



#Explore France

LANCEMENT DE LA CAMPAGNE EUROPE #EXPLOREFRANCE

Tourisme
BRETAGNE

solutions & co
L'agence de développement économique

REGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR
COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE
TOURISME

PARIS
REGION
COMITÉ REGIONAL
DU TOURISME

NORMANDIE
TOURISME

Nouvelle-
Aquitaine

A T O U T
F R A N C E
Agence de développement
touristique de la France

Comité Régional
du Tourisme et des Congrès
Hauts-de-France

Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Comité Régional
TOURISME
Centre-Val de Loire

ccitanie
Sud de France

COLLECTIVITÉ DE CORSE
COMITÉ REGIONAL
DU TOURISME

AGENCE RÉGIONALE
GRAND EST
DU TOURISME

Caroline LEBOUCHER

**Directrice Générale
Atout France**

François DE CANSON

**Président du collège des Comités Régionaux
de Tourisme d'ADN Tourisme
et
Président du Comité Régional de Tourisme de
Provence-Alpes-Côte d'Azur**

Christian MANTEI

**Président du Conseil d'administration
Atout France**

Sophie MANDRILLON

**Adjointe à la Directrice Marketing et Partenariats
Atout France**

RETOUR SUR L'ÉDITION 2021

Relations Presse BtoC

16 Événements presse

47 accueils de journalistes européens

10 M personnes touchées

58 retombées presse BtoC

Activations digitales et marketing d'influence

Campagne **#ExploreFrance**

+ de 115 campagnes régionales de notoriété et de conversion

Accueils influenceur et activation à distance

84 millions de vidéos vues

1,2 millions de sessions

+ 1,5 milliard impressions

Répartition du budget par marché :



POUR SUIVRE LA MOBILISATION EN 2022



**A TOUT
FRANCE**
Agence de développement
touristique de la France

13

entités de
promotion
régionale

10

marchés
européens
ciblés



Apport renforcé
des partenaires
privés

1

fil conducteur :
le tourisme
durable

10M€
de budget
reconduit

DONT :



AIRFRANCE



BOSCOLO

Brittany Ferries



in Kooperation / en coopération



VoyagesPirates

weg.de

— OBJECTIFS PRIORITAIRES

Après 2 années de crise sanitaire et dans un contexte géopolitique difficile, cette campagne de relance commune doit répondre à un double objectif :

Stimuler toutes les envies de voyage en France

Déclencher des séjours



RASSURER

sur les conditions
d'accueil



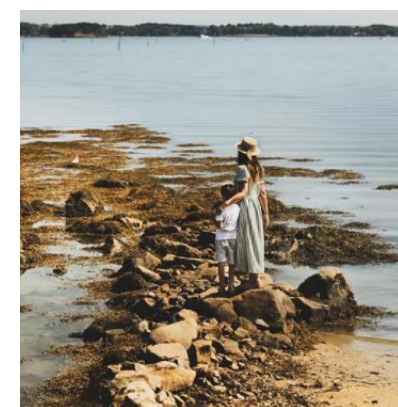
INSPIRER

autour du plaisir, de la
convivialité et des
rencontres, valoriser les
fondamentaux de la
destination



POSITIONNER

avec une approche **PLUS**
DURABLE du tourisme
français



ACCOMPAGNER LA REPRISE

en adressant des offres
spécifiques aux clientèles
identifiées

CAMPAGNE #EXPLOREFRANCE ÉDITION 2022

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

Notoriété France

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

Notoriété Destinations

- Campagnes de notoriété segmentées par **marque de destination.**
- Promotion des marques de destination et #ExploreFrance.

