

Région Sud, le mardi 11 mai 2021

CAMPAGNE DE RELANCE EUROPÉENNE 2021

Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT) et ses partenaires se mobilisent pour la destination France aux côtés des 12 autres CRTs des régions métropolitaines et d'Atout France.



Pour la toute première fois, Atout France, les 13 Comités Régionaux du Tourisme des régions métropolitaines 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 !

Depuis plus d'un an, les mesures prises pour endiguer l'épidémie de Covid-19 qui touche le monde entier ont fortement impacté l'économie internationale. Le tourisme est un des secteurs les plus touchés. Selon l'OMT, les arrivées internationales [segments affaires et loisirs] ont chuté de 74% l'an dernier par rapport à 2019, soit un recul de 1 milliard d'arrivées. En France, d'après la Banque de France, les recettes touristiques internationales ont chuté d'un peu plus de 50% en 2020 par rapport à 2019.

Le secteur du tourisme constitue l'un des **pilliers l'économie régionale** (13% du PIB et plus de 143.000 emplois non délocalisables de la région Sud).

Cependant, l'amélioration de la situation sanitaire et l'accélération des campagnes de vaccination permettent aujourd'hui au Gouvernement français d'assouplir les conditions d'accès au territoire national. Depuis le 3 mai, les touristes de l'espace européen ont à nouveau la possibilité de venir en France sous réserve de présenter un test PCR négatif. Un signal positif qui permet d'envisager une reprise graduelle de l'activité touristique.

C'est pourquoi, Atout France, les 13 Comités Régionaux de Tourisme / Agences d'Attractivité de France métropolitaine ainsi que les entreprises privées du secteur ont élaboré une stratégie commune de reconquête de ces visiteurs européens.

Aujourd'hui unis face à un contexte ultra-concurrentiel, ils s'appêtent à lancer une campagne de communication d'envergure inédite.

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%**.

Avant la crise sanitaire, la clientèle européenne représentait environ 80% de la clientèle internationale qui séjourne en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Elle privilégie plutôt les modes d'hébergement marchands tels que l'hôtellerie, le camping et le locatif. D'un point de vue économique, cette clientèle génère

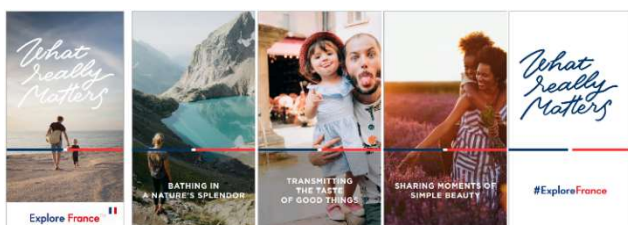
Contact presse :

CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur ▶ Audrey Salor a.salor@crt-sud.com | 07.86.5.42.84

plus de 6 milliards d'euros de consommation touristique dans la région.

Après le démarrage, le 2 mai, du plan de relance régional **#OnaTousBesoinDuSud** sur le marché français, le **CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT)** et ses 35 partenaires (dont **Offices de Tourisme d'Aix-en-Provence, d'Antibes-Juan Les Pins, du Golfe de Saint-Tropez, de Marseille, de Nice-Côte d'Azur, le Contrat de Destination Provence, l'Agence de Développement des Hautes-Alpes et le Contrat de Marque Alpes, ainsi que le CRT Côte d'Azur France**) vous présentent aujourd'hui la campagne « What really matters », lancée prochainement sur les marchés européens.

« Ce qui compte vraiment » #ExploreFrance



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.

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** et aura pour fil rouge le souhait partagé d'Atout France et des 13 CRTs des régions métropolitaines de promouvoir un **tourisme plus durable**.

La campagne, prévue sur un séquençage printemps/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 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 13 Comités Régionaux de Tourisme / Agences d'Attractivité et les entreprises du secteur

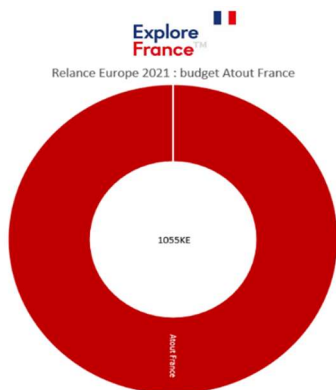
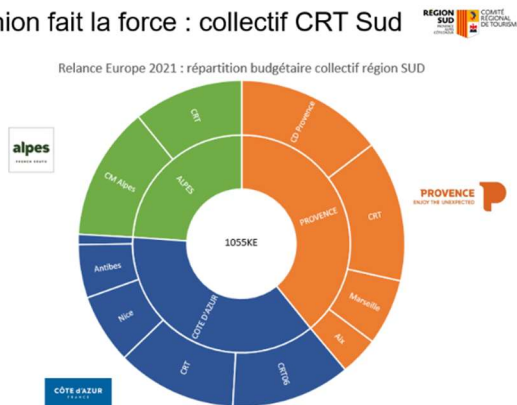
LES PARTENAIRES DE LA CAMPAGNE Ce qui compte vraiment #ExploreFrance



