

A vertical strip on the left side of the page featuring a repeating geometric pattern of interlocking diamonds and zig-zags in teal and white.

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

NOUVELLE-CALÉDONIE TOURISME



nouvelle
calédonie
Pacifique au cœur®



SOMMAIRE

ÉDITORIAL - P.3

1. NOUVELLE-CALÉDONIE TOURISME - P.4

2. LA STRATÉGIE DE RELANCE - P.11

3. LES PRINCIPALES ACTIONS 2022 - P.14

4. UN AN DE REPRISE EXPONENTIELLE... - P.24

UN NOUVEAU DÉPART



“ Pour rebondir après plus de deux ans de pandémie qui, comme dans le reste du monde, n'ont pas épargné son secteur touristique, le Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a pris la décision de s'investir davantage dans le groupement Nouvelle-Calédonie Tourisme en le repensant radicalement comme une véritable **Agence de Promotion Touristique internationale à l'échelle pays**. Pour cette nouvelle agence, la priorité a été de conduire la promotion de la destination à l'étranger en remobilisant tous les acteurs afin de soutenir au maximum la relance du tourisme international tant attendue.

Lors de son assemblée générale du 3 février dernier, les membres de l'ancien GIE “Nouvelle-Calédonie Tourisme Point Sud” (NCTPS) entérinaient ainsi définitivement la volonté de devenir “Nouvelle-Calédonie Tourisme” (NCT) tout court. Ses missions : assurer la promotion internationale de la destination, coordonner la stratégie tourisme et croisière du pays, mieux observer ses phénomènes touristiques en ayant davantage d'indicateurs statistiques, conseiller

les porteurs de projets et investisseurs... en collaboration avec les provinces et les communes qui restent chacune maîtresse dans leurs domaines de compétences respectifs.

Mais au-delà de la relance pour sortir enfin de la crise Covid, qui en décembre dernier était déjà bien engagée avec une reconquête de la fréquentation touristique internationale à près de 60 % par rapport à 2019, ce nouveau départ pour le groupement est porteur d'une forte ambition à long terme pour soutenir une politique touristique durable de tout l'archipel, en facilitant la collaboration et la cohérence d'actions entre les multiples acteurs publics et privés calédoniens.

La Nouvelle-Calédonie, qui est encore une destination touristique émergente, doit maintenant exploiter pleinement ce nouvel outil qu'est NCT réinventé pour valoriser au mieux son incroyable patrimoine naturel et l'authenticité de ses cultures auprès des voyageurs étrangers... et ainsi faire du tourisme durable une véritable industrie alternative d'avenir pour le pays !

Mickaël Forrest et Julie Laronde

Président et Directrice générale de NCT

An aerial photograph of a dense, vibrant green forest. A waterfall is visible, cascading down a rocky, light-colored path that winds through the center of the forest. The water appears as white and grey streaks against the dark green foliage. The surrounding hills are covered in thick, lush vegetation, with some areas showing lighter green moss or lichen. The sky at the top is a pale blue with soft white clouds.

1. NOUVELLE-CALÉDONIE TOURISME

NOUVELLE-CALÉDONIE TOURISME

Nouvelle-Calédonie Tourisme (NCT), l'agence de promotion touristique de la Nouvelle-Calédonie, est un groupement d'intérêt économique (GIE) qui fait le lien entre ses partenaires, institutionnels et professionnels du secteur, pour assurer la promotion touristique de la destination à l'international sous sa marque « Nouvelle-Calédonie Pacifique au Cœur ». Fondée en 2001, la structure, désormais sous l'égide du Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, est basée à Nouméa, mais compte également des représentations en Australie, en France métropolitaine, au Japon et en Nouvelle-Zélande.

SES CONTACTS

RIDET : 629618-001

RCS : Nouméa C 629618

COURRIER : BP 688 - 98845
Nouméa Cedex

ADRESSE : 20 rue Anatole France,
Immeuble Nouméa Centre

TÉLÉPHONE : (687) 24 20 80

EMAIL : info@nctps.com

SITE B2C : www.nouvellecaledonie.travel

SITE B2B : trade.newcaledonia.travel

LINKEDIN : www.linkedin.com/company/nouvellecaledonie

FACEBOOK : www.facebook.com/nouvellecaledonieFR/

INSTAGRAM : www.instagram.com/nouvellecaledoniefr/?hl=fr

YOUTUBE : www.youtube.com/channel/UCMUuqJkk1xqEDCS5KkuKv5Q

TWITTER : twitter.com/Nouvl_Caledonie

TIKTOK : www.tiktok.com/@nouvellecaledoniefr

SES VALEURS

CONCERTATION

« NCT inscrit résolument son action dans une logique de décroisement et de collaboration entre l'ensemble des acteurs, tous associés au rayonnement du tourisme calédonien. »

QUALITÉ

« Le touriste est au cœur de notre action. Ce qui fait de l'amélioration de la qualité de services et de l'expérience client, l'objectif clé de toute la destination. »

DURABILITÉ

« La force du tourisme calédonien, c'est la richesse de la Nouvelle-Calédonie. Pour la préserver, le tourisme se doit donc d'être respectueux des cultures locales et de l'environnement naturel. »

PROXIMITÉ

« Le groupement défend un tourisme de proximité, accessible à tous, et applique ce principe en étant au service constant de ses membres qu'ils accompagnent et conseillent. »

SES MISSIONS



STRATÉGIE

Associer, mobiliser et coordonner tous les acteurs du secteur autour d'une gouvernance stratégique partagée.



STATISTIQUES

Commander, collecter et diffuser toutes les données et études dans le cadre d'un observatoire du Tourisme, permettant de piloter plus objectivement l'activité.



COMMUNICATION

Mener des campagnes de communication et diffuser des contenus (sites web et réseaux) à l'étranger pour renforcer l'attractivité et la notoriété de la destination.



FORMATION

Former, inviter et encourager les revendeurs étrangers pour renforcer leur connaissance de la destination et les inciter à la proposer à leurs clients.



MARKETING

Négocier des campagnes de ventes en coopération avec les revendeurs et compagnies aériennes.



ÉVÈNEMENTIEL

Organiser ou soutenir des événements à portée internationale qui contribuent à l'attractivité ou à la notoriété de l'archipel.



RELATIONS MÉDIAS

Inviter, informer et faciliter l'accueil des médias et influenceurs étrangers.



ACCOMPAGNEMENT

Informer, conseiller et mettre en relation les porteurs de projets, les investisseurs et les prestataires touristiques avec les autres acteurs touristiques (revendeurs internationaux, institutions locales et organisations internationales).

SES OUTILS EN 2022

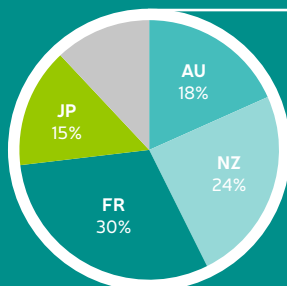


SITES WEB

trade.newcaledonia.travel

24 K VISITEURS
(40 K PAGES VUES)

B2B



www.newcaledonia.travel

674 K VISITEURS
(1,5 M PAGES VUES)

→ Lifting graphique et ajout de 22 pages en 3 langues en 2022
→ Lancement d'une refonte intégrale pour 2023