Conversion

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

— CIBLES ET THEMATIQUES DE LA CAMPAGNE

3 cibles



FAMILLES



DINKS



MILLENNIALS



2 temps de
communication



PRINTEMPS/ÉTÉ

3 thématiques



NATURE &
ITINÉRANCE DOUCE



CULTURE &
PATRIMOINE



ART DE VIVRE &
GASTRONOMIE



ARRIÈRE-SAISON/AUTOMNE

1 fil vert : tourisme durable, authenticité et innovation

— MESSAGES ET VALEURS

VOYAGER MIEUX ET AUTREMENT ; DONNER DU SENS AU VOYAGE



ART DE VIVRE ET CULTURE

Atouts intrinsèques :
terroir, patrimoine et
savoir-faire



CONSOMMATION RESPONSABLE

Circuits-courts, consommation
locale et initiatives durables et
innovantes.



RETOUR À L'ESSENTIEL

Autour de l'humain :
bien-être, partage,
convivialité et
rencontres



EXPÉRIENCES HORS DES SENTIERS BATTUS ET GRANDS ESPACES

Nature grandiose au charme
brut et authentique

— UNE CAMPAGNE 360°



Relations
Presse BtoC

Des événements
presse pour valoriser
des expériences et
initiatives **tourisme**
durable

