

# DESTINATION FRANCE

LE JOURNAL D'INFORMATION DE ATOUT FRANCE

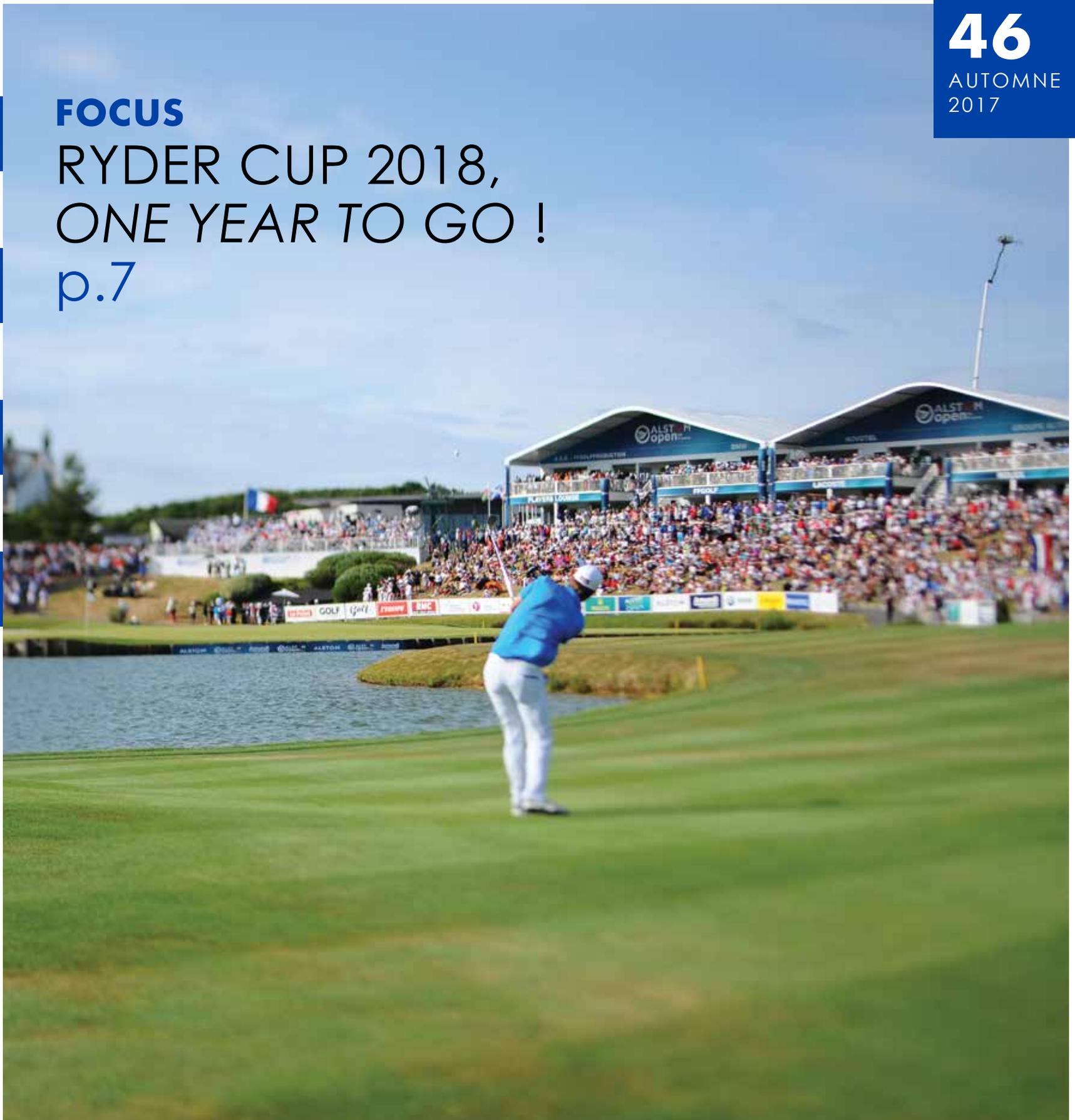
46

AUTOMNE  
2017

## FOCUS

RYDER CUP 2018,  
ONE YEAR TO GO !

p.7



### OUTRE-MER

Rencontres nationales du  
tourisme outre-mer / p.8

### PLAN DE RELANCE

Campagne  
#FeelParis / p.12

### MARCHÉ ÉMERGENT

2017, la reprise  
du marché brésilien / p.16



Comme l'ont rappelé Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, et Jean-Baptiste Lemoyne, secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères à l'occasion de la journée mondiale du tourisme, la fréquentation touristique s'est très bien portée cet été, notamment à Paris Île-de-France, en Auvergne-Rhône Alpes et en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les clientèles internationales long-courrier ont particulièrement plébiscité la France avec une hausse des arrivées aériennes en provenance du Japon, d'Inde, du Brésil, de Russie ou encore des États-Unis. Au total, selon l'Insee, les nuitées de touristes étrangers comptabilisées depuis le début de l'année sont en hausse d'environ 7%.

Au-delà de ces bons résultats, c'est le secteur dans son ensemble qui bénéficie d'une dynamique puissante. Les collectivités et particulièrement les Régions ont largement contribué à ces tendances. Nombre d'entre elles, dont Paris et l'Île-de-France, ont inscrit le tourisme comme une priorité de leur politique de développement. Elles misent sur ses retombées et investissent largement à cet effet.

Cela se ressent également du côté des entreprises. Grands groupes comme start-ups multiplient les innovations afin d'accompagner le développement croissant du tourisme en France et conforter l'attractivité de la destination. Les hébergements se sont aussi largement mobilisés dans le renouvellement de leur classement qui intègre, depuis avril 2016, des critères de services et de prestations plus exigeants.

Le 1<sup>er</sup> Conseil de pilotage du tourisme du 10 octobre, présidé par Jean-Yves Le Drian et Jean-Baptiste Lemoyne, a permis de réaffirmer la nécessité de renforcer le fonds dédié à la promotion de la destination. Il a plus globalement montré la considération du Gouvernement pour le secteur avec l'annonce, par différents ministères, d'initiatives concrètes visant à améliorer l'accueil ou à renforcer les investissements.

Prochain point d'étape : le 2<sup>e</sup> Conseil interministériel du tourisme que présidera le Premier ministre le 19 janvier 2018.

## SOMMAIRE

### 03. ACTUALITÉ

- 1<sup>er</sup> Conseil de pilotage du tourisme
- Christian Mantei au Japon pour conforter la relance de la destination France sur le marché

### 04. COMPÉTITIVITÉ

#### 04. TENDANCES

- Les Entretiens de Vixouze : une 2<sup>e</sup> édition ouverte vers l'international
- Atout France analyse les dynamiques d'attractivité internationale
- TourInvest Forum

#### 05. FORMATION

- Accessibilité : Atout France et le ministère de l'Économie et des Finances se mobilisent
- MOOC Accueil France Europe : journées *Connaissance des marchés*
- La France touristique : le dispositif d'e-learning pour étudiants fait peau neuve

#### 06. HÔTELLERIE

- Palaces de France
- L'hôtel Les Prés d'Eugénie – Michel Guérard reçoit la distinction Palace
- Hôtellerie haut de gamme : la Côte d'Azur investit pour renforcer son attractivité internationale

#### 07. ÉVÉNEMENTS

- Ryder Cup 2018, *one year to go* !

### 08. DESTINATIONS & FILIÈRES

#### 08. OUTRE-MER

- Rencontres nationales du tourisme outre-mer
- Soutien à la destination Guyane
- La Réunion actualise son schéma de développement touristique avec Atout France
- Promotion : l'Allemagne, un marché dynamique pour les outre-mer

### 09. DESTINATION

- *Occitanie-Sud de France*, la nouvelle marque touristique de la destination Occitanie
- Jazz in Marciac

### 10. CULTURE

- À la Foire du Livre de Francfort, tourisme et littérature font bon ménage
- Concours EDEN 2017 : le tourisme culturel à l'honneur
- La Culture renforce sa présence sur les salons professionnels

### 11. AFFAIRES

- Retour sur France Meeting Hub 2017
- Capter les plus grands congrès internationaux en France
- À Marseille, un corporate hospitality aux couleurs du Tour de France
- Vidéo *Business en France*

### 12. PROMOTION / PLAN DE RELANCE

- #FeelParis : promouvoir une capitale aux multiples facettes
- Plan de relance : Atout France au côté des destinations
- #FeelFrenchCulture

### 14. PROMOTION DES FILIÈRES

### 15. CLIENTÈLES & MARCHÉS

#### 15. MARCHÉ MATURE

- L'Australie, 10<sup>e</sup> marché émetteur vers la France, à saisonnalité inversée

#### 16. MARCHÉ ÉMERGENT

- 2017, la reprise du marché brésilien

#### 17. ACTIONS À L'INTERNATIONAL

### 20. EN BREF

- Publications
- Événements à venir
- Conférences et formations
- Actualité Air France

Retrouvez notre supplément « Ils nous ont rejoints » en p.10

## ACTUALITÉ

**1<sup>ER</sup> CONSEIL DE PILOTAGE DU TOURISME**

Le 10 octobre s'est tenu le 1<sup>er</sup> Conseil de pilotage du tourisme présidé par Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, avec à ses côtés, le secrétaire d'État Jean-Baptiste Lemoyne. Plusieurs ministres, également présents, ont présenté leurs initiatives pour que les objectifs annuels de 100 millions de touristes internationaux et 50Md€ de dépense touristique soient atteints en 2020.

**PROMOTION : DES MOYENS RENFORCÉS POUR ATOUT FRANCE**

Le Conseil de pilotage a convenu de la nécessité d'une mobilisation collective pour augmenter les fonds publics et privés alloués à la promotion de la destination France.

Afin de déterminer les meilleurs moyens de structurer cet effort, a été créée une mission d'information sur le financement de la promotion du tourisme, composée de Christian Mantei, directeur général de Atout France, de Germain Lelarge, entrepreneur du numérique et de Jacques Barré, vice-président de la Confédération des acteurs du tourisme. La mission consultera les acteurs du secteur afin de déterminer les moyens d'accroître le nombre et la dimension des partenariats de Atout France et de réfléchir à des modalités renouvelées de financement de la promotion.

Le Conseil de pilotage est par ailleurs revenu sur le rôle central de la gastronomie française pour inciter les touristes à visiter la France. Les événements de promotion à l'international (« Goût de France ») et en France (Fête de la gastronomie) seront mieux articulés pour que les deux volets soient 2 déclinaisons d'une même opération de promotion.

**ACCUEIL**

Plusieurs ministères se mobilisent également pour améliorer l'accueil des visiteurs en France. Des mesures ont notamment été annoncées s'agissant du temps d'attente aux aéroports pour les contrôles d'identité, de l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap, de qualité d'accueil (campagnes Qualité Tourisme), de parcours d'achat des clients internationaux (détaxe notamment), d'information pour l'obtention de visas (portail France Visa), ou encore des travaux du CDG Express qui devra être opérationnel pour les Jeux Olympiques de 2024.

**INVESTISSEMENT**

L'agrégateur de données publiques DATAtourisme entre dans une phase 2 afin d'élargir le champ des informations collectées et les usages possibles pour les startups. De même, l'État va soutenir le réseau d'incubateur touristique « France Tourisme Lab » pour faciliter l'émergence de nouvelles offres touristiques. Enfin, une mission d'information a été constituée pour identifier les propositions concrètes et opérationnelles qui permettront de faciliter la rénovation du parc privé d'hébergements touristiques, notamment dans

les stations littorales et de montagne. Elle rendra ses conclusions aux ministres le 15 décembre afin de pouvoir donner lieu à des décisions au 2<sup>e</sup> Conseil interministériel du tourisme que présidera le Premier ministre le 19 janvier 2018.



► Conseil de pilotage du tourisme du 10 octobre

## CHRISTIAN MANTEI AU JAPON POUR CONFORTER LA RELANCE DE LA DESTINATION FRANCE SUR LE MARCHÉ

► Christian Mantei remet les insignes de chevalier de l'ordre de la Légion d'honneur à M. Junjo Kikuma



Dans un contexte où le marché touristique japonais reprend fortement, sans pour autant avoir encore retrouvé son niveau d'avant la crise, Christian Mantei, directeur général de Atout France, a effectué un déplacement au Japon du 20 au 22 septembre.

Les enjeux de ce déplacement étaient multiples :

**LA FRANCE AU SALON TOURISM EXPO JAPAN**

Il était essentiel de manifester la volonté de Atout France et de la destination France d'être présentes sur le salon *Tourism Expo Japan*, en présence de nombreux pays concurrents et d'un public qui retrouve l'envie de voyager en Europe. Le pavillon France a ainsi réuni de nombreux professionnels dont les destinations Occitanie et Alsace, particulièrement engagées dans cette démarche. Atout France a profité de l'occasion pour proposer aux agents de voyages japonais et au grand public, une présentation de destinations et d'expériences à vivre en France, répondant ainsi aux fortes attentes de diversification des voyages en France de la clientèle japonaise.

