



Le point sur les campagnes domestiques

ARTICLE

Alors que s'ouvre une nouvelle période propice à la découverte de notre pays, Atout France invite les Français à redécouvrir tous les trésors des destinations tricolores.

Retrouvailles entre amis ou en famille, moments de convivialité, découverte, rencontre d'un terroir et de ses acteurs.... Les Français retrouvent dans leur pays **Ce qui compte vraiment**.

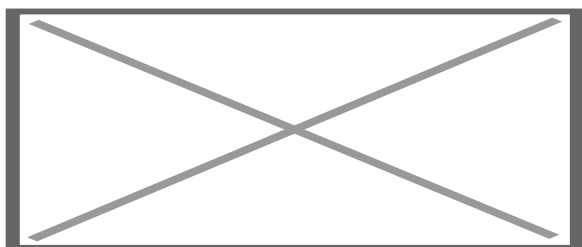
Ces campagnes s'étendent de mai à septembre pour prolonger la saison estivale fédérant plusieurs professionnels français, et insiste particulièrement sur le retour à l'essentiel que permettent des vacances en France.

Découvrez les campagnes en cours en partenariat avec Atout France :

- **#OnaTousBesoinduSud, saison 2**

Après le succès d'#OnaTousBesoinduSud lancé en 2020, Atout France, le CRT et la région Sud s'associent encore cette année pour mener une nouvelle opération collective qui mise à nouveau sur la clientèle française. 180 spots TV sur France Télévisions, 370 spots radio sur Europe 1 et NRJ sont diffusés, ainsi qu'une campagne digitale jusqu'en septembre et une opération spéciale avec *Le Monde.fr*. Une présence sur des sites premium news et lifestyle, sur les réseaux sociaux et sur le replay de France Télévisions compléteront le dispositif.

De quoi inciter les Français à venir découvrir les splendeurs de la Région Sud.



© CRT Sud

Par ailleurs, le second volet de la campagne prévoit de soutenir et promouvoir les hébergements en association avec hotels.com, voyages privés, webedia et Relais et châteaux.



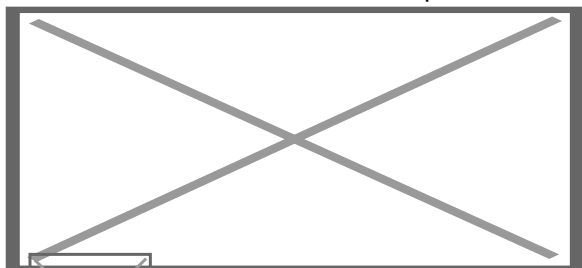
- **Un road trip urbain pour soutenir les villes françaises**

Cette campagne digitale et de conversion s'inscrit dans la relance domestique portée par le dispositif #JeRedécouvreLaFrance.

En juin, Atout France, en collaboration avec l'agence Webedia, lance un road trip dans 12 grandes villes parmi 12 régions afin de mettre en lumière leurs atouts et inspirer les internautes.

6 influenceurs partiront à la rencontre d'un ambassadeur local dans l'une des deux villes de son séjour, afin de partager sa vision de « Ce qui compte vraiment » dans cette ville. De plus, 4 posts permanents, 14 stories et 1 Reel sont prévus ainsi qu'une vidéo best-of des accueils réalisés.

A la rentrée de septembre, un soutien plus large sera lancé auprès de 14 grandes villes françaises. Ce road trip urbain permettra de créer + de 4,8 M d'impressions et + de 120 contenus prévisionnels.

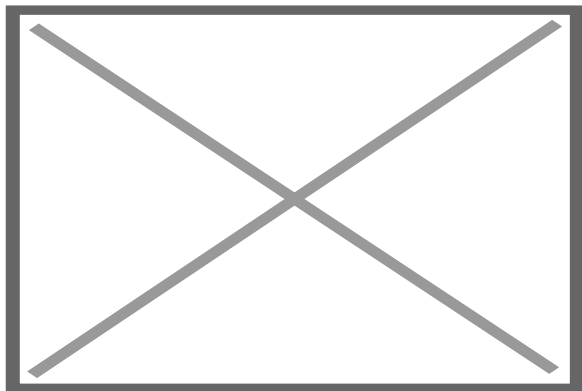


- **Les fabuleux voyages en Occitanie**

Le CRT Occitanie structure progressivement l'offre de sa destination avec sa collection : « les Fabuleux Voyages ».

Atout France s'associe au CRT Occitanie pour mettre en valeur la destination à travers leur positionnement, leur promesse « les voyages qui font grandir » et leur engagement pour un tourisme plus responsable.

Une série de vidéos courtes sur la route des *Fabuleux Voyages* a été réalisée dans les 13 départements de la région et dans les 2 métropoles à la rencontre des habitants d'Occitanie et en partenariat exclusif avec France 3. La campagne sera diffusée à partir du 5 juin et permettra de faire de chaque habitant d'Occitanie un acteur engagé de la destination.

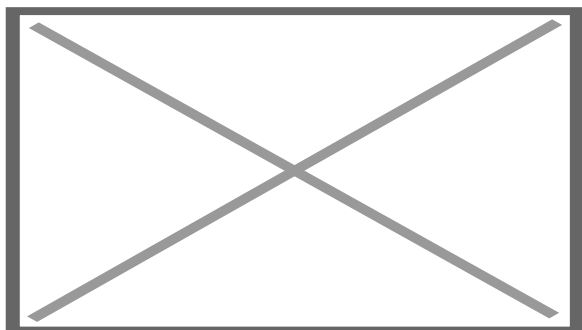


- **La destination Corse**

Atout France s'associe à l'Agence Touristique de la Corse pour relancer la destination dans le cadre d'une campagne TV, Presse et d'Affichage :

A partir de la mi-juin, la campagne TV sera diffusée sur France TV avec notamment deux espaces de 15 secondes durant les matchs de l'équipe de France pour l'Euro 2021. La campagne d'affichage digital sera réalisée entre juin et septembre dans les gares SNCF, les métros parisiens et marseillais, les vitrines, les grands magasins. Plus de 2 000 écrans extérieurs sont prévus dans les centres-villes, les zones d'affaires en île de France et en Province.

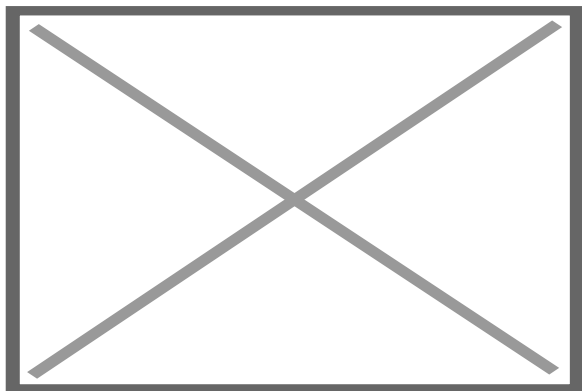
Parallèlement, une campagne de presse se déroulera de juin à septembre et ciblera des magazines nationaux qui donnent envie de voyager.



© AtoutFrance - @BrunoMaltor

- **Normandie**

Atout France et le Comité Régional du Tourisme de Normandie lancent de mi-juin à septembre : une campagne TV nationale, une campagne Digitale avec des vidéos de 15 à 30 secondes et une campagne de Presse qui ciblera des magazines nationaux qui donnent envie de voyager



© Valentin Pacaut / The Explorers

- **Les activités de pleine nature dans le Massif des Vosges**

La campagne du Massif des Vosges se déroule du 17 mai au 30 juin et a pour objectif de donner envie aux marchés Français, Belges et Allemand de découvrir le massif des Vosges à travers ses activités de pleines natures.

La campagne digitale présente des publicités en ligne, des vidéos et carrousels présents sur les réseaux sociaux et une double page dans le magazine Géo du côté de la presse.

