RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Culture, Patrimoine et Art de vivre

La culture et le patrimoine sont les ambassadeurs de l'art de vivre de la destination France
Le patrimoine culturel est un important facteur d'attractivité et un élément essentiel du produit touristique en termes d'attractivité. Il est l'attrait n°1 de la destination grâce à une offre culturelle plurielle et répartie sur l'ensemble du territoire.

Chiffres clés

100 000 Emplois	**15** milliards d'euros de retombées économiques	**60%** de la fréquentation des sites culturels

Découvrir les actions du pôle Culture, Patrimoine et Art de vivre

Le tourisme culturel en France

Le tourisme constitue également la première voie d'accès à la culture puisqu'il génère plus de 60% de la fréquentation des sites culturels.

Il représente enfin un levier de développement économique considérable pour les territoires, le poids de ce secteur étant estimé à près de 100 000 emplois et 15 milliards d'euros de retombées économiques.

Les objectifs du Pôle

A court et moyen terme, les membres du Pôle entendent :

- **Développer l'observation des publics grâce aux données liées à la fréquentation des sites culturels,**
- **Accompagner les réflexions sur les stratégies de développement des publics** avec des outils d'aide au pilotage tels que les études de marché et la veille des tendances,
- **Redonner envie de séjourner en France en exploitant pleinement le levier culturel** et en déployant des actions de marketing ciblé sur le marché domestique,
- Reprendre langue auprès des marchés internationaux en privilégiant les nouveautés à portée internationale,
- **Valoriser la création polyculturelle** et la structuration de l'offre,
- **Accompagner la montée en compétences des professionnels** de la culture à travers la mise en place de webinaires de professionnalisation, de parcours de micro-learning, de voyages d'études et de visites d'entreprise culturelle.

Les axes de travail

Intelligence économique :

- Analyse conjoncturelle et datas structurelles relatives à la fréquentation des sites culturels dans le cadre du Data Hub France Tourisme Observation
- Travail de veille des tendances du secteur

Structuration de l'offre :

- Suivi du projet avec FlyView (expérience en réalité virtuelle), en étroite collaboration avec les équipes du CMN, avec pilotage de la fréquentation,
- Ingénierie de promotion pour la structuration des ICCE (Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe)

Stimulation de la demande :

- Renouvellement de la convention avec le Ministère de la Culture avec la mise en œuvre de campagnes de promotion pour promouvoir 3 thématiques : L'Eté culturel, Mondes Nouveaux, le label EIN (Exposition d'intérêt national)
- Lancement d'une opération de médiation culturelle nommée « En coulisses ! » en partenariat avec le groupe Beaux Arts & Cie et 12 sites culturels (ex : Domaine de Chantilly, MUCEM, Clos Lucé, Musée d'Orsay, Monnaie de Paris, Centre des monuments nationaux…) afin de promouvoir les coulisses des sites culturels, le tout commenté par un conférencier en histoire de l'art

Professionnalisation :

- Lancement de cycles de webinaires dédiéd au développement des publics et à l'innovation digitale dans la culture, en partenariat avec Vivaticket, Arkhenum et le Club Innovation et Culture France.
- Partage de bonnes pratiques entre membres
- Visite d'entreprises culturelles Création d'un parcours de micro-learning sur les Itinéraires Culturels Européens

Organisation du Pôle

Erol Ok, Directeur général de l'Institut français, a été Président du Pôle de 2021 à 2023. Un nouveau Président est en cours de nomination.

Les webinaires de la culture

Le programme de professionnalisation du Pôle est réalisé en partenariat avec des acteurs de la culture (exemples : Club Innovation & Culture CLIC France, Vivaticket, Arkhênum, Art Graphique et Patrimoine...).

De nombreux professionnels interviennent lors des webinaires pour partager leurs bonnes pratiques

Retrouvez les webinaires de 2022 à 2024, ci-dessous

Programme 2024

Cliquez **ici** pour visionner le webinaire dédié aux expériences numériques et immersives dans le patrimoine »

Programme 2023

les vidéos portent sur les enjeux de préservation, de valorisation du patrimoine culturel et d'innovations numériques.
Cycle de professionnalisation réalisé en partenariat avec "Arkhênum", leader de la numérisation patrimoniale en Europe, et "Art Graphique et Patrimoine", leader français dans le domaine des nouvelles techonologies pour la reproduction numérique et la mise en valeur du patrimoine culturel.

