

Séminaire du Club Croissance Tourisme Grand Est

29 mars 2023 | Paris



Caroline LEBOUCHER,

Directrice générale d'Atout France

Atout France

Priorités 2023

Feuille de route 2022/24 et priorités d'Atout France

Plan Destination France



Conforter la France comme **1^{ère} destination touristique mondiale** et devenir une **destination de référence en matière de tourisme durable**

Plan Avenir Montagnes



Accélérer **la transformation durable** des territoires de montagne et stimuler la **diversification toutes saisons**

Plan Destination France

Atout France contribue ou met en œuvre 8 des 20 mesures du plan

MESURE 1

Contribuer au lancement **d'une campagne nationale de communication pour conquérir et reconquérir les talents** (soutien)

MESURE 4

Mettre en place de **l'ingénierie pour la montée en qualité de l'hôtellerie-restauration des villes moyennes** avec la Banque des Territoires

MESURE 8

Structurer et valoriser les données touristiques au profit d'une meilleure connaissance du secteur par ses acteurs via **France Tourisme Observation**

MESURE 11

Renforcer l'offre d'ingénierie pour valoriser et développer les atouts touristiques français, soutenir la **transformation durable** de l'économie touristique, avec un **volet spécifique écotourisme en outre-mer** et une attention aux destinations fragilisées par la crise sanitaire

MESURE 14

Moderniser et verdir les classements des hébergements touristiques

MESURE 17

Appuyer la **diffusion des innovations via l'expérimentation territoriale** pour soutenir le développement et le rayonnement des start-ups du tourisme

MESURE 19

Renforcer les **actions de communication et de promotion de la destination France**, auprès des touristes comme des investisseurs (Promotion, e-learning, Sommet Destination France)

MESURE 20

Tirer profit des **grands évènements sportifs internationaux et notamment les JOP 2024 pour valoriser la destination France** dont renforcer la qualité d'accueil : taxis et hébergeurs

Feuille de route 2022 – 2024

Au service de la compétitivité et de l'attractivité de la Destination France

DU VOLUME À LA VALEUR

Un objectif de création de valeur pour **retrouver le niveau de consommation touristique marchande d'avant-crise**, soit 150 milliards par an dont 60 milliards d'euros de recettes internationales

.....

FAIRE DU TOURISME UN SECTEUR D'EXCELLENCE

Renforcer l'attractivité et la compétitivité du secteur, notamment par l'innovation et l'investissement (cible de 20 milliards d'euros par an), pour faire du tourisme un vecteur de croissance et d'emploi, tout en développant des modèles qualitatifs et résilients



TOURISME DURABLE

Devenir la référence mondiale
Assurer un développement équilibré du secteur en accélérant sa transformation durable, tout en optimisant le mix « empreinte carbone / création de valeur » de tous les flux (domestiques, européens, extra-européens)

