

22 mars 2022



## Lancement 2022 !

### **Le Comité Régional du Tourisme et des Congrès Hauts-de-France se mobilise pour la destination France aux côtés d'Atout France et des 12 autres organismes régionaux de tourisme**

**Forts du succès de l'édition 2021, Atout France et les 13 organismes régionaux partenaires de la campagne de reconquête des marchés européens poursuivent leur mobilisation en 2022 pour accélérer le retour des touristes ! De nombreuses entreprises du secteur seront à leurs côtés pour amplifier l'impact de la campagne #ExploreFrance 2022 et positionner la France comme la destination idéale pour voyager à nouveau, en profitant notamment d'un tourisme plus durable.**

Dans un contexte international tendu et alors que la situation sanitaire reste encore fragile, les professionnels du tourisme français ont souhaité se mobiliser pour relancer une activité fortement impactée depuis 2 ans par la crise sanitaire et économique due à la pandémie de Covid-19.

La fréquentation internationale de la destination a en effet connu une chute significative même si la France a mieux résisté que certains de ces concurrents. L'année 2021 s'est d'ailleurs soldée par une augmentation de la part de marché de la France, en termes de recettes touristiques, comparativement aux autres pays de l'Union européenne. Cette part, qui s'établissait à environ 15% en moyenne annuelle depuis 5 ans, est passée à 18,1% à la fin du troisième trimestre 2021, la France étant devenue pendant la pandémie la 1<sup>ère</sup> destination européenne en termes de recettes internationales.

Les visiteurs européens ont naturellement été les premiers à revenir en France en 2021, au sein du visitorat international, et ce retour se confirme mois après mois. Ainsi, **les dépenses des 7 principaux marchés européens étudiés par la Banque de France ont récupéré +24% entre 2020 et 2021.** Des touristes européens qui ont été très heureux de pouvoir découvrir ou redécouvrir la France et son art de vivre, sa culture, ses paysages multiples mais également une offre renouvelée, répondant à leurs aspirations croissantes en matière de tourisme durable.

En Hauts-de-France, la clientèle internationale représente 30% des nuitées en hôtellerie et hôtellerie plein air. TOP 4 clients européens en 2021 : 1. Belgique 2. Royaume-Uni 3. Pays-Bas 4. Allemagne

## > #ExploreFrance - Des touristes européens invités à découvrir les fondamentaux de la destination France

Dans un contexte de reprise ultra-concurrentiel qui sera dicté par l'actualité géopolitique et sanitaire, il convient de rester présent dans l'esprit des voyageurs en véhiculant une image accueillante et rassurante de la destination France. C'est pourquoi Atout France, les 13 organismes régionaux de tourisme ainsi que de nombreuses entreprises du secteur se mobilisent autour d'une nouvelle campagne de reconquête des voyageurs européens.

**Le besoin de convivialité, de ressourcement, de retour à l'essentiel qui s'est exprimé suite à la crise constituera l'axe de communication central de la campagne #ExploreFrance 2022.**

Ce parti pris se traduira par la valorisation d'expériences de séjours innovantes en matière de slow tourisme, d'art de vivre à la française et de convivialité, de découverte des espaces naturels, du patrimoine et des savoir-faire. Plus encore que lors de la campagne 2021, les efforts des professionnels français pour proposer une **offre touristique durable**, seront mis en avant.

Cette campagne, qui débutera début avril, ciblera **10 marchés de proximité** : l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni, la Suisse, les Pays-Bas, l'Italie, l'Espagne, le Danemark, la Suède et l'Autriche. Les visiteurs de ces 10 marchés ont représenté à eux seuls environ **42 millions d'arrivées en 2021**, Allemagne, Belgique et Royaume-Uni en tête.

### [Film Grand Public](#)

### [Infographie de la Campagne 2022](#)

## > Mécanisme de campagne

La campagne à destination du grand public sera constituée de 3 volets :