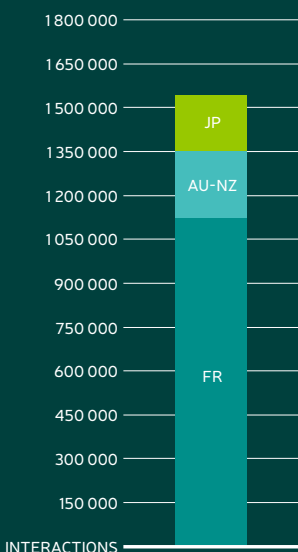
B2C



NEWSLETTERS

227 K CONTACTS DANS LE MONDE
(+42 799 NOUVEAUX ABONNÉS EN 2022)

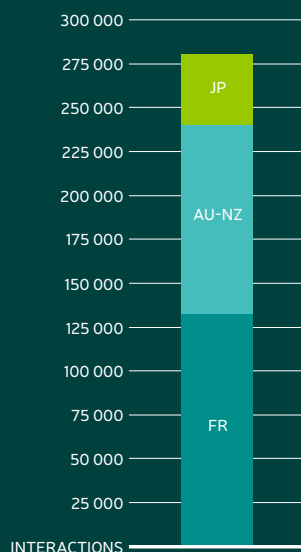
EN : 111 184 B2C / 4 720 B2B
FR : 62 646 B2C / 4 224 B2B
JA : 41 997 B2C / 2 038 B2B



INTERACTIONS

FACEBOOK

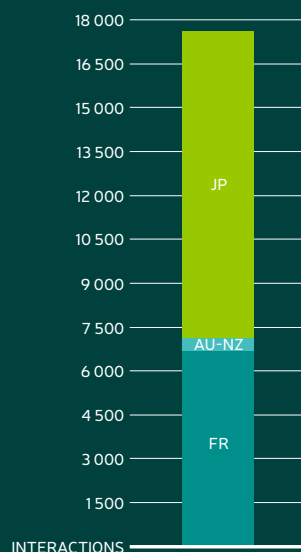
287 585 abonnés
8,2% engagement



INTERACTIONS

INSTAGRAM

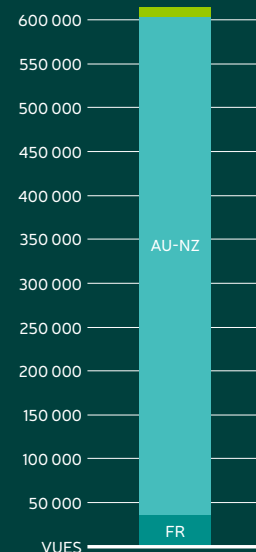
74 304 abonnés
3,2% engagement



INTERACTIONS

TWITTER

43 916 abonnés
800 K impressions



VUES

YOUTUBE

5 158 abonnés
621 665 vues



RÉSEAUX SOCIAUX

427 K ABONNÉS
DANS LE MONDE
42% FRANÇAIS
47% ANGLOPHONES (AU-NZ-SG)
11% JAPONAIS



LINKEDIN

6 396 abonnés
+1463 en 2022



TIKTOK

9 200 abonnés
1 053 192 vues



PINTEREST

229 abonnés
14,5 K impressions



RÉFÉRENCEMENT APIDAE

2787 PRODUITS TOURISTIQUES RÉFÉRENCÉS

DONT 1 072 FICHES TRADUITES EN ANGLAIS

sur la base de données mise à jour par l'ensemble des organismes de promotion NC



**50
HÔTELS**



**157
GÎTES &
CHAMBRES
D'HÔTES**



**61
CAMPINGS**



**443
LOISIRS &
TRANSPORTS**



**220
RESTAURANTS**
(hors snacks, bars
et tables d'hôte)



**50
ÉVÉNEMENTS**

MÉDIATHÈQUE

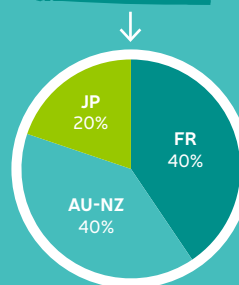


30 060 PHOTOS TÉLÉCHARGEABLES
+4037 EN 2022



880 VIDÉOS DIFFUSÉES
+150 FR/EN/JP EN 2022

Nos photos et rushes vidéos libres de droits sont mis à la disposition des médias, membres et partenaires de NCT sur images.newcaledonia.travel/nct/ ou par demande mail.



ELEARNING & INCENTIVE

**656 REVENDEURS FORMÉS EN LIGNE VIA
LE PROGRAMME «NEW CAL SPECIALIST»**

DONT 527 INITIÉS ET 129 AVANCÉS/EXPERTS
actifs sur notre plateforme e-learning et bénéficiant d'avantages exclusifs.

EN 2022 :

- 200 nouveaux inscrits dont 60 FR / 96 AU-NZ / 42 JP
- Adaptation des 6 modules de formation pour prise en compte de Singapour
- Traduction des 3 derniers modules en japonais



COUVERTURE MÉDIATIQUE

782 RETOMBÉES MÉDIAS GÉNÉRÉES À L'ÉTRANGER

371 M XPF DE CONTRE-VALEURS PUBLICITAIRES POUR LA NC

en invitant en 2022 : TF1, Figaro Magazine, Daily Mail, NZ Herald, Travel Intern, Public Sénat, Asian Journey, The Edge, The Straits Times, Zexy, Kia Ora, SBS, Karry On, The Explorer, The Carousel...



