Marianne symbole République Française
Logo Atout France

Lancement de la campagne "Le French Flair se partage / Sharing French Flair"

Article Afrique du Sud Australie Etats-Unis Irlande Italie Japon Nouvelle-Zélande

Le 8 septembre 2022, à un an du lancement de la Coupe du Monde de Rugby en France, Atout France, les Comités régionaux de tourisme et les Offices de tourisme des territoires hôtes de l'événement ont lancé une campagne internationale pour soutenir leur attractivité touristique.

Un an jour pour jour avant le début de la compétition qui se tiendra en France du **8 septembre au 28 octobre 2023**, Atout France, les Comités Régionaux de Tourisme des Hauts-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine et les Offices de Tourisme de Lille, Lyon, Saint-Etienne, Marseille, Nice, Toulouse et Bordeaux, qui accueilleront la compétition, partent en campagne pour valoriser leurs atouts touristiques auprès des voyageurs internationaux.

Avec près de **600 000 visiteurs attendus** et une diffusion dans 209 pays, cette compétition sportive majeure sera la vitrine de l'art de vivre à la française, constituant un symbole d'unité, d'ouverture au monde, un facteur puissant de changement et d'innovation dans de multiples domaines : agir pour la durabilité, soutenir la formation et l'emploi, respecter et protéger l'environnement, promouvoir l'inclusion.

Le French Flair* se partage / Sharing French Flair !
Les fans de rugby du monde entier invités à découvrir les territoires hôtes de la compétition
Cette campagne conjointe va permettre de valoriser l'identité de chaque territoire, de partager notre créativité, notre audace, le French Flair en somme ! auprès des voyageurs internationaux.

L'initiative, lancée dès ce 8 septembre, un an exactement avant le début de la compétition, sera en effet déployée sur 8 marchés : **le Royaume-Uni, l'Irlande, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Afrique du Sud, le Japon, les Etats-Unis et l'Italie**.

Atout France, en partenariat avec les destinations hôtes, coordonne l'organisation et le déploiement de cette campagne, qui s'articule autour de deux volets :

- Une campagne de notoriété visant à apporter une visibilité à l'ensemble des destinations hôtes. Elle permettra de véhiculer une image positive, accueillante et inclusive de la destination France. Frédéric Michalak, ancien joueur international de rugby à XV à la renommée internationale, en est l'ambassadeur.

La priorité sera donnée aux médias digitaux avec des achats d'espaces et du marketing d'influence sur les réseaux sociaux. La presse internationale sera également sensibilisée grâce notamment à un dossier de presse délivrant les bonnes adresses et les bons plans des partenaires pour susciter des envies de voyage et aider les visiteurs à préparer leur venue. Enfin, d'autres contenus spécifiques seront créés à destination des porteurs de billets

- Une campagne complémentaire valorisant spécifiquement l'offre des Comités régionaux de tourisme des Hauts-de-France, de Provence-Alpes-Côte d'Azur, d'Occitanie et des Offices de Tourisme de Lille, Marseille, Nice, Toulouse, complétée par des accueils d'influenceurs internationaux.

Une deuxième vague de campagne sera déployée en novembre puis d'autres se succèderont jusqu'à la fin de la compétition.

En complément, au fil de la campagne, Atout France organise, via son réseau de bureaux à l'international, des événements à destination des acteurs du tourisme et médias ainsi que du grand public.

- C'est ainsi que dès le **8 septembre** un événement est organisé conjointement avec l'ambassade de France en **Afrique du Sud** et le Comité d'Organisation de la RWC France 2023 au **Cap**, en présence de Madame Laurence Fischer, ambassadrice pour le sport, des représentants de la FFR, et de personnalités du rugby sud-africaines.
- Le **9 septembre, le bureau de Tokyo** organise une réception à la Résidence de l'Ambassade de France en présence de l'équipe nationale japonaise, les Brave Blossoms, et en coopération avec la Région Occitanie, l'Office de Tourisme de Toulouse Métropole, le Comité Régional du Tourisme PACA et la Fédération nationale du rugby du Japon.
- A Londres et Dublin, des événements ciblant plus spécifiquement les professionnels du tourisme se tiendront en novembre, en coordination avec France 2023. Ils seront notamment l'occasion d'y révéler le fameux Trophée de la compétition. Ces campagnes et actions s'inscrivent notamment dans le cadre du plan Destination France de transformation et relance du tourisme français.

Un **dossier de presse** valorisant les atouts touristiques des destinations hôtes de la compétition a également été créé.

** En rugby, style de jeu singulier, "à la française" fait de vitesse, d'improvisation, de créativité et d'audace...*