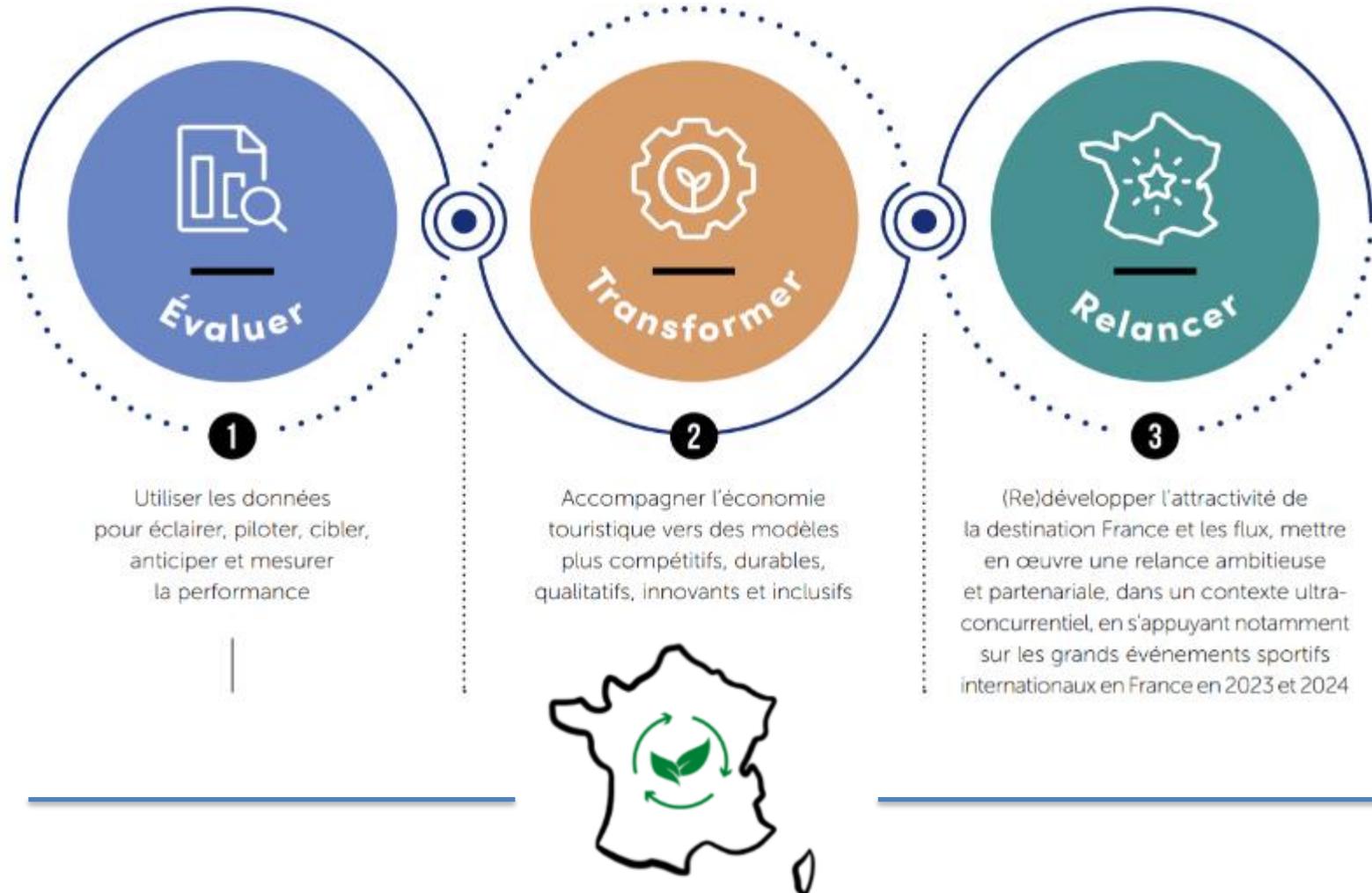
.....

ACCÉLÉRER LA RELANCE

Créer la confiance au sein d'un secteur fortement impacté, notamment en contribuant à la mise en oeuvre du plan Destination France

Feuille de route 2022 – 2024

3 axes stratégiques



Objectif : première destination de tourisme durable d'ici 2030



Tourisme durable

Accompagner l'industrie touristique
vers des modèles plus durables et inclusifs



Accompagner l'industrie touristique des modèles plus durables et inclusifs



> Piloter et évaluer

Développer le **premier Tableau de bord national du tourisme durable** (2023 – 2024)



> Soutenir l'investissement

AMI « Transformation durable de l'économie touristique »

- 2 appels à manifestation d'intérêt lancés à l'été 2022
- 41 projets soutenus
- dont 8 concernent les hôtels et résidences en outre-mer

Rénovation de l'immobilier de loisirs en montagne

Programme FTI - Plan Avenir Montagnes

Développement de l'hôtellerie dans les villes moyennes

Programme FTI - Plan Destination France

Classement hôtelier

Renforcement des exigences tourisme durable dans les **classements** (2022)



