

COMMUNIQUE DE PRESSE

28 mars 2024

#ExploreFrance

**« Dream big, live slow » : Lancement de la 4^{ème} édition de la campagne
#ExploreFrance à l'international**



Explore France™ 

En 2024, c'est à nouveau sous la bannière #ExploreFrance qu'Atout France, les 13 organismes régionaux de tourisme de France métropolitaine et une vingtaine d'entreprises du secteur s'unissent dans le cadre de la campagne de promotion de la destination France à l'international.

Pour cette 4^{ème} édition, le collectif entend conforter le positionnement durable de la destination, tout au long d'une année jalonnée par l'organisation de grands événements. Prônant un tourisme plus lent, plus durable et authentique, « Dream big, live slow » est une invitation à oser rêver grand, pour vivre ses plus beaux voyages en France !

“Dream big, live slow” : au rythme des mobilités douces

Dans la continuité de celle de 2023, la campagne 2024 valorisera de manière encore plus forte l'offre répondant aux aspirations des voyageurs en quête **d'un tourisme plus lent, plus durable et plus authentique**.

Les outils d'évaluation de la campagne #ExploreFrance 2023 sur un échantillon de 6000 répondants répartis sur les 10 marchés prioritaires ont montré que 84% d'entre eux pensent que la campagne positionne la France comme destination durable (+1 point par rapport à 2022) d'autant plus que 83% estiment que la campagne est inspirante. Une campagne qui, sous le slogan évocateur « Dream big, live slow », invite à vivre des expériences de voyage inoubliables et respectueuses de l'environnement en France.

Cette année, s'inscrivant dans la stratégie nationale de faire de la France la première destination mondiale du tourisme à vélo d'ici 2030, Atout France, en collaboration avec France Vélo Tourisme, souhaitent mettre un accent particulier sur la pratique du vélotourisme.



La France offre plus de 20 755 km d'itinéraires cyclables répartis sur tout le territoire. Elle compte 10 routes Eurovélo (la Vélodyssée, la Scandibérique, la Vélomaritime, Traversata Maio 20, Via Romea Francigena, la Véloroute Rhin ou bien la ViaRhôna pour n'en citer que quelques-unes) et près de 60 itinéraires identifiés permettant de découvrir, à son rythme et en toute liberté, des panoramas incroyables et des lieux inatteignables en voiture. Une pratique qui s'adresse à tous les voyageurs, offrant des possibilités aussi bien pour les amateurs de vélo sportif que pour les familles en quête de loisirs en plein air ou les aventuriers souhaitant partir en itinérance et traverser la France d'une région à une autre : la Loire à vélo, l'aventure gravel sur la Grande Traversée du Jura, sur la route du Vélomaritime en Normandie, la Dolce Via ou l'Ardèche à Vélo, la Provence et la Durance à Vélo, etc..il y en a pour tous les goûts !

Le collectif a également fait le choix de valoriser des sites et territoires encore peu fréquentés, permettant de garantir aux visiteurs une expérience de séjour originale, mais également des lieux emblématiques, pour marquer les esprits, en invitant à les découvrir **hors des périodes les plus fréquentées**, répondant ainsi aux stratégies de désaisonnalisation des territoires.

> Découvrez le [film de la campagne #ExploreFrance 2024](#)



Une campagne qui se déploiera désormais dans une vingtaine de pays

A destination du grand public, la campagne – dont les premières activations régionales sont déjà en cours – s’intensifiera début avril sur 10 marchés européens : l’Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni, la Suisse, les Pays-Bas, l’Italie, l’Espagne, le Danemark, la Suède et l’Autriche ainsi qu’ aux Etats-Unis et au Canada. **Le dispositif s’ouvrira à de nouveaux marchés lointains suivant les opportunités de développement des partenaires institutionnels, en vue d’introduire la dimension durable de la destination auprès de ces publics : le Mexique, le Brésil, la Chine, Taiwan, Hong-Kong, l’Inde, Singapour, la Corée du Sud, le Japon, l’Australie et les Émirats Arabes Unis.**

Mécanismes de campagne

La campagne #ExploreFrance2024 s’articule autour de 3 niveaux de campagne qui peuvent être actionnés de façon simultanée par les partenaires qui le souhaitent.

1

Le **niveau 1** prendra la forme d’une **campagne de notoriété** 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.

Cette campagne sera lancée dans le courant du mois d’avril. Elle s’articulera autour d’un plan média à hauteur de près de 800 000 euros co-investi par Atout France et Tripadvisor sur les 10 marchés européens, ainsi qu’un plan de communication sur les réseaux sociaux sur l’ensemble des marchés visés.

