



Le CRT Paris Île-de-France se mobilise pour la destination France aux côtés d'Atout France et des 12 autres CRT / Agences d'Attractivité / Agences du tourisme

Le 15 juin 2021

Pour la toute première fois, Atout France, les 13 Comités Régionaux du Tourisme / Agences d'Attractivité / Agences du tourisme et plusieurs entreprises privées du secteur se mobilisent pour lancer une campagne de reconquête sur 10 marchés européens.

Les touristes sont invités à venir retrouver en France "ce qui compte vraiment" !

Depuis plus d'un an, les mesures prises pour endiguer l'épidémie de Covid-19 qui touche le monde entier ont fortement impacté l'économie internationale. Le tourisme est un des secteurs les plus touchés. Selon l'OMT, les arrivées internationales (segments affaires et loisirs) ont chuté de 74% l'an dernier par rapport à 2019, soit un recul de 1 milliard d'arrivées. En France, d'après la Banque de France, les recettes touristiques internationales ont chuté d'un peu plus de 50% en 2020 par rapport à 2019.

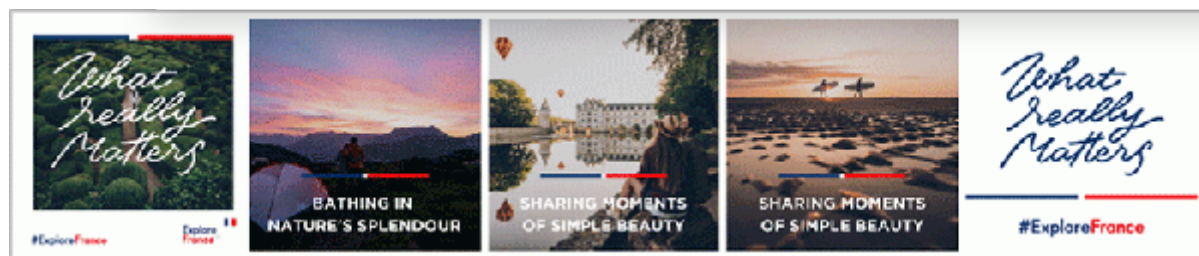
Cependant, l'amélioration de la situation sanitaire et l'accélération des campagnes de vaccination permettent aujourd'hui au Gouvernement français d'assouplir les conditions d'accès au territoire national. Depuis le 3 mai, les touristes de l'espace européen ont à nouveau la possibilité de venir en France sous réserve de présenter un test PCR négatif. Un signal positif qui permet d'envisager une reprise graduelle de l'activité touristique.

C'est pourquoi, Atout France, les 13 Comités Régionaux du Tourisme / Agences d'Attractivité / Agences de tourisme de France métropolitaine ainsi que les entreprises privées du secteur ont élaboré une stratégie commune de reconquête de ces visiteurs européens.

Aujourd'hui unis face à un contexte ultra-concurrentiel, ils s'apprêtent à lancer une campagne de communication inédite par son envergure. Cette mobilisation vise à positionner la France comme **LA destination idéale** pour voyager à nouveau auprès des voyageurs européens qui, avant la pandémie, représentaient déjà **plus de 75% des flux de visiteurs internationaux et devraient en 2021 en représenter plus de 85%**.

CE QUI COMI

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.



Atout France

Portée sous la marque #ExploreFrance, cette campagne de relance invitera donc les touristes de 10 marchés européens à venir retrouver en France ***Ce qui compte vraiment***. Elle valorisera ainsi une offre touristique renouvelée, qui a su se transformer et innover pour épouser les nouvelles aspirations des visiteurs et accompagner leur besoin de ressourcement, de retour à l'essentiel.

La campagne mettra donc en avant les offres innovantes en matière de **slow tourisme**, de découverte des **espaces naturels**, de **culture et patrimoine** ainsi que d'**art de vivre** et aura pour fil vert le souhait partagé d'Atout France et des 13 Comités Régionaux du Tourisme / Agences d'attractivités / Agences du tourisme de France métropolitaine de promouvoir un **tourisme plus durable**.

Les actions déployées par Atout France et ses partenaires viseront à :

- RASSURER les touristes européens sur les protocoles sanitaires déployés par les acteurs du tourisme français ;
- LES INFORMER sur les structures touristiques ouvertes et à leur disposition ;
- LES INSPIRER en leur suggérant de nouvelles propositions de destinations et d'expériences en phase avec leurs aspirations.

Parallèlement aux actions menées auprès des médias et des professionnels européens du tourisme pour rassurer et informer sur les mesures sanitaires, les mesures de flexibilité commerciale et l'offre touristique proposée, cette campagne de promotion permettra d'inspirer les voyageurs européens en suggérant de nouvelles destinations et expériences, et déclencher des réservations de séjours.

La campagne, prévue sur un séquençage été et arrière-saison / automne, a été conçue pour être déployée de façon graduelle et agile en fonction de l'évolution de la conjoncture sanitaire en France et sur les différents marchés européens, et de l'évolution des restrictions aux voyages intra européens vers la France.

Son déclenchement, courant mai, sera différencié selon les marchés, en fonction des conditions de reprise de la mobilité depuis et vers les pays ciblés : Royaume-Uni, Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Suisse, Italie, Espagne, Danemark, Suède, Autriche. Essentiellement digitale, elle s'appuiera sur un ensemble d'actions marketing / communication ciblant en priorité les familles, les Milléniels et les DINKs (couples sans enfant).

La mobilisation collective autour de cette campagne de relance a permis une mutualisation des moyens humains et financiers. **Un montant global de 10 millions d'euros sera ainsi co-investi par l'État (via Atout France), les Comités Régionaux du Tourisme / Agences d'attractivités / Agences du tourisme et les entreprises du secteur en 2021**

Retrouvez le

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.