**RENCONTRER LES PROFESSIONNELS JAPONAIS**

En marge du salon, Christian Mantei a rencontré plusieurs décideurs japonais, notamment les compagnies aériennes afin d'évoquer les perspectives de renforcement de la desserte, point

essentiel dans le processus de relance du marché. Il est également intervenu lors du symposium JATA (*Japan Association of Travel Agents*) dont le thème 2017 était le développement du tourisme durable. Devant une assemblée de 1 000 professionnels japonais, il a ainsi représenté la vision et les savoir-faire français dans ce domaine. Lors de la cérémonie d'ouverture, il a reçu, au nom de Atout France, le prix *Japan Tourism Award* de la meilleure action de promotion B2B pour le salon *Rendez-vous en France*. Christian Mantei est également intervenu dans le cadre du séminaire technique des autorités japonaises du tourisme sur le développement touristique et les économies régionales au Japon, domaine dans lequel la France constitue une référence majeure. Enfin, ce déplacement était aussi l'occasion de remettre les insignes de chevalier de l'ordre de la Légion d'honneur à M. Junjo Kikuma, président de l'agence World Air-Sea Service, très engagé pour la France depuis une quarantaine d'années et signataire de la convention pour la relance du marché, passée en 2016 entre Atout France et la JATA.

## TENDANCES

## LES ENTRETIENS DE VIXOUZE : UNE 2<sup>E</sup> ÉDITION OUVERTE VERS L'INTERNATIONAL

Le Château de Vixouze, site millénaire au cœur du Cantal a accueilli les 7 et 8 septembre derniers la 2<sup>e</sup> édition des Entretiens de Vixouze (EDV), forum international sur le tourisme du futur.

Co-produit avec Atout France, en partenariat avec la Région Auvergne - Rhône-Alpes et le Conseil départemental du Cantal, les Entretiens de Vixouze se sont ouverts résolument vers l'international.

Ce Think Tank qui casse les codes a su créer une alchimie nouvelle, un esprit de convivialité où se mêlent connaissances, expertise et prospective. Afin de favoriser le partage d'expériences et de compétences, les conférences des EDV ont

accueilli 53 intervenants, écrivains, sociologues, philosophes, universitaires, décideurs publics et privés, experts... tous voyageurs désireux de se projeter dans l'avenir et d'accepter d'imaginer le tourisme du futur.

«L'innovation n'est plus un débat, c'est une exigence, une évidence qui constitue l'un des leviers majeurs de la compétitivité de tous les secteurs du tourisme» a souligné Christian Mantei, directeur général de Atout France.

Les EDV sont aussi un véritable laboratoire d'idées et de scénarios qui vont transformer ou révolutionner le futur de nos tourisimes dans 30 ou 50 ans. Lors de cette 2<sup>e</sup> édition, a été lancé le *Forum des Imaginaires*, le 1<sup>er</sup> concours de design du tourisme de demain. La gagnante, une jeune chinoise de 27 ans en cursus à l'école de design de Nantes Atlantique, s'est vu remettre le prix du meilleur design pour son projet *Voyage en vélo*.



► Ouverture du forum par Christian Mantei

Retrouvez toutes les plénières des Entretiens de Vixouze en vidéo sur :

[www.lesentretiensdevixouze.com](http://www.lesentretiensdevixouze.com)



- 304 participants dont 17 étrangers
- 8 conférences plénières
- 6 conférences des Imaginaires
- 5 key notes speakers
- 53 intervenants

## TOURINVEST FORUM

La 5<sup>e</sup> édition du forum Tourinvest aura lieu le 8 novembre à Paris. Organisé par MKG Consulting en partenariat avec Atout France, il réunira plus de 300 participants venus échanger sur l'investissement hôtelier et touristique.

Destiné à stimuler l'investissement touristique et hôtelier, ce forum permet de favoriser la rencontre entre exploitants, aménageurs, porteurs de projets, investisseurs et banques, cabinets d'avocats, promoteurs, constructeurs, architectes, etc.

Grâce à ses conférences, il met en lumière les opportunités de marché actuelles, les stratégies d'aménagement urbain des agglomérations ou encore les clés facilitant le montage des projets d'investissement.

Christian Mantei inaugurera cette 5<sup>e</sup> édition et Philippe Maud'hui, directeur de l'ingénierie et du développement de Atout France interviendra sur les sujets de l'internationalisation des clientèles et l'attractivité de la destination France.

L'édition 2017 a également retenu 3 thématiques pour ses tables rondes :

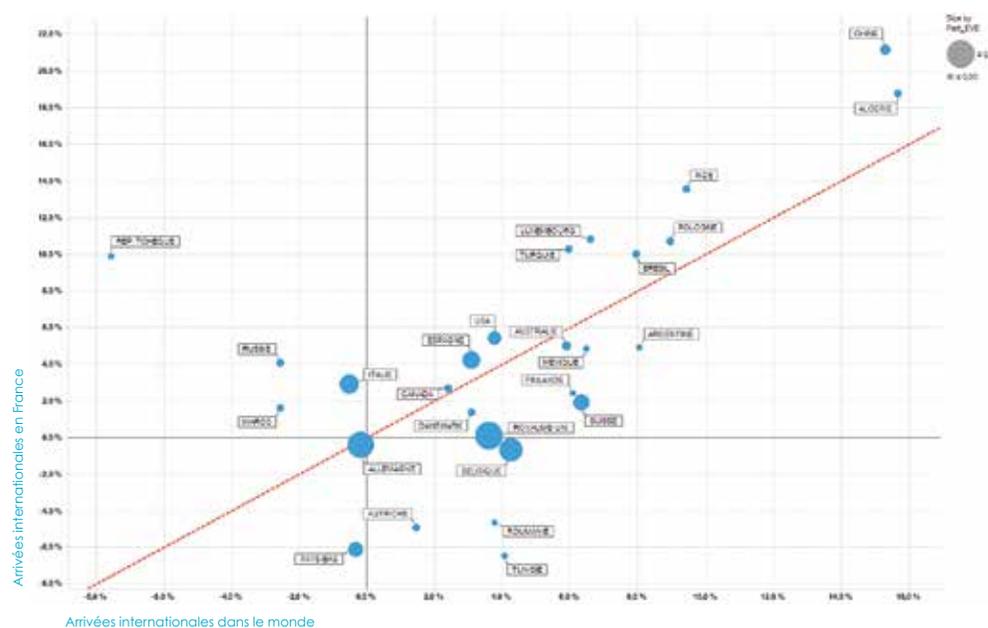
- Premier contact, première impression : l'accueil touristique est-il toujours à la hauteur ?
- Vous avez dit *bleisure* ? Derrière la tendance, comment émergent de nouveaux concepts d'hébergement ?
- Développement touristique durable, comment se traduit-il dans la réalité des territoires, des bâtiments, des concepts, des opérations, du marketing ?

## ATOUT FRANCE ANALYSE LES DYNAMIQUES D'ATTRACTIVITÉ INTERNATIONALE

À l'occasion de la réunion de sa Commission stratégie le 29 mai dernier, Atout France a proposé une analyse des flux touristiques internationaux vers la France de 2010 à 2015.

Trop souvent, l'analyse annuelle sans mise en perspective globale ne permet pas de décrypter les évolutions plus structurales. À l'occasion de la réunion de la Commission stratégie de Atout France, les évolutions des flux touristiques de la France en provenance des principaux marchés émetteurs mondiaux ont été examinés sur une période de 5 ans : 2010-2015. Cette démarche est riche d'enseignements.

Sans surprise, on constate la dynamique de plusieurs marchés BRICS à l'exemple de la Chine, du Brésil ou de l'Inde avec une surperformance de la destination France par rapport au taux d'évolution de ces marchés émetteurs. Les États-Unis et le Canada ont également eu une dynamique globalement positive. En Europe, les évolutions apparaissent nettement plus contrastées avec des performances plus faibles pour plusieurs marchés importants en volume et en valeur pour notre destination à l'exemple notamment des Pays-Bas, de la Belgique, de l'Allemagne et de la Grande-Bretagne.



► Arrivées touristiques dans le monde et en France : évolution comparée des TCAM<sup>1</sup> entre 2010 et 2015

<sup>1</sup> TCAM : taux de croissance annuelle moyen

## FORMATION



## MOOC ACCUEIL FRANCE EUROPE JOURNÉES CONNAISSANCE DES MARCHÉS

En complément du MOOC Accueil France Europe dédié à l'accueil de 6 nationalités de visiteurs européens, Atout France organise, dans ses locaux parisiens, des formations en présentiel.

Les journées *Connaissance des marchés*, animées par les directeurs des bureaux de Atout France, fournissent aux participants des clés de compréhension des marchés abordés dans la version Europe du MOOC Accueil France : Pays-Bas, Allemagne, Espagne, Belgique, Grande-Bretagne et Italie. Elles permettent de définir les moyens et stratégies à mettre en œuvre pour impulser une dynamique de voyages vers les destinations françaises et ainsi améliorer l'accueil des touristes européens, augmenter son activité professionnelle vers le pays ciblé et développer un programme d'actions vers ce marché.

### Prochaines journées *Connaissance des marchés* :

- Marché touristique allemand : jeudi 12 octobre
- Marché touristique espagnol : jeudi 19 octobre
- Marché touristique belge : jeudi 16 novembre
- Marché touristique britannique : mardi 21 novembre
- Marché touristique italien : mardi 28 novembre

### Les territoires se mobilisent autour du MOOC

Atout France et Tourism Academy développent actuellement des partenariats novateurs avec des destinations, des structures d'appui et des groupements professionnels, favorisant fortement la montée en compétence de leurs équipes, ceci dans le cadre de nouveaux modèles économiques très compétitifs.

Des conventions ont ainsi été signées avec la FROTSI PACA, la Fédération Internationale des Logis pour une centaine d'apprenants ou la CCI des Hauts-de-France. Le CRT Bretagne a également acheté, dans le cadre du plan de relance de la destination France, une soixantaine d'accès au MOOC Europe ainsi que des accès au MOOC *Long courrier* (Chine et Inde).

Par ailleurs, depuis le début de l'année, Atout France et Tourism Academy ont répondu à plusieurs consultations de marché de service, relatif au schéma de professionnalisation des acteurs du tourisme. Leurs propositions ont été retenues par la FROTSI Champagne-Ardenne et Tourisme O'Centre pour 2018.

## ACCESSIBILITÉ : ATOUT FRANCE ET LE MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES SE MOBILISENT

Dans le cadre de la mise en accessibilité des établissements recevant du public (ERP), Atout France et la DGE ont échangé avec les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration sur les agendas d'accessibilité programmée (Ad'AP).

À u printemps dernier, Atout France, le CEREMA<sup>1</sup> et le ministère de l'Économie et des Finances (direction générale des entreprises - sous-direction tourisme) ont organisé une journée consacrée au déploiement des agendas d'accessibilité dans la filière hôtels et restaurants.

Cette journée, qui a réuni de nombreux gestionnaires d'établissements grâce à la mobilisation des principales organisations et des syndicats professionnels (CCI, UMIH, FAGHIT, SYNHORCAT...), a permis de faire le point sur les démarches en cours et les bonnes pratiques observées à partir d'un échantillon d'établissements précédemment expertisés.

Si parfois les obligations réglementaires incombant aux exploitants d'ERP sont ressenties comme des contraintes techniques et bien souvent financières, les expériences identifiées et mises en avant au cours de cet échange montrent que l'accessibilité, appréhendée en termes de besoins globaux, présente également de nombreuses opportunités de se différencier positivement et d'accroître sa visibilité commerciale.

Longtemps en retrait, la France compte aujourd'hui plus de 5 500 établissements porteurs de la marque Tourisme & Handicap avec aujourd'hui 3 destinations labellisées *Destination pour tous*.



► N'hésitez pas à télécharger gratuitement le guide en ligne réalisé en 2016 : *L'Ad'ap, une opportunité pour améliorer le confort d'usage pour tous et valoriser votre offre touristique*, disponible sur <http://atout-france.fr/publications>

Pour plus d'informations sur cette journée [sylvain.charlot@atout-france.fr](mailto:sylvain.charlot@atout-france.fr)

## LA FRANCE TOURISTIQUE : LE DISPOSITIF D'E-LEARNING POUR ÉTUDIANTS FAIT PEAU NEUVE

Proposé par Atout France en collaboration avec la FFTST<sup>2</sup> et l'ANETT<sup>3</sup>, ce programme permet aux établissements de formation supérieure en tourisme (niveau BTS et plus) d'offrir à leur élèves une formation complète sur les destinations françaises. Suivie par plus de 1 300 étudiants en 2016, elle est, depuis la rentrée, accessible sur tablette. Ses contenus ont été enrichis, un espace dédié aux enseignants pour le suivi global de leurs étudiants est désormais intégré ainsi qu'un volet vidéos Atout France et des statistiques.



### Des modules de e-learning sur mesure :

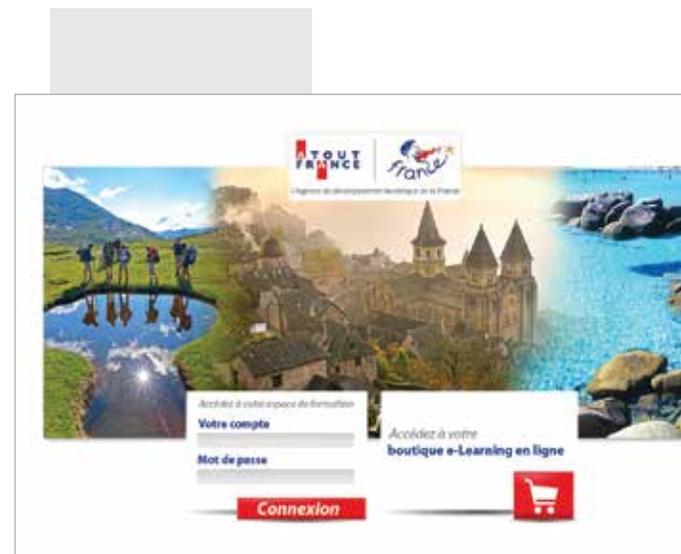
Atout France propose désormais à ses partenaires de créer des modules de e-learning pour faire la promotion de leur destination, sensibiliser les professionnels ou le grand public sur un sujet donné.