Accompagner l'industrie touristique des modèles plus durables et inclusifs



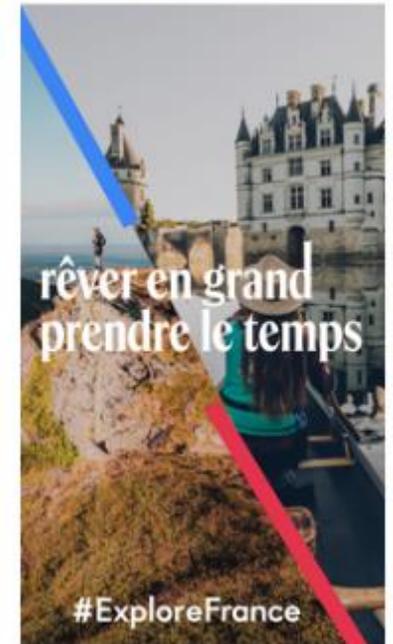
> Sensibiliser et accompagner les professionnels

- Un **centre de ressources** dédié à la transition durable (études, benchmarks, fiches pratiques)
- Un **autodiagnostic** lié au tourisme durable
- Des **formations** sur les enjeux et leviers d'action en faveur du tourisme durable
- Identifier des **solutions innovantes** et les **expérimenter** pour répondre aux défis de la transformation durable

> Stimuler les marchés



- Recenser et **valoriser les offres durables auprès du grand public, des acteurs de la distribution et médias internationaux**
- **Créer une distinction collective** d'engagement
- Adapter les **contenus et priorités** (marchés, cibles) des actions de promotion BtC
- Faire évoluer les événements BTB
- Agir sur la programmation des réseaux de distribution internationale grâce à un module d'**e-learning valorisant l'offre durable**





Innovation

Maintenir la compétitivité et l'attractivité de l'offre touristique en favorisant le développement et l'intégration de solutions innovantes



Favoriser le développement et l'intégration de solutions innovantes

> Identifier les innovations au bénéfice des professionnels

- **AMI « Plateformes d'appui à l'innovation à l'expérimentation touristiques »**

Soutenir le développement et le rayonnement des start-ups touristiques françaises, en facilitant l'identification de terrains d'expérimentation territoriale.

20 lauréats soutenus, dont 3 en Grand Est

> Renforcer le marketing digital des acteurs

- **AMI « Destinations digitales »**

Renforcer les savoir-faire en marketing digital des réseaux touristiques, nationaux, régionaux ou infrarégionaux afin de leur permettre de gagner en visibilité sur les marchés.

12 projets soutenus, dont 1 en Grand Est



Favoriser le développement et l'intégration de solutions innovantes

> Contribuer à l'essor d'une French Travel Tech

Espaces Innovation déployés avec Business France sur les salons internationaux



CES Las Vegas 2022



TIS Seville 2022



ITB Berlin 2023

Espaces Innovation déployés sur les salons internationaux organisés par Atout France



Destination Montagnes 2023



Rendez-vous en France 2023

Capitaliser sur les grands événements pour renouveler l'attractivité de la destination

Explore France™ 

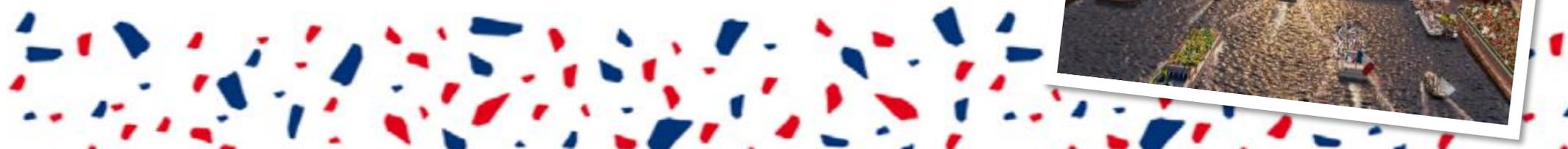
MAJOR EVENTS 2023 2024

RUGBY WORLD CUP FRANCE

2023



PARIS 2024



LES GRANDS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS INTERNATIONAUX

> Les enjeux de la stratégie grands événements



Renforcer
l'attractivité de la
destination France
et se concentrer sur
les **points forts qui
différencient** la
France
*(gastronomie, patrimoine
culturel et naturel)*



Renforcer la **qualité
de l'accueil**



Optimiser les
**retombées
économiques** de ces
événements en
incitant les visiteurs
internationaux à
**étendre la durée de
leur séjour**



Promouvoir le **savoir-
faire événementiel** de
la France

Coupe du Monde de Rugby France 2023



Lien vers la video : <https://youtu.be/Z0ABLi8XzJs>

Objectifs

Accélérer le retour des clientèles lointaines et valoriser nos terroirs

Stimuler les désirs de voyage dans les 10 destinations hôtes

Inciter les porteurs de billets à prolonger leurs séjours dans les territoires hôtes

Marchés ciblés



Nouvelle-Zélande



Australie



Afrique du Sud



USA



Japon



Italie



Pays de Galles



Angleterre

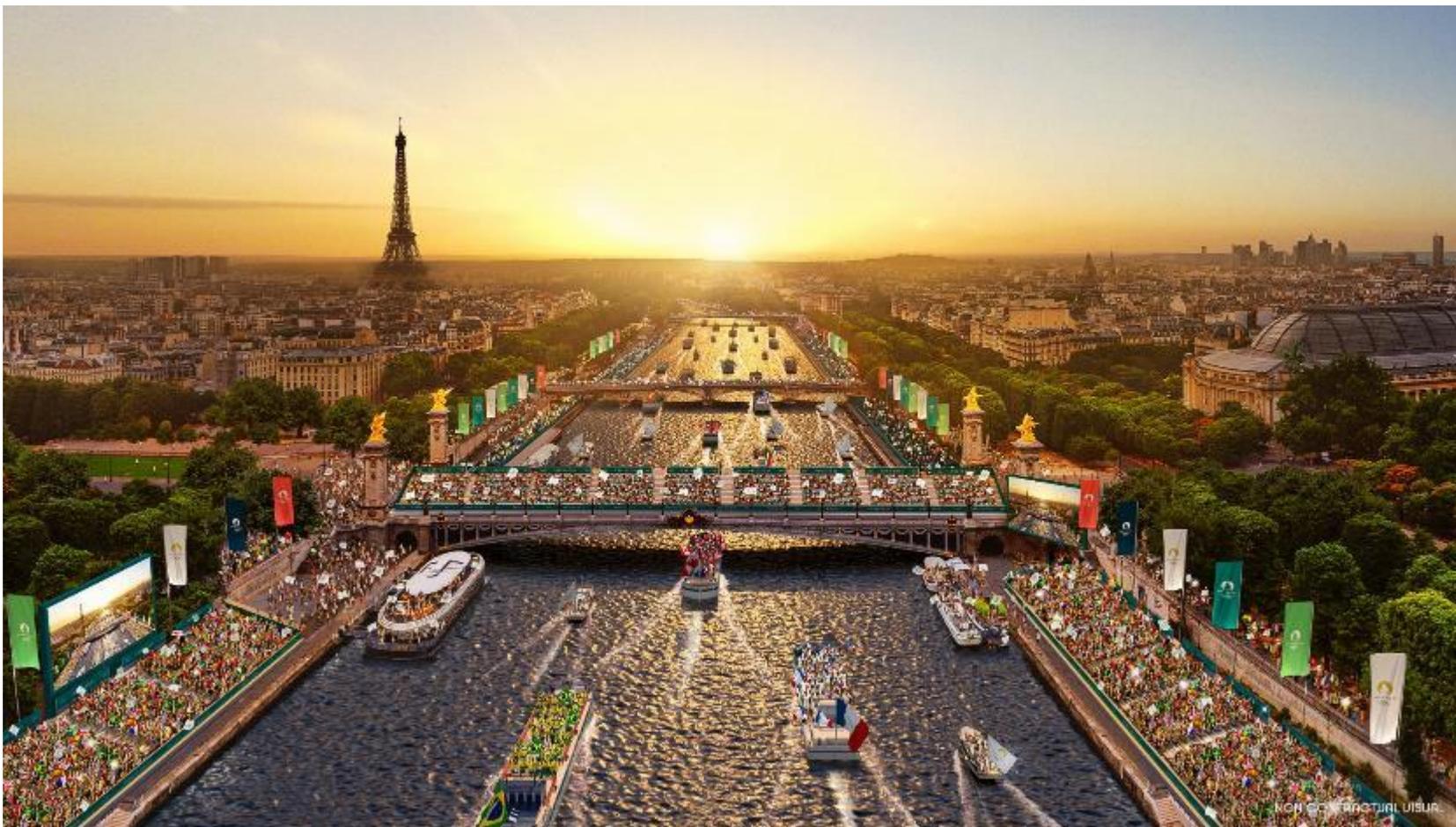


Ecosse



Irlande

— PARIS 2024



Objectifs

Renforcer la notoriété et l'attractivité de la destination France et stimuler les désirs de voyage en France

Inciter les porteurs de billets et visiteurs à prolonger et diversifier leurs séjours

Limiter les effets d'éviction

PARIS 2024

> Les principaux axes de notre plan d'actions

#1.



FORMATION & SENSIBILISATION

Fournir les outils et accompagner les professionnels (hébergeurs / transporteurs) à améliorer l'expérience du visiteur

#2.



OBSERVATION

Mesurer l'impact de Paris 2024 sur le tourisme, avec un focus court terme mais surtout en termes d'image

#3.



PROMOTION

Capitaliser sur l'attention médiatique et les valeurs communes avec Paris 2024 pour faire rayonner la destination France à l'international

Atout France x Agence régionale du Tourisme Grand Est

Collaborations 2023

ACCORD CADRE ATOUT FRANCE - GRAND EST

— Signé 22/11/22

2022				2023				2024				2025			
T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
			22/11/22												

Contrats de destination :

- Alsace
- Champagne
- Montagnes des Vosges – *partagée avec BFC*

Filières d'excellence :

- Mémoire
- Culture & Patrimoine
- Itinérance, nature & outdoor
- Fluvial, œnotourisme et gastronomie
- Bien-être & thermalisme
- Luxe, excellence & métiers d'art
- MICE & tourisme d'affaire



AMI Destinations digitales

« Grand Est Terre d'Histoire », un projet fédérant une quinzaine de sites de mémoire du Grand Est, localement porté par le Mémorial de Verdun

Objectifs

- gagner en visibilité sur le digital pour pouvoir s'adresser aux clientèles françaises et internationales
- Renforcer le positionnement « Histoire » (et non plus mémoire) de l'offre

Accompagnement Atout France

- Audit, diagnostic sur la maturité digitale des 15 sites partenaires du projet
- Analyses et recommandations sur les enjeux de commercialisation de l'offre (billetterie en ligne)
- Réflexions et préconisations sur les stratégies de communication à développer



AMI « Destinations digitales »

Renforcer les savoir-faire en marketing digital des réseaux touristiques, nationaux, régionaux ou infrarégionaux afin de leur permettre de gagner en visibilité sur les marchés.

AMI « Appui à l'innovation à l'expérimentation touristiques »

Agence de Développement Touristique de la Marne / Œnotourisme Lab

2 projets retenus :

- **Gestion du dernier kilomètre, avec la startup La Bulle verte**

Développement de stations de recharges autonomes pour la flotte de véhicules électriques mise à disposition

- **Etude marketing « sentimental », avec la start up ALEPH**

Grâce à la mise à disposition de questionnaires à l'issue de la visite d'un site œnotouristique, déterminer quels sentiments l'expérience a procurés au visiteur. Ce qui permet par la suite d'adresser les clientèles potentielles via la mise en exergue de ces sentiments.

Agence Départementale du Tourisme de l'Aube en Champagne / Slow Tourisme Lab

Gestion du dernier kilomètre

Rendre accessible un site touristique isolé grâce à une offre de transport depuis la gare (appel à candidature en cours afin d'identifier la solution innovante la plus adaptée)

BtoB : mobiliser les réseaux de distribution

Salon Rendez-vous en France 20223



Chiffres-clés du salon 2023 :

- 2 journées de rendez-vous d'affaires
- 660 sociétés françaises exposantes dont 40 de la région Grand Est
- 812 prescripteurs internationaux dont 786 tour-opérateurs et 26 journalistes venus de 67 pays
- 26 320 rendez-vous d'affaires programmés
- 26 programmes d'éductours proposés (257 voyageurs y ont participé) dont 2 en région Grand Est

