

L'archipel des Iles Vierges passe à l'offensive en 2016 en affirmant de fortes ambitions sur le marché français

Communiqué – 20 janvier 2016

Le nombre de **vols directs Paris/Saint-Martin** par Air France et Air Caraïbes (10 rotations par semaine) et l'offre aérienne de Winair (WM) ou la Liat (LI) pour rejoindre ensuite **Tortola (EIS) en moins de 45 minutes** n'a jamais été aussi riche. Dans ce contexte, Iles Vierges Britanniques vont **déployer tout au long de 2016 une série d'actions promotionnelles** en direction des tour-opérateurs, agences de voyage luxe, prescripteurs et grand public.

Ce **programme ambitieux** piloté par le **nouvel Office du Tourisme récemment ouvert à Paris en juin 2015** via **ATTRACT** vise notamment au **développement rapide de la programmation par les voyagistes français** parallèlement à un travail de fond pour **construire l'image et l'attractivité de l'archipel aux 60 îles** auprès de cibles de clientèles haut de gamme.

Les Iles Vierges disposent de **3 produits d'excellence** particulièrement en phase avec les exigences des clientèles françaises :

1. les **charters-yachts** (déjà commercialisés en France par [Moorings](#), [Sunsail](#), [DreamYachtCharter](#)...) – véritables « villas flottantes » qui permettent aux **tribus familiales ou d'amis** de sillonner avec un équipage aux petits soins ce magnifique archipel aux 60 îles,
2. les **îles-resort** ([Necker](#), [Guana](#), [Moskito](#), [Peter](#), [Scrub](#) ou [Cooper](#) island...) et villas ([BVIVillarental](#), [Oil Nut Bay](#)...) dont certaines sont clairement positionnées sur le **luxe hors normes**,
3. les **établissements de charme** mixant farniente et activités de nautisme dans des **sites naturels de prestige** ([Bitter End Yacht Club](#), [Anegada Beach Club](#)...)

Côté professionnels, l'office du tourisme lancera dès février un **manuel des ventes** digital afin de guider les TO et agences de voyage luxe dans leurs choix de programmation. Par ailleurs, un **éducteur** prévu début avril conduira des responsables de production à destination. Aussi, un **road-show à Paris et en province** (Riviera, Lyon, Bordeaux, Genève, Marseille, Nantes...) complétera le dispositif de formation des vendeurs d'agences haut de gamme. Enfin, les Iles Vierges renouvelleront leur présence sur l'**IFTM Top Resa** et renforceront leur participation sur l'**ILTM de Cannes**.

Côté consommateurs, la destination lancera son **tout premier site web en Français** dès avril et la **page Facebook** de la destination en français aura atteint à cette date via une campagne de recrutement son objectif plus de 10,000 fans. La destination sera par ailleurs présente lors des **salons nautiques de Monaco** (septembre), **La Rochelle** (octobre) et **Paris** (décembre). Des opérations de **marketing digital avec plusieurs OTA** (agences on-line) pour doper les ventes sont par ailleurs programmées dès le printemps 2016 en complément de **publicités en partenariat avec certains voyagistes** ainsi que dans la **presse spécialisée yachting, plongée, pêche et voyages de noce**. En support, un **programme consistant de relations presse et d'accueil de journalistes et blogueurs** viendra compléter le dispositif de notoriété.

Philippe Mugnier, directeur France de l'OT affirme « Avec un accès aérien désormais aisé, 2016 sera l'année de l'émergence des Iles Vierges en France. Cette destination répond aux besoins de diversification des TO par des produits atypiques et à forte valeur ajoutée en phase avec les demandes de clientèles françaises curieuses et avides de nouvelles expériences. Un programme intensif de promotion invite les voyagistes à saisir cette opportunité »



Contact : Philippe Mugnier c/o **ATTRACT** – British Virgin Islands Tourist Board (BVITB)
bvi@attract-pr.com – 07 64 09 16 64

Plateformes web : www.facebook.com/ilesviergesbritanniques - www.bvitourism.com

Espace pros : www.attract-pr.com/iles-vierges