

# PÔLE URBAIN - 2022

## En synthèse

| Nom de l'action                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Gd public, Pro., Presse                                                           |                                                                                   |                                                                                     | Budget global<br>Coût de l'opération<br>Euro / HT / partenaire |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |  |  |                                                                |
| Promotion                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |                                                                |
| Campagne – <b>Le tourisme en ville, hors des sentiers battus</b> , des destinations urbaines traitées autrement, depuis les cœurs de métropoles en passant par leur environnement nature de proximité accessible en transport en commun ou via d' autres mobilités douces et non polluantes.<br>Royaume-Uni, Allemagne, USA + Europe et en co- branding avec transporteurs | X                                                                                 |                                                                                   | X                                                                                   | 190 000 € HT<br>À partir de 5000€ HT                           |
| Campagne de relance B2C paneuropéenne Acte 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | X                                                                                 | X                                                                                 | X                                                                                   | À déterminer                                                   |
| Attractivité de l'offre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |                                                                |
| Appui ingénierie et attractivité de l'offre – FTI projet structurants et FTI « Réinventer le patrimoine)                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     | /                                                              |
| Appuis ingénierie et attractivité de l'offre – contrats destinations ou contrats thématiques                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     | /                                                              |
| Veille, concurrentielle et innovation                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |                                                                |
| Baromètres :<br>• Suivi locatif (Air DNA),<br>• Baromètre digital des destinations urbaines, tendances de recherches – Google Trends (Europe),<br>• Tableau de bord des investissements,<br>• Données enquêtes hôtelières INSEE (si repris)<br>• Poursuite du travail engagé sur l'outil City Trends, en lien avec le projet de data Hub FTO.                              |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     | /                                                              |
| Benchmark bureaux et pôle Atout France<br>- SWOT (s) destinations urbaines - marchés Europe<br>- Benchmark marché UK : Evolution du marché des city-breakers au Royaume-Uni, post Brexit et COVID-19                                                                                                                                                                       |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     | A déterminer<br>À partir de 1300 €                             |
| Formation                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |                                                                |
| Google – webinaires digitaux (suites)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     | /                                                              |
| Webinaire développement durable copartagé avec l'ADEME (nature en ville)                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     | A déterminer                                                   |
| Innovations : identification et sélection des innovations en partenariat avec le WCL - rencontres avec des start-up, identification des innovations porteuses à forte valeur ajoutée pour le tourisme urbain                                                                                                                                                               |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     | /                                                              |