



Plan d'actions Pôle Tourisme urbain

Outil d'innovation et d'impulsion de démarches collectives et accélérateur de synergies, le Pôle Tourisme Urbain rassemble des partenaires, institutionnels et professionnels français du tourisme, représentatifs de la diversité de l'offre dans une démarche volontaire et collective de tourisme durable.

Plus de 30 destinations urbaines font partie de ce collectif de réflexions et d'actions permettant une mutualisation des moyens pour répondre aux enjeux actuels.

Chiffres clés

64

millions de voyages
domestiques

210

millions de nuitées réalisées
par les Français

72%

des nuitées hôtelières
internationales en France

Découvrir les actions du pôle Pôle Tourisme urbain

Le tourisme urbain en France

En France, les territoires urbains concentrent une importante partie de l'offre touristique : alors que Paris pèse 10 % de la capacité hôtelière nationale, 10 communes françaises représentent également à elles seules 21 % de cette offre (Lourdes, Nice, Lyon, Marseille, Roissy, Cannes, Toulouse, Strasbourg, Bordeaux et Lille - INSEE 2021).

Par ailleurs, le tourisme urbain a certaines caractéristiques spécifiques : la part importante du tourisme d'affaires et du tourisme culturel, une durée relativement réduite des séjours (10 % sur la journée), ainsi qu'une saisonnalité moins marquée que sur d'autres espaces.

Le tourisme urbain français doit néanmoins faire face à une concurrence devenue mondiale.

De nombreuses villes européennes et internationales possèdent des atouts comparables (accessibilité, hébergement, vie culturelle, vie nocturne) et un rapport qualité/prix parfois plus compétitif.

Si la crise Covid avait fortement impacté les destinations urbaines, le rebond est aujourd'hui très significatif, tant pour les clientèles d'agrément que celles liées au tourisme d'affaires.

L'enjeu actuel consiste à appuyer la transition durable des territoires, en faisant face aux nouveaux enjeux : le changement climatique, la gestion des flux afin d'optimiser la qualité de l'expérience, et privilégier le cadre de vie des habitants, ou l'usage renforcé des nouvelles mobilités.

Les objectifs du Pôle

L'ambition du Pôle Tourisme Urbain est de mener une dynamique d'actions à 360 degrés. Son principal objectif est d'accompagner la stratégie d'attractivité des destinations urbaines françaises par la valorisation des atouts de ces destinations, de contribuer à une connaissance fine des enjeux auxquels les villes sont confrontées pour pouvoir y répondre de manière pertinente et coordonnée.

Les axes de travail

- Favoriser les partages de bonnes pratiques entre professionnels du secteur du tourisme urbain
- Poursuivre les efforts pour une meilleure visibilité et compréhension du tourisme en ville, au travers du renforcement des outils d'observation de l'offre et de la fréquentation touristique marchande traditionnelle ou non (CtoC).
- Prendre en compte l'avis de la population à l'égard du tourisme, pour une vision équilibrée du développement du tourisme urbain.
- Poursuivre la qualification et la diversification des hébergements touristiques.
- Faciliter la mobilité (information, signalétique...) en ville et dans son périmètre élargi (accès aux espaces naturels à proximité), notamment en mobilité douce et sans voiture.
- Poursuivre l'aménagement des espaces publics pour répondre aux attentes touristiques : image, expérience, sécurité, mobilier urbain, lumière...
- Faire évoluer et animer la gouvernance touristique en associant l'ensemble des acteurs concernés (transport en commun, culture, espaces verts, commerces...).

Sur ces bases et ces valeurs, Atout France, s'engageaux côtés des professionnels à travers 4 axes principaux :

- **Améliorer la qualité de l'offre** en accompagnant son évolution et sa structuration au moyen des contrats cadre de développement et d'internationalisation et des contrats de destination en découlant;

- **Développer l'intelligence économique** pour stimuler les initiatives et l'investissement en améliorant la capacité d'observation de la filière;
- **Professionnaliser la filière** à travers la mise en place de contenus de formation spécifiques, d'échanges de bonnes pratiques permettant notamment d'aborder des sujets clés (impact environnementaux, innovation, évolution demande...);
- **Stimuler la demande** à travers des actions de promotion concentrées sur le digital (web et réseaux d'influenceurs).

