

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 04 juillet 2022

6^e Forum de la Destination Impressionnisme



©CRT IDF Helsly

La sixième édition du Forum de la Destination Impressionnisme s'est déroulée le 28 juin dernier, à l'Institut national d'histoire de l'art (INHA), à Paris. A cette occasion, près de 100 partenaires, acteurs publics et privés, culturels et touristiques de Paris Île-de-France et de Normandie, engagés dans la structuration, la promotion et la commercialisation de l'offre impressionniste, se sont réunis.

Après deux ans de pandémie et de reports successifs de cet événement annuel, ce Forum des « retrouvailles » de la communauté impressionniste, a été marqué entre autres par 3 temps forts : les présentations d'une nouvelle stratégie ambitieuse de développement de l'offre touristique pour franchir un nouveau cap, accompagné d'une nouvelle stratégie marketing et d'une « Ambition 2024 » avec les 150 ans de l'Impressionnisme comme levier d'attractivité pour toute la Destination.

Pour Eric Jeunemaitre, Président du Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France :

« Après ces 2 années de pandémie, le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France et moi-même avons été heureux d'accueillir le 6e Forum de la Destination Impressionnisme qui constitue toujours un moment privilégié d'échange et de réflexion commune pour tous les partenaires du Contrat.

L'Impressionnisme, est un enjeu de développement touristique à l'échelle de 2 régions : l'Île-de-France et la Normandie, qui ont vu naître et s'épanouir ce mouvement pictural.

Les nouvelles stratégies 2021-2025 renforcent ainsi l'objectif premier de faire de ce territoire, berceau du mouvement impressionniste, une destination culturelle et une marque touristique phare pour l'attractivité de la France et en particulier de Paris Region et de la Normandie. »

DEUX NOUVELLES STRATEGIES

- Une stratégie ambitieuse de développement et d'amélioration de l'offre afin d'accroître la fréquentation touristique

La crise sanitaire a modifié les attentes des clientèles touristiques françaises et internationales. La Destination Impressionnisme doit donc répondre à l'enjeu majeur d'adapter ses offres aux attentes actuelles en matière de développement durable, de slow tourisme, de tourisme expérientiel pour renforcer son attractivité et les flux touristiques. Dans ce cadre, les observatoires des 2 Comités Régionaux du Tourisme Paris-Ile-de-France et Normandie et des Départements se sont réunis au sein d'un groupe de travail pour engager en 2022 un vaste travail d'étude. Cette mission a notamment pour objectif d'évaluer la notoriété de la Destination, les typologies et comportements des clientèles. Il s'agit également de bien prendre en compte les attentes des clientèles de proximité et de nouveaux publics (les familles...) et de préparer le retour des clientèles internationales à terme.

- Une nouvelle stratégie marketing

Les clientèles domestiques et américaines constituent les principaux leviers de fréquentation touristique des territoires impressionnistes. En 2022, la Destination Impressionnisme a souhaité développer ses efforts en matière de marketing touristique à la fois sur ces deux marchés dans la continuité des actions entreprises depuis plusieurs années mais aussi sur la clientèle française en s'adressant plus spécifiquement aux Millennials et à de nouvelles cibles. En ce sens, la Destination mise désormais sur l'animation de ses réseaux sociaux qui peuvent capitaliser sur une audience mensuelle moyenne de près de 800 000 personnes. Des accueils d'influenceurs, la production d'un film de Destination ambitieux complètent ce dispositif offensif pour séduire et élargir les clientèles.

UN NOUVEAU CAP POUR 2024

L'attractivité de la Destination sera renforcée par la mise en avant de temps forts tels que les 150 ans du tableau *Impression, soleil levant* de Claude Monet en 2022, les 170 ans de la naissance de Van Gogh en 2023 ou encore les 150 ans de la première exposition impressionniste en 2024. L'ambition est de mener une réflexion sur la manière de mettre en tourisme ces événements et de stimuler la fréquentation touristique.

Hervé Morin, Président de la Région Normandie précise : « *La Région Normandie place cette démarche d'excellence de la Destination Impressionnisme au cœur de sa politique touristique et d'attractivité et continuera à piloter le développement de l'offre sur cette Destination. Avec en ligne de mire 2024 et l'anniversaire des 150 ans de l'Impressionnisme qui devra être pour nos territoires un levier d'attractivité et l'occasion de faire rayonner à l'international cette belle destination, qui saura, j'en suis sûr, avec le soutien de tous les partenaires, être au rendez-vous de cet évènement.* »

Retrouvez toutes les informations sur : visitparisregion.com et normandie-tourisme.fr

Le Contrat « Normandie – Paris Île-de-France : Destination impressionnisme » a pour objectif de faire de ce territoire, berceau du mouvement impressionniste, une destination culturelle et une marque phare pour l'attractivité touristique de la France.

Signé le 16 décembre 2014, initialement par 50 acteurs institutionnels, touristiques et culturels majeurs, réunis autour de l'État, des Régions Île-de-France et Normandie, et des deux Comités Régionaux du Tourisme, il vise à structurer, renforcer, promouvoir et fédérer les nombreux acteurs de cette marque mondiale. Afin de concrétiser cette ambition, le Contrat de Destination s'est progressivement doté d'une stratégie pour le développement de l'offre touristique, d'une marque internationale et d'outils marketing communs.

www.voyagesimpressionnistes.com

Contact Presse CRT Paris Ile-de-France

Catherine BARNOUIN

Responsable des Relations Publiques

cbarnouin@visitparisregion.com

Tél : 06 58 20 81 81

Contact Presse CRT Normandie

Alexandre LELOUEY

Chargé de communication

a.lelouey@normandie-tourisme.fr

Tél : 07 62 94 50 75