50 accueils de
journalistes
européens



Activations
Digitales

Campagne **#ExploreFrance**
de considération (idées séjours /
expériences ...)
+

+ de **100** campagnes régionales de
notoriété et de conversion



Réseaux
Sociaux



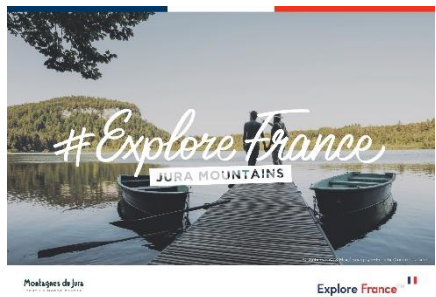
Volet
influence

13 accueils
influenceurs
européens sur le
tourisme **durable**



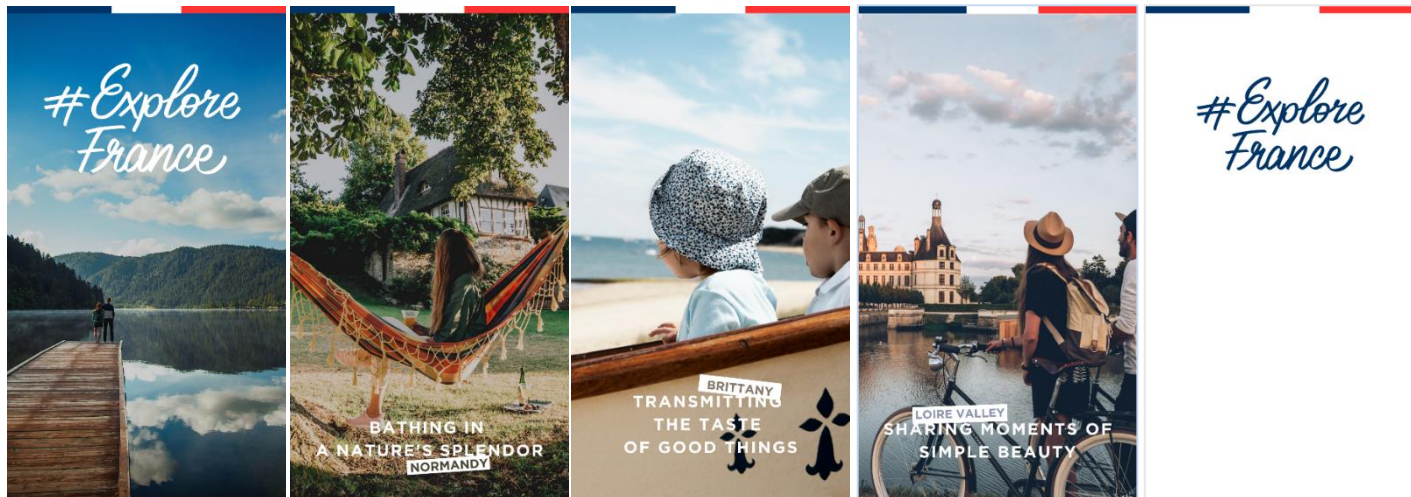
EN COURS DE PRODUCTION