Module n°1 : Double numérique : de l'archivage numérique à la valorisation

Module n°2 : Valorisation en ligne et outils ad hoc

Programme 2022

Devenez un expert du développement des publics avec ces formations

Apprenez à déployer des actions de marketing impactantes pour mieux fidéliser et conquérir vos publics, grâce à ces supports pédagogiques et webinaires de professionnalisation.

Ces ateliers en ligne prennent la forme de tables rondes pour favoriser le partage de bonnes pratiques entre professionnels de la culture

Module n°1 : La digitalisation de l'offre culturelle (1/2)

Module n°2 : La digitalisation de l'offre culturelle (2/2)

Module n°3 : TikTok et les lieux culturels (1/2) Nouveautés et conseils pour des contenus engageants

Module n°4 : TikTok et les lieux culturels 2/2 Nouveautés et conseils pour des contenus engageants

Module n°5 : La commercialisation auprès des visiteurs non-captifs

Prestations proposées sur cette filière

Les évènements programmés

- **#ExploreFrance Festival - Culture Edition** : Rencontres B2B / Grand public international, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

- **Événement média patrimoine et culture en France** : Rencontres médias / Médias internationaux

- **Travel in France 2024** : Rencontres B2B / Grand public international

#EXPLOREFRANCE FESTIVAL - CULTURE EDITION PRESTATION

Marchés d'intervention :	Irlande	Royaume-Uni	
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B	Rencontres médias	Evénement grand public
Cibles :	Grand public international	Organisateurs d'événements MICE internationaux	Professionnels internationaux
Espaces et filières :	Culture & patrimoine		

Semaine coup de projecteur au Royaume-Uni 100% dédiée à la Culture en France et les partenaires associés.
Festival 360 degrés autour d'une programmation d'événements B2B / Presse / VIP / Attractivité et ponctuée de temps forts grand public B2C.
Activation multi-cibles d'envergure co-construite avec les partenaires et supportée par un plan de communication B2C
3 pilliers : Patrimoine / Innovation / Savoir-Faire

OBJECTIFS

- Dispositif 360 permettant au(x) partenaire(s) de toucher une cible large et variée en quelques jours
- Positionner la France et ses partenaires comme destinations culturelles / touristiques incontournables en Europe
- Inspirer les Britanniques à réserver leur prochain séjour en France (accessibilité, campagne de conversion etc.)

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

N/A
Précisions tarifaires :
Coûts approximatif : Montage financier en cours de finalisation Lien : Présentation de l'#ExploreFrance Festival - Wine Tourism Edition 2023

FORMAT

Liste des sessions :
#ExploreFrance Festival - Culture Edition
Date de début
17 septembre 2024
Date de fin
19 septembre 2024
Date limite d'inscription
20 mai 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Série d'événements Grand Public, presse et professionnels sur une semaine complete.

Edition précédente :

Présentation de la toute premiere édition 2022 en partenariat Cote d'Azur France + Retour en images

Présentation de la seconde édition 2023 dans le cadre du Pole Oenotourisme Atout France

Wine Festival week 2023

Profil visiteur :
Journalistes, Influenceurs, Redacteurs en chef, Agences de voyages, TOs, MICE, Grand Public

Teste - Marine marine.teste@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ÉVÉNEMENT MÉDIA PATRIMOINE ET CULTURE EN FRANCE PRESTATION

Marchés d'intervention :	Pays-Bas
Type de rendez-vous :	Rencontres médias
Cibles :	Médias internationaux
Espaces et filières :	Culture & patrimoine

Rencontre avec les médias néerlandais autour du patrimoine et de la culture.

OBJECTIFS

- Présenter votre offre
- Générer des reportages et / ou accueils
- Créer des contacts

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés, porteurs de projets, start-ups
Nombre de partenaires souhaités :

8-12
Visibilité partenaire :
- Espace dédié lors de la rencontre. - Votre destination taguée sur notre page LinkedIn après l'événement.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 19 juillet 2024
Précisions tarifaires :
Coûts approximatif : 1.450 € HT 1.305 € HT (pour toute inscription avant le 14 juin 2024)

FORMAT

Liste des sessions :
Événement média patrimoine et culture en France
Date de la session
26 septembre 2024
Date limite d'inscription
19 juillet 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Rencontre en présentiel sur la journée dans un lieu authentique et convivial. Chaque destination aura sa table dédiée.

Indicateur de performance :

- Nombre de contacts et nouveaux contacts par exposant
- Nombre de rendez-vous sur la journée au total
- Retombées RP pour les partenaires sur 2024/2025
- Nombre de reportages et accueils organisés à la suite de la rencont

Edition précédente :

Attente chiffre 2023.

