



**Une campagne de communication fédératrice  
pour rassurer et inspirer les Français cet été !**

Le 2 juin 2020 a été une date clé pour le tourisme français. Après des mois de confinement, était donné le coup d'envoi vers une prudente reprise de l'activité. Les Français ont à nouveau pu se déplacer plus librement et enfin envisager leurs vacances d'été. Depuis le 15 juin, ce sont aussi les touristes européens que les hôtels, campings, résidences, restaurants, cafés, musées et sites touristiques peuvent également espérer accueillir à nouveau.

Selon la dernière étude BVA pour *Les Entreprises du Voyage* (8 juin), 59% des Français comptent voyager cet été et 87% d'entre eux envisagent des vacances en France contre 13% à l'étranger. Au cours des années précédentes, cette proportion était de l'ordre de 2/3 pour la France et de 1/3 pour l'étranger. Les Français n'ont donc pas renoncé à leurs vacances d'été, qui seront, pour beaucoup, vécues comme la possibilité de se ressourcer, de se retrouver, après la phase de confinement.

Une certaine appréhension demeure cependant quant aux conditions sanitaires proposées, accompagnée d'une incertitude quant au budget à accorder à ces vacances, compte tenu de l'impact économique de la pandémie. Ceci explique que, selon cette même étude, 56% des Français ayant l'intention de partir n'aient pas encore réservé leurs vacances.

La campagne de communication lancée ce 19 juin par Atout France, en collaboration avec de nombreux acteurs du tourisme, a donc vocation à **rassurer les vacanciers sur les protocoles sanitaires** mis en œuvre par les acteurs du secteur et sur la possibilité de respecter la distanciation physique en vacances en toutes circonstances.

Elle a également pour objectif de les **informer sur l'offre à leur disposition** et à les **inspirer en leur suggérant de nouvelles destinations et thématiques de visite "hors des sentiers battus"**. Enfin, cette campagne se veut fédératrice, en rassemblant professionnels et voyageurs autour d'une même envie : partager les envies de France, ainsi que les expériences et émotions liées à l'exploration des destinations françaises.

Annoncée par le Premier ministre, lors du Comité interministériel du tourisme du 14 mai dernier dans le cadre du Plan Tourisme, la campagne sera déployée sur les réseaux sociaux sous le hashtag **#CetÉtéJeVisiteLaFrance**, un hashtag lancé sur les réseaux par le collectif Patrimoine 2.0 pendant la période de confinement.

La campagne sera menée tout l'été sur le marché français, et même un peu au-delà...

En effet, si la répartition des vacanciers dans l'espace sera naturellement un des enjeux de l'été, la saison estivale devrait aussi cette année s'étirer dans le temps, les Français qui le peuvent privilégiant l'arrière-saison. Aussi, la campagne #CetÉtéJeVisiteLaFrance portera dans un premier temps une attention particulière aux familles et aux Millennials qui sont attendus de mi-juin à fin août, avant de cibler plus spécifiquement les jeunes actifs sans enfants et les seniors qui seront plus enclins à voyager de septembre à octobre.

► Consultez la [vidéo teaser de la campagne #CetÉtéJeVisiteLaFrance](#)

**Jean-Baptiste Lemoine, secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères :** « Pour un été en bleu-blanc-rouge !

La perspective des vacances signe le retour à la vie, aux petits bonheurs et à la liberté de se déplacer. Grâce à leurs efforts durant ces semaines de confinement, les Français vont enfin pouvoir partir en vacances, s'oxygéner, s'évader.

Faisons de cet été 2020, un été en bleu-blanc-rouge !

L'été en bleu-blanc-rouge, ce sont 3 bonnes raisons de faire le choix de la France :

1. C'est profiter de la beauté et de la diversité de nos paysages. Chez nous, il y a la mer et la montagne, la ville et la campagne, la métropole et les Outre-mer, le continent et les îles... Il y a la culture, le patrimoine, la gastronomie... En restant en France, oui, on peut faire un tour du monde !

2. C'est aussi soutenir nos professionnels du tourisme, touchés de plein fouet par la crise et qui bénéficient d'un soutien historique de l'Etat. Nos hôtels, restaurants, campings, gîtes, parcs de loisirs et tous les prestataires touristiques sont prêts à nous accueillir à bras ouverts !

3. C'est enfin partir dans des lieux bénéficiant des plus hauts standards de sécurité sanitaire grâce aux protocoles élaborés par les filières et validés par l'Etat.

C'est pourquoi avec Atout France nous lançons aujourd'hui une grande campagne #CetÉtéJeVisiteLaFrance pour inciter nos concitoyens à faire un choix gagnant : le choix de la France ! Nous nous appuyons ainsi sur l'élan déjà donné par le collectif Patrimoine 2.0 et espérons que cela deviendra la bannière de mille initiatives portées par les territoires comme par les filières.