Les webinaires Tourism'Innov

Le Pôle Tourisme Urbain d'Atout France propose régulièrement des webinaires permettant de présenter aux professionnels du tourisme en ville des services innovants proposés par les startups et leur permettant d'optimiser l'expérience-client.

Retrouvez ci-après les replays des différents webinaires Tourisme Innov' :

- Webinaire du jeudi 8 juin 2023 - [Replay de la 1ère édition](#)
- Le lien à l'habitant avec [WHATIZIS](#)
- Les grands événements avec [PICNIC KIOSQUE](#)
- L'inclusivité avec [EVELITY](#)
- Webinaire du jeudi 14 septembre 2023 - [Replay de la 3ème édition](#)
- Les mobilités durables avec [Wheelskeep](#)
- La nature en ville avec [Urban Canopee](#)
- La gestion des flux avec [Jooks](#)

Les études et publications

- [La tourisme dans les villes moyennes](#)
- [Attractivité de Paris Région auprès des repeaters](#)
- [Valoriser la nature en ville](#)
- [Piloter l'attractivité touristique des destinations urbaines](#)
- [Faciliter les mobilités pour enrichir l'expérience touristique](#)

Veille et observation

- [Baromètre digital des destinations urbaines \(panel de villes françaises et européennes\)](#)

Organisation du pôle

Créé en 2020, le Pôle Tourisme Urbain rassemble des partenaires, institutionnels et professionnels français du tourisme, représentatifs de la diversité de l'offre dans une démarche volontaire et collective de développement.

Plus de 30 destinations urbaines font partie de ce collectif permettant une mutualisation des moyens pour répondre aux enjeux actuels. .

Présidence du pôle : Virginie Carton, Directrice générale de l'office de tourisme et des congrès de Lyon

- [Télécharger le document Virginie Carton, Présidente du Pôle Tourisme Urbain.pdf](#) PDF – 137.03 Ko

Membres du Pôle Tourisme Urbain



Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Top Canadian Media Meet Up 2024](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Tournée médiatique / Rencontres presse Autriche-Europe centrale](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Inde - Salon OTM 2025](#) : Salons / Professionnels internationaux

Marchés d'intervention : Canada

Type de rendez-vous : Rencontres médias

Cibles : Médias internationaux

Espaces et filières : Culture & patrimoine Gastronomie Outre-mer Slow tourisme Tourisme durable Travel Tech Vélotourisme Ville

Atout France au Canada crée un événement exceptionnel réunissant les 20 meilleurs rédacteurs en chef/décideurs de contenu du Canada avec une possibilité de participation de 3 journalistes américains.

OBJECTIFS

- apprenez à connaître les représentants des médias canadiens à l'occasion d'un riche programme de rencontres
- présentez vos nouveautés et votre stratégie de marque aux prescripteurs canadiens
- générez des retombées de qualité et de futurs accueils

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, offices de tourisme, musées, sites et entreprises culturelles et touristiques, magasins et entreprises dont artisanat, mode et art de vivre, chaînes d'hôtels, travel tech, agences réceptives, transporteurs

Nombre de partenaires souhaités :

12 à 15 sociétés exposantes et 3-4 sponsors

Visibilité partenaire :

Article dédié dans une e-news presse multipartenaires ; Posts en amont et durant l'événement sur LinkedIn ; Dossier de presse hébergé et diffusé ; Logo sur toutes les communications entourant l'événement ; 20 rendez-vous préprogrammés de 15 min chacun et activités et occasions de networking sur 1,5 jour

FORMAT

Liste des sessions :

Top Canadian Media Meet Up 2024

Date de début

22 octobre 2024

Date de fin

24 octobre 2024

Date limite d'inscription

30 juillet 2024

Lieu :

Indicateur de performance :

Retombées et demandes d'accueils ou soutien technique à la suite du workshop

Edition précédente :

Cet événement a vu le jour en 2018 et a été organisé en Bretagne. Près de 20 prescripteurs ont participé. Partenaires et participants ont plébiscité ce format ponctuel et la qualité du programme et des échanges.

Profil visiteur :

Rédacteurs et influenceurs tourisme, art de vivre, bien-être, gastronomie, outdoor et médias luxe.

Visiteur attendu :

Jusqu'à 22 représentants des médias canadiens et jusqu'à 3 représentants des médias US.

Carole Larocque carole.larocque@atout-france.fr
PAUL-HUS - Mélanie melanie.paul-hus@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

TOURNÉE MÉDIATIQUE / RENCONTRES PRESSE AUTRICHE-EUROPE CENTRALE

PRESTATION

Marchés d'intervention :	Autriche	Hongrie	République Tchèque	
Type de rendez-vous :	Rencontres médias			
Cibles :	Médias internationaux			
Espaces et filières :	Culture & patrimoine	Gastronomie Littoral	Slow tourisme	Ville

Tournée médiatique "Focus on France" en Autriche, République tchèque et Hongrie du 18 au 20 février 2025

OBJECTIFS

- Valorisez votre image et présenter les nouveautés 2025 de votre destination / offre
- Renforcez vos contacts avec les journalistes autrichiens, tchèques et hongrois
- Générez des accueils presse individuels/groupes et par conséquent des reportages sur votre destination / offre

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés
Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

Minimum 6

Visibilité partenaire :

> Présentation de votre offre / produit sous forme de films promotionnels conçus et réalisés par le bureau Atout France > Workshop avec entretiens individuels avec les journalistes (une table/partenaire) > Organisation d'accueils presse (groupe/individuels) suite à votre participation > Visibilité renforcée auprès du grand public avec l'option "Pack Communication" (Total AT, CZ: 55 000 contacts B2C)

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : novembre 2024

Précisions tarifaires :

Tarif comprenant les conférences de presse, frais d'hébergement, déjeuners et transferts inter-villes : 1.400€ HT pour 1 ville, 2.400€ HT pour 2 villes, 3.300€ HT pour 3 villes
Offre "Pack Communication" avec publication d'un post dédié sur les comptes Facebook France.fr (AT, CZ) : 300€ HT pour 1 marché, 450€ HT pour 2 marchés

FORMAT

Liste des sessions :

Conférences de presse à Prague, Vienne et Budapest

Date de début

18 février 2025

Date de fin

20 février 2025

Date limite d'inscription

15 novembre 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Conférences de presse suivies de workshops en présentiel avec entretiens individuels avec les journalistes et influenceurs ciblés par marché (grands quotidiens, magazines et blogueurs de renom) - organisées dans les Résidences de France respectives.

Indicateur de performance :

Nombre et qualité des journalistes / médias présents
Accueils presse organisés suite à la participation à la tournée médiatique

Edition précédente :

Février 2024 :

Dans le cadre de sa tournée médiatique annuelle „Focus on France“, le bureau Atout France de Vienne a accueilli 9 partenaires à Bucarest, Prague et Vienne en février 2024.

60 journalistes et blogueurs des trois marchés

se sont déplacés pour découvrir les grandes nouveautés en France, mises en avant via un film promotionnel spécialement conçu à cet effet par l'équipe. Un deuxième temps a permis aux invités de rencontrer les partenaires et de discuter de leurs projets concrets lors d'entretiens individuels.

Les trois conférences de presse se sont tenues dans le cadre prestigieux des

Résidences de France

en présence de l'Ambassadeur de France en Roumanie et respectivement des Premiers Conseillers à Prague et Vienne.

En 2023, les touristes venant des trois marchés (Autriche, Hongrie et République tchèque) ont effectué au total 1,22 millions de séjours en France.

Profil visiteur :

Représentants des médias - Quotidiens, magazines, radio, TV, freelances, blogueurs influents

Visiteur attendu :

25-35 pour Vienne et 15-20 pour Prague et Budapest soit 60 à 75 participants

Perrot - Ilona ilona.perrot@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :	Inde
Type de rendez-vous :	Salons
Cibles :	Professionnels internationaux
Espaces et filières :	Luxe MICE Montagne Shopping Ville

Le salon OTM - Outbound Travel Mart se tiendra du 30 janvier au 1 février 2025 à Jio World Convention Center, BKC à Mumbai.

Le salon est dédié au voyage et tourisme B2B qui donnera l'occasion de rencontrer et d'échanger avec les professionnels du secteur de tourisme pan-indienne.

OBJECTIFS

- Une participation inédite sous forme du Pavillon France de 64m2 pour cette édition de 2025.
- Un format interactif et sur-mesure sous forme de rendez-vous préprogrammés et sur place
- Construire de nouveaux partenariats et renforcer les relations commerciales existantes avec les acteurs les plus importants en Inde

PARTENAIRES

Nombre de partenaires souhaités :
10 partenaires au minimum

CONDITIONS

Précisions tarifaires :
3763€ HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 10 partenaires)

FORMAT

Liste des sessions :
Salon OTM 2025
Date de début
30 janvier 2025
Date de fin
01 février 2025
Date limite d'inscription
30 septembre 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Un format interactif et sur-mesure sous forme de rendez-vous préprogrammés et sur place

Indicateur de performance :

Nombre de rendezvous par partenaires

Visibilité sur les réseaux sociaux

Profil visiteur :

Les directeurs/ fondateurs / associés des agences de voyage boutiques et des key decision maker's / Managers des ventes des tour-opérateurs / acheteurs MICE et corporate / wedding planners / producteurs cinéma et OTT.

Visiteur attendu :

40000 + visiteurs (professionnels du tourisme, les experts de l'industrie) 26000 rendez-vous programmés globalement sur les 3 jours

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Les opérations à la carte

- [Projet audiovisuel : les ambassadeurs](#) : Campagnes
- [Webinaire + Sponsoring "plateforme de formation en ligne"](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [Accueil Shopping](#) : Rencontres médias
- [Magazine numérique B2B avec TravMedia Loisirs et MICE 2024](#) : Campagnes
- [Etats-Unis - France Shopping Destination](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne Newsletter Grand Public](#) : Campagnes / Grand public international
- [Let's Meet In Amsterdam 2024](#) : Campagnes

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Espaces et filières :

Campagnes

Ville

Le tourisme de proximité : en mode vlogging, un city-trip, une immersion à partir d'une destination proche de la Belgique, à maximum 4 heures de route de la Belgique.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

CRT's, CDT's, OT's

Nombre de partenaires souhaités :

Au moins 5

FORMAT

Format de l'opération :

Tournage pendant deux jours, une nuitée (2 personnes)

Media / Support :

RTBF - Radio-télévision belge de la communauté française

Decommer - Annemie annemie.decommmer@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

WEBINAIRE + SPONSORING "PLATEFORME DE FORMATION EN LIGNE"

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Cibles : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Transport Culture & patrimoine Gastronomie Littoral Montagne Slow tourisme Tourisme de mémoire Tourisme durable Te

Ce package vous offre une visibilité de 30 jours sur notre plateforme de formation en ligne "France Connaisseur", dédiée aux agents de voyages et tour-opérateurs Canadiens. Votre marque sera présente dans l'ensemble de l'écosystème de la plateforme de formation : email de bienvenue, notifications et relances, vidéo tutoriel.

Lors de ce mois de visibilité, bénéficiez d'un webinaire en 2 sessions (FR/EN) de 45min à 1h pour prendre la parole devant les agents connectés pour promouvoir vos offres et votre territoire !

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

Période à choisir : 30 jours de visibilité sur "France Connaisseur" renforcée par un webinaire B2B en deux sessions (francophone et anglophone) durant l'activation.

Profil visiteur :

Professionnels du voyage sur le marché canadien francophone et anglophone : agents de voyages, tour-opérateurs, transporteurs.

Nombre de participants attendus aux webinaires 50 à 150

Nombre d'apprenants sur "France Connaisseur" 588

Guimas - Edouard edouard.guimas@atout-france.fr
Marine Almeras marine.almeras@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Espaces et filières :

Rencontres médias

Ville

Shopping

Mise en avant des destinations shopping (boutiques, ambiance...) avec leurs services de stylistes / personal shopper pour valoriser une expérience sur mesure dans l'établissement partenaire.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaire ayant une offre shopping

Nombre de partenaires souhaités :

Entre 1 à 3

FORMAT

Format de l'opération :

- Le styliste/personal shopper accompagne l'influenceuse dans son shopping et l'informe des dernières tendances françaises pour cette thématique, ou lui donne des conseils pour trouver des vêtements adaptés.
- Une page de campagne, des posts réseaux sociaux, une newsletter et une campagne d'achat d'espaces compléteront l'opération. L'action peut être déclinée en une série d'épisodes présentant à chaque fois une nouvelle destination shopping.

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires, nombre de vues de la vidéo...

Profil visiteur :

Public aimant la mode et le shopping, clientèle féminine à hauts revenus

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (aout 2023) Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois X (Twitter) : 77 000 abonnés Facebook : 49 000 abonnés Line : en cours de mise en place

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

MAGAZINE NUMÉRIQUE B2B AVEC TRAVMEDIA LOISIRS ET MICE 2024

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Espaces et filières :

Campagnes

Ville

Magazine numérique spécial "France" créé en coopération avec l'éditeur TravMedia sur demande pour mettre en avant les produits et nouveautés commerciales d'un partenaire en France (p.e. une région, département, ville, chaîne d'hébergements, etc) auprès des professionnels néerlandais.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, hébergeurs, réceptifs, sites culturels, oenotourisme, transporteurs

Nombre de partenaires souhaités :

Loisirs : 1 partenaire sur demande qui prendra 9 pages + 1 couverture MICE : Au moins 8 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Magazine numérique avec combinaison d'articles publiédactionnels et d'annonces publicitaires.

Loisirs

: Envoi aux 8.700 managers B2B et agents de voyages par TravMedia.

Envoi aux 1 325 contacts B2B d'Atout France aux Pays-Bas.

Exemple magazine :

<https://magazine.travmagazine.nl/explore-corsica/cover/>

MICE

: Envoi aux 3.600 agences MICE et agence de voyage tourisme d'affaires par TravMedia.

Envoi aux 1 325 contacts B2B d'Atout France aux Pays-Bas.

Exemple magazine : <https://magazine.micetravel.nl/atout-france-december/>

Indicateur de performance :

- Nombre de lecteurs par édition.
- Taux d'ouverture des newsletters.
- Taux de clics vers vos liens.

Media / Support :

Editeur TravMedia spécialiste B2B dont TravMagazine.nl

Kramer - Jojanneke jojanneke.kramer@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Cibles :

Espaces et filières :

Campagnes

Grand public international

Shopping

Ville

Atout France USA propose d'accompagner ses partenaires destination shopping dans leurs efforts de conquête du marché américain par une activation 100% digitale et B2C.

Il s'agira d'optimiser la visibilité du partenaire afin de le promouvoir en tant que destination shopping de choix pour les voyageurs américains. Et cela en 3 étapes : favoriser les visites, pousser les offres, puis les ventes en magasin.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Grands magasins-outlets

Nombre de partenaires souhaités :

1

FORMAT

Format de l'opération :

- Une stratégie entièrement digitale orientée B2C.
- Audience composée d'intentionnistes et de voyageurs hautement réactifs et réceptifs.
- Captage de l'audience à leur points d'entrées et arrivées : aéroports, gares

Indicateur de performance :

Occasions de voir
Impressions

Profil visiteur :

Génération X et Milleniaux

Media / Support :

Panneaux aéroports - Programmatique

Gamez - Tiana tiana.gamez@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE NEWSLETTER GRAND PUBLIC OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention

:

Type de rendez-vous : Campagnes

Cibles : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor Campagne Culture & patrimoine Gastronomie Littoral Montagne Outre-mer Shopping Slow tourism

Insertion dans la newsletter grand public mensuelle d'Atout France Pays-Bas, avec un lien vers votre site web.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés ciblant la clientèle néerlandaise (familles, couples)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Une insertion dans la newsletter mensuelle (édition de votre choix) renvoyant vers votre site, ou une newsletter entièrement dédiée.

Envoi auprès de nos 10772 contacts abonnés.

Indicateur de performance :

- Taux de clics et nombre de clics sur l'insertion
- Taux d'ouverture moyen

Media / Support :

Newsletter

DEN BROEDER - Eva eva.den-broeder@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Marchés d'intervention :

Espaces et filières :

Campagne

Littoral

Montagne

Ville

MICE

Rencontre informelle et conviviale avec les agences et conseillers de voyages MICE à Amsterdam.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, hôteliers, DMC, venues

Nombre de partenaires souhaités :

Entre 8 et 10

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Networking pendant un cocktail dînatoire.
- Courte présentation de chaque partenaire.
- Activités proposées par petits groupes tournants propices aux échanges spontanés avec les participants néerlandais.

Indicateur de performance :

- Taux de satisfaction des partenaires français
- Nombre moyen de rendez-vous par partenaire
- Nombre total de rendez-vous
- Pourcentage de nouveaux contacts
- Nombre de participants français
- Nombre de visiteurs néerlandais
- Qualité des contacts et opportunités d'affaires

Profil visiteur :

Agences et conseillers de voyages MICE, Services groupes TOs haut de gamme.

Visiteur attendu :

20-25 personnes

Reseau social :

Réseau social

[Retrouvez-Nous Sur](#)

Kramer - Jojanneke jojanneke.kramer@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