Profil visiteur :

Journalistes print et online, créateurs de contenus (Instagram, blogs, Youtube)
Visiteur attendu :

25-30 personnes
Reseau social :
Réseau social
https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands

Van Aerts - Sannerien sannerien.van-aerts@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

TRAVEL IN FRANCE 2024 PRESTATION

Marchés d'intervention :	Belgique	
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B	
Cibles :	Grand public international	
Espaces et filières :	Culture & patrimoine	Slow tourisme

OBJECTIFS

- Développer la programmation auprès des professionnels du tourisme
- Capitiliser sur la notorité des destinations et leurs nouveautés

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés
Nombre de partenaires souhaités :

Flandres : 25 - Wallonie : 15
Visibilité partenaire :
1 espace dédié sur le workshop - Présentation Catalogue des exposants et des événements Communication faite autour de la manifestation

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
30 avril 2024

FORMAT

Liste des sessions :
Travel in France 2024
Date de début
01 octobre 2024
Date de fin
15 novembre 2024
Date limite d'inscription
20 mai 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Workshop en continu, Présentation interactive des partenaires, déjeuner/dîner networking.

Indicateur de performance :

15 à 20 rdv/exposants
+/- 1250 rendez-vous générés
Taux de satisfaction : 80%

Edition précédente :

En 2022,
Travel in France Flandre a regroupé 37 exposants et 93 visiteurs et a généré environs 700 rendez-vous dont 6 demandes concrètes/exposant en moyenne
Travel in France Wallonie a regroupé 35 exposants et 49 visiteurs, généré environs 550 rendez-vous dont 5 demandes concrètes/exposant en moyenne

Profil visiteur :
Organisateurs de séjours des réseaux associatifs, des TO, autocaristes, agences de voyages

Visiteur attendu :

Flandre : 60 à 70 - Wallonie : 30 à 40
Media / Support :

Communication dans la presse professionnelle, auprès des médias associatifs, scolaires

Jamin - Gisèle gisele.jamin@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

- **PBS TV SHOW Discover France with Darley Newman** : Campagnes
- **Partenariat Columbus magazine et podcast** : Campagnes
- **Espagne - Action influence culture sans voyage** : Campagnes
- **Hong Kong - Soirée French Art de vivre** : Rencontres B2B / Grand public international
- **Campagne Newsletter Grand Public** : Campagnes / Grand public international

PBS TV SHOW DISCOVER FRANCE WITH DARLEY NEWMAN

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Etats-Unis	
Type de rendez-vous :	Campagnes	
Espaces et filières :	Culture & patrimoine	Gastronomie

Reconnue par Forbes pour son "PBS Travel Empire ", Darley Newman est la productrice de "Travels with Darley" et "Equitrekking" diffusés sur PBS, Amazon Prime, Ovation TV's Journy, Verizon Digital et dans plus de 85 pays.

OBJECTIFS

- Notoriété par la mise en avant de la diversité de l'offre
- Rassurer le consommateur sur la destination et ses avantages
- Créer de l'engagement et générer de l'attractivité

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Regions, CRT, Attractions, Activités, Marques privées

Nombre de partenaires souhaités :
illimité

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Un tournage sur place incluant des balades dans les rues, des visites de musées et de sites historiques, des rencontres avec des habitants locaux et des experts pour mettre en avant le patrimoine culturel et gastronomique de la destination par le biais d'expériences ludiques afin de donner envie aux téléspectateurs de découvrir la destination.

Indicateur de performance :

audience atteinte

Profil visiteur :

Couples et familles 33 à 55 ans public à haute contribution

Media / Support :

Videos: 1 épisode de 30 minutes , 5- 7min videos courtes,, B-roll 3 ou7 min, PBS Spot, Smithsonian Associates Livestream, Blog, Newsletter

Elisabeth - Erika erika.elisabeth@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

PARTENARIAT COLUMBUS MAGAZINE ET PODCAST OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Pays-Bas
Type de rendez-vous : Campagnes
Espaces et filières : Tourisme durable Activités outdoor Culture & patrimoine Slow tourisme

Collaboration 360 avec un media voyage influent pour un tourisme écoresponsable en toute saison

OBJECTIFS

- Consacrer la France comme LA destination des amateurs de voyage
- Donner l'envie de découvrir nos territoires et/ou d'y revenir
- Déclencher un acte d'achat de séjours

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés avec une offre tourisme durable et slow

Nombre de partenaires souhaités :
3 dans l'année

FORMAT

Format de l'opération :

Campagne multimedia avec publireportage magazine et en ligne, podcast et push online.