**5
TV**



**6
INFLUENCEURS**



**15
PRESSES**

SES ÉQUIPES - 01/04/23



Aircalin
Représentation
Japon



Nouvelle Vague
Représentation
Australie



Nouvelle Vague
Représentation
Nouvelle-Zélande



Interface
Représentation
France



**Julie
LARONDE**
Directrice générale



**Mickaël
FORREST**
Président



**Édouard
CASTAING**
1^{er} Vice-Président



**Arnaud
PASCO**
2^e Vice-Président



**Philippe
ARTIGUE**
Directeur marketing
et communication



**Mireille
PHAM**
Interimaire Responsable
Administratif et Financier



**Tarita
JAMET-TAIE**
Secrétaire-Comptable



**Nellye
KAMOUDA**
Coordinatrice
séjours invités et
événementiel



**Caroline
MARLIER**
Assistante
coordination invités
et événementiel



**Manon
WALTZING**
Chef de projet
digital & Animatrice
APIDAE



**Auriane
DEMEUSY**
Coordinatrice des
contenus digitaux



**Kenzo
TANAKA**
Assistant digital



**Joanna
JULLIEN**
Chargée de
communication



**Dorian
VIOLA**
Chargé d'études
marketing

SON CONSEIL D'ADMINISTRATION - 27/04/22



GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE

Mickael FORREST

Membre et administrateur de droit



HAUT-COMMISSARIAT
DE LA RÉPUBLIQUE
EN NOUVELLE-CALÉDONIE

Marilyn MARESCA

Membre et administrateur de droit



AIRCALIN

Didier TAPPERO



CHAMBRE DE COMMERCE ET
D'INDUSTRIE DE N-CALÉDONIE

David GUENANT



ILE LOYAUTÉ EXPLORER

Camille MONVOISIN



LYVAI TOUR

Fabrice LECOMTE



NEW CAL EVENTS

Arnaud PASCO



NOUMÉA DISCOVERY

Sylvie HELMY



SOUTH PACIFIC TOURS

Akane NAKAJIMA



SUDILES - BETICO

Edouard CASTAING



SYNDICAT DES ACTIVITÉS
NAUTIQUES TOURISTIQUES

Gilles WATELOT



SYNDICAT DES COMMERÇANTS
DE NOUVELLE-CALÉDONIE

Dominique ANDREAU



UNION DES HÔTELS DE
NOUVELLE-CALÉDONIE

Jean-Pierre CUENET



PROVINCE NORD
DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE

PROVINCE NORD

Patrice KASANWARDI

Membre à titre consultatif uniquement

SES 80 MEMBRES - 15/12/22

GOUVERNEMENT DE LA N-CALÉDONIE

ABACA CROISIERES

ABYSS PLONGÉE

ADPULSE - RESA.NC

AGENCE KENUA

AIR CALÉDONIE

AIRCALIN

AITO CHARTER

AMA RENT LOCATION

AQUARIUM DES LAGONS

ARC-EN-CIEL SERVICE

AUTHENTIK CALEDONIA

AVENTURE PULSION

AVIS + BUDGET NC

BEACH HOUSE LODGE

BETICO

BLUE LAGOON TAXI BOAT

BOURAIL SHUTTLE SERVICE

CALEDONIA OFFROAD LATITUDE

CAP ULM - CENTRE AIR PASSION

CASINO DE NOUMÉA

CASINO TÉLÉ-BINGO

CASY EXPRESS

CCI

CERCLE NAUTIQUE CALÉDONIEN

CHALLENGE ORGANISATION

CHÂTEAU ROYAL

CREATION EVENTS

CREIPAC

DAL'OCEAN CHARTER

DREAM YACHT CHARTER NC

GARDEN GOLF DE DUMBÉA

GARDENIA COSMÉTIQUE

GONDWANA HÔTEL

GROUPE LA PROMENADE

HERTZ

HIBIS'AIR

HÔTEL BANU

HÔTEL BEAURIVAGE

HÔTEL DU CENTRE

HÔTEL HIBISCUS

HÔTEL INTERCONTIENTAL LIFOU WADRA BAY

HÔTEL LE LAGON

HÔTEL LE PARIS

ILES LOYAUTÉ EXPLORER

KUNIÉ ISLAND

KUNIE SCUBA CENTER

LA BELLE VERTE CANOPY TOURS

LAND COMMUNICATIONS

LASER ART PACIFIC

LE MÉRIDIEEN NOUMÉA RESORT & SPA

LE STANLEY NOUMÉA

LONG ISLAND FISHING

LYVAI TOUR

MASA.CO

NEW CALEDONIA FISHING SAFARIS

NEWCAL EVENTS

NOUMEA DISCOVERY TRAVEL COMPANY

NOUMÉA YACHT SERVICES

ODYSSEY SQUALE

OURÉ LODGE

PACIFIQUE LAGON VOYAGES

PARADIS D'OUVÉA

POÉ CÔTÉ LAGON - BEACH BUNGALOWS

POÉ LAGOON CRUISE - OUEST CORAIL

POINT ROUGE

PROMENADE TOURS

RAMADA HÔTEL & SUITES

SANT NC - MAISON DU LAGON

SARL PERRY - TOURAMEX

SEM DE TINA - GOLF DE TINA

SOUTH PACIFIC TOUR

SYNDICAT DES COMMERÇANTS

SYNDICAT DES RESTAURANTS, BARS ET
DISCOTHÈQUES DE NC

TEAM EVENTS

TOUTAZIMUT

TRANSAT TOURS

UNION DES HÔTELS DE NC

UNION DES TRAILERS DE NC

VAQUEROS RANDO

ADHÉSION AU GROUPEMENT

En adhérent à Nouvelle-Calédonie Tourisme, chaque membre bénéficie d'avantages exclusifs et veille à contribuer à la valorisation de l'image et à la qualité d'accueil de la destination. Il s'engage ainsi à respecter la « *Charte des droits et devoirs du groupement* ».

LES DROITS

Quels sont les avantages à rejoindre le groupement ?

1. Participer aux décisions du groupement
2. Renforcer sa visibilité dans les supports promotionnels
3. Avoir des facilités d'inscription aux événements
4. Bénéficier d'expertise, d'études et de contacts pros
5. Accéder à notre banque d'images/vidéos et à nos solutions web
6. Intégrer le parcours des invités médias et revendeurs

LES DEVOIRS

Quels sont les engagements pour participer à l'attractivité de la destination ?

1. Maintenir son activité professionnelle en règle chaque année
2. Garder son référencement à jour
3. Assurer un service de qualité et durable
4. S'investir dans l'action du groupement
5. Porter haut les couleurs de la destination et de NCT

RETROUVEZ PLUS D'INFOS ET LE FORMULAIRE D'ADHÉSION SUR
www.nouvellecaledonie.travel/adhesion/

COTISATION ANNUELLE 2022-2023

Le montant de la cotisation annuelle de NCT varie selon la nature juridique et la taille de la structure adhérente. Il est ensuite ajusté au prorata du nombre de mois pleins qui séparent la date de l'admission de la fin de l'exercice. Payable en un seul règlement dans les 2 mois à compter de la date de réception de l'appel à cotisation, cette participation financière conditionne l'accès aux services du G.I.E Nouvelle-Calédonie Tourisme.

CATÉGORIE MEMBRE	CRITÈRE
Associations et groupements (syndicats, groupements professionnels, Office de Tourisme...)	Nombre de membres
Sociétés ou établissements à caractère commercial (public ou privé) et travailleurs indépendants (SPL, SAS, SA, SARL, EURL...)	Effectif salarié
Établissements publics à caractère administratif (CCI, CMA...)	Forfaitaire
Collectivités territoriales (Communes, la NC, l'Etat...)	Forfaitaire

TRANCHE	MONTANT DE LA COTISATION 2022
Moins de 10 salariés ou membres	15 000 F CFP
De 10 à 29 salariés ou membres	25 000 F CFP
De 30 à 49 salariés ou membres	50 000 F CFP
Plus de 50 salariés ou membres	80 000 F CFP
Établissements publics à caractère administratif	150 000 F CFP
Collectivités publiques	1 000 000 F CFP

An aerial photograph of a tropical beach. The water is a vibrant turquoise color, transitioning to a lighter, sandy hue near the shore. A dense, lush green forest covers the land, with palm trees visible. A small, curved sandy beach is visible on the right side of the frame, with a few people walking on it. The sky is a clear, pale blue.

2. LA STRATÉGIE DE RELANCE

REMOBILISER, RECONSTRUIRE ET RECONQUÉRIR...

Pour relancer le tourisme international en Nouvelle-Calédonie après 2 ans d'isolement, il était nécessaire de coordonner d'abord l'industrie touristique dans cette reprise en adaptant nos modèles aux nouveaux standards mondiaux, tout en communiquant massivement à l'étranger pour remettre en tête la destination, avant d'enfin déployer des campagnes de vente à chaque assouplissement des restrictions sanitaires de voyages sur nos marchés :

- en France métropolitaine dès janvier
- en Australie dès mai
- en Nouvelle-Zélande à partir de juin
- à Singapour en juillet (avec l'ouverture d'une nouvelle liaison aérienne par Aircalin)
- Bientôt au Japon (reprise du marché espéré au 2^e semestre 2023).

C'est pourquoi, tout au long de l'année 2022, NCT a organisé son plan d'action autour de :

TROIS AXES STRATÉGIQUES PRIORITAIRES

1. REMOBILISER ET ACCOMPAGNER TOUS LES ACTEURS DANS LA REPRISE

EN COMMENÇANT par **refonder Nouvelle-Calédonie Tourisme**, sous l'égide du Gouvernement NC, afin d'élargir sa représentativité aux acteurs de tout le territoire et en renforçant ses liens avec les instances internationales et nationales (Atout France, DGOM, FEDOM, SPTO...).

EN ASSOCIANT les principaux acteurs locaux, publics et privés du secteur, à la prise de décision et à l'action, en mutualisant les moyens autour d'un nouveau **Contrat de destination Relance** et de la création d'un **comité de pilotage Croisière**.

EN RÉALISANT, un **état des lieux de l'offre** touristique calédonienne fortement impactée pour en informer nos réseaux de distribution à l'étranger, avant de les encourager à se remettre en relation directe avec les professionnels locaux notamment lors du **workshop «RDV in New Cal»**.

EN ACCOMPAGNANT la **réassurance sanitaire** et la clarification des conditions de voyage en facilitant l'adaptation de la destination aux nouvelles normes sanitaires et commerciales post-crise, en allant notamment sur le terrain lors de la **tournée des communes** de notre président et en organisant des séminaires de formation **«Know Your Markets»** dans chaque province.