UNIVERS GRAPHIQUE : VISUELS RÉGIONAUX

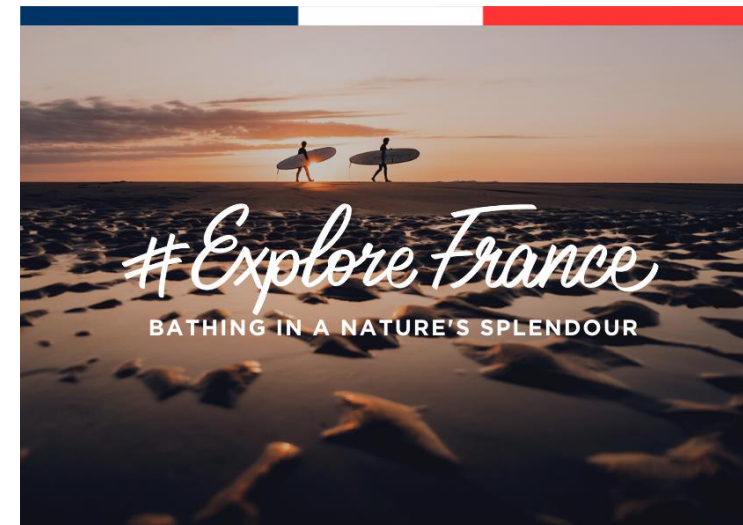


UNIVERS GRAPHIQUE : VOLET #ExploreFrance

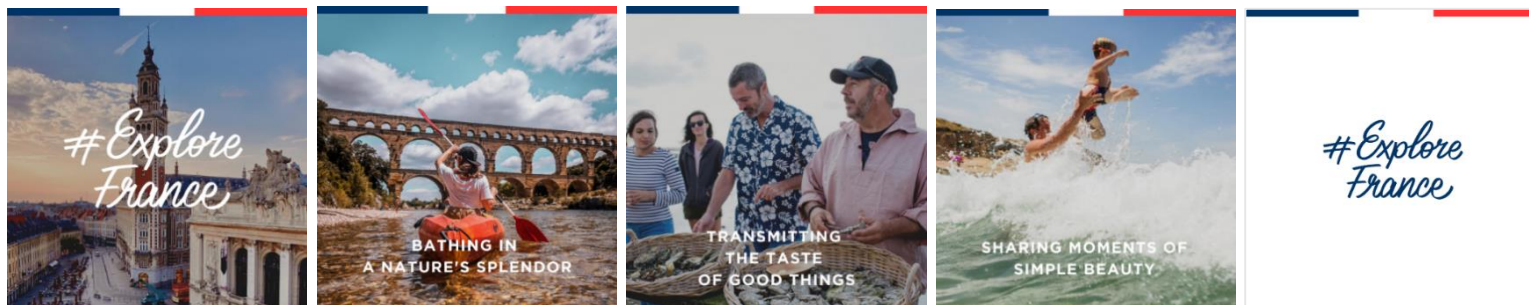
Stories thématiques



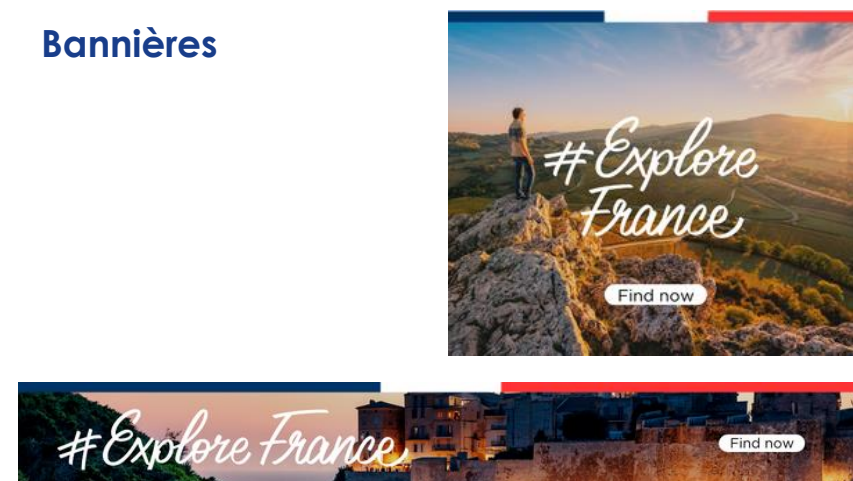
Visuel thématique



Carrousel notoriété régionale réseaux sociaux

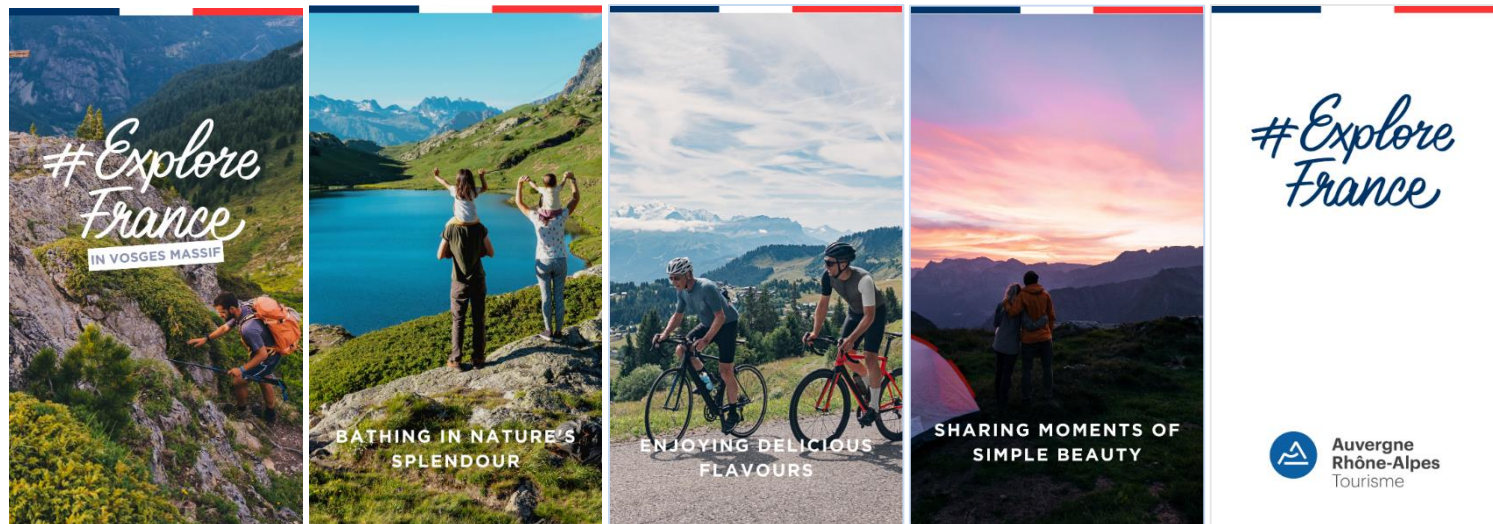


Bannières

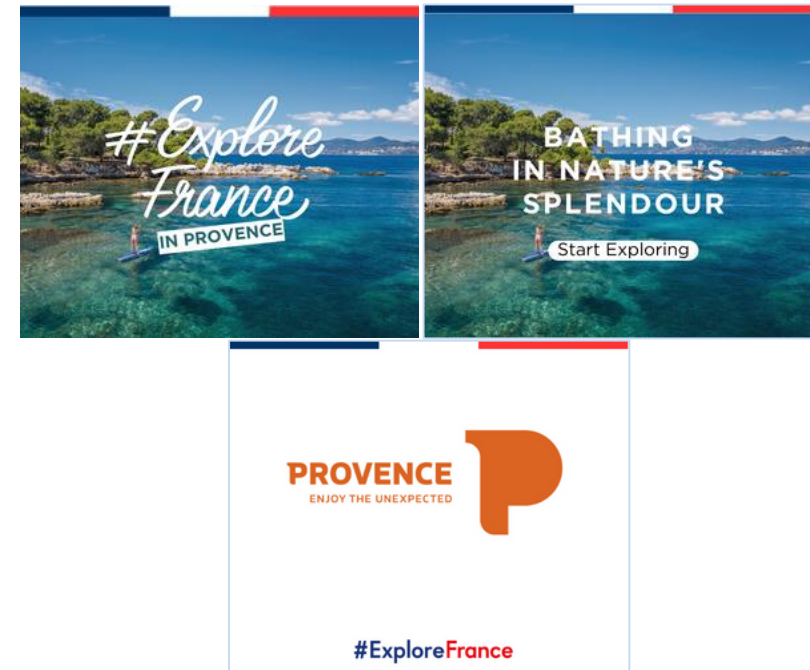


