Atout France en campagne pour stimuler la reprise du tourisme d’affaires

ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS MICE INTERNATIONAUX

En 2022, Atout France a lancé la campagne The French Way en Europe et aux Etats-Unis pour accompagner la relance de la destination France et stimuler la reprise du tourisme d’affaires. Une actions qui se poursuit en 2023 et 2024.

2022 a marqué la reprise pour le secteur des rencontres professionnelles.

Peu à peu, les congrès ont retrouvé leur niveau d’activité d’avant crise, les salons gagné progressivement du terrain avec le retour des publics et les événements d’entreprise se démultiplient sur l’ensemble du territoire dans une logique de « revenge event ».

Avec sa campagne **The French Way**, Atout France entend conforter la belle dynamique de reprise sur les marchés européens et américain.

Opération séduction pour la destination France

The French Way a pour ambition de renouveler l’image de la destination France et de créer la préférence auprès des professionnels à l’international.

Dans un contexte ultra concurrentiel de reprise du tourisme d’affaires et de l’activité évènementielle, la campagne s’appuie sur une collection de contenus immersifs et originaux intégrant une vidéo ainsi qu’une série de visuels inspirants qui incarnent une France moderne et audacieuse dans sa proposition de valeur.

La signature The French Way, « à la française », donne le ton d’une expérience unique mêlant authenticité et savoir-faire, mais aussi innovation et audace, au service de la réussite des événements. Un message renforcé par le jeu de contraste entre images et mots-clés associés, dans les visuels de cette campagne.

The French way

Coup de projecteur sur la richesse des destinations françaises

La campagne est diffusée depuis le 12 octobre exclusivement via des canaux digitaux (Linkedin, Youtube, sites ciblés) sur sept marchés internationaux* en capitalisant sur le hashtag #ChooseFrance. Au cœur du dispositif, le site https://meeting.france.fr/thefrenchway propose des contenus inspirationnels, des reportages avec un tour de France des destinations. Il met en lumière la diversité de l'offre française tant en termes d'accueil de congrès, d'espaces de conférence que d'activités team building et propose également des dossiers exclusifs sur le thème de l'innovation, du développement durable et des prochains grands événements sportifs qu'accueillera la France.
La campagne permettra de relayer ces contenus auprès des organisateurs d'évènements, agences, entreprises grand compte ou encore associations internationales des sept marchés ciblés, de façon à les orienter vers la destination française correspondant le mieux à leurs attentes pour l'organisation d'événements.

Un dispositif global pour stimuler la reprise du tourisme d'affaires

The French Way s'inscrit dans une stratégie de relance développée par Atout France dans le cadre du Plan Destination France et vient compléter le dispositif France Meeting Event – Learning Expeditions lancé en juin 2022. Une succession de micro-évènements internationaux en France (team building, visites ciblées, conférences thématiques…) se poursuivront en 2023 et viendront renforcer l'impact de cette campagne. Les prochains rendez-vous se dérouleront à Marseille du 20 au 22 octobre et à Nice du 17 au 19 novembre. *les Etats-Unis, la Belgique, les Pays-Bas, l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne et le Royaume-Uni.