Coopération européenne et internationale

Le CRT Paris Île-de-France se mobilise pour la destination France aux côtés d'Atout France et des 12 autres organismes régionaux de tourisme

Le 22 mars 2022

Forts du succès de l'édition 2021, Atout France et les 13 organismes régionaux partenaires de la campagne de reconquête des marchés européens poursuivent leur mobilisation en 2022 pour accélérer le retour des touristes !
De nombreuses entreprises du secteur sont à leurs côtés pour amplifier l'impact de la campagne #ExploreFrance 2022 et positionner la France comme la destination idéale pour voyager à nouveau, en profitant notamment d'un tourisme plus durable.

Informations ressources

Filières

Inter-filières

Descriptif

Dans un contexte international tendu et alors que la situation sanitaire reste encore fragile, les professionnels du tourisme français ont souhaité se mobiliser pour relancer une activité fortement impactée depuis 2 ans par la crise sanitaire et économique due à la pandémie de Covid-19.

La fréquenta
que certains
France, en
s'établissait
France étant

Les visiteurs
et ce retour
de France o

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

ou redécouvrir la France et son art de vivre, sa culture, ses paysages multiples mais également une offre renouvelée, répondant à leurs aspirations croissantes en matière de tourisme durable.

#ExploreFrance - Des touristes européens invités à découvrir les fondamentaux de la destination France

Dans un contexte de reprise ultra-concurrentiel qui sera dicté par l'actualité géopolitique et sanitaire, il convient de rester présent dans l'esprit des voyageurs en véhiculant une image accueillante et rassurante de la destination France. C'est pourquoi Atout France, les 13 organismes régionaux de tourisme ainsi que de nombreuses entreprises du secteur se mobilisent autour d'une nouvelle campagne de reconquête des voyageurs européens.

Le besoin de convivialité, de ressourcement, de retour à l'essentiel qui s'est exprimé suite à la crise constituera l'axe de communication central de la campagne #ExploreFrance 2022. Ce parti pris se traduira par la valorisation d'expériences de séjours innovantes en matière de slow tourisme, d'art de vivre à la française et de convivialité, de découverte des espaces naturels, du patrimoine et des savoir-faire. Plus encore que lors de la campagne 2021, les efforts des professionnels français pour proposer une **offre touristique durable**, seront mis en avant.

Cette campagne, qui débutera début avril, ciblera **10 marchés de proximité** : l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni, la Suisse, les Pays-Bas, l'Italie, l'Espagne, le Danemark, la Suède et l'Autriche. Les visiteurs de ces 10 marchés ont représenté à eux seuls environ **42 millions d'arrivées en 2021,** Allemagne, Belgique et Royaume-Uni en tête.

Film Grand Public

Infographie de la Campagne 2022

Mécanisme de campagne

La campagne à destination du grand public sera constituée de 3 volets :

1. Le premier volet prendra la forme d'une **campagne d'image visant à apporter une visibilité d'ensemble à la destination France**. Elle permettra d'inspirer les touristes en leur suggérant de nouvelles propositions de lieux de séjours et d'expériences en phase avec leurs aspirations. Ce premier volet sera lancé début avril.
2. Le volet 2 permettra aux Comités régionaux de tourisme / Agences d'Attractivité / Agences de tourisme qui le souhaitent de capitaliser sur le volet 1 en le complétant par une communication additionnelle, **valorisant spécifiquement leur destination** sur les marchés identifiés. Cette année, cette démarche sera ouverte aux organismes infrarégionaux qui rejoindront et accompagneront cette dynamique.
3. Enfin, le volet 3, mené en partenariat avec des entreprises privées, dont des acteurs du transport et de la distribution, visera à **déclencher la réservation de séjours en valorisant des produits prêts à la vente** (« vol + hébergement » ou autres combinaisons). En 2021, plus de 30 entreprises s'étaient associées à la démarche et devraient à nouveau s'engager cette année, rejointes par de nouveaux partenaires tels que **Accor, öBB, Expédia, Thalys, Tripadvisor, Viajes El Corte Ingles, Brittany Ferries, et bien d'autres.**

Sur ces 3 volets, priorité sera donnée aux **médias digitaux.** Ainsi, achats d'espaces et marketing d'influence sur les réseaux sociaux seront mis en œuvre par les équipes d'Atout France sur les 10 marchés ciblés. En complément, les équipes d'Atout France mèneront un important travail de sensibilisation des **acteurs de la distribution** (tour-opérateurs, agences de voyages) Set

Comme l'an

événements

de journalist

positionnem

Avec un séc

déploiement

La mobilisat

humains et fi

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Régions via les Comités régionaux de tourisme / Agences d'Attractivité / Agences de tourisme et leurs partenaires infra régionaux ainsi que par les entreprises du secteur.

Les nouveautés de la campagne 2022, en bref :

- Un positionnement encore plus affirmé sur le **tourisme durable**.
- Encore **plus d'offres de séjours** avec davantage de partenaires privés qui accompagneront la dynamique, et notamment des OTA.
- Une mise en valeur accentuée des **traits fondamentaux de la destination France** et notamment de son art de vivre.

Nombre de pages

4

Ressources

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.