2

Le **niveau 2** permet aux Comités régionaux de tourisme / Agences d’Attractivité / Agences de tourisme qui le souhaite de capitaliser sur la campagne #ExploreFrance

en complétant par une communication additionnelle, **valorisant spécifiquement les marques de destinations régionales** sur les marchés cibles. Cette démarche sera ouverte aux organismes infrarégionaux qui rejoindront et accompagneront cette dynamique.

3

Le niveau 3, mené en partenariat avec des entreprises privées (dont des acteurs du transport et de la distribution à l'international), visera à **déclencher la réservation de séjours** en valorisant des produits prêts à la vente sur les marchés prioritaires européens et marchés lointains d'opportunités.

La priorité sera donnée aux **médias digitaux**. Ainsi, achats d'espaces et campagne de marketing d'influence sur les réseaux sociaux seront réalisés sur les 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. Des événements presse seront organisés à l'occasion de la semaine européenne du développement durable en vue de valoriser l'offre touristique durable française sur l'ensemble des marchés internationaux.

La mobilisation autour de cette campagne de relance co-construite permet une mutualisation des moyens humains et financiers. Un **montant global d'environ 8,6 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 sur le marché européen et près de 900 000 euros de budget global sur les marchés nord-américains.

2024 : une année d'exception

En 2024, la destination France organisera et célèbrera de nombreux événements à résonance mondiale : Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, le 80^{ème} anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie, les festivités des 150 ans de l'impressionnisme, le XIXe Sommet de la Francophonie ou encore la réouverture de la Cathédrale Notre-Dame en fin d'année. Des coups de projecteur dont Atout France et ses partenaires comptent bien profiter pour présenter au monde entier la diversité et la qualité de l'offre touristique française, une offre qui innove et se renouvelle pour répondre aux attentes des voyageurs, notamment en matière de durabilité.

En bref : les nouveautés de la campagne 2024.

- Une mise en avant du **vélotourisme** en tant qu'expérience de **mobilité douce** (ainsi que de l'art de vivre / gastronomie, de la culture et du patrimoine) au sein des 13 régions françaises métropolitaines dans une **gestion harmonieuse des flux**.
- L'introduction **de la campagne à de nouveaux marchés lointains** et leur apporter une dimension durable pour leur séjour en France

La campagne #ExploreFrance 2023 – Chiffres clés

- Plus de 110 campagnes de notoriété et de conversion sur les 10 marchés prioritaires européens et sur les Etats-Unis et le Canada
- 4 voyages influenceurs (audience cumulée : 910 000 abonnés) autour du tourisme durable en partenariat avec SNCF Connect dans 8 régions françaises.
- 24 partenaires privés engagés
- Près de 123 000 mentions du #ExploreFrance sur les réseaux sociaux
- Plus de 51 millions de vues sur l'ensemble des vidéos grand public produites (+24,5% par rapport à 2022)
- Plus d'1,57 million de sessions tous sites confondus (dont près de 344 000 sessions sur le site France.fr) (+33% par rapport à 2022)
- Près d'1 milliard d'impressions délivrées
- Un chiffre d'affaires de près de 25 millions euros 45 articles dans la presse nationale, régionale et européenne
- 76 000 pages vues du Dossier de Presse et plus de 400 téléchargements

LES PARTENAIRES DE LA CAMPAGNE #ExploreFrance 2024



Contact presse :

Atout France : Laura SOLA – laura.Sola@atout-france.fr

Auvergne – Rhône-Alpes : Vanessa MICHY v.michy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Bretagne : Florence GAULUPEAU – f-gaulupeau@tourismebretagne.com

Bourgogne – Franche Comté : Emmanuelle HEZARD : ehazard@bfctourisme.com

Centre – Val de Loire : Isabelle SCIPION – i.scipion@centre-valdeloire.org

Corse : Nathalie ALBERTINI mission.communication@atc.corsica

Grand Est : Anouck SITTE – anouck.sittre@art-grandest.fr

Hauts-de-France : Laurence PEAN COUSIN – laurence.pean@hautsdefrancetourisme.com

Normandie : Edouard VALERE – e.valere@normandie-tourisme.fr

Nouvelle-Aquitaine : Paola DELERIS – paola.deleris@na-tourisme.com

Occitanie : Birgitte REIMERS – birgitte.reimers@crtoccitanie.fr

Paris Région : Catherine BARNOUIN – cbarnouin@visitparisregion.com

Pays de la Loire : Vanessa MONFORT – v.monfort@paysdelaloire.fr

Provence-Alpes-Côte d'Azur : Philippe COURTOIS – p.courtois@provence-alpes-cotedazur.com



#ExploreFrance @atout_france