- 1** Le premier volet prendra la forme d'une **campagne d'image visant à apporter une visibilité d'ensemble à la destination France**. Elle permettra d'inspirer les touristes en leur suggérant de nouvelles propositions de lieux de séjours et d'expériences en phase avec leurs aspirations. Ce premier volet sera lancé début avril.
- 2** Le volet 2 permettra aux Comités régionaux de tourisme / Agences d'Attractivité / Agences de tourisme qui le souhaitent de capitaliser sur le volet 1 en le complétant par une communication additionnelle, **valorisant spécifiquement leur destination** sur les marchés identifiés. Cette année, cette démarche sera ouverte aux organismes infrarégionaux qui rejoindront et accompagneront cette dynamique.
- 3** Enfin, le volet 3, mené en partenariat avec des entreprises privées, dont des acteurs du transport et de la distribution, visera à **déclencher la réservation de séjours en valorisant des produits prêts à la vente** (« vol + hébergement » ou autres combinaisons). En 2021, plus de 30 entreprises s'étaient associées à la démarche et devraient à nouveau s'engager cette année, rejointes par de nouveaux partenaires tels que **Accor, öBB, Expédia, Thalys, Tripadvisor, Viejtes El Corte Ingles, Brittany Ferries**, et bien d'autres. En particulier, la campagne 2022 bénéficiera du soutien de **Tripadvisor** qui investira fortement en proposant notamment un dispositif spécifique France sur son site ainsi qu'un plan média dédié, conformément à la lettre d'intention signée avec Atout France lors du sommet Destination France en novembre dernier. De même, **Expedia** intensifiera son investissement aux côtés d'Atout France et de ses partenaires.

Sur ces 3 volets, priorité sera donnée aux **médias digitaux**. Ainsi, achats d'espaces et marketing d'influence sur les réseaux sociaux seront mis en œuvre par les équipes d'Atout France sur les 10 marchés ciblés.

En complément, les équipes d'Atout France mèneront un important travail de sensibilisation des **acteurs de la distribution** (tour-opérateurs, agences de voyages) et des **médias** sur leurs marchés respectifs. Comme l'an passé, seront par exemple organisés, à l'occasion de la semaine européenne du développement durable, des événements presse afin de valoriser, sur les 10 marchés, l'offre touristique durable française. Une **cinquantaine d'accueils de journalistes et 13 voyages d'influenceurs** dans les Régions partenaires permettront par ailleurs d'amplifier encore le positionnement tourisme durable de la destination France.

Avec un séquençage printemps/été puis, arrière-saison/automne, la campagne restera agile de façon à adapter son déploiement à l'évolution de la situation sur les différents marchés.

La mobilisation collective autour de cette campagne de relance co-construite permet une mutualisation des moyens humains et financiers. Un **montant global de 10 millions d'euros** devrait ainsi être co-investi par l'Etat (via Atout France), les Régions via les Comités régionaux de tourisme / Agences d'Attractivité / Agences de tourisme et leurs partenaires infra régionaux ainsi que par les entreprises du secteur.



#### Les nouveautés de la campagne 2022. En bref :

- Un positionnement encore plus affirmé sur le **tourisme durable**.
- Encore **plus d'offres de séjours** avec davantage de partenaires privés qui accompagneront la dynamique, et notamment des OTA.
- Une mise en valeur accentuée des **traits fondamentaux de la destination France** et notamment de son art de vivre.

### **Daniel Fasquelle, Président du Comité Régional du Tourisme et des Congrès Hauts-de-France**

*« La mobilisation d'Atout France, à nos côtés, à travers cette nouvelle campagne de relance, nous permettra d'accélérer la reconquête des marchés européens. Les atouts de la région Hauts-de-France sont nombreux : un bassin de 100 millions d'habitants et de 70 millions de consommateurs potentiels en provenance du Royaume-Uni, de la Belgique et des Pays-Bas, une capacité à associer tourisme urbain et de nature dans un même séjour, et les valeurs humaines de convivialité et de générosité naturelles de ses habitants. Avec nos partenaires, nous poursuivons la nécessaire évolution de l'offre. Notre priorité : engager la transformation durable du secteur, avec des investissements dans sa mue écologique et numérique. »*

### **Caroline Leboucher, Directrice générale d'Atout France**

*« Si le contexte international suscite de fortes inquiétudes, il est malgré tout aujourd'hui nécessaire d'accompagner la relance du tourisme français dont les professionnels ont été mis à rude épreuve ces 2 dernières années. L'amélioration de la situation sanitaire que connaît actuellement la France laisse en effet espérer des conditions d'accès facilitées à la destination pour nos visiteurs internationaux, et européens à plus forte raison. Avec la campagne #ExploreFrance, c'est un collectif puissant qui se mobilise à nouveau en 2022 pour relancer l'activité et mettre en avant la convivialité inhérente à notre art de vivre, nos atouts culturels et naturels ainsi que des expériences durables, et ainsi inciter nos voisins européens à faire le choix de la France pour leurs prochains voyages. »*