Indicateur de performance :

Numérique : reach / Impressions, taux de clics et d'engagement.
Presse Magazine : lectorat et tirage
Podcast : nombre d'auditeurs, durée d'écoute moyenne

Media / Support :

Magazine Columbus Travel, https://www.columbusmagazine.nl/ et réseaux sociaux
Tirage : 19.000 exemplaires / 68.400 lecteurs

DUCHENE - Nolwenn nolwenn.duchene@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ESPAGNE - ACTION INFLUENCE CULTURE SANS VOYAGE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Espagne
Type de rendez-vous :	Campagnes
Espaces et filières :	Culture & patrimoine

Action influence avec un macro-influenceur sans voyage thématique Art et Culture. Cultura

OBJECTIF

- Faire connaître auprès d'un public intéressé par la culture des nouveautés originales d'une destination ou d'un site culturel

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tout partenaire thématique culture, art, cinéma

Nombre de partenaires souhaités :
1 par action

FORMAT

Format de l'opération :

1 reportage dans le blog www.culturainquieta.com sur la base de matériel éditorial et visuel remis par le partenaire et mise en avant sur la home pendant une semaine
1 post/reel selon le matériel remis par le partenaire sur le profil Instagram de cultura inquieta - 3 800 000 suiveurs
2 stories sur le profil Instagram de cultura inquieta

Inquieta
https://culturainquieta.com/es/
https://www.instagram.com/culturainquieta/
https://www.facebook.com/culturainquieta.oficial
Sur la base d'un brief de contenu envoyé par le partenaire, le plus original possible, possibilité de faire une action notoriété avec un créateur de contenu culture/art et macroinfluenceur culture @culturainquieta

Indicateur de performance :

impressions, interaction, vues vidéos.

Media / Support :

Blog et Instagram

ROMERO - Marie-José marie-jose.romero@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

HONG KONG - SOIRÉE FRENCH ART DE VIVRE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Hong-Kong		
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B		
Cibles :	Grand public international		
Espaces et filières :	Culture & patrimoine	Gastronomie	Luxe

Campagne ma France, Coup de Coeur !
Soirée VIP dédiée à l'art de vivre et aux savoir-faire français dans les domaines de la gastronomie, l'œnotourisme, de l'hôtellerie, du bien-être et des services.
Cette opération s'appuie sur un partenariat de marque ou média et permet une valorisation de l'offre de luxe auprès d'une clientèle à haut pouvoir d'achat tout au long d'une soirée ponctuée d'animations.

OBJECTIFS

- Cibler la clientèle à forte contribution, influenceurs, personnalités et talents, porteurs de valeurs
- Mettre en relation la clientèle HNWI et les agences de voyages haut de gamme
- Renforcer la position de la France auprès de la distribution et tour-operateurs

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (CRT, CDT, OT), entreprise privée (Hotels, shopping, transport, entreprises savoir-faire, musée, cabaret, oenotourisme, croisières ...)

Nombre de partenaires souhaités :
min 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Soirée networking dans un lieu de prestige permettant une disposition d'espaces dédiés à chaque partenaire. Des animations autour de l'art de vivre et des savoir-faire seront organisées pour les marques et les partenaires ex : chef renommé, atelier de live-cooking, atelier de parfum, wine tasting, démonstration d'art floral, cours d'étiquette, ...

Profil visiteur :

Clientèle à forte contribution, influenceurs, CSP++

Visiteur attendu :
15-20 VIP (en fonction du format)

Albert Truong albert.truong@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE NEWSLETTER GRAND PUBLIC OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Pays-Bas
Type de rendez-vous :	Campagnes
Cibles :	Grand public international
Espaces et filières :	Activités outdoor, Campagne, Culture & patrimoine, Gastronomie, Littoral, Montagne, Outre-mer, Shopping, Slow tourisn

Insertion dans la newsletter grand public mensuelle d'Atout France Pays-Bas, avec un lien vers votre site web.

OBJECTIFS

- Valoriser l'image de votre destination, événement ou produit
- Inspirer nos lecteurs pour partir en vacances dans votre destination
- Générer du trafic sur vos contenus de destinations

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés ciblant la clientèle néerlandaise (familles, couples)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Une insertion dans la newsletter mensuelle (édition de votre choix) renvoyant vers votre site, ou une newsletter entièrement dédiée.
Envoi auprès de nos 11064 contacts.

Indicateur de performance :

- Taux de clics et nombre de clics sur l'insertion.
- Taux d'ouverture.

Media / Support :

Newsletter

DEN BROEDER - Eva eva.den-broeder@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr