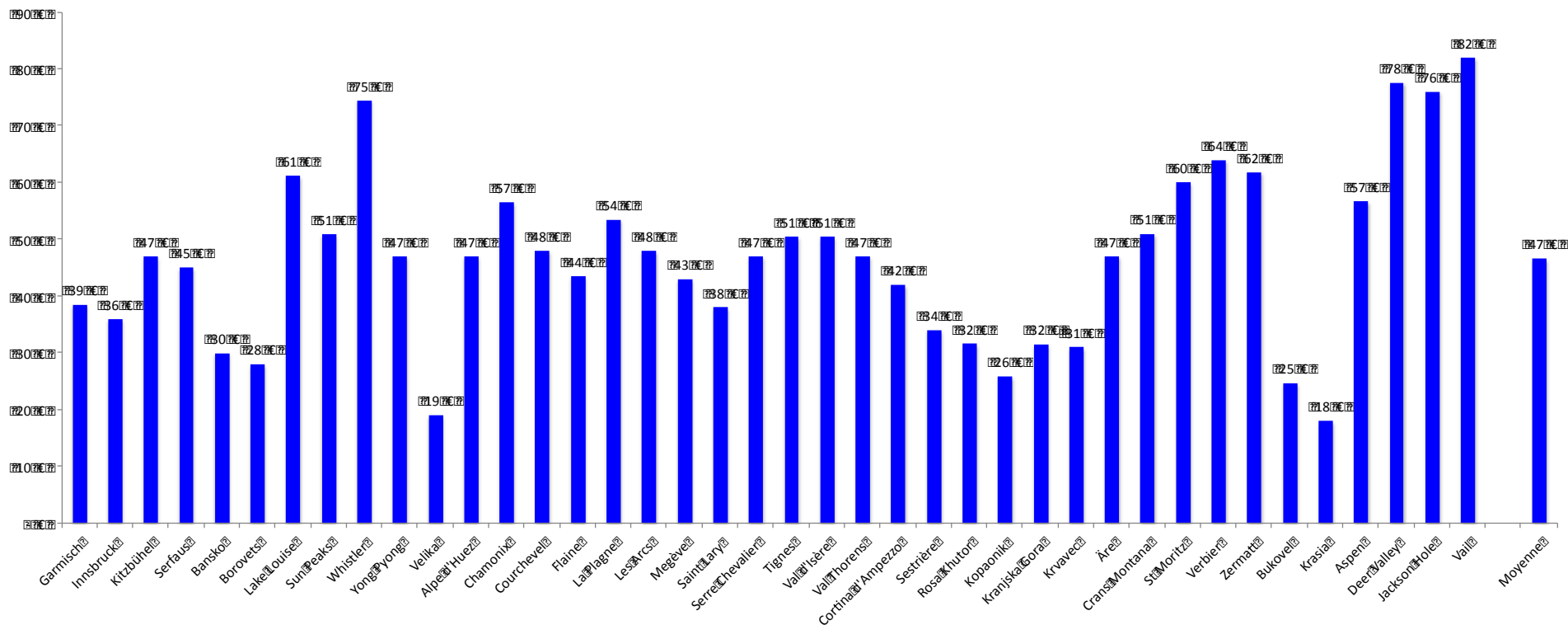
▶ AMÉRIQUE :

Aspen ; Deer Valley ; Jackson Hole ; Lake Louise ; Sun Peaks ;
Vail ; Whistler

▶ ASIE :

Yongpyong

LES FORFAITS JOURNÉES

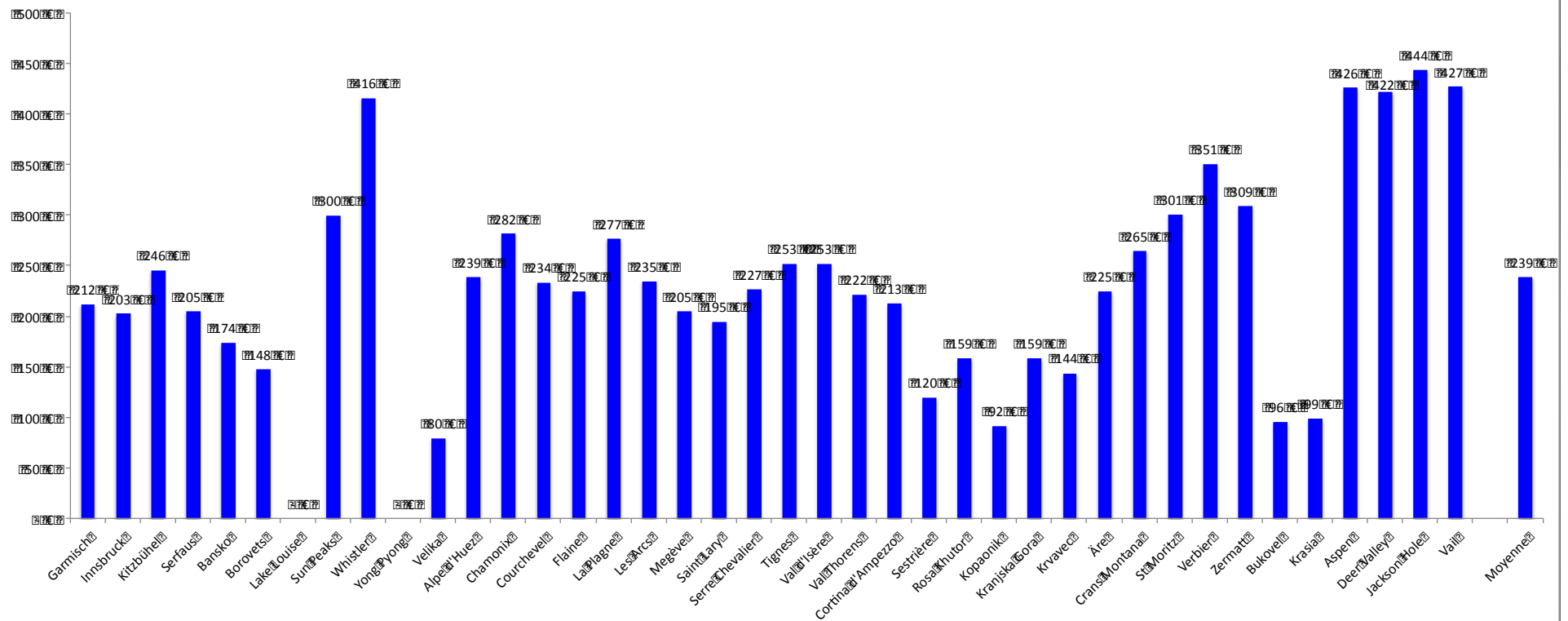


Moyenne du panel européen : 42 €

Moyenne du panel

américain : 68 €

LES FORFAITS 6 JOURS

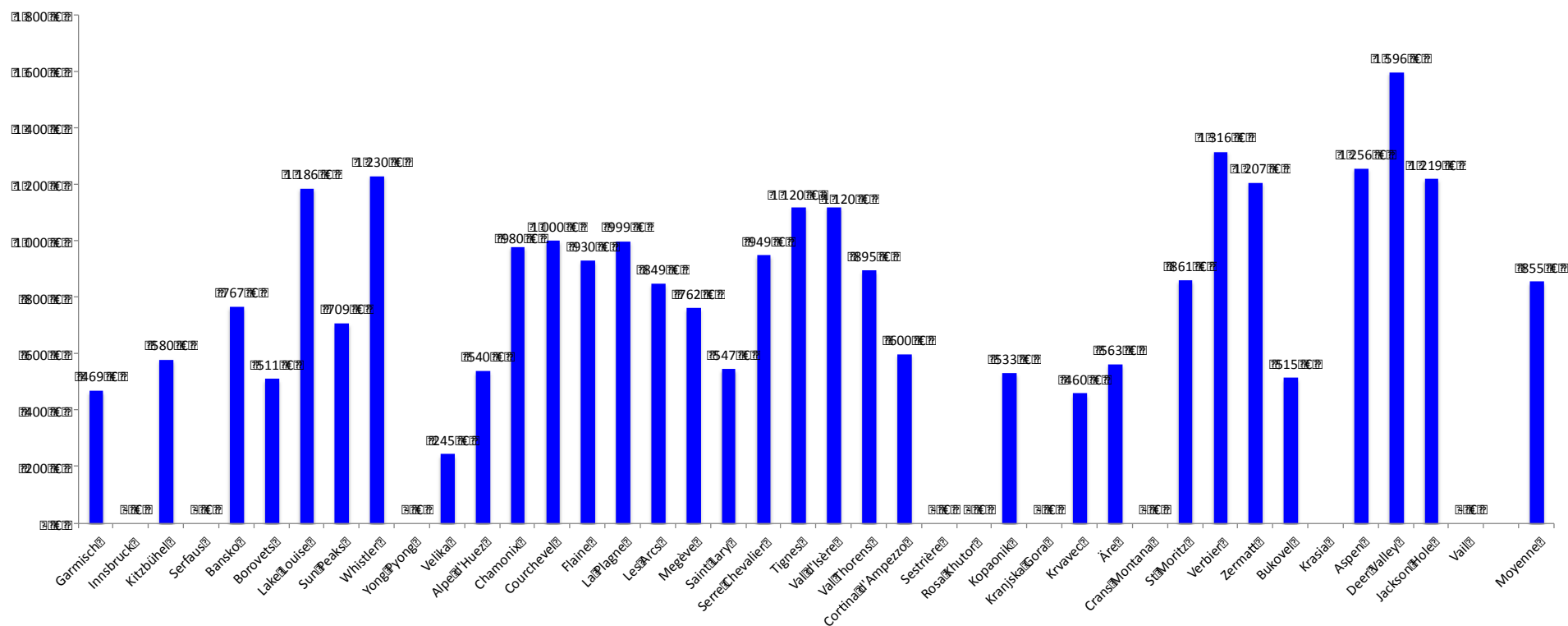


Moyenne du panel européen : 208 €

Moyenne du panel

américain : 406 €

LES FORFAITS SAISON

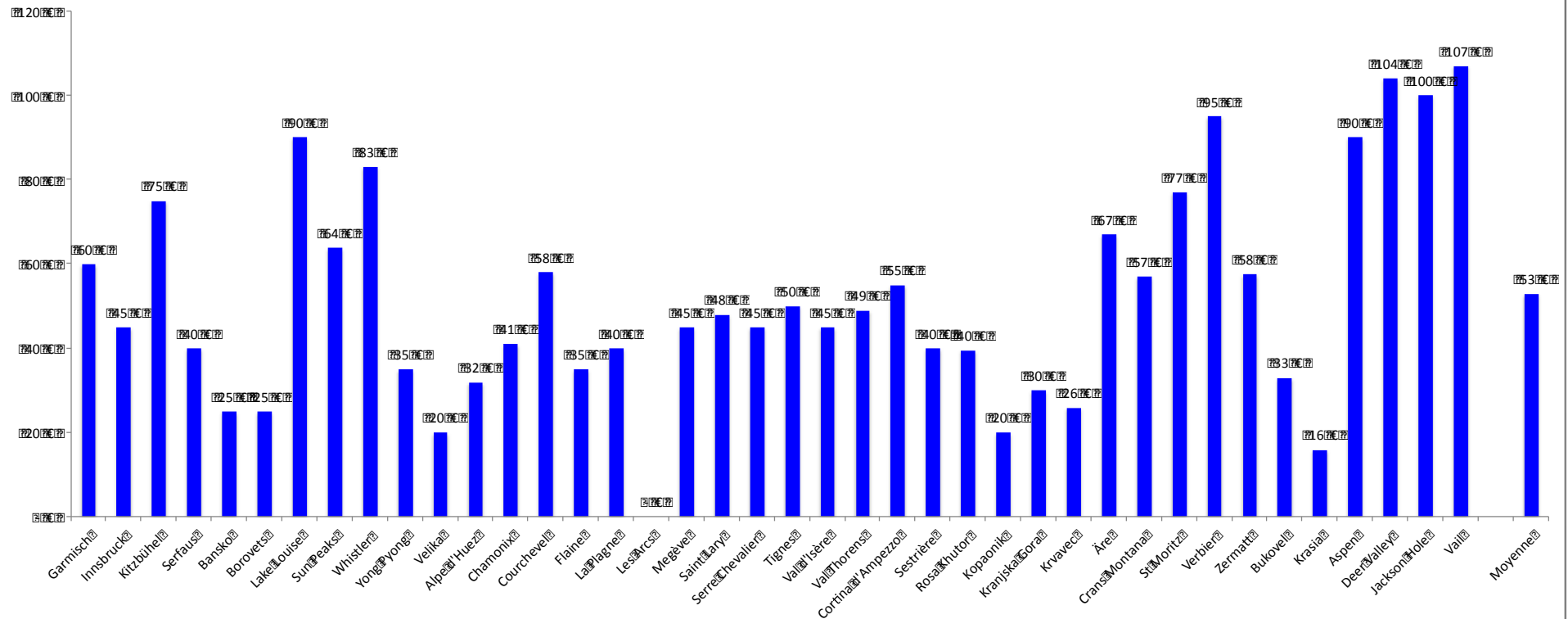


Moyenne du panel européen : 773 €

Moyenne du panel

américain : 1 199€

LE COURS DE SKI PRIVÉ D'UNE HEURE

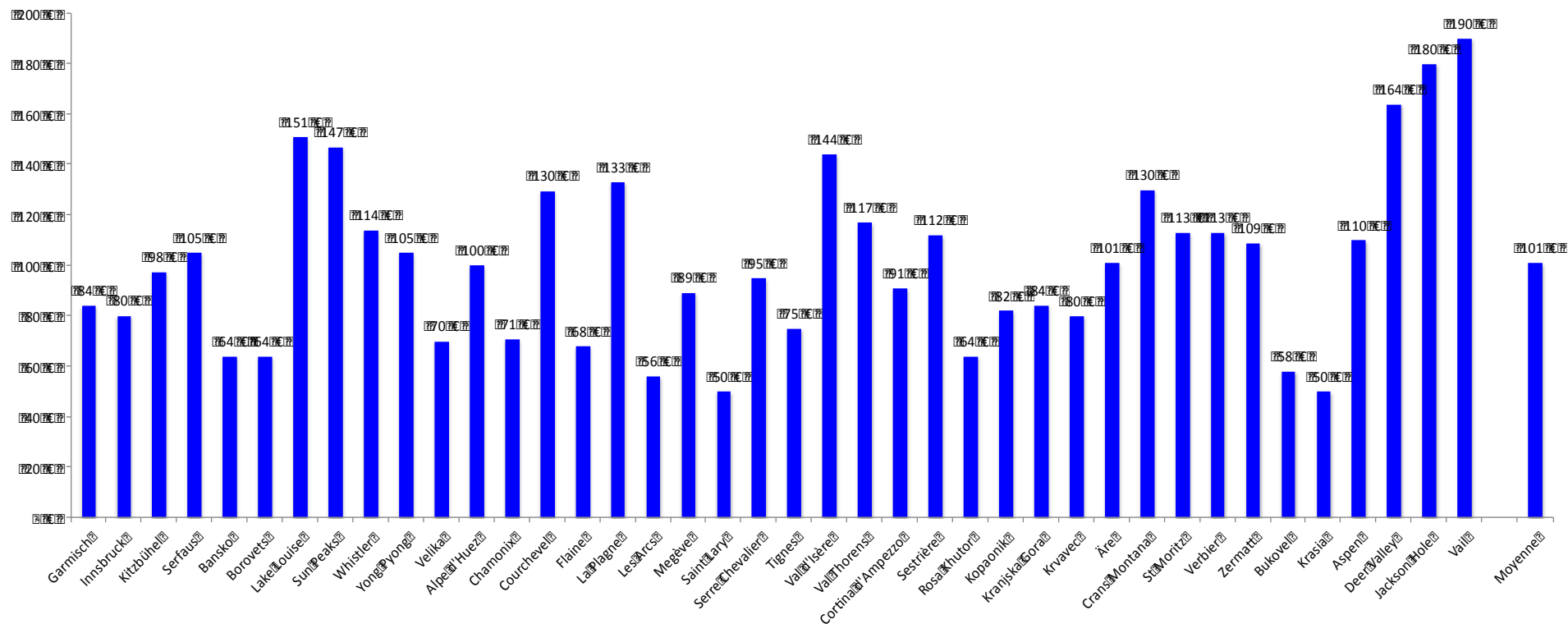


Moyenne du panel européen : 45 €

Moyenne du panel

américain : 91 €

LA LOCATION D'ÉQUIPEMENTS

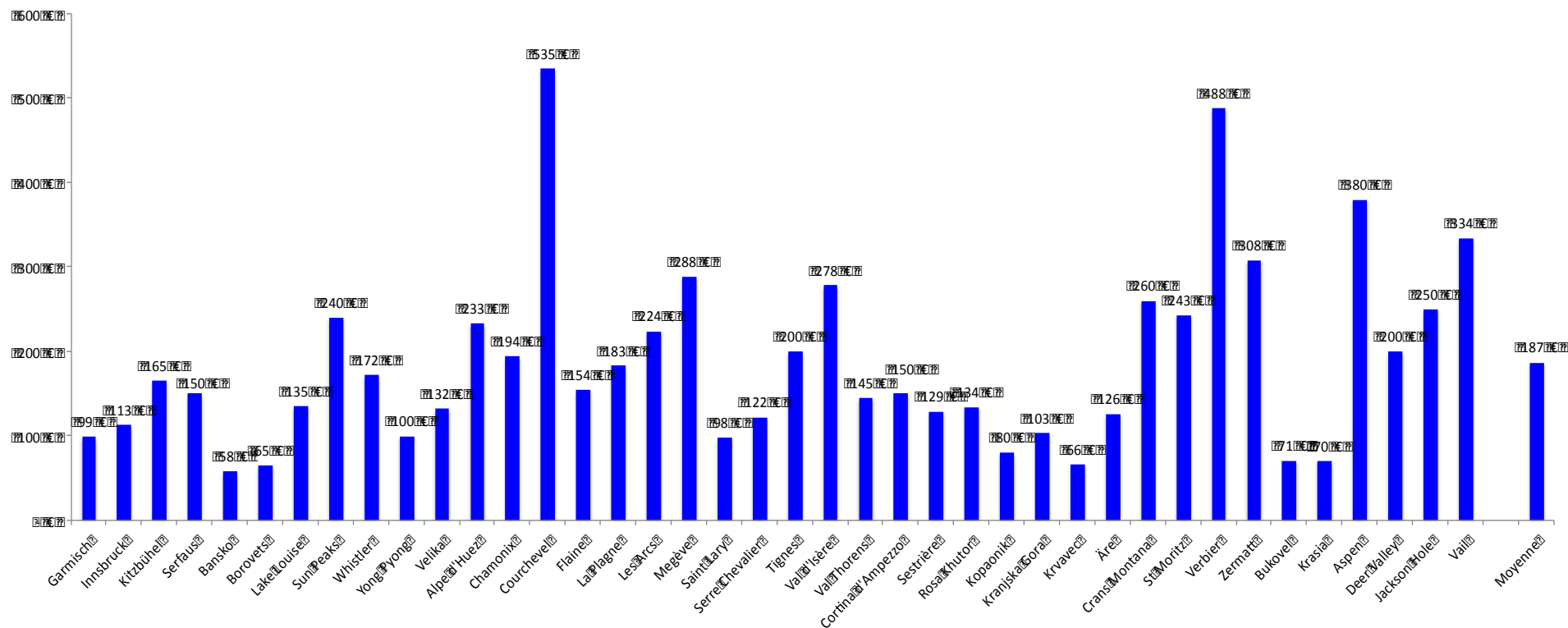


Moyenne du panel européen : 90 €

Moyenne du panel

américain : 151 €

UNE NUIT À L'HÔTEL

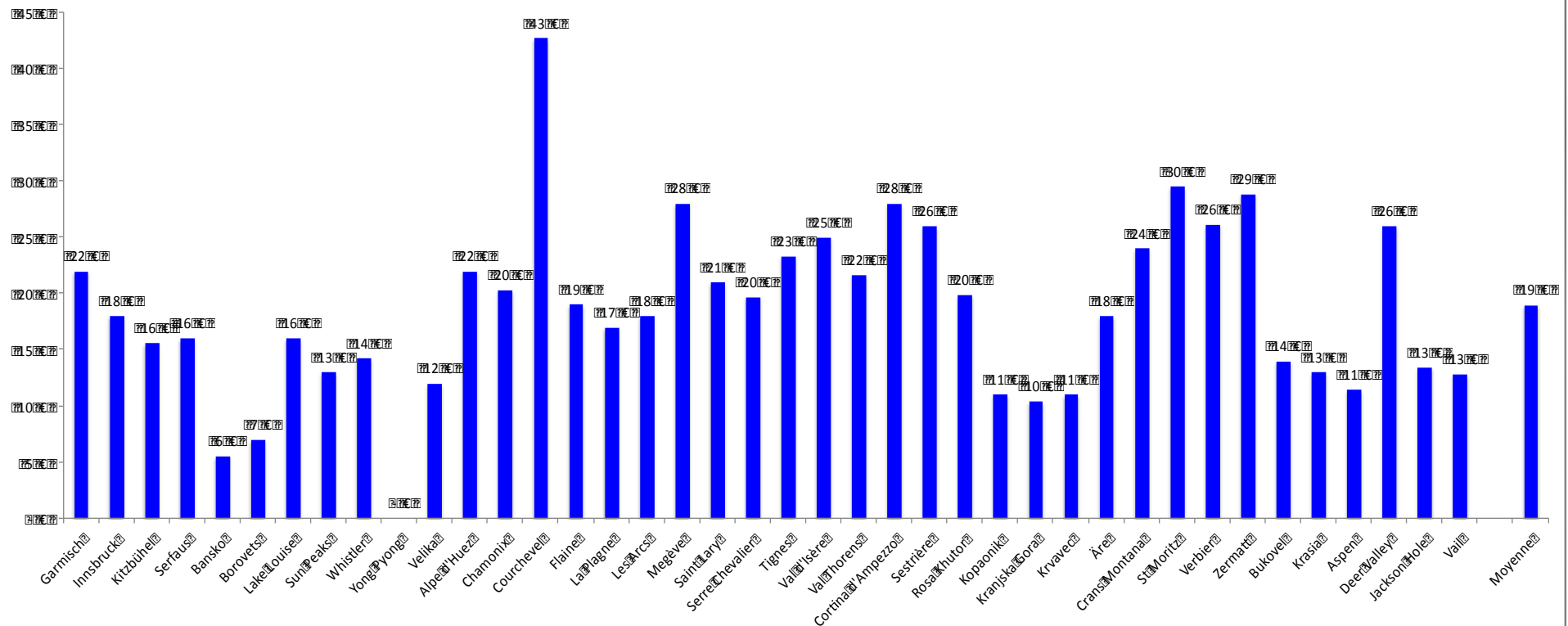


Moyenne du panel européen : 177 €

Moyenne du panel

américain : 244 €

UN REPAS LOCAL ET UNE BIÈRE

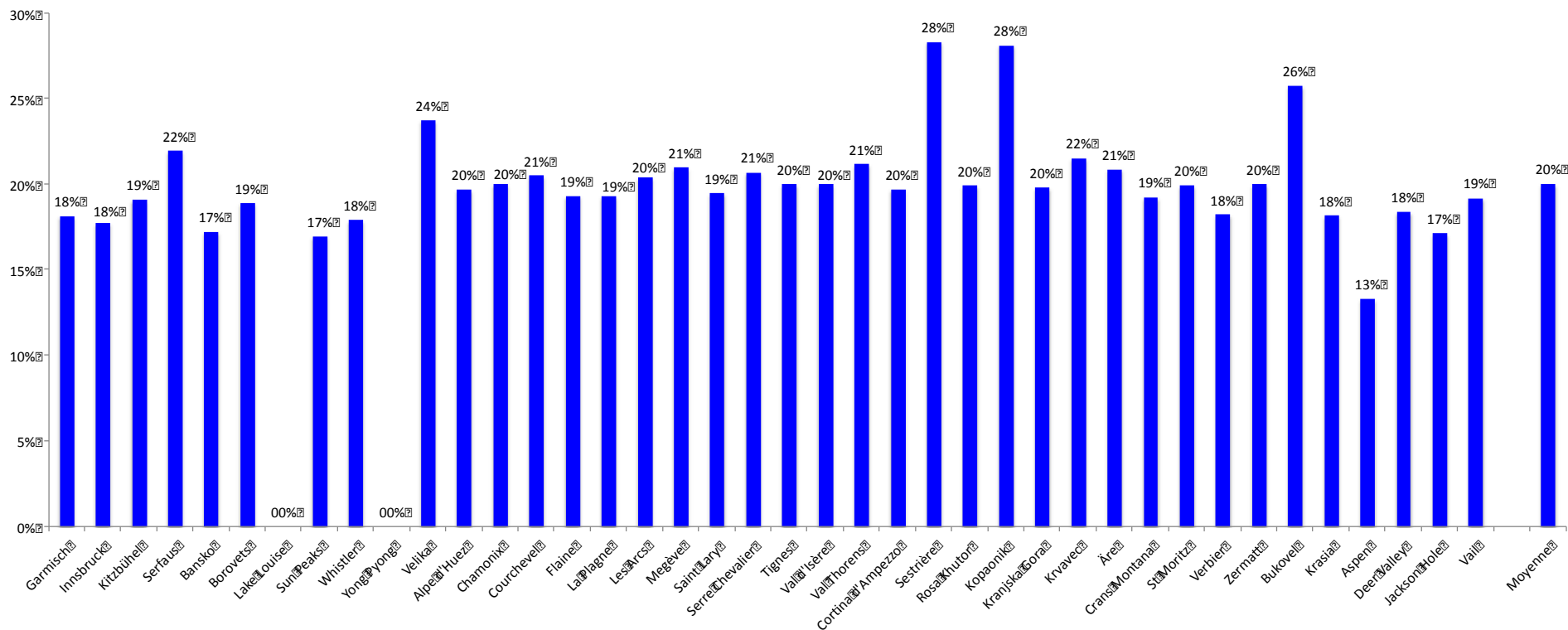


Moyenne du panel européen : 20 €

Moyenne du panel

américain : 15 €

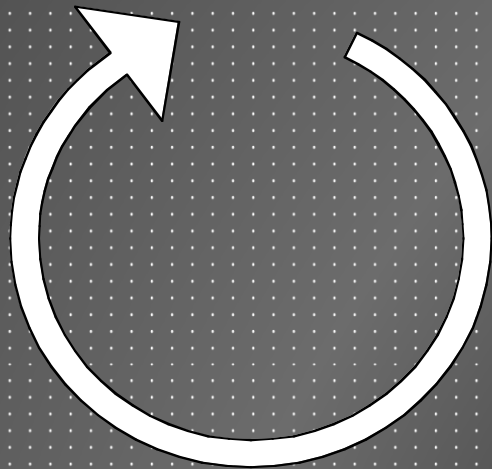
FORFAIT JOURNÉE / FORFAIT 6 JOURS



Moyenne du panel européen : 21 %

Moyenne du panel

américain : 17 %



FENÊTRE SUR L'INTERNATIONAL

MERCI DE VOTRE
ATTENTION



ISÈRE
TOURISME

27/03/2014