Le collectif CRT Sud : plus gros partenaire territorial de cette campagne

Comme pour la campagne nationale #OnaTousBesoinDuSud, le CRT a largement fédéré les acteurs du tourisme de la Région Sud pour cette campagne #Explore France. D'un point de vue financier, notre région est d'ailleurs celle qui contribue le plus à cette campagne « France » sur les marchés européens : Grâce à une large mutualisation budgétaire, la région Sud y contribue pour plus de 1 million d'euros, budget doublé par Atout France et les partenaires privés, soit plus de 2 millions d'euros pour valoriser les destinations Provence, Alpes et Côte d'Azur et stimuler les réservations internationales qui ont tant manqué l'année dernière.

L'union fait la force : collectif CRT Sud



Nous avons choisi de cibler les marchés européens les plus importants en termes de fréquentation, en lien avec les différents partenaires et pour chacune de nos 3 destinations internationales, la Provence, les Alpes du Sud et la Côte d'Azur.

Ces campagnes seront déclenchées prioritairement sur les marchés suivants : Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Suisse et Italie.

Les partenaires de la région Sud



« Face aux enjeux économiques du tourisme dans notre région et à la concurrence mondiale qui va progressivement revenir, il fallait répondre avec ambition auprès du marché européen qui représente 80% de notre clientèle internationale en région. Avec les collègues de tous les autres CRTs et Atout France, nous avons réussi à construire un dispositif puissant et inédit pour la promotion de la France ; avec une équipe du Sud qui représente les spécificités de nos 3 destinations monde, ce dispositif est aussi adapté à chaque attente des professionnels du tourisme de notre territoire. C'est à la fois du gros et du surmesure, un vrai tour de force pour le retour de ces clients si importants pour notre économie et nos emplois.

#ExploreFrance #OnaTousBesoinDuSud

Loïc Chovelon, Directeur Général du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur

« La France est prête pour accueillir à nouveau les touristes européens. C'est la destination idéale pour voyager à nouveau ! Avec la campagne Ce qui compte vraiment #ExploreFrance, c'est le message qu'Atout France, les 13 organismes régionaux métropolitains de promotion touristique et leurs partenaires souhaitent transmettre aux voyageurs européens dans un contexte de reprise progressive de l'activité touristique. La diversité d'expériences authentiques à vivre dans tous ses territoires, son

patrimoine, son art de vivre, mais également le professionnalisme des acteurs du tourisme français, qui ont su déployer les protocoles sanitaires adaptés à chaque activité et s'engagent chaque jour pour proposer des offres commerciales flexibles, et adapter leurs services pour un tourisme plus durable font plus que jamais de la France la destination à (re) découvrir ! #ExploreFrance ».

Caroline Leboucher,
Directrice générale d'Atout France



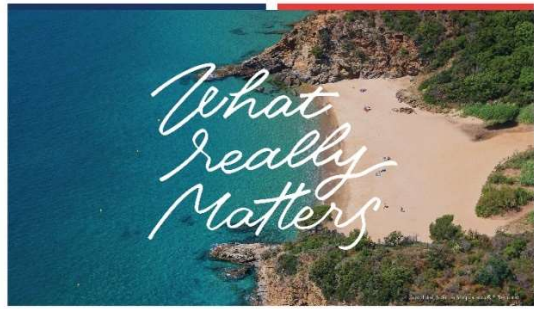
PROVENCE Explore France



alpes Explore France



Centre Régional de Tourisme CÔTE D'AZUR FRANCE REGION SUD LOURDES TOULOUSE Explore France



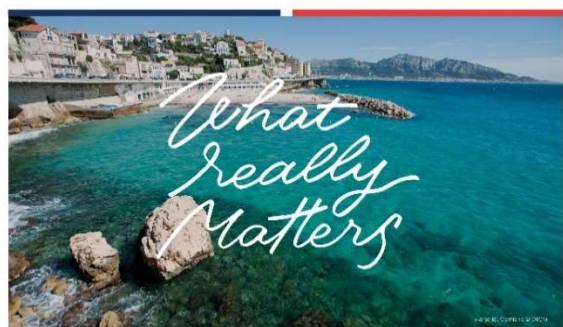
CÔTE D'AZUR FRANCE REGION SUD TOULOUSE Explore France



AIX EN PROVENCE PROVENCE REGION SUD LOURDES TOULOUSE Explore France



NICE CÔTE D'AZUR REGION SUD TOULOUSE Explore France



Marseille PROVENCE REGION SUD LOURDES TOULOUSE Explore France



CÔTE D'AZUR FRANCE REGION SUD TOULOUSE Explore France