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

Le 23 mars 2023

Atout France, les 13 Comités régionaux de tourisme, Agences d'Attractivité, Agences du tourisme de France métropolitaine et une vingtaine d'entreprises privées du secteur sont heureux d'annoncer le lancement de l'édition 2023 de la campagne #ExploreFrance.

Descriptif

Après deux éditions (2021 et 2022) destinées à redynamiser les flux touristiques européens vers la France suite à la pandémie, l'enjeu de la campagne 2023 est d'affirmer le positionnement durable de la destination. En s'appuyant sur les résultats d'une étude d'Atout France sur la sensibilité des clientèles au tourisme durable*, le collectif orchestre une campagne marketing parfaitement adaptée aux nouvelles aspirations des voyageurs, et prône un tourisme plus lent, plus durable et authentique.

« Dream big, live slow », est une invitation à oser rêver grand pour réaliser ses plus beaux voyages en France !

Avec des recettes touristiques internationales avoisinant les 58 milliards d'euros, la France tire un bilan très positif de l'année touristique 2022. Ce résultat s'explique notamment par le retour des clientèles européennes et nord-américaines. Même si les pressions économiques et sociales restent fortes en 2023, les intentions de voyages couplées aux prévisions d'occupation dans les différents hébergements touristiques annoncent de belles performances à venir pour l'ensemble de la filière dans les prochains mois, sauf incident géopolitique majeur.

Afin d'encourager cette dynamique, le collectif réuni autour de la campagne #ExploreFrance se mobilise, pour la troisième année consécutive, avec l'ambition de marquer les esprits, de surprendre les visiteurs grâce à la promotion d'une France que l'on n'attend pas forcément.

"Dream big, live slow" / "Rêver en grand, prendre le temps"

Une signatur

La France fai
plus beau de
balade en fo
campagne 2
l'ensemble d

Si l'édition 2
s'imprégner

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.

gastronomie locale, à prendre le temps de vivre des moments privilégiés.

Le dispositif mettra particulièrement l'accent sur ce que le printemps et l'automne ont de plus beau à offrir, participant ainsi à la poursuite des efforts collectifs menés en matière de désaisonnalisation.

La campagne débutera début avril auprès de 10 marchés européens : l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni, la Suisse, les Pays-Bas, l'Italie, l'Espagne, le Danemark, la Suède et l'Autriche. Elle sera également relayée, pour la toute première fois, aux Etats-Unis et au Canada, marchés qui enregistrent actuellement de fortes progressions et bénéficient d'un potentiel de développement encore important.

Découvrez le film de la campagne « Dream big, live slow »

Mécanisme de campagne

La campagne #ExploreFrance2023 à destination du grand public s'articule autour de 3 volets, qui peuvent être actionnés de façon simultanée.

- Le **volet 1** 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. Il s'articulera autour d'un plan média à hauteur de plus d'un million d'euros co-investi par Atout France et Tripadvisor et réparti sur les 10 marchés européens.

- 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 démarche sera ouverte aux organismes infrarégionaux qui rejoindront et accompagneront cette dynamique.

- 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.

Sur ces 3 volets, la priorité sera donnée aux **médias digitaux**. Ainsi, achats d'espaces et campagne de marketing d'influence sur les réseaux sociaux seront réalisés sur les 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) et des **médias** sur leurs marchés respectifs. Comme l'an passé, seront par exemple organisés, à l'occasion de la semaine européenne du développement durable, des événements presse afin de valoriser, sur les 10 marchés, l'offre touristique durable française.

La mobilisation collective autour de cette campagne de relance co-construite permet une mutualisation des moyens humains et financiers. Un **montant global d'environ 10 millions d'euros** devrait ainsi être co-investi par l'Etat (via Atout France), les 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 sur le marché européen et près de 800 000 euros sur les marchés nord-américains.

En bref : les r

- Une signa
  sur la ser
  France
- Une mise
  patrimoi
- Une camp

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.

*Etude « *Sensibilité des clientèles au tourisme durable* » - Prochainement disponible

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.