Marianne symbole République Française
Logo Atout France

Expedia Group et Atout France renouvellent leur partenariat marketing, tout en prenant des engagements en faveur du voyage durable en 2022

Article

En marge du Sommet Destination France qui s'est tenu hier, le Groupe Expedia, l'agence mondiale de voyage en ligne et Atout France ont renforcé leur partenariat pour développer un tourisme plus durable et accélérer la visibilité de la destination France et de ses régions via une campagne de marketing digital.

- **L'engagement de l'UNESCO en faveur du voyage durable**

Atout France annonce qu'elle rejoint le Groupe Expedia et l'engagement de l'UNESCO en faveur du voyage durable « **The UNESCO Pledge** », illustrant ainsi son engagement pour une meilleure protection de l'environnement, des cultures locales et des communautés qui dépendent du développement de ce tourisme.

The UNESCO Pledge est la première étape d'un engagement mutuel à soutenir les initiatives de voyage durable à l'échelle mondiale et vise à être l'engagement le plus répandu et le plus efficace vers une meilleure prise en compte de l'environnement, pour l'industrie du voyage. En 2019, le groupe Expedia s'est associé à l'UNESCO et à l'Autorité du tourisme de Thaïlande (TAT) pour lancer le premier chapitre de The UNESCO Pledge. Depuis lors, The UNESCO Pledge s'est rapidement étendu aux groupes hôteliers, aux organisations de marketing de destination et aux gouvernements du monde entier, créant des connexions uniques à travers l'industrie du voyage afin de créer un écosystème qui soutient le tourisme durable.

La crédibilité combinée de l'UNESCO et du groupe Expedia permet aux voyageurs d'identifier les entreprises de voyage engagées en faveur du voyage durable et qui soutiennent les objectifs clés liés à la préservation de la culture et le patrimoine tout en œuvrant à minimiser les effets négatifs que les voyages peuvent avoir sur les destinations. Les partenaires participent à l'établissement de rapports directs et concrets à l'UNESCO et collaborent ensemble pour partager les efforts existants et concevoir des plans permettant une amélioration continue au sein de leurs communautés locales.

« Au sein du Groupe Expedia, nous sommes engagés à donner aux voyageurs des informations claires sur les options de voyage durable pour leur voyage et à travailler avec nos partenaires au sein de l'industrie pour promouvoir le développement durable dans les domaines où cela fera vraiment la différence. Figurant parmi l'une des agences de développement touristique les plus influentes au monde, nous sommes ravis de voir Atout France rejoindre The UNESCO Pledge et nous sommes impatients de travailler avec eux pour soutenir le tourisme durable. » explique **Ariane Gorin, Présidente Expedia for Business**.

« Si nous encourageons les voyageurs à explorer la France et à découvrir ses différentes régions et cultures, nous voulons qu'ils le fassent de manière responsable et durable afin que les générations à venir aient la même

opportunité. Nous pensons que le fait d'adhérer à l'engagement de l'UNESCO contribuera à minimiser les impacts négatifs des voyages sur la France et d'autres destinations dans le monde » déclare **Caroline Leboucher, CEO Atout France**.

« L'engagement de l'UNESCO en faveur du voyage durable représente l'une des approches de l'industrie du tourisme et du voyage pour davantage de protection de l'environnement et de la culture, exigeant des opérateurs hôteliers qu'ils introduisent des mesures fermes pour protéger l'environnement et promouvoir la culture locale », déclare **Ernesto Ottone R., Sous-Directeur général pour la culture de l'UNESCO**. « En tant que leader du secteur renforçant la position de la France en tant que destination internationale de premier plan, nous saluons l'engagement et le soutien d'Atout France en faveur du voyage durable ».

- **Un partenariat marketing renouvelé**

En complément de l'engagement de l'UNESCO, Atout France a également signé une lettre d'intention avec Expedia Group Media Solutions, organisation mondiale de publicité pour les voyages du groupe Expedia, détaillant les engagements communs pour une collaboration marketing renforcée en 2022.

Au cours des 4 dernières années, Expedia Group Media Solutions a travaillé en étroite collaboration avec Atout France et ses partenaires régionaux pour les aider à atteindre des centaines de millions de voyageurs à travers le portefeuille de marques de voyage mondiales de premier plan du groupe Expedia. Au cours de l'année 2021, Expedia Group Media Solutions et Atout France ont mené des campagnes sur des destinations françaises, notamment la Région Sud, l'Occitanie, l'Auvergne Rhône Alpes, 11 villes françaises ainsi que les îles françaises de Tahiti, Guadeloupe, Réunion et Saint Martin, afin de stimuler la demande et de sensibiliser les visiteurs potentiels.

Cette nouvelle campagne se concentrera sur la promotion de la France en tant que destination de choix pour les voyageurs nationaux et internationaux, aidant Atout France à capter et à stimuler la demande alors que le secteur touristique français continue de se remettre de l'impact de la pandémie mondiale. La campagne, qui devrait être lancée en janvier 2022, utilisera un large éventail de solutions médias numériques personnalisées pour aider Atout France et ses partenaires régionaux à accroître leur position au sein du secteur touristique mondial. La lettre d'intention souligne également un accord visant à promouvoir les entreprises et organisations françaises engagées dans le développement durable.

Ariane Gorin poursuit « Cette annonce est la dernière étape d'une longue et fructueuse collaboration entre Atout France et Expedia Group Media Solutions. Alors que le secteur mondial du voyage continue de se redresser après deux années difficiles, nous sommes impatients de partager les splendeurs de la France avec nos voyageurs particulièrement engagés et de stimuler la demande dans le pays en 2022 et au-delà. »

Caroline Leboucher poursuit « Expedia Group Media Solutions nous a accompagné dans la promotion de la France et de ses régions auprès de nouveaux publics, tant au niveau national qu'international. Cette nouvelle campagne contribuera à renforcer le statut de la France en tant que l'une des destinations les plus emblématiques du monde et à la positionner comme la destination de choix pour les voyageurs du monde entier. »