2. RECONSTRUIRE L'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

EN CAPITALISANT d'abord sur les efforts de communication maintenus coûte que coûte pendant la fermeture des frontières, afin de recibler, à chaque réouverture de marché, de nombreux prospects étrangers déjà identifiés et engagés dans la destination. En effet, grâce aux diverses opérations déployées par NCT, environ 1600 revendeurs étrangers ont été formés en ligne sur la destination avec notre programme d'e-learning et d'incentive **«New Cal Specialist»**, plus de **500000 abonnés aux réseaux sociaux et newsletters** ont été inspirés par la création permanente de contenus multimédias attractifs à propos du Caillou, des milliers d'internautes ont été attirés par des jeux-concours très populaires comme **«New Caledonia Coming Soon»**...

EN DÉPLOYANT une vaste **campagne de notoriété multicanal**, **«Are you ready for New Caledonia?»**, adaptée à chaque marché et ciblée plus particulièrement sur les voyageurs les plus aventureux (susceptibles de surmonter les craintes de la reprise).

EN PARRAINANT des événements populaires locaux ou à l'étranger, tels que le **French film festival** en Australie/NZ, le **festival Voilah!** à

Singapour ou le salon « **Tourism Expo** » au Japon.

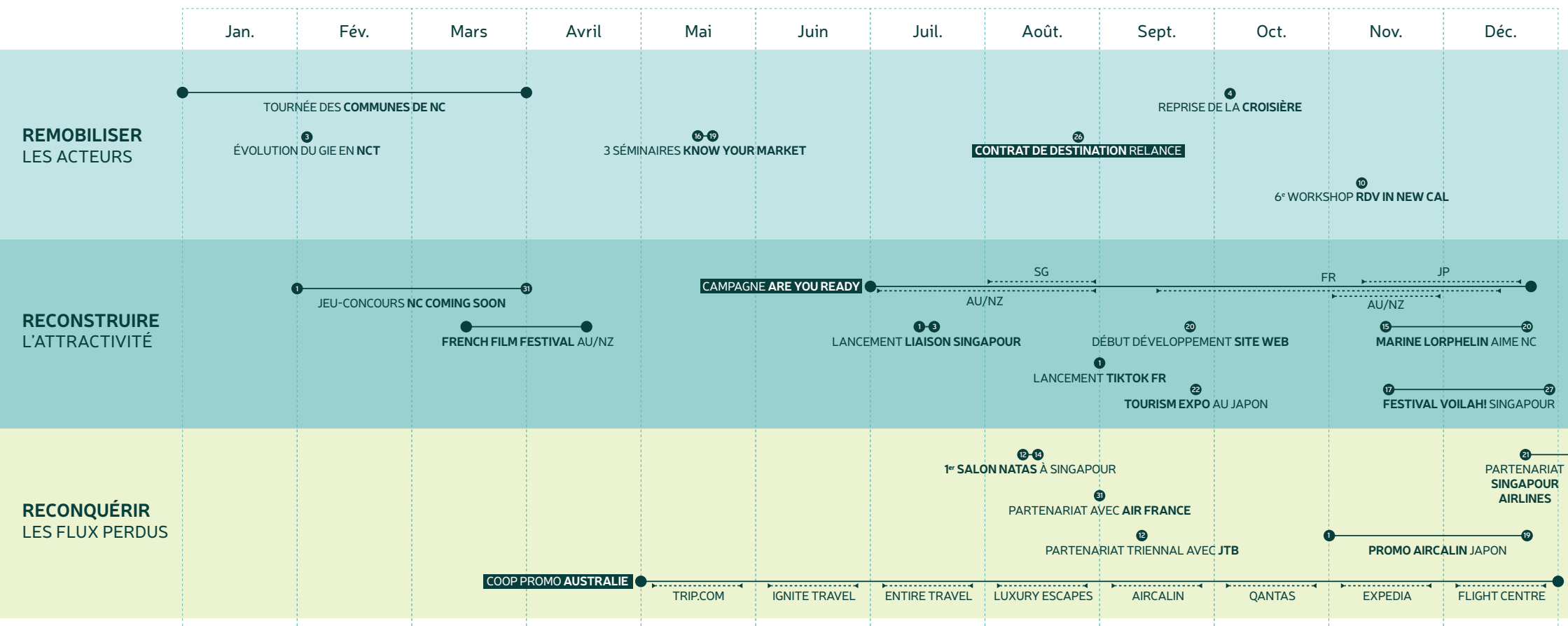
EN AMPLIFIANT la couverture médiatique de la destination par l'invitation et l'accueil de près d'une centaine de **journalistes, influenceurs et VIP étrangers**, avec des actions particulièrement relayées comme « **Marine Lorphelin aime la NC** ».

3. RECONQUÉRIR LES FLUX TOURISTIQUES PERDUS

EN LANÇANT des **campagnes de vente régulières en coopération avec nos principaux revendeurs** (tour-opérateurs et OTA) et en coordination avec les acteurs locaux qui proposent leurs offres, pour convaincre les clients sur chaque marché prioritaire de passer concrètement à l'acte d'achat d'un séjour en Calédonie via des séjours à prix compétitifs et avec des packages d'activités variées attractifs.

ENFIN, EN NOUANT des **partenariats au long court avec les compagnies aériennes** (Aircalin, Air France, Qantas et Singapore Airlines) ou d'importants réseaux de ventes comme le japonais JTB.

Ventes flash, offres promos, mises en avant préférentielles, coupons de réduction, cadeaux bonus... tous les leviers du marketing ont ainsi été déployés pour porter cette relance touristique à marche forcée dans un environnement ultra concurrentiel et considérablement bouleversé par la crise Covid dans le monde entier.



An aerial photograph of a tropical eco-lodge. In the foreground, several small huts with white walls and steeply pitched thatched roofs are nestled among lush greenery, including palm trees and tall, thin trees. A dirt path winds through the huts. In the background, a vibrant turquoise lagoon stretches towards a distant island under a clear blue sky with a few wispy clouds. The water's color transitions from a deep blue to a lighter turquoise near the shore, indicating a shallow reef flat.

3. LES PRINCIPALES ACTIONS 2022



REMOBILISER

CHANGEMENT DE STATUTS POUR NCT

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE | NOUVELLE-CALÉDONIE | 03/02

Pour rebondir après 2 ans de pandémie délétaire pour le tourisme, le GNC repense « Nouvelle-Calédonie Tourisme » en une véritable Agence de Promotion Touristique internationale à l'échelle pays. Pour cette nouvelle agence, la priorité est de promouvoir la destination à l'étranger et de coordonner la stratégie tourisme avec tous les acteurs locaux pour accompagner la relance du tourisme international à venir.

- Vote des nouveaux statuts du GIE
- Validation de la stratégie de relance



REMOBILISER
RECONSTRUIRE

ACCUEIL D'INVITÉS MÉDIAS/VIP/PROS...

RELATION PUBLIQUE
MULTIMARCHÉS
TOUTE L'ANNÉE

NCT a été à l'initiative ou associé à l'accueil de 240 invités en NC pour démultiplier la couverture médiatique de la destination à l'international, former les revendeurs étrangers et renforcer l'attractivité des événements locaux.

- 19 équipes médias (44 pax) invitées en reportage TV/presse/influenceur
- 27 délégations de tour-opérateurs (56 pax) invitées en éductours
- 8 soutiens d'événements culturels ou sportifs avec 115 accueils VIP

JAN.

FÉV.