UNIVERS GRAPHIQUE : CAMPAGNES DE NOTORIETE MARQUES DE DESTINATIONS

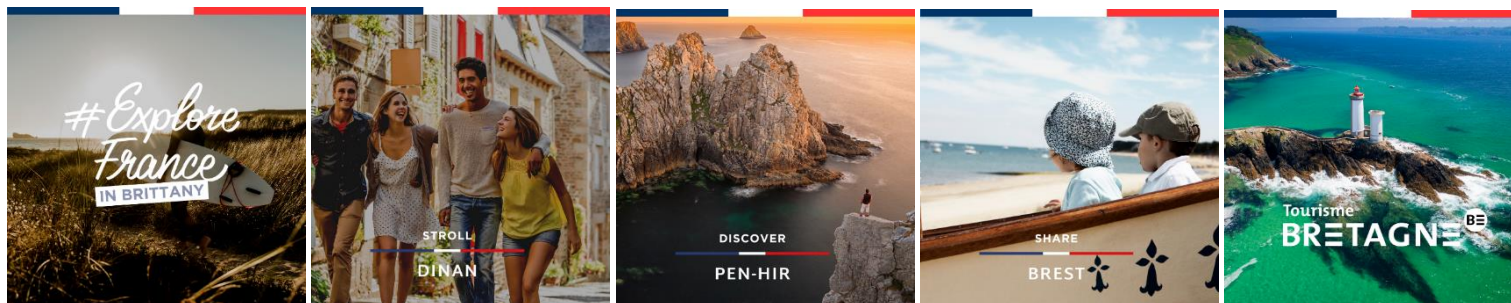
Stories notoriété régionale



Bannières animées

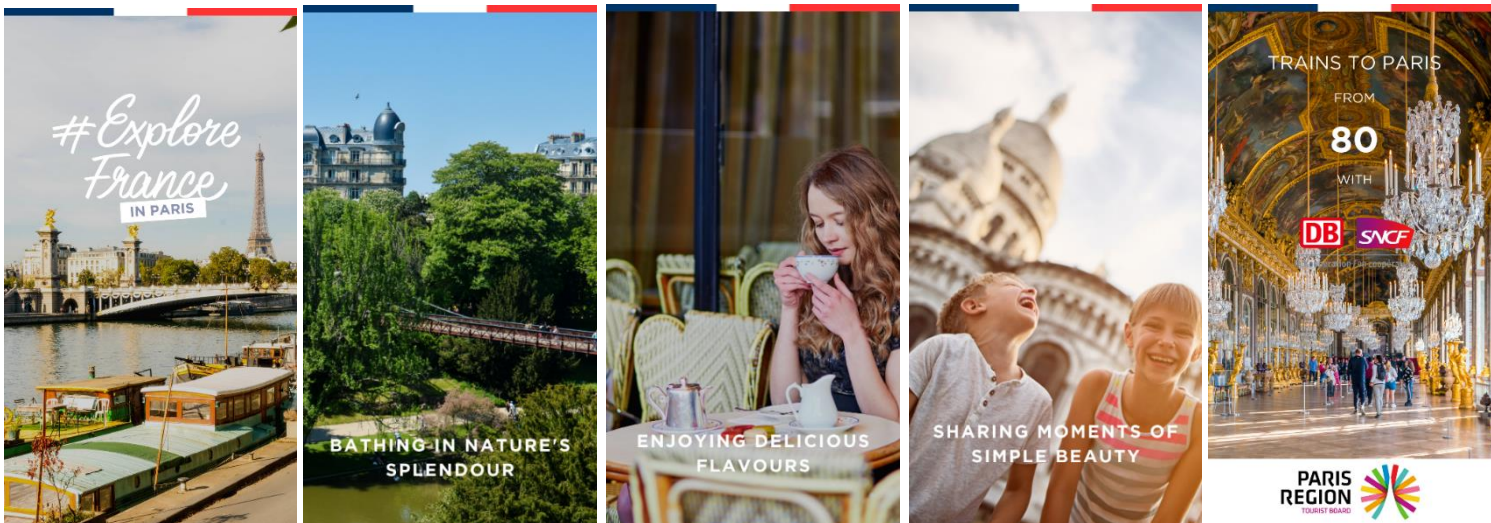


Carrousel notoriété régionale réseaux sociaux



UNIVERS GRAPHIQUE : CAMPAGNES EN LIEN AVEC LES PARTENAIRES PRIVES

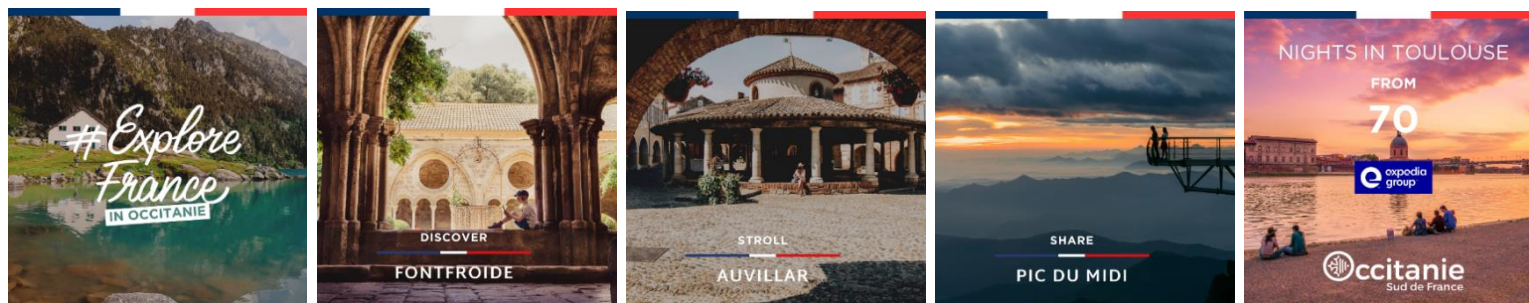
Stories conversion



Bannières animées



Carrousel conversion réseaux sociaux



#Explore
France

CALENDRIER DES ACTIONS PRÉVUES

MARS

AVR

MAI

JUIN

JUIL

AOÛT

SEPT

OCT

NOV

DEC

Communication
corporate

Communication
de lancement

22 mars

Communication
bilan
Atout France et
Partenaires

Déploiement
Grand Public

Test &
learn

Volet 1 : campagne France

Volet 1 : campagne
France

Volet 2 : campagnes régionales de notoriété
Volet 3 : campagnes régionales de conversion