Contact : Valérie Granier

[valerie.granier@atout-france.fr](mailto:valerie.granier@atout-france.fr)

### Retrouvez nos 2 autres modules de e-learning sur [atout-france.fr](http://atout-france.fr) :

- « Commercialiser votre activité de loisirs sportifs en montagne »
- « Labelliser une commune »



### Connectez-vous sur le module de démonstration

<http://elearning.atout-france.fr>

Identifiant : *démo* / mot de passe : *Francetouristique*

<sup>1</sup> Centre d'Études et d'Expertise sur les Risques, l'Environnement, la Mobilité et l'Aménagement / <sup>2</sup> Fédération Française des Techniciens Supérieurs du Tourisme / <sup>3</sup> Association Nationale des Enseignants des Techniques Touristiques

## HÔTELLERIE



## L'HÔTEL LES PRÉS D'EUGÉNIE - MICHEL GUÉRARD REÇOIT LA DISTINCTION PALACE

L'établissement de Michel Guérard, à Eugénie-les-Bains (40), a rejoint en juillet le cercle des établissements ayant reçu la distinction Palace.

À l'issue de la dernière réunion de délibération de la Commission Palace, Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, et Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, ont attribué, pour une durée de 5 ans, la distinction Palace à l'hôtel Les Prés d'Eugénie – Michel Guérard, à Eugénie-les-Bains.

Véritable petit palais de l'excellence et du romantisme installé à Eugénie-les-Bains dans un domaine de 7,6 hectares composé notamment de jardins féériques, l'hôtel les Prés d'Eugénie est la propriété du grand cuisinier Michel Guérard. 3 étoiles couronnent la Table des Prés d'Eugénie depuis 1977.



## PALACES DE FRANCE

Atout France, qui mène depuis 2014 des actions de promotion des Palaces de France à l'international, a fait prendre la pause à leurs plus grands talents. Objectif : livrer un message d'hospitalité au monde entier : venez en France, nous sommes là pour vous accueillir !

Derrière l'expérience unique que représente un séjour dans les Palaces de France se cache le savoir-faire sans pareil d'équipes motivées par la recherche de l'excellence. Directeur d'hôtels, chefs, concierges, gouvernantes, fleuristes, réceptionnistes, etc., tous rivalisent d'ingéniosité pour offrir un séjour sur mesure à chacun de leur client.

Ces incontestables ambassadeurs de l'hospitalité et du savoir-vivre français à travers le monde, Atout France a souhaité les réunir au mois de septembre

pour une photo destinée à valoriser ce savoir-faire à l'international.

Le cliché du photographe britannique Rip Hopkins met ainsi en scène directeurs, chefs et représentants des différents métiers des Palaces, sur le toit de l'Arc de Triomphe offrant une superbe vue sur Paris.

Il sera relayé auprès de la presse internationale et sur les réseaux sociaux gérés par le réseau de Atout France à l'international et les 24 Palaces de France.

## HÔTELLERIE HAUT DE GAMME : LA CÔTE D'AZUR INVESTIT POUR RENFORCER SON ATTRACTIVITÉ INTERNATIONALE

À l'heure où l'hôtellerie azurienne entre dans une dynamique d'investissement très positive, Atout France a participé aux réflexions sur la faisabilité de 2 nouveaux établissements haut de gamme.

À grandissement du Garden Beach à Juan-les-Pins, démarrage de travaux ou montage de projets d'hôtels 4 ou 5\* à Nice, Cagnes-sur-Mer, Menton et Grasse, rénovation de son hôtellerie de luxe... l'industrie hôtelière de la Côte d'Azur continue d'investir pour le futur et consolider ainsi la dynamique actuelle. Objectif : être pleinement en capacité de bénéficier de la croissance à venir des flux touristiques internationaux.

Ces investissements nombreux et répartis sur le territoire (dans la dynamique du Contrat de destination Côte d'Azur, Terre d'événements) auront un effet significatif sur l'attractivité de la destination France à l'international. Par les enseignes qui les exploitent ou les gèreront demain, comme par les signatures architecturales qui les singularisent, ces établissements sont nécessaires au rebond de l'économie touristique observé depuis fin 2016.

Avec 2,6 milliards d'euros à l'échelle nationale, l'investissement hôtelier représente 1/3 de l'investissement touristique annuel (un peu plus de 12,5 milliards d'euros) et 2/3 des investissements liés à l'hébergement marchand stricto sensu. Après plusieurs années pendant lesquelles les investissements ont été fortement orientés par la nécessité de répondre aux obligations réglementaires, la dynamique actuelle porte davantage sur le produit, le service et les logiques d'innovation.

Dans le cadre de ses missions d'accompagnement des porteurs de projets, Atout France a notamment été amenée à contribuer très en amont aux réflexions et à la définition de 2 projets d'investissement en cours de lancement :

- le nouvel hôtel 4 étoiles de Cagnes-sur-Mer qui proposera 89 chambres, 2 salles de séminaires et une piscine en roof-top. Il sera le 4<sup>e</sup> établissement 4 étoiles de la ville et viendra renforcer la dynamique de développement touristique de cette commune toute proche de Nice dans laquelle s'est également implanté un des plus récents centres commerciaux hexagonaux, le Polygone Riviera.
- le projet d'un établissement 5 étoiles situé à Menton face au port. Il devrait ouvrir ses portes en 2020 et proposer 104 chambres et suites de 37 à 80 m<sup>2</sup>, un spa, un centre de congrès, 2 restaurants dont un gastronomique, une piscine, 2 jardins ainsi qu'un parking privé de 150 places.

Ces deux projets d'investissement ont, comme de nombreux autres, rencontré des obstacles importants et ont dû attendre l'extinction de tous les recours pour pouvoir démarrer concrètement. Ils permettront, à Menton de diversifier la clientèle, notamment sur le segment du tourisme d'affaires, et à Cagnes-sur-Mer de consolider l'offre locale tout en redynamisant tout un quartier de vie.

## ÉVÉNEMENTS

# RYDER CUP 2018, ONE YEAR TO GO !

Dans 1 an, la France accueillera la plus grande compétition de golf par équipes au monde. Atout France, la Fédération française de golf et leurs partenaires se mobilisent pour faire de l'événement un succès et, à terme, positionner la France comme une véritable destination golfique.



LE GOLF NATIONAL  
FRANCE 2018



► Parcours Albatros du Golf National de Saint-Quentin-en-Yvelines

## COMPTE À REBOURS ENCLENCHÉ !

Pour faire de l'accueil de la Ryder Cup 2018 en France une grande fête populaire et un moment de partage pour tous les Français, la Fédération française de golf (ffgolf) et 350 de ses clubs ont proposé, du 1<sup>er</sup> septembre au 1<sup>er</sup> octobre, des journées portes ouvertes *One year to golf*. Objectif : inviter tous ceux qui le souhaitent à venir découvrir gratuitement le golf.

Autre initiative d'importance, l'événement *One year to go*, organisé du 15 au 18 octobre par le comité Ryder Cup France 2018, qui a offert aux délégations française et américaine un avant-goût de la compétition. Emmenées par les capitaines des équipes, Thomas Björn pour l'Europe et Jim Furyk pour les États-Unis, elles ont découvert l'offre golfique française, dont le Golf National, grâce à un programme d'exception. Plusieurs moments forts ont marqué ce séjour : une rencontre avec Emmanuel Macron à l'Élysée, le tir de balles par les 2 capitaines du 1<sup>er</sup> étage de la Tour Eiffel ou une réception à Versailles afin de donner le ton du futur dîner de gala donné en l'honneur des équipes en 2018.

En marge de cet événement, Atout France avait organisé un voyage de presse qui a permis à 6 journalistes américains et 4 journalistes britanniques de la presse lifestyle d'assister à la conférence de presse de l'événement *One year to go* et de découvrir le parcours Albatros du Golf National de Saint-Quentin-

en-Yvelines où aura lieu la Ryder Cup 2018.

En complément, Atout France et le Comité régional de tourisme Paris Île-de-France ont réalisé une vidéo de promotion de l'offre golfique francilienne mettant en scène le champion Romain Béchu, spécialiste des *trick shots* (jonglage avec des balles de golf). Habillé aux couleurs de la Ryder Cup, le sportif jongle dans différents golfs de la destination, dans ses sites touristiques emblématiques (Arc de Triomphe, Disneyland Paris, Versailles, etc.) ou terrasses parisiennes... Le film sera diffusé fin octobre sur les réseaux sociaux (*#FeelParisRegion*) à l'international via les comptes gérés par Atout France (FranceFR) ainsi que par le CRT Paris Île-de-France.

## INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET (IGTM)

Du 11 au 14 décembre, la France accueillera la 20<sup>e</sup> édition du salon international du tourisme golfique (IGTM) à Cannes. Ce rendez-vous majeur du secteur réunit chaque année le meilleur de l'offre européenne et mondiale et la grande majorité des tour-opérateurs spécialisés. Atout France participera bien entendu à l'événement avec un pavillon France réunissant une cinquantaine de professionnels du tourisme golfique français. Une brochure valorisant l'offre golfique ainsi que celle des partenaires présents sur le pavillon France sera éditée pour l'occasion.

Le 14 décembre, Atout France organisera une soirée de clôture « France » aux couleurs de la Ryder Cup 2018. Une nouvelle façon de célébrer la tenue de la compétition en France.

## DES ACTIONS DE PROMOTIONS À L'INTERNATIONAL

Le réseau Atout France à l'international multiplie les initiatives visant à valoriser le golf en France.

Aux États-Unis, l'Agence s'est par exemple rapprochée des organisateurs de la *Gladney Cup*, véritable institution du golf américain. Organisé par le *Gladney Center*, organisme qui depuis 130 ans accompagne les familles souhaitant adopter, la compétition réunit participants et champions issus des plus grands clubs tels que le *Winged Foot Golf Club*, *The Olympic Club*, *The Colonial Country Club* (dont l'adhésion annuelle est de l'ordre de 10 000 dollars). Durant la *Gladney Cup 2017*, qui s'est tenue du 13 au 25 septembre au Country Club de Brookline dans le Massachusetts, des enchères ont été organisées au bénéfice du *Gladney Center*. Afin de bénéficier d'une forte visibilité auprès de cette audience très exclusive, Atout France s'est associée à La Compagnie, au Plaza Athénée et à Elite Golf Experience et a offert, lors des enchères, un séjour d'exception à Paris valable pendant la Ryder Cup 2018. Sur les marchés britannique et irlandais, Atout France, en étroite collaboration avec les Ambassades de France, Ryder Cup et la Fédération française de golf, organise 2 opérations de promotion complémentaires à l'événement *One Year to Go* de la Ryder Cup. La 1<sup>re</sup> aura lieu le 25 octobre à Dublin et la 2<sup>e</sup> le 26 à la gare de St Pancras de Londres afin de lancer le compte à rebours à 1 an de l'accueil de la Ryder Cup en France. Une campagne et des accueils de presse compléteront ce dispositif.

## OUTRE-MER

## RENCONTRES NATIONALES DU TOURISME OUTRE-MER

Le 25 septembre dernier, Annick Girardin, ministre des Outre-mer, a ouvert les 2<sup>e</sup> Rencontres nationales du tourisme outre-mer et a rappelé son ambition pour les destinations ultramarines.



► Intervention d'Annick Girardin, ministre des outre-mer

Après avoir évoqué la situation aux Antilles suite au passage des ouragans à Saint-Martin, Saint-Barthélemy, la Martinique et la Guadeloupe, la ministre a salué la mobilisation de tous les services de l'État et des collectivités territoriales pour apporter les premiers secours, l'assistance et la sécurité.

La reconstruction des équipements sera l'occasion de donner un nouvel élan à ces territoires en proposant notamment une offre touristique durable et responsable. « La question environnementale doit primer dans l'élaboration de nos politiques publiques à destination du tourisme. Les territoires ultramarins ont vocation à être des terres d'excellence et d'innovation, y compris dans le secteur touristique ». Ces Rencontres ont d'ailleurs été l'occasion de proposer une table-ronde « Destinations, renaître après une crise » animée par Annick Girardin,

Christian Mantei et Didier Heiderich, président de l'Observatoire international des crises.

4 séances de travail ont également eu lieu et ont permis de présenter :

- une 1<sup>re</sup> observation des flux touristiques dans les territoires ultramarins (par la société Forwardkeys),
- un panorama de produits, services et initiatives touristiques innovants dans 5 territoires outre-mer,
- les outils de financement au service du tourisme,
- une étude menée pour le ministère des Outre-mer, avec l'appui de Atout France, sur la notoriété et l'image des destinations ultramarines sur le marché hexagonal.

En conclusion, la ministre est revenue sur la création du nouveau Conseil stratégique du tourisme dans les outre-mer (CSTOM), dans lequel Atout France aura un rôle actif.