Alors, à toutes et à tous : aux réservations, citoyens ! »

**Caroline Leboucher, Directrice générale d'Atout France :** « L'été 2020 sera un été singulier, mais il sera tout de même possible de vivre des expériences positives en France dans de bonnes conditions de sécurité grâce à une mobilisation sans précédent des professionnels du tourisme. Les Français pourront se retrouver en famille, entre amis tout en soutenant l'économie locale. La richesse et la diversité de nos destinations vont leur permettre de redécouvrir nos cultures, nos gastronomies et nos patrimoines mais aussi de se déconnecter, de se ressourcer en profitant des grands espaces et d'activités sportives au grand air, en métropole ou outre-mer ».

## La campagne #CetÉtéJeVisiteLaFrance

### Les professionnels mobilisés pour créer de la viralité

L'ensemble des territoires, les réseaux nationaux et fédérations de professionnels, les acteurs et entreprises du secteur du tourisme se mobilisent pour valoriser les richesses de notre territoire ainsi qu'une large sélection de produits disponibles. L'occasion également de diffuser via #CetÉtéJeVisiteLaFrance, les informations importantes sur les activités et sites ouverts, de rassurer les vacanciers sur les protocoles sanitaires déployés, de proposer de nouvelles expériences de séjour et de soutenir la consommation locale.

A ce jour, **une soixantaine d'acteurs** sont d'ores et déjà impliqués dans la démarche (voir liste page 6).

Les messages, photos, vidéos que posteront les acteurs du tourisme sur les réseaux sociaux seront agrégés sur un « **mur social** », hébergé sur le site [France.fr](http://France.fr). Véritable vitrine de l'offre touristique disponible, les contenus de ce mur seront renouvelés en permanence.

Les posts pourront être complétés par un 2<sup>e</sup> hashtag correspondant au style de séjour proposé : #Respirer #SEvader #VoyagerEnFamille #SeCultiver #Savourer #Bouger.

Ce dispositif sera largement médiatisé sur les sites internet de voyages et notamment sur les plateformes de recherches de séjours comme LeBonCoin qui s'engage pour soutenir le secteur du tourisme et valoriser cette démarche.

Par ailleurs, une sélection d'offres touristiques thématiques sera diffusée directement auprès de publics ciblés afin de proposer des idées de séjours pour les familles, les jeunes recherchant des sensations fortes, les épicuriens ayant le souci d'une consommation locale ou encore les tribus ayant besoin de grands espaces et de prendre le temps...



[France.fr](http://France.fr) « mur social » #CetÉtéJeVisiteLaFrance sur [www.france.fr](http://www.france.fr)

## Les influenceurs français les plus reconnus s'engagent pour la destination France

Afin de donner une ampleur plus importante à cette campagne intégralement digitale, Atout France organisera en partenariat avec les Comités régionaux du Tourisme, près de 50 voyages d'influenceurs qui visiteront tout au long de l'été la France métropole, la Corse et les destinations d'Outre-mer.

**7 influenceurs français, parmi les plus reconnus pour leur expertise voyage, exploreront chacun 2 à 3 régions françaises** et partageront leurs expériences avec leur communauté. Leurs abonnés pourront ainsi s'inspirer de leurs témoignages pour choisir à leur tour leur destination de vacances.

Les contenus produits (photos, vidéos, articles de blog ou encore du live social media) seront tous postés avec le hashtag #CetÉtéJeVisiteLaFrance et seront également relayés sur le compte Instagram @francefr pendant tout l'été.

Un **filtre Instagram** #CetÉtéJeVisiteLaFrance sera également mis à disposition pour inciter à la viralité et à la publication de selfies, dans un esprit carte postale avec mise en situation dans les destinations : parapente dans les Alpes, route des vins en Bourgogne, surf à Hendaye, etc.

En complément, les destinations françaises accueilleront **26 influenceurs aux positionnements plus ciblés**. Spécialistes du sport, des activités outdoor, de l'art de vivre ou de la gastronomie... ils inspireront quant à eux les Français avec de nouvelles idées d'activités.

Une sphère de **1000 nano influenceurs** sera par ailleurs activée. Chacun suivis par une communauté plus restreinte, ces influenceurs seront autant de relais de la campagne auprès de cibles très sensibles à leurs recommandations.

Enfin, les communautés des différents influenceurs et, plus largement, **les Français, seront invités à relayer leurs propres photos ou vidéos de vacances** sur les réseaux sociaux en utilisant le #CetÉtéJeVisiteLaFrance.

Plusieurs sites touristiques afficheront le **QR code** de la campagne. Celui-ci dirigera les instagrammeurs vers le mur social où ils pourront retrouver leurs posts.