Influence

Voyages d'influenceurs européens en
France métropolitaine

Accueil de
presse

Accueils de journalistes européens en France métropolitaine

Audrey LEGARDEUR

**Directrice générale
Comité Régional de Tourisme de Bretagne**

— S'APPUYER SUR DES FACTEURS CLEFS DE SUCCÈS

ADAPTATION

A l'évolution du contexte
mondial et aux spécificités
marchés



AGILITÉ

ET

FLEXIBILITÉ

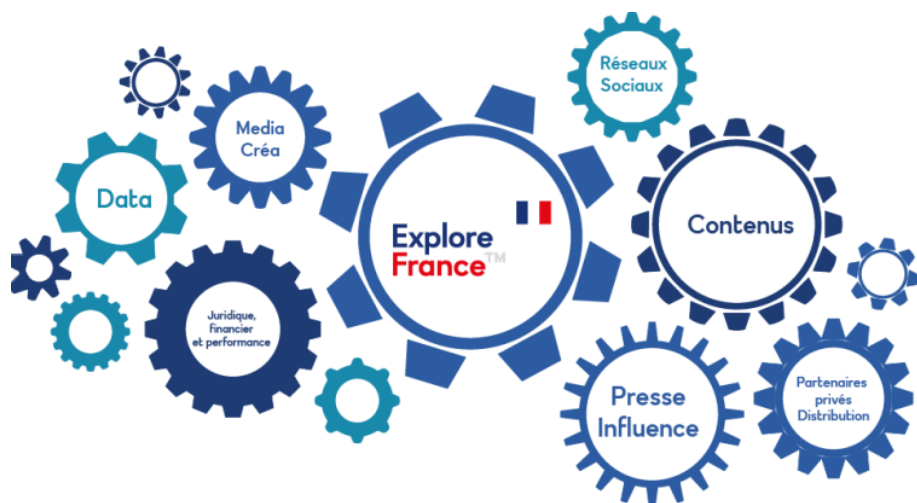
HYPER-SEGMENTATION

Prise compte des enjeux de
chacune des marques de
destination

DYNAMIQUES COLLECTIVES

Exemple: Campagne CRT
Bretagne, CRT Normandie,
Solutions&Co
& Brittany Ferries

— CO-CONSTRUIRE L'EDITION 2022



MOBILISATION

Mobilisation des partenaires infrarégionaux (institutionnels ou privés) par les Organismes régionaux de tourisme **autours des marques des destination**

STRUCTURATION

- **Des groupes de travail collaboratifs** pour des outils de communication communs
- **Une gouvernance partagée** et **prise de décision collective**

Caroline LEBOUCHER
Directrice Générale Atout France

Et

Jean PINARD
Directeur général
Comité Régional de Tourisme d'Occitanie

— UNE COLLABORATION ÉTROITE

De nombreux sujets de collaboration entre Atout France et les Organismes régionaux de tourisme parmi lesquels :

CONTRATS CADRE & CONTRATS DE DESTINATION

Des **objectifs et des engagements communs définis entre les régions et Atout France**, et des moyens pour valoriser les marques territoriales / thématiques.



INNOVATION

Emergence d'une **French Tourism Tech**



GRANDS ÉVÉNEMENTS

Démarche de promotion et dispositifs de **formation à l'accueil** autour des grands événements sportifs (Coupe du Monde de Rugby, JOP 2024...)



FRANCE TOURISME OBSERVATION

Un data hub permettant de **mutualiser des données** et d'en donner accès au plus grand nombre, décideurs publics ou entreprises.



TOURISME DURABLE

Valorisation d'une offre innovante et durable pour voyager mieux et sensibiliser aux bonnes pratiques.



ACTIONS BTOB Loisirs et Affaires

Formations sur l'offre touristique française aux tour-opérateurs internationaux / événements BtoB et communication de relance de l'activité événementielle

CAMPAGNE DE RELANCE EUROPE 2022

Campagne de relance du tourisme français sur les marchés européens

#Explore France

Explore
France™



NORMANDIE
TOURISME

Comité Régional
du Tourisme et des Congrès
Hauts-de-France

AGENCE RÉGIONALE
GRAND EST
DU TOURISME

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ
TOURISME

Tourisme
BRETAGNE ^{BE}

A T O U T
F R A N C E
Agence de développement
touristique de la France

PARIS
REGION
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME



solutions & co
L'agence de développement économique
PAYS
DE LA
LOIRE

Comité Régional
TOURISME
Centre-Val de Loire



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



Occitanie
Sud de France

RÉGION SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR
**COMITÉ RÉGIONAL
DE TOURISME**
PROVENCE | alpes | CÔTE D'AZUR

CORSICA



Agence de développement
touristique de la France