## LA RÉUNION ACTUALISE SON SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE AVEC ATOUT FRANCE

Depuis plusieurs années, la Réunion a fait du tourisme un axe fort de sa politique en faveur du développement économique de l'île.

Pour favoriser la fréquentation, notamment internationale, le nouveau schéma de développement et d'aménagement touristique, élaboré avec l'appui de Atout France, fixe un cadre stratégique ambitieux pour les 10 ans à venir.

Parmi les axes partagés avec l'ensemble des partenaires publics et privés de la filière :

- favoriser la performance économique davantage que les flux stricto sensu, avec par ailleurs, une forte exigence environnementale,
- faire partager les valeurs du « vivre ensemble » des Réunionnais en plaçant l'humain au cœur de l'expérience touristique,
- accélérer la diversification des marchés émetteurs, notamment BRICS, en stimulant de nouvelles connectivités aériennes, en intégrant les mutations technologiques en cours et en conduisant des actions marketing plus segmentées.

Le nouveau schéma constituera l'outil essentiel de la politique régionale de développement touristique des prochaines années.

Il est à noter que Atout France est de plus en plus sollicitée pour ce type d'accompagnement permettant de mobiliser efficacement des prestataires privés.

## PROMOTION : L'ALLEMAGNE, UN MARCHÉ DYNAMIQUE POUR LES OUTRE-MER

**Si entre 2015 et 2016, les destinations ultramarines françaises ont connu un recul de fréquentation des clientèles européennes, l'Allemagne fait figure d'exception avec un nombre de voyageurs toujours plus important.**

En 2016, le nombre de visiteurs allemands a fortement augmenté à la Réunion (+20%), en Polynésie (+11,7%), en Nouvelle-Calédonie (+17%), et Air France a enregistré +10% de ventes par rapport à la saison dernière<sup>1</sup>. Cette tendance a notamment été favorisée par l'ouverture de la ligne Francfort / Fort-de-France en 2016 (et son maintien en 2017, mais au départ de Munich) mais aussi par un engouement pour Cuba et la République Dominicaine qui a contribué à l'essor des destinations Caraïbes (+27%)<sup>2</sup>.

Ce contexte encourage donc le Cluster Tourisme des outre-mer de Atout France à poursuivre ses actions de promotion sur le marché.

- Les 17 et 18 octobre sont organisés un panel d'expert et 2 formations pour environ 70 agents de voyages à Stuttgart et Francfort ;
- Les 10 et 11 novembre, le Cluster sera présent au salon *Dertour Campus Summer* à Disneyland Paris où 1 400 agents de voyages allemands sont attendus ;
- Enfin, en novembre, 3 webinars par océan sont programmés afin de former 75 agents de voyages environ.



► L'île Royale en Guyane

## GUYANE SOUTIEN À LA DESTINATION

**En marge des Rencontres nationales du tourisme outre-mer, Atout France a présenté une stratégie d'influence visant à relancer le tourisme en Guyane.**

Dans le cadre des mesures engagées depuis 6 mois par le Gouvernement en faveur de la Guyane (accord de Guyane), Atout France a proposé aux acteurs du tourisme guyanais un plan d'actions visant à redynamiser l'image de la destination et sa fréquentation touristique.

Après avoir posé un diagnostic sur ses atouts et faiblesses et évalué la perception qu'en avaient les clientèles potentielles, l'Agence a recommandé un plan de communication multicanale comprenant des opérations de stimulation des ventes.

Lancé cet automne, il comprend donc une campagne digitale et sur les réseaux sociaux permettant de diffuser une image renouvelée de la Guyane et l'activation d'influenceurs capables valoriser les différentes facettes de la destination auprès d'une large audience. Par ailleurs, afin de stimuler les ventes, Atout France a préconisé une communication sur des produits packagés induisant une collaboration entre partenaires guyanais. Enfin, des contenus éditoriaux/ vidéos devraient être créés afin d'offrir une visibilité plus importante à la destination sur les supports papier, sites internet et les réseaux sociaux.

<sup>1</sup> Observatoire régional du Tourisme Ile de la Réunion, ISEE Nouvelle-Calédonie, ISPF, Air France / <sup>2</sup> FUR Reiseanalyse 2017

## DESTINATIONS

# OCCITANIE-SUD DE FRANCE, LA NOUVELLE MARQUE TOURISTIQUE DE LA DESTINATION OCCITANIE

La Région Occitanie, Pyrénées-Méditerranée a souhaité faire appel à Atout France afin de choisir la marque qui permettra de valoriser collectivement la destination en France et à l'international.



► Collioure

À la demande de la Région Occitanie, Atout France a conduit une étude détaillée sur le potentiel des marques touristiques en région. L'étude conduite en juin dernier s'est appuyée sur plusieurs éclairages complémentaires :

- la réalisation de 6 focus groupes (à Paris, Lyon, Toulouse, Londres, Barcelone, et Berlin),
- une analyse des principaux guides touristiques anglo-saxons, allemands, espagnols,
- une analyse sur les tendances de recherche web (Google Trends) d'une centaine de marques/sites de la région Occitanie sur les marchés France,

Grande-Bretagne, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, → l'interrogation des experts de 14 bureaux de Atout France : 8 bureaux en Europe (Grande-Bretagne, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Suisse, Italie, Espagne et Scandinavie) et 6 bureaux hors Europe (États-Unis, Canada, Brésil, Chine, Inde et Japon).

La nouvelle marque retenue, Occitanie-Sud de France, dispose de nombreux potentiels.

C'est un nom qui plaît en France et sur de nombreux marchés internationaux, en véhiculant un registre historique, culturel et géographique en lien avec les valeurs différenciatrices régionales : les valeurs du sud (soleil, lumière, accent, villages, etc.), une forte authenticité (accueil et bienveillance des habitants, simplicité, gastronomie, etc.), ainsi qu'une certaine grandeur (diversité des sites, paysages spectaculaires, etc.).

Sur les marchés où elle est moins connue, la marque traduit par ailleurs une promesse d'exotisme et de dépaysement en cohérence avec les attentes touristiques actuelles.

Les prochains mois permettront de faire monter en puissance cette marque et de développer tout

son potentiel de marque fédératrice, au bénéfice de l'ensemble des acteurs touristiques régionaux. Son portage collectif ne fera que renforcer le positionnement différenciant par rapport aux autres destinations françaises ou internationales pouvant apparaître comme concurrentes.

Pour toute information sur les diagnostics de marques et de positionnement de destinations :  
marie-laure.desmet@atout-france.fr  
corinne.lespinasse-taraba@atout-france.fr.

## JAZZ IN MARCIAC

À l'occasion du 40<sup>e</sup> anniversaire du festival Jazz in Marciac, Atout France a organisé, à la demande du Comité régional de tourisme d'Occitanie, un accueil de journalistes venus de 8 marchés.

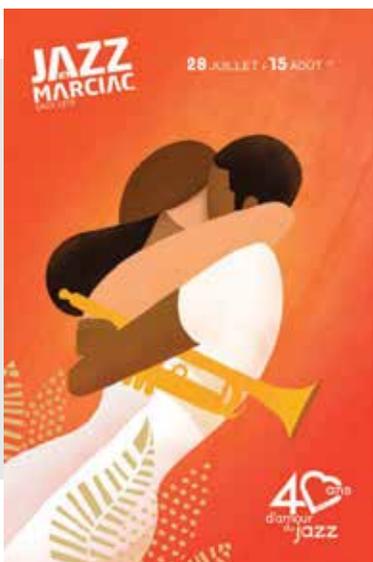
Chaque année, du 28 juillet au 15 août, Marciac accueille l'un des festivals de jazz les plus renommés d'Europe. Ce petit village du Gers a ainsi gagné, au fil du temps, sa réputation de capitale du jazz en Europe. 250 000 spectateurs s'y rendent chaque été pour écouter les plus grandes stars de la discipline.

Pour son 40<sup>e</sup> anniversaire, le festival a accueilli entre autres Norah Jones, Herbie Hancock, Taj Mahal, Keb' Mo', Chucho Valdès Official, George Benson, Hiromi, You Sun Nah, Joshua Redman, Gregory Porter...

Afin de renforcer la notoriété internationale du festival, le CRT Occitanie a sollicité Atout France pour organiser un accueil presse. Les équipes de l'Agence en Grande-Bretagne, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Italie, Espagne, Canada et Japon ont donc sélectionné les journalistes les plus pertinents sur le sujet pour leur proposer un voyage de presse.

Accueillis par le CRT Occitanie, ils ont ainsi pu découvrir Toulouse, puis le Pays de D'Artagnan au cœur de la Gascogne, ainsi que le Gers avec ses châteaux, ses villes fortifiées et ses vignobles. Ils se sont ensuite rendus à Marciac où le président du festival, Jean-Louis Guilhaumon, leur a raconté l'histoire du festival et où ils ont visité le musée « Territoires du jazz » qui retrace l'histoire du jazz. Les journalistes ont bien entendu assisté à plusieurs concerts présentés dans le cadre du Festival off.

Les retombées médiatiques de cet accueil presse ont été importantes avec notamment un article dans *Elle Online* au Japon, *Huffpost* au Canada, *la Libre Belgique*. Une newsletter dédiée a par ailleurs été diffusée en Allemagne.



► Rocamadour



### LE TOURISME EN OCCITANIE

- 2<sup>e</sup> industrie régionale
- 14 milliards d'euros par an de consommation touristique
- 108 000 emplois
- 1<sup>re</sup> région de France pour les séjours des Français
- 58 millions de nuitées pour les visiteurs internationaux

## CULTURE

## PROMOTION : À LA FOIRE DU LIVRE DE FRANCFORT, TOURISME ET LITTÉRATURE FONT BON MÉNAGE

Du 11 au 15 octobre, la France était le pays invité d'honneur de la prestigieuse Foire du livre de Francfort, inaugurée cette année par Emmanuel Macron. L'occasion pour Atout France de valoriser les destinations où se déroulent les scénarios de romans à succès.



En Allemagne, le succès de romans policiers et séries télé ne cesse de progresser en même temps que la notoriété des destinations où se déroulent les aventures des héros préférés du public. C'est ainsi que la Bretagne, la Provence, le Périgord tirent largement parti de cette visibilité, avec la venue d'une clientèle qui apprécie de découvrir en vacances les lieux où se déroulent leurs scénarios favoris.

À l'occasion de la plus grande foire du livre au monde, la Buchmesse de Francfort, dont la France était hôte d'honneur, Atout France a choisi de valoriser les destinations françaises sous un angle inhabituel. L'Agence a accueilli sur le pavillon France, avec Air France et le tour-opérateur Novasol, une douzaine d'auteurs dont les romans se déroulent en France et qui ont rencontré les amateurs de cette littérature policière très en vogue en Allemagne.

Une vidéo illustrant les liens entre destinations et écrivains, réalisée pour l'occasion, a également été diffusée sur le pavillon France. Ce voyage littéraire, véritable déambulation amoureuse à travers la France et autour de ses auteurs, dépeignait ainsi la Normandie de Proust et de Sagan, l'Île-de-France d'Hugo et de Beauvoir ou encore la Provence-Alpes Côte d'Azur de Le Clézio.

En partenariat avec les destinations Champagne et Cannes, Atout France a également organisé une soirée réservée aux VIP, dirigeants et influenceurs au Sofitel de Francfort en présence d'auteurs qui mettent en valeur ces destinations. Une autre façon de les promouvoir sous un angle original.



## CONCOURS EDEN 2017 : LE TOURISME CULTUREL À L'HONNEUR

En 2017, Atout France et la DGE, co-organisatrices du concours EDEN pour la France, ont reçu une trentaine de dossiers de candidature. La ou les destinations lauréates seront connues début décembre !

La France participe à la 9<sup>e</sup> édition du concours EDEN « European Destinations of Excellence », créé par la Commission européenne afin de soutenir l'industrie du tourisme et conserver à l'Europe sa première place de destination touristique mondiale.

Cette année, le concours récompensera une destination ayant développé une stratégie touristique autour d'une offre culturelle locale basée sur la mise en valeur de son patrimoine culturel matériel. Il peut s'agir de monuments, de sites patrimoniaux ou architecturaux, d'ateliers, de sites industriels reconvertis ou de quartiers urbains présentant un intérêt culturel... les possibilités sont multiples.

Le jury, qui se réunira le 15 novembre, évaluera la mise en valeur touristique de cette offre qui doit être économiquement viable, durable et innovante. Le projet doit également témoigner d'une stratégie de développement portée par les acteurs locaux et suscitant la venue des visiteurs.

Lors de chaque édition du concours, le jury désigne 3 ou 4 destinations dont une lauréate qui bénéficie d'une communication spécifique aux niveaux national et européen. Ces nouveaux distingués rejoindront les 26 destinations déjà récompensées et profiteront d'actions de valorisation et de promotion menées par Atout France et la DGE et d'une mise en valeur via le site dédié [eden.france.fr](http://eden.france.fr), le compte Instagram et le catalogue d'idées Pinterest.

Enfin, ces nouvelles destinations bénéficieront d'un relais de communication de la Commission européenne avec la possibilité de rejoindre le réseau EDEN européen qui regroupe à ce jour 140 destinations lauréates et environ 400 autres primées. Quelle sera la prochaine destination lauréate du concours EDEN 2017 ? Encore quelques jours de suspens pour la découvrir lors de la cérémonie nationale de remise des prix organisée à Paris le 8 décembre !

## LA CULTURE RENFORCE SA PRÉSENCE SUR LES SALONS PROFESSIONNELLS

Après l'ITB à Berlin en mars dernier, le Cluster Tourisme et Culture est présent sur 4 salons professionnels cet automne.

Les sites culturels français ont été mis à l'honneur lors du salon *Tourism Expo Japan* qui s'est tenu du 22 au 24 septembre à Tokyo et a accueilli plus de 185 000 visiteurs. À cette occasion Atout France a présenté, lors d'un séminaire grand public de 45 min, la diversité de l'offre culturelle française, exemples

à l'appui (musées, patrimoine d'exception et sites remarquables en milieu naturel).

À Los Angeles, 3 institutions, Paris Musées, le Château d'Amboise et le Château du Clos Lucé, ont représenté les membres du Cluster lors de *French Affairs* du 22 au 25 octobre.

En France, c'est à Nice lors de *France Meeting Hub*, du 11 au 13 septembre, que le Cluster Tourisme et Culture a démontré la capacité d'accueil d'événements professionnels de ses sites, grâce notamment à la privatisation et à la location d'espaces culturels d'exception.

Enfin, le Cluster, représenté par 8 sites partenaires, était présent à Marseille lors du *Workshop France Méditerranée* sur une zone spécifique « French Culture ».

## AFFAIRES

RETOUR SUR **FRANCE MEETING HUB 2017**

Pour sa 5<sup>e</sup> édition, l'opération de promotion du tourisme d'affaires français, organisée par Atout France, s'est tenue du 9 au 13 septembre à Nice. Près de 130 professionnels du secteur ont répondu présents.

Après Paris l'an passé, Atout France avait choisi Nice pour accueillir l'événement *France Meeting Hub* qui a permis à 78 organisateurs d'événements, venus de 27 pays, de découvrir l'offre France en termes de tourisme d'affaires.

*France Meeting Hub 2017*, organisé en partenariat avec l'Office de Tourisme et des Congrès de Nice Côte d'Azur, la CCI Nice Côte d'Azur et Air France, représente une opportunité unique de soutenir l'activité touristique de la destination et plus particulièrement l'industrie des rencontres et événements professionnels.

En valorisant ses infrastructures et ses savoir-faire auprès d'une clientèle MICE internationale, la métropole niçoise peut raisonnablement espérer augmenter ses parts de marchés dans le secteur. Des éducteurs pour les acheteurs internationaux ont été organisés à cette fin, en début de séjour, du 9 au 11 septembre.

Le 11 septembre, un incentive leur a permis de découvrir la ville et, à cette occasion, de tisser des liens avec la cinquantaine de professionnels venus de toute la France qui, le lendemain, ont présenté leur offre dans le cadre d'un workshop organisé à l'hôtel Le Méridien Nice. Plus de 1300 rendez-vous d'affaires ont été programmés lors de cette journée. 2 ateliers animés par *French Tech Côte d'Azur* ont

été proposés aux acheteurs internationaux, autour de 2 thèmes : « Smart cities & smart mobility » et « Artificial Intelligence to offer more personalisation to travellers ».

De nombreux moments de convivialité, avec notamment 2 belles soirées, l'une au restaurant de la plage du Beau Rivage, l'autre à l'hôtel Le Negresco, ont également favorisé le networking entre professionnels français et acheteurs internationaux.



- **78** professionnels internationaux, venus de **27** pays (50% : Europe, 24% : Amériques, 23% : Asie, 3% : Proche/Moyen Orient)
- **48** professionnels français venus présenter leur offre
- **+ de 1300** rendez-vous d'affaires programmés
- **3** programmes d'éducteurs dans la métropole niçoise pour **73** acheteurs internationaux

CAPTER LES PLUS **GRANDS CONGRÈS INTERNATIONAUX EN FRANCE**

Lors du dernier classement ICCA<sup>1</sup> portant sur l'année 2016, Paris s'est hissé sur la 1<sup>re</sup> marche des destinations mondiales pour l'organisation de congrès internationaux. La France gagnait quant à elle une place dans le classement par pays, devançant l'Espagne.

Cette position, loin d'être acquise, encourage à poursuivre les efforts engagés dans la mise en place d'une stratégie spécifique visant les associations et d'actions favorisant l'accueil en France des plus grands congrès internationaux.

Ainsi, le 28 septembre dernier, le Cluster Tourisme d'affaires de Atout France était à Londres avec 10 partenaires français afin de rencontrer, à l'occasion du concert de Diana Krall au prestigieux Royal Albert Hall, plus de 30 représentants d'associations internationales. L'actualité des prochains mois s'annonce également forte avec le lancement en novembre du Paris Convention Centre, Porte de Versailles, qui permettra d'accueillir dès 2018, et dans les meilleures conditions, les plus grands congrès internationaux.

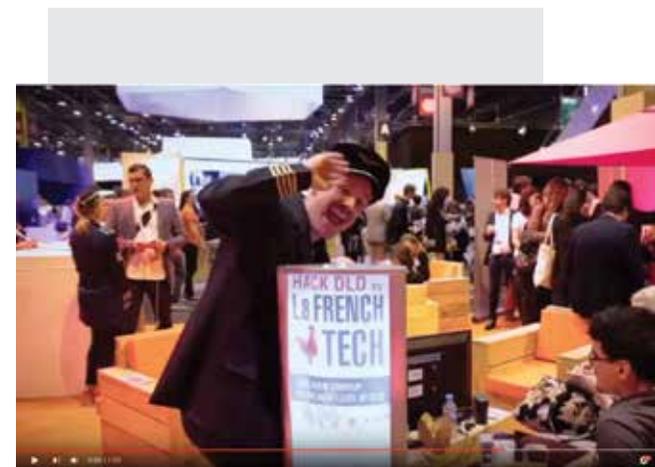
<sup>1</sup> International Congress and Convention Association

À MARSEILLE, UN **CORPORATE HOSPITALITY AUX COULEURS DU TOUR DE FRANCE**

Cet été, à l'occasion du passage du Tour, Atout France et l'Office de Tourisme et des Congrès de Marseille se sont associés pour l'organisation d'un corporate hospitality.

7 dirigeants de grandes agences événementielles venus d'Allemagne, de Belgique, de Grande-Bretagne et de Suisse ont été conviés à Marseille du 21 au 23 juillet, pour assister au passage du Tour de France. Une excellente opportunité de découvrir la ville de manière exclusive. Au programme : la visite des structures d'accueil MICE et le départ et

l'arrivée du Contre la Montre, décisif pour le podium final, dans une tribune VIP du mythique Orange Vélodrome. Marseille, Capitale Européenne du sport 2017, a ainsi pu démontrer qu'elle intégrait toutes les dimensions d'une destination MICE : tourisme de loisirs et d'affaires/ MICE, investissements, grands événements.

**VIDÉO BUSINESS EN FRANCE**

Pourquoi la France est l'endroit idéal pour l'organisation d'un événement ?

C'est la question à laquelle a voulu répondre Atout France avec sa nouvelle vidéo de valorisation de la destination, qui montre une France en effervescence, à la pointe de l'innovation, fière de son excellence technologique mais également de son savoir-faire en matière d'organisation et d'accueil d'événements internationaux. La vidéo sera déployée lors de tous les événements MICE auxquels participera Atout France.



# PROMOTION / PLAN DE RELANCE

## PLAN DE RELANCE : ATOUT FRANCE AU CÔTÉ DES DESTINATIONS

Plusieurs destinations ont souhaité s'associer à Atout France dans le cadre du plan de relance du tourisme français qui est déployé tout au long de l'année sur les marchés internationaux. Retour sur 2 exemples récents...

### ITALIE : MISSION CÔTE D'AZUR À ROME ET MILAN

Dans le cadre du plan de relance de la destination France, Atout France a organisé, en partenariat avec le Comité régional du tourisme Côte d'Azur France, une tournée professionnelle *loisirs et affaires* à Rome et Milan les 27 et 28 septembre derniers, à laquelle ont participé 32 partenaires venus d'Antibes, de Cannes et de Nice.

Forts d'une proximité culturelle et géographique unique, les professionnels azuréens ont pu valoriser les atouts d'une offre territoriale riche et variée auprès des 130 tour-opérateurs et agences de voyage italiens. Cette tournée Côte d'Azur a été complétée par une opération spécifique média, rassemblant 60 journalistes et relais d'opinion.

Par ailleurs, un module de la formation en ligne *Francexpert* a été développé afin de former les agents de voyages italiens aux atouts de l'offre azurienne.

Enfin, une campagne de promotion digitale de l'ordre de 5 millions d'impressions valorisant des offres de séjours sur la Côte d'Azur a complété ce dispositif de promotion auprès du grand public italien.



**+32%** du nombre de pages vues sur la version italienne du site *France.fr* au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2017

### JAPON, 6 VILLES FRANÇAISES À L'HONNEUR

Dans le cadre du plan de relance du tourisme en France, certaines destinations membres du Cluster Tourisme en ville de Atout France ont souhaité mener une campagne de promotion au Japon.

Mis en œuvre par le bureau de Atout France à Tokyo en septembre, un plan média en ligne ainsi que des pages dédiées sur la version japonaise du site *France.fr* ont ainsi fait découvrir aux Japonais les charmes de Aix-en-Provence, Bordeaux, Le Havre, Nantes, Nice et Reims.

Par ailleurs, une campagne d'affichage a valorisé les 6 destinations dans les stations et métros menant à Tokyo Big Sight, lieu d'accueil du plus grand salon du tourisme japonais, le *Tourism Expo Japan*, du 21 au 24 septembre.

Atout France a d'ailleurs mis en place un pavillon France sur ce salon avec plusieurs partenaires et a diffusé brochures promotionnelles et documentation sur les villes. L'Agence a profité de l'occasion pour proposer, aux agents de voyages japonais et au

grand public, plusieurs séquences de présentation du large éventail de destinations et d'expériences à vivre en France, répondant ainsi aux fortes attentes de diversification des voyages en France de la clientèle japonaise, notamment depuis 2015. Une des plus

grandes agences du pays, *JTB World Vacation*, s'est d'ailleurs associée à cette action en promouvant ses produits automne/hiver vers les villes concernées. Une action qui aura permis de renforcer la notoriété et les concrétisations immédiates de voyage !



► Campagne de promotion des villes françaises au Japon

## #FEELFRENCHCULTURE

Pour la toute première fois, le ministère de la Culture et de la Communication a souhaité s'associer à Atout France afin de valoriser à l'international le lancement de la Saison Culturelle 2017.

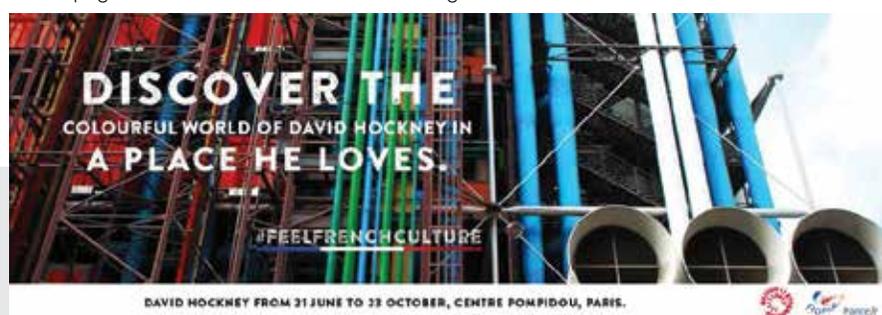
Le 20 mars dernier, le ministère a convié personnalités, journalistes et acteurs du tourisme à l'Opéra Garnier pour un événement inédit : une soirée de lancement de la saison culturelle 2017 en France. À cette occasion, le réseau international de Atout France a mobilisé une soixantaine de journalistes et blogueurs influents pour participer à un accueil de presse d'exception du 19 au 22 mars à Paris et en Île-de-France. Au programme : accueil par les présidents et/ou directeurs généraux des sites, visites privées de musées, expositions en avant-première, concert, visites guidées des châteaux de Fontainebleau et Versailles.

Le ministère de la Culture et de la Communication a également souhaité faire partie de la campagne

*#Feel*, avec un plan média déployé par les bureaux de Atout France sur 3 marchés en juin et juillet. La signature *#FeelFrenchCulture* a été retenue pour présenter la saison culturelle en Grande-Bretagne, en Allemagne et aux Pays-Bas.

Des pages ont ainsi été créées sur les sites *France.fr* des 3 marchés concernés valorisant les événements de la saison culturelle 2017, elles renvoyaient également vers le site *saisonnaculturelle.fr* mis en place par le ministère de la Culture et de la Communication, la Ville de Paris et la Région Île-de-France qui répertorie plus de 500 manifestations. Des campagnes de référencement et sur les réseaux sociaux, des contenus sponsorisés ont permis de relayer ces contenus auprès des internautes européens.

► Campagne *#FeelFrenchCulture* en Grande-Bretagne



# PROMOTION DES FILIÈRES

## LITTORAL

### LE LITTORAL S'EXPOSE À BRUXELLES !

Dans le cadre de son projet *Imagine France* en bord de mer mené avec l'artiste Maia Flore, le Cluster Tourisme littoral, en collaboration avec Atout France en Belgique, lance une grande exposition au Palais des Beaux-Arts de Bruxelles, du 18 octobre au 1<sup>er</sup> novembre 2017.

Aussi connu sous le nom de BOZAR, ce grand musée d'art contemporain est un espace pluridisciplinaire conçu pour rassembler un large éventail d'événements artistiques.

Avec cette exposition, toutes les stations du littoral français membre du Cluster seront sous les projecteurs : elle présentera 28 photos et plusieurs films durant 15 jours.

Le vernissage, en présence de l'artiste, de journalistes et de mécènes du Palais se tiendra le mercredi 18 octobre. L'événement sera relayé dans la presse culturelle et famille bruxelloise, complété par une campagne digitale sur des sites médias francophones et néerlandophones ainsi que sur Facebook et Instagram.



► Exposition *Imagine France by the sea* à Bruxelles

## ŒNOTOURISME

### LES MILLENNIALS, NOUVEAUX ŒNOTOURISTES

Nés entre le début des années 80 et 2000, les *millennials* représentent une génération qui se révèle amatrice de vin. Ultra connectée, avec une appétence pour l'acquisition de savoirs et le besoin de partager l'information rapidement avec ses pairs, elle est également très consommatrice de voyages. Très sensible à la notion d'expérience, l'œnotouriste millennial privilégie les blogs et réseaux sociaux comme source d'information.



**50** millions d'œnotouristes par an dans le monde générant **22** milliards de dollars (USD) de recettes.

(Source : Etude « Wine Tourism – March 2017 » ; Mintel Group Ltd)

Aussi, le Cluster Œnotourisme de Atout France collabore depuis plusieurs années avec des blogueurs, choisis pour leur audience et la pertinence de leurs contenus, sur les principaux marchés émetteurs d'œnotouristes vers la France. Cet automne, ce sont des blogueurs américains qui, après avoir séjournés dans les vignobles français, vont devenir contributeurs réguliers du site *visitfrenchwine.com* et diffuser sur leurs réseaux l'excellence de l'œnotourisme à la française.



► Jeanine d'Onofrio du blog *LoveandLemons* dans le Beaujolais

## NATURE

### UN DÉFI BLOGUEURS AUX COULEURS DE LA NATURE AU CANADA !

Québec compte 2,6 millions de cyclistes réguliers et la France se place au 1<sup>er</sup> rang des destinations étrangères de tourisme à vélo pour ce marché\*.

Afin de capitaliser sur ce potentiel, le Cluster Tourisme de pleine nature de Atout France a imaginé un défi blogueurs : 3 blogueurs francophones et 3 blogueurs anglophones sont partis à la découverte de la France du 18 au 24 septembre. Gravier des volcans en Auvergne, écouter le brame du cerf à proximité des châteaux de la Loire, déguster du vin du côté de Bordeaux, etc. Voici quelques exemples de défis que les 6 blogueurs canadiens ont relevés. Ils se réuniront ensuite à Paris, pour échanger sur leurs expériences et suivre un programme « slow tourism ». Les blogueurs ont partagé leurs contenus sur un dispositif dédié (*ca.france.fr*), et sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram.

\* Présentation de marché Atout France Canada

## TOURISME ET SPIRITUALITÉ

### 1<sup>ER</sup> WORKSHOP EN POLOGNE

Le 12 septembre, Atout France organisait un workshop dédié au tourisme de spiritualité au monastère franciscain de Cracovie. 7 membres du Cluster y participaient : l'Office de tourisme de Lourdes, les sanctuaires de Lisieux, de Paray-le-Monial, de Notre-Dame de la Salette ainsi que d'Ars-sur-Formans mais également le groupement hôtelier SEH et l'Hôtel Paradis de Lourdes. Près de 35 tour-opérateurs spécialisés et paroisses ont répondu présents. C'est la 1<sup>re</sup> année que le Cluster s'adresse au marché polonais, un pays au fort potentiel pour la filière puisque 97% des Polonais se déclarent catholiques. La compagnie Ryanair a ouvert au printemps 2017 une liaison Cracovie/Lourdes.

## TOURISME DE MÉMOIRE

Cette année, les États-Unis commémorent le centenaire de l'arrivée des soldats américains venus combattre sur le sol français durant la 1<sup>re</sup> guerre mondiale. Dans ce contexte, Darley Newman et son équipe de tournage ont été accueillis dans les territoires du Western Front (Oise, Aisne, Champagne Ardenne, Meuse et Lorraine), afin d'y tourner 2 épisodes pour son émission *Travel with Darley*, dont la diffusion est programmée à l'automne sur la chaîne nationale PBS aux États-Unis (audience : 86% des foyers américains, soit 211 millions de personnes\*). À cette occasion, les partenaires du Contrat de destination Centenaire de la Grande Guerre et Atout France organisent une soirée de lancement qui aura lieu à New-York le 6 octobre.



► Reportage de la journaliste Darley Newman

\* Source : Caravan Orc International, Janvier 2015

## TOURISME EN VILLE

### UN PANEL D'EXPERTS ALLEMANDS RÉUNI À NANTES

Afin d'approfondir sa connaissance du marché des city-breaks et des clientèles germaniques, le Cluster Tourisme en ville a choisi d'organiser, avec le bureau Atout France en Allemagne, un panel d'experts, professionnels du tourisme du marché allemand. Du 6 au 8 octobre, après une journée et demie de découverte de Nantes, les participants réunis dans la Tour du Fer à Cheval, lieu d'accueil de séminaires au Château des ducs de Bretagne, ont échangé sur le thème du tourisme urbain. Cette opération avait pour objectif d'identifier les points à valoriser et les freins à lever pour susciter en Allemagne l'envie de courts séjours vers la France.



► Château des ducs de Bretagne à Nantes

# MARCHÉ MATURE

## L'AUSTRALIE, 10<sup>E</sup> MARCHÉ ÉMETTEUR VERS LA FRANCE, À SAISONNALITÉ INVERSÉE

Ils arrivent... quand les autres repartent, et ils étaient plus d'un million à découvrir la France en 2016. Les Australiens représentent par ailleurs le 5<sup>e</sup> panier moyen par jour en dépense à Paris Île-de-France<sup>1</sup>. Des marges de progression existent cependant puisque l'on dénombre près de 12 millions de départs à l'étranger.

### CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE

Les générations Y et Z d'Australiens n'ont jamais connu de période de récession économique, avec un taux de croissance moyen de 2% en 2017. Le pays, en situation de plein emploi avec un taux de chômage inférieur à 5,5%, maintient un des salaires les plus élevés au monde : une personne travaillant à temps plein gagne en moyenne 1 000 € par semaine ! Ces revenus font des Australiens une des clientèles les plus dépensières lors de ses voyages à l'étranger. En 2015, avec 22,3 milliards d'euros dépensés, ils représentaient la 9<sup>e</sup> nationalité la plus dépensière au monde. Et lorsqu'il s'agit de Paris, les Australiens ne comptent plus : en 2016, avec un budget moyen de 853 € par séjour, ils ont été la 4<sup>e</sup> nationalité ayant le plus dépensé et ont ainsi généré 445 millions d'euros de recettes touristiques dans la capitale.

La culture française est très appréciée des Australiens, qui prouvent leur résilience en continuant d'inscrire la France sur leur "bucket list", malgré les événements qui ont frappé le pays ces deux dernières années. Lors d'un sondage réalisé par le bureau de Atout France à Sydney le 14 juillet 2016, 96% des abonnés à sa base de données ont confirmé qu'ils souhaitaient se rendre en France malgré les tragédies. La France reste en effet une destination incontournable lors d'un séjour en Europe. Cette dernière étant un marché lointain, la durée des séjours est conséquente, elle varie entre 2 semaines et 1 mois en moyenne. De plus, les Australiens voyagent toute l'année et, compte tenu d'un calendrier scolaire correspondant à l'hémisphère sud, arrivent quand les autres nationalités repartent.

### DEUX CAMPAGNES INÉDITES POUR PARIS ET LES CHEMINS DE MÉMOIRE

Pour soutenir le tourisme en France, Atout France combine les opérations de promotion vers les professionnels australiens (en moyenne 10 opérations par an) et les campagnes à l'attention des voyageurs. En voici 2 exemples phares.

#### J'Aime Paris

Il était une fois, une ville incontournable... Paris. La fête des yeux, la démesure des sens, la vie du passé, l'instant du présent. Le rideau ne tombe jamais. De tous ces mords de la capitale française, des personnalités australiennes ont tenu à témoigner de leur amour, de leur passion pour Paris, dans un clip imaginé par Atout France. Dans cette campagne, diffusée à la télévision, au cinéma et sur les réseaux sociaux, on trouve par exemple Paul Hogan, vedette insolente de *Crocodile Dundee*, film mythique de 1986. Pour lui, comme pour d'autres acteurs, la devise est simple : *I Love Paris*. C'est avec Cadel Evans, vainqueur du Tour de France en 2011 sur les Champs Élysées, bien en selle et vêtu de jaune, que le clip se poursuit. On



► L'acteur Paul Hogan dans le clip *J'Aime Paris*, à retrouver sur la chaîne YouTube France.fr

passé du jaune au rouge, dans un moulin de légende où le spectacle est encore grandiose, grandiloquent, avec Baz Luhrmann, grand metteur en plumes australien ayant réalisé le film *Moulin Rouge!*, qui envoie ses baisers à la capitale. Cette vidéo, dans laquelle apparaissent également la chanteuse Tina Arena, la styliste Collette Dinnigan, le célèbre chef Guillaume Brahimi et la costumière Catherine Martin, est sortie le 14 juillet 2017, en collaboration avec Air France, et le Comité régional de tourisme Paris Île-de-France. Elle sera également diffusée au cinéma en décembre 2017 avant le nouveau film *Star Wars*, et est disponible sur la chaîne YouTube de Atout France.



► Campagne tourisme de mémoire 2017

#### Tourisme de mémoire

On compte une augmentation de 53% de touristes Australiens depuis 2010 dans les Hauts-de-France, et, avec 45 000 touristes, l'Australie constitue la 2<sup>e</sup> nationalité accueillie par la Somme en 2016. Ces excellents chiffres s'expliquent par l'histoire de l'Australie, extrêmement liée à celle de la France, puisque les soldats australiens ont combattu sur le sol français durant la Première Guerre mondiale. Atout France a donc tenu à saluer l'engagement de l'Australie à travers la campagne annuelle "Merci Australia", qui est également l'occasion d'inviter les Australiens à se rendre dans les Hauts-de-France, sur les traces de leur histoire.

#### WORKSHOP FRANCE, UNE OPÉRATION PHARE DE 2018

En septembre 2018 se tiendra le *Workshop France* à Sydney et Melbourne. Pas moins de 1 000 agents de voyage se rendront à ce rendez-vous biennal incontournable avec les professionnels français.



<sup>1</sup> Source : Comité régional de tourisme de Paris Île-de-France

# MARCHÉ ÉMERGENT



► Jean-Philippe Pérol, directeur Amériques Atout France  
Michel Miraillet, ambassadeur de France au Brésil  
Briec Pont, consul général de France à São Paulo et  
Jean-Marc Pouchol, directeur général Amérique du  
Sud Air France-KLM

## 2017, LA REPRISE DU MARCHÉ BRÉSILIEN

Après 2 années difficiles, où la France a connu un recul de 20% en volume et la perte du leadership européen au profit du Portugal, le marché brésilien connaît cette année une spectaculaire reprise des flux vers la France.

Avec une croissance de 23% au 1<sup>er</sup> semestre et des carnets de commande en hausse de 50% pour les 6 prochains mois, le Brésil devrait consolider en 2017 sa place de 3<sup>e</sup> marché long-courrier vers la France, avec plus de 1,2 millions d'entrées (soit environ 620 000 touristes) et une recette supérieure à 1 milliard d'euros.

L'engouement retrouvé pour Paris mais aussi pour les régions viticoles, le succès du ski, l'attrait de la Côte d'Azur et de la Vallée de la Loire expliquent cette réussite, tant auprès de la clientèle traditionnelle plus aisée, qu'auprès des classes émergentes dont l'envie de voyages avait été freinée durant les 2 dernières années par la crise économique et la faiblesse du real. L'outre-mer a également profité de cette reprise, qu'il s'agisse des Caraïbes (bénéficiant d'un vol charter vers la Martinique, de la notoriété de Saint Barth ou – jusqu'au mois dernier – des efforts promotionnels de Saint-Martin), ou de Tahiti qui investit fortement sur l'Amérique du Sud et a connu une croissance de 31% en 2017.

2018 s'annonce prometteur et devrait rapprocher la France de son objectif stratégique : atteindre durant la prochaine décennie 1,5 million de touristes brésiliens accueillis. Sous réserve d'une confirmation de la reprise économique et d'une stabilité du taux

de change, la France peut capitaliser sur son image très positive au Brésil, (axée sur la culture et l'art de vivre et sur un pays partageant une longue amitié) pour y poursuivre sa croissance.

### DES VISITEURS FANS DE LA CULTURE ET DU PATRIMOINE FRANÇAIS

Avec une proportion assez forte de classe aisée, mais pas exclusivement, les touristes brésiliens se composent traditionnellement de couples ou de petits groupes de famille ou amis de 50 à 65 ans en moyenne. Principalement en provenance de São Paulo (54%) et de Rio de Janeiro (15%), les Brésiliens qui voyagent à l'étranger choisissent généralement les États-Unis et l'Europe, avec une importante proportion de voyages haut de gamme, même si leur hébergement moyen est en 3\*. Depuis 10 ans est apparue une nouvelle clientèle, issue des classes émergentes, composée habituellement de voyageurs des générations X et Y et dont l'hébergement moyen est en 2\*.