Campagne ExploreFrance 2023 : une mobilisation collective au service de la destination



— Retour sur l'édition 2022

Relations Presse BtoC

9 Événements presse

50 accueils de journalistes européens

90 retombées presse

33 M visiteurs uniques/mois
645k € CVP

Activations digitales et marketing d'influence

Campagne #ExploreFrance

+ de 120 campagnes régionales de notoriété et de conversion

42 Accueils influenceur autour du tourisme durable

38,5 millions de vidéos vues
905 M impressions

1,06M visites sites France.fr + partenaires

151k mentions #ExploreFrance

12,5M€ CA généré

Répartition du budget par marché :



— Une mobilisation collective renouvelée en 2023



13

entités de
promotion
régionale



Apport renforcé
des partenaires
privés

12

marchés
d'intervention

1

fil conducteur :
le tourisme
durable



10 M€

de budget
co-investi



Nouveauté 2023 : intégration des marchés nord-américains à la campagne #ExploreFrance

— Campagne #ExploreFrance édition 2023

Valorisation de la destination France et des 13 régions métropolitaines grâce à des dispositifs de communication visant à travailler la notoriété et à générer des ventes en partenariat avec des acteurs privés.

Notoriété
France

- Valorisation des 3 thématiques principales et des **marques de destinations régionales au sein des 13 régions françaises métropolitaines.**
- Promotion sous la marque #ExploreFrance.

Notoriété
Destinations

- Campagnes de notoriété segmentées par **marque de destination, en lien avec les dynamiques des contrats de destination.**
- Promotion des marques de destination et #ExploreFrance.

Conversion

- Campagnes visant à générer des réservations en lien avec les **acteurs privés**, dont les **transporteurs et la distribution.**
- Promotion de la marque #ExploreFrance, des marques de destinations et des privés.

— Positionnement de la campagne

3 thématiques valorisées



Nature &
itinérance douce



Art de vivre &
gastronomie



Culture &
patrimoine

3 cibles prioritaires



Familles



DINKS



Millenials

3 périodes de communication



Printemps
/ été



Arrière-saison
/ automne



Hiver
(hors montagne)

1 fil vert : le tourisme durable

1/ Des phases de communication renforcées pour valoriser le printemps et l'arrière-saison/ automne en priorité

Nouveautés 2023 :

2/ Retravail des entrées par persona en lien avec une étude menée autour des sensibilité des clientèles au Tourisme Durable*

3/ Une signature visant à affirmer le positionnement de la destination France en matière de Tourisme Durable

* Parution à venir

— dream big, live slow

La France, le pays où l'on rêve en grand.

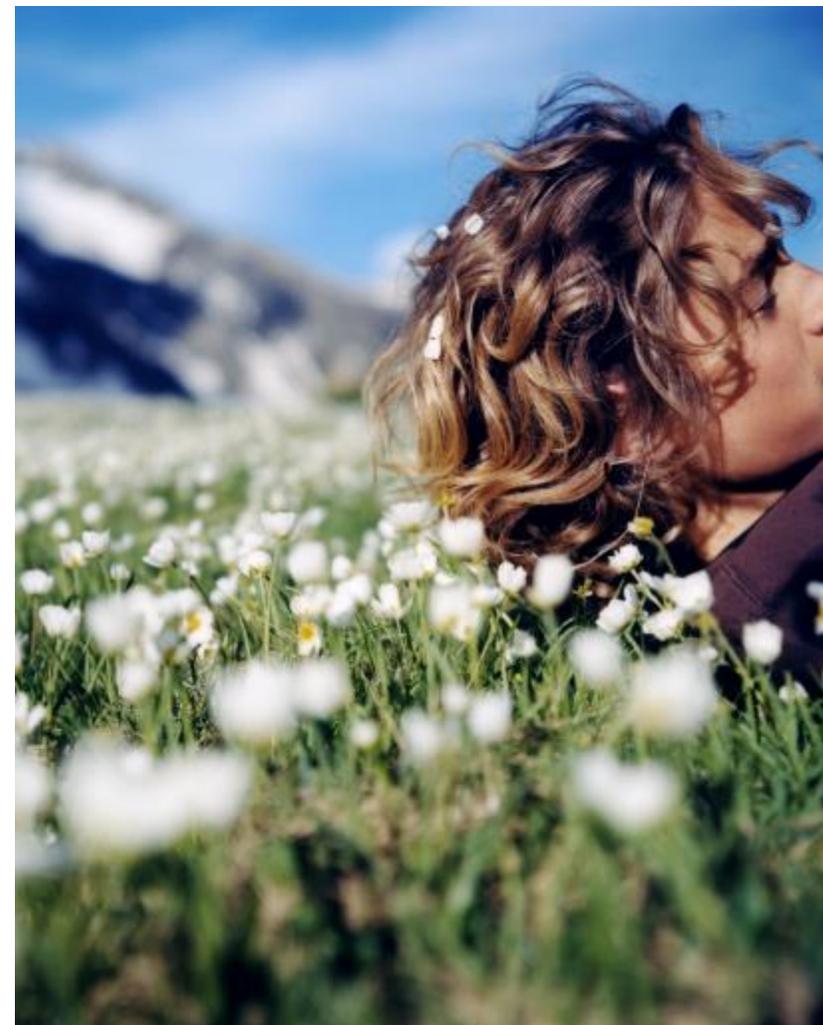
Vivez la beauté de lieux historiques uniques, vibrez avec les grands événements sportifs et culturels, partez pour une aventure à couper le souffle dans les massifs français, découvrez les paysages enchanteurs des campagnes et leur diversité, et plongez au cœur de parcs naturels marins exceptionnels. De grandes émotions vous attendent.

La France, le pays où l'on prend le temps.

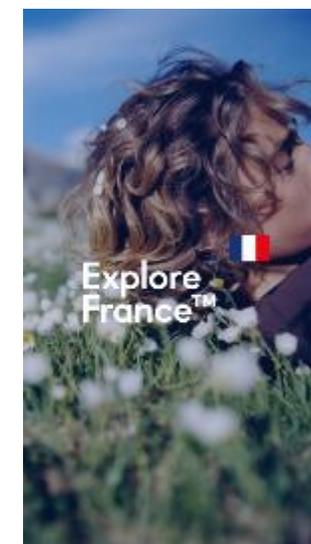
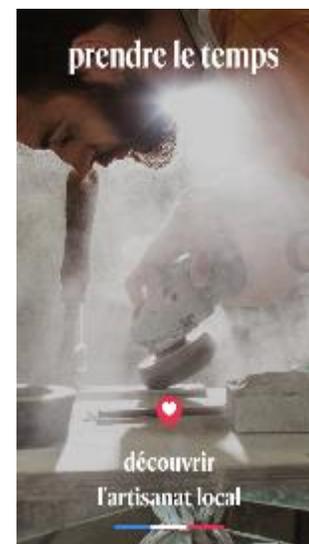
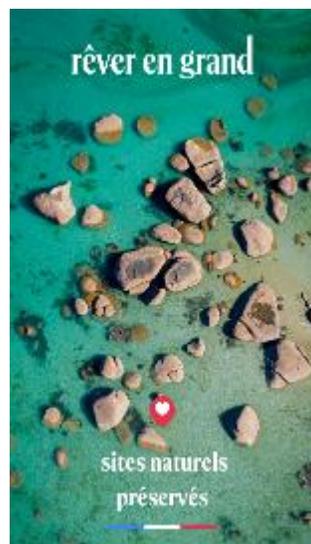
Découvrez les meilleurs produits du terroir, cultivés avec temps et passion, héritiers de savoir-faire artisanaux, les producteurs locaux partageront avec plaisir leur passion. Montez sur un vélo, sautez dans un train ou flânez dans les villages, immergez-vous dans l'atmosphère locale et savourez.

Tranquillement et pleinement. Rêvez en grand, prenez le temps,

Explorez la France



— Univers graphique



— Univers graphique



Explore France™ 



Explore France™ 

dream big
live slow


Eastern France

EXPLORE EASTERN FRANCE 

Explore France™ 

— Film de campagne



Lien vers le film : https://www.youtube.com/watch?v=ioA_amPRzck

Merci de votre attention

