



#ExploreFrance

Explore
France

Campagne de relance européenne 2021

ARTICLE

Atout France, les 13 Comités régionaux de tourisme / Agences d'Attractivité / Agences du tourisme de France métropolitaine et plusieurs entreprises privées du secteur se mobilisent pour lancer une campagne de reconquête sur 10 marchés européens.

Les touristes sont invités à venir retrouver en France *Ce qui compte vraiment* !

Aujourd'hui unis face à un contexte ultra-concurrentiel, les partenaires s'appêtent à lancer une campagne de communication inédite de par son envergure.

Cette mobilisation vise à positionner la France comme LA destination idéale pour voyager à nouveau auprès des voyageurs européens qui, avant la pandémie, représentaient déjà plus de 75% des flux de visiteurs internationaux et devraient en 2021 en représenter plus de 85%.

Ce qui compte vraiment #ExploreFrance

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

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

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

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

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

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

Son déclenchement, courant mai, sera différencié selon les marchés, en fonction des conditions de reprise de la mobilité depuis et vers les 10 pays ciblés : **Royaume-Uni, Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Suisse, Italie, Espagne, Danemark, Suède, Autriche.**

Essentiellement digitale, elle s'appuiera sur un ensemble d'actions marketing / communication ciblant en priorité les familles, les Millennials et les DINKs (couples sans enfant).

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

[Télécharger le communiqué de presse dans sa totalité](#) et retrouvez ci-dessous le dossier de presse et l'infographie de la campagne

Consultez [le film de campagne grand public What really matters](#)