Durant leur séjour, les Brésiliens visitent 1 à 3 destinations et sont très sensibles aux effets de modes, leurs activités de prédilection restant les visites culturelles et des villes ainsi que le shopping, mais aussi la découverte de la gastronomie, les

sports d'hiver ou les croisières. De plus en plus de Brésiliens viennent également en France pour une partie de leurs études.

La forte et unique notoriété de sa culture et de son patrimoine historique, la qualité et la variété de sa gastronomie et de ses vins, le shopping, la mode, et le glamour font de la France une destination de choix. De plus, elle dispose aujourd'hui, face à son concurrent nord-américain désormais moins ouvert, d'une nouvelle image plus jeune, plus ouverte et plus forte en énergie créative.

En profitant de ses nouveaux atouts auprès des influenceurs et d'une conjoncture économique déjà perçue par les consommateurs (et des difficultés d'image des États-Unis), la France devrait en 2018 consolider sa 1<sup>re</sup> place en Europe et bénéficier une fois encore d'une croissance à 2 chiffres.

### ENCONTROS À FRANCESA (RENCONTRES À LA FRANÇAISE)

La 3<sup>e</sup> édition des *Encontros à Francesa*, organisée par Atout France, a montré le retour en force de la destination France sur le marché brésilien. Précédant le salon de l'ABAV, l'événement a réuni les 25 et 26 septembre derniers au Sofitel Jequitimar de Guarujá, 130 des plus importants spécialistes du tourisme entre le Brésil et la France. Avec un parrainage fort de Air France et de GOL, 85 tour-opérateurs et agents de voyages venus de tout le pays, 10 journalistes et personnalités du trade ainsi que 30 exposants français ou locaux ont été totalement immergés dans les nouveautés de la destination France. Grâce à une *get together party*, 3 tables rondes, un dîner de gala, 3 séminaires et près de 1 200 rendez-vous préalablement programmés, les partenaires français présents ont pu mesurer auprès des visiteurs combien la reprise du marché était devenue une réalité après 2 années de recul.

Le renforcement des liens avec les plus grands tour-opérateurs (CVC, Flytour, Hotel Urbano ou Gapnet) a également permis d'évaluer l'impact des campagnes menées avec eux dans le cadre du plan de relance. Les estimations de 2017 montrent une croissance de plus de 30% du nombre de séjours, plaçant le Brésil en 3<sup>e</sup> position des marchés long-courrier vers la France derrière les États-Unis et la Chine.

Les *Encontros à Francesa* se sont également prolongées à São Paulo avec une soirée presse qui a accueilli près de 120 participants dont 60 journalistes et blogueurs. Cet événement, en présence de l'ambassadeur Michel Miraillet, a également permis une présentation en avant-première de l'exposition *ImagineFrance by the sea* de Maia Flore.

► Participants aux 3<sup>e</sup> *Encontros à Francesa*



# ACTIONS À L'INTERNATIONAL



► **Pays-Bas** : promotion de la montagne française auprès de la presse néerlandaise

## PAYS-BAS LANCEMENT DES ACTIONS DE PROMOTION DES SPORTS D'HIVER

Afin de fidéliser et conquérir de nouveaux skieurs néerlandais (142 000 séjours la saison dernière en France), Atout France met en place plusieurs opérations de séduction aux Pays-Bas cet automne, dans la continuité de la stratégie #Feel.

Tout d'abord, avec France Montagnes, un workshop B2B accompagné d'une session de formation agents de voyage et un événementiel média ont ouvert la saison les 7 et 14 septembre derniers.

Une stratégie de marketing de contenus a également été initiée avec les principaux sites internet sports d'hiver néerlandais. Enfin, l'accueil en janvier 2018 d'une vingtaine d'influenceurs néerlandais online dans les stations ainsi que des campagnes en partenariat avec des opérateurs renforceront ce dispositif en mettant en avant des offres tarifaires promotionnelles.



La France est devenue pendant l'hiver 2016-2017 la destination sports d'hiver préférée des Néerlandais entre 25 et 44 ans : ils sont **35%** à privilégier les montagnes françaises (vs 14% la saison précédente).

## BELGIQUE, LUXEMBOURG L'HUMOUR BELGE POUR PROMOUVOIR LA MONTAGNE FRANÇAISE

En septembre et afin de préparer la saison d'hiver, Atout France et France Montagnes ont lancé une campagne au ton décalé et original pour promouvoir les stations françaises en Belgique. Sur le ton de l'humour et de l'autodérision, très cher aux Belges, cette campagne proposait des capsules vidéo mettant en scène des personnages en situation « de manque de ski ».

Déployée sur les réseaux sociaux dans un premier temps, la campagne a été complétée par les témoignages de 2 personnalités belges flamandes (animatrice TV et journaliste) contribuant ainsi à enrichir la campagne d'un contenu qualitatif et crédible qui a été diffusé en ligne par 3 médias flamands (*Gazet van Antwerpen*, *het Nieuwsblad*...). Enfin, une campagne offline ciblant plus particulièrement les familles dans les médias du groupe Sanoma a parachevé le montage de cette campagne.

## MEXIQUE LA FRANCE, INVITÉE D'HONNEUR DU FESTIVAL CERVANTINO

Événement culturel majeur au Mexique, le *Festival Cervantino* réunit à Guanajuato (zone du Bajío, en pleine croissance) près de 300 artistes venus du monde entier. Pendant 18 jours, du 11 au 29 octobre 2017, danseurs, comédiens, artistes de rue proposent une trentaine de spectacles différents, dont plus de la moitié seront présentés ensuite dans d'autres villes du Mexique.

Pour la 45<sup>e</sup> édition du festival, du 11 au 29 octobre, la France est invitée d'honneur. Une présence notamment symbolisée par la *Casa de Francia*, une magnifique maison en plein cœur du festival et de la ville, classée au patrimoine culturel par l'Unesco. Pendant 19 jours, les festivaliers peuvent y découvrir l'exposition *Imagine France* de l'artiste Maia Flore, déguster quelques produits français dans l'espace gourmet, se renseigner sur les études supérieures en France via Campus France ou encore prendre un selfie sur le miroir d'eau de Bordeaux comme s'ils y étaient grâce à une audacieuse installation.



**35** ans, c'est l'âge moyen d'un touriste mexicain en France

(Source : étude Atout France *Le potentiel touristique des voyageurs mexicains et colombiens pour l'Europe et la France*)



► **Canada** : inauguration du Air Bistro Paris à Toronto

## CANADA AIR FRANCE ET ATOUT FRANCE AU TORONTO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

Présentant le cinéma contemporain de plus de 60 pays à travers le monde, la 42<sup>e</sup> édition du *Festival international du film de Toronto* (TIFF) s'est déroulée du 7 au 17 septembre. Air France et Atout France ont apporté une touche française au festival en inaugurant le *Air Bistro Paris* lors d'une conférence de presse qui a réuni journalistes, influenceurs et tour-opérateurs. Air France, en tant que sponsor officiel de cette édition du Festival, avait en effet intégré Paris à cette opération innovante en proposant un espace de détente, type bistro parisien, aux festivaliers. Doté d'une tour Eiffel de plus de 4 mètres, l'espace facilement remarquable, a proposé macarons et mousses aux cinéphiles. Cette initiative était complétée d'une campagne numérique renvoyant vers une plateforme concours et vers des contenus valorisant la destination Paris sur *ca.france.fr*. Les partenaires de cette opération sont l'hôtel Secret de Paris, La Réserve Paris, Studio Harcourt, l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris et Club Med Opio en Provence.

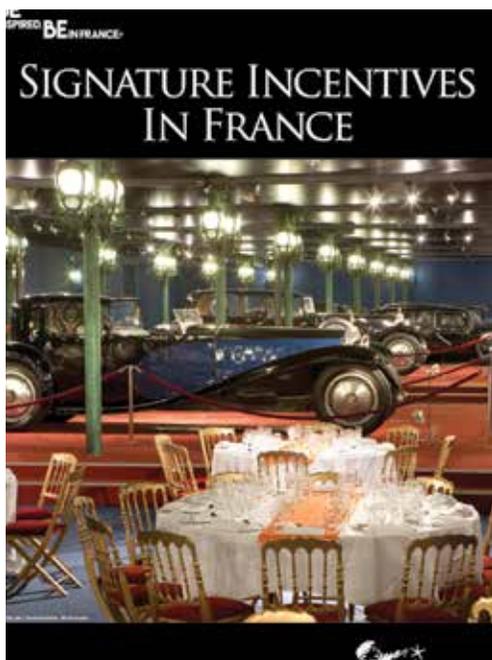


► **Mexique** : la France à l'honneur au Festival Cervantino

# ACTIONS À L'INTERNATIONAL



► Corée du Sud : Workshop France



► Inde : brochure Signature Incentives in France



► Israël : Workshop France



► Moyen Orient : 1<sup>re</sup> mission en Iran avec le CRT Paris Île-de-France



► Canada : défi blogueurs #FranceNature

## ASIE

### CORÉE DU SUD

#### Workshop France

Du 12 au 17 octobre, Atout France met en place *Workshop France* en Corée du Sud : une série de workshops qui se tiennent successivement à Busan et Séoul. Les 11 partenaires français inscrits rencontrent environ 110 professionnels ainsi que 35 journalistes. Dans le cadre de la grande soirée France qui porte, cette année, les couleurs du Cluster Littoral, une exposition de 38 photos de Maia Flore sur le thème *Imagine France by the Sea* est présentée à une sélection de VIP, influenceurs, présidents, directeurs et managers d'agences de voyages.



**+18%** c'est le nombre de Coréens qui ont voyagé à l'étranger sur les 7 premiers mois de 2017 (vs 2016)

### INDE

#### Un important potentiel pour le MICE en France

Le tourisme d'affaires indien représente un très fort potentiel de développement : la *Global Business Travel Association* a en effet annoncé que l'Inde devrait devenir le 6<sup>e</sup> plus grand marché en 2019. L'année 2017 a été marquée par une forte progression des demandes d'incentives en France avec un allongement de la durée de séjour et un nombre accru de participants avec des groupes de plus de 1 000 personnes à Paris mais également en régions. Dans ce contexte, Atout France a lancé un dispositif ciblé B2B et corporate comprenant notamment la participation au salon *MICE India and Luxury Travel Congress* fin juillet à Bombay, la création d'une brochure spécifique *Signature Incentives in France* publiée dans l'édition de juillet du magazine d'affaires réputé *Robb Report*, fort de 30 000 lecteurs, et un projet de soirée corporate organisée dans le cadre des 50 ans de la ligne aérienne Paris/Bombay en partenariat avec Air France et Accor.



**+7,2%** de croissance des flux touristiques d'affaires indiens en 2017-2018

### ISRAËL

#### Workshop France, davantage d'espace disponible

Afin de pouvoir satisfaire la forte demande de participation aux *Workshops France*, Atout France a organisé, les 12 et 13 septembre, un nouveau workshop exclusivement dédié à l'offre ski et montagne. Cette initiative permet ainsi à davantage de partenaires français « hors ski » de participer au *Workshop France* du 30 octobre. L'opération sera pour eux l'opportunité de rencontrer près de 100 professionnels, agents de voyages et tour-opérateurs, qui vendent la France et qui souhaitent développer leurs offres, découvrir de nouveaux produits, activités ou destinations. Le ski et la montagne française bénéficient par ailleurs d'une forte visibilité en octobre, grâce au supplément de 32 pages qui leur est consacré dans un magazine national.



Selon la presse israélienne, Paris aura été, cet été, la **1<sup>re</sup>** destination des Israéliens

## MOYEN ORIENT

### Atout France sur tous les fronts !

Du 18 au 30 avril, Atout France a organisé 3 grandes actions successivement dans les Pays du Golfe et en Iran. Cette série introduite par une tournée du 18 au 21 avril au Qatar, au Koweït et en Arabie Saoudite rassemblant 11 partenaires français s'est poursuivie par le retour de la France sur le salon de l'*Arabian Travel Market*, après 3 ans d'absence, du 24 au 27 avril à Dubaï et en présence de 27 partenaires. Enfin, le voyage s'est terminé à Téhéran dans le cadre d'une 1<sup>re</sup> mission à l'initiative de Paris Île-de-France durant laquelle une quarantaine de professionnels iraniens ont pu rencontrer les 8 partenaires lors d'un workshop suivi d'une soirée aux couleurs de Paris.

## AMÉRIQUES

### CANADA

#### Défi blogueurs #FranceNature

Du 17 au 24 septembre dernier, Atout France au Canada a organisé son 3<sup>e</sup> défi blogueurs, sur le thème « France Nature ». 6 blogueuses canadiennes étaient invitées à partir chacune dans une destination mystère pour y découvrir les attraits naturels de la destination à pied, à vélo et au fil de l'eau. Le programme du défi s'est terminé par une réunion des participantes à Paris.

Les aventures #FranceNature ont par exemple donné lieu à une initiation à l'escalade dans les dentelles de Montmirail, à un défi stand up paddle dans l'Aube et la Gironde, à une traversée à cheval en Camargue, à une balade en vélo sur les bords de la Loire, etc. Toutes ces expériences ont été relayées sur les réseaux sociaux et via une campagne appelant les internautes à voter pour leur destination préférée.

Les partenaires de cette opération étaient le Cluster Tourisme de pleine nature de Atout France, Air France-KLM, l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris ainsi que Rail Europe.

## EUROPE

### AUTRICHE ET EUROPE CENTRALE

#### Roumanie-Bulgarie : à la conquête de 2 marchés en forte expansion

Les flux de touristes roumains et bulgares vers la France ont augmenté de façon exponentielle ces dernières années : 123 157 Bulgares ont séjourné en France en 2016 (vs 31 010 en 2011, soit une hausse de près de 300% en 5 ans) et on estime à environ 250 000 le nombre de séjours effectués par des Roumains sur le territoire français, soit le double d'il y a 5 ans. L'ouverture de nouvelles lignes aériennes à destination de la France (Bucarest-Bordeaux en 2017, Sofia-Nice en 2018) rend cette dernière plus attractive. Afin de capter ces nouvelles clientèles, le bureau de Atout France à Vienne a organisé une mission à Bucarest et Sofia les 25 et 26 septembre derniers. 13 partenaires représentant l'offre touristique des Alpes, du Val de Loire, de la Côte d'Azur et de Paris ont pu rencontrer plus de 80 professionnels de ces deux marchés dans le cadre d'un workshop B2B.



Le PIB de la Roumanie a augmenté de **38%** entre 2011 et 2017

(Source : FMI)

# ACTIONS À L'INTERNATIONAL

## SCANDINAVIE

### Une célébrité danoise accompagne les actions de Atout France à Copenhague

Christiane Schaumburg-Müller, actrice danoise, présentatrice de divers reality-shows, propriétaire du groupe médiatique portant son nom, ChriChri, a fait ses études à Paris Dauphine et passé son enfance en Provence. Christiane clame haut et fort son amour pour la France, notamment dans l'interview publiée en juillet sur *France.fr*. C'est dans ce contexte, que Atout France à Copenhague a construit une relation de long terme depuis 2016, relation qui a permis de générer d'importantes retombées médiatiques pour les différents partenaires l'ayant accueillie. Avec près de 400 000 suiveurs sur *Instagram* et les articles publiés dans le magazine *ChriChri*, sans oublier les retombées parues dans la presse people, cette collaboration a directement généré 177 500 € en contre valeur publicitaire sur la dernière année. Christiane sera l'hôte de la soirée Paris qui aura lieu à Copenhague et Stockholm en octobre 2017, en collaboration avec le magazine *Elle* et Air France.



Les Scandinaves, 5<sup>e</sup> clientèle de la Côte d'Azur, en progression de 16% sur le premier semestre 2017

## ESPAGNE

### Workshop France Med

La 6<sup>e</sup> édition du *Workshop France Med*, organisée par le bureau de Atout France en Espagne, en collaboration avec les bureaux Atout France du bassin méditerranéen a eu lieu les 6 et 7 octobre à Marseille. Cet événement, dédié aux professionnels, a été organisé en partenariat avec l'Office de Tourisme et des Congrès de Marseille et le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur. Il a permis aux 88 sociétés françaises de rencontrer plus de 90 tour-opérateurs venus de 10 marchés : Espagne, Portugal, Italie, Grèce, Israël, Maroc, Turquie, Liban, Égypte et Koweït. Le workshop et les temps de networking ont facilité le contact entre les 200 partenaires français et professionnels étrangers.

## POLOGNE

### Workshop Spiritualité

L'importance de la religion pour de nombreux Polonais en fait une cible de choix pour l'offre française de tourisme spirituel. Aussi, le bureau Atout France en Pologne n'a pas eu de difficulté à convaincre près de 35 paroisses et tour-opérateurs polonais à participer le 12 septembre à Cracovie à un événement où 6 partenaires français originaires de Lourdes ont été représentés (particulièrement intéressant pour la liaison aérienne entre Cracovie et Lourdes) et d'autres sanctuaires. Selon l'agence catholique d'information KAI, on compterait chaque année sur les lieux de pèlerinage (destinations nationales ou étrangères) jusqu'à 6 millions de Polonais, soit environ 15% de la population.

## RUSSIE

### Focus sur le marketing d'influence

Dans le cadre du plan de relance de la destination Paris Île-de-France, Atout France poursuit la campagne de communication qui cible les *millennials* russes à travers le marketing d'influence. La destination est mise en valeur à travers les témoignages vidéo

d'influenceurs russes relayés largement sur les réseaux sociaux. Cette campagne digitale touchera près de 6 millions personnes en 4 mois, de septembre à décembre 2017.

## France Prestige

Atout France et l'Ambassade de France à Moscou ont initié une collaboration avec le magazine *Forbes Life* pour la réalisation d'un encart *France Prestige* diffusé au mois d'octobre. Tirée à 90 000 exemplaires, cette édition en langue russe sera diffusée à Moscou et dans les régions auprès d'une audience à haut pouvoir d'achat. Autre exemple de la synergie avec l'Ambassade de France : la mise en place de l'exposition *Imagine France by Maia Flore* au Park Muzeon - Gorky à Moscou la 2<sup>e</sup> quinzaine de septembre. Ce lieu de prestige et d'affluence accueille plus d'1 million de visiteurs par mois.



48 heures : délai de la délivrance de visa pour les touristes russes à partir du 1<sup>er</sup> novembre 2017

(Source : Comité Interministériel du Tourisme)

## SUISSE

### Zurich Film Festival : le cinéma à la française

Du 28 septembre au 8 octobre a eu lieu à Zurich la 13<sup>e</sup> édition du *Zurich Film Festival*, événement majeur en Suisse alémanique. Pour la 1<sup>re</sup> fois, Atout France était présente lors de cet événement avec 6 partenaires : Dijon Convention Bureau, Strasbourg Convention Bureau, TGV Lyria, SBM Monte Carl et les hôtels Barrière de La Baule et de Deauville. Les invités, des professionnels du tourisme d'affaires et des influenceurs et leaders du monde économique et culturel, ont eu l'occasion de les rencontrer lors d'un cocktail qui était suivi par la projection du film français « Un beau soleil intérieur » de Claire Denis avec Juliette Binoche et Xavier Beauvois. La visibilité française a été renforcée grâce à une annonce dans le magazine officiel du festival et la diffusion d'un teaser (screening) en amont d'une vingtaine de films français durant tout le festival. Cette action a été menée en collaboration avec l'Ambassade de France en Suisse dans le cadre du plan de relance.

## GRANDE-BRETAGNE

### #Feel : 2<sup>e</sup> édition en Grande-Bretagne, Pays-Bas et Allemagne

En 2018, Atout France poursuivra, sur les marchés britanniques, allemands et néerlandais, la stratégie de promotion #Feel initiée en 2017.

La campagne permettra une nouvelle fois de mettre en lumière les différentes destinations françaises (marques mondiales, contrats de destination) et les activités (pôles d'excellence) à pratiquer, une façon de rappeler toute la diversité des expériences à vivre en France. Autre point fort de cette démarche : les offres de professionnels partenaires, notamment transporteurs, sont associées et valorisées.

En 2018, un événement de relations publiques et presse, à connotation culinaire et artistique, sera intégré à la campagne #Feel.

En Grande-Bretagne, plusieurs partenaires, dont easyJet, Eurostar, P&O et Brittany Ferries, ont d'ores et déjà confirmé leur intérêt pour soutenir les destinations françaises dans le cadre de ce plan d'actions ambitieux.



► Scandinavie : l'actrice danoise Christiane Schaumburg-Müller sur Instagram



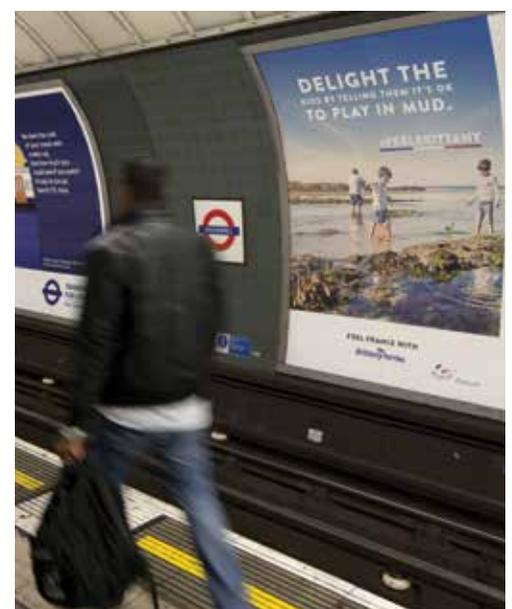
► Espagne : Workshop France Med



► Russie : exposition Imagine France



► Suisse : Zurich Film Festival



► Grande-Bretagne : campagne #Feel dans le métro londonien en 2017

# EN BREF

## PUBLICATIONS

- **Potentiel touristique des marchés mexicains et colombiens pour l'Europe et la France**  
Octobre 2017  
Coll. Marketing touristique - 24,95 €
- **Tableau de bord des investissements touristiques**  
Actualisation à 2016 et prévisions 2017  
Novembre 2017  
Coll. Observation touristique - 24,95 €
- **Panorama du tourisme littoral**  
Cahier 3 : stratégies de gouvernance  
Décembre 2017  
Coll. Ingénierie et développement touristique - 24,95 €

## CONFÉRENCES ET FORMATIONS

### FORMATIONS :

- **Consolidation et optimisation de votre communication Réseaux et médias sociaux**  
Jeudi 5 octobre  
Atout France - 79 rue de Clichy - 75009 Paris
- **L'enchantement client, source de mobilisation des équipes**  
Mardi 17 octobre  
Atout France - 79 rue de Clichy - 75009 Paris
- **MOOC Accueil France Europe - Journées Connaissance des marchés**

Des journées de formation présentielle sont organisées à Paris pour les 6 nationalités de visiteurs abordées dans la version Europe du MOOC Accueil France :

- clientèle allemande : jeudi 12 octobre
  - clientèle espagnole : Jeudi 19 octobre
  - clientèle belge : jeudi 16 novembre
  - clientèle britannique : mardi 21 novembre
  - clientèle italienne : mardi 28 novembre
- Atout France - 79 rue de Clichy - 75009 Paris

### • Tutos du slowtourisme

#### Atout France propose aux pros de devenir des experts du slowtourisme !

Afin d'accompagner les acteurs souhaitant se lancer dans l'écotourisme, Atout France, à la demande du ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères (MEAE), leur propose un programme de formation sous forme de vidéos tutorielles. Le MOOC, « les Tutos du slowtourisme », accompagne donc les porteurs de projet souhaitant se lancer dans une des 4 filières de l'écotourisme : le tourisme fluvial, la randonnée pédestre, le cyclotourisme ou le tourisme équestre.



Ces tutos leur fournissent tous les conseils pour mieux connaître et accueillir les clientèles touristiques, notamment internationales, et s'adressent également aux professionnels du tourisme et institutionnels à qui ils permettent de mieux accueillir et guider les clientèles. Les Tutos du slowtourisme, co-produits par Atout France et la start-up spécialisée Tourism Academy, sont composés de 5 vidéos de 5 minutes chacune, accessibles gratuitement sur la chaîne You Tube de Atout France.  
[www.youtube.com/user/atoutfrance](http://www.youtube.com/user/atoutfrance)

## ÉVÉNEMENTS À VENIR

- **TourInvest Forum**  
8 novembre 2017  
Hôtel InterContinental Paris Le Grand - 75 009 Paris
- **Food Hotel Tech**  
1<sup>er</sup> salon du digital dédié à l'hôtellerie et la restauration en France  
28-29 novembre 2017  
Paris Event Center, Porte de la Villette - 75019 Paris
- **ILTM**  
International Luxury Travel Market  
5 au 7 décembre 2017  
Palais des Festivals - 06400 Cannes
- **Grand Ski**  
23 et 24 janvier 2018  
Savoieexpo - 73000 Chambéry

## ACTUALITÉ DE AIR FRANCE



### Joon, la petite sœur d'Air France

Dans le portefeuille de marques du groupe, la nouvelle compagnie Joon s'impose comme la petite sœur complémentaire d'Air France. Joon est une proposition faite à une clientèle de millenials (18-35 ans), qui place le numérique au cœur de ses modes de vie. Ces voyageurs dits « digital natives » représentent aujourd'hui 38% des voyageurs aériens mais seulement 22% des clients d'Air France. Joon est une réponse à leurs attentes, avec une proposition authentique, connectée et différenciée dans l'univers du transport aérien.

### Air France-KLM renforce ses alliances

Début septembre, Air France est entrée au capital de Virgin Atlantic à hauteur de 31%, et renforce ses alliances avec Delta et China Eastern Airlines, qui entrent au capital du groupe à hauteur de 10% chacune. Ces opérations visent à accélérer la

croissance d'Air France et de KLM sur le long-courrier en s'appuyant sur des partenariats commerciaux renforcés :

→ sur l'Atlantique Nord, ce partenariat renouvelé avec Delta et élargi à Virgin Atlantic permettra de proposer une offre totalement intégrée avec une part de marché de l'ordre de 25%,

→ sur la Chine, China Eastern, qui bénéficie

d'un réseau étendu, fera profiter au groupe de la dynamique de croissance de Shanghai. Air France-KLM renforce ainsi sa position en Chine, en complément du partenariat commercial avec China Southern.

La compagnie aura par ailleurs accueilli au cours de l'année, 5 Boeing 787. Ces appareils dernière génération desserviront 10 destinations à travers le monde, dont Montréal, Boston, Toronto, Panama City, São Paulo, etc.



# AIRFRANCE