MARS

AVRIL

RECONSTRUIRE



NEW CALEDONIA COMING SOON

CAMPAGNE D'INSPIRATION | MULTIMARCHÉS | 07/02 > 15/04

Jeu-concours, avec billets Aircalin offerts, pour faire patienter et inspirer les touristes avant la levée des restrictions de voyage, basé sur l'identification des profils de voyageur et la suggestion d'itinéraire personnalisé.

- 9,2 M impressions digitales (AU/NZ/FR/JP)
- 45,6 K participants inscrits (AU/NZ/FR/JP)
- Diffusion à 110 000 cinéphiles du French Film Festival (AU/NZ)





REMOBILISER

KNOW YOUR MARKET

SÉMINAIRES
NOUVELLE-CALÉDONIE
16/05 › 19/05

Mi-mai, pour aider les prestataires locaux à mieux appréhender et accueillir à nouveau les touristes étrangers, NCT organisait ses sessions d'information «Know Your Market» dans chaque province. L'occasion pour près d'une centaine de professionnels d'échanger de manière concrète avec les représentants locaux et extérieurs de la destination sur les nouveaux enjeux et attentes des voyageurs et revendeurs étrangers, après la crise covid.

- 3 séminaires organisés à Nouméa, Lifou et Koné



RECONSTRUIRE

ARE YOU READY FOR NEW CALEDONIA

CAMPAGNE DE NOTORIÉTÉ | MULTIMARCHÉS | 01/07 › 20/12

Diffusion massive d'une campagne de notoriété et d'annonce de la réouverture de la destination, multilingue et multicanal, reposant sur la mise en avant d'un carrousel de 13 expériences emblématiques de Nouvelle-Calédonie.

- 61 M d'impressions digitales (AU/NZ/FR/JP)
- 181 K clics (AU/NZ/FR/JP)
- Affichages urbains et pubs presses

MAI

JUIN

JUIL.

RECONQUÉRIR



COOPÉRATION AVEC LES TOUR-OPÉRATEURS

CAMPAGNES DE VENTE | AU & NZ | 17/05 › 31/12

Négociation de multiples campagnes promo conjointes avec les principaux revendeurs AU/NZ : Ignite Travel, Luxury Escapes, Trip.com, Expedia, Entire Travel, Aircalin et Qantas Hotels.

- 18 941 séjours vendus en Australie
- 7 338 séjours vendus en Nouvelle-Zélande



RECONSTRUIRE

OUVERTURE DE LA LIAISON AVEC SINGAPOUR

CAMPAGNE DE LANCEMENT SINGAPOUR
01/07 > 31/07

Pour accompagner le lancement de la nouvelle liaison vers Singapour d'Aircalin en juillet dernier, NCT a entamé un vaste travail de promotion de la destination et de prospection des acteurs singapouriens.

- Organisation de la délégation officielle pour le 1^{er} vol
- Animation d'un séminaire avec 70 revendeurs clés SG le 3 juillet
- Invitation de 8 médias/influenceurs SG en NC du 4 au 8 juillet
- Affichage sur 310 écrans pubs et 1 station de train pendant un mois



REMOBILISER

CONTRAT DE DESTINATION RELANCE 2022-2024

ACCORD | NOUVELLE-CALÉDONIE | 26/08

Répondant à l'invitation de NCT, les principaux acteurs du tourisme international calédonien ont signé un nouveau Contrat de destination pour s'engager officiellement à « soutenir les multiples actions de relance de l'attractivité touristique de notre archipel et à travailler de concert pour accompagner la reprise progressive du trafic de voyageurs étrangers ».

- 22 premiers signataires d'institutions et d'entreprises clés
- Objectif 2022 fixé : 25% de reprise de la fréquentation internationale

AOÛT

RECONQUÉRIR



NATAS HOLIDAYS 2022

SALON B2C | SINGAPORE | 12/08 > 14/08

En août, NCT participait au salon NATAS au côté des représentants d'Aircalin à Singapour. Pendant 3 jours, des milliers de Singapouriens ont ainsi pu découvrir pour la première fois la NC avec des conseils de séjour personnalisé et des offres de voyages attractives.

- Ventes d'une promo Aircalin à 990 SGD A/R pour Nouméa
- + de 1200 brochures NC distribuées
- 893 visiteurs inscrits au jeu-concours et opt-in



RECONQUÉRIR

PARTENARIATS AÉRIENS

COOP QA / AF / SGA | FRANCE
10/08 + 31/08 + 23/09

Afin de renforcer la promotion de la Nouvelle-Calédonie en métropole, NCT a signé d'importants partenariats commerciaux avec 3 compagnies aériennes - Qantas (FR) puis Air France et Singapore Airlines - en collaboration avec la compagnie locale Aircalin.

- Négociations de billets gratuits pour les invités média/pro de NCT
- Vente-flash Air France du 27 au 29 sept
- Campagne de vente conjointe avec SGA du 21 déc. au 17 jan.

PARTENARIAT TRIENNAL JTB

ACCORD DE COOPÉRATION | JAPON | 12/09

En septembre, NCT et Aircalin recevaient les dirigeants du voyageur japonais — JTB — pour la signature d'un partenariat inédit de promotion de la NC jusqu'en 2025 comme leur « destination préférée dans le Pacifique Sud » afin d'accompagner la relance du tourisme japonais sur le Caillou en s'appuyant sur l'un de ses plus grands réseaux commerciaux.

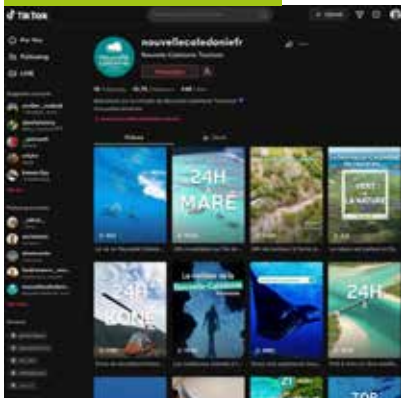
- Mise en avant de la NC dans les 300 agences du réseau JTB
- Formation à la NC de ses milliers d'agents de voyage
- Campagne de vente en coopération prévue pour la reprise en 2023



RECONQUÉRIR

SEPT

RECONSTRUIRE



DIFFUSION RÉSEAUX SOCIAUX ET WEB

MARKETING DE CONTENUS | MULTIMARCHÉS | TOUTE L'ANNÉE

Ouverture de notre 1^{er} compte Tik Tok début septembre. Création et partage quotidien de multiples contenus inspirants sur la destination et ses acteurs touristiques (photos, vidéos, articles, promos, jeu-concours...) sur les réseaux sociaux et nos sites web.

- 427 K abonnés Facebook, Instagram, Twitter et Tik Tok dans le monde
- 52 M d'impressions digitales générées sur les réseaux sociaux
- 699 K visiteurs et 1,53 M pages vues/an sur newcaledonia.travel



RECONSTRUIRE

TOURISM EXPO JAPAN

SALON B2C & B2B | JAPON | 22/09 > 26/09

Participation renforcée, avec Aircalin, au plus grand salon touristique du Japon, avec deux premiers jours de rencontres professionnelles avec les revendeurs puis deux jours pour informer le grand public.

- 124 K visiteurs sur l'ensemble du salon
- 6063 abonnés newsletter collectés



RECONSTRUIRE

VOILAH! FRANCE SINGAPORE FESTIVAL

ÉVÈNEMENT B2C

SINGAPOUR

26/10 > 27/11

Comme sponsor de ce festival à Singapour, organisé par l'ambassade de France, la Nouvelle-Calédonie a largement mis en avant ses attraits touristiques, culturels et gastronomiques auprès de tous les francophiles et expatriés français.

- 10 K spectateurs touchés dans les cinémas du French Film Festival
- 97 invités VIP à la résidence de l'ambassadeur au « Taste & Test NC »
- Stand XXL au 1er French Food Market avec les producteurs locaux

OCT.

NOV.