## Une ouverture vers les marchés européens

En s'appuyant sur les remontées du « mur social », et les témoignages des influenceurs, des contenus seront produits et déclinés à l'international et particulièrement sur les marchés européens, afin de séduire les touristes européens les plus fidèles à la destination France.



7 influenceurs exploreront les destinations françaises :

- Léa Camilleri,
- Bruno Maltor
- Elisa & Max
- Morgane Trussardi
- Pauline & Benoit
- Thibault Toureau
- et Sylvie

(voir détail page 7)



Filtres instagram  
#CetÉtéJeVisiteLaFrance



QR code  
#CetÉtéJeVisiteLaFrance

## Les acteurs du tourisme partenaires de la campagne

Liste non exhaustive, qui sera enrichie au fur et à mesure :

### MINISTERES :

Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères  
Ministère de l'Économie et des Finances  
Ministère de la Culture  
Ministère des Sports  
Ministère des Outre-Mer

### INSTITUTIONNELS :

ADN Tourisme, réunissant les Comités régionaux / départementaux et les Offices de Tourisme  
Agence du Tourisme de la Corse  
Agence Régionale du Tourisme Grand Est  
Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme  
Comité régional du tourisme de Bourgogne Franche-Comté  
Comité régional du tourisme de Bretagne  
Comité régional du tourisme Centre - Val de Loire  
Comité régional du tourisme et des congrès Hauts-de-France  
Comité régional du tourisme de Normandie  
Comité régional Nouvelle-Aquitaine  
Comité régional du tourisme Occitanie Sud de France  
Comité régional du tourisme Paris Ile-de-France  
Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur  
Solutions&co - Agence régionale de développement économique des Pays de la Loire  
Côte d'Azur France  
Office de tourisme et des Congrès de Paris  
France Montagnes  
Comité du tourisme des Iles de Guadeloupe  
Comité martiniquais du tourisme  
Ile de la Réunion Tourisme  
Nouvelle-Calédonie Tourisme Point Sud

### FEDERATIONS DE PROFESSIONNELS ET ASSOCIATIONS :

Association Nationale des Elus des Territoires Touristiques  
Groupement National des Chaînes Hôtelières  
Union des Métiers des Industrie de l'Hôtellerie  
Fédération nationale de l'Hôtellerie de plein air  
Agence Nationale pour les Chèques-Vacances  
Fédération des Parcs naturels régionaux de France  
Entreprise et Découverte  
Fédération des Industries Nautiques  
Voies Navigables de France  
Fédération Française d'Equitation

## TRANSPORTEURS :

Air France  
Groupe ADP - Aéroports de Paris  
E-Voyageurs SNCF

## HEBERGEURS – ACTIVITES - DISTRIBUTEURS :

LeBonCoin  
Easy Voyage (Groupe Webedia)  
ACCOR  
Louvre hôtels Group  
Club Med  
Les Collectionneurs  
Groupe LOGIS HOTELS  
Gites de France  
PONANT  
CroisiEurope  
Galeries Lafayette

## INSTITUTIONS CULTURELLES :

Réunion des musées nationaux - Grand Palais  
Centre des Monuments Nationaux  
Patrimoine 2.0  
Patrivia  
Société d'Exploitation de la Tour Eiffel  
Établissement public national du Mont-Saint-Michel

## INFLUENCEURS

### Léa Camilleri

 : 348 K followers     : 64,4 K abonnés     : 91 K abonnés     : 509 K abonnés

### Bruno Maltor - blog : [votretourdumonde.com](http://votretourdumonde.com)

 : 279 K followers     : 16 K abonnés     : 200 K abonnés     : 176 K abonnés

### Elisa & Max - blog : [bestjobersblog.com](http://bestjobersblog.com)

 : 114 K followers     : 6,3 K abonnés     : 44 K abonnés     : 6,6 K abonnés

### Morgane Trussardi - blog : [littleghypsy.fr](http://littleghypsy.fr)

 : 56,7 K followers     : 100 K abonnés     : 59 K abonnés

### Pauline & Benoit - blog : [worldelse.com](http://worldelse.com)

 : 45,4 K followers     : 4,1 K abonnés     : 24,3 K abonnés

### Thibault Toureau - blog : [travel-me-happy.com](http://travel-me-happy.com)

 : 41,3 K followers     : 8 K abonnés     : 18,2 K abonnés

### Sylvie - blog : [gangofmothers.com](http://gangofmothers.com)

 : 13,6 K followers     : 6,1 K abonnés



200/216 Rue Raymond Losserand  
CS 60043 - 75680 Paris Cedex 14  
Tél. : +33 [0]1 42 96 70 00

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)