REMOBILISER



STRUCTURATION ET RÉOUVERTURE DE LA CROISIÈRE

RÉORGANISATION | NOUVELLE-CALÉDONIE | 04/10

Afin d'organiser le retour des croisiéristes en Nouvelle-Calédonie, une toute nouvelle gouvernance concertée de ce secteur a été mise en place pour mieux coordonner les multiples acteurs publics et privés impliqués.

- Création de comités stratégique et technique Croisière
- Réorganisation et réaménagement de la Gare Maritime de Nouméa
- Cérémonie d'accueil du premier paquebot à Nouméa le 4 octobre
- Préparation d'une nouvelle fiscalité croisière



REMOBILISER

6E WORKSHOP “RDV IN NEW CAL”

SÉMINAIRE PRO | MULTIMARCHÉS | 10/11

Organisation d'une journée de speed dating pro, à l'îlot Maître, entre les principaux revendeurs étrangers et prestataires locaux, suivi d'un voyage d'éducteur, afin de renouer ou développer leurs relations commerciales.

- 509 rendez-vous B2B en une journée
- 29 tour-opérateurs invités (AU/JP/NZ/FR/SG)
- 43 prestataires touristiques locaux participants



DÉC

RECONSTRUIRE



MARINE LORPHELIN AIME LA NC

OP. INFLUENCEUR | FRANCE | 16/11/22 > 14/01/23

Pour NCT, l'ex-Miss France, qui est aussi une médecin et influenceuse reconnue, a partagé en vidéo, sur les réseaux et dans la presse nationale, ses 8 raisons coups de cœur de venir découvrir la Calédonie.

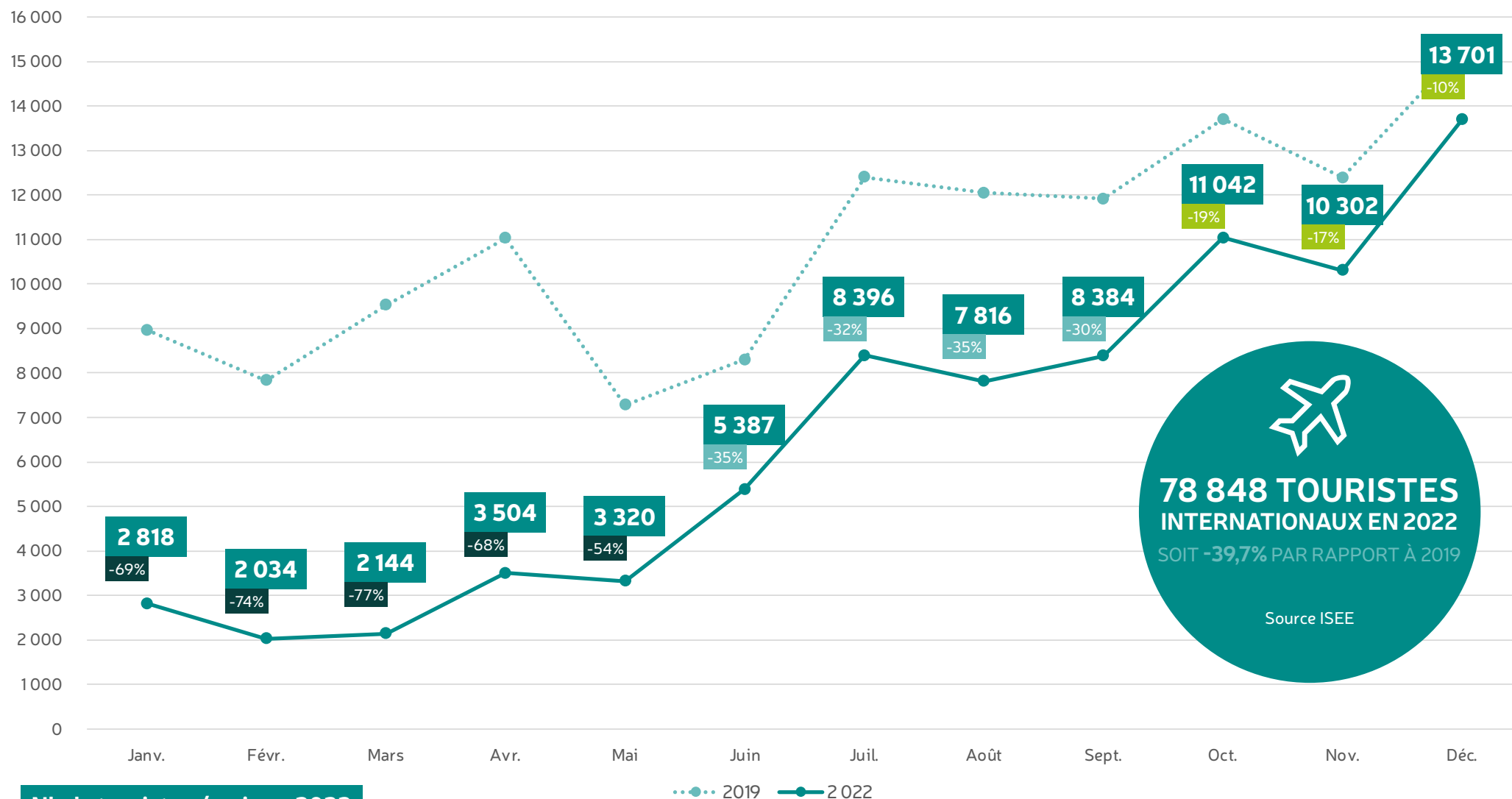
- 4,7 M vues des vidéos
- 6,8 M d'impressions digitales générées
- Large couverture médiatique (article Paris Match...)



An underwater photograph of a coral reef. The water is a deep, clear blue. The coral is a mix of green and brownish-yellow, with some darker patches. The lighting is bright, creating a high-contrast scene.

4. UN AN DE REPRISE EXPONENTIELLE...

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE 2022 VS 2019*

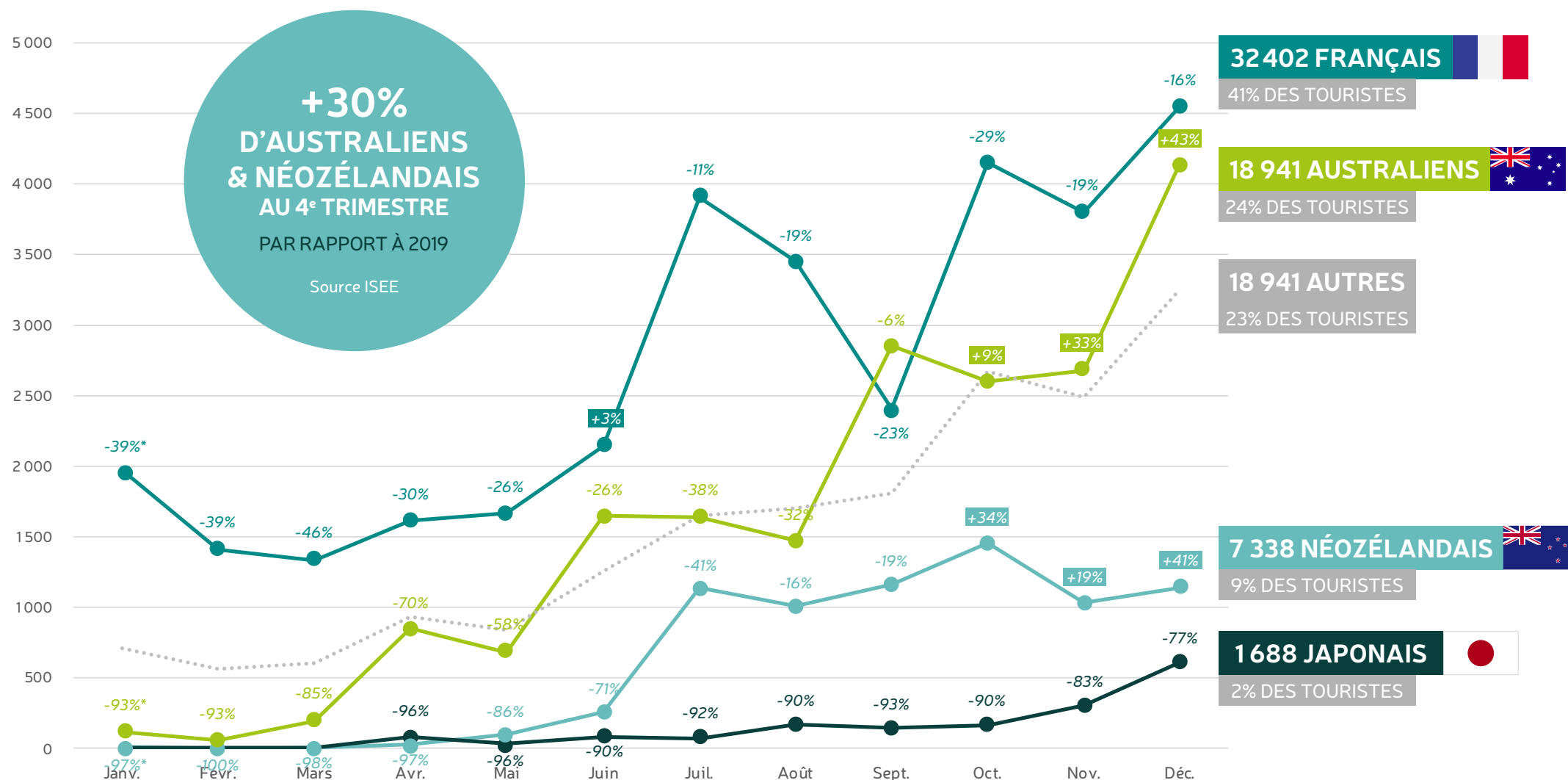


Nb de touristes /mois en 2022

Taux de variation par rapport à 2019*

*année de référence d'avant crise covid

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE 2022 PAR PAYS D'ORIGINE



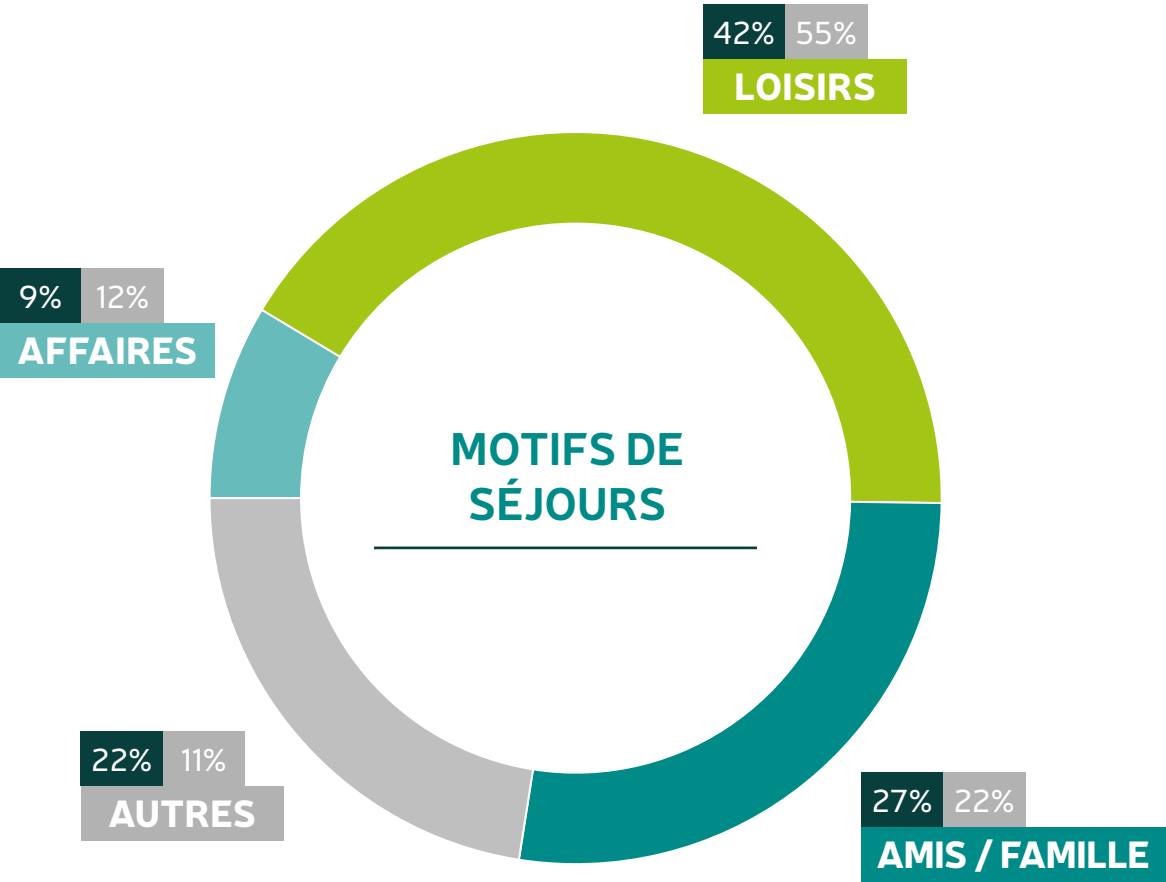
* taux de variation par rapport à 2019

LE TYPE DE VOYAGEURS

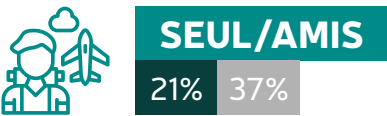
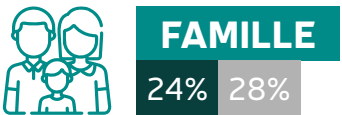
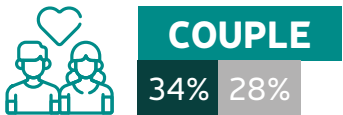


Source ISEE

LA RELANCE POST-COVID A ENTRAÎNÉ UNE SURREPRÉSENTATION DES VOYAGEURS AFFINITAIRES ET MÉTROPOLITAINS EN 2022.



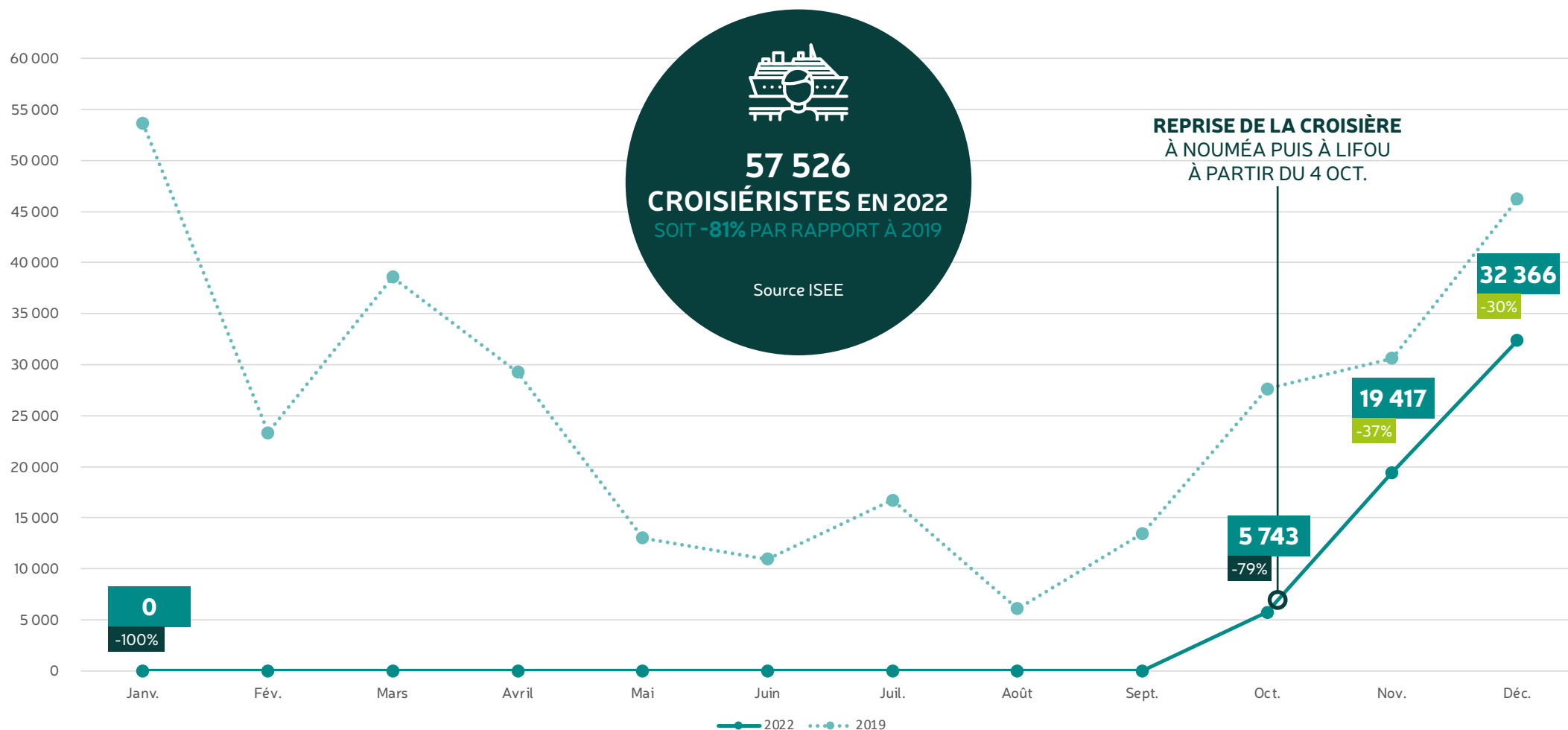
MODES DE VOYAGE



DURÉES DE SÉJOUR



LA FRÉQUENTATION DES CROISIÉRISTES DE 2022 VS 2019*



Nb de croisiéristes /mois en 2022

Taux de variation par rapport à 2019*

*année de référence d'avant crise covid

RETOUR SUR INVESTISSEMENT DE LA PROMOTION TOURISTIQUE

Comme toutes les destinations du monde, la Nouvelle-Calédonie soutient sa promotion touristique, car c'est un financement très rentable pour son économie ! Toutefois, face aux lourdes contraintes budgétaires entraînées par la crise, le Territoire a investi bien moins dans son organisme de promotion touristique que ses voisins et concurrents, malgré un retour sur investissement très largement bénéficiaire. C'est le signe d'une gestion budgétaire optimisée par NCT, mais qui pourrait aller beaucoup plus loin au service du développement économique avec des moyens renforcés.



RECETTE TOURISTIQUE

La recette touristique internationale¹ en Nouvelle-Calédonie est estimée à minima, en 2022, à :

16,9 milliards XPF.

¹ Extrapolation sur la base de l'ancienne enquête des dépenses ISEE (avec l'inflation) à minimum 210 000 F / touriste en avion et à 4800 F / escale de croisiériste.



COÛT D'APPROCHE

Si on rapporte le budget NCT par rapport au nombre de touristes en 2022, le coût d'approche² est de :

1 382 XPF/voyageur.

² 188 559 104 XPF de budget NCT divisé par 78 848 touristes plus 57 526 croisiéristes aux escales.



RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Soit un ROI global 2022 bénéficiaire de

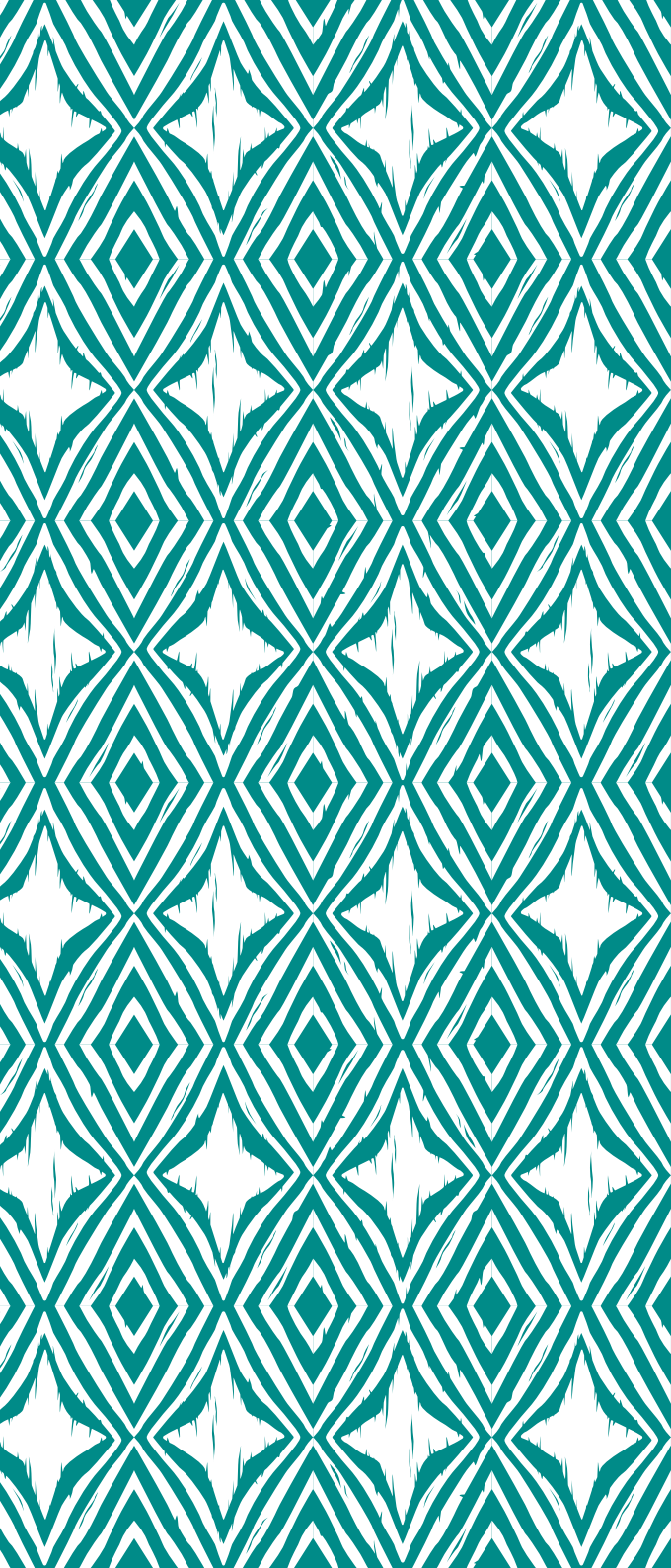
**100 XPF investis pour
8927 XPF de recette**

touristique dans l'économie calédonienne.

Pour rappel, le tourisme est un secteur clé de l'économie calédonienne qui a généré **4 254 emplois directs**³ en 2021 et l'on estime que ce chiffre devrait être multiplié par 4 en incluant les emplois indirects, induits et soutenus⁴.

³ Source rapport IEOM 2021

⁴ Source étude Vertigolab 2020



nouvelle
calédonie

Pacifique au cœur®